

**INFORME SOBRE EL
ANTEPROYECTO
DE LEY DE COMERCIO DE LA
COMUNITAT VALENCIANA**

INFORME DEL TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA SOBRE EL ANTEPROYECTO DE LEY DE COMERCIO

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN	3
LA REGULACIÓN DEL SECTOR DEL COMERCIO EN LA COMUNITAT VALENCIANA.....	4
ANALISIS DE COMPETENCIA DEL ANTEPROYECTO DE LEY DE COMERCIO.	5
TRASPOSICION DE LA DIRECTIVA 2005/29/CE DEL PARLAMENTO Y DEL CONSEJO, RELATIVA A PRACTICAS COMERCIALES DESLEALES EN SUS RELACIONES CON LOS CONSUMIDORES EN EL MERCADO INTERIOR, Y DIRECTIVA 2006/123/CE DEL PARLAMENTO Y DEL CONSEJO, RELATIVA A LOS SERVICIOS EN EL MERCADO INTERIOR.....	7
ADAPTACION DE LAS LEYES ESTATALES A LAS DIRECTIVAS EUROPEAS.....	8
ESTUDIO DEL CONTENIDO DE LAS NORMAS DEL ANTEPROYECTO DE LEY DE COMERCIO.	10
Título I.- "Disposiciones Generales, ámbito de la Ley y conceptos básicos".....	11
Título II.- "Ejercicio de la actividad comercial".....	11
Título III.- "Comercio y territorio".	13
Título IV.- "Ventas fuera de establecimiento comercial".	15
Título V.- "Ventas promocionales".....	15
Título VI.- "Gobernanza".....	19
Título VII.- "Régimen de infracciones y sanciones".....	20
VALORACION DEL ANTEPROYECTO DE LEY DE COMERCIO.	20
CONCLUSIONES.	22

INTRODUCCIÓN

Una de las funciones que la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, se ha propuesto reforzar es la de la promoción e impulso de la competencia a través de la detección de posibles situaciones de restricción de la competencia y propuesta, en su caso, de remedios para su adaptación o remoción. Esta función debe ser llevada a cabo, en su respectivo ámbito competencial, por los distintos órganos autonómicos de defensa de la competencia.

Aunque usualmente estas restricciones se originan en las actuaciones de los operadores privados en los mercados, también es posible que la actuación de las Administraciones Públicas tenga una incidencia destacable en las condiciones de la competencia. Las actuaciones de las Administraciones como regulador están guiadas por objetivos de protección del interés público, así reconocidos en las normas de atribución de competencias, pero es deseable evaluar y constatar que el coste para la competencia de esa protección no es desproporcionado y que no existen, por el contrario, mecanismos alternativos menos gravosos desde el punto de vista de la competencia y que, igualmente, alcancen la protección y objetivo público que justifica dicha intervención de la Administración.

Por otra parte, sólo si este análisis se puede efectuar en la fase de elaboración normativa, las recomendaciones que, en su caso, pudieran hacerse, podrían ser asumidas por parte del titular de la iniciativa y recogerse en el texto de la norma.

La aprobación de una nueva norma o regulación es susceptible de tener efectos sobre el funcionamiento de la libre competencia en los mercados. Estos efectos pueden ser negativos, en cuyo caso puede perjudicarse a la competencia, a la libertad de empresa y al bienestar del consumidor. Una regulación que logre la consecución eficaz de los objetivos que persigue sin restringir injustificadamente la competencia es el objetivo de la función consultiva en materia normativa, por lo que una norma es consistente desde el punto de vista de competencia cuando definidos claramente los objetivos de interés público que la animan y presiden, las restricciones a la competencia que se incluyen son las mínimas necesarias para la consecución de esos objetivos de interés público y no existen alternativas menos gravosas para la competencia.

En este contexto, la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación ha presentado públicamente, el día 11 de mayo del año en curso, el Anteproyecto de Ley de Comercio de la Comunitat Valenciana, abriéndose un periodo de consulta, durante el cual pueden recogerse cualquier tipo de mejoras al texto.

LA REGULACIÓN DEL SECTOR DEL COMERCIO EN LA COMUNITAT VALENCIANA.

El Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana atribuye a la Generalitat Valenciana competencia exclusiva en materia de comercio interior y defensa del consumidor.

El comercio está regulado en la Comunidad Valenciana, por la Ley 8/1986 de Ordenación del Comercio y Superficies Comerciales de la Comunidad

Valenciana, la Ley 8/1997 de Horarios Comerciales de la Comunidad Valenciana, por normas de modificación y desarrollo de las normas citadas con antelación, por la Directiva Europea, 2005/29/CE de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, por la Directiva 2006/123/CE, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior, por Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores, por las Leyes 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio, y 25/2009, de 22 de diciembre, de modificación de diversas leyes para su adaptación a la Ley sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio, y por Ley 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista.

La Generalitat Valenciana, respetando las competencias concurrentes del Estado, y tal como se establece en el Estatuto de la Comunidad Valenciana es la competente para la trasposición a nuestro ordenamiento autonómico de las Directivas Europeas.

ANALISIS DE COMPETENCIA DEL ANTEPROYECTO DE LEY DE COMERCIO.

El Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunitat Valenciana tiene asignada la función de promoción de la competencia en su normativa de creación (artículo 119 uno.2 y 119.cinco b) de la Ley 14/2005, de 23 de

diciembre, de la Generalitat, de Medidas Fiscales, de Gestión Financiera y Administrativa y de Organización, de la Generalitat).

El Anteproyecto de Ley de Comercio recoge en el punto II de la Exposición de Motivos que la Generalitat Valenciana tiene competencia exclusiva en materia de comercio interior y defensa del consumidor, sin perjuicio de la política general de precios, la libre circulación de bienes, la legislación sobre defensa de la competencia y la legislación del Estado.

El Anteproyecto de Ley de Comercio presentado por el Conseller de Industria, Comercio e Innovación el 11 de mayo actual, se encuentra en fase de elaboración normativa, por lo que las recomendaciones que este Tribunal pueda realizar, podrían ser asumidas por parte del titular de la iniciativa y recogerse en el texto de la norma.

La Exposición de Motivos proclama que el objetivo de la Ley es promover el comercio, eliminando intervenciones normativas, que en el momento actual han devenido innecesarias, y que limitan la libertad de empresa y de establecimiento, así como la libre circulación de servicios y productos, con el fin de mejorar la competitividad de la Comunitat Valenciana.

A lo largo de siete Títulos distribuidos en 110 artículos, y nueve disposiciones, adicionales, transitorias, derogatorias y finales, se introducen diversas modificaciones legislativas que, de acuerdo con su Exposición de Motivos, son necesarias para la adaptación a la legislación estatal derivada de las Directivas Europeas y para la consecución de determinados objetivos de política económica, y modernización de la regulación del comercio.

La Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia otorga a los órganos de Defensa de la Competencia la facultad de analizar los efectos derivados de una nueva regulación normativa que pueden afectar al

funcionamiento de la libre competencia en los mercados. El mencionado Anteproyecto lo recuerda en el citado punto II de la Exposición de Motivos, por lo que este Tribunal considera necesario abordar, a través del presente Informe, un análisis de competencia del referido Anteproyecto de Ley de Comercio.

TRASPOSICION DE LA DIRECTIVA 2005/29/CE DEL PARLAMENTO Y DEL CONSEJO, RELATIVA A PRACTICAS COMERCIALES DESLEALES EN SUS RELACIONES CON LOS CONSUMIDORES EN EL MERCADO INTERIOR, Y DIRECTIVA 2006/123/CE DEL PARLAMENTO Y DEL CONSEJO, RELATIVA A LOS SERVICIOS EN EL MERCADO INTERIOR.

El Anteproyecto de Ley de Comercio reconoce en la Exposición de Motivos que las Directivas Europeas mencionadas obligan a la modificación de la legislación autonómica para adecuarla a estas normas, por tanto, analizaremos en primer lugar si se recoge adecuadamente el espíritu de la directiva.

La Unión Europea tiene entre sus objetivos la consecución de un verdadero mercado interior, lo que implica un espacio sin fronteras interiores en el que esté garantizada la libre circulación de servicios. Las Directivas pretenden erradicar el exceso de trámites administrativos, la inseguridad jurídica que rodea las actividades transfronterizas y la falta de confianza entre los Estados miembros.

Se propugna una revisión, eliminación y, en su caso, justificación de los procedimientos de autorización administrativa, su simplificación, la eliminación de determinados requisitos que son declarados prohibidos, y la evaluación de

otros. Por tanto, todas aquellas normas que no cumplan con estos preceptos deben ser objeto de especial análisis.

Las citadas Directivas Europeas contienen una serie de principios de obligado cumplimiento para los Estados Miembros que implican que su vulneración atentaría contra la esencia del Ordenamiento Comunitario. Por tanto, el presente Informe se basa en el respeto jurídico a las normas aprobadas por el Parlamento y Consejo de Europa.

ADAPTACION DE LAS LEYES ESTATALES A LAS DIRECTIVAS EUROPEAS.

La legislación estatal se ha adaptado a las Directivas 2005/29/CE y 2006/123/CE básicamente con las siguientes normas:

-Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios.

-Ley 17/2009, de 22 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.

-Ley 25/2009, de 22 de diciembre, de modificación de diversas leyes para su adaptación a la Ley sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.

-Ley 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista.

Esta última Ley (LORCOMIN) se relaciona directamente con el Anteproyecto de Ley del Comercio de la Comunidad Valenciana, que estamos analizando y, en este sentido, este Tribunal pone de manifiesto la coincidencia de criterio con las objeciones que la CNC advirtió en su informe de 6 de mayo de 2009 respecto a dicha Ley y que, sucintamente, se exponen a continuación:

1º. El carácter restrictivo de la competencia de la licencia comercial autonómica.

2º. La insostenibilidad de fundamentar la licencia autonómica de apertura de grandes establecimientos en motivos de carácter económico.

3º. La conveniencia de eliminar la licencia comercial específica para grandes establecimientos comerciales.

4º. La necesidad de fundamentar el establecimiento excepcional de una licencia específica para grandes superficies en razón de interés general no protegidas por otras Administraciones, y de evitar que la autorización produzca daños desproporcionados a la libertad de empresa.

5º. La pertinencia de eliminar la definición de “gran establecimiento comercial”.

Coincide también este Tribunal en lo señalado por la CNC cuando argumenta que la necesidad de liberalizar este sector del comercio trasciende el mero ejercicio de trasposición de la Directiva de Servicios destacando que resultaría altamente conveniente aprovechar el impulso de dicho proceso para acometer otras actuaciones como:

A) Eliminar la regulación de la prohibición de venta a pérdida, ya que supone una protección cualificada que no se justifica en la mera defensa de la competencia o de los consumidores.

B) Eliminar la restricción de las rebajas a periodos determinados, ya que supone una importante restricción al comportamiento en el comercio minorista.

ESTUDIO DEL CONTENIDO DE LAS NORMAS DEL ANTEPROYECTO DE LEY DE COMERCIO.

La nueva Ley pretende regular de manera amplia y sistemática la actividad comercial en el ámbito de la Comunidad Valenciana, estructurándose en siete Títulos. El primer Título contiene las Disposiciones de carácter general, el segundo regula el ejercicio de la actividad comercial, el tercero se dedica a las relaciones e implicaciones entre el comercio y el territorio en el que se ejerce, el cuarto regula las ventas fuera de establecimiento comercial, el quinto a las ventas promocionales, el sexto trata de la “Gobernanza”, y el último fija el régimen de infracciones y sanciones.

El Anteproyecto recoge avances importantes en materia de comercio que agilizan los trámites administrativos, tales como la ventanilla única y el acceso por medios electrónicos. Es destacable el hecho de que se han evitado en gran medida las prohibiciones absolutas y las autorizaciones previas que se han sustituido por el reforzamiento de las obligaciones de información y por la introducción del principio de buena fe y veracidad como criterio general de control. Todos estos conceptos son altamente recomendables desde el punto de vista de la Competencia, sin embargo, también existen en el Anteproyecto diversos preceptos en los que cabe un claro margen de mejora competitiva, y cuya modificación resultaría recomendable para una eficaz competencia que directamente beneficiaría a las empresas y consumidores .

Analizaremos separadamente cada uno de los Títulos del Anteproyecto.

Título I.- “Disposiciones Generales, ámbito de la Ley y conceptos básicos”.

Destacamos el artículo 4.3 que establece que “mediante disposición legal podrá excluirse la aplicación de la presente Ley a determinadas actividades comerciales”.

Señalamos que la Directiva 2006/123/CE establece la libertad de establecimiento y sólo se podrá supeditar el acceso a una actividad cuando se reúnan las siguientes condiciones:

- 1.- El régimen de autorización no es discriminatorio.
- 2.- La necesidad de un régimen de autorización está justificado por una razón imperiosa de interés general.
- 3.- El objetivo perseguido no se puede conseguir mediante una medida menos restrictiva.

Título II.- “Ejercicio de la actividad comercial”.

Recoge avances importantes en materia de comercio ya que se agilizan los trámites administrativos, tales como la creación de la ventanilla única y el acceso por medios electrónicos. Sin embargo, debemos señalar las siguientes cuestiones.

-Artículo 7.1a) “disponer de las autorizaciones autonómicas y municipales que sean preceptivas para el ejercicio de la actividad comercial”. En principio y

con carácter general no se necesita autorización autonómica, sólo podría justificarse en algún caso concreto, argumentando debidamente el interés general.

Capítulo III.- Horarios comerciales

Sección Primera.- Horario general

-Artículo 17. Horario general. Punto 1 limita el horario de los días laborables a un máximo de 90 horas. Punto 2 limita la apertura de los establecimientos comerciales en domingos y festivos a un máximo de nueve. Punto 3 limita el horario de domingos y festivos a un máximo de 12 horas.

En todos estos casos, las limitaciones citadas suponen restricciones a la libertad de empresa y de establecimiento preconizada por las Directivas Europeas, restricciones éstas que no se justifican en razones imperiosas de interés general.

- Artículo 18. Calendario de domingos y días festivos. Artículo 19, fijación de horario comercial. Artículo 20, publicidad de horarios, traen causa de las limitaciones señaladas en el artículo 17, por lo que se operan las mismas restricciones antes mencionadas.

Sección Segunda. Horarios especiales

- Artículo 21. Establecimientos con libertad horaria. Concede plena libertad para abrir a determinados establecimientos comerciales, que es aceptable desde el punto de vista general de competencia, pero discrimina a otro tipo de establecimientos que carecen de esa libertad, máxime cuando no se argumentan las razones de interés general en que se sustentan.

- Artículo 22. Trata de los establecimientos dedicados exclusivamente a la venta de productos culturales. Establece que estos podrán abrir todos los domingos y festivos del año, con la limitación de que no pueden superar las 90 horas semanales. Esto supone una discriminación en relación con los establecimientos autorizados en el artículo anterior. En este supuesto tampoco se justifica el interés general que ha provocado esta decisión.

- Artículo 23. Establece horarios excepcionales por razones que, aparentemente, justifican la excepción que, en cualquier caso, no sería necesaria si tuvieran plena libertad.

Título III.- “Comercio y territorio”.

- Artículo 33. Autorización de establecimientos comerciales de impacto territorial.

En el párrafo 1 se establece, con carácter general, que la instalación de establecimientos comerciales no estará sujeta a régimen de autorización comercial.

El párrafo 2 justifica un régimen excepcional de autorización autonómica de establecimientos comerciales, en los supuestos en los que estos puedan generar impacto ambiental, territorial y/o en el patrimonio histórico-artístico. El párrafo 3 establece los criterios para la obtención de la autorización comercial autonómica.

Sin embargo en el párrafo 4 se indica que será preceptiva la obtención de una autorización comercial autonómica para:

a) La implantación de establecimientos comerciales individuales o colectivos que cuenten con una superficie comercial igual o superior a 2.500m², en todos los casos.

Este precepto parece estar en contradicción con lo expresado en la Exposición de Motivos de la Ley que cita, como uno de sus objetivos, la eliminación de intervenciones normativas que limiten la libertad de empresa y establecimiento, con lo establecido en los puntos 1,2 y 3 del mismo artículo 33, y por supuesto con el principio básico de libertad de establecimiento de la Directiva 2006/123/CE.

Lo mismo cabe decir de los apartados c) d) y e) de dicho artículo.

En el apartado b) convendría señalar que el Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunidad Valenciana se debe ajustar a características admitidas como justificación adecuada.

El punto 5 dice, “podrá establecer reglamentariamente, en razón a sus especiales características, excepciones para determinados tipos de establecimientos comerciales que, independientemente de su grado de impacto territorial, puedan quedar exentas de autorización comercial autonómica”. Este punto parece constituir una clara discriminación pues no se justifican expresamente las razones de esa excepción.

- Artículo 34. Procedimiento para la solicitud de autorización comercial autonómica. Artículo 35. Criterios para la concesión de la autorización comercial autonómica. Artículo 36. Resolución administrativa, y el artículo 37. Caducidad de la autorización comercial autonómica: Reiteramos lo expresado con relación al artículo 33 ya que lo manifestado es válido para todos estos preceptos.

Título IV.- “Ventas fuera de establecimiento comercial”.

El Capítulo I regula la venta no sedentaria. El II la venta a distancia. El III la venta domiciliaria. El IV la venta automática, y el V la venta en subasta. Las diferentes formas de venta tienen que regirse por el mismo principio general de no discriminación aplicable para cualquier tipo de actividad comercial.

Título V.- “Ventas promocionales”.

Es de destacar que se han evitado en gran medida las prohibiciones absolutas y las autorizaciones previas que se han sustituido por el reforzamiento de las obligaciones de información y por la introducción del principio de buena fe y veracidad como criterio general de control de este tipo de venta.

Capítulo I.- Disposiciones generales.

Se desarrollan en los artículos 60, 61 y 62.

- Artículo 61. Principio de legalidad y veracidad. El punto 1 establece:” Las ventas promocionales deben respetar la legalidad vigente, en particular, la legislación sobre publicidad ilícita y competencia desleal, y la legislación estatal de ordenación del comercio minorista que resulta de aplicación directa como es el caso de la prohibición de la venta a pérdidas.”

La venta a pérdida se encuentra prevista ya en la Ley de Competencia Desleal en cuyo artículo 17.2 se establece, como excepción al principio general de libertad de precios que la venta realizada a bajo coste, o bajo precio de adquisición, se reputará desleal en los siguientes casos:

- a. Cuando sea susceptible de inducir a error a los consumidores acerca del nivel de precios de otros productos o servicios del mismo establecimiento.
- b. Cuando tenga por efecto desacreditar la imagen de un producto o de un establecimiento ajeno.
- c. Cuando forme parte de una estrategia encaminada a eliminar a un competidor o grupo de competidores del mercado.

Desde el punto de vista de la competencia la práctica de vender por debajo de coste no supone un ilícito anticompetitivo a menos que dicha práctica tenga por objeto algunas de las finalidades previstas en el artículo 17.2 de la Ley de Competencia Desleal. La CNC manifestó en su Informe de 6 de mayo de 2009 que esta práctica debe ser considerada anticompetitiva cuando va acompañada por otras circunstancias como son que la empresa se encuentre en posición de dominio y que su conducta tenga un efecto predatorio, esto es, esté orientada de forma directa a perjudicar significativamente a uno o varios competidores mediante el empleo de medios, de apariencia competitiva, pero no basados en su mayor eficiencia empresarial, con el objeto de mantener o reforzar una posición de dominio que permita que el sacrificio de beneficios a corto plazo suponga mayores ganancias a medio y largo plazo.

En conclusión, esta prohibición no debería estar contemplada en el Anteproyecto de Ley ya que la regulación sobre dicha materia en la LDC y la LCD hace que sea innecesario y redundante, y pueda llegar a favorecer la confusión, por lo que el TDC, que considera que la intención subyacente a la

prohibición de venta a pérdida, más que la defensa del consumidor o de la competencia lo que persigue es reforzar la posición de un determinado sector del comercio frente a otros, por lo que se propone la eliminación de la misma o bien su remisión a las normas legales que la describen.

Capítulo II.- Obligaciones de información.

Se regulan las obligaciones de información a lo largo de los artículos 63, 64, 65, 66 y 67. Nada tiene que objetar este Tribunal en relación con el contenido de dicho articulado por cuanto el mismo evita prohibiciones y autorizaciones previas y lo que hace es incidir en las obligaciones de información y en el principio de buena fe y veracidad como criterio de control de este tipo de ventas que tienen como fin último la protección de los consumidores y usuarios y la lucha contra la competencia desleal.

Capítulo III.- Ventas en rebajas.

Se regulan las ventas en rebajas a lo largo de los artículos 68 que define el concepto de dicha venta, el 69 que regula la temporada de rebajas y el 70 que determina los requisitos específicos.

- Artículo 69. Temporada de rebajas. El Tribunal quiere destacar su contenido que establece: "1.-Las ventas en rebajas sólo podrán tener lugar como tales en dos temporadas anuales; una iniciada al principio de año, y la otra, en torno al periodo estival de vacaciones. 2.- La duración de cada periodo de rebajas será como mínimo de una semana y como máximo de dos meses, de acuerdo con la decisión de cada comerciante dentro de las fechas concretas que fije mediante Orden la Conselleria competente en materia de comercio. 3.- Las fechas de inicio y final de rebajas elegidas deberán exhibirse en los establecimientos comerciales en sitio visible al público, al menos desde el comienzo al final de la venta promocional."

Esta disposición constituye una restricción a la competencia que carece de justificación en motivos de interés general y que únicamente parece pretender controlar el comportamiento de las empresas en detrimento de la oferta en precios y la variedad de opciones para el consumidor. La competencia por hacerse con el mercado de rebajas se traduciría positivamente en la mejora de la calidad de la atención al cliente, así como en la diversidad de la oferta. Por tanto, eliminar la determinación de los periodos de rebajas por vía normativa incrementaría la competencia en el mercado, generando los efectos positivos que se derivan de ésta: menores precios, mejor servicio e incremento del bienestar del consumidor.

En atención a todo lo anterior, se propone que el texto de la ley se modifique, manteniendo los requisitos generales que los comerciantes deben cumplir en la temporada de rebajas para asegurar la adecuada defensa de los consumidores y usuarios, pero que al mismo tiempo se establezca el principio de libertad de empresa en la decisión de los periodos de las temporadas de rebajas.

Los Capítulos IV, V, VI, VII Y VIII regulan las ventas con descuento, las ventas con obsequio, las ventas en liquidación, las ventas de saldos y la oferta de venta directa. A lo largo del articulado se observan determinadas restricciones que este Tribunal considera adecuadas por cuanto tienen por único fin la protección de los intereses de los consumidores y usuarios, hecho éste que se deriva de la simple lectura del articulado de dichos Capítulos (artículos 71,72,73,74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81,82 y 83), incidiendo el mismo en el principio de legalidad, veracidad y disponibilidad de existencias y en la obligación de información por parte del comerciante.

Título VI.- “Gobernanza”.

Pretende erigirse en uno de los instrumentos fundamentales de la Generalitat para el fomento de la actividad comercial.

- Artículo 84. Compromiso de calidad con los ciudadanos. Es de alabar éste artículo ya que, de acuerdo con la Directiva 2006/123/CE, garantiza el libre acceso y ejercicio de la actividad comercial mediante la implantación de sistemas de calidad, la simplificación de trámites administrativos, la racionalización y agilidad de los procedimientos y la accesibilidad del ciudadano a la información y a los servicios por medios electrónicos a través de las ventanillas únicas, iniciativas éstas que favorecerán sin duda la competitividad en el sector.

- Artículo 86. Proximidad de la gestión. El punto 1 dice: “la Generalitat garantizará a los entes locales el derecho a intervenir en la planificación comercial de su territorio, de conformidad con los principios de descentralización y de máxima proximidad de la gestión administrativa a los ciudadanos, mediante la puesta en marcha de mecanismos y actuaciones que impulsen el proceso de modernización y ordenación del comercio local y contribuyan a la mejora de la calidad de los servicios.” El contenido de este artículo puede suponer restricciones a la competencia.

Capítulo V. Ferias Comerciales.

Trata de las Ferias Comerciales, su ámbito de aplicación, la supervisión de las ferias Comerciales y su clasificación. Nada tiene que objetar este Tribunal en dicha regulación ya que la promoción de este sector mediante las

correspondientes Ferias parece una de las medidas más adecuadas de “intervención” siempre que favorezca a todos los comerciantes por igual.

Título VII.- “Régimen de infracciones y sanciones”.

La Directiva 2005/29/CE obliga a los Estados miembros a velar por que existan medios adecuados y eficaces para luchar contra las prácticas comerciales inadecuadas. El Título analizado, de acuerdo con lo antes dicho, describe minuciosamente las infracciones, dividiéndolas en leves, graves y muy graves, establece las sanciones, determina los órganos competentes para resolver las denuncias y regula la prescripción de las mismas así como la prescripción de las sanciones impuestas.

El Tribunal considera que si se atendiesen algunas de las salvedades expuestas en el presente informe, debería modificarse este Título en el sentido de eliminar aquellas infracciones que se vieran afectadas (horarios, periodos de rebajas, etcétera).

VALORACION DEL ANTEPROYECTO DE LEY DE COMERCIO.

La potestad regulatoria debe ejercerse valorando de forma precisa el interés general que se pretende conseguir, estableciendo a continuación un medio adecuado para su consecución y justificando que ese medio cumple con el juicio de proporcionalidad, de tal manera que los medios diseñados para la consecución o protección de ese interés general sean los estrictamente

necesarios para ello y que no existan mecanismos que, siendo igualmente adecuados, no incidan o restrinjan innecesariamente otros objetivos de interés público en juego, entre los que se incluyen, y por lo que hace a las funciones de este Tribunal, la libertad de mercado consagrada en el artículo 38 de la Constitución.

Basándonos en este principio general de defensa de calidad regulatoria, y en las directrices emanadas de las Directivas Europeas citadas en el presente informe, este Tribunal valora positivamente la Ley, pues supone un importante avance en materia de defensa de la competencia con relación a las normas que deroga.

Sin embargo, el TDC desea manifestar que más allá del modelo de “formal trasposición de las Directivas citadas”, se ha desaprovechado una gran ocasión para superar definitivamente el sistema de limitaciones a la libertad del ejercicio de la actividad comercial, tanto en las autorizaciones autonómicas para grandes superficies comerciales, como en las referidas a horarios y apertura de festivos.

Este Tribunal considera negativas a efectos de competencia, las disposiciones relativas a la prohibición de venta a pérdidas, y la regulación restrictiva sobre rebajas, así como la intervención en la planificación comercial de los entes locales, la cual viene regulada en leyes específicas.

En cuanto al interés general que se proclama reiteradamente en el Anteproyecto de Ley, existen algunas excepciones que no se justifican adecuadamente, tal como se señalan en las objeciones que planteamos en el estudio detallado del articulado del Anteproyecto de Ley del Comercio.

Este Tribunal entiende que una mejor regulación y más ambiciosa en la trasposición de la Directiva en el ámbito de la legislación básica estatal, la Ley

de Comercio Minorista (LORCOMIN), en el sentido que apunta el informe de la CNC de 6 de mayo de 2009, hubiera supuesto un marco de referencia más idóneo, desde el punto de vista de la competencia, para la adecuación a la normativa europea, facilitando la necesaria unidad de mercado que este sector requiere para mejorar su competitividad y el cumplimiento de la libertad de establecimiento y el ejercicio de las actividades de servicios en todo el territorio nacional.

CONCLUSIONES.

El Anteproyecto de Ley del Comercio tiene como objetivo principal, tal como indica en su Exposición de Motivos, adoptar medidas que mejoren la competitividad de la Comunidad Valenciana, y para conseguirlo considera necesario modificar la anterior normativa autonómica sobre Comercio, adaptándola a las vigentes Leyes Estatales y a las Directivas Europeas en materia de Comercio. Este Tribunal concluye que:

1.- El Tribunal valora positivamente la adaptación a las Directivas 2005/29/CE y 2006/123/CE ya que se incorporan medidas que agilizan los trámites administrativos, como la ventanilla única y el acceso por medios electrónicos, así como la eliminación de determinadas prohibiciones absolutas y autorizaciones previas que se han sustituido por el reforzamiento de las obligaciones de información y la introducción del principio de buena fe y veracidad como criterio general de control.

2.- El mantenimiento de un procedimiento de autorización especial para grandes superficies (artículo 33.4.a), a pesar de la liberalización que supone el haber aumentado el techo de superficie mínima a partir del cual es exigible y de haber suprimido expresamente cualquier valoración de tipo económico, es, a juicio de este Tribunal, una ocasión perdida de superar un sistema injusto, ineficaz y carente de la debida justificación de los intereses generales y, por tanto, debería haber eliminarse como así lo manifestó este Tribunal en su Informe de fecha 10 de noviembre de 2009 sobre el Proyecto de Ley de Medidas Fiscales, de Gestión Administrativa y Financiera, y de Organización de la Generalitat.

3.- Este Tribunal considera que el Anteproyecto no atiende suficientemente al principio de libertad de empresa en materia de horarios comerciales, puesto que discrimina a determinados establecimientos sin justificarlo suficientemente en razones de orden público, seguridad pública, salud pública, o protección del medio ambiente, ni atiende a la proporcionalidad adecuada para conseguir el objetivo, tal como se recoge en la Directiva 2006/123/CE.

4.- El Anteproyecto prohíbe la venta a pérdidas, sin que las disposiciones relativas a esta materia justifiquen debidamente el interés general que se persigue, además de una posible contradicción con el principio de libertad de precios que establece el artículo 17.2 de la ley de Competencia Desleal.

5.- Este Tribunal considera que la regulación de los periodos de rebajas supone una restricción a la competencia, puesto que no se justifica suficientemente el interés general, y más bien genera un detrimento de la oferta de precios y variedad de opciones para los consumidores.

6.- Sería deseable recoger, a efectos de una competencia más eficaz y beneficiosa para el conjunto de los consumidores y empresas de la Comunidad

Valenciana, las modificaciones que se señalan en este Informe bajo el epígrafe Estudio del contenido de las normas del Anteproyecto de Ley de Comercio.

Valencia a 22 de junio de 2010.