

PATSECOVA

Pla d'Acció Territorial Sectorial del
Comerç de la Comunitat Valenciana



Plan de acción territorial sectorial del comercio de
la Comunitat Valenciana (PATSECOVA)

PLAN DE PARTICIPACIÓN PÚBLICA



**GENERALITAT
VALENCIANA**

Conselleria d'Economia
Sostenible, Sectors Productius,
Comerç i Treball

Índice de contenidos

1. Introducción: El proceso participativo en la planificación comercial.	3
2. Justificación del proceso de elaboración compartida del PATSECOVA. Marco normativo.	4
3. Normativa de aplicación.	6
4. Principios del Plan de Participación Pública.	7
5. Objetivos del Plan de participación.	8
6. Mapa de agentes afectados por el Plan.	9
7. Herramientas del Plan de Participación Pública.	12
7.1. Acciones de información.	12
7.2. Acciones de consulta.	13
7.2.1. Consultas en el marco de la evaluación ambiental y territorial estratégica.	13
7.2.2. Panel de expertos y Grupo Consultivo.	14
7.2.3. Talleres territoriales.	15
7.2.4. Consultas a empresarios, técnicos y a la ciudadanía.	16
7.3. Acciones de comunicación.	18
7.4. Acciones de evaluación y seguimiento.	19
8. Sistema de toma de decisiones.	20
9. Fases del Plan de participación.	21

1. Introducción: El proceso participativo en la planificación comercial.

El fomento de la participación ciudadana es una obligación que los gobiernos deben de desarrollar como derecho reconocido en el marco jurídico. Pero es, también, una necesidad en la medida que los gobiernos no pueden hacer frente solos a las complejas transformaciones sociales y económicas de nuestro tiempo. Cada vez es más necesaria la implicación y trabajo coordinado entre los diferentes agentes sociales.

Las instituciones, órganos e instrumentos propios de la democracia representativa son insuficientes y precisan de un suplemento vital que les haga más receptivas y comprometidas con la participación de la ciudadanía generando nuevos mecanismos de participación activa en los asuntos públicos tanto dirigidos a representantes sectoriales como al conjunto de los ciudadanos. Esto es especialmente relevante cuando se trata de valorar opciones estratégicas que afectan a muchos ciudadanos y actores, como puede ser la elaboración de un Plan como el PATSECOVA.

En el ámbito del comercio, la Generalitat Valenciana viene desarrollando desde hace tiempo importantes acciones encaminadas a incrementar la participación de los agentes sectoriales en todos los temas relacionados con el sector. Así, hay que subrayar que en la anterior *Ley 8/1986, de 29 de diciembre, de ordenación del comercio y superficies comerciales* ya se indicaba (art.41 y art.43) la constitución del Observatorio del Comercio Valenciano, si bien no fue hasta la entrada en vigor de la Ley 11/2000¹ donde se dio impulso a esta figura. El artículo 89 de la actual Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana, define el Observatorio del Comercio Valenciano como un órgano colegiado, consultivo y asesor en materia de comercio, adscrito a la conselleria competente en materia de comercio. En el ejercicio de sus funciones, el Observatorio actuará como órgano de información, consulta y asesoramiento en materia de comercio y de la actividad comercial².

Por su parte, en el ámbito municipal, las entidades locales tienen competencias administrativas ligadas a la localización – a través de las normas urbanísticas y ordenanzas - y autorización de actividades comerciales y a su puesta en funcionamiento – a través de las licencias – y realización de concesiones en determinados tipos de comercios – mercados municipales y venta no sedentaria-.

Además, desde las mismas se suelen impulsar y apoyar programas de dinamización y promoción comercial que se ejecutan a través de las asociaciones de comerciantes. Respecto a estas, es habitual la forma de convenios de colaboración, así como la puesta en marcha de Consejos locales de comercio, en los que los agentes locales y representantes de comerciantes y consumidores debaten y consensuan acciones en torno al comercio local.

Otro órgano, complementario o sustitutivo del anterior, son las Comisiones Mixtas nacidas, generalmente, de la puesta en marcha de un Plan de Acción Comercial o plan estratégico de comercio. La Comisión Mixta es un órgano de carácter temporal que sirve como espacio para el debate y consenso de las actuaciones y para establecer el nivel de priorización de las mismas. Su vigencia se extiende, por tanto, hasta la consecución de los objetivos fijados para la ejecución del Plan.

¹ La Ley 11/2000, de 28 de diciembre, de Medidas Fiscales, de Gestión Administrativa y Financiera, y de Organización de la Generalidad Valenciana.

² La composición del Observatorio se regula actualmente por la Orden 2/2015, de 3 de septiembre, de la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, por la que se designan las entidades y organizaciones que integran el Observatorio del Comercio Valenciano.

2. Justificación del proceso de elaboración compartida del PATSECOVA. Marco normativo.

La elaboración del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana (PATSECOVA) responde al mandato establecido en el art.31 de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana. Se trata, además, de una vieja reivindicación de gran parte del sector comercial valenciano, que ha demandado a lo largo de los años, a través de sus organizaciones empresariales más representativas, el desarrollo de un instrumento que conciliara la planificación comercial con el territorio, preservando las características definitorias de lo que se ha dado en llamar el modelo comercial valenciano.

Asimismo, la necesidad de elaborar un Plan de Acción Territorial para el comercio también está incorporado en el principal instrumento que define el modelo territorial de futuro para la Comunitat Valenciana: la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana (en adelante ETCV), aprobada por el Decreto 1/2011, de 13 de enero, del Consell. La ETCV recoge en el punto primero de su Directriz 106 que *"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"*.

En la misma Directriz, punto 6 se indica que "El Plan de Acción Territorial de la Actividad Comercial en la Comunitat Valenciana modulará estas determinaciones y criterios en función de las condiciones específicas de los distintos ámbitos territoriales de la Comunitat Valenciana."

La figura de los Planes de Acción Territorial está recogida en la Sección II de la Ley 5/2014, de 25 de julio, de la Generalitat, de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje, de la Comunitat Valenciana (en adelante LOTUP), en su artículo 16. Los Planes de Acción Territorial *"desarrollan, en ámbitos territoriales concretos o en ámbitos sectoriales específicos, los objetivos, principios y criterios de la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana"*.

Son funciones de los planes de acción territorial (artículo 16.3 de la LOTUP), en su ámbito de actuación:

- a) Concretar y completar los objetivos, principios, criterios y propuestas de la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana, adaptándolos a la realidad territorial.
- b) Definir los objetivos, principios y criterios territoriales para las actuaciones sectoriales supramunicipales de las Administraciones públicas.
- c) Coordinar la planificación urbanística municipal y la sectorial para el logro de sus objetivos de sostenibilidad.
- d) Definir la infraestructura verde en su ámbito de actuación y establecer fórmulas participativas de gestión de la misma.
- e) Proponer acciones, proyectos, directrices y fórmulas de gobernanza territorial, para asegurar un desarrollo territorial eficiente y racional.

La ley urbanística valenciana indica que los Planes se formalizarán con la documentación gráfica y escrita que sea más adecuada para la definición de su contenido y para su evaluación ambiental y territorial. Tal y como se establece en

el artículo 16 de la LOTUP, el PATSECOVA, como Plan de Acción Territorial puede establecer sus directrices, desarrollando, completando e incluso modificando puntualmente aspectos de la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana, manteniendo la coherencia con la planificación sectorial de la Generalitat.

Conforme a lo establecido en el artículo 46.1. c) de la LOTUP la elaboración del PATSECOVA está sujeta Evaluación Ambiental y Territorial Estratégica ordinaria. La Evaluación Ambiental Estratégica (EAE), regulada por la Ley 21/2013, de 9 de diciembre, de evaluación ambiental, es un instrumento indispensable para la protección del medio ambiente. Facilita la incorporación de los criterios de sostenibilidad en la toma de decisiones estratégicas, a través de la evaluación de los planes y programas y garantiza una adecuada prevención de los impactos ambientales concretos que se puedan generar, al tiempo que establece mecanismos eficaces de corrección o compensación. La consulta es uno de los pilares básicos sobre los que se desarrolla y toma forma la democracia avanzada y el autogobierno. Así lo reconoce el Estatuto de Autonomía de la Comunitat Valenciana, en su artículo 9.4. Adicionalmente, la Estrategia Territorial de la Comunidad Valenciana recoge entre sus criterios de planificación, la necesidad de que la planificación estratégica, tanto sus fases de elaboración como de gestión, debe de ser compartida por el conjunto de la ciudadanía, por lo que la participación pública representa un componente sustancial del proceso de Evaluación Ambiental Estratégica en todas sus fases.

La Generalitat considera que la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los asuntos públicos es fundamental, en tanto que se trata de actores públicos y privados que actúan en el territorio.

Adicionalmente, la incorporación de los procesos de participación pública está consagrada en un numeroso acervo de normas, procedimientos legales y de autorización. La Constitución española de 1978 garantiza en sus artículos 23 y 105.b el derecho de los ciudadanos a la participación en los asuntos públicos, y al acceso a los archivos y registros administrativos. Por su parte, los pactos y acuerdos de derecho internacional suscritos por España suponen un reconocimiento activo de estos derechos: en concreto el artículo 10 del Convenio Europeo de Derechos Humanos ampara «la libertad de recibir o de comunicar informaciones o ideas». Asimismo, se recoge el derecho de participación ciudadana en el artículo 21.1 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, y en el artículo 25.a del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos.

La Unión Europea, en diferentes momentos, ha adoptado directivas, de alcance sectorial, que han sido transpuestas al ordenamiento jurídico español mediante la Ley 27/2006, de 18 de julio, por la que se regulan los derechos de acceso a la información, de participación pública y de acceso a la justicia en materia de medio ambiente; y de la Ley 37/2007, de 16 de noviembre, sobre reutilización de la información del sector público.

Finalmente, a través de la Ley 2/2015, de 2 de abril, de la Generalitat, de Transparencia, Buen Gobierno y Participación Ciudadana de la Comunitat Valenciana, la Generalitat desarrolla el nuevo paradigma que considera que la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los asuntos públicos constituye uno de los pilares básicos sobre los que se desarrollan y toman forma la democracia avanzada y el autogobierno. Esta norma establece un nuevo modelo que regula, por una parte, la obligación de informar y la publicidad de la acción pública y, por otra parte, el derecho de acceso a la información pública.

Todo lo anterior justifica la elaboración del presente Plan de Participación, con el que se pretende que la elaboración del PATSECOVA, en todas las fases de su proceso, cuente con un mecanismo de participación pública unificado y capaz de dar respuesta a los criterios participativos propios de la nueva concepción de la planificación comercial y, en general, de ordenación del territorio.

3. Normativa de aplicación.

En la puesta en marcha de los procesos de participación pública definidos en este Plan, son de aplicación la siguiente normativa:

- ▶ Ley 5/2014, de 25 de julio, de la Generalitat, de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje.
- ▶ Ley 21/2013, de 9 de diciembre, de evaluación ambiental.
- ▶ Ley 27/2006, de 18 de julio, por la que se regulan los derechos de acceso a la información, de participación pública y de acceso a la justicia en materia de medio ambiente (asume el Convenio Europeo de Aarhus y las Directivas 2003/4/CE y 2003/35/CE).
- ▶ Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno.
- ▶ Ley 2/2015, de 2 de abril, de la Generalitat, de Transparencia, Buen Gobierno y Participación Ciudadana de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Ley 2/2016, de 4 de marzo, de la Generalitat, de modificación de la Ley 2/2015, de 2 de abril, de Transparencia, Buen Gobierno y Participación Ciudadana de la Comunitat Valenciana
- ▶ Decreto 76/2009, de 5 de junio, por el que se aprueba el Reglamento de Participación Ciudadana en la Comunitat Valenciana.
- ▶ Ley 37/2007, de 16 de noviembre, sobre reutilización de la información del sector público.
- ▶ Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común (Vigente hasta el 2 de octubre de 2016).
- ▶ Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas (Vigente a partir del 2 de octubre de 2016).

4. Principios del Plan de Participación Pública.

A través del presente Plan de participación se debe asegurar que a lo largo de la tramitación del PATSECOVA:

- a) Los ciudadanos y ciudadanas conozcan su derecho a participar en la elaboración del Plan y la forma en que pueden ejercerlo.
- b) Se pueda acceder a la información pública del Plan sin restricciones y de la forma más simple e inteligible que sea técnica y organizativamente posible, atendiendo a su naturaleza.
- c) La información difundida sea veraz y objetiva, esté actualizada y se publique periódicamente.
- d) Se promueva la participación de la ciudadanía, tanto individual como colectivamente.
- e) Se contacte y consulte con el público interesado desde el inicio del proceso de toma de decisiones y a lo largo del mismo, de forma continuada.
- f) Que la administración promotora no tome ninguna decisión relevante sin consultar a los principales agentes del sector, a las administraciones públicas afectadas y a los ciudadanos en su conjunto, de forma que las propuestas del plan respondan, en la medida de lo posible, a los intereses y preocupaciones de los agentes implicados y el conjunto de los ciudadanos.
- g) Se justifiquen las decisiones adoptadas y la forma en que se ha incorporado la opinión de los ciudadanos y colectivos que han participado en su elaboración.
- h) Se actúe de tal forma que la información se publicará y difundirá en formatos que posibiliten y favorezcan su reutilización, como forma de creación de valor añadido.

5. Objetivos del Plan de participación.

En este Plan de Participación se recogen las actividades que se pretenden llevar a cabo para facilitar el acceso a toda la información del PATSECOVA y conocer las opiniones de los representantes del sector, expertos y de la ciudadanía en general respecto a las actuaciones que el Plan prevé, siempre con antelación a la toma de decisiones.

Asimismo, se establece la manera en que se tendrán en cuenta las percepciones, voluntades e intereses de todos los implicados, todo ello, a través de un proceso de retroalimentación continua y sujeto, en su caso, a los tiempos legales establecidos en cada etapa. El público interesado, conocerá en todo momento, la situación en que se encuentre el plan, con el fin de facilitar el conocimiento y favorecer la implantación de nuevos criterios de gobernanza territorial.

Junto a los requerimientos establecidos en el referido marco legislativo, se han establecido una serie de objetivos específicos:

- a) Asegurar que cualquier persona interesada tenga la oportunidad de acceder a la información del Plan e involucrarse en el proceso de participación a través de las actividades y herramientas que se propongan.
- b) Identificar los problemas que percibe la población, agentes y expertos respecto a la ordenación territorial del comercio, así como las soluciones que se sugieren, articulando la comunicación a través de sesiones, reuniones y encuestas.
- c) Conocer la opinión de los expertos en las distintas materias que el Plan aborde, los principales conflictos existentes y las posibles soluciones, dando lugar a un debate sobre las propuestas de futuro y las posibles alternativas.
- d) Divulgar los valores que caracterizan el ámbito del plan y la importancia de la actividad del comercio como motor económico y elemento de vertebración y sostenibilidad territorial.
- e) Llegar a escenarios de consenso entre ciudadanos, expertos y técnicos.

6. Mapa de agentes afectados por el Plan.

El sector comercial minorista afecta a un amplio conjunto de actores, pero también al conjunto de ciudadanos y ciudadanas que actúan como compradores y consumidores. Es por tanto un plan de carácter transversal, ya que el comercio interactúa con otros sectores económicos como son la industria, la distribución, el transporte, el turismo, la agricultura, etc. En estos sectores interactúan miles de empresas, que directa o indirectamente pueden verse afectadas por el plan. Por otra parte, hay que considerar la especial importancia que van a tener los Ayuntamientos, principales implicados en la puesta en marcha de las determinaciones del mismo, especialmente a través de su planeamiento urbanístico.

Se pueden identificar cinco grupos de agentes o actores afectados o involucrados más directamente por el PATSECOVA:

- 1) **La Generalitat y otras AAPP regionales o nacionales:** La Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo actúa, a través de la Dirección General de Comercio y Consumo, como la promotora del Plan. Junto con los ayuntamientos, la administración autonómica desarrolla la mayor parte de las tareas administrativas relacionadas con la ordenación comercial. Entre otras cosas, concede las autorizaciones comerciales a los grandes establecimientos comerciales. Además, impulsa programas de dinamización y promoción del comercio y apoya a los Ayuntamientos en el desarrollo de sus competencias.

El papel de la Generalitat será trascendental en la puesta en marcha de medidas de coordinación supramunicipal dirigidas a la ordenación comercial, hasta el momento poco habituales, una de las prioridades del Plan, siendo uno de sus objetivos coordinar la planificación urbanística municipal y la sectorial para el logro de sus objetivos de sostenibilidad. Además, la Dirección General de Comercio y Consumo deberá propiciar la coordinación con otros departamentos, de tal forma que la planificación, y la puesta en marcha de las actuaciones se desarrollen de una forma coherente y eficiente, como máximo aprovechamiento de los recursos disponibles.

- 2) **Las administraciones locales.** Los ayuntamientos tienen un papel muy activo en las actuaciones de ordenación comercial y estarán directamente implicados en la puesta en marcha de las determinaciones del plan, especialmente a través de la planificación urbanística. Conviene recordar que el Plan podrá modificar, de forma directa, las previsiones de los planes generales vigentes, en lo concerniente a la planificación del suelo comercial. Además, los ayuntamientos deberán incorporar las determinaciones y normativa del Plan en sus planes generales vigentes.

Además de lo referente a lo urbanístico, los ayuntamientos ostentan competencias administrativas relacionadas con la actividad comercial, como es la concesión de licencias, la gestión de mercados municipales y la autorización de la venta ambulante. Pero, más allá del desarrollo de sus competencias, los ayuntamientos desarrollan muchas actuaciones dirigidas a la promoción y desarrollo del comercio local: elaboración de planes estratégicos para el comercio, puesta en marcha de programas de ayuda a las pymes y los emprendedores, apoyo a las asociaciones empresariales y de consumidores, desarrollo de acciones de promoción, comunicación y animación comercial, impulso a la gestión de zonas comerciales urbanas, etc. Un objetivo del plan es fortalecer la función de los ayuntamientos en la ordenación y promoción del comercio, y propiciar modelos de gobernanza territorial en los que se propicie una mayor coordinación entre las actuaciones municipales y las supramunicipales. Por otra parte, desde el punto de vista de la participación pública, los ayuntamientos son los mejores conocedores de la realidad social, económica y empresarial del territorio y deben ser un importante aliado para dar a conocer el Plan entre el conjunto a agentes y ciudadanos.

Por su parte, las Diputaciones pueden desarrollar un papel muy importante en las acciones de representación y asesoramiento de las entidades locales, amparando especialmente a las más pequeñas, así como desarrollando actuaciones en los ámbitos rurales y coordinando acciones intersectoriales comercio-turismo.

- 3) **Asociaciones empresariales del comercio:** Las asociaciones representativas del comercio, tanto a nivel autonómico, como provincial y local son entidades clave desde las que se puede expresar el posicionamiento empresarial respecto al Plan, así como asegurar la necesaria coherencia, coordinación y colaboración con las mismas para su ejecución. Dentro de este grupo se deben considerar a las federaciones y confederaciones autonómicas y a las Cámaras oficiales de comercio.
- 4) **Las empresas del sector comercial:** Las empresas del sector comercial, en las que hay un clarísimo predominio de las micro y pequeñas empresas, son los destinatarios finales del plan, y por tanto los principales protagonistas en la puesta en marcha del mismo. Además del sector comercial minorista, existen otros sectores conexos que deben ser considerados al verse directamente afectados por el plan, como puede ser el de los operadores, promotores y gestores inmobiliarios de centros comerciales, el comercio mayorista y la actividad logística.
- 5) **Consumidores y usuarios:** Los ciudadanos y ciudadanas son claramente destinatarios del Plan, ya que, de forma puntual o más continua, son usuarios de las actividades comerciales. El plan incorporará medidas dirigidas al conjunto la ciudadanía, especialmente para la promoción de modelos de consumo más responsables. En el plan de participación se considerará también la función de representación de las principales asociaciones de consumidores y usuarios.
- 6) **Otras entidades y organizaciones:** Las universidades, que desarrollan actividades investigadoras sobre el sector, los sindicatos y los colegios profesionales, con sus aportaciones y capacidad de difusión, otros centros de conocimiento, las asociaciones ecologistas y los medios de comunicación, que deben actuar como herramientas para la difusión de la información del Plan, son actores que también deben ser considerados en las acciones de participación del Plan.

Agentes considerados en el Plan de Participación.	
Generalitat y otras administraciones regionales o nacionales.	▶ Departamentos de la Generalitat con competencias en comercio, ordenación del territorio, infraestructuras, medio ambiente, energía, residuos, turismo, agricultura, transporte, puertos e industria. ▶ Organismos públicos de la Generalitat: Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE), Agencia Valenciana de Turismo, Instituto Cartográfico Valenciano (ICV). ▶ Gobiernos regionales de CCAA limítrofes. ▶ Ministerio de Economía. Secretaría de Estado de Comercio. ▶ Organismos de cuenca.
Administraciones locales	▶ Ayuntamientos, especialmente los municipios que conforman el Sistema nodal de referencia comercial. ▶ Diputaciones provinciales de la Comunitat Valenciana. ▶ Federación Valenciana de Municipios y Provincias.
Asociaciones empresariales del comercio.	▶ Observatorio del Comercio de la Comunitat Valenciana. ▶ Asociaciones y patronales del comercio más representativas: Confederación de Organizaciones Empresariales de la Comunidad Valenciana (CIERVAL), Confederación Empresarial Valenciana (CEV), Confederación de Comerciantes y Autónomos de la Comunidad Valenciana (COVACO), Unió Gremial, Federació de Gremis i Associacions del Comerç Valencià, Confederación de la Pequeña y Mediana Empresa de la Provincia Alicante (CEPYME-ALICANTE), Federación Alicantina de Comercio (FACPYME), Confederación de Empresarios de Castellón (CEC), Federación Comercio y Autónomos Provincia de Castellón, Asociación Confederación de Empresarios del Comercio Valenciano (CECOVAL), Asociación de Supermercados de la Comunidad Valenciana (ASUCOVA), Federación Valenciana de Comerciantes en Mercados (FECOM). ▶ Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED). ▶ Asociación Española de Centros Comerciales (AECC). ▶ Mercasa. ▶ Cámaras de Comercio de la Comunitat Valenciana.
Agentes considerados en el Plan de Participación.	

Empresas del sector	▶ Operadores del comercio, pymes, autónomos y grandes empresas de distribución.
Consumidores y usuarios.	▶ Ciudadanos y ciudadanas en general. ▶ AVACU. Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios. ▶ Unión de Consumidores de la Comunidad Valenciana (UCE). ▶ Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de la Comunidad Autónoma de Valencia (FACUCOVA). ▶ Federación de Amas de Casa y Consumidores de la Comunidad Valenciana.
Otros agentes.	▶ Universidades, Colectivos Científicos, Fundaciones, Institutos, Observatorios y demás entidades relacionadas, cuyo objeto profesional esté vinculado a las materias del Plan. ▶ Federación Estatal de Servicios para la Movilidad y el Consumo de UGT del País Valencià. ▶ Federación de Servicios de CCOO del País Valencià. ▶ FETICO (Federación de Trabajadores Independientes de Comercio). ▶ Colegios Profesionales de Arquitectos, Ingenieros, etc. ▶ Medios de comunicación.

7. Herramientas del Plan de Participación Pública.

En este apartado se recogen las actividades que se pretenden llevar a cabo para facilitar el acceso a toda la información del PATSECOVA y conocer las opiniones de los representantes del sector, agentes afectados, expertos y la ciudadanía en general respecto a las actuaciones que el Plan prevé, siempre con antelación a la toma de decisiones.

El público interesado, conocerá en todo momento la situación en que se encuentre el PATSECOVA, con el fin de facilitar el conocimiento y favorecer la implantación de nuevos criterios de gobernanza territorial. Las actividades a realizar en cada una de estas fases comprenderán actividades en tres niveles: información, consulta y comunicación.

7.1. Acciones de información.

A través de estas acciones se pretende que cualquier ciudadano o ciudadana, a título individual o en representación de cualquier organización legalmente constituida, pueda acceder a la información pública del Plan. Para ello se utilizarán básicamente plataformas digitales, pero también se prevé la elaboración de materiales divulgativos.

Principales actividades de información	
Página web del Plan.	▶ Tendrá el objeto de facilitar el acceso a la información del Plan, conocer sus diferentes fases de tramitación, consultar noticias y eventos relacionados, acceder a enlaces de interés y conocer la legislación específica a través de las nuevas tecnologías. ▶ Será un canal de recepción de opiniones a través de la creación de foros, un buzón de correo electrónico y una lista de suscripción a través de la cual es posible mantener informado al público interesado. ▶ La información disponible se encontrará centralizada en el sitio web www.patsecova.es, existiendo de forma complementaria enlaces externos desde las páginas web de otras instituciones u organismos. ▶ Permitirá participar activamente en el Plan a través de encuestas.
Publicaciones divulgativas.	▶ Con el objetivo de promover la participación pública se prevé la realización y edición digital de documentos de síntesis. Estos documentos serán distribuidos a través de la web del Plan.
Reuniones informativas con las Administraciones Locales.	▶ Con el objetivo de lograr el máximo consenso posible con todos los municipios afectados, se realizarán sesiones de trabajo en los Ayuntamientos. ▶ Las acciones se coordinarán con la Federación Valenciana de Municipios y Provincias.
Reuniones informativas con asociaciones empresariales.	▶ Se realizarán reuniones informativas con las asociaciones sectoriales más representativas, en foros de carácter provincial.
Reuniones y consultas a representantes del sector.	▶ A lo largo de la tramitación del Plan se realizarán reuniones en el Observatorio del Comercio de la Comunitat Valenciana que engloba a los principales representantes del sector comercial.

7.2. Acciones de consulta.

Dado que el Plan afectará a los derechos e intereses legítimos de las personas y administraciones públicas, se hace necesario darles audiencia y recabar cuantas aportaciones adicionales puedan hacer. Las acciones de consulta deberán realizarse de forma tal que quienes realicen aportaciones sobre el plan tengan la posibilidad de emitir su opinión, para lo cual deberán ponerse a su disposición los documentos necesarios, que serán claros, concisos y reunir toda la información precisa para poder pronunciarse sobre la materia.

En cuanto a los tipos de consultas, se diferencian las consultas formales de las informales. En cuanto a las primeras, se definen las acciones necesarias para dar cumplimiento a las acciones de participación pública y consultas establecidas en la LOTUP y Ley 21/2013, en el marco de la evaluación ambiental y territorial estratégica.

Respecto al segundo tipo de consultas, el objetivo es recabar directamente la opinión de las personas, entidades, organizaciones o asociaciones que agrupen o representen a las personas cuyos derechos o intereses legítimos se pueden ver afectados por el Plan. Para ello se pretende habilitar una serie de herramientas para permitir que cualquier persona interesada pueda realizar aportaciones, sugerencias u observaciones.

7.2.1. Consultas en el marco de la evaluación ambiental y territorial estratégica.

Una de las piezas esenciales de la evaluación ambiental es la consulta a las administraciones públicas afectadas, que serán identificadas por el órgano ambiental en el Documento de Referencia. Las consultas a las administraciones afectadas resultan fundamentales para la determinación del alcance y contenido que debe tener el estudio ambiental estratégico y por este motivo se conforman con carácter obligatorio.

El artículo 53 y consiguientes de la LOTUP establece que la versión inicial del plan o programa, incluyendo su estudio ambiental y territorial estratégico y el resto de documentos exigibles por la normativa sectorial, serán sometidos, por el órgano promotor, a participación pública y consultas con las administraciones públicas afectadas y con las personas interesadas, mediante las acciones definidas en el plan de participación pública. Como mínimo, será preceptivo realizar consultas a las administraciones públicas afectadas y personas interesadas, publicar anuncios en el Diari Oficial de la Comunitat Valenciana y en prensa escrita de gran difusión y poner a disposición del público los documentos mencionados.

El periodo de participación pública y consultas será el adecuado para difundir la documentación y facilitar su examen, informe o alegación. El plazo mínimo de participación pública y consultas que establece la ley es de cuarenta y cinco días hábiles. Durante esta fase, se podrán formular alegaciones y observaciones, pudiendo aportar todo tipo de documentación o medios de prueba que se estimen adecuados en su apoyo.

Se establece que si, como consecuencia de informes y alegaciones, se pretenden introducir cambios sustanciales en la versión preliminar del plan, antes de adoptarlos se comunicará a los interesados y se publicará anuncio de información pública en el Diari Oficial de la Comunitat Valenciana, dándose audiencia por el plazo de 20 días, acompañada de los informes y alegaciones que sustenten la modificación propuesta. En ese periodo, se admitirán, para su examen y consideración, nuevas alegaciones referidas a los cambios propuestos; podrán inadmitirse las que reiteren argumentos y redunden en aspectos previamente informados. Una vez finalizado el plazo de participación pública y consultas, el órgano promotor elaborará el documento de participación pública, que sintetizará sus resultados y justificará cómo se toman en consideración en la propuesta de plan o programa.

Para evitar demoras que no tienen justificación desde el punto de vista ambiental y conseguir que el procedimiento sea eficaz, la falta de pronunciamiento de las administraciones públicas afectadas no puede, en modo alguno, ralentizar, y menos aún paralizar el procedimiento, que podrá continuar siempre y cuando el órgano ambiental disponga de los elementos de juicio suficientes para realizar la evaluación ambiental.

En el caso de que las administraciones públicas afectadas no emitieran sus informes, o si éstos no resultaran suficientes, la Ley 21/2013 prevé que el órgano ambiental requiera al titular del órgano jerárquicamente superior de aquel que tendría que emitir el informe, para que en el plazo de diez días, contados a partir de la recepción del requerimiento, ordene al órgano competente la entrega del correspondiente informe en el plazo de diez días, sin perjuicio de las responsabilidades en que pudiera incurrir el responsable de la demora y de la posibilidad que tiene el promotor de reclamar a la Administración competente la emisión del informe, a través del procedimiento previsto en el artículo 29.1 de la Ley 29/1998, de 13 de julio, de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa.

7.2.2. Panel de expertos y Grupo Consultivo.

Una de las acciones planteadas dentro de las acciones de consulta es la constitución de un Grupo Consultivo cuya función es realizar un seguimiento interno de los trabajos del Plan y consensuar sus contenidos y propuestas. El mismo está compuesto por representantes de las distintas sensibilidades del sector de la distribución comercial valenciana y de departamentos de la Generalitat implicados. Las reuniones serán temáticas y, por tanto, centradas en aspectos concretos del Plan y su calendario se fijará en función de los avances del mismo.

Principales actividades de información	
Objetivo:	Realizar un seguimiento interno de los trabajos del PATSECOVA y consensuar los contenidos y propuestas del Plan.
Técnica de funcionamiento:	- A cada reunión del Grupo podrán ser convocados todos o parte de los miembros que lo componen. - Dinámicas de discusión, debate y negociación para la toma de decisiones. - Las dinámicas serán temáticas y, por tanto, centradas en temas concretos del Plan. - Con anterioridad a cada una de ellas se hará llegar un documento de posicionamiento respecto a ese tema. - Cada dinámica estará moderada por un responsable del Gabinete Técnico o de la Dirección General de Comercio y Consumo. - Las reuniones tendrán un tiempo limitado (2 horas). - Dependiendo de la temática abordada, se podrán formar grupos de trabajo, o contar con la asistencia de expertos en determinadas materias.
Naturaleza de los miembros:	Perfil técnico.
Miembros:	- ANGED. Asociación Nacional Grandes Empresas de Distribución. - Asociación Española de Centros Comerciales. - ASUCOVA. Asociación de Supermercados de la Comunidad Valenciana. - AVACU. Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios. - Cámaras de Comercio de la Comunitat Valenciana. - CECOVAL Confederación de Empresarios del Comercio Valenciano. - Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana. - Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural. - Dirección General de Medio Ambiente y Evaluación Ambiental. - Conselleria de Vivienda, Obras Públicas y Vertebración del Territorio. Dirección General de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje. - COVACO Confederación Valenciana de Comercio. - Dirección General de Comercio y Consumo. - FACUCOVA Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de la Comunidad Valenciana. - Federación Valenciana de Municipios y Provincias (FVMP) - Gabinete técnico (Equipo redactor). - Principales Ayuntamientos (Valencia, Alicante y Castellón). - Abierta a la incorporación puntual de otros expertos.
Nº de miembros recomendable:	15-20 personas.
Lugar propuesto de celebración de las reuniones:	Dependencias y locales de la DG Comercio y Consumo.
Grado de influencia:	Las conclusiones del grupo serán incorporadas al Plan, previa consideración por el órgano promotor del Plan.
Resultados:	De cada dinámica se realizará un acta que contenga los contenidos, principales debates, y conclusiones y consensos a los que se ha llegado.

También se constituye un Panel de Expertos, formado por entre cinco y siete personas de reconocido prestigio, básicamente procedentes del ámbito académico, y que puedan aportar una visión objetiva e independiente de los contenidos del Plan.

Características del Panel de Expertos	
Objetivo:	▶ Realizar una valoración objetiva e independiente de los contenidos y propuestas del Plan.
Técnica de funcionamiento:	▶ Primera reunión presencial constitutiva. ▶ Funcionamiento de trabajo básicamente a través de medios electrónicos: intranet y correo electrónico. ▶ Reuniones presenciales a petición del Gabinete Técnico en la fase previa a la finalización de las distintas versiones del Plan.
Naturaleza de los miembros:	▶ Perfil técnico. Expertos independientes. ▶ La composición del Panel es dinámica conforme avanza su tramitación.
Miembros:	▶ Universidad Alicante. ▶ Universitat de Valencia. Instituto Interuniversitario Desarrollo Local. ▶ Universidad Jaume I. ▶ Universitat Politècnica de Valencia. ▶ Ministerio de Economía y Competitividad. Subdirección General de Fomento y Modernización del Comercio Interior ▶ Agencia Valenciana Turisme. ▶ Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural. ▶ Dirección General de Medio Ambiente y Evaluación Ambiental. ▶ Conselleria de Vivienda, Obras Públicas y Vertebración del Territorio. Dirección General de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje. ▶ Principales ayuntamientos de la Comunitat Valenciana.
Nº de miembros recomendable:	▶ 7-12 personas.
Lugar propuesto de celebración de las reuniones:	▶ Dependencias y locales de la DG Comercio y Consumo.
Grado de influencia:	▶ No vinculante, se considerarán a efectos de mejora de los contenidos del Plan.
Resultados:	▶ Se realizarán actas de las reuniones mantenidas.

7.2.3. Talleres territoriales.

A lo largo del proceso de elaboración de la versión preliminar del Plan se pretende realizar un conjunto de talleres territoriales de carácter comarcal en la que participen técnicos AFICs, ADLS y otros agentes implicados en el desarrollo y promoción económica del territorio. Los objetivos de estos talleres son:

- ▶ Identificar los problemas que el comercio de la comarca.
- ▶ Identificar los problemas de la dinámica territorial-comercial, es decir, aquellos aspectos del territorio que afectan a la dinámica comercial/económica.
- ▶ Llegar a un diagnóstico consensuado.
- ▶ Identificar soluciones posibles para esta zona del territorio, ya sean proyectos concretos o acciones dinamizadoras.

Características del Panel de Expertos	
Objetivo:	▶ Propiciar la participación de los agentes presentes en el territorio con el fin de conocer de primera mano la situación en cada uno de los ámbitos de trabajo.
Técnica de funcionamiento:	▶ Dinámicas de discusión y debate. ▶ Las dinámicas se centrarán en el diagnóstico de la situación de cada territorio analizado y la identificación de estrategias. ▶ En cada dinámica participará, como moderador, un responsable del Gabinete Técnico. ▶ Las reuniones tendrán un tiempo limitado (2 horas).
Naturaleza de los miembros:	▶ Agentes para el Fomento de la Innovación Comercial (AFICs). ▶ Agentes de Desarrollo Local. ▶ Responsables políticos: Concejales de Comercio, Mercados, promoción económica, etc. ▶ Representantes de las asociaciones sectoriales más representativas.
Miembros:	▶ Cada reunión estará constituida por miembros de un área o varias áreas comerciales. Los AFICs deberán pertenecer a ciudades que formen parte de nodos de relevancia comercial.
Nº de miembros recomendable:	▶ 8-10 personas.
Lugar propuesto de celebración de las reuniones:	▶ En dependencias municipales de alguna de las ciudades participantes.
Grado de influencia:	▶ Las conclusiones de cada reunión serán consideradas a criterio del equipo redactor.
Resultados:	▶ En cada reunión se levantará un acta que contenga los contenidos y principales conclusiones a los que se ha llegado.
Organización de talleres:	▶ Se pretende la realización de un mínimo de 15 talleres territoriales.

7.2.4. Consultas a empresarios, técnicos y a la ciudadanía.

Además de las acciones formales de consulta, se prevé la realización de distintas acciones de consulta tanto a agentes del sector comercial, como al conjunto de la ciudadanía. El objetivo es incorporar el mayor número de visiones posibles en el proceso de planificación estratégica del territorio, a partir de la construcción de una comprensión compartida de los principales problemas, necesidades y oportunidades.

A partir de esta visión será más fácil generar un mayor consenso en torno a las estrategias y actuaciones que se tienen que desarrollar en el territorio.

Principales acciones de consultas	
Encuesta a consumidores y usuarios	▶ Dirigido a la ciudadanía, sobre aspectos generales del comercio y de valoración del Plan. ▶ Será on-line accesible a través de la web.
Encuesta a operadores del sector.	▶ Dirigido a empresas del sector, sobre aspectos de la actividad y fijación de prioridades a considerar en el Plan. ▶ Será on-line accesible a través de la web. ▶ Se divulgará a través de las asociaciones empresariales. ▶ Muestra estimada: 200 encuestas.
Encuesta a expertos y técnicos.	▶ Dirigido, bajo invitación, a expertos, técnicos y especialistas del sector. ▶ Será on-line accesible a través de la web. ▶ Muestra estimada: 120 encuestas.
Encuesta de valoración de paisajes comerciales.	▶ Dirigido a la ciudadanía, sobre aspectos generales del comercio y de valoración del Plan. ▶ Será on-line accesible a través de la web.

Principales acciones de consultas	
Entrevistas con expertos.	▶ Con el objetivo de mejorar la comprensión de la problemática analizada se programarán diversas reuniones de trabajo con expertos y representantes de los agentes relacionados con las materias de estudio del Plan.
Talleres provinciales.	▶ Propiciar la participación de los agentes presentes en el territorio con el fin de conocer de primera mano la situación en cada uno de los ámbitos de trabajo. ▶ Estarán formados por técnicos y representantes de las asociaciones empresariales.
Alegaciones y sugerencias.	▶ Durante la fase de consulta se recogerán todas las alegaciones y sugerencias a través del registro de entrada de la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo o bien a través del buzón de sugerencias que se habilitará en la página web.
Encuesta a consumidores y usuarios	▶ Dirigido a la ciudadanía, sobre aspectos generales del comercio y de valoración del Plan. ▶ Será on-line accesible a través de la web.
Encuesta a operadores del sector.	▶ Dirigido a empresas del sector, sobre aspectos de la actividad y fijación de prioridades a considerar en el Plan. ▶ Será on-line accesible a través de la web. ▶ Se divulgará a través de las asociaciones empresariales. ▶ Muestra estimada: 200 encuestas.

En las siguientes tablas se describen las principales características de las encuestas que se pretenden desarrollar:

Encuesta a ciudadanos	
Destinatarios:	▶ Cualquier ciudadano de la Comunitat Valenciana mayor de 16 años.
Contenidos:	▶ Aspectos generales del comercio valenciano.
Muestra:	▶ No establecida.
Tipo:	▶ On-line.
Medios:	▶ A través de la web PATSECOVA.
Difusión:	▶ Comunicación de la DG Comercio y Consumo a las asociaciones de consumidores y usuarios de la CV.
Periodo realización:	▶ Elaboración de la versión preliminar. ▶ Periodo de información y participación pública de la versión preliminar.

Encuesta a agentes, operadores y representantes del comercio	
Destinatarios:	▶ Agentes, operadores y representantes del sector, que operen en la Comunitat Valenciana.
Contenidos:	▶ Aspectos generales y concretos del comercio valenciano. ▶ Identificación de problemas y potencialidades. ▶ Posición respecto a objetivos específicos, valoración y priorización de estrategias. ▶ Identificación de propuestas concretas.
Muestra:	▶ Estimada en 120 en cada oleada.
Tipo:	▶ On-line.
Medios:	▶ A través de la web PATSECOVA.
Difusión:	▶ Invitación e información de la DG Comercio y Consumo.
Periodo realización:	▶ Elaboración de la versión preliminar. ▶ Periodo de información y participación pública de la versión preliminar.

Encuesta a técnicos y expertos	
Destinatarios:	▶ Técnicos de los distintos niveles de la AAPP, técnicos camerales, consultores, expertos, especialistas, investigadores, universitarios, de la Comunitat Valenciana o de fuera de la misma.
Contenidos:	▶ Diagnóstico, marco de actuación, prioridades, posición y alternativas respecto a objetivos específicos.
Muestra:	▶ Estimada en 120.
Tipo:	▶ On-line.
Medios:	▶ A través de la web PATSECOVA.
Difusión:	▶ A través de la web PATSECOVA. ▶ Invitación de la DG Comercio y Consumo y del Gabinete Técnico.
Periodo realización:	▶ Elaboración de la versión preliminar.

Encuesta de valoración de paisajes comerciales	
Destinatarios:	▶ Cualquier ciudadano de la Comunitat Valenciana mayor de 16 años.
Contenidos:	▶ Aspectos específicos del paisaje en las zonas comerciales, calidad paisajística, las preferencias de la población y su visibilidad.
Muestra:	▶ No establecida.
Tipo:	▶ On-line.
Medios:	▶ A través de la web PATSECOVA.
Difusión:	▶ A través de la web PATSECOVA. ▶ Invitación de la DG Comercio y Consumo y del Gabinete Técnico.
Periodo realización:	▶ Periodo de información y participación pública de la versión preliminar.

7.3. Acciones de comunicación.

La ciudadanía que participa en cualquier mecanismo de participación, especialmente cuando se trata de entornos territoriales de cierta dimensión o con dinámicas internas complejas, debe estar informada de sus ritmos, calendarios y procedimientos. De no ser así, no será capaz de formarse una idea del conjunto, ni entender qué supone su participación ni qué se hará con sus aportaciones, por lo que podría desmotivarse.

Con este objetivo, se plantea la realización de una campaña continua de comunicación sobre el proceso participativo, para la que se utilizarán los siguientes recursos:

- ▶ Organización de charlas informativas lo largo de todo el proceso.
- ▶ Comunicados y conferencias de prensa.
- ▶ Edición de carteles y folletos para anunciar los eventos organizados.
- ▶ Edición de folletos, guías y materiales divulgativos, de contenido no técnico.
- ▶ Uso de correo electrónico.
- ▶ Sitio web (www.patsecova.es).
- ▶ Eventos especiales, como presencias en ferias, mercados, etc.

A través de diversas acciones se pretende proporcionar y difundir la información de mayor relevancia del Plan, garantizando que la máxima transparencia en el procedimiento de elaboración y tramitación del mismo.

La aprobación definitiva del PATSECOVA por parte del Consell de la Generalitat Valenciana conlleva su necesaria publicación mediante anuncio a través de los mismos medios en que se informó acerca del inicio del proceso de participación pública. Los documentos aprobados definitivamente podrán consultarse a través de la página web de la conselleria promotora.

7.4. Acciones de evaluación y seguimiento.

Todo el proceso de participación será evaluado de forma continua, de forma que sea transparente y se dé a conocer al público interesado cómo se han utilizado y gestionado sus contribuciones. La evaluación de resultados y su incorporación al proceso de toma de decisiones incluirá:

- ▶ La revisión y el análisis de las aportaciones y comentarios de las personas físicas o jurídicas que han participado. Se redactarán informes, de forma breve y clara, que analicen las aportaciones y los puntos de vista de las partes interesadas. Estos informes quedarán a disposición del ciudadano a través de la página web del Plan.
- ▶ La evaluación del proceso de participación: se considerará en todo momento el grado de respuesta del público interesado respecto de las actividades propuestas y, consecuentemente, su efectividad en el marco del proceso de participación.
- ▶ La incorporación de los resultados obtenidos: las opiniones, sugerencias y puntos de vista sobre la Versión preliminar del plan, serán susceptibles de motivar la introducción de cambios en la Versión definitiva.
- ▶ Adaptabilidad del Plan de Participación: las actividades de participación se adaptarán en todo momento a las demandas de los participantes, pudiendo por tanto sufrir modificaciones o incorporarse nuevas actividades de participación a lo largo del proceso.

El seguimiento del Plan se llevará a cabo a través de un informe periódico, cuya frecuencia quedará fijada en el momento de la aprobación del plan, que será puesto a disposición del público interesado a través de la página web. Este informe hará referencia a los indicadores ambientales y a la consecución de los objetivos que se hayan establecido.

8. Sistema de toma de decisiones.

En este apartado se establece la manera en que se tendrán en cuenta las percepciones, voluntades e intereses de todos los implicados, todo ello, a través de un proceso de retroalimentación continua y sujeto a los tiempos legales establecidos en cada etapa.

El grado de implicación e influencia de la participación en la toma de decisiones finales ha de quedar definido antes de comenzar el proceso participativo, es decir, se han de definir las "reglas del juego", y estas han de comunicarse de forma clara y transparente a los participantes, con el objetivo que no crear falsas expectativas.

Con esta intención se ha establecido el siguiente esquema de participación:

Sistema de toma de decisiones		
Enfoque	Grado de influencia	Órganos/herramientas
Participación activa	Los actores estarán presentes en todo el proceso, especialmente en el diagnóstico de partida. Sus aportaciones serán debatidas y tendrán capacidad de influir en el resultado final.	- Grupo Consultivo. - Panel de Expertos.
Participación con consulta	Se escuchará la opinión de los actores y la incorporación o no de sus aportes será potestad del promotor.	- Observatorio del Comercio Valenciano. - Talleres y debates. - Entrevistas individuales.
Participación pasiva / informativa	Los actores serán receptores de información, y en todo caso, responderán a cuestionarios previos, sin ningún control sobre el resultado.	- Encuestas a ciudadanos, foros, blogs... - Web, presentaciones, documentos de síntesis.

9. Fases del Plan de participación.

El proceso teórico de participación pública queda integrado en las fases de elaboración del Plan y del procedimiento de Evaluación Ambiental y Territorial Estratégica. Estas fases son las que se concretan en el PPP, de modo que algunas de ellas pueden refundirse o dividirse, estableciendo el proceso que se considere más adecuado para los fines perseguidos y las características del propio Plan.

La normativa referente a los procesos de participación pública no establece de forma específica las fases o las etapas que debe contener un Plan de Participación Pública, sin embargo, sí que establece una serie de exigencias mínimas y condicionantes. Así, desde un punto de vista teórico y en base a la normativa vigente en el momento de redacción del plan, las fases del proceso participativo se definen como sigue:

- ▶ **Fase 1:** Durante la primera fase de la elaboración del Plan se realiza el planteamiento del mismo y el diseño de la posterior participación pública, siempre acorde a la normativa vigente. En esta fase la Administración define las "reglas del juego" (nivel de participación) y comunica al público interesado en participar la finalidad de su participación y qué implicación va a tener en la redacción del Plan.
- ▶ **Fase 2 y 3:** En la siguiente fase de planificación se realiza el análisis y diagnóstico de la situación actual. A lo largo de esta fase se pueden realizar acciones de participación y consulta pública, las cuales quedan definidas en el Plan de participación (talleres, encuestas, web...). Con los resultados de las consultas se elabora una propuesta de planificación y ordenación comercial, que junto al Estudio ambiental y territorial estratégico (que requiere ser sometido a participación pública según el procedimiento de Evaluación Ambiental Estratégico), conforma la versión preliminar del Plan. Este se somete a consulta y participación pública.
- ▶ **Fase 4:** Esta versión preliminar se remite al órgano ambiental que lleva a cabo el proceso de Evaluación Ambiental y Territorial Estratégica, el cual emite la Declaración Ambiental Estratégica que debe acompañar al PATSECOVA, y el cual contiene el resultado del proceso de evaluación ambiental. La declaración ambiental y territorial estratégica se emitirá en el plazo máximo de tres meses desde la presentación de toda la documentación ante el órgano ambiental y territorial; plazo que el citado órgano podrá prorrogar por otros tres meses, cuando la complejidad del asunto lo requiera. Se publicará en el Diari Oficial de la Comunitat Valenciana la declaración ambiental y territorial estratégica y se pondrá a disposición del público en la página web de la Generalitat.
- ▶ **Fase 5:** Posteriormente, se elabora la versión definitiva del Plan, que incluye la participación pública y la evaluación ambiental y territorial estratégica. El órgano competente (Consell) resolverá sobre la aprobación del plan, verificando la inclusión de las determinaciones de la declaración ambiental y territorial estratégica y tomando en consideración razonada los estudios y documentos sectoriales que lo acompañan. El plazo para la aprobación definitiva será de tres meses desde la recepción de la documentación completa.

En el plazo de quince días desde la adopción o aprobación del plan o programa, el órgano sustantivo remitirá para su publicación en el Diari Oficial de la Comunitat Valenciana la siguiente documentación:

- a) La resolución por la que se adopta o aprueba el plan o programa aprobado, y una referencia a la dirección de la página web en la que el órgano sustantivo pondrá a disposición del público el contenido íntegro del Plan.
- b) La declaración ambiental y territorial estratégica.
- c) Las razones de la elección de la alternativa seleccionada, en relación con las alternativas consideradas, y las medidas adoptadas para el seguimiento de los efectos en el medio ambiente y el territorio derivados de la aplicación del plan o programa.

El órgano promotor deberá poner a disposición del público, administraciones públicas afectadas y órgano ambiental y territorial, una copia del plan aprobado y una declaración expresiva de cómo se han integrado en él los aspectos ambientales y territoriales, cómo se han tomado en consideración el estudio ambiental y territorial estratégico, la declaración ambiental y territorial estratégica y el resultado de las consultas, discrepancias y alegaciones, facilitando un resumen no técnico de dicha información.

A lo largo de todo el periodo de ejecución del PATSECOVA y especialmente en sus fases iniciales se desarrollarán distintas acciones de información, comunicación y sensibilización dirigidas a estimular la participación de los actores implicados y de la ciudadanía en general. Estas acciones se irán desarrollando en el tiempo, de forma flexible y adaptada a las necesidades que se vayan planteando.

En cuanto a las modalidades de información y consulta se podrán realizar por medios convencionales, telemáticos o cualquier otro, siempre que se acredite la realización de la consulta y su resultado. La fase de consultas de la Versión Preliminar del Plan y del Estudio de Sostenibilidad Ambiental y Territorial Estratégica implicará la puesta a disposición de los documentos al público y el inicio de la consulta a las Administraciones Públicas afectadas y al público interesado, por un plazo mínimo de 45 días para examinarlo y formular observaciones.

Fases del Plan de participación pública			
Fases en la tramitación del Plan	Actividades relevantes de la tramitación del PATSECOVA	Objetivos de participación	Actividad
Fase 1: Consulta previa. Documento Inicial y Documento de Referencia.	- Se solicitará al Órgano Ambiental (OA) que elabore el Documento de Referencia (DR) a partir de la información facilitada en el Documento Inicial. - El DR servirá para identificar las administraciones afectadas y el público interesado, así como para establecer el alcance y contenidos del Estudio Ambiental y Territorial Estratégico (EATE).	Consulta.	Consulta a administraciones públicas afectadas y al público interesado.
	Comunicación de inicio del proceso de elaboración del Plan en el Observatorio del Comercio Valenciano.	Información.	- Acto de presentación del proceso por parte de los representantes de la Generalitat en el Observatorio del Comercio de la Comunitat Valenciana. - Comunicado de prensa.
Fase 2: versión preliminar	Se llevarán a cabo todas las actividades diseñadas para asegurar el acceso a la información, se consultará a todos los agentes seleccionados en base a los datos técnicos preliminares.	Comunicación.	- Creación de la página web de participación del PATSECOVA. - Diseños de documentos divulgativos de la Versión Preliminar y EATE.
		- Consulta. - Comunicación	- Constitución y reuniones del Grupo Consultivo y Panel de Expertos. - Cuestionario dirigido a ciudadanos, expertos y operadores. - Realización de talleres provinciales y territoriales.

Fases del Plan de participación pública			
Fase 3: Participación y consultas públicas de la versión preliminar	▶ Puesta a disposición de los documentos al público y el inicio de la consulta a las Administraciones Públicas afectadas y al público interesado, por un plazo mínimo de 45 días para examinarlo y formular observaciones.	▶ Información pública y consultas.	▶ Anuncio en el DOCV y en periódico de amplia difusión. ▶ Consulta a las administraciones públicas afectadas de la versión preliminar del Plan y al público en general (45 días). ▶ Elaboración del informe de seguimiento de la participación pública. Se elaborará un documento en el que se justifique cómo se han tomado en consideración las observaciones y alegaciones.
	▶ Acciones de consulta y comunicación de la versión preliminar del Plan.	▶ Consulta. ▶ Comunicación.	▶ Presentación de la VP al Observatorio del Comercio de la Comunitat Valenciana. ▶ Segunda ronda de encuestas a consumidores, empresarios sobre los contenidos de la Versión preliminar y sobre el paisaje comercial. ▶ Reuniones del Grupo Consultivo y Panel de expertos para el debate de la VP. ▶ Desarrollo de acciones de comunicación de la VP: charlas, jornadas, edición de materiales, etc.
Fase 4: Versión propuesta del plan y DATE.	▶ Se redactará la propuesta de Plan y Declaración Ambiental Estratégica, incorporando las sugerencias, observaciones y opiniones recogidas tras la información pública.	▶ Consulta. ▶ Comunicación.	▶ Reuniones del Grupo Consultivo y Panel de Expertos. ▶ Resultados de cuestionarios. ▶ Documentos de síntesis.
Fase 5: Versión final del Plan.	▶ Tras la redacción de la Declaración Ambiental Estratégica y se redacta la Versión final del Plan.	▶ Comunicación.	▶ Anuncio en el DOCV y en la web de la GVA. ▶ Elaboración del informe de seguimiento de la participación pública.
	▶ Con los resultados de la información pública y los informes, la documentación se remitirá a los órganos autonómicos para su aprobación definitiva. Ésta se hará pública y se habilitarán los mecanismos de seguimiento que permitan valorar el grado de efectividad de las propuestas y el cumplimiento de las mismas.	▶	▶ Anuncio en el DOCV y en prensa.