

ACTA REUNIÓ CONSTITUTIVA GRUPO CONSULTIVO - PATSECOVA

GRUPO:	GRUPO CONSULTIVO DEL PATSECOVA
LUGAR:	Centro de Eventos de Feria Valencia
FECHA:	12 de DICIEMBRE 2012
HORA:	9:00 H. – 10:45 H.

ASISTENTES

Personas:		Cargo	Municipio / Entidad:
1	Silvia Ordiñaga Rigo	Directora General	Dirección General de Comercio y Consumo. Conselleria de Economía, Industria, Turismo y Empleo
2	Carlos Francisco Alfonso Cuñat	Representante	ANGED. Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución.
3	Amparo Barroso Gómez	Secretaria General	COVACO. Confederación Valenciana de Comercio
4	Eduardo Casanova Duch	Jefe Servicio Planificación del Comercio, Artesanía y Consumo	Dirección General de Comercio y Consumo. Conselleria de Economía, Industria, Turismo y Empleo
5	Miquel Clemades Planells	Jefe Servicio de Promoción del Comercio y Artesanía	Dirección General de Comercio y Consumo. Conselleria de Economía, Industria, Turismo y Empleo
6	José Antonio Del Valle Arocas	Jefe del Servicio de Evaluación Ambiental Estratégica	Conselleria de Infraestructuras, Territorio y Medio Ambiente
7	Javier Jaurestí M. de Sarria	Jefe del Servicio de infraestructura Verde y Paisaje	Conselleria de Infraestructuras, Territorio y Medio Ambiente
8	David Forés Marzá	Coordinador Técnico. Oficina Comercio y Territorio - PATECO	Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana
9	Alejandro Gil Andrés	Técnico Oficina Comercio y Territorio - PATECO	Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana

10	Teresa Luengo Lloret	Representante	CECOVAL. Confederación de Empresarios del Comercio Valenciano
11	Fernando Moner Romero	Representante	FACUCOVA. Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de la Comunidad Valenciana
12	José Antonio Redorat Fresquet	Secretario General	Federación Valenciana de Municipios y Provincias (FVMP)
13	Pedro Reig Catalá	Director	ASUCOVA. Asociación de Supermercados de la Comunidad Valenciana
14	Agustín Rovira Lara	Director Oficina Comercio y Territorio - PATECO	Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana
15	Guillermo Stuyck	Representante en la Comunidad Valenciana	AECC. Asociación Española de Centros Comerciales
16	Juan Valea López	Subdirector General de Comercio y Consumo	Dirección General de Comercio y Consumo. Conselleria de Economía, Industria, Turismo y Empleo

EXCUSAN ASISTENCIA

Personas:		Cargo	Observaciones
1	Vicente Domenech Gregori	Subdirector General de Ordenación, Planificación y Actuaciones Territoriales y Estratégicas. Conselleria de Infraestructuras, Territorio y Medio Ambiente	Acude en su representación D. Javier Jaurestí M. de Sarria.

ORDEN DEL DÍA

1. Presentación de la reunión.
2. Presentación de los objetivos del PATSECOVA y plazos estimados de elaboración.
3. Presentación del Grupo Consultivo y su forma de funcionamiento.
4. Ruegos y preguntas.

1. Presentación de la reunión.

Inicia la sesión Dña. Silvia Ordiñaga, Directora General de Comercio y Consumo, agradeciendo la asistencia de todos. Explica que el objetivo del Grupo es apoyar la realización del Plan, y en el mismo se han dado cabida a distintos representantes del sector, los grandes, pequeños y los consumidores, así como a miembros de la DG de Comercio y Consumo y de la Conselleria de Infraestructuras, Territorio y Medio Ambiente.

2. Presentación de los objetivos del PATSECOVA y plazos estimados de elaboración.

Silvia Ordiñaga explica los antecedentes del Plan, indicando que la Comunitat Valenciana no cuenta, en la actualidad, con instrumento de planificación estratégica territorial-comercial como el PATSECOVA. Además este Plan será el primero de carácter territorial dirigido a ordenación de un sector económico, lo cual supone un reto añadido. Explica que el antecedente fue el PATECO, elaborado hace 15 años y en el que participaron también Agustín Rovira y David Forés, componentes del equipo técnico que está redactando el PATSECOVA. El PATECO fue importante en su momento al poner a disposición de los agentes y operadores una gran cantidad de información sobre el sector, pero no tenía carácter vinculante.

Indica que la Generalitat actualizó su Ley de Comercio en el año 2011, ya que contaba con una antigüedad de 25 años y además había que incorporar nuevas normas y disposiciones, como la famosa Directiva de Servicios. La elaboración del Plan es un mandato establecido en el art.31 de la Ley de Comercio del 2011 y delega en el mismo la planificación territorial del comercio que, en consonancia con la Directiva de Servicios, deberá atender a criterios de ordenación del territorio, urbanismo, medioambiente, la protección del patrimonio y la protección de los consumidores. Por eso deberá tener en cuenta toda la normativa y planes existentes sobre el tema, como la Ley de Ordenación del Territorio y Protección del Paisaje y la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana.

La Directora General explica que, por razones de eficacia, se ha encomendado los trabajos de asistencia técnica para la realización del Plan a la Oficina Comercio y Territorio del Consejo de Cámaras Oficiales de Comercio de la Comunitat Valenciana, que actuará como Gabinete Técnico y que su elaboración finalizará en el año 2013. Tal y como exige la Ley, su redacción y tramitación irá en paralelo a su Evaluación Ambiental Estratégica que asegurará la integración de los aspectos ambientales en su elaboración. Además el Plan un conjunto de herramientas de participación, como es la creación de este Grupo Consultivo, con las que se pretende dar voz a los principales actores del sector.

Silvia destaca que, en contra de lo que se ha dicho, el Plan no solo pretende ordenar la implantación de los grandes equipamientos comerciales. Sino que es un Plan dirigido a todo el sector del comercio minorista, para los grandes, medianos y pequeños. De este modo, sus objetivos estratégicos, principios directores y criterios en la ordenación afectaran a todas las escalas del tejido comercial y sus concreciones, criterios y directrices serán vinculantes para las

Administraciones Públicas afectadas. En este sentido pretende aclarar determinados aspectos de cómo deben los Ayuntamientos aplicar la nueva Ley de Comercio. Además el Plan no solo será un conjunto de normas o directrices, también incorporará proyectos y actuaciones concretas.

En este punto interviene Amparo Barroso que pregunta cómo se va a conjugar el Plan con la mayor autonomía que tienen los Ayuntamientos para planificar su actividad comercial. Silvia indica que la autonomía local es efectivamente muy amplia, pero también con nuevas exigencias, por ejemplo que los Ayuntamientos deben calificar su suelo comercial en los PGOU. Con el Plan se pretende incorporar una visión más territorial. Además, los establecimientos cuya superficie es superior a 2.500 m² están sujetos a la autorización autonómica que concede la Generalitat, en cuyos criterios de concesión debe profundizar el Plan. Juan Valea indica que las directrices del Plan serán vinculantes para los Ayuntamientos.

A continuación Silvia explica que el Plan se va a elaborar con la finalidad de que el comercio juegue un papel relevante en el territorio y en la economía valenciana. Para ello debe contribuir en la generación empleo y prestar servicios adecuados a los consumidores. Indica que el Plan no pretende poner frenos a la iniciativa empresarial; más bien al contrario, el objetivo es seguir por la simplificación y reducción de burocracia que soportan las empresas. Además desde el Plan se pretende propiciar nuevas formas cooperación entre las empresas.

Para cerrar este punto, la Directora General indica que como objetivos estratégicos del Plan, es prioritario que el comercio ayude a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, a conseguir una estructura comercial equilibrada y competitiva y establecer las bases para un modelo de planificación territorial del comercio; así como mejorar aquellos espacios comerciales que están degradados y que todos conocemos.

Finalizada la intervención de presentación de Plan por parte de Silvia Ordiñaga, toma la palabra Juan Antonio Redolat que indica que el sector comercial no es ajeno a la crisis. En su opinión, tiene todo el sentido incorporar criterios territoriales, ambientales y paisajísticos en la ordenación del sector. Los Ayuntamientos deben poder ordenar en base a una estrategia global que es para lo que debería servir el PATSECOVA.

A continuación se da paso a la exposición de Agustín Rovira sobre la situación de los trabajos de redacción del Plan. Recuerda de nuevo el carácter sectorial del Plan, que afectará al comercio minorista de toda la Comunidad Valenciana, así como que su elaboración y contenidos se ajustarán a lo establecido en la LOTTP, que establece su proceso de tramitación. Explica que la LOTTP está en proceso de revisión pero que no es previsible que esto afecte a la tramitación del Plan.

Agustín indica que el Plan comprende un amplio conjunto de documentos de carácter informativo, de ordenación, los propios de la Evaluación Ambiental, un Estudio de Paisaje y los derivados de la participación pública. A continuación explica las distintas fases por las que debe pasar la elaboración del Plan y la situación en la que, a fecha de hoy, se encuentra. Explica que ya se han finalizado el Documento Inicial y la Conselleria de Territorio a emitido el Documento de Referencia y que, en la actualidad se está elaborando la versión preliminar del Plan y el Informe de Sostenibilidad Ambiental. Se puede decir

que, respecto al total, nos encontramos en torno a algo menos del 50% del proceso de elaboración del mismo.

A continuación indica que el sector comercial se encuentra en un proceso de desregularización como es bien conocido y que, en el establecimiento de directrices territoriales, no tiene sentido ni va a ser objeto del Plan, ir en contra de esta tendencia. Al contrario se pretende básicamente estimular la actividad empresarial en el sector, potenciar el modelo comercial valenciano o mediterráneo, que se caracteriza por su diversidad y, en cualquier caso, y resolver las lagunas existentes en la ordenación urbanística y territorial del comercio. En paralelo se pretende reducir el impacto medioambiental del comercio, especialmente en cuanto a la movilidad que genera, el consumo de energía y la generación de residuos. Además de pretende estimular la modernización del comercio y mejorar la integración del comercio en su entorno, no solo pensando en los establecimientos periféricos, sino también en el que se ubica en la ciudad.

Agustín indica que, en la elaboración de este tipo de planes, a veces se peca de la utilización de términos de un alto valor simbólico pero que pueden estar, en realidad, vacíos de contenido o que no se ajustan exactamente a la realidad. En este sentido, se utilizan habitualmente artefactos léxicos como modelo, equilibrio, etc. sobre los que hay que hacer un análisis crítico. Y que esto es precisamente sobre lo que también se está trabajando en el Plan y sobre los que el equipo de trabajo está reflexionando. En cualquier caso, hay otros principios más claros o sólidos sobre los que se quiere articular el marco de actuación del Plan. Se pretende que sea un Plan facilitador, que propicie formas innovadoras de gobernanza del territorio y donde el componente medioambiental este incorporado.

Para acabar su exposición, el director del equipo técnico, remarca que no se trata de limitar el Plan al desarrollo comercial, ni de volver al debate de la limitación de determinados "formatos". El concepto de formato es temporal, y se va superando conforme evoluciona el propio sector, desarrollando nuevos modelos y conceptos, que ni siquiera somos capaces de concebir en este momento. Se trata de establecer criterios territoriales y ambientales que conozcan las empresas y los operadores, así como los ayuntamientos.

A continuación se abre un turno de intervenciones.

Guillermo Stuyck pregunta si las determinaciones del Plan tendrán cierto grado de retroactividad, es decir, en qué medida afectará al comercio ya existente y si será, por tanto, necesario hacer adaptaciones. Agustín Rovira responde que no va a afectar al comercio preexistente, excepto cuando se produzcan modificaciones sustanciales o ampliaciones, en cuyo caso sí puede ser posible que haya que cumplir determinadas exigencias. Silvia Ordiñaga indica que la retroactividad no sería posible porque podría crear inseguridad jurídica.

A continuación interviene José del Valle, que explica que, el marco de actuación que fijan este tipo de planes se puede resumir en "El Ayuntamiento propone y la Conselleria dispone". Los Planes territoriales afectan específicamente a la planificación urbanística de los municipios, pero hay aspectos sobre los que estos deben tener libertad y autonomía para definir su modelo de desarrollo. Por ejemplo, donde coloca determinados suelos dentro del término municipal. Por su parte, los instrumentos de planificación y ordenación territorial, como es la ETCV, permiten tener una visión más amplia.

Y es que los efectos de determinadas implantaciones comerciales tienen impactos supralocales; el suelo es un recurso finito y la movilidad generada por el comercio tiene importantes impactos ambientales y sobre las infraestructuras. Tiene sentido que, tal y como se establece en la ETCV, el territorio se organice en unidades más amplias, como las Áreas Funcionales, donde se pueden plantear equilibrios respecto a las cargas y beneficios que generan determinadas implantaciones. La cualidad de los planes territoriales es, en definitiva, que permiten incorporar el discurso territorial en el planeamiento, de tal forma que si los planes municipales no se adaptan a estos criterios o no los incorporan en sus instrumentos urbanísticos, la Conselleria no los debe aprobar. A partir de ahí se puede debatir en cómo se integra dentro de ese territorio desde el punto de vista paisajístico, de diseño, etc.

Agustín Rovira indica a continuación que el Plan se pretende hacer desde el consenso y que, como ya ha indicado, no va a establecer determinaciones del tipo "aquí sí / aquí no". También remarca de nuevo que no pretende limitar la iniciativa empresarial y que tampoco se va a centrar únicamente en la problemática de los grandes equipamientos comerciales.

Amparo Barroso indica que el hecho de que los Ayuntamientos refuercen su autonomía para definir su modelo de desarrollo comercial también puede generar el riesgo de que se produzcan desequilibrios o efectos no deseados. Es decir, puede que haya Ayuntamientos que definan de forma muy rigurosa los parámetros de su modelo comercial futuro, incorporando los condicionantes territoriales y otros que no lo hagan y, por eso, puedan ser más atractivos para los operadores, por la facilidad que esto puede suponer.

Teresa Luengo pregunta si el Plan será realmente vinculante, a lo que Agustín Rovira responde que sí, siempre que se complete el proceso y sea aprobado por el Consell.

Pedro Reig plantea dos cuestiones. La primera es que no tiene claro a como se pretende invertir en el sector, desde el Plan, para favorecer el comercio. La segunda es que, en su opinión, se pueden producir desajustes si unos municipios incorporan las consideraciones del Plan y otros no, dentro de una misma Área Funcional.

José del Valle, en contestación a lo anterior, explica que el modelo de áreas funcionales que se propone desde la ETCV y que se ha incorporado en el PATSECOVA supone la consideración de lo territorial también en lo local. Una especie de compromiso respecto a que lo que planifico en mi municipio debe tener en cuenta su efecto sobre el conjunto del área. Así, explica que, por ejemplo, la ETCV establece un límite de crecimiento de suelo sellado por municipio en base a un índice de crecimiento de suelo para actividades económicas, que se ha fijado en base a criterios de capacidad del territorio y desarrollo sostenible. Las implantaciones generan cargas y beneficios. El modelo de AFC supone que los ayuntamientos pueden plantearse como se reparten los beneficios y como se pueden limitar las cargas, buscando ajustes y acuerdos entre los Ayuntamientos. Aunque esto parece difícil y no se suele realizar, desde los planes también se pretende plantear nuevos modelos de gobernanza del territorio y una mayor gestión mancomunada entre ayuntamientos.

Javier Jauristi explica que es importante considerar el territorio como un ámbito complejo, no homogéneo o isótropo. Cada ámbito, cada área, tiene sus

particularidades y sus potenciales o limitaciones para albergar determinadas actividades. Hay áreas más propicias que otras para instalar actividades industriales, económicas o comerciales. En este sentido, el Plan puede identificar aquellos espacios donde el inversor va a tener menos condicionantes ambientales para instalarse, es decir, los espacios que pueden ser más aptos. Javier pone como ejemplo la problemática de los suelos inundables. A pesar de contar con un Plan Territorial al respecto (PATRICOVA), se desarrollan muchos proyectos, para los que se han dedicado muchos esfuerzos e ilusión, que se frenan, en última instancia porque se pretenden ubicar en suelos donde existe un alto riesgo de inundación (por ejemplo, Riesgo 1). Esto genera presiones y tensiones innecesarias en fases muy avanzadas de la gestión que se podrían eliminar si los operadores tienen una información clara desde el inicio. En este sentido, el PATSECOVA debe fijar reglas claras (por ejemplo en tema de inundaciones), que desincentiven iniciativas que van a ser inviables.

José del Valle, en el mismo sentido, explica que una referencia clara en esta dirección es la consideración de la Infraestructura Verde (áreas y elementos territoriales de alto valor ambiental, cultural y visual). Esta se puede concebir como una superposición de capas (espacios naturales, paisajes de relevancia, corredores ecológicos, etc.), que superpuestos en el territorio van excluyendo suelos que deben quedar libres de urbanización o de determinados usos o actividades. El resultado es el suelo disponible, el que tiene menos condicionantes para la implantación de nuevas actividades. Esto no significa que sea imposible ubicarse fuera de estos espacios vacantes, pero que en ese caso será necesario un mayor esfuerzo de justificación.

Agustín Rovira considera que desde el Plan se pretende incentivar esa visión compartida del territorio y propiciar la colaboración entre ayuntamientos para que lleguen a acuerdos respecto a sus modelos de desarrollo comercial.

José del Valle indica que, precisamente, los procesos de exposición pública y consulta del Plan deben propiciar que los ayuntamientos puedan tomar postura y plantear acciones compartidas en el territorio.

José Antonio Redolat indica que, hasta la fecha, ha faltado mucho de esa visión territorial en las decisiones comerciales. Además, la propia gestión de las licencias comerciales ha favorecido un modelo poco claro que ha podido favorecer o acelerar determinados proyectos frente a otros. El Plan debería aportar mayores garantías jurídicas. Además, indica que el PATSECOVA debería hacer consideraciones respecto a las implantaciones comerciales por la vía de las Actuaciones Territoriales Estratégicas.

Carlos Alfonso (ANGED) explica que el Plan no debería ir en contra de los intereses de los operadores del comercio, en concreto, de las grandes empresas de distribución. Le preocupa que se utilicen términos como "equilibrio comercial", ya que puede entenderse que se pretende favorecer unas formas de comercio sobre otras. Considera que si el Plan se ajusta a lo que permite la Directiva de Servicios y se ciñe a criterios territoriales y medioambientales, el Plan será bien recibido por las grandes empresas a quienes representa.

3. Forma de funcionamiento del Grupo Consultivo.

Finalizado el debate sobre los contenidos y orientación del Plan, Juan Valea explica las funciones y forma de funcionamiento del Grupo Consultivo. Juan indica que, como ya se ha dicho, el PATSECOVA incorpora un Plan de participación con distintas herramientas y procedimientos de información, participación y consulta. Se pretende que el resultado sea fruto de la concertación, es decir, que sea el "Plan de todos".

Juan Valea explica que el plan de participación contempla, además de la creación del Grupo Consultivo, la creación de un Panel de expertos, la realización de talleres y dinámicas con agentes, ayuntamientos y operadores, de las que ya se han hecho algunas, así como la realización de encuestas y la puesta en marcha de una página web, desde la que se podrán acceder a los documentos del plan y a distintas herramientas de participación como blogs, foros, etc.

Respecto al Grupo Consultivo, Juan indica que su función es realizar un seguimiento interno de los trabajos del Plan y consensuar sus contenidos y propuestas, por eso hay representantes de las distintas sensibilidades del sector. Las reuniones serán temáticas y, por tanto, centradas en aspectos concretos del Plan y su calendario se fijará en función de cómo avance el Plan. De cada reunión se realizará un acta.

Por último indica que se ha puesto en marcha una página web (www.patsecova.es), que estará operativa a partir del día 20 de diciembre donde se podrán consultar los documentos del Plan. Además se habilitará una intranet para el trabajo del grupo.

Agustín Rovira indica al respecto que se pretende trabajar con la máxima transparencia, poniendo a disposición de todo el mundo los documentos que se vayan elaborando.

4. Ruegos y preguntas.

Sin más temas de tratar, Silvia Ordiñaga da por finalizada la reunión, agradeciendo la participación de todos los asistentes y poniéndose a su disposición para explicar en sus organizaciones o en otros foros lo que se pretende con el PATSECOVA.

No se fija fecha para la próxima reunión del Grupo Consultivo.

CONSELLERIA D'ECONOMIA,
INDÚSTRIA I COMERÇ
DIRECCIÓ GENERAL
DE COMERÇ I CONSUM

FOTOGRAFIAS DE LA REUNIÓ



CONSELLERIA D'ECONOMIA,
INDÚSTRIA I COMERÇ
DIRECCIÓ GENERAL
DE COMERÇ I CONSUM

