



08

Indicadores de sostenibilidad.

Los indicadores de sostenibilidad permiten plantear distintas alternativas (en base a sus efectos ambientales) durante el propio periodo de redacción del Plan, así como, posteriormente, servir como indicadores de seguimiento sobre los objetivos y efectos del Plan, de forma que la elaboración periódica de los mismos permita comprobar si la realidad territorial se aproxima cada vez más a estos objetivos y si sus efectos sobre el medio ambiente son los previstos.

La mayor parte de estos datos están disponibles mediante fuentes indirectas procedentes del INE, IVE, los Registros administrativos de la DG de Comercio o Consumo, las investigaciones desarrolladas por la Oficina PATECO del Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana que hace estudios periódicos sobre la evolución del comercio valenciano, la cartografía del Sistema de Información Territorial y otros servicios y departamentos de la Generalitat Valenciana.

En concreto, se proponen indicadores de sostenibilidad para los siguientes seis aspectos:

08.1 Indicadores relacionados con la actividad comercial.

1) Indicadores económicos actividad comercial:

- Valor Añadido Bruto generado por el comercio: El valor añadido bruto es el valor de la actividad económica en una determinada zona, es decir, el resultado final de la actividad de producción de las unidades productoras residentes. En este sentido, el VAB es un indicador de la producción total de bienes y servicios de la economía, menos el total de consumos intermedios utilizados en el conjunto de procesos productivos. Es un indicador muy representativo del valor de la economía, ya que también se puede desglosar por epígrafes y realizar un estudio más exhaustivo según el sector que se desee analizar.

- Empleo generado por el comercio minorista: Otro de los indicadores más representativos para la economía, es el nivel de empleo que posea. La medición del empleo, supone tener un indicador global del rendimiento de la economía y de la situación de su mercado de trabajo.

2) Indicadores de dotación comercial:

- Números de puntos de venta comercial minorista.
- Tamaño medio de los establecimientos comerciales.
- Índice de dotación comercial. Expresado en número de establecimientos por cada 1.000 habitantes.
- Índice de superficie comercial. Expresado en superficie comercial por cada 1.000 habitantes.
- Porcentaje de superficie comercial ubicada en GEC's (Grandes Equipamientos Comerciales) sobre el total.
- Superficie Bruta Alquilable en Centros Comerciales por cada 1.000 habitantes.
- Porcentaje de superficie de libre servicio sobre el total comercial.

3) Indicadores de accesibilidad a la oferta comercial:

- Tiempo medio de acceso a las cabeceras comerciales desde los municipios de sus áreas de influencia.
- Tiempo medio de acceso a los GEC's y zonas comerciales urbanas de municipios que cuenten con más de 25.000 habitantes.
- Tiempo medio en el desplazamiento por acto de compra según medio de transporte.
- Nivel de afluencia a los Centros Comerciales, expresados en número de visitas al año.
- N° de supermercados por cada 1.000 habitantes.
- Superficie de venta en supermercados por cada 1.000 habitantes.
- N° de comercios tipologías características de proximidad por cada 1.000 habitantes.
- Superficie de venta tipologías características de proximidad por cada 1.000 habitantes.

4) Indicadores de eficacia de la estructura comercial:

- Número medio de empleados por establecimiento.
- Número de empleados por cada 100 m² de superficie de venta.
- Facturación media por metro cuadrado de superficie de venta.

08.2 La movilidad generada por el comercio: personas y mercancías.

Se establecen a continuación indicadores para evaluar la evolución de la movilidad generada por la actividad comercial, así como otros relacionados con el transporte y distribución de mercancías. En este ámbito se proponen los siguientes indicadores:

- Distribución modal de los desplazamientos por motivos de compra (%): vehículo privado, transporte público, a pie y bicicleta.
- Frecuencia de compra por productos cotidianos y no cotidianos.
- Tn de CO² generada por la afluencia en vehículos privados a establecimientos comerciales que cuenten con una superficie comercial superior a 2.500 m².
- M² de zonas peatonales en zonas comerciales en ciudades de más de 25.000 habitantes.
- Km. de itinerarios ciclistas en ciudades de más de 25.000 habitantes.
- Tasa de motorización por tipo turismo y cada 1.000 habitantes.
- Equipamientos comerciales que cuentan con servicio de transporte público / una parada de transporte público a menos de 500 metros.

Existen pocas fuentes de información al respecto. La fuente de información fundamental será los trabajos de investigación de PATECO y la realización periódica de encuestas de movilidad en los centros comerciales.

08.3 La ocupación del suelo y la fragmentación del territorio.

Se determinarán las superficies ocupadas por cada formato comercial de nuevos equipamientos comerciales durante el período de vigencia del PATSECOVA.

- Superficie transformada y total acumulada.
- Suelo de uso terciario.
- Evolución de la superficie comercial localizada en los polos estratégicos para actividades económicas.
- Índice de accesibilidad de los nuevos formatos comerciales (>2.500 m²) expresados en minutos.
- Densidad residencial (viviendas) y poblacional (habitantes) entorno a un buffer de 1.000 metros en torno a los nuevos formatos comerciales (>2.500 m²).

08.4 Energía y emisiones atmosféricas.

A partir de los datos sobre la movilidad, se pueden hacer valoraciones relativas a la emisión de gases por motivos de transporte en desplazamientos comerciales. También se pueden valorar los efectos provocados por el aprovisionamiento y la distribución de productos de cada centro así como los provocados por los establecimientos (calefacción, refrigeración, facturación eléctrica...).

- Consumo de energía primaria del sector servicios. Consumo anual de energía primaria expresada en toneladas equivalentes de petróleo (tep) expresada en % respecto al total
- Porcentaje del consumo de energía procedente de fuentes renovables respecto al consumo total de energía primaria.
- Emisiones totales de Gases de Efecto Invernadero (GEI) del sector servicios, expresadas como CO² equivalente y presentadas en forma de índice referido a la cantidad asignada del Protocolo de Kioto.
- N° de establecimientos comerciales de más de 2.500 m² de superficie comercial que desarrollan acciones de eficiencia energética.
- N° de establecimientos comerciales de más de 2.500 m² de superficie comercial utilizan sistemas de energía renovable.

08.5 Generación y tratamiento de residuos.

El objetivo de la gestión de residuos es la de reducir la cantidad y la peligrosidad de los residuos, fomentar el reciclaje y su reutilización y facilitar la disponibilidad de instalaciones adecuadas para su tratamiento

- Generación de residuos sólidos urbanos y comerciales (Tn/año).
- Generación de residuo por superficie de venta (Kg. residuos/m²).
- Generación de residuo papel y cartón por el comercio (Tn/año).
- Evolución en el consumo de bolsas comerciales no reciclables.