

## **DECLARACIÓN AMBIENTAL Y TERRITORIAL ESTRATÉGICA PLAN DE ACCIÓN TERRITORIAL SECTORIAL DEL COMERCIO DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (PATSECOVA)**

Trámite	Evaluación Ambiental de Plan de Acción Territorial
Promotor	Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo
Autoridad sustantiva:	Consell
Localización	Comunidad Valenciana
Expediente	026 - 2012 - EAE

La Comisión de Evaluación Ambiental, en sesión celebrada el 17 de abril de 2019, adoptó el siguiente

### **ACUERDO:**

Vista la propuesta de Declaración Ambiental y Territorial Estratégica del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunidad Valenciana (PATSECOVA), en los siguientes términos:

El objeto de la Declaración Ambiental Estratégica y Territorial es evaluar la integración de los aspectos ambientales en la propuesta de plan o programa sujeto a evaluación ambiental estratégica ordinaria conforme a la LOTUP. Para ello verificará todo el procedimiento seguido y analizará los impactos que se deriven por la aplicación del Plan, estableciendo en su caso, las condiciones finales que se deban incorporar en el mismo previamente a su aprobación.

El 29 de noviembre de 2018 la Dirección General de Comercio y Consumo remite la propuesta del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunidad Valenciana (PATSECOVA) y su expediente de evaluación ambiental y territorial estratégica. Tras comprobar la documentación remitida se observó que estaba incompleta realizándose un requerimiento. El 21 de diciembre de 2018 se entrega la documentación completa consistente en:

## EXPEDIENTE DE EVALUACIÓN AMBIENTAL Y TERRITORIAL:

- Estudio Ambiental y Territorial Estratégico con los contenidos del anexo VII.
- Copia de los informes recibidos a las consultas efectuadas.
- Alegaciones presentadas durante el plazo legalmente establecido.
- Plan de Participación Pública.
- Documentos de síntesis de la 1 y 2 participación pública (incluye la justificación de como se han tomado en consideración en la propuesta de Plan).
- Descripción de como se han integrado en el Plan o Programa los aspectos ambientales, funcionales y territoriales, y de como se han tomado en consideración el documento de alcance y el estudio ambiental y territorial estratégico. (en el EATE)
- Descripción de la previsión de los efectos significativos sobre el medio ambiente que se derivarán de la aplicación del Plan. (en el EATE)
- Justificación del cumplimiento de las previsiones legales propias del proceso y Análisis del cumplimiento de los parámetros, determinaciones y documentos exigibles para la formalización del Plan conforme a la legislación aplicable. (Documento propositivo)
- Medidas de seguimiento (en el EATE)

### PROPUESTA DE PLAN:

- \* Alcance y objetivos del Plan
- \* Marco para el análisis territorial
- \* El sector comercial valenciano
- \* Diagnóstico y escenarios de futuro
- \* Documento Propositivo
- \* Normativa
  
- \* Estudios complementarios: Estudio de Paisaje.

## **A. ANÁLISIS DEL PROCESO DE EVALUACIÓN.**

Las fechas más relevantes del proceso de evaluación ambiental seguido han sido:

Presentación de la solicitud de inicio	13/04/12
Emisión del Documento de Alcance del Estudio Ambiental y Territorial Estratégico).	24/10/12
Participación Pública y Consultas de la Versión Preliminar del Plan, del EATE y resto documentación exigible, durante un periodo de 4 meses. Fecha de publicación en el DOGV:	03/06/16 13/06/16
Segunda Participación Pública y Consultas de la Versión Preliminar del Plan, del EATE y resto documentación exigible, durante un periodo mínimo de 20 días. Fecha de publicación en el DOGV:	19/10/18
Solicitud emisión DATE	29/11/18

## **B) ANÁLISIS DEL ESTUDIO AMBIENTAL Y TERRITORIAL ESTRATÉGICO.**

### **B.0) INFORMACIÓN TERRITORIAL:**

El ámbito geográfico de actuación del PAT abarca al conjunto del territorio de la Comunitat Valenciana y, por tanto, a sus tres provincias y los 542 municipios que la componen. El Plan establece determinaciones y criterios en todos los ámbitos geográficos de la Comunitat Valenciana, especialmente en la escala intermedia (Áreas Funcionales Comerciales) y a nivel local, considerando un conjunto de ciudades que ejercen las principales funciones comerciales en el territorio y que se ha denominado Sistema Nodal de Referencia Comercial.

Se han utilizado como base las 15 áreas funcionales definidas por la ETCV, pero en algunas áreas se proponen ligeros cambios en consideración a tres criterios: la proximidad (tiempo y distancia) de algunos municipios a los distintos nodos que conforman la red de ciudades comerciales; la tendencia de la población en sus desplazamientos por motivo de compras; y la capacidad de polarización de los distintos nodos del sistema de ciudades, especialmente por la incorporación de grandes establecimientos comerciales. Además de la información de base estadística y trabajos de campo efectuados, algunos de estos cambios responden a las conclusiones de los talleres territoriales realizados.

La modificación en la delimitación de las áreas funcionales afecta a 24 municipios: Ares del Maestre, Puebla de Arenoso, Montanejos, Ayora, Puebla de San Miguel, Casas Altas, Vallanca, Benagéber, Casas Bajas, Castielfabib, Torrebaja, Ademuz, Onil, Castalla, Ibi, Hondón de los Frailes, Algueña, La Romana, Hondón de las Nieves, Monforte del Cid, Aspe, Novelda, La Vall d'Alcalà y Calpe.

Además de la delimitación de las quince áreas funcionales comerciales definidas, se ha considerado necesario definir, en algunos de estos ámbitos, subáreas funcionales comerciales que permitan una definición más pormenorizada y exacta del patrón de relaciones existentes en cada área funcional.

Los municipios ubicados en subáreas gravitan, en parte, sobre un municipio fuertemente comercial, la subcabecera y, a su vez, toda el subárea que ésta genera es atraída por la cabecera, que posee mayor grado de especialización o intensidad comercial, la cabecera del área. En este caso, los municipios del área funcional tienen una gravitación compartida entre la cabecera y la subcabecera. Las 4 áreas funcionales que se subdividen son Segorbe y Sagunto, Valencia y Valencia interior, Villena y Elda-Petrer, Alicante y Elx.

En cuanto a su aplicación sectorial, el alcance del Plan se circunscribe a la actividad comercial minorista, compuesta por 65.163 puntos de venta y 51.538 empresas (año 2014).

Se desglosan las actividades comerciales minoristas en tres grupos: alimentación (que comprende tanto el pequeño comercio tradicional como los supermercados); no alimentación (comercio tradicional); y comercio mixto y otros. A su vez estos grupos se desglosan en 13 subgrupos: total comercio de alimentación (comercio tradicional, supermercados), comercio

tradicional de no alimentación (vestido y calzado, hogar, resto de no alimentación) y total comercio mixto y otros (grandes almacenes, hipermercados, almacenes populares, comercio ambulante y mercadillos y otros).

### B.1) SITUACIÓN DEL SECTOR.

En el Estado español la competencia sobre el comercio interior está transferida a las Comunidades Autónomas, encargadas de regular los principales aspectos del comercio minorista. No obstante, la Administración General del Estado tiene la potestad de establecer normas básicas cuya finalidad es ordenar la actividad general. Esto supone que, en este ámbito, se produzca un complejo entrecruzamiento de títulos competenciales, tanto estatales como autonómicos, que conlleva un cierto grado de conflictividad jurídica y un grado de aplicación diverso. La normativa estatal es la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista (LOCM) y ha sido modificada varias veces.

La aprobación de la Directiva 2006/123/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, relativa a los servicios en el Mercado Interior (conocida como Directiva de Servicios), también debe tenerse en consideración.

La normativa autonómica de aplicación es la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana (LECOVA), y en su art.31 establece la necesidad de elaborar el presente Plan de Acción Territorial.

También se señala la necesidad de elaborar un Plan de Acción Territorial para el comercio en la directriz 106 de la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana (ETCV):

*“Directriz 106. Implantación de grandes superficies comerciales de impacto supramunicipal*

*1. A los efectos de la estrategia territorial, se definen como grandes superficies comerciales de impacto territorial supramunicipal aquellas implantaciones de suelo terciario de uso predominantemente comercial de más de 2.500 metros cuadrados de superficie de venta o las que así considere un futuro Plan de Acción Territorial sobre la Actividad Comercial en la Comunitat Valenciana.”*

El Plan debe servir como marco obligado de referencia para las actuaciones de las Administraciones Públicas, especialmente las Administraciones Locales, en la ordenación de la actividad comercial, tanto para proceder a autorizar los usos y la apertura de equipamientos comerciales, como para establecer planes o programas de cualquier tipo que afecten al comercio. Además debe servir para establecer criterios de coordinación con otros sectores de actividad o con otras Administraciones implicadas, en el marco general y particular de la ordenación territorial del comercio minorista.

El Plan llega en un momento en que las consecuencias derivadas de la crisis económica han supuesto un freno a la capacidad del sector comercial para crear empleo y riqueza. También el sector se encuentra en un momento de gran incertidumbre por los cambios sociales, culturales y tecnológicos que están produciendo modificaciones en las formas de consumir y están favoreciendo nuevas formas de venta.

El número de pequeños comercios de proximidad de productos alimenticios está descendiendo y esta tendencia se está extendiendo asimismo a otros sectores del comercio y de la distribución debido a la creciente polarización de los puntos de venta, que se sitúan, bien en los centros de las ciudades, bien en las zonas comerciales periféricas. Las tendencias recientes de la gran distribución, que se orientan hacia la implantación de comercios de pequeñas dimensiones en las ciudades y en el ámbito rural, atenuando en cierta medida el alcance de este fenómeno.

## B.2) ANTECEDENTES. RESUMEN DEL DOCUMENTO DE ALCANCE

### B.2.1) Alternativa propuesta en el Documento Consultivo.

- El contenido del Documento Consultivo se dividía en cuatro grandes grupos: el análisis de la situación actual del sector comercial valenciano, los efectos por la planificación urbanística, la síntesis del diagnóstico territorial y los objetivos propuestos por el plan.
- En base a su nivel de atracción se distinguían tres categorías: De proximidad (establecimientos independientes que atienden a la zona más cercana), comercio local (atienden a todo el municipio que generan desplazamientos internos) y comercio de atracción (de influencia supramunicipal que se suele concentrar en el centro o en la periferia urbana).
- El sector tiene un papel relevante en la economía valenciana, con un modelo equilibrado y diverso, donde los factores demográficos condicionan la dinámica comercial, así como los desplazamientos.
- El equilibrio entre el comercio de atracción y el comercio de proximidad son la clave para configurar una buena calidad de las ciudades.
- El sector debe mejorar su impacto ambiental, en cuanto al modelo de ocupación del territorio, el consumo de energía o la generación de residuos.
- Planteaba 4 objetivos a conseguir mediante el desarrollo de 17 estrategias.

### B.2.2) Resumen de determinaciones a tener en consideración señaladas en el Documento de Alcance

- Estudiar diferentes alternativas de ordenación. Para la elección de la alternativa más adecuada se tendrá en cuenta el análisis de los aspectos ambientales. Se deberá recoger detalladamente todos los posibles impactos que producirán las diferentes alternativas estudiadas.
- Se asegurará el cumplimiento de las normas de integración Paisajística.
- En los indicadores de sostenibilidad se deberán incluir los de interés ambiental.
- Tener en cuenta la incidencia de la movilidad.

### B.3) CONTENIDOS ACORDES CON EL DOCUMENTO DE ALCANCE

- Además de la alternativa 0 ó no actuación se han estudiado otras dos alternativas:

La alternativa 1 supondría el despliegue y desarrollo de la normativa autonómica en la ordenación del sector comercial. Se plantearía un horizonte focalizado en la centralización de las actuaciones por parte de las administraciones, especialmente la Generalitat pero en un marco de baja inversión pública y poca capacidad para desarrollar estímulos en la dinamización comercial. Se podrían establecer normas dirigidas a una mayor descentralización hacia los Ayuntamientos, pero que sería estéril sin un marco general de actuación que estableciera unas directrices de aplicación coherentes con el modelo de desarrollo del territorio.

La alternativa 2 es la seleccionada mediante la elaboración del PATSECOVA. Se pretende desarrollar una planificación en la ordenación comercial a través de un modelo territorial equilibrado y competitivo de ciudades y de áreas funcionales. El Plan potenciará el sistema de ciudades medias mediante el fortalecimiento del Sistema Nodal de Referencia Comercial, con lo que se pretende conseguir una adecuada distribución de los emplazamientos.

- Se han analizado los efectos que genera el comercio (distinguiendo entre comercio de proximidad, local o de atracción) sobre el consumo de energía, la contaminación atmosférica, generación de residuos, contaminación de las aguas, contaminación lumínica, contaminación acústica, espacios naturales, recursos hídricos, paisaje, sistema rural y patrimonio cultural.

La movilidad se ha tenido en cuenta en el estudio.

También se analizan los efectos sobre otros elementos estratégicos del territorio como son el sistema de asentamientos, las infraestructuras viarias o los espacios industriales.

- Al final del capítulo 8 del EATE se relacionan las directrices del Plan con los objetivos ambientales señalados en el Documento de Referencia emitido. Se han definido indicadores de sostenibilidad relacionados con el medioambiente.

- En el capítulo 9 del EATE se incluyen una serie de medidas preventivas y correctoras, a las cuales se reserva un 2,5% del presupuesto para su ejecución.

### B.4) CONTENIDOS ACORDES CON EL ANEXO VII DE LA LOTUP

- El EATE presentado tiene los contenidos señalados en el anexo VII de la LOTUP si bien la denominación de los capítulos no concuerda que la denominación de sus epígrafes.

- En la redacción de su introducción parece que se haya elaborado conforme a la normativa estatal Ley 21/2013 de 9 de diciembre de Evaluación Ambiental en lugar de la adaptación al régimen autonómico recogido en la LOTUP.

## B.5) DESCRIPCIÓN DE LA ALTERNATIVA ELEGIDA: PROPUESTA DE PLAN.

### B.5.0) Esquema de ordenación

Se pretende la ordenación de un sector económico de carácter privado, comercio minorista, a través de disposiciones y criterios vinculantes que deben ser incorporados en instrumentos promovidos por las Administraciones Públicas, especialmente a través de los planes urbanísticos municipales.

Se establecen una serie de objetivos y las estrategias para alcanzarlos. Estas estrategias se traducen en un conjunto de directrices (para el planeamiento territorial, para el desarrollo de nuevo suelo comercial y para la implantación de establecimientos) y de "recomendaciones técnicas" que establecen qué es lo que hay que hacer, y en un programa de actuaciones concretas que describen cómo se pueden poner en práctica dichas directrices. Finalmente las directrices y medidas que van a tener un carácter vinculante se incorporan en un documento normativo articulado.

### B.5.1) Objetivos y Estrategias (art.5 y 6 PAT)

Los objetivos principales vienen establecidos por la Ley de Comercio (LECOVA)

- La Mejora de la calidad de vida de los ciudadanos
- La consecución de una estructura comercial equilibrada y competitiva
- La creación de un marco de implantaciones donde prime la sostenibilidad territorial.

Mientras que los objetivos que se pretenden alcanzar a través del Plan son:

- a) Incrementar la importancia del sector comercial minorista en la economía valenciana.
- b) Impulsar la creación de nuevo empleo de calidad en el sector del comercio.
- c) Propiciar la diversidad comercial, el servicio y la proximidad a los consumidores.
- d) Fomentar un desarrollo comercial inteligente, sostenible y coherente con el resto de instrumentos y planes urbanísticos y territoriales.
- e) Crear un marco de actuación más transparente, objetivo y participativo que facilite la iniciativa empresarial
- f) Reducir la huella medioambiental del comercio.
- g) Estimular el consumo responsable entre la población valenciana

Para alcanzar estos objetivos, se han definido cinco estrategias sobre las que se articulará la parte propositiva del Plan:

- Estrategia 1: Establecer un marco de objetivos y criterios en la planificación territorial del suelo comercial que apoye la vertebración de la Comunitat Valenciana y que tenga capacidad de adaptarse a la dinámica y transformaciones del sector comercial.
- Estrategia 2: Clarificar los criterios territoriales y medioambientales y definir un nuevo marco para la implantación de los Establecimientos Comerciales con Impacto Territorial (ECITs).



- Estrategia 3: Propiciar la regeneración de ámbitos comerciales de relevancia que sufran procesos de degradación urbanística o medioambiental.
- Estrategia 4: Impulsar, a través de la iniciativa pública y privada, la mejora de las infraestructuras comerciales.
- Estrategia 5: Fomentar la cooperación interadministrativa, el acceso a la información por parte de los operadores y la investigación y el desarrollo en el sector comercial.

### B.5.2) Directrices

Son de dos tipos, las referidas al planeamiento territorial y las relativas a la implantación de nuevos establecimientos comerciales.

#### B.5.2.a) Directrices para el planeamiento territorial:

Uno de los objetivos principales del Plan es la propuesta de un modelo de zonificación subregional para la ordenación comercial.

\* Sistema Nodal de Referencia Comercial (art.9 PAT): Son el conjunto de municipios que crean polaridad espacial respecto a la prestación de bienes y servicios comerciales al conjunto del territorio o a importantes segmentos de población residente o turística. Estos núcleos ejercen un fuerte protagonismo comercial y capacidad para polarizar el territorio por las funciones comerciales que desarrollan, generando áreas de influencia comercial y deben ser la base fundamental para la vertebración de la actividad comercial en el territorio. En torno a ellos se deben desarrollar las principales áreas de actividad comercial.

El que propone el Plan está compuesto por 93 ciudades y pueblos: 19 cabeceras comerciales, 11 subcabeceras, 20 nodos comerciales intermedios, 12 nodos que deben su atractivo a la localización de grandes equipamientos comerciales, 24 nodos turísticos litorales y 7 nodos de interior o rurales.

Adicionalmente, se han considerado determinados ámbitos territoriales formados por agrupaciones de municipios entorno a las ciudades cabecera o subcabecera que funcionan conjuntamente conformando las llamadas "áreas urbanas integradas" (art.10 PAT). Se establecen un total de trece: Vinaròs-Benicarló, Castelló de la Plana, Sagunt, Segorbe, Valencia, Alzira, Sueca, Xàtiva, Ontinyent, Gandia, Alcoi, Elda-Petrer y Alicante-Elx. (nota: aunque tengan el nombre de un municipio en realidad están conformados por varios. Se relacionan en el anexo III de la normativa)

\* Áreas Funcionales Comerciales (art. 11-12 PAT): Las unidades territoriales de referencia para la ordenación, gestión y aplicación de las propuestas de ordenación comercial. Su delimitación responde a las áreas de influencia generadas por las ciudades consideradas como cabeceras y subcabeceras comerciales del Sistema Nodal de Referencia. Tal como se ha descrito en el apartado B.0 son 15 áreas, 4 de las cuales se subdividen.



\* Áreas Comerciales Estratégicas (art.25-31 PAT): Aquellas cuyo desarrollo, regeneración o cualificación son prioritarios para el cumplimiento de los objetivos y metas del PATSECOVA respecto a la vertebración comercial del territorio de la Comunitat Valenciana. Se trata de ámbitos destinados a acoger, con carácter estratégico, actividades económicas, tal y como indica la ETCV, si bien también pueden ser zonas en las que actualmente existan concentraciones comerciales con una influencia supramunicipal, o que posean las condiciones para poder convertirse en polos de atracción. Se han clasificado las áreas en los siguientes tipos:

- Áreas de nueva centralidad: Ámbitos que actual o potencialmente son adecuados para albergar equipamientos comerciales de elevada cualificación a escala regional. Se pueden localizar en las cabeceras o subcabeceras o en las áreas urbanas integradas.
- Áreas de oportunidad: Ámbitos inferiores a 25 ha. que completan las tramas urbanas o colmaten espacios intersticiales. Se pueden localizar en los municipios del Sistema Nodal de Referencia.
- Áreas de dinamización: Zonas en donde existe una alta concentración de actividades comerciales que necesitan actuaciones de revitalización o regeneración.
- Áreas comercialmente saturadas: Zonas en donde existe una alta concentración de actividades comerciales pero que han superado la capacidad de carga del territorio, poniendo en peligro la sostenibilidad territorial.

Para cada tipo el Plan define los parámetros y criterios que las caracterizan, así como el tipo de medidas y actuaciones necesarias en cada caso.

Si bien el PATSECOVA identifica algunos de estos ámbitos, y otros figuran ya en la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana, pueden también delimitarse a través de las Directrices de Ordenación Comercial, Planes de Acción Comercial o mediante los planes urbanísticos. (en la cartográfica del PAT como nuevas Áreas de Nueva Centralidad se localizan en Vila-Real, Paterna, Xátiva y Elx-Parc)

La declaración de Áreas de nueva centralidad y de las comercialmente saturadas corresponde a la Generalitat, así como cuando afecte a varios municipios. Las de las otras dos corresponderá a los Ayuntamientos.

Serán los Ayuntamientos los encargados de solicitar la declaración de un área comercial estratégica a la Conselleria competente en materia de comercio, consultando a su vez a la Conselleria competente en materia de urbanismo. La declaración supondrá el establecimiento de una serie de medidas, incentivos o ventajas, sus condiciones de aplicación, así como posibles condicionantes urbanísticos.

### B.5.2.b) Directrices para el desarrollo de nuevo suelo comercial y la implantación de Establecimientos Comerciales con Impacto Territorial (ECITs):

En el documento propositivo están agrupados, si bien en el normativo están individualizados.

#### B.5.2.b.1) Directrices para el desarrollo de nuevo suelo comercial (art.32-37 PAT)

En estos momentos las actividades comerciales se enmarcan dentro de los usos terciarios de manera indiferenciada, pero por su incidencia en la ordenación debe cambiarse esta consideración y tratarlos de manera individualizada. En la zonificación se señalará el suelo terciario comercial, diferenciando entre comercio mayorista y minorista, con su propio índice de edificabilidad.

En el art.33 de la normativa se señalan los criterios para dimensionar esta superficie. Su no consideración podrá dar lugar a la no aprobación de los instrumentos urbanísticos. (es preceptivo el informe de la dirección general competente en materia de comercio).

En el art.34 se señalan los criterios para ubicar este suelo, indicando en el art.35 la dotación mínima en sectores residenciales (4,5 m<sup>2</sup> t por cada 100 m<sup>2</sup> t residenciales o 6 m<sup>2</sup> t por vivienda)

En el art. 36 se regulan los usos comerciales en sectores cuyo uso predominante es el industrial. Como ejemplo se indica que en estos sectores no se permiten establecimientos colectivos, tales como centros, galerías o parques comerciales.

En el art.37, para los municipios del sistema rural, se permite implantar usos comerciales terciarios en el suelo no urbanizable, siempre que sean promovidas por una administración pública y sean actividades de interés general.

La planificación del modelo comercial debe contar con un análisis de la situación de partida del sector comercial en el municipio y en su entorno, y hacer una proyección de su evolución a lo largo del periodo de vigencia del Plan General, dándole al suelo comercial una dimensión suficiente para satisfacer la demanda cuantificada, basada en necesidades reales y previstas, justificada en base a parámetros objetivos que analicen las expectativas y posibilidades estratégicas del municipio en su contexto supramunicipal.

#### B.5.2.b.2) Directrices para la implantación de Establecimientos Comerciales (art.38-45 PAT)

La movilidad es uno de los aspectos que se debe tener en consideración. En este sentido para los nuevos establecimientos se regula la distancia al transporte público, la dimensión de los viales, calzadas y aceras, la colocación de carril bici y la reserva de plazas de aparcamiento.

El transporte de mercancías es importante para el sector por lo que se procede a regular las zonas de carga y descarga. En los municipios considerados cabeceras y subcabeceras se deberá elaborar un Plan de Logística Urbana en relación a lo estipulado en la Ley 6/11 de Movilidad.

Se establecen criterios para la integración paisajística de las nuevas zonas comerciales. Como ejemplo destacar que para las grandes superficies se buscarán medidas de ocultación en el paisaje o mimetización con el medio, siendo necesaria la elaboración de Estudios de Integración Paisajística.

**B.5.2.b.3) Directrices para la implantación de grandes establecimientos comerciales.** (art 46-50 PAT)

Los establecimientos comerciales según su magnitud y su incidencia medioambiental, territorial, urbanística, social y el patrimonio histórico se clasifican en cuatro tipos:

\* Proyectos Tipo 1. Proyectos de establecimientos comerciales sin impacto territorial. Los proyectos de hasta 2.499 m<sup>2</sup> de superficie comercial, excepto los tipificados como Tipo 3.

\* Proyectos Tipo 2. Proyectos de grandes superficies comerciales sin impacto territorial. Proyectos entre 2.500 y 5.000 m<sup>2</sup> de superficie comercial ubicados en los municipios que componen el Sistema Nodal de Referencia o en ámbitos declarados como áreas estratégicas de nueva centralidad u oportunidad comercial, siempre que su localización no sea sensible.

\* Proyectos Tipo 3. Proyectos de establecimientos con impacto territorial. Proyectos entre 1.001 y 2.499 m<sup>2</sup> de superficie comercial, que no se desarrollan en los municipios que componen el Sistema Nodal de Referencia o en ámbitos declarados como áreas estratégicas de nueva centralidad u oportunidad comercial. También se consideran como tales aquellos que, con ese rango de superficie comercial, se ubica en alguna de las localizaciones consideradas como sensibles.

\* Proyectos Tipo 4. Proyectos de grandes superficies comerciales con impacto territorial. Serán calificados como tales el resto de los proyectos que supongan la implantación de 2.500 m<sup>2</sup> o más superficie comercial.

	Sistema Nodal Referencia Áreas Estratégicas (*)	Resto municipios	Localizaciones sensibles (**)
Entre 0 y 1.000 m <sup>2</sup>	Tipo 1	Tipo 1	Tipo 1
Entre 1.001 y 2.499 m <sup>2</sup>	Tipo 1	Tipo 3	Tipo 3
Entre 2.500 y 5.000 m <sup>2</sup>	Tipo 2	Tipo 4	Tipo 4
Entre 5.000 y 120.000 m <sup>2</sup>	Tipo 4 (***)	No permitido	No permitido

Cuadro de elaboración propia.

(\*) áreas estratégicas de nueva centralidad u oportunidad comercial

(\*\*) Definidas en el art.47 normativa PAT

(\*\*\*) En el art.48 se establecen limitaciones para los grandes establecimientos. Únicamente se pueden emplazar en cabeceras, subcabeceras y nodos intermedios en áreas urbanas integradas de más 50.000 h.

Se establece la creación del índice quinquenal máximo de superficie comercial en grandes establecimientos comerciales para las áreas y subáreas funcionales comerciales. Tienen carácter indicativo y su objetivo es orientar las decisiones de las administraciones públicas y de los operadores privados, en el sentido de que el crecimiento de nueva superficie comercial se corresponda a criterios demográficos y territoriales razonables y coadyuve a los objetivos perseguidos en el PAT respecto a una ocupación racional y sostenible del suelo.

Con carácter general, la instalación de establecimientos comerciales no está sujeta a régimen de autorización comercial. No obstante, tanto la Ley estatal como la LECOVA (art. 33) establecen que el impacto supramunicipal de la implantación de determinados establecimientos (superficie mayor a 2.500 m<sup>2</sup>) obliga a conciliar la planificación urbanística con la territorial y justifica, en dichos casos, la exigencia de una autorización comercial autonómica, previa a la concesión de las licencias municipales correspondientes.

#### B.5.3) Recomendaciones técnicas

Se señala una serie de estándares, cuya consideración en algunos casos es recomendable y en otros obligatorio, a la hora de la planificación urbanística. Se refiere a:

- \* Índice de superficie comercial máximo para cada área y subárea funcional.
- \* Estándar de dotación comercial, tanto para el comercio de proximidad como el de atracción, tomando como base la población o la superficie residencial.
- \* Estándares relacionados con la movilidad (plazas de aparcamiento, capacidad accesos...)
- \* Transporte público obligatorio para más de 500 trabajadores o más de 5.000 viajes al día.
- \* Superficie para carga y descarga.
- \* Dimensión de los viales y aceras.

También se señalan medidas para el control del impacto paisajístico o para la implantación de mercadillos.

#### B.5.4) Instrumentos para la planificación, ordenación y dinamización territorial del comercio. (art.19-24 PAT)

Para el desarrollo operativo del PAT se crean los siguientes instrumentos y medidas para la planificación, ordenación y dinamización territorial del comercio:

- a) Instrumentos de ámbito supramunicipal (formulados, tramitados y aprobados por GVA)
  - I) Directrices de Ordenación Comercial.
  - II) Planes de Acción Comercial de carácter supramunicipal.
- b) Medidas, planes y programas de ámbito municipal (formulados y aprobados por ayuntamiento)
  - III) Definición del modelo comercial en el Plan General Estructural.
  - IV) Planes de Acción Comercial.
  - V) Proyectos de Urbanismo Comercial.

- VI) Planes de Dinamización Comercial Urbana.
- VII) Programas y Planes de calidad de la imagen de las zonas comerciales.
- VIII) Programas de gestión de zonas comerciales.

#### I) Directrices de Ordenación Comercial.

Una vez se apruebe el PAT, concretarán y completarán sus objetivos, principios, criterios y propuestas en su ámbito de actuación. Este ámbito lo constituyen las áreas funcionales comerciales, las subáreas o las áreas urbanas integradas.

Entre los objetivos que se describen en la normativa del PAT se pueden destacar:

- Establecer criterios de ordenación para la planificación y ordenación comercial.
- Identificar ámbitos para la localización de nuevo suelo terciario.
- Identificar zonas sensibles para la implantación de establecimientos comerciales.
- Identificar ámbitos para ser declarados áreas comerciales estratégicas

Entre sus contenidos se incluirán indicadores de crecimiento de suelo terciario comercial, objetivos de sostenibilidad e indicadores ambientales.

Las directrices de ordenación comercial contendrán criterios y recomendaciones dirigidas a las administraciones públicas. Deberán ser tenidas en cuenta en todas las acciones que tengan incidencia en el territorio. Apartarse de lo establecido en las directrices precisará de una adecuada justificación basada en el cumplimiento de los objetivos y principios directores.

La administración local, o la competente en su caso, tendrán en cuenta las directrices en los instrumentos de planeamiento en todas las fases de dicha planificación, adaptándolas a la realidad territorial del ámbito de planificación respectivo.

#### II y IV) Planes de Acción Comercial.

Los planes de acción comercial son instrumentos orientadores para las administraciones públicas locales y los operadores del sector que permiten identificar oportunidades, diagnosticar problemas, formular objetivos prioritarios y definir actuaciones concretas para dinamizar la actividad comercial, mejorar el espacio urbano donde ésta se desarrolla y modernizar las infraestructuras comerciales.

Sus recomendaciones y propuestas tienen carácter indicativo.

#### III) Definición del modelo comercial en el Plan General Estructural.

Los planes generales estructurales que se formulen en municipios que cuenten con una población de más de 50.000 habitantes o estén calificados como cabeceras o subcabeceras comerciales deberán incorporar un estudio específico en el que se defina y justifique el modelo comercial de desarrollo y los criterios orientadores de planificación urbanística comercial propuestos.

#### V) Proyectos de Urbanismo Comercial.

Proyectos de mejora de los principales espacios urbanos donde se localiza el comercio para su recualificación integral, embellecimiento y mejora ambiental y paisajística.

#### VI) Planes de Dinamización Comercial Urbana.

Se desarrollan en áreas urbanas de alta concentración comercial y tienen como objetivo su dinamización económica y la promoción y fortalecimiento de su atractivo comercial

#### VII) Programas y Planes de calidad de la imagen de las zonas comerciales.

Su objeto es mejorar la calidad paisajística y el atractivo de los espacios comerciales y sus entornos.

#### VIII) Programas de gestión de zonas comerciales.

En ámbitos con una alta concentración comercial se crearán entidades de gestión con el fin de liderar las actuaciones de mejora y dinamización del sector.

#### B.5.5) Programa de Actuaciones

Se plantea la realización en 7 años desde la aprobación del PAT de las directrices de las 15 áreas funcionales.

Se contemplan los siguientes programas donde poner en práctica las directrices:

- de ordenación y gestión de las áreas comerciales estratégicas
- de reactivación y reconversión de los mercados municipales
- de estímulo a la creación de comercio rural y en entornos de baja dotación comercial
- en municipios turísticos
- de catalogación, protección y conservación de establecimientos comerciales históricos

Con el fin de optimizar la actuación de la administración se plantean las siguientes actuaciones:

- Mejora y simplificación de los procedimientos de ordenación comercial.
- Creación de un Sistema de Información del Comercio (plataforma digital para facilitar la información de los proyectos comerciales y realización de trámites)
- Integrar la información cartográfica del Plan en los sistemas de información territorial del Instituto Cartográfico Valenciano.
- Nuevos desarrollos normativos
- Mejorar la comunicación interadministrativa
- Apoyo y refuerzo de la Red AFIC (Agencias para el Fomento de la Innovación Comercial)
- Creación de una oficina técnica del Plan para su seguimiento.

La financiación para la ejecución de los Programas provendrá de fondos de la Generalitat, de las administraciones locales, Diputaciones, administración del estado, las empresas del sector y fondos europeos. Se estima que para los próximos cuatro años serán necesarios 60,31 millones de euros, de los que el 58,2 % provendrán de la Dirección General de Comercio y Consumo, el 34,2% de las administraciones, el 2,7% de las empresas y el 4,9% de fondos europeos.

Este presupuesto se distribuye en 4 ejes de actuación:

E1) Planificación y ordenación comercial supramunicipal (1 millón): Contempla la elaboración de las Directrices de ordenación Comercial, de un Mapa de suelo terciario, del Plan Director del Comercio Mayorista y de 12 Estudios pormenorizados para la planificación y ordenación urbano comercial.

E2) Planificación, ordenación y dinamización comercial local (12,12 millones): Contempla la elaboración de 19 Planes de Acción Comercial en cabeceras y subcabeceras, 16 Planes de Acción Comercial en otros municipios, gestión de los Centros Comerciales urbanos, mejoras en entornos comercialmente saturados y actuaciones estratégicas de dinamización.

E3) Actuaciones dinamizadoras del comercio y de mejora de las infraestructuras comerciales (40,6 millones): Contempla inversiones en 68 Proyectos de Urbanismo Comercial en zonas urbanas, 65 actuaciones de mejora paisajística, 65 planes de movilidad, 27 actuaciones de regeneración comercial en zonas urbanas vulnerables, 6 actuaciones en parques comerciales no planificados, 35 actuaciones en municipios turísticos, 63 actuaciones en municipios del medio rural, 54 actuaciones de modernización de infraestructuras, 9 actuaciones en mercados, 30 inversiones para relocalización de mercados, 62 intervenciones en comercios históricos, 750 inversiones para la reducción del impacto medioambiental.

E4) Investigación, conocimiento, comunicación y desarrollo del Plan (3,98 millones): Actuaciones encaminadas a la obtención de información, apoyo a las Agencias para el Fomento de la Innovación Comercial, divulgación del PAT, elaboración de guías, seguimiento de los indicadores etc.

#### B.5.6) Documento normativo

Tiene carácter vinculante y se desarrolla en 70 artículos, 5 Disposiciones adicionales, una transitoria y una final. Además incluyen 4 anexos con el listado de municipios que componen el Sistema Nodal de Referencia Comercial, las Áreas Urbanas Integradas, las Áreas y Subáreas Comerciales y los índices orientativos máximos de superficie comercial en grandes establecimientos comerciales por Área Funcional.

Cabe mencionar el art.60 en el que se indican medidas para la reducción del impacto ambiental del comercio o el art 64 mediante el que se crea la Oficina Técnica del Plan como órgano de apoyo para la ejecución del Plan.



Se indica en el art.7.4 que los planes urbanísticos y territoriales deberán adaptarse a las determinaciones y contenidos del Plan excepto cuando estos hayan alcanzado la emisión del documento de alcance del estudio ambiental y territorial estratégico o resolución de informe ambiental o territorial estratégico, en el momento de la entrada en vigor del Plan de Acción Territorial.

Los instrumentos de ordenación urbanística ya aprobados deberán adaptarse al PAT en 8 años desde la aprobación del PAT. (Disposición Transitoria Única)

### **C) EVALUACIÓN DEL RESULTADO DE LAS CONSULTAS REALIZADAS Y CÓMO SE HAN TOMADO EN CONSIDERACIÓN.**

En la documentación se incorpora el Plan de Participación Pública donde se relacionan las actividades llevadas a cabo desde que se presentó el Plan:

- \* Página Web del Plan: Canal de recepción de opiniones a través de la creación de foros. ([www.patsecova.es](http://www.patsecova.es))
- \* Publicaciones divulgativas: Edición digital de documentos a través de la página web.
- \* Reuniones informativas con administraciones locales.
- \* Reuniones informativas con asociaciones empresariales.
- \* Reuniones y consultas a representantes del sector.
- \* Creación de un Grupo Consultivo y de un Panel de expertos para que realicen el seguimiento interno de los trabajos.
- \* Talleres territoriales.
- \* Elaboración de encuestas.

#### **C.1) FASE DE PUESTA A DISPOSICIÓN DEL PÚBLICO**

La propuesta de Plan se ha puesto a disposición del público en dos ocasiones.

En el primer periodo se presentaron 35 alegaciones de las que 2 correspondían a particulares, 1 a empresas, 12 a asociaciones, 14 a ayuntamientos y 6 a otras administraciones. De ellas 4 se han estimado, 14 se han estimado parcialmente, 14 se han desestimado y 3 no procede contestar.

En el segundo periodo se presentaron 22 alegaciones, de las que 1 correspondía a particulares, 1 a Universidades, 6 a empresas, 8 a asociaciones, 4 a ayuntamientos y 2 a otras administraciones. De ellas 1 se ha estimado parcialmente, 19 se han desestimado y 1 no procede contestar.

En total durante ambos periodos se han presentado un total de 57 alegaciones.

Resumidamente se refieren a:

- \* Eliminar la limitación máxima de 120.000 m<sup>2</sup>.
- \* No limitar la reconversión del uso industrial al comercial.
- \* Necesidad de modificar la LOTUP para introducir los estándares urbanísticos comerciales.
- \* Incorporar su municipio al Sistema Nodal de Referencia Comercial.
- \* Participación de las asociaciones en la tramitación de los distintos instrumentos de ordenación comercial.
- \* Las asociaciones comerciales sugieren modificaciones puntuales en la redacción de la mayoría del articulado relativo al funcionamiento del sector.

Se aportan dos informes, de 17 de octubre de 2018 y de 23 de noviembre de 2018, de la Subdirección General de Comercio y Consumo contestando las alegaciones y señalando que aspectos del documento se modifican a raíz de las mismas.

## C.2) FASE DE CONSULTA A ADMINISTRACIONES AFECTADAS REALIZADAS POR EL ÓRGANO PROMOTOR

La Versión del Plan elaborada de acuerdo con el Documento de Alcance se sometió a consulta de las diferentes administraciones. Se recibió respuesta de las siguientes.

Solicitud	Informe	ADMINISTRACIÓN PÚBLICA CONSULTADA
20/06/16		Consellería de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural: * DG Medio Natural y Evaluación Ambiental
20/06/16		Consellería de Vivienda, Obras Públicas y Vertebración del Territorio: * DG Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje
20/06/16		Entidad Pública de Saneamiento de Aguas (EPSAR)
20/06/16		Conselleria de Educación, Investigación, Cultura y Deporte. * DG de Cultura y Patrimonio.
20/06/16	12/08/16 04/10/16	Presidencia de la Generalitat: * Agencia de Seguridad y Respuesta a las Emergencias. * Agencia Valenciana de Turismo
20/06/16		Federación Valenciana de Municipios y Provincias
20/06/16		Diputación de Castellón
20/06/16		Diputación de Valencia
20/06/16		Diputación de Alicante
20/06/16	22/07/16 24/08/16 29/09/16	Ministerio de Fomento * DG de Carreteras * Puertos del Estado * DG de Aviación Civil
20/06/16	28/09/16	Ministerio de Agricultura: Confederación Hidrográfica del Júcar.

20/06/16		Generalitat de Catalunya
20/06/16		Gobierno de Aragón
20/06/16		Gobierno de Castilla la Mancha
20/06/16		Gobierno de Murcia
20/06/16		Ecologistes en Acció
20/06/16		GECEN
20/06/16		Acció Ecologista Agró

Y del segundo periodo de información pública han contestado:

22/11/18	Ministerio de Fomento: Puertos del Estado
19/11/18	Agencia Valenciana de Turismo

Los informes de las administraciones recibidos se refieren a la normativa de aplicación de los diferentes sectores para que sea incluida en la propuesta.

### C.3) FASE DE CONSULTA A ADMINISTRACIONES AFECTADAS REALIZADAS POR EL ÓRGANO AMBIENTAL

Presentada la solicitud de emisión de la DATE este órgano ambiental realizó consultas a aquellas administraciones que emitieron no se habían pronunciado. De los informes recibidos se pueden destacar los siguientes aspectos:

Consulta	Informe	ADMINISTRACIÓN PÚBLICA CONSULTADA
03/12/18	12/03/19	Dirección General de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje. (S de Ordenació del Territorio / SubDG de Urbanismo)
03/12/18	15/04/19	CHOPVT: Servicio de Infraestructura Verde y Paisaje

- La Subdirección General de Ordenación del Territorio hay informado tanto en materia de ordenación del territorio como urbanística. En relación a la Estrategia Territorial de la Comunidad Valenciana se indica que el PATSECOVA se ajusta a lo establecido por la misma. En materia urbanística se indican las siguientes cuestiones:

\* El distinguir el uso comercial dentro del uso terciario tiene consideración de ordenación pormenorizada por lo que no puede concretarse en un Plan General Estructural, sino en un Plan de Ordenación Pormenorizada cuyo órgano sustantivo es el ayuntamiento.

\* Por el mismo motivo, cuando el uso dominante sea el terciario comercial los estándares urbanísticos que se establezcan serán los relativos a la ordenación pormenorizada y no a la estructural, no siendo posible establecer condicionantes para las zonas verdes de la red primaria.

\* Los Planes de Acción Territorial entran en vigor desde el momento de su aprobación sin necesidad que los instrumentos de ordenación urbanística se adapten a la misma.

\* En el suelo no urbanizable no se pueden realizar reservas de suelo para uso comercial más allá de los usos contemplados por el art. 197 LOTUP.

\* El que un informe tenga carácter vinculante no se puede establecer a través de un PAT, aprobado mediante Decreto, sino a través de una norma con rango de Ley.

- El Servicio de Infraestructura Verde y Paisaje ha emitido informe relativo al Estudio de Paisaje y a la normativa del PAT. Establece una serie de modificaciones que requerirán de nuevo antes de la aprobación definitiva del PAT. De manera resumida son:

\* Relativas a la estructuración y coherencia interna de la caracterización de las unidades de paisaje.

\* A la consideración de los conflictos en los paisajes comerciales de entornos urbanos y la publicidad.

\* A la remisión, como medidas y acciones, de la redacción y tramitación de un Catálogo en un plazo concreto que recoja las instalaciones comerciales de mayor valor ambiental, cultural y/o histórico y visual, relacionados directamente con la actividad comercial así como sus entornos y los espacios e itinerarios que permitan su conexión que conformarán la infraestructura verde asociada a tales espacios.

\* A la incorporación de la cartografía de visibilidad a la que se hace referencia

\* A la simplificación de los objetivos de calidad urbanística

\* A la modificación de algunos artículos de la normativa.

## **D) ANÁLISIS DE LA PREVISIÓN DE LOS IMPACTOS SIGNIFICATIVOS POR LA APLICACIÓN DEL PLAN**

**D.0.-** La actividad comercial genera una afección ambiental debido tanto a la propia implantación de la actividad como a los desplazamientos geográficos de los consumidores a los que da lugar así como al volumen de tráfico de mercancías. Es, además, un sector con un elevado consumo de energía debido a las necesidades de alumbrado de los comercios, de refrigeración, de calefacción o climatización. La falta de eficacia en el transporte y la entrega de las mercancías en el ámbito urbano tienen un impacto negativo en materia de congestión de las ciudades, de contaminación y de calidad de vida de los ciudadanos.

Los principales retos medioambientales del sector derivan de la ocupación del territorio asociado a los establecimientos comerciales en localizaciones difusas, del consumo de energía y de la generación de residuos de los establecimientos comerciales y, especialmente, de la movilidad generada, así como de la contaminación lumínica y acústica, el consumo de agua y su afección a espacios naturales.

Los grandes centros comerciales se cuestionan especialmente en la medida en que su ubicación y tamaño pueden agravar los problemas ambientales derivados del actual modelo de transporte centrado en el vehículo privado (congestión, contaminación, ruidos, acotación del territorio mediante infraestructuras viarias y consumo de grandes cantidades de materiales, energía y suelo). Los nuevos espacios comerciales se han convertido en la actualidad en uno de los principales generadores de tráfico metropolitano.

Se valora positivamente que se pretenda reducir la huella medioambiental del comercio y que entre los principios inspiradores para elaborar el Plan se encuentren:

- \* Considerar la capacidad de acogida del territorio como condicionante en el desarrollo de nuevos proyectos comerciales, en función de la conservación de los valores ambientales, paisajísticos, económicos y culturales de la infraestructura verde y de la integridad de sus procesos.
- \* Establecer un modelo que permita la implantación de los equipamientos comerciales que generan impactos territoriales en aquellas localizaciones más adecuadas, donde se potencie su función vertebradora y su compatibilidad con la infraestructura verde.
- \* Favorecer la desagregación territorial de las grandes superficies comerciales favoreciendo una mejor distribución territorial, más compleja y equilibrada del comercio.
- \* Fortalecer la actividad comercial de la ciudad consolidada, en función de su importancia en la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos, la equidad social y de la mejora del medio ambiente urbano.

**D.1.-** Uno de los instrumentos que establece el PAT para su desarrollo posterior son las **Directrices de Ordenación Comercial**. Entre sus objetivos se encuentran localizar ámbitos para la implantación de actividades comerciales y áreas comerciales estratégicas, así como identificar zonas sensibles para estas actividades. También fijan los objetivos de sostenibilidad y realizan una estimación de los indicadores ambientales.

Las zonas sensibles a nivel de proyecto se definen en el art.47 del PAT y entre ellas se encuentran las zonas en las que pueden existir riesgo para las personas (inundación, sismo, incendio), los corredores ecológicos incluidos en la Infraestructura Verde, las que pueden alterar paisajes de alto valor, o los conjuntos históricos protegidos.

Para proceder a determinar los objetivos mencionados será necesario realizar una evaluación ambiental, realizando un estudio del medio y una concreción de los efectos que se generan en el mismo. Por ello será necesario modificar la redacción del art.17.3 del PAT ya que las Directrices de Ordenación Comercial siempre deben someterse a evaluación ambiental.

En el art.17.4 del PAT se indica que *“Podrán ser asimiladas como directrices de ordenación comercial los planes de acción territorial de carácter integrado cuando sus contenidos, previsiones y determinaciones sean lo suficientemente detalladas en lo referido a la planificación, ordenación y dinamización comercial”*.

Con independencia de su grado de concreción, estas Directrices siempre se asemejarán a un Plan que está sometido a evaluación ambiental estratégica, debiendo adaptarse su procedimiento de aprobación al establecido en el Título III del Libro I de la LOTUP.

**D.2.-** El PAT define otros instrumentos para un desarrollo posterior pero estos no necesitarán someterse a un proceso de evaluación ambiental estratégica debido a:

- \* el carácter indicativo de los Planes de Acción Comercial (art.20.5 PAT).
- \* que se desarrollan en suelos consolidados con medidas para gestionar un mejor desarrollo del sector comercial (Planes de Dinamización Comercial y Programas de Gestión de zonas comerciales).
- \* que se desarrollan en suelos consolidados con medidas para mejorar su imagen (Planes y programas de calidad paisajística) o instalaciones urbanas (Proyectos de urbanismo Comercial).

**D.3.-** Desde este Plan de Acción Territorial no se pueden localizar nuevas **Áreas Comerciales Estratégicas** debido a que no se han evaluado ambientalmente sus emplazamientos. Se entiende por nuevas aquellas que no están contempladas en instrumentos urbanísticos aprobados definitivamente como suelos urbanos o urbanizables. En este sentido deben suprimirse los mapas 5.07 y 5.19.

El articulado del PAT contempla un procedimiento específico para la declaración de Áreas Comerciales Estratégicas, y en el caso de que incorpore medidas relativas a la ordenación territorial y urbanística su tramitación se realizará conforme a la LOTUP. (Art 25.6 PAT). A continuación se procede a analizar para los cuatro tipos de Áreas cuales estarían sometidos al trámite de la LOTUP:

\* **Áreas de nueva centralidad comercial:** Se indica que no pueden localizarse en ámbitos cuyas características pongan en riesgo la conservación de los valores ambientales, paisajísticos, económicos y culturales de la infraestructura verde y de la integridad de sus procesos.

En la actualidad la determinación de los ámbitos que no pueden ser objeto de transformación se realiza en el procedimiento de evaluación ambiental estratégica contemplado en la LOTUP.

\* **Áreas de oportunidad comercial:** Se contemplan 6 posibles supuestos de declaración, algunas pueden suponer reclasificación de suelo, otras cambio de uso de polígonos industriales y otras pueden ser sobre suelo comercial existente pero sin edificar.

Entre las ventajas que se otorgan con su declaración algunas pueden requerir la tramitación de un instrumento urbanístico y otras no ya que son de carácter fiscal o de tramitación de las autorizaciones comerciales. Por ello a priori no se puede determinar de manera general si necesitan someterse al procedimiento de evaluación ambiental y tendrá que ser determinado caso por caso.

En el PAT se considera que la declaración de este tipo Áreas las declare el Ayuntamiento tras un periodo de información pública y previo informe de la Dirección General de Comercio y Consumo. Al inicio de su tramitación se deberá realizar consulta al órgano ambiental para que determine si es necesario someterlo al procedimiento de evaluación ambiental en función de las actuaciones que se lleven a cabo.

\* Áreas de dinamización comercial: estas se producen en zonas con una alta concentración de actividades comerciales y las declara el Ayuntamiento. Su declaración comporta ventajas económicas y de carácter comercial.

Por las consecuencias que derivan de su declaración, este tipo no necesita ser evaluado ambientalmente.

\* Áreas comercialmente saturadas: Se produce en zonas consolidadas con gran número de actividades comerciales. Su declaración la realiza la Generalitat y deriva en actuaciones de tipo comercial o en la necesidad de elaborar planes urbanísticos.

Por las consecuencias que derivan de su declaración, este tipo no necesita ser evaluado ambientalmente. Los instrumentos urbanísticos posteriores que se elaboren llevarán su propio procedimiento acorde a la LOTUP.

**D.4.-** En el art.37, para los municipios del sistema rural, se permite que las administraciones públicas territoriales implanten usos comerciales terciarios en el **suelo no urbanizable** atendiendo al interés general y en base a lo establecido en el art.199 LOTUP.

El art.199 LOTUP señala otra serie de condicionantes que deben cumplirse entre los que se encuentra “que precisen ubicarse en el suelo no urbanizable”, aspecto este que no cumple una actividad comercial, cuyo emplazamiento debe ser el suelo urbano o el urbanizable, con las excepciones contempladas en su art.197.

Tal como se ha regulado, estas actividades podrían implantarse en cualquier parte del suelo no urbanizable, tanto si es común como protegido. Y además, como es un instrumento de rango superior a los Planes Generales, los modifican con independencia de que en ellos se haya analizado y evaluado con detalle los usos admisibles en el suelo no urbanizable.

También se debe tener en cuenta, que como es un uso atribuido por un PAT no requerirá la Declaración de Interés Comunitario (DIC) conforme señala el art.202 LOTUP.



En el Documento propositivo se ha argumentado que es necesario establecer un control sobre los establecimientos comerciales y precisamente con este artículo se consiguen los efectos contrarios, el descontrol:

*“El comercio es un equipamiento y, como tal, debe ser considerado en los instrumentos de planificación territorial y urbanística. En este sentido y por razones del interés general de la población, calidad de vida, cohesión social y protección del entorno urbano y natural, resulta imprescindible establecer un control sobre los establecimientos comerciales, que por su superficie, formato, impacto supralocal o localización, pueden ser capaces de producir efectos sobre el medio ambiente y el desarrollo equilibrado y sostenible del territorio”.*

Sin entrar a valorar la justificación de la consideración del establecimiento comercial como de interés general, el art.37.2.a se debe eliminar porque no se han evaluado los efectos ambientales que supone su implantación.

El resto de apartados del art.37 se consideran innecesarios ya que repiten cuestiones contempladas en la LOTUP sin aportar ninguna novedad.

**D.5.-** En relación al articulado contemplado en la **normativa** conviene realizar una serie de puntualizaciones, además de las señaladas en el apartado siguiente correspondientes al informe emitido por la Dirección General de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje.

\* Art. 2.d Debe sustituirse la palabra “Memoria Ambiental” por “Declaración Ambiental y Territorial Estratégica” para que se adapte a la terminología de la legislación ambiental vigente.

\* Art.10.2 Los municipios de las Áreas Urbanas Integradas se enumeran en el anexo II.

\* Art. 11.1 Las áreas funcionales se enumeran en el anexo III.

\* Art. 13. El título del artículo da lugar a confusión. Se debe sustituir la palabra planeamiento por ordenación en el título y apartado 13.2.

\* Art.26.2.e. Si los Planes de Acción Comercial tienen un carácter indicativo a través de ellos no se pueden delimitar Áreas Comerciales Estratégicas.

\* Art.35.2. Se debe concretar que se refiere a terciario comercial: *“Con carácter general, la reserva mínima de suelo para uso terciario comercial deberá...”*

\* Título 7. La denominación dada de “nuevos proyectos comerciales” resulta confusa. Se están estableciendo una serie de condicionantes que se deben contemplar en los instrumentos urbanísticos de ordenación más que a un proyecto edificatorio concreto. Resulta más adecuado que se suprima el Título 7, y que los artículos 38 a 45 pasen a formar parte del Título 6.

\* Art.38. Su título resulta igualmente confuso. Las actuaciones que se derivarían de un Plan de Movilidad son de mayor ámbito que las que puedan afectar al ámbito de un proyecto. Resulta más claro si se denomina el artículo 38 como “Aplicación de principios de movilidad sostenible”.

\* Título 8. Se debe modificar el nombre del título suprimiendo la palabra grandes, “La instalación de establecimientos comerciales” ya que los artículos pertenecientes a dicho título regulan todos los establecimientos comerciales y no únicamente los grandes.

\* Art.47. Criterios de localización de nuevos proyectos comerciales. Se debe añadir un apartado al inicio del artículo para aclarar que sólo se ubicarán en suelo urbano o urbanizable conforme a los requisitos establecidos en la LOTUP. En el Suelo No Urbanizable únicamente están permitidas las actividades contempladas en el art.197 LOTUP.

\* Art.47.5. Este apartado debe suprimirse ya que la figura de los proyectos territoriales estratégicos no existe. Además si se está refiriendo a las antiguas Actuaciones Territoriales Estratégicas, o los actuales Proyectos de Inversión Estratégica Sostenible, el uso mayoritario comercial no está permitido conforme señala el artículo 17.6.f LOTUP.

\* Art.50.1 Se debe modificar la redacción y eliminar la palabra “gran” ya que todos los instrumentos de planeamiento están sometidos a evaluación ambiental con independencia de la dimensión del establecimiento comercial.

**D.6.-** En el informe emitido por la Subdirección General de Ordenación del Territorio y Paisaje perteneciente a la Dirección General de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje se señala que también es necesario modificar los siguientes artículos de la **normativa**:

\* Art 7.5: El informe del órgano competente en materia de comercio no puede tener carácter vinculante en la medida que esta cuestión sólo puede venir establecida por una disposición con rango de ley.

\* Art 34.2: Se debe eliminar este apartado puesto que atribuye a los criterios y al informe de verificación de los mismos un carácter vinculante, carácter que, como se ha indicado, sólo puede ser atribuido por una norma con rango de ley.

\* Art 19: La obligación de definir el uso comercial debe realizarse en un Plan de Ordenación Pormenorizada y no en el Plan General Estructural. La definición del modelo comercial si que se realizará en el mismo, mientras que su concreción se realizará en el instrumento de ordenación pormenorizada. Las modificaciones en la redacción de este artículo se realizará tal como se describe más adelante en el apartado D.7.

\* Art 28. 8: Se debe eliminar este apartado. No es necesario que se indique si es o no ordenación estructural ya que según su alcance pertenecerá a la misma según las definiciones establecidas en la LOTUP.

\* Art 32: Se debe añadir un nuevo primer apartado en el que se señale que en relación a lo indicado en el art.19, la definición del modelo comercial tiene carácter estructural. En el art.32.1 se debe sustituir la palabra “zonificación” por “subzonificación” y en el art.32.2 sustituir la palabra “zona” por “subzona” para que la concreción del modelo se realice en la ordenación pormenorizada.

\* Art 39: Los estándares urbanísticos descritos se deben referir a la ordenación pormenorizada.

\* Art. 28.6: Se debe eliminar este apartado puesto que este uso no es posible establecerlo en el Suelo No Urbanizable ya que no lo contempla el art. 197 LOTUP.

\* Disposición transitoria única: Se debe eliminar ya que el PAT es aplicable desde el momento que se apruebe, no siendo necesario que se elaboren nuevos instrumentos urbanísticos para adaptarse al mismo.

\* Art. 7.4. Este apartado debe corregirse y donde indica “Documento de Alcance del Estudio Ambiental y Territorial Estratégico” debe escribirse “Declaración Ambiental y Territorial Estratégica”.

**D.7.-** La actividad comercial puede generar efectos ambientales significativos (consumo de suelo, efectos derivados de la movilidad, etc..) e incidir notablemente en el modelo territorial a adoptar. Por tanto, desde el punto de vista ambiental debe ser uno de los aspectos a analizar en el apartado de **diagnóstico del territorio** del Estudio Ambiental y Territorial Estratégico y más concretamente en el análisis de la estructura y funcionamiento de la población.

No se estima por tanto necesario exigir en el PGE un estudio específico separado con los contenidos descritos en el apartado 2 del artículo 19 del documento normativo, sino que dichos contenidos deben estar integrados en el Estudio Ambiental y Territorial estratégico y sus resultados deben ser tenidos en cuenta en la determinación no sólo del modelo comercial municipal sino del modelo territorial del término municipal.

Hay que tener en cuenta además que la LOTUP ha sido modificada recientemente por la Ley 1/2019) por lo que sus determinaciones son de aplicación a los instrumentos urbanísticos que desarrollen el PATSECOVA y en la nueva redacción del artículo 14 de la LOTUP, sobre los contenidos de los instrumentos de ordenación se indica que sólo podrán exigirse aquellos que estén expresamente previstos por una norma con rango de Ley.

Por otra parte, desde el punto de vista ambiental en la ordenación comercial, pueden diferenciarse dos niveles estratégicos:

\* el modelo comercial municipal formará parte de la ordenación estructural ya que su alcance establece los criterios orientadores de la planificación urbanística comercial. Dichos criterios deberán ser adoptados en base a los resultados del diagnóstico y los posibles escenarios (alternativas) del modelo territorial integral del ámbito territorial a ordenar y no sólo las cuestiones sectoriales.

\* el resto de aspectos de la ordenación comercial (desarrollo y concreción del modelo comercial) forman parte del plan de ordenación pormenorizada.

**D.8.-** En el informe emitido por la Servicio de Infraestructura Verde y Paisaje, perteneciente a la Dirección General de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje, se señala además de lo indicado en el apartado C.3. que también es necesario modificar los artículos 23.5, 25.4, 27.2, 33.1, 42, 43 y 47.1 de la normativa que se refieren a la tramitación de los instrumentos de paisaje con los instrumentos comerciales propuestos, a la consideración de las directrices de la ETCV y los criterios establecidos en la LOTUP como criterios prioritarios para el desarrollo de nuevo suelo de usos comerciales y a la refundición de las Normas de Integración Paisajística.

**D.9.-** En la normativa se definen una serie de estándares y limitaciones superficiales a los establecimientos comerciales cuya determinación no responde a motivos ambientales ya que no se han analizado en el EATE.

## **E) ACCIONES DE SEGUIMIENTO DE LA APLICACIÓN DEL PLANEAMIENTO.**

En el apartado 11 del EATE se incluyen las medidas previstas para el seguimiento ambiental del Plan. Se proponen una serie de indicadores, 8 relativos a la movilidad generada por el comercio, 7 relativos a la ocupación del suelo y fragmentación del territorio, 6 relativos a la energía y emisiones atmosféricas, 8 a la gestión de residuos y 2 al consumo de agua.

Se plantea la creación de una Oficina Técnica para realizar las tareas de seguimiento del Plan cuyas funciones serían las siguientes:

1. Asistir a la Generalitat en el desarrollo y ejecución del Plan de Acción Territorial
2. Elaboración de las Directrices de Ordenación Comercial
3. Ejecución del plan de actuaciones de forma coordinada con el resto de administraciones
4. La elaboración de otros documentos, planes, programas, normas, directrices e instrumentos que desarrollen, completen o concreten los contenidos del Plan de Acción Territorial.

5. El mantenimiento y actualización de la información estadística e indicadores de seguimiento del Plan.
6. Elaboración de memorias e informes del nivel de cumplimiento del Plan.
7. Mantenimiento y actualización de los indicadores
8. Actualización de la cartografía
9. La elaboración de materiales de apoyo, guías y manuales técnicos que ayuden a la aplicación del Plan.
10. Asesorar al Observatorio de Comercio
11. Informar sobre la coherencia de los proyectos comerciales con el Plan
12. Facilitar la comunicación y la integración entre iniciativas que involucren a diferentes administraciones, entidades, organismos o agentes del sector.
13. Realización de acciones de divulgación, comunicación o participación pública
14. Cualquier otra actuación que, en el marco del desarrollo y ejecución del Plan, le encomiende la Generalitat

Cada cuatro años se elaborará una memoria que valorará el cumplimiento del mismo y su incidencia en la ordenación territorial sectorial del comercio y en el planeamiento urbanístico municipal y definirá las medidas a adoptar para evitar los desajustes que, en su caso, se detecten. Dicha memoria se elevará a la conselleria competente en ordenación del territorio para su conocimiento.

## **F) ACUERDO DE EMISIÓN. DETERMINACIONES FINALES.**

De conformidad con lo dispuesto en el art. 54 de la LOTUP, de acuerdo con los fundamentos que se han expuesto, se **PROPONE** emitir la presente Declaración Ambiental y Territorial Estratégica del **Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunidad Valenciana** presentado por la Dirección General de Comercio y Consumo el 29 de noviembre de 2018, debiéndose incorporar en el mismo, antes de su aprobación definitiva, las siguientes determinaciones:

1.- La elaboración de las Directrices de Ordenación Comercial estarán siempre sometidas a Evaluación Ambiental Estratégica. El procedimiento contemplado en el art 17 deberá adaptarse al contemplado en el Título III del Libro I de la LOTUP.

Los Planes de Acción Comercial (art.20), los Planes de Dinamización Comercial Urbana (art.22), los Programas y Planes de calidad de la imagen de las zonas comerciales (art.23) y los Programas de Gestión de zonas comerciales (art.24) no necesitarán someterse a evaluación ambiental estratégica.

2.- Desde este Plan de Acción Territorial no se pueden localizar nuevas Áreas Comerciales Estratégicas. En este sentido se deben suprimir los mapas 5.07 y 5.19.

La declaración de las Áreas Comerciales Estratégicas como Áreas de nueva centralidad comercial estará sometido a evaluación ambiental, por lo que el trámite contemplado en el art.27 debe adaptarse al trámite contemplado en la LOTUP.

En el trámite de declaración de cada Área Comercial Estratégica como Área de Oportunidad Comercial se deberá solicitar informe al órgano ambiental para que determine, en función de su contenido y alcance, si debe someterse a evaluación ambiental estratégica.

La declaración de las Áreas de Dinamización Comercial y de las Áreas Comercialmente Saturadas no necesitan someterse a evaluación ambiental estratégica.

3.- El artículo 37 debe ser eliminado tal como se argumenta en el apartado D.4.

4.- Se debe modificar la redacción del articulado conforme a lo señalado en el apartado D.5, D.6, D.7 y D.8.

5.- Precia a la aprobación definitiva del PAT se deberán introducir las modificaciones reseñadas en el informe del Servicio de Infraestructura Verde y Paisaje de 15 de abril de 2019 y solicitar nuevo informe de dicho Servicio, debiendo incorporar las determinaciones que, en su caso, se especifican.

6.- En el artículo 8.4 se incluirá la necesidad de realizar el seguimiento ambiental del Plan, con el cálculo de los indicadores contemplados en el apartado 11 del EATE así como dar traslado también al órgano ambiental de la Generalitat Valenciana de la Memoria, tal como especifica el art. 56 LOTUP.

7.- En el documento de síntesis de la primera participación pública se debe corregir la fecha de publicación en el DOGV del inicio de la información pública (pg 6)

La declaración ambiental y territorial estratégica tiene naturaleza de informe preceptivo y determinante y no es susceptible de recurso alguno, sin perjuicio de los que, en su caso, procedan en vía judicial contencioso-administrativa frente a la disposición de carácter general que hubiese aprobado el plan o programa, o bien, sin perjuicio de los que procedan en vía administrativa o judicial frente al acto, en su caso, de aprobación del plan o programa.

La declaración ambiental y territorial estratégica perderá su vigencia y cesará en la producción de los efectos que le son propios si, una vez publicada en el Diari Oficial de la Generalitat Valenciana, no se hubiera procedido a la adopción o aprobación del plan o programa en el plazo máximo de dos años desde su publicación, salvo que se acuerde su prórroga en los términos establecidos en el art 56 de la LOTUP.

Esta declaración ambiental y territorial estratégica será publicada en el DOGV y puesta a disposición del público en la página web de la Generalitat. Se dará traslado de la misma al órgano promotor y al órgano sustantivo.

## ÓRGANO COMPETENTE

La Comisión de Evaluación Ambiental es el órgano competente para emitir la declaración ambiental y territorial estratégica a que se refiere el artículo 54.6 de la 5/2014, de 25 de julio, de la Generalitat, de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje de la Comunitat Valenciana, de conformidad con lo dispuesto en el artículo artículo 3.1 del Decreto 230/2015, de 4 de diciembre, del Consell, por el que se aprueba el Reglamento del órgano ambiental de la Generalitat a los efectos de evaluación ambiental estratégica (planes y programas).

A la vista de cuanto antecede, la Comisión de Evaluación Ambiental, **ACUERDA: EMITIR LA DECLARACIÓN AMBIENTAL Y TERRITORIAL ESTRATÉGICA DEL PLAN DE ACCIÓN TERRITORIAL SECTORIAL DEL COMERCIO DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (PATSECOVA)**, debiendo incorporarse al Plan las determinaciones finales señaladas.

Notificar a los interesados que contra la presente Resolución, por no ser un acto de definitivo en vía administrativa, no cabe recurso alguno; lo cual no es inconveniente para que puedan utilizarse los medios de defensa que en su derecho estimen pertinentes.

Lo que le notifico para su conocimiento y efectos oportunos.

Lo que se certifica con anterioridad a la aprobación del acta correspondiente y a reserva de los términos precisos que se deriven de la misma, conforme lo autoriza el artículo 18.2 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

EL SECRETARIO DE LA COMISIÓN  
DE EVALUACION AMBIENTAL