

DICTAMEN AL ANTEPROYECTO DE LEY, DE LA GENERALITAT, DE COMERCIO SOSTENIBLE

De acuerdo con las competencias atribuidas al Comité Econòmic i Social de la Comunitat Valenciana por la Ley 1/2014, de 28 de febrero, y previa la tramitación correspondiente, el Pleno del Comité, en su sesión extraordinaria celebrada el 4 de julio de 2022, emite el siguiente Dictamen.

I.- ANTECEDENTES

El día 25 de mayo de 2022, tuvo entrada en la sede del CES-CV, escrito del conseller de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, Rafael Climent González, por el que se solicitaba la emisión del correspondiente dictamen preceptivo, al Anteproyecto de Ley, de la Generalitat, de Comercio Sostenible, a tenor de lo dispuesto en el artículo 4, punto 1, apartado a) de la Ley 1/2014, de 28 de febrero, de la Generalitat, del Comité Econòmic i Social de la Comunitat Valenciana y de acuerdo con el artículo 42.4 de la Ley 5/1983, de 30 de diciembre del Gobierno Valenciano y los artículos 44 y 45 del Decreto 24/2009, de 13 de febrero del Consell, sobre la forma, estructura y el procedimiento de elaboración de los proyectos normativos de la Generalitat.

Además del texto del Anteproyecto de Ley, se ha remitido a este organismo el expediente relativo al mismo, que incluye la siguiente documentación:

- 1.- Resolución de inicio del Conseller.
- 2.- Consulta pública previa sobre el Anteproyecto de Ley, y audiencia pública.
- 3.- Texto del Anteproyecto de Ley (V1) sometido a audiencia pública.
- 4.- Texto del Anteproyecto de Ley (V2) para alegaciones de las consellerías.
- 5.- Informe de necesidad y oportunidad del Anteproyecto de Ley.
- 6.- Memoria económica del Anteproyecto de Ley.
- 7.- Informe de impacto de género del Anteproyecto de Ley.
- 8.- Informe de impacto sobre la infancia, familia y adolescencia.

- 9.- Informe de administración electrónica y coordinación informática.
- 10.- Solicitud de informe de la Dirección General de Presupuestos.
- 11.- Trámite de alegaciones de las consellerias e Informe de la Dirección General de Comercio, Artesanía y Consumo.
- 12.- Traslado de documentación del expediente para el Informe de la Abogacía.
- 13.- Texto del Anteproyecto de Ley (V3) tras el trámite de alegaciones.
- 14.- Reiteración de solicitud de informe de la Dirección General de Presupuestos.
- 15.- Informe de la Dirección General de Presupuestos.
- 16.- Informe de la Abogacía.
- 17.- Informe de la Dirección General de Comercio, Artesanía y Consumo.
- 18.- Anteproyecto de Ley para aprobación del Consell.
- 19.- Informe de la Subsecretaría.
- 20.- Certificado de aprobación del Consell de fecha 1 de abril de 2022.

De forma inmediata, se dio traslado a la Comisión de Programación Económica Regional del citado Anteproyecto de Ley con el fin de elaborar el Borrador de Dictamen.

El día 9 de junio de 2022, se reunió la Comisión de Programación Económica Regional. A la misma asistió la directora general de Comercio, Artesanía y Consumo, Rosana Seguí Sanmateu, acompañada del subdirector general de Comercio, Artesanía y Consumo, Miguel Ángel Romero García y del jefe de servicio de ordenación y planificación del comercio, artesanía y consumo, Eduardo Casanova Duch, procediendo a explicar el anteproyecto de ley objeto de dictamen.

Nuevamente, en fechas 15, 21 y 27 de junio de 2022 se reunió en sesión de trabajo la Comisión, con el fin de elaborar el Proyecto de Dictamen al Anteproyecto de Ley, de la Generalitat, de Comercio Sostenible, el cual fue elevado al Pleno del día 4 de julio de 2022 y aprobado por unanimidad.

II.- CONTENIDO

El Anteproyecto de ley que se dictamina consta de una Exposición de Motivos, y 88 artículos, distribuidos en siete Títulos con sus correspondientes Capítulos, cuatro

Disposiciones Adicionales, cuatro Disposiciones Transitorias, Disposición Derogatoria Única y dos Disposiciones Finales.

La **Exposición de Motivos** indica que esta norma es una nueva ley, no un texto refundido, razón por la que se incluyen diversas cuestiones que no figuraban en la normativa anterior. Se ha destacado el aspecto sostenible del comercio, que ya constaba en la Ley 3/2011, en el antiguo artículo 96, que establecía que la Generalitat debía de promover el comportamiento socialmente responsable de las empresas que contribuya al desarrollo sostenible, orientando la actividad comercial con actuaciones de fomento dirigidas a conciliar el crecimiento económico y la competitividad, con la protección del medio ambiente y los valores y demandas sociales.

En el **Título I, “Disposiciones generales”**, artículos 1 a 9, se estructura en cuatro capítulos. El *Capítulo I* define el ámbito de la ley y los conceptos sobre la actividad comercial. El *Capítulo II* recoge los principios y condiciones del ejercicio de dicha actividad. El *Capítulo III* se dedica a la oferta comercial. Y el *Capítulo IV* establece las obligaciones sobre precios y su publicidad.

El **Título II, “Horarios comerciales”**, artículos 10 a 15, consta de dos capítulos. El *Capítulo I* regula el horario general y las reglas para determinar el calendario de domingos y festivos habilitados para la apertura comercial. Y el *Capítulo II* está dedicado a los establecimientos con libertad horaria y a la regulación de las zonas de gran afluencia turística.

El **Título III, “Comercio y territorio”**, artículos 16 a 34, se estructura en cuatro capítulos. Los capítulos I a III desarrollan, con mayor profundidad, la normativa relativa a la ordenación territorial del comercio, así como el régimen excepcional de autorización autonómica de proyectos comerciales con impacto territorial. El *Capítulo IV*, se dedica a la dinamización y mejora de entornos comerciales urbanos.

El **Título IV, “Ventas fuera de establecimiento comercial”**, artículos 35 a 40, se estructura en dos capítulos. El *Capítulo I* se dedica a las ventas fuera de establecimiento comercial, particularmente la venta no sedentaria, única modalidad que puede regular la Generalitat. Por su parte, el *Capítulo II* recoge el resto de los tipos de venta fuera de establecimiento comercial, regulados en la legislación estatal aplicable.

El **Título V, “Ventas promocionales”**, artículos 41 a 61, se divide en ocho capítulos. Los *Capítulos I y II* se refieren al concepto y las obligaciones de información.

Y los *Capítulos III a VIII* regulan las ventas en rebajas; ventas con descuento; ventas con obsequio; ventas en liquidación; ventas de saldos; y venta directa, respectivamente.

El **Título VI, “Gobernanza”**, artículos 62 a 79, consta de cinco capítulos que no presentan variaciones sustanciales respecto a la redacción de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana, y comprenden las siguientes materias: la descentralización administrativa y funcional, así como las Cámaras oficiales de comercio, industria, servicios y navegación; la participación ciudadana; el fomento de la actividad comercial; y la regulación de las ferias comerciales.

El **Título VII, “Régimen de infracciones y sanciones”**, artículos 80 a 88, ha actualizado los conceptos y las cuantías a la legislación superior vigente.

La **Disposición Adicional Primera** recuerda que la competencia relativa a las zonas acústicamente saturadas reside en los ayuntamientos y, por tanto, no están afectados por la normativa autonómica comercial.

La **Disposición Adicional Segunda** contempla las normas relativas a la protección de las personas consumidoras.

La **Disposición Adicional Tercera** introduce la obligación de informar preceptivamente a la conselleria competente en materia de coordinación de ferias comerciales, en determinados procedimientos administrativos.

La **Disposición Adicional Cuarta**, al respecto de las remisiones normativas, indica que las referencias efectuadas en otras disposiciones a las normas que se derogan mediante esta ley se entenderán realizadas a los preceptos correspondientes de ésta.

La **Disposición Transitoria Primera** contiene la autorización comercial autonómica cuando los planes generales de ordenación urbana no prevean zonas de uso comercial al por menor como uso específico.

En la **Disposición Transitoria Segunda** se dedica a las zonas de gran afluencia turística.

La **Disposición Transitoria Tercera** mantiene las disposiciones aplicables al Observatorio del Comercio Valenciano hasta la publicación del desarrollo reglamentario previsto en el apartado 2 del artículo 67.

La **Disposició Transitoria Cuarta** indica que los expedientes en trámite, correspondientes a solicitudes que hayan sido presentados con antelación a la entrada en vigor del reglamento al que hacen referencia los artículos 13, 15 y 24 de esta ley, se han de resolver de acuerdo con la normativa anterior.

Mediante la **Disposició Derogatoria Única** quedan derogadas todas las disposiciones de igual o inferior rango que se opongan a lo que dispone esta ley, en particular la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana y todas sus reformas.

La **Disposició Final Primera** autoriza al Consell para dictar todas las disposiciones necesarias para el desarrollo y debida ejecución y cumplimiento de la ley.

En la **Disposició Final Segunda** se establece la entrada en vigor de la ley, en el día siguiente a su publicación en el Diario Oficial de la Generalitat Valenciana.

III.- OBSERVACIONES DE CARÁCTER GENERAL

PRIMERA

La regulación del comercio, concretamente el exterior y su relación con la sostenibilidad está presente, por su importancia, en acuerdos internacionales.

En este sentido, destaca la relevancia central que presta la Organización Mundial del Comercio (OMC) al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que hacen especial hincapié en el papel que desempeña el comercio en la promoción del desarrollo sostenible y reconocen la contribución que puede hacer la OMC a la Agenda 2030.

En Europa, la política comercial de la Unión Europea se usa como vehículo para fomentar los principios y valores europeos, desde la democracia y los derechos humanos hasta la defensa del medio ambiente y los derechos sociales.

La materia del Anteproyecto de Ley que se analiza, referida al **comercio interior**, ha sido objeto de regulación en diferentes normas de ámbito estatal, con carácter básico, y autonómico.

En el ámbito estatal, la principal norma reguladora del comercio es la [Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista](#), cuyo objeto principal es

establecer el régimen jurídico general del comercio minorista, así como regular determinadas ventas especiales y actividades de promoción comercial, sin perjuicio de las leyes dictadas por las comunidades autónomas en el ejercicio de sus competencias.

Así, en la misma, entre otros aspectos, se abordan los principios generales con los conceptos básicos, la oferta comercial, los precios y las adquisiciones de los comerciantes; las actividades de promoción de ventas, con las ventas en rebajas, de promoción, en liquidación, con obsequio o prima; las ventas especiales con las ventas a distancia, automática, ambulante o no sedentaria, en pública subasta y en régimen de franquicia.

Y en concreto, en su artículo 6 (Apertura, traslado o ampliación de establecimientos comerciales.), en su punto 1 dispone que con carácter general, la apertura, traslado o ampliación de establecimientos comerciales no estará sujeta a régimen de autorización, matizando en su punto 2, que no obstante lo anterior, la apertura, traslado o ampliación de establecimientos comerciales podrá quedar sometida a una única autorización que se concederá por tiempo indefinido cuando las instalaciones o infraestructuras físicas necesarias para el ejercicio de la actividad sean susceptibles de generar daños sobre el medio ambiente, el entorno urbano y el patrimonio histórico-artístico, y estas razones no puedan salvaguardarse mediante la presentación de una declaración responsable o de una comunicación previa.

Otra norma que resulta de aplicación es la [Ley 1/ 2004, de 21 de diciembre, de Horarios Comerciales](#), dictada en el ejercicio de las competencias exclusivas del Estado, en materia de bases de la ordenación de la actividad económica, que pretende fijar un marco estatal de carácter estable, resultado del consenso con las principales asociaciones representantes de las personas consumidoras, de los intereses empresariales, los sindicatos y las Comunidades Autónomas, cuyo objetivo básico es promover unas adecuadas condiciones de competencia en el sector, contribuir a mejorar la eficiencia en la distribución comercial minorista, lograr un adecuado nivel de oferta para las personas consumidoras y ayudar a conciliar la vida laboral y familiar de las personas trabajadoras del comercio. Además, intenta que cada Comunidad Autónoma adecuase su régimen de horarios a las características y al modelo de comercio de cada una de ellas.

En el ámbito de las **comunidades autónomas**, ninguna comunidad cuenta con una ley específica de comercio sostenible, si bien la gran mayoría recoge en sus textos normativos relativos a comercio referencias expresas a la sostenibilidad en la actividad comercial.

En **Andalucía**, su [Decreto Legislativo 1/2012, de 20 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Comercio Interior de Andalucía](#), artículo 31.2, establece que la planificación urbanística de las grandes superficies minoristas debe realizarse de acuerdo con los intereses, entre otros, de la sostenibilidad de los recursos naturales.

En **Aragón**, la [Ley 1/2007, de 27 de febrero, de Actividades FERIALES Oficiales de Aragón](#) indica en el párrafo segundo de su Preámbulo que las actividades feriales son manifestaciones comerciales cuyos principales objetivos son, por un lado, acercar la oferta y la demanda a través de la difusión de las diversas técnicas de producción y distribución y de la promoción de productos, y, por otro lado, procurar la participación de las empresas impulsando, con todo ello, el desarrollo económico sostenible de la zona.

En el **Principado de Asturias**, la [Ley 9/2010, de 17 de diciembre, de comercio interior](#), en su Exposición de Motivos, punto 7, indica que esta ley desarrolla un sistema de distribución comercial eficiente compatible con la defensa de un modelo de desarrollo urbano característico de la mayoría de los países de la Unión Europea, que responde a una idea de ciudad compacta, multifuncional, sostenible y socialmente solidaria. En este sentido, su artículo 17.2 establece que las Directrices Sectoriales de Equipamiento Comercial constituyen un instrumento de planificación y coordinación territorial cuya finalidad básica es orientar y ordenar la incidencia territorial y medioambiental de los usos y los equipamientos comerciales desde la defensa de dicho modelo. Así mismo, el artículo 54.1 d) recoge como una de las líneas principales de actuación de la política de reforma de las estructuras comerciales promover proyectos de desarrollo de un adecuado urbanismo comercial, especialmente en los grandes núcleos de población, en defensa de ese modelo de ciudad compacta, sostenible y socialmente solidaria.

Illes Balears regula su comercio mediante la [Ley 11/2014, de 15 de octubre, de comercio de las Illes Balears](#). En su Exposición de Motivos considera que cuando concurren razones imperiosas de interés general relacionadas con la protección del medio ambiente y la ordenación del territorio, sería un contrasentido exigir la autorización previa para los grandes establecimientos comerciales y que, no obstante, el sentido del silencio administrativo fuera estimatorio. Además, indica que ley pretende preservar el medio ambiente y que, mediante los planes directores sectoriales que

aprobarán los consejos insulares, se proceda a un crecimiento ordenado de los establecimientos comerciales que tenga en cuenta el hecho diferencial de ser un archipiélago, las diferentes características de cada una de las islas y el valor innegable de su medio ambiente.

En **Canarias**, el [Decreto Legislativo 1/2012, de 21 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de las Leyes de Ordenación de la Actividad Comercial de Canarias y reguladora de la licencia comercial](#), en su artículo 43.3.5º, establece que la resolución de concesión de licencia comercial debe tener en cuenta entre sus criterios las medidas previstas por el promotor encaminadas a la sostenibilidad ambiental, las relacionadas con la gestión de residuos, calidad acústica, la utilización de fuentes de energías renovables para el abastecimiento y el consumo energético, así como el uso racional de la energía. Además, la [Ley 3/2001, de 26 de junio, de Artesanía de Canarias](#), en su disposición adicional única, contempla que el Gobierno de Canarias, previo informe de los cabildos insulares, remitirá al Parlamento un Plan de Desarrollo de la Artesanía que contemple las estrategias y medidas necesarias para conseguir un desarrollo diversificado, articulado y sostenible del sector artesanal en Canarias.

En **Castilla-La Mancha**, la [Ley 3/2019, de 22 de marzo, del Estatuto de las Personas Consumidoras en Castilla-La Mancha](#) recoge en su Exposición de Motivos, exponiendo I que en la ley se procede de conformidad con los objetivos de desarrollo sostenible 2030 respecto a los temas relacionados con los derechos de las personas consumidoras. Por otro lado, cabe destacar que el artículo 2 recoge la definición de consumo sostenible y de soberanía alimentaria; el artículo 3 establece entre sus principios de actuación la sostenibilidad, la protección frente a la vulnerabilidad y la pobreza energética y la promoción de un consumo responsable y sostenible; el artículo 5 reconoce el derecho a un medio ambiente saludable que promueva las condiciones necesarias para ejercer un consumo responsable que fomente el desarrollo sostenible y el derecho de acceso a productos y bienes obtenidos y distribuidos según modelos de producción y consumo éticos y sostenibles, participando de forma activa en los procesos circulares de producción y consumo y también en la prevención de residuos y en el reciclaje.

En **Castilla y León**, el [Decreto Legislativo 2/2014, de 28 de agosto, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Comercio de Castilla y León](#), en su artículo 5. f) dispone que entre los principios de actuación de los poderes públicos está la adecuación del equipamiento comercial al territorio de Castilla y León, basada fundamentalmente en la búsqueda del equilibrio de todos los valores afectados por su implantación y la

sostenibilidad del desarrollo urbano y rural. Por otra parte, su artículo 12.1 indica que el Título II tiene por objeto establecer las directrices necesarias para el adecuado desarrollo del equipamiento comercial de los municipios de Castilla y León, así como el régimen jurídico de autorización administrativa para la implantación de los grandes establecimientos comerciales que ejerzan una actividad de comercio minorista capaces de producir efectos relevantes, con incidencia supramunicipal, sobre la sostenibilidad del desarrollo urbano, rural y medio ambiental con el fin de salvaguardar las siguientes razones imperiosas de interés general que no pueden protegerse mediante la presentación de una declaración responsable o de una comunicación previa: la protección del medioambiente y del entorno urbano, y la conservación del patrimonio histórico y artístico.

En **Cataluña**, la Exposición de Motivos del [Decreto-ley 1/2009, de 22 de diciembre, de ordenación de los equipamientos comerciales](#) concreta en su exponendo I que para poder disfrutar de unas poblaciones mejores para todo el mundo hay que promover una gestión urbana sostenible en la que el suelo tiene que ser tratado como un recurso limitado que se ha de utilizar de la manera más eficiente posible, delimitando la localización de los grandes proyectos comerciales de manera estratégica, con el fin de asegurar la accesibilidad mediante los transportes públicos disponibles. De la misma manera, la adopción de criterios de gestión urbana sostenible es necesaria con el fin de obtener el mejor partido posible de los beneficios de la proximidad y de la aplicación de estrategias adelantadas de ahorro de recursos, con la finalidad de evitar el incremento de los efectos nocivos sobre el medio ambiente que comportan determinadas implantaciones comerciales periféricas. En el exponendo II se menciona la necesidad de impulsar un modelo de urbanismo comercial basado en la ocupación y la utilización racional del territorio, con usos comerciales que permitan un desarrollo sostenible. Por su parte, el exponendo III se refiere a la idoneidad y proporcionalidad de un mecanismo de control previo al ejercicio de determinadas actividades comerciales, que prevé examinar, en primer lugar, la adecuación del proyecto al planeamiento urbanístico vigente y a la localización adecuada y, posteriormente, se valora el impacto medioambiental del proyecto sobre el territorio. En esta línea el artículo 4.2 a) indica que los principios rectores de la norma persiguen, entre otros, favorecer la cohesión social junto con la cohesión ecológica, económica e institucional que conforman de manera conjunta e indisoluble la sostenibilidad pretendida. Además, el artículo 9.1.b) establece que la ordenación del uso comercial está condicionada a los contenidos, criterios y parámetros urbanísticos,

preservación del suelo agrario, desarrollo rural, de movilidad y de sostenibilidad ambiental, de eficiencia energética y de preservación del patrimonio histórico-artístico.

En **Extremadura**, la [Ley 3/2002, de 9 de mayo, de Comercio, de la Comunidad Autónoma de Extremadura](#), en su artículo 36, relativo a la implantación de equipamientos comerciales colectivos y grandes superficies comerciales, en su punto 5, dispone la implantación de grandes superficies comerciales y de equipamientos comerciales colectivos atenderá a criterios de cohesión territorial, evitando la instalación de equipamientos aislados no articulados con las tramas urbanas consolidadas, así como los desplazamientos ineficientes y medioambientalmente no sostenibles.

Galicia regula su comercio a través de la [Ley 13/2010, de 17 de diciembre, del comercio interior de Galicia](#). La Exposición de Motivos incluye la estructura de su contenido y destaca que el título I explicita los principios informadores o rectores del texto, entre los que señala el desarrollo equilibrado y sostenible de las actividades comerciales en Galicia, tal y como se recoge posteriormente en su artículo 3.b). Por otra parte, el artículo 26.1 entiende por ordenación comercial el conjunto de actuaciones llevadas a cabo por la administración a los efectos de lograr la adecuada vertebración de la actividad comercial, así como el desarrollo equilibrado y sostenible de la actividad comercial compatible con la adecuada distribución y ordenación del territorio y con la protección al medio ambiente.

En la **Región de Murcia**, la [Ley 11/2006, de 22 de diciembre, sobre Régimen del Comercio Minorista y Plan de Equipamientos Comerciales de la Región de Murcia](#), en su disposición adicional, dispone que 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. Por otra parte, la [Ley 1/2014, de 13 de marzo, de Artesanía de la Región de Murcia](#), en su Preámbulo especifica que la ley está en sintonía con la estrategia de Europa 2020, para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador.

La **Comunidad Foral de Navarra**, en su [Ley Foral 17/2001, de 12 de julio, reguladora del comercio en Navarra](#), artículo 2.2, establece como principio rector el crecimiento armonioso y equilibrado de actividades comerciales aspirando a un desarrollo sostenible

del entorno urbano. En similares términos se expresa el artículo 16.f), relativo a la instalación de establecimientos comerciales.

La **Comunidad Autónoma de La Rioja** regula la materia de comercio en su [Ley 3/2005, de 14 de marzo, de Ordenación de la actividad comercial y las actividades feriales en la Comunidad Autónoma de La Rioja](#). El artículo 22, relativo a las funciones del Consejo Riojano de Comercio, en su punto 2, dispone que dicho consejo formulará las propuestas de actuación que estime convenientes para el fomento de la eficiencia de las estructuras y equipamientos comerciales que, partiendo de los principios de un desarrollo sostenible, la innovación tecnológica y la protección del medio ambiente y entorno urbano, atiendan a las necesidades de los consumidores con el mejor nivel de servicios.

SEGUNDA

El Comité Econòmic i Social de la Comunitat Valenciana quiere poner de manifiesto que en la sesión plenaria del día 17 de septiembre de 2010, emitió el correspondiente [dictamen al Anteproyecto de Ley, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana](#). El texto de la ley incorporó observaciones efectuadas por el CES CV, relacionadas con los artículos 7 (condiciones generales), 18 (calendario de domingos y otros días festivos), 33 (Autorización de establecimientos comerciales de impacto territorial), 34 (Procedimiento para la solicitud de autorización comercial autonómica), 62 (Disponibilidad de existencias), 88 (Participación en la acción pública) y 104 (Infracciones graves).

En la sesión plenaria celebrada el día 6 de julio de 2020, el CES CV emitió el [dictamen al proyecto de decreto, del Consell, por el que se aprueba el Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana \(PATSECOVA\)](#) en el que valoraba positivamente la iniciativa de la elaboración de este Plan con un claro enfoque medioambiental orientado al sector, alineado con un nuevo modelo productivo basado en la sostenibilidad y consideró necesario realizar una revisión del mismo, con el fin de adaptarlo a los drásticos cambios económicos, de consumo y sociales derivados de la crisis ocasionada por la covid-19, que afectaban en gran medida al sector comercial.

TERCERA

El Informe sobre el Medio Rural en la Comunitat Valenciana aprobado por el Comité el 15 de julio de 2020 refuerza el compromiso de esta Institución por atender las

especificidades y necesidades del medio rural en nuestra Comunitat. Para ello, propone aplicar un mecanismo de verificación en los dictámenes que emita cuando entienda que la norma a dictaminar pueda tener un impacto importante en el medio rural.

En cumplimiento de lo anteriormente expuesto, el Comité observa que este anteproyecto de ley ha tenido en cuenta la realidad del mundo rural de nuestra Comunitat con menciones explícitas a lo largo del texto normativo como son las siguientes:

- En el **exponendo IV** de la Exposición de Motivos, al tratar los principios de buena regulación, previstos en el artículo 129 de la Ley 39/3015, de 1 de octubre, de Procedimiento Administrativo Común de las administraciones públicas, en cuanto al principio de eficiencia, se indica que esta ley es el instrumento más adecuado para la consecución de los objetivos de política de comercio interior autonómica, pues al tratarse de una norma de rango legal permite una regulación integral en todos los ámbitos de actuación, materias que solo pueden instrumentarse a través de una ley, incluyendo el desarrollo de criterios de ordenación de la estructura comercial del territorio, que refuercen la vinculación y permanencia de la población en los municipios, la reducción de desplazamientos, la consolidación y crecimiento del comercio de proximidad, como base de asentamiento de la población y como medida correctora del fenómeno de despoblación de los centros comerciales urbanos y los núcleos rurales.
- En el **artículo 16 (Objetivos de la ordenación comercial)**, en el punto 2, apartado g), se indica que la política comercial dirigida a la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía se basa en salvaguardar el comercio existente en el espacio rural valenciano y en áreas de baja densidad demográfica y en ámbitos en que se están produciendo procesos de desertización comercial, para su importante función social y de servicio en el mantenimiento de mejores condiciones de vida de la población residente en estos ámbitos.
- En el **artículo 19 (Normas para el tratamiento de la actividad comercial en el planeamiento urbanístico)**, el punto 1, apartado j) dispone que los planeamientos, para la ordenación del suelo destinado a usos terciarios comerciales, deben tener en cuenta, entre otros criterios, la consideración de crecimientos adaptados a las necesidades y características de los municipios integrantes del sistema rural.
- El **artículo 32 (Otros ámbitos de actuación preferente)**, en el punto 4, indica que la conselleria competente en materia de comercio en colaboración con otros departamentos de la Generalitat, los ayuntamientos y los agentes económicos y

sociales deben de impulsar en las zonas rurales, y especialmente en los municipios con riesgo de despoblamiento, la realización de acciones específicas de promoción y modernización de los tejidos y equipamientos comerciales y de apoyo a la venta no sedentaria, con el fin de mantener las adecuadas condiciones de calidad de vida de la población.

- En el **artículo 71 (Finalidades de la actuación pública)** y relacionado con el punto 13 de este artículo, se señala que la Generalitat debe promover por medio de sus instituciones, y especialmente, a través de la conselleria competente en materia de comercio y de las cámaras oficiales de comercio, industria, servicios y navegación de la Comunitat Valenciana, actuaciones tendentes a la consecución de, entre otros objetivos, impulsar que la población de las zonas rurales, especialmente la de los municipios en riesgo de despoblamiento tengan el mayor acceso posible a los servicios de comercio.

En clave de desarrollo territorial, el CES-CV incide en el papel estratégico que el comercio sostenible debe desempeñar en el medio rural, dado que puede convertirse en un factor de generación de rentas y empleo necesarias para el asentamiento de la población en estas zonas.

CUARTA

En el apartado V de la exposición de motivos se enumera la estructura de la ley. Respecto al título II, regulatorio de horarios comerciales, enuncia el acuerdo propiciado durante la IX legislatura que “significó el final de una época convulsa, que escondía el resto de las cuestiones, reguladoras o de gestión, que los poderes públicos debían considerar para colaborar con la buena marcha de un sector económico tan importante como el del comercio minorista”. Actualmente, la X legislatura se ha visto marcada por el impacto de la covid-19. En un sector de actividad declarada esencial tuvo un impacto de gran relevancia tanto en materia de ventas como en la afección al empleo unido a las restricciones derivadas del [RD 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el covid-19](#), que no se mencionan ni contemplan en los motivos de la ley.

Del mismo modo, el informe de evaluación del impacto de género analiza datos de forma muy concluyente pero referidos en su última actualización al cuarto trimestre de 2019, periodo anterior a la pandemia. Al mismo tiempo que se actualizan los datos sería

aconsejable valorar la incidencia de la apertura en domingos y festivos en el comercio al detalle.

En este sentido, el CES CV considera necesario contemplar la incidencia de la covid-19 en la evolución del sector del comercio minorista en su triple efecto (económico, social y ambiental) tanto en la exposición de motivos como en el informe de evaluación del impacto de género.

QUINTA

El Comité Econòmic i Social de la Comunitat Valenciana considera oportuno que se evalúen cuestiones relacionadas con el comercio electrónico, puesto que, dado el dinamismo del sector y motivado por el notable incremento experimentado por la compra online, pueden generar un importante impacto territorial y una incidencia en la movilidad urbana en la Comunitat Valenciana.

IV.- OBSERVACIONES AL ARTICULADO

TÍTULO I. Disposiciones generales

CAPÍTULO I. Ámbito de la ley y conceptos básicos

Artículo 2. Actividad comercial

En el punto 1, apartado c) de este artículo, en alineamiento con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), desde el CES CV se considera necesario que se incluya en la contribución al desarrollo sostenible las actuaciones encaminadas a la creación de puestos de trabajo decente tal y como se recoge en las metas 8.3. y 8.5.

En el punto 2, apartado c), al final del párrafo se indica "...personas consumidoras, usuarias y trabajadoras".

El Comité considera que tal y como está redactado este párrafo da la impresión de que se refiere a personas consumidoras, usuarias y trabajadoras, por lo que se propone la siguiente redacción "...personas consumidoras y usuarias, y de las personas trabajadoras".

CAPÍTULO III. Oferta comercial

Artículo 7. Condiciones de la oferta

El Comité considera necesario añadir la última modificación que se ha incorporado a la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista (concretamente, la realizada a su artículo 9 por la disposición final tercera del [Real Decreto-ley 6/2022, de 29 de marzo, por el que se adoptan medidas urgentes en el marco del Plan Nacional de respuesta a las consecuencias económicas y sociales de la guerra en Ucrania](#)), que establece que *excepcionalmente, cuando existan circunstancias extraordinarias o de fuerza mayor que lo justifiquen, los establecimientos comerciales podrán suspender con carácter temporal la prohibición prevista en el punto 3 de limitar la cantidad de artículos que puedan ser adquiridos por cada comprador. Estas medidas deberán estar justificadas y se adoptarán de manera proporcionada cuando sea necesario para impedir el desabastecimiento y garantizar el acceso de los consumidores en condiciones equitativas*”.

CAPÍTULO IV. Precios

Artículo 9. Publicidad de los precios

El CES CV solicita que la ley autonómica permita publicitar los precios también de forma más comercial, por lo que considera necesario añadir en el punto 1 de este artículo el siguiente texto:

“(…) Podrán indicarse también referencias de precios más comerciales de manera complementaria a la exigida por la ley vigente, evitando en todo caso la posible confusión o engaño que se pudiera generar a las personas consumidoras a la hora de visibilizar los diferentes precios”.

TÍTULO II. Horarios comerciales

CAPÍTULO I. Horario general

Artículo 11. Apertura comercial en domingos y festivos

En el punto 3 de este artículo, desde el Comité se emplaza a contemplar la justificación de establecer los cierres en las fechas señaladas y se propone completar la redacción de este punto haciendo mención expresa al Acuerdo de la Lonja, concretado en la [Ley 3/2018, de 16 de febrero, de la Generalitat, por la que se modifican los artículos 17, 18 y 22 y](#)

[disposición transitoria cuarta, de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de comercio de la Comunitat Valenciana](#), que trasladaba la petición de las entidades miembros del Observatorio del Comercio Valenciano.

Por tanto, el texto de este punto sería el siguiente:

“3. En ningún caso se podrá abrir al público los siguientes domingos y festivos: 1 de enero, 6 de enero, 1 de mayo, 9 de octubre y 25 de diciembre, o bien el 26 de diciembre, cuando este sea declarado festivo por traslado de la fiesta de Navidad, tal y como se contempla en lo que se ha venido a llamar el Acuerdo de la Lonja.”

Artículo 13. Competencia municipal para la determinación de domingos y festivos habilitados para la apertura comercial

Punto 1, apartado b)

El CES CV considera necesario ajustar el concepto de catástrofe, recogido en el apartado b) del punto 1, mediante la referencia concreta a la legislación autonómica reguladora de esta situación, con el fin de dotar de mayor seguridad jurídica a la norma, evitando interpretaciones sin base legal, por lo que propone la siguiente redacción:

1. (...)

“b) Excepcionalmente, en caso de declaración de emergencia catastrófica, según lo establecido por el artículo 12.4 de la Ley 13/2010, de 23 de noviembre, de Protección Civil y Gestión de Emergencias, y atendiendo las normas dictadas por el Consell o el presidente, habilitar como laborables los domingos y festivos necesarios para asegurar el correcto abastecimiento de la población”.

CAPÍTULO II. Horarios especiales

Sección segunda. Zonas de gran afluencia turística

Artículo 15. Zonas de gran afluencia turística

El Comité entiende que debe eliminarse la referencia al “*ámbito autonómico*” en el punto 3 de este artículo, pues hay organizaciones de ámbito estatal que son las más representativas en la Comunitat Valenciana y puede dar lugar a diferentes interpretaciones a la hora de formar parte de los órganos de representación institucional del sector, como es el caso del Observatorio del Comercio Valenciano.

Por lo tanto, se propone el siguiente redactado a dicho punto:

“3. La declaración de zona de gran afluencia turística se lleva a cabo por la dirección general competente en materia de comercio a solicitud del ayuntamiento interesado, con audiencia previa del Consejo Local de Comercio o, si no existe, de órgano parecido, y de las entidades empresariales, sindicales y de defensa de las personas consumidoras más representativas del sector en la Comunitat Valenciana”.

Además, el CES CV estima conveniente que reglamentariamente se establezcan criterios que permitan resolver las posibles controversias relacionadas con las solicitudes a los ayuntamientos de la declaración, modificación o derogación de Zona de Gran Afluencia Turística (ZGAT), instadas por terceros cuando concurren los requisitos legales.

En este sentido, la sentencia 1678/2019, de 5 de diciembre de 2019, de la sección 3ª de la Sala de lo contencioso-administrativo del Tribunal Supremo, en su fundamento de derecho segundo indica que los Ayuntamientos se encuentran obligados a formular propuestas de declaración o modificación de zonas de gran afluencia turística cuando concurren los requisitos legales y estos se justifiquen adecuadamente.

TÍTULO III. Comercio y territorio

CAPÍTULO I. Disposiciones generales

Artículo 16. Objetivos de la ordenación territorial

En el apartado h) del punto 4, el CES CV considera más adecuado sustituir el término “solicitaciones” por “demandas”, con el fin de facilitar la comprensión de este apartado.

CAPÍTULO II. Ordenación territorial del comercio

El CES CV recomienda refundir los diferentes instrumentos normativos en materia de ordenación territorial del comercio para facilitar mayor comprensión al conjunto de administraciones, personas y empresas afectadas por la norma.

Artículo 18. Plan de acción territorial sectorial del comercio de la Comunitat Valenciana

El CES CV, en el punto 2, apartado b) valora la conveniencia de sustituir el impulso del trabajo digno por el concepto trabajo decente como objetivo del Plan de acción territorial.

En este contexto es ampliamente aceptada la definición de la OIT (Organización Internacional del Trabajo) sobre trabajo decente, por lo que resulta pertinente adoptar esa definición en los instrumentos normativos autonómicos al poseer mayor alcance en sus características e impacto social.

CAPÍTULO III. Régimen de implantación de los establecimientos con impacto territorial

Artículo 21. Clasificación de los proyectos comerciales según su afección territorial.

El CES estima que los 2.500 metros cuadrados es la dimensión mínima aceptada en diferentes normativas en materia comercial a partir de la cual se establecen criterios de impacto territorial y ambiental, aportando seguridad jurídica al sector, que genera riqueza y empleo en la Comunitat Valenciana.

Asimismo, el Comité considera que es necesario prestar especial atención a la protección de las zonas sensibles que recogen las diferentes normativas sectoriales en materia de sostenibilidad, como el Plan de Acción Territorial de carácter sectorial sobre prevención del Riesgo de Inundación en la Comunitat Valenciana (PATRICOVA) para mayor eficacia de la ley.

En este sentido, por ejemplo, se pronuncia el Decreto 1/2011, de 13 de enero, del Consell, por el que se aprueba la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana en la Directriz 106 relativa a la Implantación de grandes superficies comerciales de impacto supramunicipal, aquellas de más de 2.500 metros cuadrados, y la Ley 6/2014, de 25 de julio, de la Generalitat, de Prevención, Calidad y Control Ambiental de Actividades en la Comunitat Valenciana que, en el punto 13.2.2 del Anexo II, establece los 2.500 metros cuadrados de superficie comercial para indicar si un proyecto requiere de licencia ambiental.

TÍTULO III. Comercio y territorio

CAPÍTULO IV. Dinamización y mejora de entornos comerciales urbanos

Sección segunda. Áreas de promoción económica urbana

El CES CV quiere poner de manifiesto que el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo está tramitando actualmente la futura Ley de áreas de promoción de iniciativas económicas (APIE), cuyo objetivo es establecer un marco común que sienta las bases para su creación y funcionamiento.

En consecuencia, el Comité considera que en el ámbito de la Comunitat Valenciana las áreas de promoción económica urbana deberían regularse mediante una ley específica, como ya ha ocurrido en alguna comunidad autónoma¹, que tenga carácter transversal y esté consensuada entre los diferentes sectores y agentes afectados, respetando en todo caso la libertad de asociación de los establecimientos afectados por el ámbito territorial del área de promoción económica urbana (APEU).

TÍTULO IV. Ventas fuera de establecimiento comercial

CAPÍTULO I. Venta no sedentaria

Artículo 39. Ordenanzas municipales

El Comité propone completar la redacción del punto 1, apartado a), y del punto 2, de este artículo, como se recoge a continuación:

“1. La regulación, a través de las ordenanzas municipales, necesariamente, deberá especificar:

- a) Los perímetros o lugares determinados, públicos o privados, donde se podrá realizar la venta no sedentaria, **sin perjuicio del comercio establecido**.

(...)

2. Las ordenanzas municipales pueden prever la regulación de la venta directa por las personas dedicadas a la agricultura y la ganadería de los productos agropecuarios en estado natural y en su lugar de producción, con sujeción, en todo caso, a los requisitos aplicables establecidos por la normativa vigente, en especial, **en materia de salud pública, consumo y comercio**”.

Además, en el punto 2, el CES CV estima conveniente aclarar qué se entiende por “*su lugar de producción*”.

¹ [Ley 15/2020, de 22 de diciembre, de las áreas de promoción económica urbana](#), de la Comunidad Autónoma de Cataluña.

TÍTULO V. Ventas promocionales

CAPÍTULO II. Obligaciones de información

Artículo 42. Información sobre limitaciones esenciales

En el punto 2, referido a las limitaciones temporales, el CES CV entiende que debe especificarse que la información a la que hace mención deberá exponerse en los establecimientos físicos y, caso de que la empresa disponga de página web en la que, de igual forma, venda on line los productos, deberá constar aquella también en la misma. Además, si habitualmente anuncia los precios a través de sus propias redes sociales, dicha información también deberá hacerse constar en las mismas. Aparte del establecimiento, la web y las redes sociales (RRSS) del establecimiento, también se debería ampliar o modificar el texto para dar entrada a la información que pueda aparecer en las propias aplicaciones móviles.

Por tanto, el CES CV propone la siguiente redacción:

“2. Limitaciones temporales: la empresa anunciante debe informar sobre la duración de la oferta promocional e indicar, de manera inteligible, visible y legible, la fecha de comienzo y de finalización en los establecimientos, así como en la página web, las redes sociales o las aplicaciones de móviles asociadas a la empresa, cuando venda on line los productos”.

CAPÍTULO III. Ventas en rebajas

Artículo 48. Temporada de rebajas

Respecto al punto 2 del artículo 48, además del establecimiento, la web y las redes sociales (RRSS) del establecimiento, el CES CV estima que se debería ampliar o modificar el texto para dar entrada a la información que pueda aparecer en las propias aplicaciones móviles de los establecimientos.

CAPÍTULO IV. Ventas con descuento

Artículo 50. Concepto

En coherencia con el artículo 42, punto 2, y el artículo 46, punto 2, apartado d), del anteproyecto de ley, relativos a las ventas promocionales, el CES CV propone añadir dos puntos a este artículo para dar mayor claridad y garantía a las personas consumidoras

respecto a las ventas con descuento. La redacción de los nuevos puntos 3 y 4 sería la siguiente:

“3. El producto deberá formar parte del stock de tienda al menos 30 días antes.

4. Obligación de identificar claramente en la publicidad de las campañas las fechas de inicio y fin.”

CAPÍTULO VI. Ventas en liquidación

Artículo 56. Régimen jurídico

En el marco de la legislación estatal el Comité entiende conveniente que se pongan en marcha los mecanismos suficientes con el fin de evitar una mala praxis del concepto de ventas en liquidación.

TÍTULO VI. Gobernanza

CAPÍTULO III. Participación ciudadana

Artículo 68. Consejos locales de comercio

El CES CV propone añadir en este artículo que el reglamento de organización y funcionamiento de los Consejos Locales será aprobado mediante acuerdo del Pleno de la corporación y fijará la composición, el régimen de reuniones y las materias que deberán ser sometidas al Consejo.

El Comité considera que, en su composición, al menos, deberán estar representados todos los grupos políticos de la Corporación municipal, el sector comercial, las organizaciones de personas consumidoras y usuarias, de vecinos y los agentes económicos y sociales del sector más representativos.

CAPÍTULO IV. Fomento de la actividad comercial

Artículo 71. Fines de la actuación pública

El CES CV entiende que en el punto 4 de este artículo debe sustituirse el término “calificación” por “cualificación”.

Además, en relación con este artículo, desde el Comité se propone añadir un nuevo objetivo, que sería el 14 con la siguiente redacción:

“14. Potenciar el conocimiento entre las personas consumidoras y usuarias, a través de las Asociaciones que los representan, el comercio sostenible y las pautas a realizar en los hábitos de compra y consumo para llevar a cabo un consumo responsable”.

Artículo 73. Impulso a la formación comercial

En el punto 1 de este artículo debe remplazarse el término “*desenrolle*” por “*desarrolle*”.

CAPÍTULO V. Ferias comerciales

Artículo 76. Ferias comerciales

Como se ha recogido en la observación al punto 1 del artículo 73, debe sustituirse el término “*desenrollen*” por “*desarrollen*”.

Artículo 79. Clasificación y promoción de las ferias comerciales

En el punto 2 hay que añadir la preposición “a” para que quede la redacción siguiente:

“2. La Generalitat deberá promocionar las ferias comerciales oficiales que sirvan a los intereses generales (...)”.

V.- CONCLUSIONES

El Comité Econòmic i Social de la Comunitat Valenciana considera que las observaciones contenidas en el presente dictamen contribuirán a mejorar el Anteproyecto de Ley, de la Generalitat, de comercio sostenible, sin perjuicio de las consideraciones que puedan realizarse en el posterior trámite parlamentario.

Vº Bº El presidente
Arturo León López

La secretaria general
Ángeles Cuenca García

VOTO PARTICULAR QUE PRESENTA EL GRUPO I AL ANTEPROYECTO DE LEY DE LA GENERALITAT, DE COMERCIO SOSTENIBLE DE LA COMUNITAT VALENCIANA.

En sesión Plenaria del día 4 de julio de 2022, han sido votadas las enmiendas presentadas por los representantes de CCOO-PV y UGT-PV, a los siguientes artículos del Anteproyecto de Ley a dictaminar:

PRIMERA.- Artículo 15.6. Adición al Dictamen.

El CES-CV considera que, con carácter previo a la ampliación y a la prórroga automática, sería aconsejable disponer de un estudio exhaustivo sobre los impactos sociales, económicos y ambientales derivados con resultados claros y objetivos sobre la idoneidad de la medida tanto en duración como en el mecanismo de prórroga, en nuestro territorio y que incorpore en su caso los resultados cuantitativos y cualitativos en empleo, en facturación y competencia en todos los ámbitos del sector así como en impacto medioambiental. El CES CV recomienda también la evaluación ex post de las medidas que se adopten para la eficacia de las mismas en el sentido del cumplimiento de los objetivos pretendidos por la ley.

SEGUNDA. – Artículo 67.2. Adición al Dictamen.

Aun cuando el apartado 4 del artículo 6 del vigente Decreto 55/2001, de 13 de marzo, del Gobierno Valenciano, por el que se regula el Observatorio del Comercio Valenciano, establece que: *“Los acuerdos serán adoptados por mayoría de votos de los asistentes, dirimiendo los empates el voto de quien presida la sesión”*, para la adopción de acuerdos tendentes a formalizar una propuesta a la conselleria competente, como es el supuesto contemplado por la letra a) del apartado 2 del Artículo 12 del Anteproyecto de Ley objeto del dictamen, la exigencia de la Ley es la de obtener 2/3 de votos favorables.

La actual composición del Observatorio dificulta, cuando no impide, que las propuestas de una amplia parte de miembros del Observatorio puedan prosperar alcanzando dos tercios de los votos favorables habida cuenta de la infrarepresentación de éstas, lo que motiva en la práctica que la garantía de participación, en igualdad de condiciones que el resto de representadas sea inexistente.

En consecuencia, el CES CV considera que el apartado 2 del artículo 67 del Anteproyecto de Ley, debería resolver esta cuestión y establecer en su redacción, que, en todo caso, la composición se ajustará a las entidades más representativas que la integran.

En ambos casos, el resultado de la votación ha sido 8 votos en contra de las enmiendas, 3 abstenciones y 7 votos a favor.

El **Grupo I** ha anunciado el **VOTO PARTICULAR** en la sesión plenaria.

El presente **VOTO PARTICULAR** al dictamen del Anteproyecto de Ley de Comercio Sostenible se fundamenta en las siguientes causas:

PRIMERA.- Respecto al artículo 15.6 del Anteproyecto de Ley de Comercio Sostenible, consideramos que el dictamen debería recoger, con carácter previo a la aprobación de la ley, a la realización de un estudio de impacto sociolaboral y ambiental en el que se contemplen la evolución en el empleo y la calidad del mismo consecuencia de la declaración de zona de gran afluencia turística. Todo ello, sin perjuicio del correspondiente análisis de variables medioambientales como la cantidad de residuos y consumo energético y de recursos, el número de desplazamientos motorizados y la evolución de la calidad del aire consecuencia de la movilidad a aquellos establecimientos comerciales que, como consecuencia de la ZGAT, se permite la apertura comercial en domingos y festivos.

Resulta del todo incomprensible que los sucesivos marcos normativos tanto estatal como autonómico hayan modificado el régimen de apertura comercial en domingos y festivos sin haber evaluado las medidas ni *ex ante*, ni *ex post*. La modificación que presenta el anteproyecto de ley objeto de dictamen pretende declarar la prórroga automática por un periodo de 7 años. Consideramos desde el **Grupo I** que, en un contexto económico y social de gran incertidumbre, en la situación actual en la que el *Consell* procedió a la declaración de emergencia climática, con las consecuencias de la pandemia del COVID-19 aún sin restablecer en toda su amplitud, lo mínimo que puede recoger el CES CV en su dictamen es a instar a la Administración Pública a evaluar las consecuencias sociolaborales y ambientales de esta medida.

SEGUNDA.- Respecto al artículo 67.2. del texto del anteproyecto de ley, consideramos que el dictamen no recoge una situación de completa anomalía en la composición del Observatorio de Comercio promulgado por el artículo 6.4 del Decreto 55/2001 y que el texto del anteproyecto no viene a corregir, sino que agranda esta brecha. Actualmente, de los 34 miembros que componen el Observatorio, 23 resultan nombrados por alguna asociación o entidad empresarial, mientras que únicamente 3 representan a las personas trabajadoras y otras 3 a las personas consumidoras y usuarias. Desde el Grupo I consideramos que aspectos tan relevantes como la mayoría cualificada de 2/3 que se solicita en el artículo 12.2 del anteproyecto por citar un ejemplo, en la práctica, no responden a una composición equilibrada del órgano que ha de acordar las medidas.

Por todo ello,

SOLICITAMOS

Que se tenga por presentado el presente **VOTO PARTICULAR** al Dictamen del Anteproyecto de Ley de Comercio Sostenible uniéndose al Dictamen aprobado por el Pleno en fecha 4 de julio de 2022.

Los abajo firmantes, representantes del Grupo I del Comité Económico y Social de la Comunidad Valenciana.

Juan José Ortega Sánchez

UGT-PV

Yaisel Sánchez Orta

UGT-PV

Clotilde Iborra Alcaraz

CCOO- PV

Isabel Barrajón del Amo

CCOO-PV

Daniel Patiño Miñana

CCOO-PV

En València, a 4 de julio de 2022

A LA SECRETARÍA DEL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL DE LA COMUNITAT VALENCIANA