

5. Documento propositivo

5.1. Introducción.

El PATSECOVA será el primer Plan desarrollado en la Comunitat Valenciana de carácter territorial dirigido a la ordenación de un sector económico de carácter privado, 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.

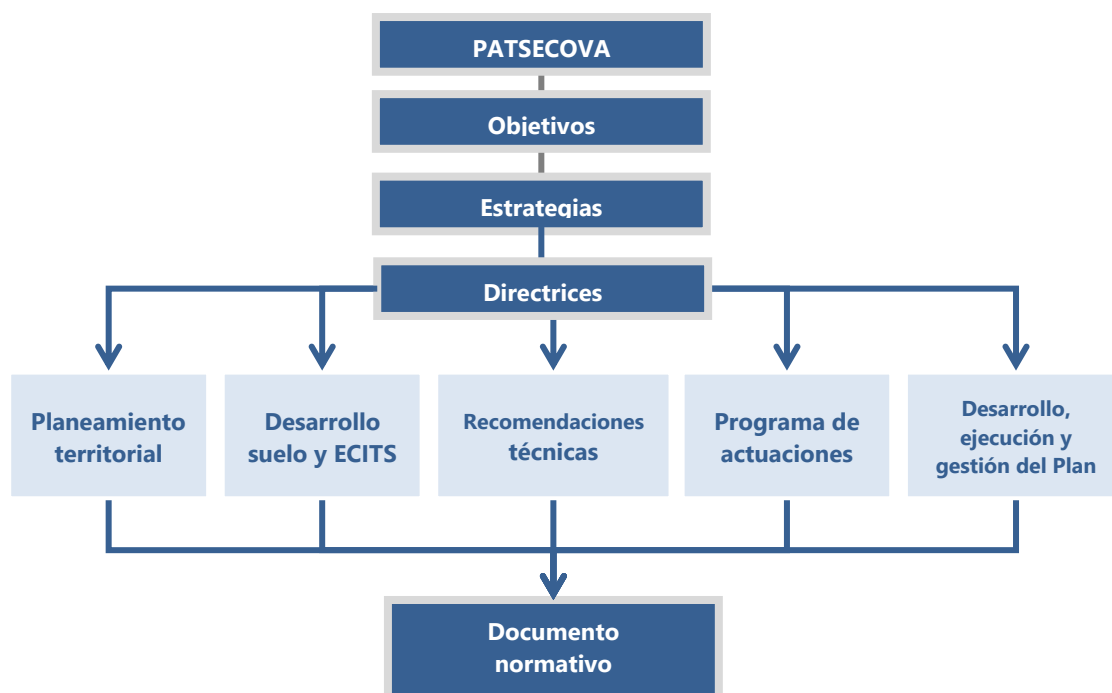
Esto supone un reto y la necesidad de establecer una orientación singular respecto a sus consideraciones y directrices, en el que el grado de intervención pública esté perfectamente calibrada para no impedir que la iniciativa privada lidere el desarrollo comercial en nuestra región.

Además, el Plan debe tener en cuenta tanto la normativa como el resto de los planes e instrumentos existentes en los ámbitos no sólo del comercio, sino de la ordenación del suelo y del territorio, urbanística y medioambiental.

En este apartado, se definen las estrategias que deben desarrollarse para alcanzar los objetivos establecidos. Estas estrategias se traducen en un conjunto de directrices y recomendaciones técnicas que establecen qué es lo que hay que hacer, y en un plan de actuaciones concretas que describen cómo se pueden poner en práctica dichas directrices. Estrategias y directrices derivadas tanto del diagnóstico realizados como del proceso de participación pública.

Las directrices marcan qué es lo que se va a hacer desde la aprobación del Plan y constituyen la primera aproximación hacia el logro de los objetivos. Su definición ha seguido la estructura de estrategias identificadas en el esquema de objetivos, de modo que se cubra la totalidad de las mismas e indican el camino a seguir en el futuro. Independientemente de su carácter vinculante, estas responden a alguna de las siguientes categorías:

- 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. La Ley 3/2011 establece que el Plan debe delimitar las áreas comerciales funcionales de la Comunitat Valenciana en base a criterios de accesibilidad territorial, capacidad y fuerza de atracción que ejercen las ciudades y criterios funcionales, orográficos, urbanísticos, históricos, medioambientales, socioculturales y visuales, atendiendo, igualmente, a la efectuada con carácter general por la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana, así como a la su Infraestructura Verde. En este apartado se delimitan las Áreas Funcionales Comerciales en base a la identificación de las ciudades y áreas integradas que componen el Sistema Nodal de Referencia Comercial. Cada zonificación llevará asociada su propia definición de criterios y su aplicación, a través de la elaboración de Directrices de Ordenación Comercial que se deberán desarrollar como consecuencia de la aprobación del Plan. También se incorpora la figura de las *áreas comerciales estratégicas*, conjunto de ámbitos territoriales de diversa escala (un sector urbanístico, un barrio, un centro urbano, un polígono industrial, un ámbito que afecta a varios municipios, como un bulevar o travesía, etc.), para las que se determinan criterios y acciones concretas. En su clasificación se ha adaptado la nomenclatura establecida en la ETCV cuando hace consideraciones respecto al desarrollo de suelo para usos residenciales y actividades económicas.
- b) **Directrices para el desarrollo de nuevo suelo comercial y la implantación de establecimientos comerciales con impacto territorial:** En este apartado se han incorporado directrices concretas sobre el tratamiento del suelo comercial en los instrumentos urbanísticos y directrices referentes a la implantación de establecimientos comerciales con impacto territorial (ECITS).



Esquema de la propuesta de ordenación del PATSECOVA

- c) **Recomendaciones técnicas:** De carácter técnico y no vinculante, responden a la necesidad de contar con un marco flexible y adaptable a cada realidad de principios, criterios y buenas prácticas. Estas recomendaciones afectan a la acción de las Administraciones y a las decisiones que deben tomar los operadores.
- d) **Programa de actuaciones:** Para la consecución de determinados objetivos del Plan y, en función de las prioridades detectadas, es necesario poner en marcha actuaciones concretas, a ejecutar por la Administración autonómica competente, pero también por parte de los operadores y otros agentes del sector. El Plan establecerá el compromiso financiero, por parte de la Administración, para los primeros cinco años de vigencia del Plan. Para ello se establecerá, en consideración a la situación económica actual, un escenario de mínimos. Transcurridos los primeros cinco años, será necesario replantear los objetivos y estrategias del Plan, en base a su cumplimiento y a la propia evolución del sector.

- e) **Desarrollo, ejecución y gestión del Plan de Acción Territorial:** En este apartado se describen el conjunto de estrategias y actuaciones necesarias para el desarrollo del Plan. Se define el papel de la Generalitat y el resto de las administraciones públicas, las funciones de la Oficina Técnica del Plan y las funciones que dentro de este se encomiendan a la Red de Agentes para la Innovación Comercial, las asociaciones empresariales y el Observatorio de Comercio de la Comunitat Valenciana.

Las directrices y medidas que van a tener un carácter vinculante se incorporan en el **documento normativo** del PATSECOVA. Este documento, de forma articulada, contiene todas aquellas medidas que van a ser de obligado cumplimiento, tanto para el ciudadano como para la Administración. Recoge medidas de carácter técnico, administrativo, de planeamiento territorial, así como actuaciones concretas. Aunque no contiene toda la carga técnica del PATSECOVA, constituye el corazón del documento, ya que será lo que indefectiblemente se aplicará en el futuro y permitirá lograr los objetivos planteados.

5.2. Objetivos y estrategias del Plan.

5.2.1. Principios generales para la relación entre comercio y territorio.

Como punto de partida y antes de volver a ahondar en los objetivos del Plan, conviene recordar algunos principios, ampliamente aceptados, que se deben considerar en la relación entre el comercio y el territorio:

- a) **El comercio debe estar al servicio de los consumidores:** La distribución comercial, como escalón final de la cadena de valor y parte de la estructura económica caracterizada por la relación directa con los consumidores a los que sirve, tiene su razón de ser en proporcionar servicios eficaces y competitivos a los consumidores y esto significa que es necesaria la continua adaptación de la oferta comercial a la demanda. El comercio no puede mantenerse de espaldas al mercado por mucho tiempo y esto significa que el proceso de renovación, sustitución y modernización del comercio es continuo, y afecta a las zonas urbanas de la ciudad que pueden alcanzar tanto la prosperidad comercial como el declive. La localización del comercio debe permitir a los consumidores acceder a la oferta de bienes demandados en las mejores condiciones posibles de precio, surtido y calidad, en un marco de competencia.
- b) **Garantizar y proteger el derecho de libre elección por parte de los consumidores:** La libre elección de los consumidores sobre qué productos comprar, cómo comprarlos y dónde comprarlos debe ser protegida como garantía de competencia. La libertad de elección de los consumidores debe extenderse entre distintos establecimientos de una misma actividad y también entre formas comerciales diferentes. Utilizando el símil, deberíamos hablar también de "biodiversidad" aplicada al comercio, de lo deseable que es la convivencia entre pequeños y grandes.
- c) **Favorecer la proximidad de los comercios a sus usuarios:** Se deben minimizar los costes de desplazamiento de los consumidores desde su lugar de residencia al lugar de compra, sin por ello limitar la libertad de movilidad. La combinación de movilidad, accesibilidad y cercanía-proximidad es fundamental. La proximidad de los equipamientos comerciales a los consumidores debe ser un objetivo deseable, sin que por ello los consumidores no puedan asumir, si lo así lo desean, costes superiores de desplazamiento para acceder a mejores condiciones de mercado en precio, calidad o surtido. El concepto de proximidad no es sólo una cercanía física del comprador y del punto de venta, es también un concepto no espacial, la proximidad se transforma así en afinidad de mentalidad, de estilo de vida, de grupo social, ideológico, entre el espacio/concepto de compra y el propio comprador/ciudadano.
- d) **El comercio puede asimilarse a un equipamiento básico:** Se trata de un equipamiento singular de carácter colectivo y por lo tanto se deben prever los distintos instrumentos de la planificación urbana. Este equipamiento comparte en ciertas ocasiones características similares a otros equipamientos comunitarios como el sanitario, cultural, educativo, social, industrial o tecnológico, y puede ejercer un papel fundamental de locomotora y de centralidad. Este carácter de equipamiento al servicio de la comunidad justifica el tratamiento de la actividad comercial para proveer los servicios comerciales eficaces que necesita, siendo la iniciativa privada la única capaz de abordar esta misión. A la Administración Pública le corresponde ejercer la legislación urbanística y la legislación específica de ordenación comercial, para permitir el ejercicio de la libertad de empresa en igualdad de

oportunidades. Esta idea de que el comercio es un “equipamiento estratégico” es la que ha inspirado numerosos proyectos y programas con las más diversas denominaciones, pero que confían en considerar al comercio como el motor o la locomotora de la consolidación o renovación urbana.

- e) **La distribución comercial debe ser económicamente eficiente y competitiva:** Esta debería ser la orientación de la ordenación sectorial del comercio: perseguir la máxima eficiencia en el sector de la distribución comercial, así como su modernización. Este objetivo permitirá la generación continuada de riqueza y de ocupación, si el sector progresa en sus niveles de productividad y moderniza sus estructuras adecuándolas a las necesidades del mercado. El incremento de la productividad permite la disminución de los costes de comercialización con la consiguiente repercusión en los márgenes comerciales que, en caso de mantenerse o reducirse, permite trasladar las ganancias de productividad a los precios. En todo caso, los incrementos de productividad permiten generar recursos netos para la inversión, ajustar los márgenes comerciales, trasladar sus efectos a la disminución de los precios al consumidor, financiar los procesos de expansión de la actividad comercial con la consiguiente generación de empleo, o mejorar los niveles de servicio y calidad al consumidor.
- f) **El comercio, como actividad económica, puede favorecer el reequilibrio territorial, social y urbano:** Una oferta comercial equilibrada y armónica en el territorio y en el espacio urbano es un factor de cohesión, de vertebración. Hay que tener siempre presente que el comercio es una actividad que genera “centralidad” y hace atractiva una localización y, además, es un factor fundamental en la creación de espacios urbanos convivenciales. El comercio impacta e influye más allá de su estricta localización y esa influencia hay que tratar de maximizarla cuando sea positiva o minimizarla cuando rompa los equilibrios urbanos o territoriales.
- g) **El marco normativo para la implantación de establecimientos comerciales en el territorio debe ser abierto y flexible:** De tal forma que posibilite y prevea la adaptación a los procesos acelerados de extensión del suelo urbano residencial; la extensión de las actuales áreas urbanas integradas; el previsible aumento de las interrelaciones entre los núcleos periféricos de las áreas urbanas consolidadas que buscan su incorporación a las mismas aprovechando la generación de economías de aglomeración; y las nuevas pautas de crecimiento urbano generalizado en torno a las grandes infraestructuras y equipamientos que generan espacios de nueva centralidad que se localizan fuera de los tradicionales espacios centrales.
- h) **El comercio juega un papel muy relevante en el sistema rural valenciano:** En estas áreas de baja densidad demográfica el comercio rural se convierte en espacio para la vida colectiva y a menudo ejerce un importante papel de vertebración comarcal, por lo que debe propiciarse el mantenimiento de su estructura comercial y, en ocasiones, su complementación con nuevos equipamientos adaptados a las necesidades y características de este medio.
- i) **Se deben potenciar los centros comerciales urbanos:** Manteniendo su función comercial y urbana, y fortaleciendo su papel de centralidad urbana y territorial, especialmente en el sistema de ciudades que suponen centros de articulación, y que actúan como ciudades cabeceras de nivel regional, subregional, provincial, de demarcación territorial, de distrito territorial o de área funcional del territorio.

El PATECO fue el punto de partida para analizar con detalle el marco territorial de la actividad comercial en la Comunitat Valenciana, la estructura de la oferta comercial en sus distintas Áreas Funcionales, establecidas por el Plan de Desarrollo Urbanístico de la Comunitat Valenciana (PDU), la demanda comercial en esas zonas, la implantación en las mismas de las distintas tipologías comerciales y las cuotas de mercado de cada una de ellas, y finalmente, el balance comercial de cada Área, que indicaba los excesos de oferta o los huecos de mercado existentes.

Pero no fue la Administración, a través de la planificación, la que dirigió el proceso de conformación del llamado “modelo comercial valenciano” sino la iniciativa privada, que tomó decisiones de implantación en función de la oportunidad de establecer ciertos equipamientos comerciales en zonas concretas de nuestro territorio. La compleja realidad de la distribución comercial y de su relación con el territorio y los espacios urbanos permite hoy abrir un nuevo y vivo debate metodológico para abordar con pragmatismo y conocimiento algunas cuestiones fundamentales en torno a los objetivos del PATECO de 1998, que en su mayor parte siguen tan vivos y vigentes como entonces.

Actualmente, como marco de referencia, es necesario considerar los objetivos establecidos en el LECOVA (art. 93) respecto a la actuación pública en comercio:

- a. Mejorar la competitividad de las empresas comerciales y del conjunto del sistema de distribución comercial valenciano.

- b. Favorecer la adaptació de les empreses comercials a los canvis del mercat, en los àmbits de la millora de la eficiència, gestió i productivitat, especialment de les pimes i microempreses.
- c. Impulsar la cooperació, el associacionisme sectorial i la integració empresarial.
- d. Impulsar la qualificació de los recursos humans del sector, adaptant la formació professional de los comerciants, directius i empleats a las necessitats del mercat i apoyant a los emprenedors del comerç.
- e. Ordenar la implantació de grans establiments comercials, en base a criteris de sostenibilitat territorial.
- f. Consegir un comerç més innovador i estendre las noves tecnologies.
- g. Implantar la cultura de la qualitat i de la excel·lència del servei.
- h. Impulsar una major responsabilitat medioambiental del comerç valencià.
- i. Dinamitzar el comerç urbà consolidant les àrees comercials urbanes, impulsant la realització de plans de desenvolupament comercial de caràcter local i supramunicipal i apoyant la realització de actuacions d'urbanisme comercial.
- j. Millorar el coneixement sobre el sector comercial valencià i la seua evolució.

Per la seua part, també amb incidència en el Pla Territorial es destaca la menció en l'art. 96 de la referència a un comerç sostenible i responsable al indicar que "La Generalitat promourà el comportament socialment responsable de les empreses que contribueix al desenvolupament sostenible, orientant l'activitat comercial amb actuacions de foment capaces de conciliar el creixement econòmic i la competitivitat, amb la protecció del medi ambient i los valors i demandes socials".

5.2.2. El desenvolupament sostenible com a eix articulador del Pla. Principis i criteris establerts en distintes estratègies temàtiques.

Fer un ús eficient i racional de los recursos naturals, energètics, hídrics, la biodiversitat i del sòl; desenvolupar polítiques actives de mitigació de los impactes ambientals i especialment de los determinants del canvi climàtic és un de los principals reptes a los que se enfronten los països desenvolupats. Estos principis, establerts en un ampli conjunt de plans i estratègies temàtiques existents a escala comunitària, estatal o autonòmica, que incideixen en la relació entre el desenvolupament sostenible del territori i l'activitat econòmica, han inspirat la elaboració del Pla Territorial.

A continuació, se identifiquen aquells la seua consideració i consulta pot ser més pertinent.

5.2.3. Plans i Estratègies temàtiques europees.

Estratègia Territorial Europea (1999).

Se tracta de un model comú per al futur desenvolupament territorial de la Unió Europea, orientant las polítiques sectorials amb impacte territorial de la Comunitat, los Estats membres i las autoritats regionals i locals, i està orientat a aconseguir un desenvolupament equilibrat i sostenible del territori europeu.

La Estratègia Territorial Europea se ajusta al objectiu comunitari de procurar un desenvolupament equilibrat i sostenible, especialment mitjançant el reforç de la cohesió econòmica i social.

Esto implica especialment harmonitzar las exigències socials i econòmiques del desenvolupament amb las funcions ecològiques i culturals del territori, i contribuir de esta forma a un desenvolupament territorial sostenible i equilibrat a gran escala. Així, la UE evolucionarà paulatinament des d'una Unió econòmica a una Unió ambiental i a una Unió social, respectant la diversitat regional.

Destaca la importancia concedida a asegurar que los objetivos fundamentales de la política europea se alcancen por igual en todas las regiones de la UE:

- a) cohesión económica y social.
- b) conservación y gestión de los recursos naturales y del patrimonio cultural.
- c) competitividad más equilibrada del territorio europeo.

La Estrategia, con sus propuestas de objetivos y principios, define el marco general de referencia para las actuaciones con efectos territoriales importantes, que corresponde adoptar a las instancias públicas y privadas. Además, trata de promover una amplia participación pública en el debate político sobre las decisiones a nivel europeo y sus efectos sobre las ciudades y regiones de la UE.

De entre sus directrices o principios cabe destacar:

- a) Desarrollo territorial policéntrico y nueva relación campo-ciudad.

Evitar la riqueza y la población continúe concentrándose en el núcleo central de la UE.

Creación de varias zonas dinámicas de integración en la economía mundial (clústeres), bien distribuidas por la UE y formadas por regiones metropolitanas de fácil acceso internacional, enlazadas entre sí y bien conectadas con las regiones rurales y las ciudades, de distinto tamaño, de sus áreas de influencia.

Potenciación de las ciudades y regiones urbanas dinámicas, atractivas y competitivas, diversificando de su base económica, propiciando el desarrollo sostenible de las ciudades ('ciudad compacta' o de pequeñas distancias), controlando la expansión urbana, mezclando funciones y grupos sociales, desarrollando una gestión inteligente y mejorando la accesibilidad.

Asociación entre ciudad y campo, como unidad funcional y territorial, desarrollando múltiples relaciones e interdependencias. Se entiende que la región es, en la mayoría de los casos, el nivel de intervención apropiado y el nivel adecuado para el análisis de muchas cuestiones de ordenación del territorio.

- b) Acceso equivalente a las infraestructuras y el conocimiento (transporte, comunicaciones e información).
- c) Gestión prudente de la naturaleza y el patrimonio cultural. Especial atención a los recursos hidrológicos.

Hacia un mercado interior del comercio y de la distribución más justo y eficaz en la perspectiva de 2020.

El informe "Hacia un mercado interior del comercio y de la distribución más justo y eficaz en la perspectiva de 2020" de la Comisión Europea (Bruselas, 5.7.2010 - COM (2010)355 final) identifica algunos de los principales problemas del sector comercial europeo, perfectamente aplicables a la realidad del comercio valenciano.

En primer lugar, el informe establece la importancia económica y social de la actividad comercial, ya que el comercio y la distribución constituyen el enlace entre las actividades económicas efectuadas con carácter ascendente y descendente, lo que les confiere un papel esencial en la economía. En los mercados descendentes, los comerciantes interactúan con los consumidores. Por tanto, los comerciantes pueden convertirse en impulsores de los modelos de desarrollo sostenible reaccionando ante las actitudes de los consumidores e interactuando con ellos. En los mercados ascendentes, los comerciantes interactúan con una gran variedad de operadores, en particular, mayoristas y proveedores, empleados, servicios relacionados con la propiedad inmobiliaria comercial, empresas de transporte, empresas de logística, proveedores de sistemas de pago, agencias de publicidad y de marketing, empresas de seguridad, empresas de suministro de energía, así como empresas de recogida y reciclaje de residuos.

Igualmente, indica que la complejidad del sector no puede quedar reducida a una simple dicotomía "pequeño comercio/gran distribución". La estrategia de los grandes grupos ha puesto el acento en una diversificación que abarca desde las pequeñas superficies comerciales situadas en los barrios o en los núcleos rurales hasta los hipermercados, pasando por las superficies de mediano tamaño, como los supermercados, o también las superficies con mejores precios y oferta limitada, también denominadas de «hard discount».

De este modo, la búsqueda de economías de escala y alcance y las ventajas que de ellas se derivan han sido el motor de la transformación de los modelos económicos del comercio contemporáneo. A los fenómenos de integración

horizontal y vertical, que han contribuido a incrementar la eficacia del sector y a abaratar los precios, se ha unido el aumento de la competencia y la proliferación de las marcas de distribuidor de bajo coste, intensificando el proceso que lleva a los distribuidores a incrementar su eficacia a fin de evitar la erosión de sus márgenes.

Pero esta evolución y mejora competitiva ha tenido repercusiones sobre los pequeños comercios independientes, las autoridades locales, los pequeños productores de materias primas agrícolas, las PYME industriales, los asalariados y los consumidores aislados o desfavorecidos. En ocasiones, se ha llevado adelante en perjuicio de objetivos de protección del medio ambiente y de la cohesión social y territorial, entre otros:

01. La existencia de problemas relacionados con la accesibilidad de los comercios y su oferta. La proximidad de los comercios que ofrecen bienes y servicios básicos, en particular los de productos alimenticios, reviste una importancia creciente para las personas de edad avanzada (el 16,4% de la población valencia tiene más de 64 años y en el 2020 será el 18,74%), las personas discapacitadas (el 9% de la población valenciana¹), las personas aisladas o que residen en zonas poco pobladas (0,93% en el sistema rural interior), así como para los ciudadanos que carecen de medios suficientes para poseer un vehículo (17,3% personas por debajo del umbral de la pobreza²). Esa cuestión cobrará aún mayor importancia debido a la necesidad de mantener el dinamismo de los territorios, tarea a la que contribuye el comercio de proximidad, y de limitar la utilización de los vehículos por motivos de índole ambiental. 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 o bien en los centros de las ciudades o bien en las zonas comerciales creadas expresamente en las zonas periféricas.
02. 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, atenúan en cierta medida el alcance de este fenómeno.
03. El comercio y la distribución tienen un impacto ambiental significativo debido tanto a la actividad que generan como a los desplazamientos geográficos de los consumidores a los que dan lugar (y en gran medida al volumen de tráfico de mercancías, ya que gran parte de los suministros se efectúan por carretera). 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, etc.
04. 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. La entrega de mercancías en las ciudades constituye un obstáculo importante al desarrollo sostenible del sector del comercio.
05. No existen o son insuficientes los métodos de contabilización y los costes ambientales en la cadena de suministro del comercio y de la distribución (logística, eficacia energética de los comercios, marketing, comunicaciones, etc.). Faltan métodos de evaluación del impacto ambiental de los productos y servicios vendidos, de acuerdo con el enfoque del ciclo de vida del producto.

En definitiva, establece dos principios fundamentales que deben orientar la acción pública en el sector:

01. Que un mercado interior del comercio y de la distribución justo y eficaz es aquel que permite a los comerciantes competitivos, independientemente de su tamaño, coexistir en el mercado y desarrollar sus actividades, concretamente, cuando aplican estrategias innovadoras, eficaces y sostenibles, en particular a escala transfronteriza.
02. Un mercado del comercio y de la distribución más justa y eficaz para las generaciones futuras es el que tiene también plenamente en cuenta el impacto ambiental. Debe ofrecer una amplia selección de productos que respeten en mayor medida el medio ambiente y/o que procedan del comercio justo, basarse en un consumo reducido de energía, en la logística y en sistemas eficaces de recogida y reciclaje de residuos.

¹ Encuesta de Discapacidad, Autonomía Personal y Situaciones de Dependencia 2008. INE.

² Encuesta de condiciones de vida 2009. Resultados definitivos. INE.

Estrategia Temática para el Medio Ambiente Urbano (2006).

Las medidas que se ofrecen en esta estrategia tienen por objeto contribuir a una mejor aplicación de la actual política y legislación medioambiental de la UE a nivel local prestando apoyo y animando a las autoridades locales a adoptar un enfoque más integrado de la gestión urbana y exhortando a los Estados miembros a colaborar en el proceso y a sacar el mayor partido de las oportunidades ofrecidas a nivel comunitario.

Entre otras medidas propone adoptar un enfoque integrado para la gestión del medio urbano, lo que contribuye a evitar conflictos entre las diversas políticas e iniciativas dedicadas a las zonas urbanas y a alcanzar una visión a largo plazo del desarrollo de las ciudades y fomentar el desarrollo de planes de transporte urbano sostenible.

Un sector minorista europeo adecuado para el siglo XXI.

El informe "Un sector minorista europeo adecuado para el siglo XXI" de la Comisión Europea (Bruselas, 19.4.2018 - COM (2018)219 final) analiza la competitividad del sector minorista europeo y cómo las restricciones a la venta minorista afectan a los resultados del mercado.

A pesar de que las normas relativas al establecimiento de empresas comerciales minoristas están guiadas por consideraciones de ordenación territorial y urbana con el objetivo de mantener la vitalidad de los centros de las ciudades, la Directiva de servicios es de aplicación, de tal forma que se hace esencial la proporcionalidad de las restricciones territoriales aplicables en cada caso. Las restricciones al establecimiento de empresas minoristas deben ser justificadas y proporcionadas mediante procedimientos transparentes, breves y eficientes.

Advierte sobre el riesgo de que las restricciones que afectan a los comercios minoristas físicos les impidan adaptarse a la evolución de los hábitos de consumo y a la expansión del comercio electrónico.

5.2.4. Planes y estrategias nacionales.

Real Decreto Legislativo 7/2015, de 30 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Suelo y Rehabilitación Urbana.

Establece las condiciones básicas que garantizan un desarrollo sostenible, competitivo y eficiente del medio urbano, mediante el impulso y el fomento de las actuaciones que conducen a la rehabilitación de los edificios y a la regeneración y renovación de los tejidos urbanos existentes.

Los poderes públicos:

- ▶ Favorecerán y fomentarán la dinamización económica y social.
- ▶ Mejorarán la calidad y la funcionalidad de los espacios públicos al servicio de todos los ciudadanos y fomentarán unos servicios generales más eficientes económica y ambientalmente.
- ▶ Favorecerán, con las infraestructuras, dotaciones, equipamientos y servicios que sean precisos, la localización de actividades económicas generadoras de empleo estable.
- ▶ Garantizarán el acceso universal de los ciudadanos en el espacio público urbano.
- ▶ Garantizarán la movilidad en coste y tiempo razonable, la cual se basará en un adecuado equilibrio entre todos los sistemas de transporte, que, no obstante, otorgue preferencia al transporte público y colectivo y potencie los desplazamientos peatonales y en bicicleta.
- ▶ Favorecerán la diversidad de usos en el tejido urbano, garantizando la proximidad a los servicios, dotaciones y equipamientos, y con ello, la cohesión e integración social.
- ▶ Valorarán la perspectiva turística, permitiendo un uso turístico responsable.

La R.D. 7/2015, con estos principios, apoya y legitima las políticas públicas de apoyo y fomento del modelo de ciudad compacta, mediterránea, en la que los usos del suelo y las distintas funciones urbanas conviven en un mismo contexto urbano, permitiendo la mezcla de usos, minimizando los desplazamientos motorizados, asegurando el acceso a los servicios básicos, puestos de trabajo, ocio y esparcimiento.

Por su parte, establece que tanto la ordenación territorial como la urbanística son funciones públicas que definen el uso del territorio y del suelo de acuerdo con el interés general, determinando las facultades y deberes del derecho de propiedad del suelo.

La legislación sobre la ordenación territorial y urbanística debe garantizar:

- ▶ La dirección y el control por las Administraciones Públicas competentes del proceso urbanístico en sus fases de ocupación, urbanización, construcción o edificación y utilización del suelo por cualesquiera sujetos, públicos y privados.
- ▶ La participación de la comunidad en las plusvalías generadas por la acción de los entes públicos en los términos previstos por esta ley y las demás que sean de aplicación.
- ▶ El derecho a la información de los ciudadanos y de las entidades representativas de los intereses afectados por los procesos urbanísticos, así como la participación ciudadana en la ordenación y gestión urbanísticas.

Estrategia Española de Desarrollo Sostenible (2007).

La Estrategia Española de Desarrollo Sostenible (EEDS) aspira, en un horizonte de largo plazo, a una sociedad más coherente en el uso racional de sus recursos, socialmente más equitativa y cohesionada y territorialmente más equilibrada. Esta estrategia se enmarca dentro de la Estrategia de Desarrollo Sostenible de la UE (EDS), y tiene un planteamiento acorde con la visión estratégica de la UE, fomentando un enfoque integrador de la dimensión económica, social, ambiental y global de la sostenibilidad del desarrollo, con los objetivos de: garantizar la prosperidad económica, asegurar la protección del medio ambiente, evitar la degradación del capital natural, fomentar una mayor cohesión social teniendo en cuenta las tendencias demográficas actuales y contribuir solidariamente al desarrollo de los países menos favorecidos en aras de la sostenibilidad global.

Sin establecer medidas concretas para el comercio, sí indica que:

- ▶ Para contener las emisiones del sector residencial, comercial e institucional, el objetivo es la mejora de la eficiencia energética de los edificios, tanto en la envolvente edificatoria como en el equipamiento de la misma, un aumento de la utilización de energías renovables; así como lograr comportamientos responsables por parte de los consumidores.
- ▶ El continuo crecimiento de los residuos generados hace necesario no sólo aplicar medidas de concienciación para reducir la generación de residuos sino también para aumentar las tasas de reciclaje y valoración. Para ello, se impulsarán las campañas de sensibilización para la disminución de los residuos a nivel doméstico, comercial e institucional, promoviendo la reducción y la reutilización de los residuos en todos estos ámbitos.

Estrategia Española de Medio Ambiente Urbano (2008).

La Estrategia Española de Medio Ambiente Urbano, basándose en la Estrategia Temática Europea de Medio Ambiente Urbano, desarrolla los ámbitos de urbanismo, movilidad, edificación, gestión urbana y el de las relaciones entre el mundo rural - urbano.

La EEMAU indica que la estructura tradicional de las ciudades españolas, compacta y compleja, ha contribuido a la eficiencia y cohesión social en las mismas, así como a la creación de un patrimonio con lugares bellos y, a la vez, funcionales y creativos. Sin embargo, de un tiempo a esta parte, estos patrones están cambiando hacia un nuevo modelo de desarrollo urbano, caracterizado por la dispersión urbanística y la especialización de los usos del suelo.

Se trata de un modelo de ciudad que favorece su funcionamiento con soluciones más insostenibles, con mayores repercusiones sobre el medio ambiente y un elevado consumo de recursos: suelo, materiales, agua y energía. Este modelo se puede apreciar también en ciudades medianas y pequeñas, en las que se repiten los patrones de crecimiento de las grandes ciudades, con idénticas implicaciones sobre la eficiencia y sostenibilidad. El modelo de desarrollo de estas ciudades viene influenciado, además, por el fenómeno de la demanda de segunda residencia.

La EEMAU hace un certero análisis de los efectos de muchos procesos de expansión urbana poco sostenibles. Procesos que siguen poniendo el énfasis en el crecimiento en lugar de la recuperación y revitalización de las zonas de oportunidad (suelo vacante, cambio de uso etc.), cuyo desarrollo cuenta con las ventajas de una situación plenamente urbana (accesibilidad, servicios, infraestructuras existentes, etc.), y que son totalmente aplicables a muchos desarrollos comerciales suburbanos:

- ▶ Elevados consumos de suelo, energía y tiempo, como consecuencia del predominio en los nuevos desarrollos de zonas de muy baja densidad, generadoras de importantes impactos ambientales y sociales.
- ▶ Espacios públicos residuales entre lo construido y las vías de tráfico. La identidad de las ciudades sigue residiendo exclusivamente en la calidad de los espacios de sus zonas centrales. Y tanto las periferias clásicas como las zonas de nueva creación adolecen de falta de espacios para la convivencia, absolutamente necesarios en una sociedad multicultural y con gran diversidad social.
- ▶ Ciudades carentes de complejidad, conformadas por espacios monofuncionales que exigen costosos desplazamientos para todas las actividades de la vida cotidiana.
- ▶ Declive de zonas consolidadas que incitan, por su pobre calidad ambiental, al éxodo de parte de su ciudadanía.
- ▶ Inadecuación de las estructuras urbanas para la solución de temas como la seguridad urbana, el cuidado y la supervivencia de las economías más débiles o los grupos sociales vulnerables.
- ▶ Reparición del urbanismo a saltos, producto de lógicas productivas privadas frente a la racionalidad del crecimiento en contigüidad que aprovecha las ventajas de las infraestructuras urbanas consolidadas.
- ▶ Patrones de urbanización que favorecen la accesibilidad y la movilidad urbana basada en el vehículo privado frente a los itinerarios peatonales y ciclistas y el transporte colectivo público.
- ▶ Localización de grandes equipamientos de todo tipo en zonas exteriores a las ciudades consolidadas, con acceso exclusivamente viario.
- ▶ Pérdida de la relación tradicional entre la ciudad y su entorno, al alterarse la diferenciación con los sistemas rurales y naturales.
- ▶ Freno a procesos de rehabilitación urbana y de regeneración que se ven dificultados por los fenómenos de abandono de actividades en los antiguos centros urbanos, abandono que se añade a la decadencia física de edificaciones e infraestructuras, en una espiral de difícil solución.
- ▶ Las estructuras urbanas no se plantean la adecuación al clima y la eficiencia energética entre sus elementos determinantes. La calidad de vida de las zonas construidas se consigue a través de un elevado consumo de agua, energía y materiales.
- ▶ El modelo de funcionamiento actual genera residuos y emisiones de alta capacidad de contaminación del medio.

La EEMAU establece como principales causas de estos siete factores:

- a. Un excesivo protagonismo de los criterios económicos desde la perspectiva de la promoción privada, frente a la existencia de un proyecto consensuado socialmente de ciudad.
- b. Criterios económicos que dejan fuera de sus objetivos temas como la red de espacios públicos, los servicios y dotaciones básicas o la vivienda para sectores débiles de la sociedad.
- c. Existe un convencimiento profundo de que tanto el suelo como los recursos naturales son infinitos y no es necesario establecer límites a su consumo.
- d. Patrones de ocupación de suelos con un solo uso, definidos por la planificación funcionalista, de lógica simple y fácil desarrollo por parte de los promotores: yuxtaposición de sectores monofuncionales.
- e. Patrones de movilidad basados fundamentalmente en la motorización.
- f. No consideración de la relación naturaleza-ciudad ni en las zonas consolidadas (naturación urbana) ni en los ecotonos (impacto directo de lo construido) ni en el campo o en el territorio global (huella ecológica y capacidad de carga del territorio).

- g. La cultura urbana dominante sobrevalora la competitividad económica, la urgencia de los ciclos económicos o la bondad intrínseca de las infraestructuras como valores incuestionados de nuestra sociedad.

Frente a esto, un planteamiento del urbanismo desde la sostenibilidad implica incorporar nuevos valores sociales y de respeto al medio ambiente. Para ello es necesario avanzar en los siguientes objetivos:

- ▶ Crear ciudad y no urbanización.
- ▶ Recuperar y rehabilitar la ciudad existente.
- ▶ Aumentar la calidad urbana, en especial de la red de espacios y equipamientos públicos.
- ▶ Integrar el urbanismo en un modelo de ordenación del territorio con criterios de sostenibilidad.
- ▶ Proximidad y mezcla de usos han de ser dos vectores básicos de lo urbano.

**Directrices y medidas de la EEMAU para un urbanismo sostenible
(en lo que más afecta a la relación entre urbanismo y actividades económicas)**

- ▶ Crear nuevas áreas de centralidad, potenciando la mezcla de usos urbanos y la proximidad como base de la accesibilidad.
- ▶ Reducir la expansión del proceso urbanizador, así como sus impactos.
- ▶ Evitar un excesivo consumo de suelo, favoreciendo la compacidad de las áreas edificables. Ordenar la expansión urbana, vinculando la nueva urbanización a la ya existente.
- ▶ Favorecer la mezcla de usos, tanto en los nuevos desarrollos como en la ciudad existente. Introducir en la planificación urbanística métodos y normativas que garanticen la densidad, la complejidad y la mezcla de usos de la nueva urbanización, limitando la proliferación de espacios dependientes del vehículo privado, vinculando el desarrollo urbano a las redes de transporte colectivo y no motorizado, revisando y difundiendo las tipologías edificatorias más propicias a la movilidad sostenible.
- ▶ Priorizar la recuperación y rehabilitación de la ciudad frente a la creación de nuevos sectores de expansión, absorbiendo el crecimiento dentro de la misma. Reutilizar los tejidos interiores obsoletos o fuera de uso para las necesidades urbanas antes de poner en carga nuevas zonas aún intactas.
- ▶ Vincular la urbanización y los equipamientos a las necesidades de movilidad, fomentando el desplazamiento en transporte público, a pie y en bicicleta.
- ▶ Limitar el desarrollo de actividades monofuncionales de alta densidad, por su efecto de succión sobre la vida urbana, máxime cuando no están vinculados a infraestructuras de transporte público.
- ▶ Reestructurar los tejidos de baja densidad o procedentes del urbanismo a saltos, vinculándolos a la ciudad existente o a nuevas centralidades apoyadas en el transporte colectivo.
- ▶ Mejorar de forma continuada los tejidos urbanos, sin expulsar a los residentes, tanto de las zonas centrales como de los barrios periféricos, y siempre en colaboración con los mismos.
- ▶ Incorporar la evaluación ambiental estratégica en los procesos de planificación urbana, contemplando asimismo la evaluación integral energética en las autorizaciones de nuevos proyectos que afecten al entorno urbano e interurbano (impactos energéticos de los proyectos, indicadores energéticos mínimos, obligación de correcciones, etc.).
- ▶ Asociar la localización de usos con el acceso al empleo, la vitalidad de la economía local o el establecimiento de estructuras de desarrollo local resistentes a la crisis.
- ▶ Diseñar una ciudad de cortas distancias, en la que los servicios básicos sean accesibles espacial y económicamente a toda la ciudadanía, incluyendo población vulnerable por cualquier tipo de circunstancia. Facilitar la mayor autonomía de grupos dependientes o de movilidad reducida mediante el cuidado en el diseño de la accesibilidad a espacios y equipamientos públicos, vivienda y servicios básicos.

Estrategia española de sostenibilidad urbana y local.

La Estrategia Española de Sostenibilidad Urbana y Local (EESUL) es un documento que pretende ser un marco estratégico que recoja principios, objetivos, directrices y medidas cuya aplicación efectiva permita avanzar en la dirección de una mayor sostenibilidad local.

Del conjunto de directrices y medidas relacionadas con el modelo urbano y los instrumentos urbanísticos recogidos por la estrategia, cabe destacar los siguientes:

- ▶ Impulsar modelos urbanos que prioricen la mejora, puesta en valor, regeneración, reutilización o reciclaje de los tejidos consolidados y la gestión y rehabilitación del patrimonio edificado frente al consumo de suelo para el desarrollo extensivo de nuevos tejidos y la construcción de obra nueva.
- ▶ Mantener y mejorar –en la medida de lo posible– la vitalidad urbana y la calidad de vida de los residentes en los tejidos consolidados, priorizando las operaciones de regeneración urbana integrada, recualificación, revitalización, rehabilitación edificatoria y reciclaje en la ciudad consolidada, sus bienes culturales y los elementos fundamentales de la imagen urbana y la memoria histórica de la ciudad.
- ▶ Conservar, poner en valor, y - en la medida de lo posible- incrementar el capital natural existente mediante la consideración del suelo como recurso valioso y también a través de la protección del medio natural, los ecosistemas, la biodiversidad, la estructura territorial, las actividades tradicionales, el paisaje, etc.
- ▶ Establecer unos criterios urbanísticos para el dimensionado, localización y configuración de los equipamientos, zonas verdes y espacios públicos que permitan optimizar el nivel de servicio a los ciudadanos (considerando los escalones urbanos), y configurar una estructura de centralidad bien jerarquizada y articulada, próxima y fácilmente accesible mediante el transporte público y los medios no motorizados.
- ▶ Articular la estructura de la ciudad basándose en la proximidad y en las redes de movilidad, fomentando la disminución de las necesidades de desplazamiento, promoviendo los medios no motorizados y en especial el transporte público como vector principal de esta estructura urbana, templando o restringiendo además selectivamente el tráfico en vehículo privado en determinadas zonas.
- ▶ Integrar el metabolismo urbano como uno de los temas prioritarios en el planeamiento urbanístico, estableciendo medidas para que las funciones urbanas puedan realizarse satisfactoriamente con el menor consumo de recursos materiales, agua y energía; y con la menor producción de residuos posible; tendiendo a cerrar localmente los ciclos.
- ▶ Impulsar un nuevo modelo turístico más competitivo y sostenible a largo plazo, controlando la presión sobre el territorio, los recursos naturales, el patrimonio cultural y el paisaje.
- ▶ Desarrollar las bases para un nuevo modelo de planeamiento urbanístico, superando las inercias y limitaciones del actual, y apostando por su carácter integral, la compatibilización entre el interés privado y el colectivo, el equilibrio entre flexibilidad y coherencia global, con instrumentos ágiles de desarrollo y gestión.

Merece una especial mención la directriz encaminada al impulso del desarrollo económico municipal, que se concreta de la siguiente manera:

- ▶ Crear las condiciones para que puedan materializarse nuevas oportunidades de desarrollo económico local, impulsando los activos y potencialidades territoriales y sociales existentes para reforzar las ventajas competitivas previas y diversificar, al mismo tiempo que singularizar y proyectar al exterior, el modelo productivo local.
- ▶ Dimensionar adecuadamente el suelo calificado y/o la edificabilidad compatible para actividades económicas, atendiendo a los escalones urbanos y requerimientos tipo de las actividades.
- ▶ Localizar el suelo calificado y/o la edificabilidad compatible para actividades económicas estableciendo condiciones que favorezcan su accesibilidad (escalones urbanos-distancias) y centralidad.
- ▶ Dimensionar y localizar adecuadamente el suelo y/o la edificabilidad compatible para actividades sin ánimo de lucro, de gestión cooperativa o no mercantilizada.

- ▶ Proteger y mantener la vitalidad de la actividades económicas y productivas en la ciudad consolidada, impulsándolas donde no existan para enriquecer funcionalmente y dotar de mayor variedad a estos tejidos urbanos.
- ▶ Regular cuidadosamente la implantación de actividades monofuncionales intensivas de alta densidad, valorando su accesibilidad y su impacto potencial en la erosión de las estructuras de centralidad existentes o futuras.
- ▶ Definir umbrales de densidades que hagan viable un cierto nivel de actividades económicas de proximidad.

Estrategia española de movilidad sostenible.

La consecución de un sistema de transporte de calidad y con alternativas más sostenibles, es un objetivo declarado y compartido por la mayoría de los países, ciudades y áreas metropolitanas. La Estrategia Española de Movilidad Sostenible (EMMS) contiene propuestas de actuación que pueden adoptar por las administraciones, empresas, agentes sociales, instituciones y la ciudadanía en general, para propiciar el cambio necesario en el modelo actual de movilidad, haciéndolo más eficiente y sostenible, contribuyendo con ello a la reducción de sus impactos, como es la reducción de gases de efecto invernadero y otros contaminantes, contribuyendo a la lucha contra el cambio climático.

La EEMS identifica los principales problemas de un modelo insostenible de movilidad, algunos de los cuales se ven incrementados por los desplazamientos ligados a la actividad comercial, como el aumento del número y distancia de los desplazamientos motorizados en las áreas metropolitanas o la ocupación del espacio urbano por infraestructuras para la circulación y aparcamiento de vehículos³.

Este modelo ha empezado a cambiar con la implantación de nuevos conceptos que apoyan una movilidad más sostenible, como son las medidas de prioridad al transporte público colectivo, la integración de los objetivos ambientales en una adecuada planificación de infraestructuras, formación e información al ciudadano, etc. Sin embargo, el aumento de la extensión urbana a través de nuevos desarrollos urbanísticos en las coronas metropolitanas exteriores, junto con la disminución de la población en el centro de algunas ciudades, la ubicación de áreas y polígonos de actividades alejados del núcleo urbano y el crecimiento del parque de vehículos, suponen un enorme reto para el transporte público urbano y las Administraciones públicas que lo gestionan y sustentan.

La EEMS propone una serie de medidas para la consecución de un modelo de movilidad sostenible, algunas de las cuales, por su relación directa con el objeto del Plan, deben ser consideradas:

- ▶ Potenciar el urbanismo de proximidad: Planificando la ciudad y su área de influencia con criterios de reducción de la dependencia respecto del vehículo privado y de las necesidades del transporte motorizado e introduciendo en la planificación urbanística métodos y normativas que garanticen la densidad de población, la complejidad y la mezcla de usos propios de los desarrollos urbanos.
- ▶ Vincular la planificación urbanística con la oferta de transporte público y no motorizado.
- ▶ Crear plataformas logísticas que, para el caso de la distribución urbana de mercancías, supone la creación de microplataformas de distribución urbana.
- ▶ Optimizar la utilización de las infraestructuras existentes.
- ▶ Elaborar planes de movilidad urbana sostenible.
- ▶ Priorizar el transporte público mediante la creación de plataformas reservadas para el transporte público y vehículos de alta ocupación.
- ▶ Elaborar planes de movilidad para empresas y polígonos industriales o empresariales, centros comerciales y de ocio.
- ▶ Proteger y mejorar el medio ambiente urbano, mediante la creación de áreas con limitación de velocidad para vehículos y el establecimiento de zonas de bajas emisiones en las ciudades (ZBE) así como el diseño de mapas de ruido y la elaboración de planes de acción para reducir el ruido ambiental.

³ El espacio urbano ocupado por el uso del coche y el transporte motorizado en general representa en los nuevos desarrollos urbanos porcentajes superiores al 50%.

- ▶ Creación de aparcamientos disuasorios del vehículo privado e incentivos del uso del transporte público.
- ▶ Desarrollo e implantación de medidas coercitivas para la mejora de la sostenibilidad en el transporte.
- ▶ Utilización del coche multiusuario o el coche compartido.

Estrategia Española de Cambio Climático y Energía Limpia. Horizonte 2007- 2012 -2020 y Plan Nacional de Adaptación al Cambio Climático (PNACC).

El cambio climático es una de las principales amenazas para el desarrollo sostenible, representa uno de los principales retos ambientales con efectos sobre la economía global, la salud y el bienestar social. Sus impactos los sufrirán aún con mayor intensidad las futuras generaciones. Por ello, es necesario actuar desde este momento y reducir las emisiones mientras que a su vez se buscan formas de adaptación a los impactos del cambio climático.

Esta Estrategia Española de Cambio Climático y Energía Limpia (EECCCL) forma parte de la Estrategia Española de Desarrollo Sostenible (EEDS). La EECCCL aborda diferentes medidas que contribuyen al desarrollo sostenible en el ámbito de cambio climático y energía limpia.

Por un lado, se presentan una serie de políticas y medidas para mitigar el cambio climático, paliar los efectos adversos del mismo, y hacer posible el cumplimiento de los compromisos asumidos por España, facilitando iniciativas públicas y privadas encaminadas a incrementar los esfuerzos de lucha contra el cambio climático en todas sus vertientes y desde todos los sectores, centrándose en la consecución de los objetivos que permitan el cumplimiento del Protocolo de Kioto. Por otro lado, se plantean medidas para la consecución de consumos energéticos compatibles con el desarrollo sostenible. Estas medidas configuran una base para la planificación en materia energética de las administraciones públicas y demás entes públicos y privados y facilitarán la contribución de los ciudadanos a la lucha contra el cambio climático.

En el punto 3.3.7.2 establece objetivos específicos para el sector comercial (y residencial e institucional):

- ▶ Mejora de la eficiencia energética en los edificios, tanto en la envolvente edificatoria como en el equipamiento de los mismos.
- ▶ Promoción de medidas que incidan sobre el comportamiento del consumidor.
- ▶ Seguimiento de los objetivos del Código Técnico de la Edificación y puesta en marcha de sistemas de calificación energética en los edificios.
- ▶ Promoción de la utilización de energías renovables.

Para lograr estos objetivos, propone las siguientes medidas aplicables al sector comercial:

- ▶ Fomentar actuaciones de aumento de eficiencia energética de edificios antiguos mediante subvenciones o incentivos (a nivel nacional o autonómico).
- ▶ Fomentar la utilización de bombillas de bajo consumo.
- ▶ Elaboración de una norma técnica sobre eficiencia y ahorro energético en el alumbrado público.
- ▶ Establecer sistemas de programación de temperatura interior en centros comerciales y edificios públicos, evitando pérdidas de refrigeración a través de puertas de salida.
- ▶ Establecer vías de inspección y seguimiento de las medidas de ahorro energético aplicadas en el sector terciario.
- ▶ Explorar el diseño de instrumentos que incentiven medidas de ahorro energético en grandes superficies y/o penalicen los derroches energéticos en el sector servicios.
- ▶ Desarrollar e intensificar campañas de sensibilización y concienciación ciudadana sobre la necesidad del ahorro energético para evitar derroches en actividades cotidianas tanto en el ámbito doméstico como en el ámbito del sector servicios.

Estrategia Española de la Diversidad Biológica.

La finalidad planteada por esta Estrategia es la conservación y el uso sostenible de la diversidad biológica, y sólo será alcanzada si se cumplen una serie de objetivos básicos ineludibles y que inspiran en general toda la Estrategia:

- a. La cooperación activa entre todas las partes implicadas, tanto de las diferentes instituciones públicas y privadas como de los distintos colectivos sociales y económicos, para lograr un compromiso de toda la sociedad con la conservación de la diversidad biológica a través de su uso racional y, por tanto, sostenible.
- b. La incorporación de los principios de restauración, conservación y uso sostenible de la diversidad biológica a los procesos de planificación y ejecución de las políticas sectoriales e intersectoriales.
- c. La creación de los mecanismos necesarios para la planificación de la gestión y conservación a medio y largo plazo de los recursos naturales.
- d. El fomento de la investigación, conocimiento y formación en materia de diversidad biológica.
- e. El fomento de la educación, divulgación e información dirigidas a aumentar la conciencia ciudadana y a alcanzar la implicación social en la conservación y uso sostenible de la diversidad biológica.
- f. La articulación de los instrumentos normativos y financieros necesarios ya sea mediante la adaptación de los existentes o a través de la creación en su caso de otros nuevos.
- g. El impulso de una activa cooperación internacional en este ámbito, mediante programas bilaterales y multilaterales, y la participación activa en todas las iniciativas que surjan entre los países encaminadas a una mejor conservación del patrimonio natural.

A su vez, para la consecución de los objetivos básicos de esta Estrategia, una serie de principios deben orientar las acciones a llevar a cabo. Entre ellos, se consideran relevantes, en lo que afecta al PATSECOVA, los siguientes:

- ▶ La acción ha de basarse en el principio de subsidiariedad, responsabilidad compartida de todos y cada uno, lo que significa implicar a los diferentes sectores sociales y económicos del Estado.
- ▶ El deterioro ambiental debe evitarse en la medida de lo posible como estrategia de actuación primaria. Ello implica poner en marcha los mecanismos necesarios para anticiparse a los conflictos que redunden en detrimento de la biodiversidad.
- ▶ La prevención supone pensar a largo plazo y se basa en un diagnóstico dinámico del estado de conservación de la naturaleza y en la predicción de las respuestas del medio ambiente a la actuación cambiante, lo que se verifica mediante el seguimiento adecuado.
- ▶ La planificación del territorio y la evaluación de impacto ambiental incorporada al proceso planificador se consideran instrumentos capaces de garantizar la incorporación de los objetivos de sostenibilidad en etapas tempranas de toma de decisiones.
- ▶ Una política eficaz de conservación de la biodiversidad requiere de una planificación integradora y coordinada de los distintos planes territoriales y sectoriales que, en todo caso, abarquen todos los aspectos ecológicos, sociales y económicos que favorezcan el desarrollo rural.
- ▶ Para evitar la reducción significativa o pérdida de la diversidad biológica se debe actuar abordando las causas en su origen. No obstante, la corrección de las alteraciones existentes en el medio natural y la recuperación de los componentes degradados forman parte consustancial de esta acción.
- ▶ Las actuaciones correctoras sobre las alteraciones de la diversidad biológica que sea necesario adoptar deben basarse en la aplicación del principio de "quien contamina paga".
- ▶ La prioridad básica es conservar la diversidad biológica en su medio natural o, en su caso, en el entorno en el que las especies domésticas han desarrollado sus propiedades específicas. Se considerará también de importancia la adopción de medidas de conservación ex-situ, especialmente si están integradas en estrategias de recuperación in-situ.
- ▶ Es primordial para la conservación de la diversidad biológica española el establecimiento de un sistema adecuado de áreas protegidas, coherente y representativo de nuestra riqueza biológica y sociocultural, pero ello no ha de restar importancia al mantenimiento de la biodiversidad fuera del sistema de áreas protegidas,

con especial atención a favorecer la conectividad biológica. Tanto dentro como fuera de los espacios protegidos ha de prestarse atención de forma particular a la agrobiodiversidad, entendiendo como tal los recursos genéticos domésticos.

- ▶ Es imprescindible favorecer la participación de las poblaciones locales y los agentes socioeconómicos que desarrollan actividades en el medio rural, favorecer el mantenimiento de los aprovechamientos productivos tradicionales respetuosos con el medio y recuperar y fomentar los conocimientos y técnicas tradicionales de las comunidades rurales que repercutan positivamente en la conservación de la diversidad biológica.
- ▶ Nuestra responsabilidad como grandes consumidores de recursos biológicos provenientes de terceros países hace necesario que la cooperación se dirija hacia la conservación y el uso sostenible de tales recursos en su origen, así como a la reducción y eliminación progresiva de los aspectos insostenibles de nuestros patrones de consumo.
- ▶ Los costes que pueda conllevar la conservación de la diversidad biológica y las transformaciones que sean necesarias para conseguir una gestión de los recursos basada en los criterios de sostenibilidad deben ser asumidos por el conjunto de la sociedad y repartidos proporcionalmente a la responsabilidad de cada cual.
- ▶ Los beneficios generados por el uso de los recursos biológicos deben ser distribuidos de forma equitativa y transparente entre todos los agentes implicados.

Específicamente, respecto al sector comercial, la Estrategia incorpora en el Anexo XII, las siguientes consideraciones: *"Aunque se trata de un sector transversal a otros muchos de los tratados, tiene un funcionamiento propio que en ocasiones puede repercutir sobre la diversidad biológica. El principal mecanismo a través del cual sucede esto es la globalización de los mercados, que puede generar estructuras comerciales sobredimensionadas respecto a la demanda real. Otros procesos del sector comercial con efectos sobre la biodiversidad son el desequilibrio entre la producción y la demanda de recursos renovables, el comercio de especies amenazadas y el furtivismo inducido por los altos precios en el mercado.*

La comercialización constituye una parte muy importante de la gestión global de cualquier producto o recurso, incluidos los componentes de la diversidad biológica. Por otra parte, la gestión sostenible de estos recursos es un valor en alza a efectos de mercado, de forma que cada vez es más frecuente que los compradores demanden, o los productores ofrezcan como valor añadido, la extracción o producción sostenible de las materias primas y su procesamiento. En este sentido, el sector del comercio debe incorporar a su planificación esta capacidad de influencia en la conservación y uso sostenible de los recursos naturales y la diversidad biológica, tanto por la contribución que puede hacer a estos como por la ventaja competitiva que supone el comercio basado en la sostenibilidad de la producción."

Plan Nacional de Calidad del Aire 2017-2019 (Plan Aire II).

Este Plan da continuidad al Plan Aire 2013-2016 y plantea un horizonte temporal 2017-2019 y contará también con el futuro programa nacional de control de la contaminación atmosférica que será elaborado en el marco de la Directiva del Parlamento Europeo relativa a la reducción de las emisiones nacionales de determinados contaminantes atmosféricos.

El fin de este Plan es poner en marcha una serie de medidas que favorezcan la mejora de la calidad del aire ambiente en España, en especial en lo que se refiere a los contaminantes arriba mencionados, para ello, contempla los siguientes objetivos generales:

- ▶ Garantizar el cumplimiento de la legislación en materia de calidad del aire en todos los ámbitos: nacional, europea e internacional.
- ▶ Poner en marcha medidas de carácter general que ayuden a reducir los niveles de emisión a la atmósfera de los contaminantes más relevantes y con mayor impacto sobre la salud y los ecosistemas, especialmente en las áreas más afectadas por la contaminación.
- ▶ Fomentar la información disponible en materia de calidad del aire y así fomentar la concienciación de la ciudadanía.
- ▶ Poner en marcha medidas que garanticen el cumplimiento de los compromisos de reducción de emisiones establecidos por la Directiva Europea.

- ▶ Reforzar las actuaciones de cara al control de los valores de ozono troposférico registrados, dada la superación generalizada del valor objetivo para la protección de la salud en gran parte del país.

Programa de Acción Nacional Contra la Desertificación (2008).

El objetivo fundamental del Programa es contribuir al logro del desarrollo sostenible de las zonas áridas, semiáridas y subhúmedas secas del territorio nacional y, en particular, la prevención o la reducción de la degradación de las tierras, la rehabilitación de tierras parcialmente degradadas y la recuperación de tierras desertificadas.

Una vez determinados cuáles son los factores que contribuyen a la desertificación, el Plan establece una serie de medidas necesarias para luchar contra ella y mitigar los efectos de la sequía.

Los principios en que se inspira el Plan son:

- ▶ Definir estrategias a largo plazo e integrarse en la política nacional de desarrollo sostenible.
- ▶ Disponer de flexibilidad para la introducción de modificaciones de acuerdo a las circunstancias cambiantes en el futuro y de sensibilidad territorial para adaptarse a las distintas condiciones socioeconómicas, biológicas y geofísicas.
- ▶ Dedicación de especial atención a la aplicación de medidas preventivas para las tierras aún no degradadas, pero que están sometidas a riesgos potenciales de desertificación.
- ▶ Promoción de la coordinación institucional y de diseño y desarrollo de políticas que son necesarias para la implementación de las distintas acciones sectoriales.
- ▶ Fomento de la participación de todos los sectores de la sociedad implicados.
- ▶ Sinergia con otros Convenios y acuerdos ambientales internacionales.

Plan Estratégico del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad (2011-2017).

El Plan Estratégico del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad está regulado por la Ley 42/2007 del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad y tiene por objeto la definición de objetivos, acciones y criterios que promuevan la conservación, el uso sostenible y la restauración del patrimonio, de los recursos naturales terrestres y marinos y de la biodiversidad y geodiversidad.

El Plan fija los valores de la biodiversidad y sus amenazas, así como los principios que han de regir la planificación para su conservación y uso sostenible. Además, se incluye un diagnóstico sintético de la biodiversidad y el patrimonio natural en España donde se revisa su situación actual, los problemas que afronta y los compromisos existentes para su conservación. Con todo ello, el Plan establece metas, objetivos y acciones para la conservación, uso sostenible y restauración de la biodiversidad y el patrimonio natural.

Directrices para el Tratamiento del Borde Costero (2008).

Las Directrices para el Tratamiento del Borde Costero tienen por objeto marcar las pautas que deben seguir las intervenciones sobre el litoral de interés general, entre las que destacan aquéllas que persiguen la protección de la integridad de la costa, su libre acceso y uso público, la garantía del tránsito litoral, cualquiera que sea la naturaleza de los bienes que lo integren, etc.

Los objetivos específicos que persiguen las actuaciones a las que van dirigidas las presentes Directrices son, entre otros:

- ▶ La preservación y recuperación de los valores y funciones naturales y paisajísticas de la franja litoral.
- ▶ La recuperación de la naturalidad en los ámbitos litorales degradados o urbanizados en exceso.

- ▶ La protección de la playa como espacio natural con altos valores ambientales.
- ▶ La recuperación de espacios libres naturales del frente costero.
- ▶ La defensa de la integridad del dominio público marítimo-terrestre y de las zonas de servidumbre y el uso general al que están destinados.
- ▶ La liberación de ocupaciones situadas sobre las servidumbres de tránsito y protección en el caso de no ajustarse a la legislación vigente.
- ▶ La garantía de uso público de la ribera del mar y del resto del dominio público marítimo terrestre.
- ▶ La recuperación y mejora del libre acceso, tránsito y uso público de la costa, en aquellos tramos litorales en los que exista cierta privatización.

Todos ellos se dividen en tres bloques diferenciados: transformación de fachadas marítimas urbanas, tratamiento de itinerarios y senderos naturales, y actuaciones para el libre acceso, tránsito y uso público de la costa.

Plan Estatal marco de Gestión de Residuos (2016-2022).

Este Plan es el instrumento que orienta la política de residuos en España, impulsando las medidas necesarias para mejorar las deficiencias detectadas y promoviendo las actuaciones que proporcionan un mejor resultado ambiental y que aseguren la consecución de los objetivos legales.

El Plan incluye los residuos domésticos y comerciales, los residuos industriales, los residuos con legislación específica, los residuos agrarios y los residuos sanitarios, incluyendo, para el caso de los residuos domésticos y comerciales, un conjunto de medidas que configuran la Estrategia de Reducción de Vertido de Residuos Biodegradables.

No obstante, este Plan no ha incluido objetivos y orientaciones específicas de prevención ya que están incluidas en el Programa Estatal de Prevención de Residuos 2014-2020. Ambos documentos constituyen los instrumentos clave para la aplicación de la política de prevención y gestión de residuos en España.

La política de prevención que recoge el Plan constituye un conjunto de medidas adoptadas en las distintas fases de un producto o material (concepción y diseño, producción, distribución y consumo) para reducir: la cantidad de residuo, incluso mediante la reutilización de los productos o el alargamiento de su vida útil; los impactos adversos sobre el medio ambiente y la salud humana; y, el contenido en sustancias nocivas en materiales y productos.

5.2.5. Planes y Estrategias de la Comunitat Valenciana.

5.2.5.1. Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana.

La Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana es el instrumento que define un modelo territorial de futuro para la Comunitat Valenciana con el máximo consenso entre los agentes sociales que operan en el territorio.

Aprobada por el Decreto 1/2011, de 13 de enero, del Consell, debe inspirar la política territorial de la Generalitat durante los próximos 20 años. LA ETCV integra las políticas sectoriales con proyección territorial, tiene en cuenta las amenazas y oportunidades del contexto exterior, fomenta las acciones impulsoras de cambios en el territorio, establece directrices de planificación y gestión para el suelo no urbanizable, y define los ámbitos adecuados para la planificación de ámbito subregional.

Los objetivos y los principios directores se incorporarán desde el inicio de su elaboración en todos los planes, programas y proyectos del conjunto de las administraciones públicas cuyas actuaciones tengan una proyección sobre el territorio de la Comunitat Valenciana.

La ETCV se compone de 25 objetivos generales, 100 metas con indicadores de cumplimiento, más de 1.500 proyectos de cambio en el territorio y un conjunto de principios directores y de criterios de planificación territorial que han alcanzado un grado de consenso muy elevado entre el conjunto de los agentes territoriales de la Comunitat.

5.2.5.2. Plan de ahorro y eficiencia energética de la Comunitat Valenciana.

El objetivo básico del Plan de Ahorro y Eficiencia Energética de la Comunitat Valenciana es la disminución en un 1,1% interanual de la intensidad energética primaria, es decir, disminuir el consumo de energía necesario para realizar cada unidad de PIB. Este objetivo es superior al marcado por la Unión Europea, que fija la reducción de la intensidad energética en un 1% interanual.

El resto de medidas se encaminan a:

- ▶ Reducir el consumo energético final de la Comunitat Valenciana de forma que disminuya la intensidad energética final en el conjunto de los sectores económicos.
- ▶ Reducir el consumo energético primario de la Comunitat Valenciana de forma que disminuya el ratio de energía primaria total por unidad de PIB.
- ▶ Mejorar la competitividad de las empresas valencianas, disminuyendo los costes energéticos de las mismas mediante la introducción de tecnologías más eficientes.
- ▶ Reducir la dependencia energética de la Comunitat Valenciana respecto al exterior.
- ▶ Reducir el impacto medioambiental, utilizando energías menos contaminantes con el fin de cumplir con los compromisos adquiridos por el conjunto de la Unión Europea en la cumbre de Kioto.

5.2.5.3. Ley de Movilidad de la Comunitat Valenciana.

La Ley regula los aspectos relacionados con la movilidad que son competencia de la Generalitat, estableciendo los criterios generales para la promoción de la movilidad en el marco del mayor respeto posible por la seguridad, los recursos energéticos y la calidad del entorno urbano y del medio ambiente.

Una de las bases de la Ley es el fomento de los desplazamientos a pie y en bicicleta, por su elevado nivel de eficiencia y respeto a los valores ambientales y energéticos, y su contribución a la convivencia y a la salud. Por ello:

- ▶ Promueve medidas encaminadas al calmado del tráfico, para que las limitaciones de velocidad en zonas urbanas se cumplan en todo momento, intentando extender al máximo número de calles las zonas con un límite de velocidad más apropiado con el uso residencial.
- ▶ Propicia modelos de crecimiento urbano contiguos a núcleos existentes, con densidades y tipologías edificatorias adecuadas, y con dotaciones suficientes de servicios públicos y privados para atender las necesidades cotidianas.
- ▶ Tiende a reforzar el papel de las calles, plazas, avenidas y demás elementos semejantes como espacios clave de la vida urbana, promoviendo el calmado del tráfico y compaginando la atención preferente para peatones y ciclistas, con una adecuada compatibilización con el resto de modos de transporte.
- ▶ Insta a que los planes de ordenación e instrumentos de planificación diseñen itinerarios que permitan la realización de trayectos a pie en condiciones de seguridad y comodidad para conformar una red que recorra la ciudad y conecte los centros escolares y culturales, las zonas comerciales y de ocio, los jardines, los centros históricos y los servicios públicos de especial concurrencia e importancia.

5.2.5.4. Plan Básico de Movilidad del Área Metropolitana de València.

El Programa UNEIX es un documento estratégico de la Generalitat que define las principales líneas estratégicas de actuación a seguir y a desarrollar en materia de movilidad, infraestructuras y servicios de transporte en el período 2018-2029.

El marco general del documento es la sostenibilidad entendida desde tres puntos de vista: económico, cohesión social y medio ambiente. Su objetivo es hacer de la Comunitat Valenciana una región urbanizada global referente en Europa por la calidad y la eficiencia del sistema de movilidad.

El Plan de Movilidad Metropolitano de València, y su primera versión, el Plan Básico de Movilidad del Área Metropolitana de València, son una parte fundamental del Programa UNEIX.

Las propuestas de actuación del Plan Básico se han estructurado de acuerdo con los siguientes ejes estratégicos de acción:

- ▶ Fomentar la movilidad no motorizada
- ▶ Mejorar y potenciar el transporte público de superficie metropolitano
- ▶ Mejorar el transporte público ferroviario
- ▶ Intermodalidad como prioridad en la movilidad metropolitana
- ▶ Gestión y coordinación de la movilidad metropolitana
- ▶ Coordinación del desarrollo territorial y la movilidad
- ▶ Mejora del sistema logístico metropolitano
- ▶ Eficiencia energética, movilidad sostenible y medio ambiente
- ▶ Participación y conocimiento en el ámbito de la movilidad

5.2.5.5. Plan de Acción Territorial de la Infraestructura Verde del Litoral de la Comunitat Valenciana.

El Plan de Acción Territorial de la Infraestructura Verde del Litoral de la Comunitat Valenciana tiene una naturaleza específicamente urbanística, orientada a la definición y preservación de la infraestructura verde del litoral, y su objetivo principal recae en la preservación de aquellos suelos de la infraestructura verde que no cuentan con un régimen de protección específico y adecuado a su gran valor territorial.

Su ámbito de actuación son los suelos que ya forman parte de la infraestructura verde del litoral y toda la franja comprendida entre el límite de la ribera del mar y los primeros 1000 metros hacia el interior, si bien las mayores limitaciones se dan en la franja de los primeros 500 metros desde el límite de la ribera del mar. En esta franja los suelos mantendrán la situación básica de suelo rural y se prohíben las nuevas edificaciones, salvo en algunos casos específicos.

5.2.5.6. Plan de Acción Territorial Metropolitano de Valencia.

Este Plan se encuentra en fase de tramitación, tras haber sido emitido el Documento de Alcance del Estudio Ambiental y Territorial Estratégico del Plan.

La consecución de los objetivos del Plan se articula en torno a tres bloques temáticos: la infraestructura verde del territorio, el sistema de asentamientos urbanos y las infraestructuras de movilidad.

Del conjunto de objetivos concretos recogidos dentro del sistema de asentamientos, destacan:

- ▶ Consolidar el Área Metropolitana de Valencia, y por extensión su Área Funcional.
- ▶ Priorizar la rehabilitación, renovación y regeneración de los tejidos urbanos existentes en el área.
- ▶ Definir ámbitos estratégicos metropolitanos y rurales en función de las vocaciones del territorio, así como reducir la presión de los usos y actividades de naturaleza urbanística sobre la Huerta de Valencia
- ▶ Actuar sobre aquellos sectores de suelo urbanizable que presenten una marcada insostenibilidad.
- ▶ Potenciar un área metropolitana policéntrica.
- ▶ Favorecer la integración de los crecimientos y de las dotaciones, combatir los riesgos de segregación urbana y garantizar el principio de equidad en cuanto al acceso a los equipamientos de la sociedad del bienestar.
- ▶ Racionalizar la implantación de los usos y actividades de naturaleza económica en el territorio.

5.2.5.7. Plan de Acción Territorial del Área Funcional de Castellón.

Este Plan se encuentra en fase de tramitación, tras haber sido emitido el Documento de Alcance del Estudio Ambiental y Territorial Estratégico del Plan.

La consecución de los objetivos del Plan se articula en torno a tres bloques temáticos: la infraestructura verde del territorio, el sistema de asentamientos urbanos y las infraestructuras de movilidad.

Del conjunto de objetivos concretos recogidos dentro del sistema de asentamientos, destacan:

- ▶ Adaptar el territorio a las necesidades del nuevo modelo productivo en materia de suelo.
- ▶ Priorizar la rehabilitación, renovación y regeneración de los tejidos urbanos existentes.
- ▶ Definir ámbitos estratégicos metropolitanos y rurales en función de las vocaciones del territorio.
- ▶ Actuar sobre los sectores de suelo urbanizable marcadamente insostenibles.
- ▶ Potenciar un área metropolitana policéntrica, de nodos compactos y usos mixtos.
- ▶ Garantizar el principio de equidad en el acceso a los equipamientos.
- ▶ Racionalizar la implantación de usos y actividades económicas en función de la sostenibilidad ambiental.

5.2.5.8. Plan de Acción Territorial de las áreas metropolitanas de Alicante y de Elche.

Este Plan se encuentra en fase de tramitación, tras haber sido emitido el Documento de Alcance del Estudio Ambiental y Territorial Estratégico del Plan.

La consecución de los objetivos del Plan se articula en torno a tres bloques temáticos: la infraestructura verde del territorio, el sistema de asentamientos urbanos y las infraestructuras de movilidad.

Del conjunto de objetivos concretos recogidos dentro del sistema de asentamientos, destacan:

- ▶ Consolidar el conjunto urbano Alicante-Elche como referente nacional.
- ▶ Priorizar la regeneración de los tejidos existentes frente a nuevos consumos de suelo.
- ▶ Orientar los crecimientos hacia las zonas de menor valor ambiental y cultural.
- ▶ Actuar sobre los sectores de suelo urbanizable que presenten una marcada insostenibilidad.
- ▶ Potenciar una aglomeración urbana policéntrica.
- ▶ Favorecer la integración de los crecimientos y los equipamientos.
- ▶ Adoptar criterios de actuación frente a los núcleos residenciales unifamiliares dispersos.
- ▶ Fomentar la cooperación urbana entre Elche y Alicante.

5.2.5.9. Plan de Acción Territorial de ordenación y dinamización de la Huerta de Valencia.

El objetivo principal del Plan de Acción Territorial de la Huerta de Valencia es garantizar la conservación, regeneración y puesta en valor de aquellos ámbitos de mayor interés y que se encuentran amenazados por la expansión urbanística.

El Plan definirá la organización espacial de los usos del suelo que permita la sostenibilidad y el crecimiento armónico de los sistemas naturales, de la Huerta y de su población. Se propondrán ordenaciones o soluciones espaciales que realcen la huerta y su integración funcional y paisajística en las poblaciones del área metropolitana.

El Plan satisfará los siguientes objetivos específicos:

- ▶ Reducir la presión urbanística sobre la Huerta, proponiendo, para las zonas más vulnerables, alternativas al crecimiento urbanístico y a la implantación de nuevas infraestructuras.
- ▶ Preservar sus valores agrícolas, paisajísticos, culturales y patrimoniales, y proponer utilizaciones complementarias a las tradicionales, que puedan contribuir a su mantenimiento.
- ▶ Ordenar los usos del suelo y crear itinerarios y rutas de paisaje, con miradores, puntos de información, centros de interpretación y áreas de esparcimiento, aprovechando la estructura agrícola existente, en especial utilizando la red histórica de caminos y de riego (caminos, vías pecuarias, acequias, azarbes, etc.).
- ▶ Mantener el paisaje y rehabilitar el patrimonio arquitectónico existente (barracas, alquerías, molinos, ermitas, etc.) como muestra de usos y formas de vida históricas y tradicionales.
- ▶ Fomentar criterios de sostenibilidad en las actividades socioeconómicas existentes y en las nuevas que se incorporen.
- ▶ Plantear fórmulas de gestión urbanística y territorial que puedan coadyuvar al mantenimiento de la Huerta de Valencia.

5.2.5.10. Estrategia Valenciana ante el Cambio Climático 2013-2020.

Existe un consenso científico, casi generalizado y encabezado por el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (conocido por el acrónimo en inglés IPCC), acerca de que la actual alteración climática global provocará impactos graves, tanto en los ecosistemas naturales como en los sistemas socioeconómicos. De hecho, muchos de estos impactos ya son tangibles: la temperatura en la superficie de la Tierra ha aumentado un promedio de 0,76 °C desde la era preindustrial y el nivel del mar ha aumentado aproximadamente 17 cm. Cabe esperar que el calentamiento previsto en el siglo XXI sea mayor, especialmente en las latitudes más altas. Se prevé que durante las dos próximas décadas se producirá un calentamiento de la Tierra de alrededor de 0,2 °C por decenio. Es muy probable que aumente el volumen de precipitaciones en las latitudes altas, mientras que es probable que disminuya en la mayoría de las regiones subtropicales. Previsiblemente aumentará la extensión de las zonas afectadas por la sequía. Es muy probable que los episodios de calor extremo, las olas de calor y las precipitaciones intensas sean cada vez más frecuentes (IPCC, 2007).

Para la región mediterránea algunos de los efectos que ya le están afectando o se prevén son: descenso en las precipitaciones, descenso en el flujo anual de los ríos, menor producción de energía hidroeléctrica, aumento del número de incendios forestales, menor rendimiento de los cultivos, mayor riesgo de desertificación, aumento del número de muertes por olas de calor, aumento de las enfermedades transmitidas por el agua, los alimentos y otros vectores, y mayor riesgo de pérdida de biodiversidad. En concreto, en la Comunitat Valenciana son esperables impactos del cambio climático en forma de eventos climáticos extremos, alteraciones de ciclo hidrológico y potencial incremento de los incendios forestales, que a su vez pueden amplificar la retroacción con las causas de los mismos (el propio cambio climático).

Para hacer frente a la inevitable amenaza del cambio climático, en la Comunitat Valenciana se elaboró en el año la "Estrategia Valenciana ante el Cambio Climático 2008-2012: 125 medidas para la mitigación y adaptación al cambio climático" del que se han llevado a cabo numerosas actuaciones que han servido para que en la Comunitat Valenciana se haya cumplido el objetivo de emisión de GEI marcado en ella: emisiones anuales per cápita no superiores a 8,51 toneladas de CO₂ equivalente. La Estrategia era un "plan de planes", un marco de acción global que integraba y reforzaba líneas y estrategias preexistentes además de proponer otras nuevas. En un análisis previo a la aprobación de la citada Estrategia, se identificaron un total de 80 actuaciones, de muy diversa amplitud y naturaleza, cuyos objetivos o beneficios indirectos incluían la reducción de emisiones de GEI.

En términos absolutos, las emisiones de la Comunitat pasaron de 17,3 millones de toneladas de CO₂-eq en 1990 a 29,7 en 2010. La contribución dominante en las emisiones de la Comunitat corresponde al sector de procesado de la energía, cuya participación se sitúa en el año base en un 71,2% (74,3% para España), y en un 79% en el año 2010 (75,8% para España). La segunda posición por su contribución en las emisiones del inventario de la Comunitat Valenciana la ocupa el sector de procesos industriales. Pese a haber aumentado sus emisiones, su participación ha disminuido desde el 13,8% (9,1% en España) en el año base, al 9,4% (7,9% en España) para el año 2010. En cuanto al sector de tratamiento y eliminación de residuos, cabe destacar que sus emisiones se han doblado durante el periodo considerado, pasando de representar en el año base un 4,4% respecto al total de las emisiones en la Comunitat

Valenciana (2,7% en España) a un 5,1% en 2010 (4,2% en España). El sector de la agricultura ha mantenido en la Comunitat Valenciana el nivel absoluto de sus emisiones a lo largo del periodo inventariado (que contrasta con el aumento global del 7% de las emisiones del sector en España). Este hecho ha conllevado un descenso porcentual de su participación relativa en el inventario, pasando de un 9,5% en el año base (13,3% en España) a un 5,4% en el año 2010 (11,2% en España).

Por último, las emisiones debidas al uso de disolventes y otros productos son las que han tenido un menor peso, manteniendo aproximadamente una contribución del 1% (mientras que en España pasó del 0,6 al 0,8%). Así pues, el crecimiento de este sector en la Comunitat Valenciana es muy próximo al del conjunto de su inventario.

Una vez superado el periodo 2008-2012, periodo de aplicación de la anterior "Estrategia Valenciana ante el Cambio Climático", y vistos los nuevos compromisos adquiridos a escala de la Unión Europea y de España, se realizó una revisión y actualización de las medidas estableciendo el actual marco de programación para el periodo 2013-2020. La Estrategia Valenciana ante el Cambio Climático 2013-2020, al igual que su predecesora, se configura como el instrumento fundamental para garantizar el bienestar social y económico de los ciudadanos de la Comunitat en el futuro, haciéndolo de forma solidaria con el conjunto de España y en el contexto de la comunidad internacional.

Sus objetivos generales son:

- ▶ Contribuir de forma eficaz al cumplimiento de los compromisos asumidos por España en materia de cambio climático.
- ▶ Potenciar el desarrollo sostenible de nuestra Comunitat mediante el fomento del uso de energías más limpias, principalmente renovables, y el uso racional de los recursos.
- ▶ Establecer mecanismos de gobernanza que posibiliten la participación y coordinación de los diferentes actores implicados en la lucha contra el cambio climático, a través de un proceso abierto de interacción y cooperación.
- ▶ Colaborar con las administraciones locales en el diseño y desarrollo de sus propias estrategias ante el cambio climático.
- ▶ Incrementar el conocimiento, la concienciación y sensibilización para la acción en la mitigación y adaptación al cambio climático.
- ▶ Fomentar la investigación, el desarrollo y la innovación en materia de cambio climático y energía limpia. Estudiar los impactos del cambio climático sobre nuestro territorio con el fin de planificar la adaptación futura con la suficiente base científica y técnica.
- ▶ Establecer un sistema de indicadores robusto que garantice el adecuado seguimiento de las actuaciones realizadas en el marco de la Estrategia.

La Estrategia establece una serie de medidas dirigidas a los *sectores difusos*. Si bien no se identifica a la actividad comercial como uno de los sectores difusos⁴ y, por tanto, no se establecen medidas específicas, si se incluyen sectores y actividades claramente relacionadas con el comercio y que deben ser considerados en el PATSECOVA. La Estrategia establece como objetivo cuantificable la reducción o limitación de emisiones en un 10% para el año 2020 de las emisiones generadas por los sectores difusos, tomando como referencia el valor del año 2005⁵.

Movilidad y transporte

La movilidad generada por el comercio puede ser considerada, en términos generales, como la principal fuente de GEI procedentes del sector, si bien no existen estudios que avalen esta afirmación ni estimaciones globales del impacto

⁴ Se consideran emisiones difusas aquellas no incluidas en el ámbito de aplicación de la Ley 1/2005, de 9 de marzo, por la que se regula el régimen del comercio de derechos de emisión de gases de efecto invernadero. En concreto serían las emisiones procedentes de los siguientes sectores y actividades: movilidad y transporte, urbanismo y vivienda, turismo, agrario, residuos, transformación de la energía y diversificación de combustibles, industria y gases fluorados.

⁵ Establecido en la Decisión 406/2009/CE.

del comercio en la región. A esto se une la dificultad en la estimación de este alcance (alcance 3), sobre el que no existe una metodología clara ni demasiada experiencia práctica.

Tal y como se apunta desde el Estrategia, el actual modelo de movilidad se sustenta en una gran dependencia del automóvil privado. En las últimas décadas la planificación en zonas segregadas de las áreas de residencia, trabajo, comercio, ocio, etc., ha llevado a un incremento de desplazamientos recurrentes, y a que en las calles de nuestras ciudades predominen cada vez más el ruido, y las emisiones de gases que provocan contaminación atmosférica y que contribuyen al efecto invernadero global. Las consecuencias negativas de este modelo sobre el medio ambiente y sobre la propia movilidad afectan especialmente a las grandes áreas metropolitanas, donde el tráfico es una fuente de deterioro de la salud, de derroche energético y económico, y de pérdida de calidad de vida.

Para frenar esta tendencia se requiere un cambio progresivo en los hábitos de transporte hacia alternativas más sostenibles. El reto es gestionar la demanda del transporte para lograr una movilidad más respetuosa con el medio ambiente, que mejore la habitabilidad de las ciudades, y que a la vez no sacrifique el progreso económico. Las medidas pasan por mejorar la eficiencia del transporte público, único capaz de canalizar elevadas demandas de transporte compitiendo con el vehículo privado, actuar para hacer más atractiva su elección frente al coche, y por el trasvase de viajeros hacia medios alternativos como los desplazamientos a pie o en bicicleta, por un uso más eficiente del coche, fomentando fórmulas como el coche compartido, y por el impulso de tecnologías más eficientes y de combustibles menos contaminantes en los vehículos privados.

Todo ello contribuirá a frenar el calentamiento global, pero tiene además muchas otras ventajas asociadas: disminuir los ruidos y mejorar la calidad del aire, evitando los efectos sobre la salud de la población, mejorar la eficiencia energética y reducir la dependencia de importaciones de petróleo, reducir la siniestralidad asociada al uso masivo de automóvil y motocicletas, disminuir la congestión en las áreas urbanas, y por tanto el tiempo de los desplazamientos, y estimular la actividad económica en sectores estratégicos como el turismo y el comercio urbano.

Medidas de mitigación para reducir la emisión de GEI. Sectores difusos. Selección de las medidas relacionadas con el ámbito de actuación del PATSECOVA. Estrategia Valenciana para el Cambio Climático, 2013-2020.	
Sector	Medidas
Movilidad y transporte	- Impulsar y mejorar el transporte interurbano de viajeros por ferrocarril. - Mejorar la implantación de los servicios de transporte público interurbano de viajeros por carretera y mejorar su eficiencia energética. - Promover el uso del transporte público ferroviario urbano y metropolitano en plataforma reservada y mejorar su eficiencia energética. - Promover el uso del transporte público urbano y metropolitano mediante autobús o taxi, y mejorar su eficiencia energética. - Promocionar la coordinación entre diferentes operadores de transporte urbano y metropolitano. - Reducir la intensidad de uso vehículo privado en los centros urbanos. - Desarrollo de normativas e instrumentos sobre movilidad sostenible, impulsando la realización de Planes de Movilidad Sostenible, en las áreas urbanas e interurbanas. - Promover el uso de la bicicleta como medio de transporte urbano. - Promoción de vehículos privados eléctricos e híbridos. - Impulsar el desarrollo de infraestructura de biocarburantes para atender la potencial demanda que pueda generarse en los próximos años. - Promover la accesibilidad del transporte público y no motorizado a los grandes centros de trabajo y equipamientos públicos y fomentar el desarrollo de planes de movilidad en el sector privado, especialmente para grandes empresas y áreas industriales.
Urbanismo y vivienda	- Fomentar la ocupación racional y sostenible del suelo mediante la ordenación territorial, procurando la ocupación compacta. - Orientar las ayudas a impulsar las actuaciones encaminadas a la realización de proyectos de aprovechamiento de fuentes de energía renovables y potenciar la instalación de tecnologías que supongan una reducción del consumo energético. - Implementar planes para el fomento de la eficiencia energética y la utilización de energías renovables (tanto para producción eléctrica como para su uso directo térmico) de forma adecuada a las condiciones climáticas de la Comunitat Valenciana y al uso de los edificios, incluyendo las actuaciones de aumento de la eficiencia energética de edificios antiguos e históricos, de otras edificaciones de baja eficiencia energética, y de las infraestructuras urbanas. - Protección, acondicionamiento y desarrollo de zonas verdes urbanas, promoviendo el uso de vegetación con elevada capacidad de sumidero de CO₂ y bajos requerimientos hídricos, utilizando especies autóctonas. - Definir planes que fomenten la arquitectura bioclimática y la utilización de energías renovables de forma adecuada a las condiciones climáticas de la Comunitat Valenciana y al uso de los edificios. Adecuación de los diseños urbanos y de las edificaciones a las condiciones climáticas locales.
Residuos.	- Promover la reducción de la tasa de generación de residuos domésticos, fomentar la adecuada segregación en origen de estos por los ciudadanos, e incrementar la tasa de recuperación en las plantas de tratamiento de residuos domésticos, para su posterior valorización material y energética. - Fomentar la producción simultánea de electricidad y calor y la diversificación de combustibles. - Potenciar e incrementar el desarrollo de las energías renovables. - Favorecer la reutilización y tratamiento de subproductos y residuos en la agricultura, silvicultura, acuicultura y sector pesquero, especialmente en las industrias agroalimentarias y en los establecimientos ganaderos para compostaje y para aprovechamiento energético.

	Desarrollo de planes y concesión de ayudas para mejorar la eficiencia energética en la industria.
Sensibilización, capacitación y actuación	- Difundir la información sobre el cambio climático. - Difundir el concepto de economía hipocarbónica, apoyado en la eficiencia energética y en la generalización de las energías renovables. - Difundir el concepto de huella de carbono. - Facilitar y orientar el desarrollo de proyectos que incluyan el cambio climático en el sistema educativo. - Facilitar y orientar el desarrollo de proyectos formativos para las organizaciones empresariales. - Facilitar y orientar el desarrollo de proyectos formativos para los ciudadanos. - Facilitar y orientar el desarrollo de proyectos formativos para trabajadores, tanto en activo como desempleados. - Promover la incorporación de los principios de la sostenibilidad ambiental en la gestión de los sectores educativo, empresarial, tercer sector, turístico, agropecuario, de la construcción, del transporte y sanitario. - Promover la incorporación de los principios de la sostenibilidad ambiental en los hogares. - Promover la incorporación de los principios de la sostenibilidad ambiental en los comportamientos cotidianos de los ciudadanos. - Desarrollar herramientas de análisis y conocimiento de la realidad social para actuar frente al cambio climático desde el punto de vista de la adaptación y mitigación. - Desarrollar herramientas de análisis y conocimiento del grado de impregnación del concepto de la huella de carbono y eficiencia energética en relación con el cambio climático en los sectores de actividad. - Promover la realización de elementos innovadores que colaboren en la reducción del impacto ambiental de las ciudades y su relación con el cambio climático (mobiliario urbano, equipamiento, etc.) a través de concursos de ideas, que impliquen la participación del sector empresarial de modo que se fomente el mercado verde. [OPV IVE]

Fuente: Estrategia Valenciana ante el Cambio Climático, 2013-2020.

Urbanismo y vivienda.

La ordenación del territorio condiciona el sistema de movilidad y transporte que es una de las principales fuentes de emisión de GEI. En este apartado se contemplan varias medidas de mitigación enfocadas a diferentes aspectos como la delimitación de la Infraestructura Verde a diferentes escalas (regional, municipal y urbana) y su compatibilidad con los nuevos desarrollos en el territorio; en las actuaciones territoriales se debe priorizar la culminación de los desarrollos existentes frente a nuevas ocupaciones, evitar continuos urbanos y orientar el crecimiento urbano de manera sostenible, todo ello con el objetivo de preservar corredores libres de edificación, proteger los paisajes de mayor valor, fomentar la movilidad sostenible y responder a demandas reales de suelo, contribuyendo a la disminución de emisiones de CO₂. Otras actuaciones están encaminadas a potenciar la arquitectura bioclimática y adecuar los diseños urbanos (incluyendo zonas verdes) y edificaciones a las condiciones climáticas locales.

Residuos.

El aumento de la generación de residuos, la gestión inadecuada de éstos y el vertido incontrolado son potenciales amenazas que pueden tener incidencia directa en el suelo, el agua y el aire, además de un impacto directo en el paisaje. En concreto, los beneficios de una adecuada gestión integral de los residuos en relación con el cambio climático son: reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en vertederos, reducir la extracción y transporte de materias primas, reducir la utilización de combustibles fósiles y reducir y evitar la fabricación de ciertos productos. Una correcta gestión de los residuos también puede reducir las "emisiones indirectas" que estos producen debido al uso de energía en su tratamiento y al uso de combustibles en su transporte.

El análisis de la producción y gestión de residuos es fundamental de cara a evitar que las políticas territoriales en materia de residuos queden obsoletas en un corto periodo de tiempo. Se hace indispensable, por tanto, conocer la totalidad de los aspectos que intervienen en la producción de residuos, tanto en lo que respecta a los distintos tipos de residuos generados y su composición, como en lo relativo a las cantidades y el lugar y actividad donde se producen.

Este conocimiento es básico tanto para organizar la gestión de los residuos como para el desarrollo e implantación de tecnologías y buenas prácticas que permitan la prevención y minimización de residuos, a través del seguimiento de la evolución temporal de su producción.

Medidas de adaptación. Ámbito de las áreas costeras.

Los principales problemas del cambio climático en las zonas costeras se relacionan con potenciales cambios en la frecuencia y/o intensidad de las tormentas, así como con el posible ascenso del nivel medio del mar, si bien las proyecciones apuntan que el aumento en la costa este y sur española será más moderado que en el litoral cantábrico. Adicionalmente a los impactos potenciales derivados del cambio climático, otros factores de origen antrópico tales como el aporte de sedimentos por los ríos y las obras costeras son también cuantitativamente muy influyentes en la estabilidad del litoral a corto plazo.

Como estrategias preventivas o de adaptación principales, la Estrategia recomienda actuar de inmediato sobre los factores humanos relacionados con la estabilidad del litoral. Entre otras medidas, incorpora el desarrollo de actuaciones para la protección de valores naturales (ordenación rigurosa del territorio para asegurar el mantenimiento y recuperación de zonas valiosas). También se considera necesario delimitar e inventariar las áreas y elementos afectables por el ascenso del nivel del mar, el oleaje y la marea a fin de definir donde aplicar estrategias de abandono y retroceso o de protección; así como limitar los crecimientos urbanísticos por debajo de la cota de 1 metro sobre el nivel medio del mar.

Medidas de adaptación. Paisaje.

En la gestión de los diversos paisajes también debe tenerse en consideración la adaptación al cambio climático. Teniendo en cuenta esta variable se están elaborando diversos Planes de Acción Territorial, tales como el de Infraestructura Verde y Paisaje, en el que se delimitan los Paisajes de Relevancia Regional y la Infraestructura Verde a escala autonómica, y el PAT de Dinamización y Protección de la Huerta para la gestión de uno de los paisajes cultural y agrícola más significativo de la Comunitat Valenciana.

5.2.6. Objetivos y estrategias del Plan.

El art. 29 de la Ley de Comercio de la Comunitat Valenciana establece los tres objetivos principales de la política de ordenación comercial de la Generalitat, objetivos coherentes con los fijados en la ordenación del territorio, protección del paisaje y desarrollo sostenible en la Comunitat Valenciana, y que son:

- ▶ 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 comerciales que prime la sostenibilidad territorial.

Los objetivos generales que se pretenden alcanzar a través del Plan son los siguientes:

- ▶ Incrementar la importancia del sector comercial minorista en la economía valenciana.
- ▶ Impulsar la creación de nuevo empleo en el sector del comercio.
- ▶ Propiciar la diversidad comercial, el servicio y la proximidad del comercio a los consumidores.
- ▶ Fomentar un desarrollo comercial inteligente, sostenible y coherente con el resto de instrumentos y planes urbanísticos y territoriales.
- ▶ Impulsar la simplificación administrativa en la implantación comercial.
- ▶ Reducir la huella medioambiental del comercio.

Estos objetivos se desarrollan o pretenden alcanzar en base a la asunción de una serie de principios, tal y como se recoge en la tabla siguiente:

Objetivos de la política de ordenación comercial de la Generalitat	
Objetivos de la ordenación comercial (art 29 LECOVA)	Principios de actuación
Mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.	a) Conseguir un comercio eficiente y moderno, al servicio de los consumidores que actúe como factor de reequilibrio territorial, respetando el ejercicio de la libertad de empresa. b) Asegurar el mantenimiento de las condiciones de proximidad, accesibilidad, diversidad y servicio del comercio valenciano. c) Garantizar y proteger el derecho de libre elección por parte de los consumidores, extendiéndose la posibilidad de elección entre distintos establecimientos de una misma actividad y también entre formas comerciales diferentes, en las mejores condiciones posibles de precio, surtido y calidad, en un marco de competencia. d) Favorecer que el comercio ofrezca servicios eficaces y competitivos, en base a una continua adaptación de la oferta comercial a las preferencias de los consumidores.
Conseguir una estructura comercial equilibrada y competitiva.	a) Fomentar una distribución comercial que genere riqueza y empleo. b) Fortalecer el tejido comercial de las ciudades, dada su importancia para la mejora de los entornos urbanos. c) Impulsar la modernización, la innovación y la formación en el sector comercial. d) Salvaguardar el comercio existente en el espacio rural valenciano y en áreas de baja densidad demográfica, por su importante función social y de servicio en el mantenimiento de mejores condiciones de vida de la población residente en estos ámbitos.
Conseguir un marco de implantaciones comerciales que prime la sostenibilidad territorial.	a) Favorecer la función del comercio como uno de los elementos clave en la consecución del equilibrio territorial, dada su capacidad de generar cohesión regional, centralidad y vertebrar el territorio. b) La consideración de la trascendencia territorial de los grandes equipamientos comerciales, focos de polaridad que generan flujos de usuarios e impactos supramunicipales, que deben ser objeto de regulación específica en el marco competencial de la ordenación del comercio. c) La minimización del coste e impacto ambiental de los desplazamientos que se producen por motivos de compra, sin por ello limitar la libertad de movilidad de los ciudadanos. d) La protección y mejora de los entornos comerciales urbanos, especialmente de los centros históricos de carácter comercial, donde la presencia de una actividad comercial viva ayuda a su rehabilitación económica, social y urbanística. e) La limitación del crecimiento comercial en ámbitos que presentan concentraciones comerciales excesivas y procesos de sobresaturación funcional, lo que repercute negativamente la sostenibilidad del territorio, deteriora el paisaje urbano y genera solicitudes inasumibles por la red viaria. f) La preservación de espacios estratégicos, ubicados en nudos de comunicaciones y ámbitos de especial valor de la periferia urbana, que se consideran suelos de oportunidad de gran valor para el crecimiento territorial y económico de nuestras ciudades y que debe ser reservado por razones de interés general, y en coherencia con lo dispuesto en la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana y demás instrumentos de ordenación territorial y urbanística.

Finalidad del PATSECOVA

- ▶ Que el comercio juegue un papel relevante en la vertebración territorial valenciana.
- ▶ Mantener la importancia del comercio en la economía valenciana.
- ▶ Fortalecer el papel de las Administraciones locales y la GVA en la planificación sectorial, en el marco de sus competencias.
- ▶ Facilitar la iniciativa empresarial.
- ▶ Contribuir a la generación de empleo en el sector.
- ▶ Que el comercio preste servicios eficaces y competitivos adaptados a las demandas de los consumidores.
- ▶ Propiciar nuevas formas de funcionamiento e iniciativas en el territorio entre los agentes y las Administraciones.

Orientación sectorial	Orientación territorial
▶ Mantener la diversidad comercial y el equilibrio entre comercio urbano y comercio periférico. ▶ Respetar y potenciar las características del modelo comercial valenciano: proximidad, diversidad, etc. ▶ Mejorar los hábitats del comercio: centros urbanos, centros históricos comerciales, parques comerciales, corredores, etc. ▶ Modernizar las infraestructuras comerciales. ▶ Apoyar al comercio rural. ▶ Reducir el impacto medioambiental del comercio. ▶ Mejorar la arquitectura comercial y su integración paisajística.	▶ Resolver las lagunas existentes en la ordenación urbanística y territorial del comercio. ▶ Derivar decisiones al ámbito local potenciando el papel de las Administraciones Locales en la configuración y desarrollo de los modelos comerciales. ▶ Establecer modelos de referencia en la ordenación a escala subregional a través de las áreas funcionales comerciales. ▶ Vertebración territorial con la potenciación de las ciudades comerciales que conforman el SNR comercial. ▶ Simplificación administrativa, mayor información y participación. ▶ Impulsar nuevos modelos de gobernanza territorial para la realización de proyectos e iniciativas supramunicipales.

Para alcanzar estos objetivos se han definido cinco estrategias sobre las que se articulará la parte propositiva del Plan. La consideración de estas, y no otras estrategias, obedece al diagnóstico previo realizado sobre la situación y perspectivas del sector, la valoración de alternativas debatidas en la propia Dirección General de Comercio y Consumo y la incorporación de las aspiraciones planteadas por el propio sector como propuestas a considerar en el Plan. En este sentido, las cinco estrategias decididas son las siguientes:

- ▶ Estrategia 1: Establecer un marco de objetivos y criterios en la planificación territorial del nuevo 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 Equipamientos Comerciales con Impacto Territorial.
- ▶ Estrategia 3: Propiciar la regeneración y dinamización de ámbitos comerciales de relevancia que sufran procesos de degradación urbanística, social 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.

Tabla 5.01. Despliegue de las estrategias planteadas por el PATSECOVA.

Estrategias	Directrices, recomendaciones y normas
Estrategia 1: Establecer un marco de objetivos y criterios en la planificación territorial del nuevo suelo comercial que apoye la vertebración de la Comunitat Valenciana y que tenga capacidad de adaptarse a la dinámica y transformaciones del sector comercial.	▶ Identificación del Sistema Nodal de Referencia Comercial y las Áreas Urbanas Integradas de las cabeceras y subcabeceras comerciales. ▶ Identificar los ámbitos territoriales a escala intermedia: las áreas funcionales comerciales como ámbitos de referencia en la planificación territorial del comercio. ▶ Directrices de ordenación comercial a escala de área funcional. ▶ Clarificar el concepto de uso comercial. ▶ Definir criterios y directrices para el desarrollo de nuevo suelo comercial. ▶ Establecer metodologías para estudios de demanda de suelo comercial a nivel municipal. ▶ Identificar áreas en el territorio de nueva centralidad, de oportunidad, de intensificación, de regeneración, de dinamización y áreas saturadas. ▶ Establecimiento de criterios territoriales y ambientales para la localización de nuevo suelo comercial. ▶ Limitaciones a usos comerciales en suelo no urbanizable.
Estrategia 2: Clarificar los criterios territoriales y medioambientales y definir un nuevo marco para la implantación de los Equipamientos Comerciales con Impacto Territorial.	▶ Clasificación de los establecimientos comerciales en base a su impacto territorial. ▶ Establecimiento de índices orientativos máximos para la implantación de suelo comercial en grandes superficies comerciales en las áreas funcionales comerciales. ▶ Requisitos y condicionantes técnicos para las implantaciones. ▶ Integración paisajística de los ECITs. ▶ Clarificación de supuestos en los que es necesaria la autorización comercial autonómica. ▶ Consideración de los ámbitos estratégicos y de localización preferente de estos equipamientos. ▶ Definir criterios territoriales, ambientales y paisajísticos de localización. ▶ Consideración de usos comerciales en las actuaciones territoriales estratégicas.
Estrategia 3: Propiciar la regeneración y dinamización de ámbitos comerciales de relevancia que sufran procesos de degradación urbanística, social o medioambiental.	▶ Identificar y caracterizar los ámbitos territoriales comerciales degradados del territorio: centros urbanos, espacios suburbanos, parques comerciales, etc. ▶ Plan de actuaciones y medidas de regeneración urbanística, medioambiental y paisajística. ▶ Instrumentos de gestión compartida en las zonas comerciales. ▶ Planes de actuación público-privada para la regeneración de dichos ámbitos.

Estrategia 4: Impulsar, a través de la iniciativa pública y privada, la mejora de las infraestructuras comerciales.	▶ Incorporar directrices de urbanismo comercial dentro de la planificación urbanística. ▶ Plan de actuaciones en equipamientos comerciales urbanos. ▶ Integración de actuaciones de urbanismo comercial en el ámbito municipal. ▶ Actuaciones en mercados municipales y áreas de venta no sedentaria. ▶ Reconocimiento e impulso a la red de Centros Comerciales Urbanos. ▶ Apoyo al comercio rural. ▶ Actuaciones de mejora medioambiental en el comercio.
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.	▶ Coordinación de las distintas Administraciones. ▶ Sistema de Información del Comercio. ▶ Sistema de Información Territorial Comercial. ▶ Nuevos desarrollos normativos. ▶ Simplificación administrativa.

5.3. Directrices de planeamiento territorial.

5.3.1. Ciudades que componen el Sistema Nodal de Referencia Comercial.

5.01 El comercio, como actividad económica, se produce básicamente en el espacio urbano, ya que son las ciudades el soporte natural, físico y humano, para su localización. Reforzar el papel de las ciudades en el territorio, contribuye a potenciar la actividad en los núcleos urbanos, lo que evita, a su vez, problemas de fragmentación del territorio, accesibilidad, congestión y contaminación.

Las ciudades compactas contribuyen a reducir la movilidad y evitar desplazamientos innecesarios. Unas ciudades equilibradas en las que el uso residencial se combina, de forma armónica, con las actividades comerciales, de ocio, la cultura, el turismo y los servicios. Unas ciudades socialmente cohesionadas que garantizan que los ciudadanos, independientemente de que tengan o no posibilidades de desplazarse, puedan satisfacer sus necesidades a partir de servicios públicos y privados accesibles.

Se trata de favorecer el desarrollo de ciudades razonablemente compactas y complejas, multifuncionales y más sostenibles, cohesionadas socialmente y donde se produzca una gestión más eficiente del tiempo. Ciudades complejas entendiendo por ello ciudades con mayor mezcla de usos y funciones que favorezcan la accesibilidad de las personas a las mismas, y en las que se disminuya la dependencia de los modos de transporte privado. Ciudades eficientes en la disminución de los niveles de contaminación y de residuos y en la optimización y racionalización del consumo de recursos. Y ciudades cohesionadas socialmente, para construir comunidades más completas y maduras.

La ciudad necesita de la visión estratégica que considere al comercio como un aliado para transformarse en un lugar habitable, sostenible y vital, en la que los usos sociales y comerciales sean compatibles, en la que la recuperación del pasado sea un valor de identidad y proyección de la ciudad, en la que el espacio público se diseñe y se ejecute a la medida del hombre.

Conforman el Sistema Nodal de Referencia Comercial, a efectos del PATSECOVA, 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.

A través de las actuaciones del PATSECOVA se pretende reforzar la actividad económica y la función comercial de estos nodos neurálgicos del sistema urbano y, en torno a ellos, se deben desarrollar las principales áreas de actividad

comercial de la Comunitat Valenciana. Los municipios que componen el Sistema Nodal de Referencia Comercial se han clasificado de la siguiente forma:

- a. Cabeceras de área funcional comercial: Municipios que presentan las mejores dotaciones para la prestación de servicios comerciales de carácter supramunicipal. En torno a los mismos se generan las áreas de influencia comercial denominadas áreas funcionales comerciales.
- b. Subcabeceras de área funcional comercial: Conjunto de nodos urbanos que comparten con las cabeceras comerciales el protagonismo en la generación de las áreas de influencia comercial en el territorio, si bien, se sitúan en un rango inferior en la prestación de servicios comerciales de carácter supramunicipal.
- c. Nodos comerciales intermedios: Nodos urbanos de tamaño medio situados en ámbitos metropolitanos o en la franja intermedia del territorio y que presentan una alta dotación comercial y cierta capacidad para generar influencia comercial sobre otros municipios próximos.
- d. Nodos turísticos litorales: Nodos de marcado carácter turístico, situados en la franja litoral del territorio en los que los servicios comerciales atienden a una población visitante muy superior a la población residente en el propio municipio.
- e. Nodos comerciales rurales: Núcleos situados en la franja rural del territorio que ejercen cierta influencia en la prestación de servicios comerciales básicos sobre un ámbito definido por otros municipios rurales situados en su entorno inmediato.
- f. Nodos comerciales basados en grandes equipamientos comerciales: Municipios que, sin pertenecer a ninguna de las categorías anteriores, cuentan con al menos un gran equipamiento comercial con fuerte capacidad de atracción supramunicipal.

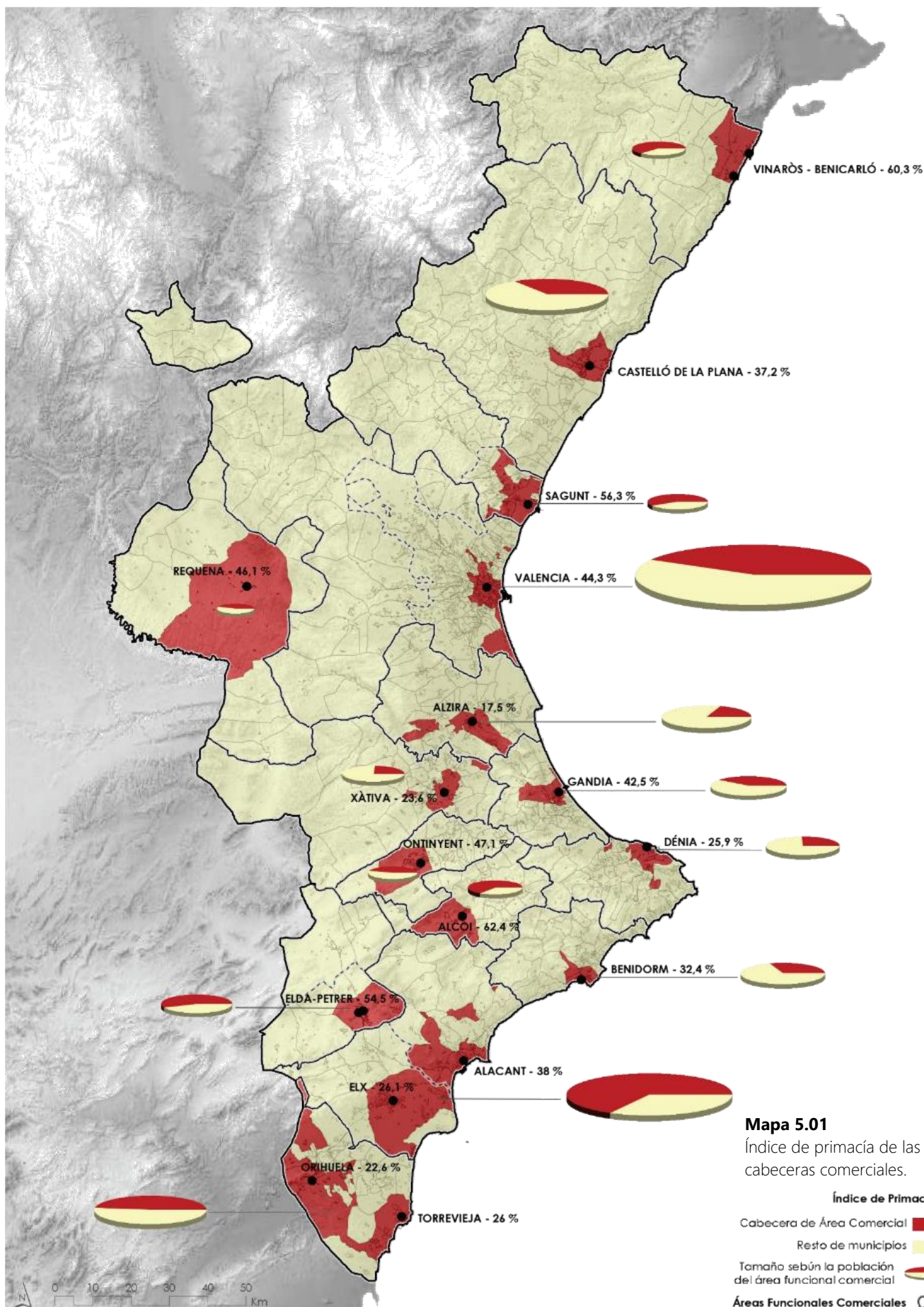
El Sistema Nodal de Referencia Comercial propuesto en el Plan está compuesto 93 ciudades y pueblos: 19 cabeceras comerciales, 11 subcabeceras, 20 nodos comerciales intermedios, 12 nodos que deben su atractivo a la localización de grandes equipamientos comerciales, 24 nodos turísticos litorales y 7 nodos rurales. En conjunto acoge a 3,85 millones de habitantes, el 75% de la población valenciana, así como el 84% del tejido comercial valenciano.

Adicionalmente, se han considerado determinados ámbitos territoriales formados por agrupaciones de municipios que conforman las llamadas *áreas urbanas integradas*, definidas por criterios morfológicos, de movilidad, de actividad económica y mercado de trabajo, entre otros. Estas áreas son consideradas, con independencia de sus límites administrativos, como células urbanas de funcionamiento conjunto.

En torno a las cabeceras y subcabeceras comerciales del Sistema Nodal de Referencia Comercial se establecen un total de trece áreas urbanas integradas, que son: Vinaròs-Benicarló, Castelló de la Plana, Sagunt, Segorbe, Valencia, Alzira, Sueca, Xàtiva, Ontinyent, Gandia, Alcoi, Elda-Petrer y Alicante-Elx.

5.3.2. Las áreas funcionales comerciales.

Las áreas funcionales comerciales se constituyen como las unidades territoriales de referencia para la ordenación, gestión y aplicación de las propuestas de ordenación comercial. Igualmente, dentro de los límites de las áreas funcionales comerciales, se han delimitado subáreas funcionales comerciales cuando éstas permiten un análisis territorial más preciso de la función comercial en función de las dinámicas territoriales existentes.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2014. Población referida a 1 de enero de 2013.

5.02-5.03 La delimitación de las áreas y subáreas funcionales comerciales de la Comunitat Valenciana responde a las áreas de influencia generadas por las ciudades consideradas como cabeceras y subcabeceras comerciales del Sistema Nodal de Referencia Comercial.

Además de la capacidad y fuerza de atracción que estos nodos comerciales ejercen por la fuerte dotación y especialización de su oferta comercial, su delimitación también responde a criterios funcionales, orográficos, urbanísticos, históricos, medioambientales, socioculturales y visuales.

El PATSECOVA, en coherencia con la ETCV, propone un modelo de áreas funcionales comerciales integrado por quince áreas si bien, su delimitación, ha sufrido pequeñas modificaciones respecto al modelo propuesto por esta. En su delimitación se ha atendido a la delimitación de las áreas funcionales establecido en la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana, adaptándola a la configuración de los flujos comerciales y las funcionalidades comerciales que se producen en el territorio.

Tabla 5.02. Las áreas y subáreas funcionales comerciales de la Comunitat Valenciana.

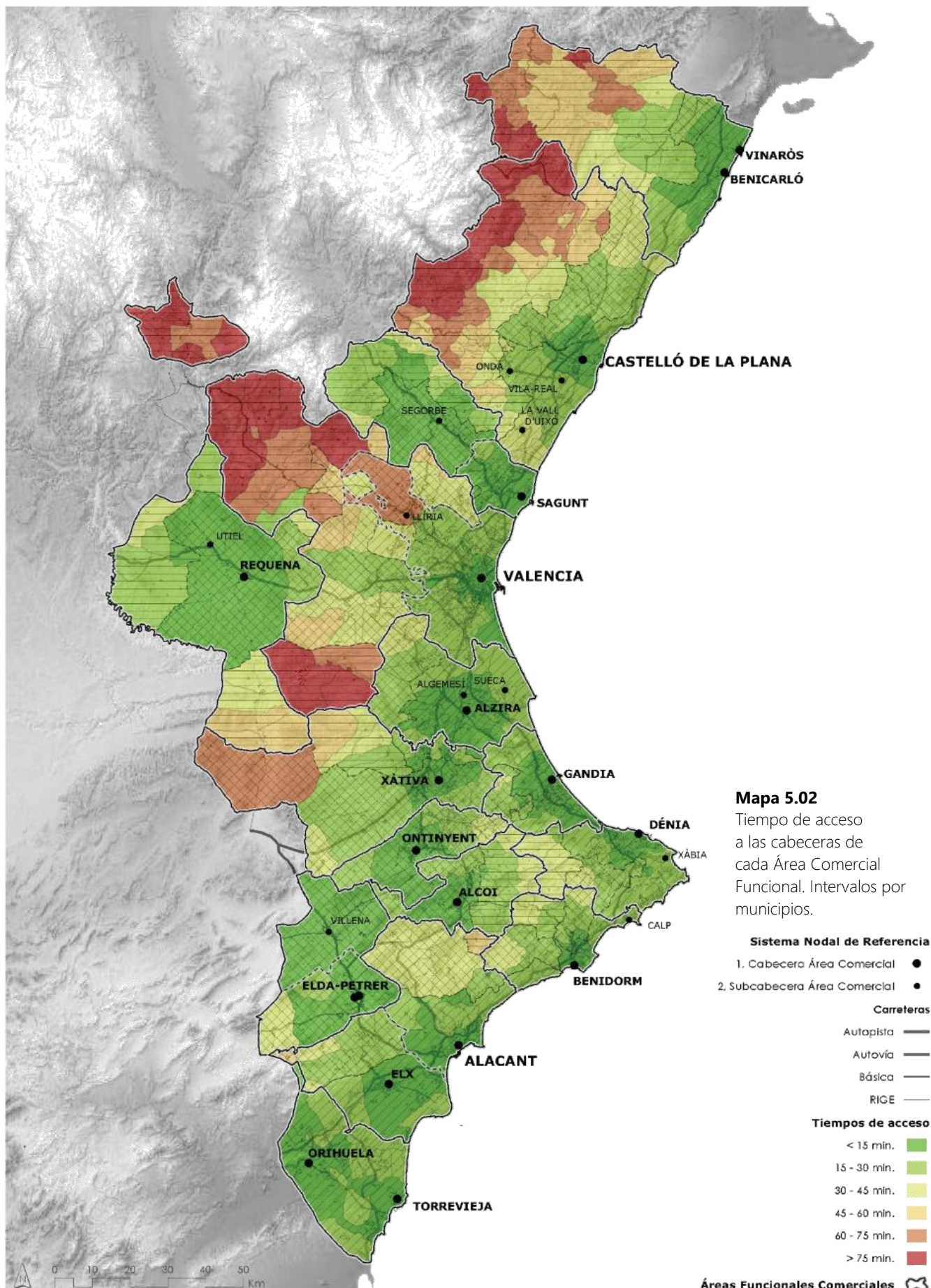
Área / Subárea	Nº de municipios	% / CV	Extensión (Km²)	% / CV	Población 2013	% / CV	Densidad población (hab./km²)
Els Ports - Baix Maestrat	33	6,1	2.271	9,8	91.719	1,8	40,4
Castellón	72	13,3	3.351	14,5	484.284	9,5	144,5
El Valle del Palancia	46	8,5	1.285	5,6	115.741	2,3	90,1
Subárea Sagunt	16	3,0	271	1,2	90.045	1,8	331,7
Subárea Segorbe	30	5,5	1.013	4,4	25.696	0,5	25,4
Valencia	98	18,1	4.206	18,2	1.786.756	34,9	424,8
Subárea Área Metropolitana de Valencia	54	10,0	1.093	4,7	1.689.680	33,0	1.546,5
Subárea Valencia Interior	44	8,1	3.114	13,5	97.076	1,9	31,2
La Ribera del Xúquer	32	5,9	1.028	4,4	256.209	5,0	249,3
Requena - Utiel	16	3,0	2.332	10,1	45.715	0,9	19,6
Xàtiva	42	7,7	1.773	7,7	124.508	2,4	70,2
La Vall d'Albaida	27	5,0	566	2,4	78.555	1,5	138,7
La Safor	35	6,5	501	2,2	184.686	3,6	368,9
La Marina Alta	31	5,7	713	3,1	171.821	3,4	241,1
La Marina Baixa	19	3,5	603	2,6	227.482	4,4	377,0
Alcoi	29	5,4	645	2,8	96.334	1,9	149,4
El Vinalopó	11	2,0	1.075	4,6	163.069	3,2	151,8
Subárea Elda - Petrer	6	1,1	555	2,4	121.084	2,4	218,3
Subárea Villena	5	0,9	520	2,2	41.985	0,8	80,8
Alicante - Elx	24	4,4	1.829	7,9	882.354	17,3	482,5
Subárea Alacant	14	2,6	970	4,2	526.689	10,3	542,7
Subárea Elx	10	1,8	858	3,7	355.665	7,0	414,4
Vega Baja	27	5,0	957	4,1	404.582	7,9	422,7
Total CV	542	100	23.135	100	5.113.815	100	221,0

Fuente: Elaboración propia.

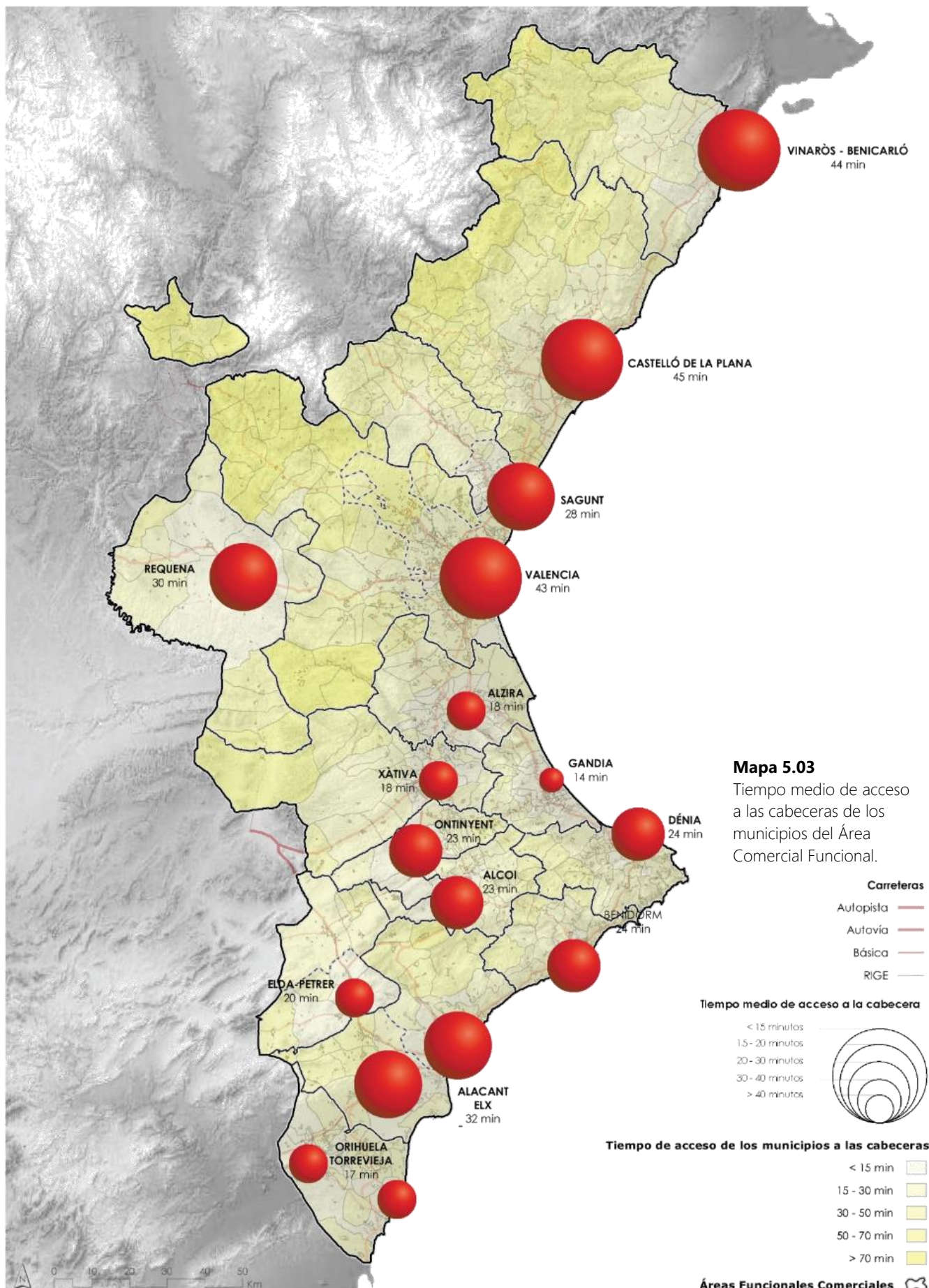
5.3.3. Las Áreas Comerciales Estratégicas.

5.04-5.07 Es necesario controlar la expansión urbana para poder garantizar el crecimiento sostenible de las ciudades. El suelo debe ser tratado como un recurso limitado que debe utilizarse de la manera más eficiente posible. Por este motivo, el Plan establece determinaciones y estrategias en base al principio general de que "el comercio debe estar porque hay ciudad", frente al de "primero comercio y después vendrá la ciudad (o la ciudad vendrá al comercio)".

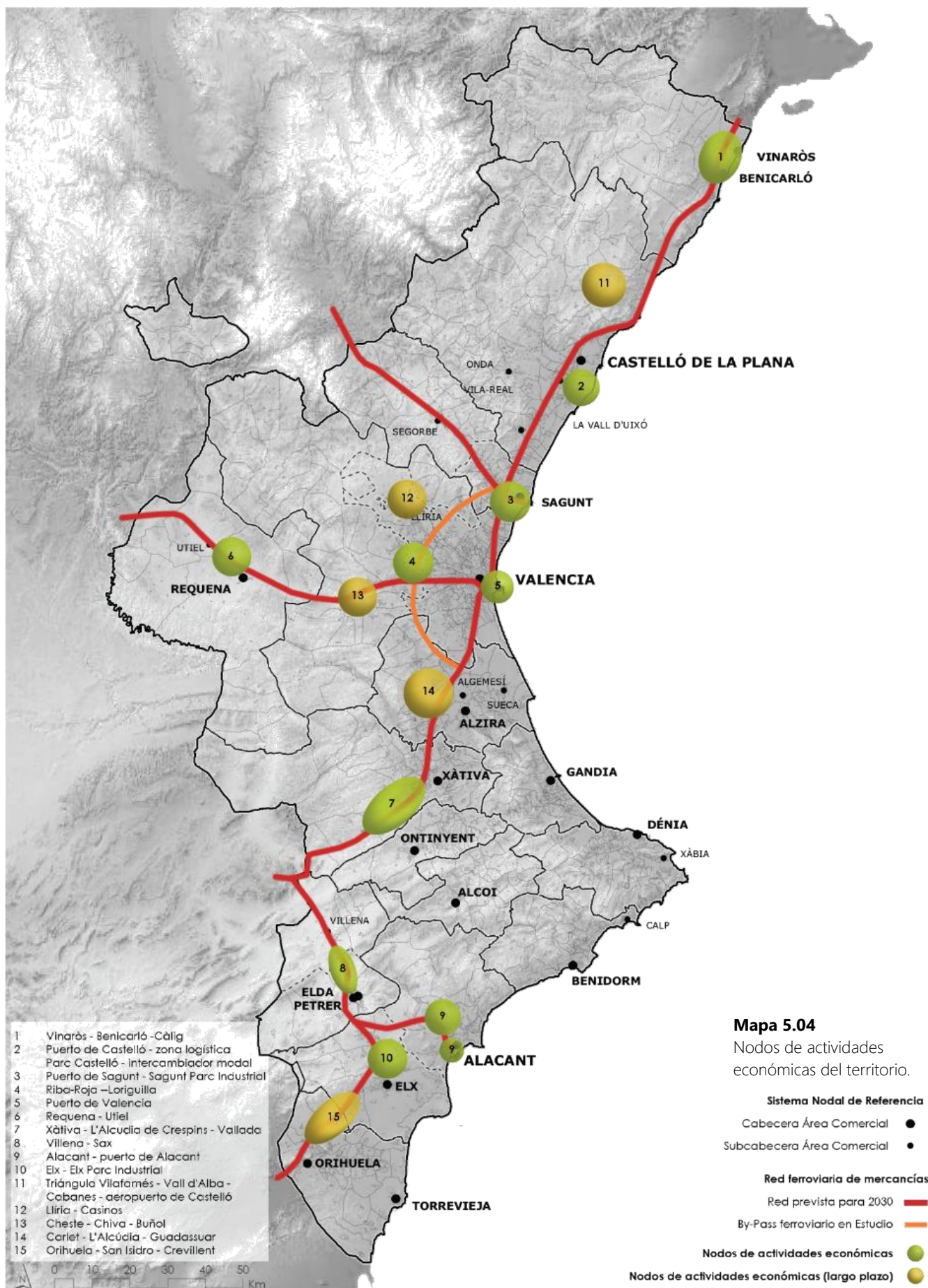
Esto supone la consideración de un triple enfoque. En primer lugar, la consideración de que los nuevos crecimientos de suelo comercial deben ubicarse en o por la expansión de tejidos preexistentes, especialmente residenciales, procurando evitar la dispersión de estos usos en el territorio. Se deberán considerar, por tanto, a escala municipal,



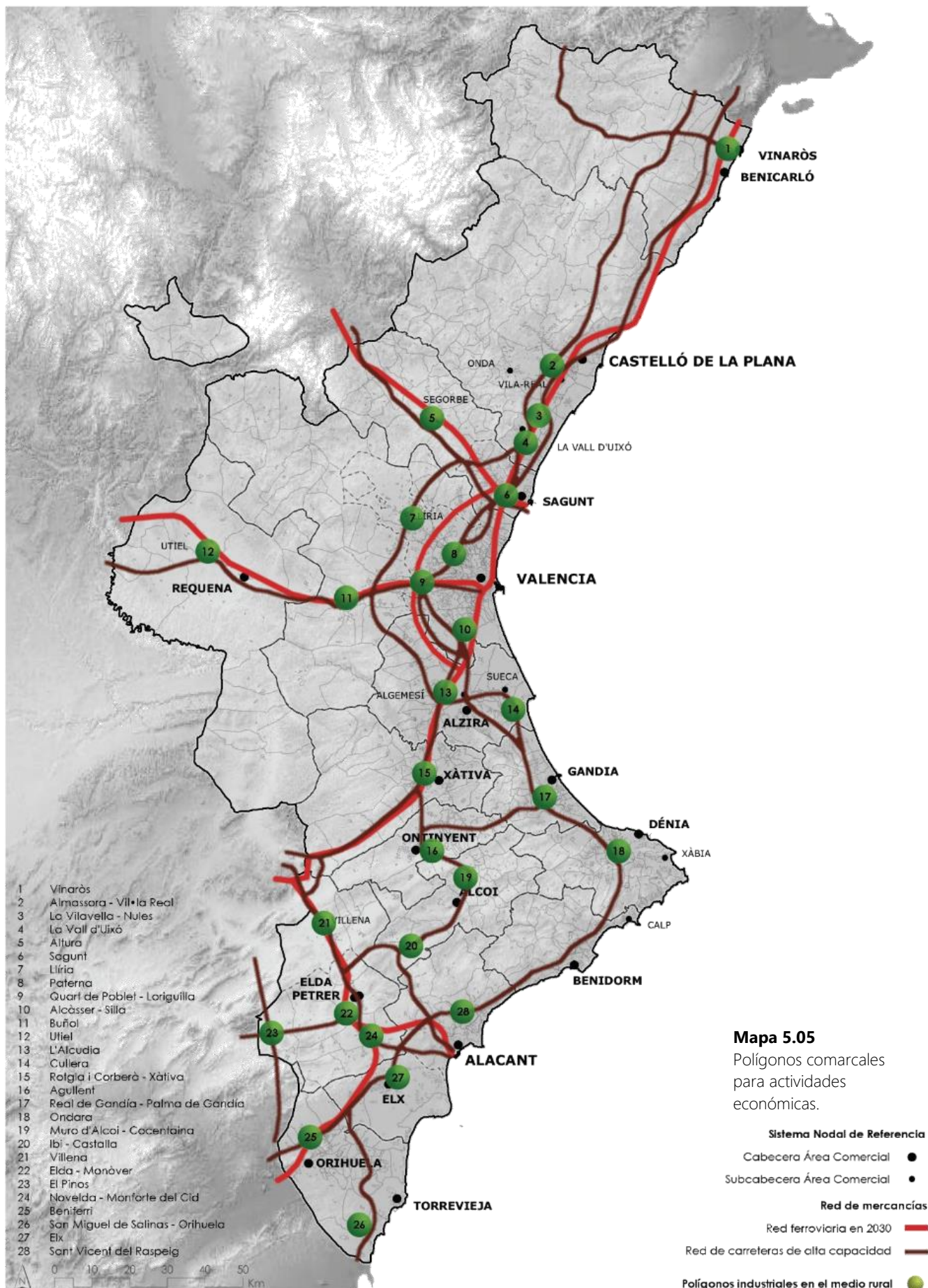
Fuente: Elaboración propia, 2013.



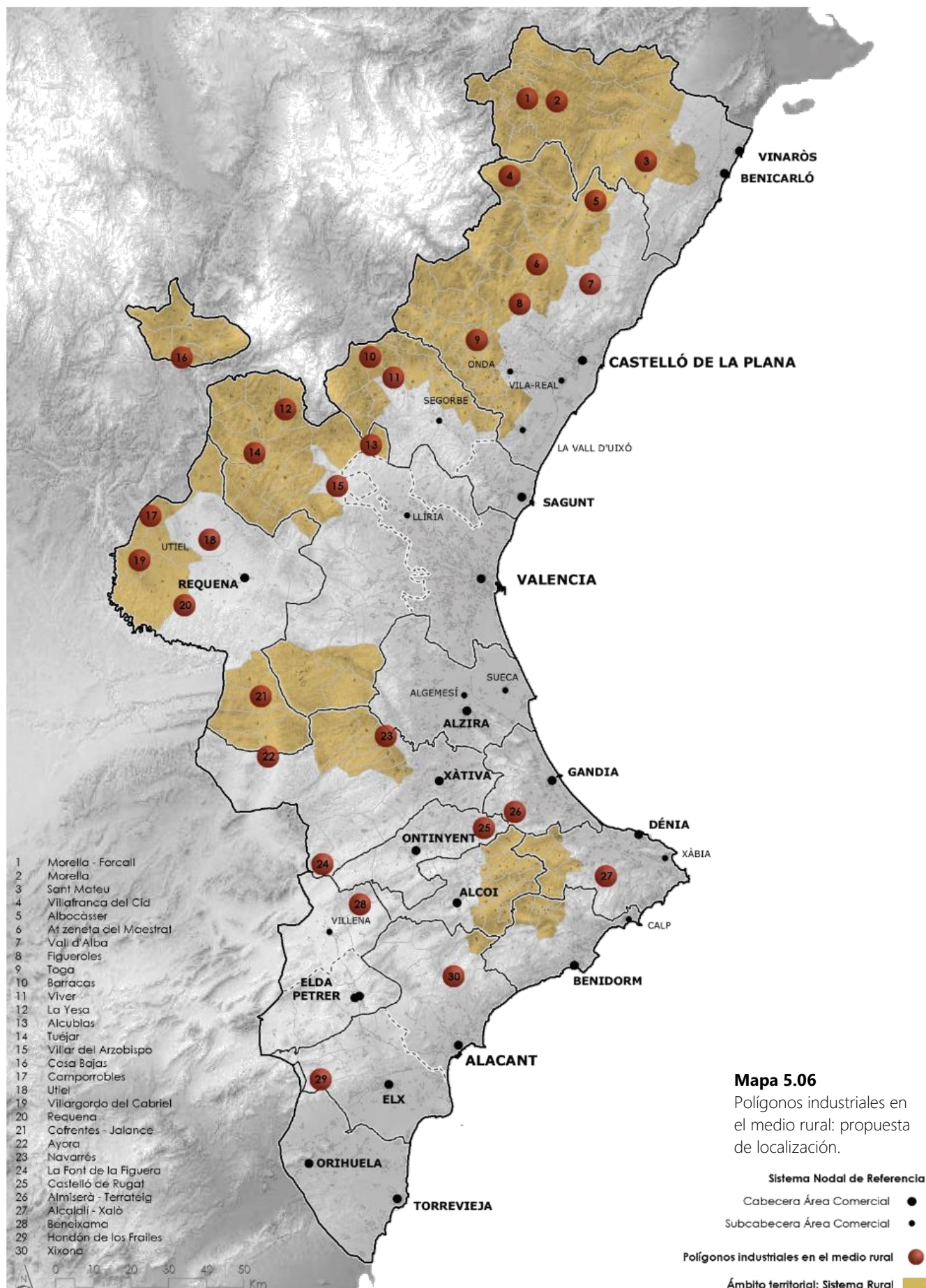
Fuente: Elaboración propia, 2013.



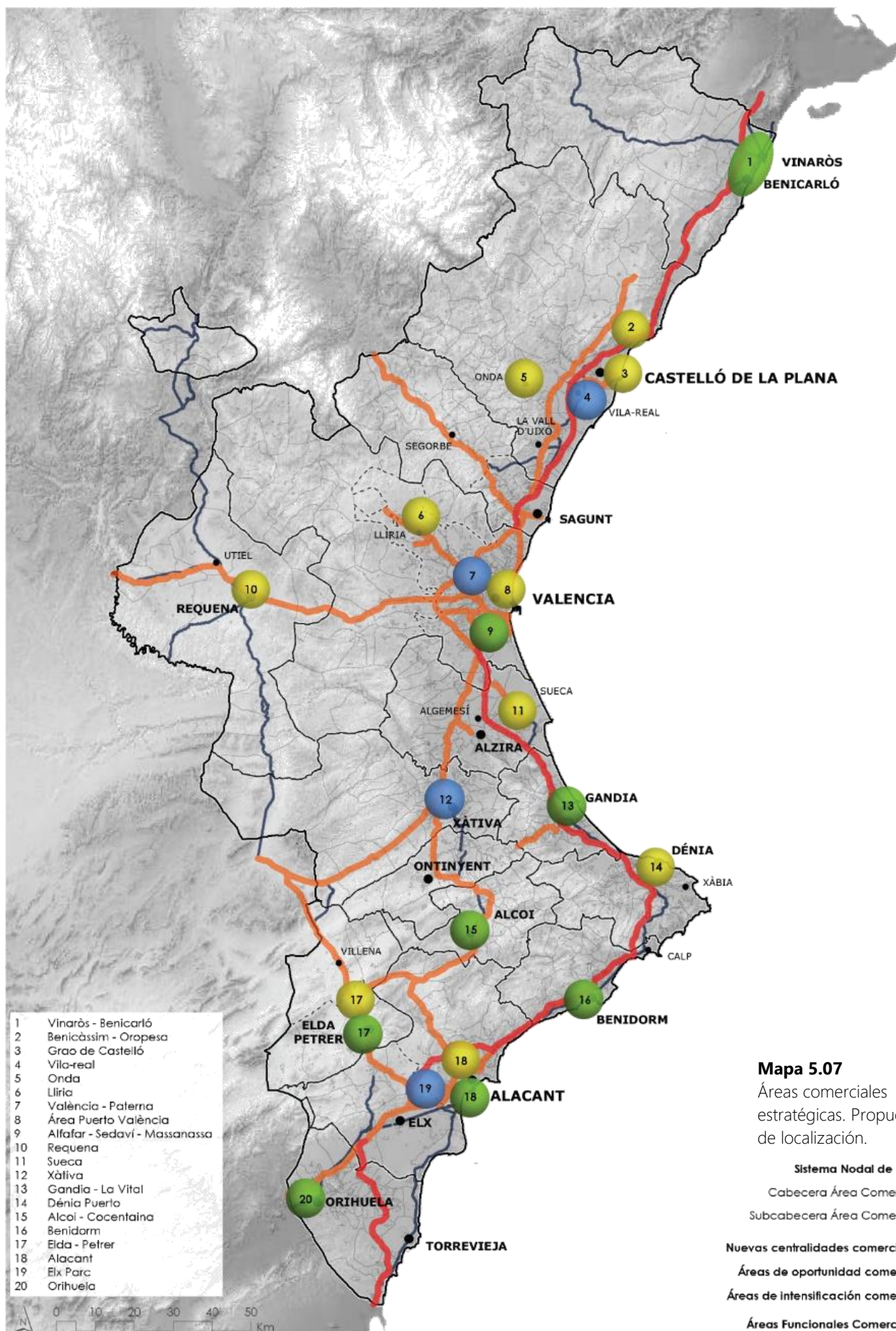
Fuente: Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana. Conselleria de Vivienda, Obras Públicas y Vertebración del Territorio, 2011.



Fuente: Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana. Conselleria de Vivienda, Obras Públicas y Vertebración del Territorio, 2011.



Fuente: Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana. Conselleria de Vivienda, Obras Públicas y Vertebración del Territorio, 2011.



Fuente: Elaboración propia, 2014.

las tasas de crecimiento demográfico, índice de ocupación y previsiones en el desarrollo de suelo residencial (clasificación de nuevos suelos urbanos o urbanizables de uso prioritario residencial); las condiciones para compatibilidad e integración de suelo comercial en las nuevas piezas urbanas y la ocupación preferente de suelos urbanos vacantes a la hora de planificar nuevos desarrollos. Es decir, armonizar la actividad comercial con la residencial y favorecer nuevos desarrollos continuos con los ya existentes, frente a la creación de piezas aisladas en el territorio.

En segundo lugar, valorar la pertinencia de permitir la proliferación de grandes bolsas de suelo comercial (que necesitan generalmente suelos no desarrollados), frente a la alternativa de una mayor fragmentación, que posibilita un mejor encaje en tejidos ya existentes o en la extensión de los mismos. Además, según su grado de integración en las estructuras urbanas, los equipamientos comerciales pueden estimular la expansión del modelo de urbanización de ciudad difusa o de baja densidad, que asigna el rol principal al transporte privado motorizado.

Se definen como ámbitos comerciales estratégicos aquellos 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. En concreto, se han clasificado las áreas en los siguientes tipos:

- ▶ Áreas de nueva centralidad: Áreas que actual o potencialmente, por su buena accesibilidad, cuentan con los requisitos adecuados para albergar, a largo plazo, equipamientos comerciales de elevada cualificación a escala regional.
- ▶ Áreas de oportunidad: Son ámbitos con una superficie inferior a 25 hectáreas, que cuentan con una orientación muy marcada hacia los usos terciarios comerciales, compatibles, en su caso, con los tejidos residenciales, que completan tramas urbanas ya existentes o colmatan espacios intersticiales. Estas zonas permiten, por sus condiciones de accesibilidad, ser lugar de localización de establecimientos comerciales colectivos o agrupaciones comerciales que conformen una masa crítica generadora de nuevas centralidades comerciales.
- ▶ Áreas de dinamización: Son ámbitos donde existe una alta concentración de actividades comerciales y de servicios, y en las que se producen problemáticas urbanísticas, ambientales, sociales o de pérdida de su funcional económica que pueden requerir intervenciones de carácter integral de revitalización comercial y regeneración urbanística. También pueden ser declaradas como tales aquellas centralidades comerciales urbanas, generalmente ubicadas en centros urbanos o zonas que reciben importantes afluencias de visitantes o turistas, que precisan de intervenciones tendentes a su dinamización y promoción comercial.
- ▶ Áreas saturadas: Áreas donde la acumulación de actividades económicas, con predominio de las comerciales, están produciendo sobrecargas en el uso de determinadas infraestructuras y espacios públicos, pudiendo poner en peligro la sostenibilidad territorial y/o producir tensiones territoriales. Se puede considerar que la acumulación de actividades ha superado la capacidad de carga de ese ámbito.

Para cada tipo de área, el Plan define, a través de su normativa, 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 que se desarrollen para cada área funcional comercial, y también mediante los planes urbanísticos locales.

En base a una delimitación previamente establecida mediante alguno de los procedimientos anteriores, 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.

Su periodo de vigencia debe ser limitado, con un plazo mínimo (periodo necesario para poder evaluar el alcance de las medidas aplicadas), y un plazo máximo, que podrá ser prorrogado, tras la evaluación del grado de cumplimiento de los objetivos y la conveniencia de mantener dicha figura. A su vez, la Generalitat debe tener capacidad para suspender motivadamente una declaración si considera que no se están cumpliendo los objetivos que la motivaron.

5.3.4. Las Directrices de Ordenación Comercial de áreas funcionales.

Las Directrices de ordenación comercial son instrumentos de actuación territorial sectorial en materia de ordenación y gestión comercial y constituyen el principal instrumento para el desarrollo operativo del Plan de Acción Territorial Sectorial de Comercio de la Comunitat Valenciana.

El objetivo de las Directrices de Ordenación Comercial es concretar y completar los objetivos, principios, criterios y propuestas del Plan, adaptándolos a la realidad territorial de cada área funcional comercial, atendiendo al principio de coordinación desde la escala regional.

Las Directrices de Ordenación se sujetarán a las especificaciones contenidas en el Plan de Acción Territorial de Comercio de la Comunitat Valenciana, si bien podrán introducir modificaciones que permitan la consecución de los objetivos incluidos en el mismo, en el tiempo y el territorio que constituyen su ámbito de actuación. Las modificaciones deberán estar justificadas tanto en su necesidad como en la adecuación a los objetivos del Plan de Acción Territorial Sectorial de Comercio de la Comunitat Valenciana.

La planificación incluida deberá contemplar los criterios y recomendaciones de la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana y se coordinarán y compatibilizarán con otros instrumentos o planes de ordenación territorial que afecten a la demarcación, así como los objetivos y medidas de sostenibilidad y lucha contra el cambio climático establecidos en los acuerdos y normas europeas, estatales y autonómicas.

Deben contener un análisis territorial sectorial que abarque, además, información de índole sociodemográfica, y sobre el planeamiento urbanístico existente. En base al análisis, se deberá formular un diagnóstico a partir del cual establecer los objetivos a alcanzar que se plasmarán en un documento de planificación, donde se dé cabida también a la participación pública.

5.4. Directrices para el desarrollo de nuevo suelo comercial y la implantación de Grandes establecimientos comerciales con impacto territorial.

5.4.1. Clarificación del concepto de “uso comercial”.

Tal y como expone el artículo 32 de la Ley de Comercio de la Comunitat Valenciana, los instrumentos de planeamiento urbanístico deberán contemplar, en la calificación del suelo, el uso comercial de forma diferenciada dentro de la calificación global de suelo terciario, diferenciando entre comercio mayorista y minorista, así como el régimen de compatibilidades con otros usos.

El planeamiento urbanístico actual realiza en primer lugar una zonificación de carácter estructural, delimitando unidades diferenciadas por su distinta función territorial, a las que se les asignan usos y se establecen normas vinculantes. La clasificación del suelo es parte integrante de la ordenación estructural, por lo que a esta escala ya debe tratarse diferenciadamente los usos comerciales.

También forman parte de esta primera jerarquía los elementos que configuran la Red Primaria, en la que se incluyen el conjunto de infraestructuras, dotaciones y equipamientos, públicos y privados, que tienen un carácter relevante en la estructura urbanística municipal y cuyo ámbito de servicio supera su entorno inmediato, como es el caso de los grandes establecimientos comerciales con impacto territorial, por lo que estos deben estar presentes y deben tratarse de forma diferenciada al resto de equipamientos y dotaciones.

A su vez, la ordenación estructural establece los usos dominantes en cada zona, que de manera general se dividen en residencial, industrial y terciario. Para cada uso dominante la ordenación estructural define intensidades, grados de protección, criterios de integración paisajística, compatibilidad con otros usos, edificabilidad y criterios tipológicos. Todo ello no puede definirse con precisión si no se trata de forma diferenciada a la actividad comercial, pues su impacto, efectos sobre la movilidad, formatos, tipologías, necesidades de aparcamiento, etc. no son comparables con las de otras actividades terciarias.

Por último, cabe citar que la definición de la ordenación estructural debe justificarse por medio de una memoria de sostenibilidad económica en la que se analice la viabilidad de la ordenación en términos económicos y la suficiencia de suelo para los usos productivos, por lo que de nuevo se hace necesaria la consideración del uso comercial de forma diferenciada, para evaluar su impacto y su presencia en el territorio.

5.4.2. Tratamiento de la actividad comercial en los instrumentos urbanísticos.

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.

Como ya se ha indicado, las pautas irracionales de ocupación del territorio por usos comerciales han producido, en algunos casos, disfunciones en forma de desarticulación y fragmentación urbana, crecimientos con un elevado consumo del suelo, concentración de procesos urbanos sobre determinados puntos que saturan las infraestructuras viarias, impactos medioambientales y paisajísticos sin solución (sin contar con los impactos socioeconómicos sobre el tejido comercial tradicional que es un atributo de la ciudad compacta que se quiere preservar).

Los procesos de deslocalización en los que prima la búsqueda de suelo abundante, barato y relativamente accesible no favorecen un modelo de implantaciones basado en la mezcla de usos, la proximidad y la continuidad del tejido urbano como forma de mejorar la eficiencia y la sostenibilidad.

Desde este enfoque, el Plan Territorial debe establecer las bases para un nuevo modelo de relación entre el comercio y el territorio, considerando la protección del entorno urbano y de los elementos que conforman las estructuras ambientales, patrimoniales y culturales del territorio, en la medida en que los usos comerciales configuran en positivo centralidades y en negativo desertización económica, impacto medioambiental y fragmentación del territorio.

Los Planes Generales estructurales, documentos de planificación urbanística a escala municipal, carecen de estrategias comerciales explícitas, ya que las actividades comerciales se ordenan como usos terciarios indiferenciados, sin atender a las sustanciales diferencias existentes entre diferentes actividades terciarias.

En la medida en la que el planeamiento urbanístico incorpore en sus instrumentos el uso comercial de forma diferenciada se podrán evitar fenómenos tales como la acumulación de tipologías o formatos comerciales, la transformación de pequeñas dotaciones en concentraciones generadoras de efectos ampliados, o la incidencia indiscriminada sobre los usos comerciales de ordenanzas orientadas a otras actividades, tal y como ocurre en la actualidad.

Por su clara incidencia sobre la dinámica territorial y urbana, la actividad comercial debe formar parte de la Red Primaria, es decir, del conjunto de infraestructuras, dotaciones y equipamientos, públicos y privados, que tienen un carácter relevante en la estructura urbanística municipal.

Además, por su importancia sobre la ordenación y planificación territorial, el uso comercial debe analizarse de forma individualizada respecto a los usos generales terciarios.

La ordenación pormenorizada, que supone el desarrollo de la ordenación estructural detallando los usos del suelo de cada subzona, sus índices de edificabilidad, la fijación de alineaciones y rasantes, etc. requiere también de la consideración diferenciada de la actividad comercial.

Por lo tanto, se hace necesario establecer, por parte de la Administración, un control sobre el modelo comercial previsto por el planeamiento municipal, elaborado con mayor rigor y concreción en el caso de municipios pertenecientes al Sistema Nodal de Referencia Comercial, por su papel estratégico, y menos exhaustivo en sus proyecciones en el caso de municipios de menor tamaño, justificando, en todo caso, la adecuación del instrumento urbanístico a las directrices y criterios del PATSECOVA.

La ley estatal del suelo (R.D. 7/2015) establece las situaciones básicas del suelo, rural o urbanizado, y establece que los poderes públicos deben formular y desarrollar políticas que integren en el tejido urbano los distintos usos compatibles con la función residencial, favoreciendo con ello la diversidad de usos, la cohesión y la integración social.

Con este mismo enfoque, la Ley 5/2014 de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje de la Comunitat Valenciana (LOTUP), distingue, en su artículo 25, tres zonas de ordenación estructural: rurales, urbanizadas y de nuevo desarrollo o expansión urbana, lo que lleva a la triple clasificación del suelo como urbano, urbanizable o no urbanizable.

Dentro de las zonas urbanizadas y de nuevo desarrollo, el artículo 27 enumera los usos dominantes del suelo: residencial, industrial y terciario. Indica, a continuación, que el Plan General Estructural debe diferenciar entre zonas según los usos y las características de las actividades, en función de su compatibilidad con otros usos, fijando la edificabilidad y los criterios tipológicos que permitan su posterior regulación pormenorizada.

El artículo 36, en el que se establecen los estándares de calidad urbana, indica que todos los sectores de uso residencial deben contar con un mínimo de edificabilidad terciaria, que no cuantifica, pero explica cómo adoptarla: introduciendo en el Plan un índice de edificabilidad terciaria, regulando la compatibilidad de los usos terciarios; o bien, en base al cumplimiento de reglamentaciones sectoriales, como ocurre en el sector turístico.

Por otra parte, todo Plan General Estructural, para su aprobación, debe desarrollar una Memoria de Sostenibilidad Económica que justifique la suficiencia y adecuación del suelo destinado a usos productivos (artículo 30). En esta memoria, los usos comerciales deben distinguirse del terciario global, para poder cuantificar y valorar su impacto.

Con todo ello, la planificación del modelo comercial, por lo tanto, 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, de acuerdo con la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana. Todo ello, en concordancia con los criterios de ocupación racional de suelo que promulga la LOTUP.

5.4.3. Orientaciones para la localización de nuevo suelo comercial.

En base a los datos de Corine Land Cover, entre el año 1990 y 2006, el suelo para usos industriales y comerciales creció un 169,6% en la Comunitat Valenciana, es decir, lo que supondría unos 10.000 nuevos campos de fútbol⁶ frente al 52,6% que lo hizo el suelo residencial y el 84,2% que hizo en conjunto el suelo artificial en la Comunitat Valenciana. Por tanto, el desarrollo de suelo artificial para estos usos no ha estado acompasado con el residencial.

La superficie media comercial de los establecimientos comerciales valencianos ha aumentado notablemente en los últimos años, con un incremento del 64,5% entre 1991 y 2010, pasando de 62 m² a 102 m². Esta tendencia es consecuencia del descenso en el número total de establecimientos de pequeño tamaño y del incremento de los grandes establecimientos comerciales. Además, los grandes establecimientos como hipermercados, grandes almacenes, grandes superficies especializadas y centros comerciales suponen una ocupación del suelo exclusiva para uso comercial que conlleva un aumento de las superficies artificiales destinadas, no solo al propio centro, sino a aparcamientos, gasolineras y otras instalaciones asociadas, así como a las infraestructuras de transporte necesarias para acceder a los mismos.

⁶ 10.736,5 nuevas hectáreas en el periodo 1990-2006.

Disponer de recursos suficientes de suelo comercial bien localizado, en condiciones competitivas y dotado de servicios de alto valor añadido empresarial, constituye un elemento fundamental tanto para el desarrollo del tejido comercial de la Comunitat Valenciana como para la atracción de inversiones. Este crecimiento deberá estar ligado a las previsiones de crecimiento demográfico de la Comunitat Valenciana.

Un elevado número de establecimientos supone el principal activo de un modelo comercial diversificado de pequeñas y medianas empresas, que aseguran la proximidad y el servicio adecuado a los consumidores. Lejos de ser una rémora para la eficacia y eficiencia del modelo, es un valor y un atractivo que hay que preservar y fomentar, puesto que supone un servicio al consumidor necesario y el principal motor económico para la mayoría de las economías locales. El comercio es un escenario de competencia perfecto cuando el número de operadores es elevado.

Los siguientes principios directores para la ocupación racional y sostenible del suelo para actividades comerciales deben ser incorporados al planeamiento urbano y territorial:

- ▶ Compatibilizar el crecimiento del suelo para actividades económicas con el mantenimiento de la integridad de la Infraestructura Verde del territorio.
- ▶ Incentivar la promoción y gestión mancomunada de polígonos para actividades económicas con el fin de minimizar la ocupación del suelo y la fragmentación paisajística.
- ▶ Reducir el número y la distancia de los desplazamientos por motivos de trabajo mediante el equilibrio entre la localización de la población y el empleo.
- ▶ Compatibilizar, cuando sea posible, los usos residenciales con los del suelo para actividades económicas.
- ▶ Concentrar las actuaciones estratégicas en materia de suelo para actividades económicas en emplazamientos de elevada accesibilidad y disponibilidad de sistemas de transporte intermodal.
- ▶ Fomentar la integración paisajística de los desarrollos del suelo para actividades económicas preservando en lo posible los elementos propios y de valor singular del paisaje donde se ubican, así como los accesos a los mismos.
- ▶ Procurar condiciones de urbanización y diseños arquitectónicos de calidad en las áreas de actividad económica con especial incidencia en los frentes visibles desde las carreteras.
- ▶ Evitar como regla general los continuos urbanizados y la formación de cinturones urbanos de usos de los suelos industriales y terciarios.
- ▶ Desarrollar los nuevos crecimientos de suelo para actividades económicas partiendo de los tejidos existentes procurando evitar la dispersión de estos usos en el territorio.
- ▶ Facilitar la conexión de estos suelos con las zonas residenciales mediante sistemas de transporte público y modos no motorizados.
- ▶ Permitir crecimientos adaptados a las necesidades y características de los municipios integrantes del sistema rural.
- ▶ Reubicar los tejidos industriales y terciarios obsoletos o de localización inadecuada.
- ▶ Considerar la oferta de instalaciones para actividades económicas sin ocupar y el suelo urbano vacante a la hora de planificar nuevos desarrollos.
- ▶ Fomentar la rehabilitación y la integración paisajística de los tejidos industriales y terciarios en desuso orientándolos hacia funciones acordes con la nueva realidad económica.

Se considerarán espacios preferentes para el desarrollo de suelo comercial, tal y como establece la Directriz 111 de la ETCV, los grandes polígonos o nodos para actividades económicas, en los que podrán implantarse tanto superficies industriales, comerciales, logísticas, parques científicos, parques de proveedores, centros de ocio, grandes superficies comerciales o áreas de servicio público. En todos los casos, su localización próxima a destacadas infraestructuras permite minimizar impactos y residuos asociados a los desplazamientos y optimizar recursos y procesos.

Atendiendo a su escala y a su localización en el territorio, estos espacios adecuados para la localización de implantaciones comerciales, pueden ser:

- ▶ Áreas de nueva centralidad y oportunidad comercial.
- ▶ Parques municipales: Polígonos municipales que, en la medida de lo posible, deberán ubicarse muy próximos a los núcleos urbanos para poder establecer sistemas de transporte colectivo sostenibles.
- ▶ Parques estratégicos: Parques industriales y terciarios estratégicos, de ámbito comarcal, basando su localización en criterios muy estrictos de accesibilidad, existencia de servicios, capacidad territorial y mínima vulnerabilidad.
- ▶ Grandes nodos de actividad económica: Formados por la agrupación de distintos polígonos de usos mixtos: industrial, logístico, terciario, equipamientos, incluso ocio. Estas grandes zonas deben ser selectivas en el territorio y estar vinculadas al ferrocarril de mercancías. Su integración paisajística y la calidad de sus espacios abiertos serán valores propios y competitivos de estos nodos.

Los espacios contenidos en la Directriz 111, además de considerarse estratégicos por su proximidad a las redes de transporte, a núcleos de actividad económicas, etc. son localizaciones compatibles con la Infraestructura Verde de la Comunitat Valenciana y, por lo tanto, alejadas de zonas ambientalmente sensibles vinculadas a la Infraestructura Verde, la franja litoral, el patrimonio y el paisaje de mayor fragilidad y valor.

5.4.4. Crecimiento del suelo comercial en suelo no urbanizable y en entornos suburbanos.

Adoptar el concepto de compacidad es uno de los principales criterios que debe presidir el desarrollo urbanístico para poder alcanzar los objetivos de preservación ambiental fijados. Como se ha indicado en la Estrategia anterior, se pretende potenciar el modelo de ciudad donde el uso residencial se armonice con las actividades comerciales y de servicios.

Es indudable que algunas modalidades de crecimiento de suelo comercial (especialmente grandes equipamientos en ubicaciones suburbanas o localizaciones excéntricas respecto a su área de influencia natural) han producido disfunciones en el territorio en forma de desarticulación urbana, elevado consumo de suelo, alejamiento de los corredores de transporte público, etc.

Estas pautas de localización comercial son incompatibles con un modelo de desarrollo territorial sostenible y deben ser convenientemente encauzadas desde una óptica estratégica, favoreciendo modelos de implantación más eficientes en cuanto a consumo de suelo, agua y energía, que fomenten el transporte público, que mitiguen la fragmentación del territorio, que primen la renovación de las ciudades frente a los nuevos desarrollos, que permitan una Infraestructura Verde interconectada y sean más justos desde el punto de vista social.

Tal y como establece el artículo 197, sobre ordenación de usos y aprovechamientos en el suelo no urbanizable de la LOTUP, las únicas actividades comerciales que pueden instalarse en suelo no urbanizable son tiendas de productos agrícolas, o de plantas ornamentales o frutales, que se produzcan en la propia explotación vinculada a la actividad.

Por otra parte, por medio de las denominadas Declaraciones de Interés Comunitario, la Administración puede autorizar la implantación en suelo no urbanizable de actividades terciarias y de servicios, de carácter turístico, recreativo, deportivo, etc. pero no exclusivamente comercial. Por lo tanto, las actividades comerciales permitidas, pueden hacerlo en cumplimiento del citado artículo 197 dejando libre de construcciones al menos el 50% de la parcela, en la que se mantendrá su uso agrario o forestal.

En entornos suburbanos, donde la calificación del suelo lo permita, deben seguirse los criterios y directrices de localización preferente descritas por la ETCV, por lo que primará su proximidad a áreas urbanas consolidadas, desarrollando sectores de suelo urbano vacante o urbanizables. El objetivo es evitar la extensión discontinua y la ocupación dispersa del territorio, asegurando, además, el desarrollo de suficientes dotaciones comerciales como para satisfacer equilibradamente las necesidades de la población residente actual o prevista, potenciando la proximidad y la mezcla de usos.

- ▶ Con carácter general no está permitido el desarrollo de suelo comercial en suelo no urbanizable, excepto en los supuestos contemplados en la LOTUP a través de las Declaraciones de Interés Comunitario o mediante la figura de las Actuaciones Territoriales Estratégicas.

- ▶ Las implantaciones en entornos suburbanos estarán igualmente justificadas si forman parte de estrategias globales de recalificación y rehabilitación de espacios urbanos, o bien de descongestión de entornos saturados.
- ▶ Los planes urbanísticos establecerán limitaciones al crecimiento de suelo comercial en tejidos conformados o ligados a urbanizaciones extensivas de baja densidad. Solamente se permitirá el crecimiento de suelo comercial ligado al desarrollo de ofertas de proximidad, que satisfagan las necesidades de la población residente en estos ámbitos.

En tanto que dicho cambio supone una modificación de la ordenación estructural existente, estas solicitudes se someten a evaluación ambiental y territorial y, por lo tanto, requieren del informe favorable de las Administraciones Públicas afectadas que hayan sido consultadas. Si la actuación es de carácter comercial, requerirá informe de la administración autonómica competente en materia de comercio.

No obstante, en aquellos casos en los que las implantaciones comerciales formen parte de estrategias globales de recalificación y rehabilitación de espacios urbanos, o bien de descongestión de entornos saturados, se justifica su incorporación a entornos suburbanos.

5.4.5. Estudios de demanda de suelo comercial en los instrumentos urbanísticos.

El planeamiento urbanístico municipal carece, por lo general, de una estrategia comercial explícita, ni siquiera para el caso de los grandes establecimientos comerciales, cuyos emplazamientos no prevén. Las actividades comerciales van incluidas dentro del concepto de los usos terciarios, recibiendo el mismo tratamiento que se aplica al conjunto, siendo que, dentro de los usos calificados bajo la rúbrica de terciarios existen importantes diferencias en los efectos sobre el entorno que generan unos y otros.

Esta falta de atención específica a los usos comerciales ocasiona la imposibilidad de corregir efectos no deseables de acumulación de tipologías o formatos comerciales, la transformación de pequeñas dotaciones en concentraciones generadoras de efectos ampliados, la transformación de los usos asignados a sectores determinados por efectos de las tolerancias de compatibilidad y la incidencia indiscriminada sobre los usos comerciales de ordenanzas orientadas a otras actividades.

El planeamiento urbanístico deberá establecer principios y determinaciones a incorporar tendentes a la consecución de un modelo territorial que refuerce su tejido comercial, estableciendo estrategias de crecimiento y regeneración urbana con criterios de compacidad y complejidad que eviten el aumento de la dispersión urbana y que potencien los modos de transporte sostenible. Todo ello, establecido en armonía con los principios para el tratamiento de la actividad comercial recogidos en el art. 32 de la LECOVA.

Los Planes Generales Estructurales deben establecer, con un horizonte temporal de veinte años, una memoria de sostenibilidad económica en la que justifiquen la suficiencia y adecuación del suelo destinado a los distintos usos productivos previstos. Además, el Plan General debe determinar la secuencia lógica de su desarrollo, justificando las condiciones objetivas que deben darse para que se desarrolle cada sector, unidad o tramo de urbanización dentro del contexto global del territorio.

Estas determinaciones, que se deben ajustar a los criterios generales de crecimiento territorial y urbano establecidos en la ETCV, hacen necesario el desarrollo de estudios de demanda de suelo comercial ligados a cada Plan General Estructural así como a cada Plan Parcial o de Reforma Interior en los que se contemplen usos comerciales, ya sean dotaciones básicas ligadas a desarrollos residenciales, para garantizar una dotación mínima de comercio de proximidad, o bien en desarrollo de sectores terciarios y comerciales de mayor impacto y repercusión territorial.

Estos estudios servirán para dimensionar con suficiencia las necesidades de suelo comercial en sus distintas tipologías, en función de la población residente presente y prevista, el peso de cada municipio dentro del Sistema Nodal de Referencia y del resto de indicaciones del Plan.

5.4.6. Clasificación de los establecimientos comerciales en base a su Impacto Territorial.

La capacidad de acogida del territorio, tanto de este tipo de establecimientos como de otros que pueden generar un impacto medioambiental o territorial, debe establecerse en función de la conservación de los valores ambientales, paisajísticos, económicos y culturales de la Infraestructura Verde y de la integridad de sus procesos, como primer condicionante de los nuevos desarrollos en el territorio (Directriz 93.1 ETCV).

Más allá de los criterios dimensionales, que son los que actualmente determinan la consideración o no de generación de impactos territoriales por parte de un equipamiento comercial, debe establecerse una serie de criterios en base a los cuales poder evaluar la posible incidencia territorial de una nueva dotación comercial.

El hecho de que se emplacen en tramas urbanas consolidadas, en ciudades pertenecientes al Sistema Nodal de Referencia Comercial, en áreas estratégicas comerciales o vinculadas a infraestructuras de transporte de altas prestaciones, o que lo hagan en áreas no integradas territorialmente, implica unos impactos muy distintos sobre el medioambiente y el territorio, siendo la variable dimensional algo secundario en este caso.

En consecuencia, deben ampliarse los supuestos en los que previamente a la concesión de las licencias municipales correspondientes deba tramitarse una autorización comercial autonómica. Se consideran emplazamientos con alto riesgo de generación de impactos, los siguientes:

- ▶ Los situados en las proximidades de entornos pertenecientes a la Infraestructura Verde de la Comunitat Valenciana (artículo 5 de la LOTUP), en una franja inferior a 1.000 metros de su perímetro, en tanto que son susceptibles de sufrir los impactos visuales de la implantación comercial, así como los derivados de la movilidad generada, contaminación lumínica, acústica, etc.
- ▶ Los situados en lugares próximos a zonas de afección por riesgos naturales tales como la inundación, el corrimiento de tierras, el sismo, etc.
- ▶ Los situados a menos de 1.000 metros de distancia del límite del Dominio Público Marítimo Terrestre fuera de tramas urbanas consolidadas o sus zonas limítrofes de ampliación.
- ▶ Los situados en entornos históricos protegidos en los que los usos comerciales estén permitidos, prestando especial atención a su integración formal y a los impactos generados.
- ▶ Los situados en el entorno de protección de un Bien integrante del Inventario General del Patrimonio Cultural Valenciano, que incluye los Bienes de Interés Cultural y los Bienes de Relevancia Local de Interés Cultural, debiendo coordinar su tramitación con la preceptiva por parte de los órganos autonómicos competentes en materia de protección del patrimonio.
- ▶ Los situados en ubicaciones limítrofes a polígonos industriales, áreas empresariales o parques comerciales ya existentes, ante el riesgo de saturación y desequilibrio de dichas zonas.
- ▶ Los situados en municipios que no formen parte del Sistema Nodal de Referencia de Ciudades Medias, en tanto que pueden generar conflictos por alterar la planificación estratégica establecida.
- ▶ Los situados en alguna de las áreas de mayor exposición visual, en cuencas visuales desde los núcleos urbanos o en las zonas de afecciones visuales desde las infraestructuras del transporte, según la cartografía de preferencia visual incluida en el Plan de Acción territorial de Infraestructura Verde y Paisaje de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Los situados en zonas en las que se prevea que pueden generar reiteradamente más de 1.500 desplazamientos diarios en vehículo motorizado por parte de sus clientes, tomando como referencia la media anual de los días habilitados comercialmente.

Por lo tanto, la escala de la intervención debe ser sólo una dentro de un conjunto de variables en base a las cuales clasificar los establecimientos. Esta clasificación servirá para establecer los requisitos y criterios para la obtención de su respectiva Autorización Comercial Autonómica que, claramente, deben ser más exigentes y restrictivos cuanto mayor sea el impacto territorial previsto estimado.

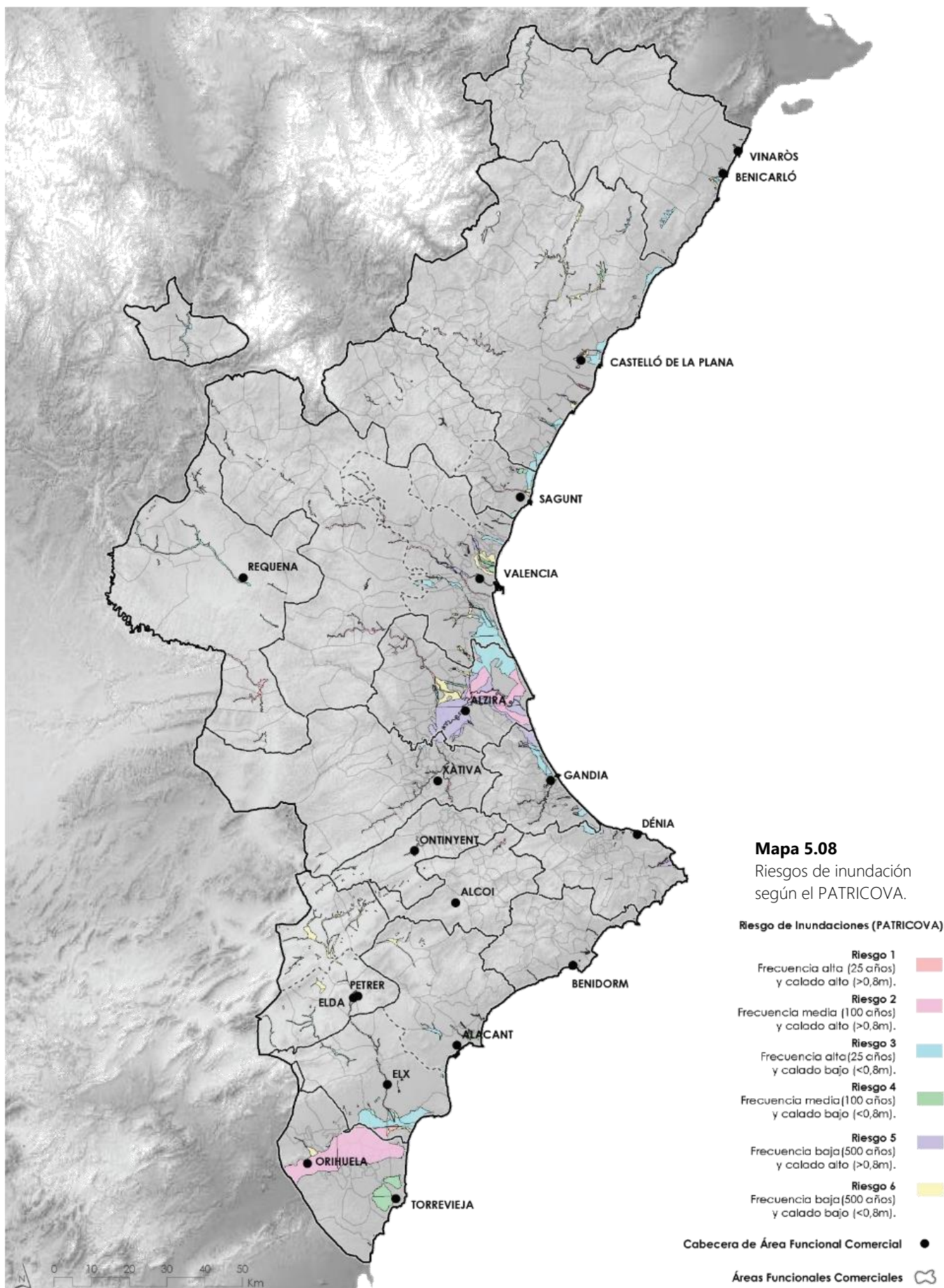
5.4.7. Localizaciones selectivas de Equipamientos Comerciales con Impacto territorial.

El comercio tiene la consideración de equipamiento estratégico especialmente cuando su implantación tiene carácter supramunicipal, como vertebrador territorial y componente para el refuerzo de la cohesión social. El comercio es una actividad que genera “centralidad” y hace atractiva una localización. Además, es un factor fundamental en la creación de espacios urbanos convivenciales, que aseguran la calidad de vida de los ciudadanos.

El comercio impacta e influye más allá de su estricta localización y esa influencia hay que tratar de maximizarla cuando sea positiva o minimizarla cuando rompa los equilibrios urbanos o territoriales. A través del Plan se deberán potenciar las localizaciones y desarrollos de suelo comercial en determinados centros o subcentros comarcales, polaridades o concentraciones comerciales, así como corregir desequilibrios territoriales y reubicar los tejidos comerciales obsoletos o de localización inadecuada.

Dado que en el territorio convergen múltiples intereses que afectan a diferentes órganos de las Administraciones Públicas y que existen muy diversos elementos cuya legislación sectorial genera afecciones territoriales, la localización de cualquier asentamiento, con carácter general, y los establecimientos comerciales con impacto territorial particularmente, deben atender a todas estas circunstancias al establecer su localización.

-  **5.08** Las diferentes clases de afecciones territoriales analizadas se derivan de las infraestructuras territoriales, tales como carreteras, ferrocarriles, aeropuertos y de transporte de energía eléctrica por un lado, y por otro, se encuentran las generadas por elementos naturales como las costas, cauces, vías pecuarias y espacios naturales protegidos o las inducidas por distintos tipos de riesgos naturales, como la inundación, el sismo, etc. Todas ellas se recogen a continuación, haciendo mención a la normativa que las regula.



Fuente: Sistema de Información Territorial. Conselleria de Vivienda, Obras Públicas y Vertebración del Territorio, 2014

Tabla 5.03. Posibles condiciones y afecciones a considerar en el desarrollo de nuevos suelos comerciales y para la implantación de establecimientos comerciales.

Condicionante o afección a considerar	Descripción	Normativa
Riesgo de inundación	En el territorio de la Comunitat existen una serie de zonas afectadas por peligrosidad de inundación en las que está prohibido realizar cualquier tipo de edificación, salvo las ya existentes, que deben adecuarse a las condiciones establecidas por el PATRICOVA para las edificaciones con riesgo de inundación, que son: a) En aquellas zonas donde el calado de inundación supere 0,8 m debe disponerse un acceso a la cubierta o azotea a través de escalera desde el interior del inmueble. b) La disposición de las nuevas edificaciones debe realizarse de forma que se orienten en el sentido del flujo desbordado. Se debe evitar su disposición transversal para no causar efectos barrera que produzcan sobre elevación del calado alcanzado por las aguas en el entorno. c) El forjado correspondiente a la planta baja debe situarse por encima de la rasante de la calle circundante. d) Se prohíben las actividades comerciales, salvo la parte destinada a almacenaje, a cota inferior a la rasante del terreno o de la calle. Adicionalmente, en las zonas de riesgo 3, 4 y 6 indicadas en el Plan: a) No se permiten las plantas de sótano o semisótano, salvo en uso residencial intensivo, y cumpliendo una serie de condiciones adicionales. b) Las acometidas a la red de alcantarillado no permitirán el flujo del agua en sentido contrario, mediante válvula automática o manual o cualquier otro mecanismo que lo impida. c) En edificaciones de uso comercial se realizarán las siguientes adecuaciones: ▶ La cota del forjado de planta baja del local se situará a ochenta centímetros (80 cm) por encima de la rasante de la calle, salvo en suelo urbano consolidado por la edificación que cuente con frentes de fachada uniformes en altura de cornisa, que podrán ser eximidos por el Ayuntamiento. ▶ Puertas, ventanas y cerramientos de fachada serán estancos hasta una altura de un metro y medio (1,5 m) por encima de la rasante de la calle. ▶ Los elementos más sensibles del local, tales como la caja general de protección, se situarán a setenta centímetros (70 cm) por encima de la cota del forjado de planta baja. d) En las edificaciones aisladas en parcela, con el fin de evitar el efecto de embalse y el consiguiente peligro de rotura brusca, las vallas y muros de cerramiento de las parcelas serán permeables al flujo del agua a partir de treinta centímetros (30 cm) de altura y en todo su perímetro. e) Las cimentaciones, estructuras y cerramientos de edificios deben calcularse para soportar la presión y/o subpresión producida por una altura de agua de un metro y medio (1,5 m). Los depósitos y elementos similares se diseñarán y anclarán al terreno de forma que se evite la posibilidad de flotación.	Plan de Acción Territorial sobre Prevención del Riesgo de Inundación en la Comunitat Valenciana (PATRICOVA).

Condicionante o afección a considerar	Descripción	Normativa
Riesgo sísmico	- La Norma define un mapa nacional de peligrosidad sísmica, en función de la aceleración sísmica básica y del coeficiente de contribución en función del tipo de terremoto esperado en cada zona del territorio nacional. - En el ámbito de la Comunitat, destacan por su aceleración sísmica, los municipios del sur de la provincia de Alicante, en la Vega Baja: Almoradí, Albatera, Algorfa, Benejúzar, Bigastro, Callosa de Segura, Rojales, San Fulgencio, Santa Pola, Redován o Torrevieja, entre otros. - La Norma no impide la construcción, pero sí establece una serie de condicionantes técnicos, formales y de diseño con el fin de evitar la pérdida de vidas humanas y minimizar los daños en caso de sismo, sobre todo en las zonas de mayor riesgo.	Regulado por el Real Decreto 997/2002, de 27 de septiembre, por el que se aprueba la norma de construcción sismorresistente: parte general y edificación (NCSR-02). Decreto 44/2011, del Consell, por el que aprueba el Plan Especial frente al Riesgo Sísmico en la Comunitat Valenciana. Frente al riesgo de deslizamiento, consultar el "Mapa de Riesgo por Deslizamiento" de la Serie Cartográfica Temática de Generalitat Valenciana.
Protección del litoral	Está prohibida la ejecución de nuevas edificaciones y construcciones en la costa, así como de las obras que supongan cualquier aumento de volumen, altura o superficie de las edificaciones existentes. Existe una servidumbre de protección del litoral en una zona de 100 metros medida tierra adentro desde el límite interior de la ribera del mar, en la que se prohíbe expresamente la construcción de edificaciones destinadas a residencia o habitación, incluyendo las hoteleras. Con carácter ordinario, <u>sólo permite las obras, instalaciones y actividades que, por su naturaleza, no puedan tener otra ubicación</u>, tales como establecimientos de cultivo marino o las salinas marítimas, o instalaciones deportivas descubiertas. Además, en toda construcción realizada en la franja de 1.000 metros desde el límite interior de la ribera del mar, se deben seguir una serie de condiciones de diseño e implantación, tales como: - Evitar la consolidación de nuevos continuos edificados. - Dar prioridad a las extensiones contiguas a los núcleos existentes disponiendo los bloques edificados de forma perpendicular al deslinde de la ribera del mar. - Evitar las pantallas arquitectónicas en el litoral facilitando la permeabilidad de la edificación frente a las brisas marinas. - Reducir la volumetría y el número de plantas de forma escalonada hacia el mar. - Tratar adecuadamente las fachadas de todas las medianeras que quedan por encima de otras edificaciones o lindan con espacios libres o suelo no urbanizable. - Optar en la ordenación de zonas de aparcamiento por soluciones que fomenten la reducción de los niveles de percepción de los vehículos en el litoral. El PATIVEL fija un ámbito estricto en suelos litorales considerando la franja de 500 metros de anchura medidos en proyección horizontal tierra adentro desde el límite interior de la ribera del mar, donde establece categorías de protección y régimen de usos, define actuaciones en áreas prioritarias del litoral y establece el Catálogo de playas de la Comunitat Valenciana.	Regulado por el Reglamento General de la Ley de Costas, que desarrolla y aplica la reforma de la Ley de Costas de 2013 (Ley 2/2013 de Protección y uso sostenible del litoral y de modificación de la Ley 22/1988). Bajo influencia del Plan de Acción Territorial de la Infraestructura Verde del Litoral de la Comunitat Valenciana (PATIVEL).

Condicionante o afección a considerar	Descripción	Normativa
Vías pecuarias	Las vías pecuarias constituyen el conjunto de rutas o itinerarios por donde ha venido discurriendo tradicionalmente el tránsito ganadero. Las distintas vías se clasifican en cañadas, cordeles, veredas o azagadores y coladas, en función de su anchura: ▶ cañadas son las vías pecuarias con una anchura no superior a 75 metros, ▶ cordeles las de anchura no superior a 37,5 metros, ▶ veredas o azagadores las de anchura no superior a 20 metros y ▶ coladas, cuya anchura será determinada en cada caso. En suelo urbano y urbanizable, el trazado de las vías pecuarias se integra como paseo o alameda, correspondiendo su adecuación, conservación y mantenimiento a cada ayuntamiento. En suelo no urbanizable, las vías pecuarias tienen la condición de suelo no urbanizable protegido, con la anchura legal que figure en la clasificación. Por lo tanto, debe respetarse su trazado y anchura y <u>no pueden ser invadidas por la edificación</u>. Los trazados pueden ser modificados por razones de interés público y, excepcionalmente, y de forma motivada por interés particular previa desafección.	Reguladas por la Ley 3/2014, de 11 de julio, de la Generalitat, de Vías Pecuarias de la Comunitat Valenciana.
Infraestructuras hídricas	Los terrenos que lindan con los cauces de corrientes naturales de aguas continentales, superficiales y subterráneas, lechos de lagos, lagunas o embalses, están sujetos en toda su extensión longitudinal a una zona de servidumbre de 5 metros de anchura en la que <u>no se puede edificar</u>. Dentro de una zona de policía de 100 m. de anchura el uso del suelo y las actividades que se desarrollen requiere de autorización administrativa previa del Organismo de Cuenca, independiente de cualquier otra que haya de ser otorgada por los distintos órganos de las administraciones públicas.	Regulado por Real Decreto Legislativo 1/2001, de 20 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Aguas.
Infraestructuras viarias	La seguridad y mantenimiento de las infraestructuras viarias requiere de la existencia de unas zonas libres de obstáculos, edificaciones y cualquier otro elemento alrededor suyo, con requisitos diferentes en función de la titularidad de la vía. Su competencia es compartida por el Estado y las Comunidades Autónomas: si el trazado de la vía afecta a más de una Comunidad Autónoma, su competencia es estatal, mientras que si afecta sólo a una Autonomía, la competencia puede ser asumida íntegramente por ésta. En la Red Estatal se establecen las siguientes zonas: de dominio público, de servidumbre y de afección. ▶ Son de Dominio Público los terrenos ocupados por las carreteras y sus elementos funcionales y una franja de terreno de 8 metros de anchura en autopistas, autovías y vías rápidas, y de 3 metros en el resto de las carreteras, medidas perpendicularmente al eje desde la arista exterior de la explanación, en las que sólo podrán realizarse obras e instalaciones previa autorización del Ministerio competente cuando la prestación de un servicio público de interés general así lo exija. ▶ La Zona de Servidumbre está compuesta por dos franjas de terreno a cada lado de las vías, delimitadas interiormente por la zona de dominio público y exteriormente por dos líneas paralelas a las aristas exteriores de la explanación: a una distancia de 25 metros en autopistas, autovías y vías rápidas, y de 8 metros en el resto de las carreteras. En esta zona no podrá realizarse obras ni se permitirán más usos que aquellos que sean compatibles con la seguridad vial.	Regulado por Ley 25/1988, de 29 de Julio, de Carreteras, y Ley 6/1991, de 27 de Marzo, de la Generalitat Valenciana, de Carreteras de la Comunitat Valenciana, parcialmente modificada por la Ley 14/2005, de la Generalitat, de Medidas Fiscales, de Gestión Financiera y Administrativa, y de Organización de la Generalitat.

Condicionante o afección a considerar	Descripción	Normativa
Infraestructuras viarias	- La Zona de afección de una carretera consiste en dos franjas de terreno a ambos lados de la misma, delimitadas interiormente por la zona de servidumbre y exteriormente por dos líneas paralelas a las aristas de la explanación a una distancia de 100 metros en autopistas, autovías y vías rápidas y de 50 metros en el resto de las carreteras. Para ejecutar cualquier tipo de obras de instalaciones fijas o provisionales en esta zona se requiere previa autorización del Ministerio competente. - Además de lo anterior, a ambos lados de las carreteras estatales se establece la línea de edificación, desde la cual hasta las carreteras queda prohibida cualquier tipo de obras de construcción, a excepción de las imprescindibles para la conservación y mantenimiento de las construcciones existentes. Se sitúa a 50 metros en autopistas, autovías y vías rápidas y a 25 metros en el resto de carreteras, desde la arista exterior de la calzada más próxima. En la Red Autonómica se establecen las siguientes zonas: de dominio público y de protección. - La Zona de Dominio Público está destinada a la construcción, utilización y mantenimiento de las vías. Su anchura vendrá delimitada por sendas líneas situadas a las siguientes distancias, medidas desde la arista exterior de la explanación: 8 metros en autopistas, 5 en autovías y vías rápidas, y tres en las restantes carreteras. En esta zona no se permite la realización de otras actividades que las directamente relacionadas con la construcción, conservación o explotación de la vía, o las obras necesarias para prestar un servicio de interés general. La zona de protección viene delimitada por dos líneas situadas a las siguientes distancias medidas desde la arista exterior de la calzada: 50 metros en autopistas y autovías, 25 metros en vías rápidas y en las demás vías de la Red Básica, y 18 metros en las restantes carreteras. En los terrenos clasificados como urbanos, las zonas de protección podrán venir determinadas en el planeamiento urbanístico. No se admite en esta zona la nueva construcción de edificación alguna, y en las construcciones e instalaciones ya existentes podrá realizarse obras de reparación y mejora.	Regulado por Ley 25/1988, de 29 de Julio, de Carreteras, y Ley 6/1991, de 27 de Marzo, de la Generalitat Valenciana, de Carreteras de la Comunitat Valenciana, parcialmente modificada por la Ley 14/2005, de la Generalitat, de Medidas Fiscales, de Gestión Financiera y Administrativa, y de Organización de la Generalitat.
Infraestructuras ferroviarias	Existen una serie de limitaciones en los terrenos limítrofes a las redes de ferrocarril, diferenciando: zonas de dominio público, de servidumbre o de afección. - Las Zonas de Dominio Público son los terrenos ocupados por la explanación de la línea férrea y sus elementos funcionales y una franja de 8 metros de anchura a cada lado de la misma (5 m en suelos urbanos). En esta zona sólo podrán realizarse obras e instalaciones necesarias para la prestación del servicio ferroviario, o bien cuando la prestación de un servicio público de interés general así lo exija, previa autorización del órgano administrativo competente sobre el ferrocarril. - La Zona de Servidumbre consiste en sendas franjas de terreno a ambos lados de la línea férrea, delimitadas interiormente por las zonas de dominio público y exteriormente por dos líneas paralelas a las aristas exteriores de la explanación, a una distancia de 20 metros (8 metros suelo urbano). En esta zona no podrán realizarse nuevas edificaciones ni reedificaciones. - La Zona de Afección de la línea férrea consiste en sendas franjas de terreno a ambos lados de la misma delimitada interiormente por los límites externos de las zonas de servidumbre, y exteriormente por dos líneas paralelas a las aristas exterior de la explanación, a una distancia de 50 metros (25m para suelo urbano). <u>Para construir y reedificar en esta zona se requiere la autorización de la empresa titular de la línea.</u>	Regulado por Real Decreto 1211/1990, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley de Ordenación del Transporte.

Condicionante o afección a considerar	Descripción	Normativa
Infraestructuras lineales	- La existencia de líneas eléctricas aéreas supone la exigencia de establecer una servidumbre de paso aéreo, de tal forma que está prohibida <u>la construcción de edificios</u> en la franja definida por la proyección sobre el terreno de los conductores extremos incrementada con las distancias reglamentarias a ambos lados de dicha proyección. - En el caso del trazado de líneas eléctricas subterráneas, se establece igualmente una servidumbre de paso que <u>impide la existencia de construcciones</u> en la franja definida por la zanja donde van alojados los conductores incrementada en las distancias mínimas de seguridad reglamentarias. - La servidumbre de paso de canalizaciones de gas comprende la ocupación del subsuelo por la canalización y abarca la franja definida por la zanja donde van alojadas las canalizaciones de gas, incrementada en las distancias mínimas de seguridad reglamentarias, a ambos lados de la misma, quedando limitada la plantación de árboles y <u>prohibida la construcción de edificios</u>.	Regulado por la Ley 24/2013 del Sector Eléctrico y por el Real Decreto 1434/2002 por el que se regulan las actividades de transporte, distribución, comercialización, suministro y procedimientos de autorización de instalaciones de gas natural.
Suelo forestal	La zona de discontinuidad entre los terrenos urbanos y las formaciones forestales ha de tener la anchura de cortafuegos normalizada, de 25 metros de anchura mínima, más un vial de 5 metros de anchura, pudiendo llegar a los 50 metros cuando la pendiente sea elevada. Cuando la distancia del suelo urbano al terreno forestal es inferior a cien metros deben realizarse las siguientes actuaciones en las construcciones que constituyen el borde urbano: - En la vegetación interior de las parcelas y jardines debe reducirse el estrato arbóreo a una fracción de cabida cubierta por debajo del cuarenta por ciento y el arbustivo por debajo del diez por ciento. - Debe podarse el arbolado hasta dos tercios de su altura y un máximo de tres metros. - Debe evitarse el contacto de la vegetación con las edificaciones, separando las ramas de cualquier tipo de construcción, ya sea auxiliar o principal, una distancia mínima de tres metros. - No debe acumularse residuos o material combustible, o hacerlo en zonas protegidas de un eventual incendio. - Deben evitarse los setos vivos como elementos de cierre de parcelas.	Regulado por el Plan de Acción Territorial Forestal de la Comunitat Valenciana. Sección S15 del Código Técnico de Edificación (Suplemento del BOE nº 74 del 28 de marzo de 2006) Decreto 7/2004 de 23 de enero, del Consell, por el que se aprueba el pliego general de normas de seguridad en prevención de incendios forestales que se han de observar en la ejecución de obras y trabajos que se realicen en terreno forestal o en sus inmediaciones.
Cultura	Con el objetivo de salvaguardar la integridad de los Monumentos, Jardines Históricos y Espacios Etnológicos, se debe establecer un entorno de protección dentro del cual las intervenciones que se realicen deben garantizar la no alteración del carácter arquitectónico y paisajístico ni suponer una perturbación a la contemplación del bien. La delimitación del entorno de protección debe establecerse según los siguientes criterios: En los que se encuentren en ámbitos urbanos: - Parcelas que limitan directamente con la que ocupa el bien, y en las que cualquier intervención que se realice pueda afectarlo visual o físicamente. - Parcelas recayentes al mismo espacio público que el bien y que constituyen el entorno visual y ambiental inmediato y en el que cualquier intervención que se realice pueda suponer una alteración de las condiciones de percepción del bien o del carácter patrimonial del ámbito urbano en que se ubica. - Espacios públicos en contacto directo con el bien y las parcelas enumeradas anteriormente y que constituyen parte de su ambiente inmediato, acceso y centro del disfrute exterior del mismo.	Regulado por la Ley 5/2007, de la Generalitat, de modificación de la Ley 4/1998, de 11 de junio, del Patrimonio Cultural Valenciano.

Condicionante o afección a considerar	Descripción	Normativa
Cultura	▶ Espacios, edificaciones o cualquier elemento del paisaje urbano que, aun no teniendo una situación de inmediatez con el bien, afecten de forma fundamental a la percepción del mismo o constituyan puntos clave de visualización exterior o de su disfrute paisajístico. ▶ Perímetros de presunción arqueológica, susceptibles de hallazgos relacionados con el bien de interés cultural o con la contextualización histórica de su relación territorial. En los que se encuentren en ámbitos no urbanos o periurbanos: ▶ En su relación urbana atenderán los mismos criterios expresados anteriormente. En su restante relación territorial, además de los perímetros de presunción arqueológica antes citados, incluirán los ámbitos colindantes, deslindados según referentes geográficos, topográficos, etnológicos y paisajísticos, cuyas componentes naturales y rurales conformen su paisaje consustancial, así como los caminos más próximos desde donde es posible su contemplación. En ámbitos rurales, el tratamiento de la geomorfología y orografía del terreno debe resultar acorde con la contextualización histórico-paisajística del bien, prohibiendo cualquier movimiento de tierras que pueda afectar a la caracterización propia del lugar.	Regulado por la Ley 5/2007, de la Generalitat, de modificación de la Ley 4/1998, de 11 de junio, del Patrimonio Cultural Valenciano.
Suelo no urbanizable	En suelo no urbanizable las edificaciones deben ser aisladas y adecuadas al uso, explotación y aprovechamiento al que se vinculen, armonizando con el ambiente rural y su entorno natural. No pueden edificarse con una altura superior a dos plantas, ajustándose además a la normativa que regula la prevención del riesgo de incendios forestales y deben disponer de adecuados sistemas de depuración de los vertidos y residuos que generan. Los usos permitidos y la superficie máxima de las construcciones en función de su uso están sujetos a regulación normativa.	Regulado por la Ley 5/2014 de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje de la Comunitat Valenciana.
Suficiencia recursos hídricos	En aquellas implantaciones comerciales de grandes dimensiones, que lleven aparejadas el desarrollo de un sector carente de ordenación pormenorizada, como parte de la tramitación previa a su aprobación debe consultarse a la Administración hidráulica sobre la existencia de recursos hídricos suficientes para satisfacer las nuevas demandas y sobre la protección del dominio público hidráulico. Son las Confederaciones Hidrográficas las encargadas de emitir el informe que se pronunciará expresamente sobre la existencia o inexistencia de recursos suficientes y sobre su disponibilidad para satisfacer las demandas derivadas del desarrollo del Plan o programa en que se halle incluido el proyecto de implantación comercial en cuestión, con carácter vinculante.	Regulado por la Ley 2/2008 estatal, del suelo y por la Ley 11/2005, por la que se modifica la Ley 10/2001, del Plan Hidrológico Nacional.

Condicionante o afección a considerar	Descripción	Normativa
Zonas naturales protegidas	La red de espacios naturales está constituida por 20 Parques Naturales, un Paraje Natural, 58 Parajes Naturales Municipales, 4 Reservas Naturales, un Monumento Natural, 8 Paisajes Protegidos, 48 Zonas Húmedas, 134 Cuevas, 133 Cavidades Subterráneas Catalogadas, 94 Lugares de Interés Comunitario (LIC), 43 Zonas de Especial Protección para las Aves (ZEPAS), 1 Zona de Especial Protección para el Mediterráneo, 6 zonas RAMSAR y una Reserva Marina. Se da la particularidad en el territorio valenciano que las áreas urbanas se encuentran muy próximas a todos estos espacios naturales protegidos. De hecho, un 80% de la población reside a menos de 10 kilómetros de un espacio natural protegido de elevado valor. Entre el tejido urbano y los parajes naturales protegidos se extiende una franja territorial intermedia en la que es preciso compatibilizar las funciones ecológicas, con ciertos usos económicos tradicionales y permitir la creación de corredores verdes que permitan la conexión entre las distintas zonas protegidas formando una red mallada en el territorio de conexión biológica y territorial. La preservación de los espacios naturales y la generación de esta red de unión han de ser determinantes en la implantación de equipamientos comerciales con impacto territorial, ya que su presencia puede desequilibrar el sistema formado por el patrimonio ambiental.	Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana.
Paisaje	Los nuevos desarrollos comerciales con impacto territorial deben incorporarse criterios y objetivos de calidad e integración paisajística, procurando su integración en la trama urbana preexistente, manteniendo los hitos y escenas urbanas más características, y velando por la calidad de los nuevos bordes urbanos, y procurando la transición entre el paisaje de la ciudad y de su entorno. En los trámites para la implantación de los denominados "Equipamientos Comerciales con Impacto Territorial" o cualquier otra actividad comercial en entornos urbanos o naturales catalogados, protegidos, pertenecientes a cascos históricos, a áreas de protección de Bienes de Interés Cultural o, con carácter general, paisajísticamente más vulnerables, se exigirá la realización de un Estudio de Integración Paisajística. El estudio de integración paisajística deberá desarrollar y justificar los siguientes aspectos básicos: ▶ La descripción y definición de la actuación, incluyendo documentación gráfica tanto del proyecto como de su ubicación, sus instalaciones y su afección sobre las infraestructuras. ▶ Se justificará la elección de la solución propuesta de forma comparada con el resto de las alternativas consideradas en fase de proyecto, haciendo hincapié a su incidencia sobre el paisaje. ▶ Se desarrollará una caracterización del paisaje del ámbito de estudio, atendiendo a la posible caracterización ya recogida en Estudios de Paisaje realizados en ese ámbito, pudiendo extrapolar información relativa a visibilidad y fragilidad del paisaje. ▶ En esta misma línea, se tendrán en consideración las normas, directrices o criterios que le sean de aplicación y emanen de otros planes, estudios o proyectos. ▶ Se valorará la integración paisajística y visual de la actuación y sus efectos en el paisaje, mediante el análisis de la capacidad o fragilidad del paisaje para acomodarse a los cambios producidos por la actuación. ▶ Se establecerán las oportunas medidas de integración paisajística para minimizar los impactos paisajísticos y visuales identificados, describiendo cada una de ellas, su implementación, los plazos estimados y su valoración económica.	Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana y Ley 5/2014 de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje de la Comunitat Valenciana.

Condicionante o afección a considerar	Descripción	Normativa
Paisaje	En los Programas y Planes que desarrollen los ayuntamientos, mancomunidades, etc. para la reactivación económica del comercio local de proximidad, planes de acción comercial, o cualquier otra iniciativa municipal integrada o que suponga la planificación de posteriores intervenciones específicas sobre el espacio urbano comercial, se exigirá la realización de un Programa de Paisaje. La Comunitat Valenciana tiene un total de cuarenta Paisajes de Relevancia Regional que vienen recogidos en la ETCV. Deben tenerse en cuenta, pudiendo considerar para ello la delimitación, caracterización y objetivos de calidad paisajística definidos en el PAT de Infraestructura Verde y Paisaje.	Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana y Ley 5/2014 de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje de la Comunitat Valenciana.
Depuración y saneamiento	En aquellas implantaciones comerciales de grandes dimensiones, que lleven aparejadas el desarrollo de un sector carente de ordenación pormenorizada, que pueda constituir una aglomeración urbana, es decir, que constituya un foco de generación de aguas residuales importante, debe garantizarse su recogida y conducción a una instalación de tratamiento o a un punto de vertido final en las condiciones que establece la normativa para el tratamiento de las aguas residuales urbanas. La autorización de los vertidos producidos a los colectores municipales (denominados vertidos indirectos) es competencia de los Ayuntamientos. Por el contrario, los vertidos producidos a los ríos, lagos y embalses (vertidos directos) o a las aguas subterráneas, son competencia de las Confederaciones Hidrográficas.	Directiva 91/271/CEE. Esta directiva se transpone a nuestro ordenamiento mediante el Real Decreto-Ley 11/1995, por el que se establecen las normas aplicables al tratamiento de las aguas residuales urbanas.
Accesibilidad	A fin de hacer efectiva la igualdad de oportunidades y la no discriminación de las personas que presentan una discapacidad y con la voluntad de lograr un uso normalizado del entorno construido y de los espacios urbanos, se debe garantizar a los locales comerciales. - Edificios o zonas destinados a hipermercados, mercados municipales, establecimientos comerciales con superficie mayor de 500 m²: - Debe garantizarse un nivel adaptado en: accesos de uso público, itinerarios de uso público, servicios higiénicos, vestuarios, plazas de aparcamiento, elementos de atención al público y equipamiento y señalización. - Debe garantizarse un nivel practicable en: áreas de preparación de alimentos y en zonas de uso restringido. - Edificios o zonas destinados a establecimientos comerciales con superficie mayor de 200 m²: - Debe garantizarse un nivel adaptado en: accesos de uso público, itinerarios de uso público, servicios higiénicos, plazas de aparcamiento y equipamiento y señalización. - Debe garantizarse un nivel practicable en: otros accesos, vestuarios y en zonas de uso restringido. - Edificios o zonas destinados a establecimientos comerciales de superficie menor de 200 m²: - Debe garantizarse un nivel practicable en: accesos de uso público, itinerarios de uso público, servicios higiénicos, vestuarios y zonas de uso restringido. Las distintas normativas entienden que un espacio, instalación, edificación o servicio se considera adaptado si se ajusta a los requisitos funcionales y dimensionales que garantizan su utilización autónoma y cómoda por las personas con discapacidad. Mientras que cuando por sus características, aun sin ajustarse a todos los requisitos que lo hacen adaptado, permite su utilización autónoma por personas con discapacidad entiende que su nivel es practicable.	Decreto 39/2004, de 5 de marzo, del Consell de la Generalitat, por el que se desarrolla la Ley 1/1998, de 5 de mayo, de la Generalitat, en materia de accesibilidad en la edificación de pública concurrencia y en el medio urbano.

Condicionante o afección a considerar	Descripción	Normativa
Movilidad	Los planes de ordenación e instrumentos de planificación de competencia municipal, deben diseñar itinerarios que permitan la realización de trayectos peatonales para conformar una red que recorra la ciudad y conecte los centros y zonas comerciales y de ocio. Los centros comerciales y de ocio, generadores de demandas importantes de movilidad, deben adoptar las medidas necesarias para impulsar el uso de la bicicleta, tanto mediante el desarrollo de accesos y estacionamientos adecuados, como mediante las acciones internas formativas y difusoras que resulten convenientes. Deben contar con un Plan de Movilidad las nuevas implantaciones comerciales o de ocio que de forma unitaria o conjunta superen los 10.000 metros cuadrados. La implantación de un nuevo equipamiento comercial con impacto territorial debe garantizar la existencia de un servicio de transporte público que garantice que existan paradas a menos de 500 metros del acceso principal que conecten con los núcleos de población más próximos siempre que el equipamiento comercial aglutine más de 500 puestos de trabajo o que genere más de 5.000 viajes al día. Con carácter general, el modelo de implantaciones comerciales de proximidad, urbano, lleva aparejado un modelo de movilidad sostenible, en tanto que su integración en la trama urbana y su cercanía permiten los desplazamientos a pie, en bicicleta o en transporte público colectivo tanto a sus trabajadores como a los clientes.	Regulado por la Ley 6/2011 de Movilidad de la Comunitat Valenciana y la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana.
Aparcamiento	Las nuevas implantaciones comerciales deben prever una reserva suficiente de plazas de aparcamiento públicas. Debe reservarse una plaza por cada 100 metros cuadrados, o fracción, pudiendo estar localizadas en parcelas privadas siempre que las plazas de aparcamiento sean de uso público, es decir, que sean aparcamientos accesibles para cualquier usuario y durante, al menos, el horario de funcionamiento comercial, sea o no gratuito su uso. En los desarrollos urbanísticos que contemplen usos comerciales, la reserva mínima de plazas de aparcamiento en parcela privada debe ser de una plaza por cada 25 metros cuadrados construidos.	Regulado por la Ley 5/2014 de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje de la Comunitat Valenciana.
Calidad de la Edificación y eficiencia energética	Cualquier actividad comercial de nueva implantación ha de cumplir la normativa técnica de aplicación en materia de edificación, el cumplimiento del cual tiene una gran incidencia sobre el diseño arquitectónico, la concepción espacial y la funcionalidad final del conjunto proyectado. La normativa impone condicionantes formales e infraestructurales para garantizar la seguridad en caso de incendio, las condiciones de utilización y accesibilidad y frente al ahorro de energía, además de garantizar la estabilidad y seguridad y salubridad de los usuarios. La normativa destaca la necesidad de generación eléctrica fotovoltaica en los hipermercados y centros comerciales de superficie construida superior a 5.000 m² por medio de una instalación de paneles fotovoltaicos alojados en las cubiertas de los mismos.	Código Técnico de la Edificación.

Condicionante o afección a considerar	Descripción	Normativa
Transporte de mercancías peligrosas	Dentro del territorio de la Comunitat, existen determinadas áreas especialmente expuestas frente a los riesgos derivados del transporte de mercancías peligrosas. Se considera que el riesgo es alto en las zonas frecuentadas por el público situadas a menos de 500 metros de las vías por las que pueden transitar dichas mercancías, que son: - Carreteras: A23, A3, A31, A35, A38, A7, A70, A77, A77a, A78, AP7, CS22, CV10, CV30, CV32, CV33, CV35, CV36, CV40, CV50, CV500, CV60, CV80, N220, N225, N330, N332, N340, V11, V21, V23, V30 y V31. - Ferrocarril: (La Encina - Valencia, Valencia - Tarragona y Alicante - Murcia). Parece razonable evitar la implantación de actividades comerciales, sobre todo grandes equipamientos, en estas zonas de riesgo.	Decreto 49/2011, del Consell, por el que se aprueba el Plan Especial ante el Riesgo de Accidentes en el Transporte de Mercancías Peligrosas por Carretera y Ferrocarril.
Suelo productivo agrícola	Las áreas agrícolas con elevada capacidad agrológica forman parte de la Infraestructura Verde, de tal forma que los distintos planes urbanísticos y territoriales deben asegurar el mantenimiento y la funcionalidad de dichos espacios productivos que constituyen un activo territorial estratégico para la Comunitat. Por lo tanto, se cuidará especialmente la implantación de nuevos equipamientos comerciales con impacto territorial localizados en zonas limítrofes o próximas a estos tejidos agrícolas, salvaguardando sus valores. En el ámbito rural, dichas zonas productivas tienen la consideración de suelo rural de protección especial, por lo que los usos, obras, instalaciones y actividades que se implanten en estos suelos deberán ser compatibles con el mantenimiento, conservación, mejora, aprovechamiento y puesta en valor de los recursos protegidos, prohibiendo el desarrollo de nuevas construcciones cuando así proceda, con el objetivo de limitar los riesgos.	Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana y Ley 5/2014 de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje de la Comunitat Valenciana.
Tráfico aéreo e instalaciones radioeléctricas aeronáuticas	El espacio sometido a servidumbres aeronáuticas está delimitado por las áreas y superficies de subida, de aproximación y de entorno, en las cuales está restringida la creación de nuevos obstáculos, mientras que en el caso de los existentes, podrán ser eliminados o señalizados de forma específica. Las dimensiones de las zonas de servidumbre dependen del tipo de aeródromo, en función de la longitud de la pista.	Regulado por la Ley 48/1960, de Navegación Aérea y el Decreto 584/1972, sobre servidumbres aeronáuticas.
Riesgos inherentes a los accidentes graves en los que intervengan sustancias peligrosas	Se deben mantener distancias de seguridad entre los establecimientos industriales existentes que contengan sustancias peligrosas y las zonas residenciales, las zonas frecuentadas por el público y las zonas que presenten un interés natural, con el fin de no aumentar los riesgos propios de la actividad. Las distancias de seguridad estarán definidas en el Plan de Emergencia desarrollado por cada actividad peligrosa.	Regulado por el Real Decreto 840/2015. Control de los riesgos inherentes a los accidentes graves en los que intervengan sustancias peligrosas.
Contaminación lumínica	Con el objetivo de reducir la contaminación lumínica, el alumbrado exterior debe ajustarse a las condiciones indicadas por la normativa en materia de eficiencia energética de las instalaciones.	Regulado por el Real Decreto 1890/2008, por el que se aprueba el Reglamento de eficiencia energética en instalaciones de alumbrado exterior y sus instrucciones técnicas complementarias.

Condicionante o afección a considerar	Descripción	Normativa
Calidad del aire	En el supuesto de que un equipamiento comercial con impacto territorial se halle en una zona de calidad del aire que supere algún valor límite de los contaminantes regulados en la normativa al respecto, y por tanto se esté tramitando un plan o programa de mejora de calidad del aire, se emitirá un informe específico desde el Servicio de Protección del Ambiente Atmosférico señalando si el área objeto de la consulta está afectada o no por el Plan o Programa correspondiente, con objeto de que las medidas o actuaciones que se deriven del mismo se cumplan en la instalación de la actividad comercial.	Regulado por la Ley 34/2007, de calidad del aire y protección de la atmósfera.

5.4.8. Criterios para la obtención de las licencias comerciales y de la Autorización Comercial Autonómica.

En la Comunitat Valenciana se localizan actualmente 142 establecimientos comerciales de gran superficie -más de 2.500 m²- que agrupan más de dos millones de metros cuadrados de superficie comercial. Por provincias, Alicante concentra el 45,07% de la oferta en número de establecimientos de este tipo y el 38,46% atendiendo a su superficie comercial, mientras que en el caso de la provincia de Valencia los valores son del 39,44% y del 50,96% y en la provincia de Castellón del 15,49% y del 10,58% atendiendo al número de establecimientos y a su superficie comercial, respectivamente.

Tabla 5.04. Evolución en la implantación de grandes establecimientos comerciales en la Comunitat Valenciana. Por áreas funcionales, 1998-2012.

Áreas y subáreas	Año 1998		Año 2005		Año 2012	
	Nº	Sup.comercial (m ²)	Nº	Sup.comercial (m ²)	Nº	Sup.comercial (m ²)
Els Ports - Baix Maestrat	2	5.576	3	42.411	2	39.911
Castellón	12	130.264	15	152.368	20	196.403
El Valle del Palancia	1	12.712	1	12.712	2	15.212
Sagunt	1	12.712	1	12.712	2	15.212
Segorbe	0	0	0	0	0	0
Valencia	34	574.739	40	798.248	42	904.438
Área Metropolitana de Valencia	34	574.739	39	795.248	42	904.438
Valencia Interior	0	0	1	3.000	0	0
La Ribera del Xúquer	3	29.588	6	83.037	4	67.337
Requena - Utiel	2	5.880	2	5.880	0	0
Xàtiva	1	3.870	1	3.870	2	32.362
La Vall d'Albaida	0	0	1	13.990	1	13.990
La Safor	5	42.173	4	33.573	5	79.443
La Marina Alta	2	7.115	3	10.115	8	68.706
La Marina Baixa	6	43.176	6	77.164	9	85.119
Alcoi	2	13.188	3	30.351	5	48.078
El Vinalopó	1	20.770	4	44.640	4	44.640
Elda - Petrer	1	20.770	3	40.640	3	40.640
Villena	0	0	1	4.000	1	4.000
Vega Baja	5	38.028	11	74.924	12	182.014
Alicante - Elx	11	158.477	22	358.936	26	421.941
Alacant	8	118.078	17	276.598	18	303.352
Elx	3	40.399	5	82.337	8	118.588
Comunitat Valenciana	87	1.085.555	122	1.742.217	142	2.199.593

Fuente: Elaboración propia con datos del RAC correspondientes a cada año y de la AECC.

Se consideran todos los establecimientos individuales o colectivos con más de 2.500 m² de superficie comercial.

En los centros comerciales se ha estimado como suelo comercial el 90% de la SBA.

Tabla 5.05. Distribución territorial de los grandes establecimientos comerciales en la Comunitat Valenciana. Por áreas funcionales, 1998-2012. En porcentajes verticales.

Áreas y subáreas	Año 1998		Año 2005		Año 2012	
	Nº	Sup.comercial (m²)	Nº	Sup.comercial (m²)	Nº	Sup.comercial (m²)
Els Ports - Baix Maestrat	2,3%	0,5%	2,5%	2,4%	1,4%	1,8%
Castellón	13,8%	12,0%	12,3%	8,7%	14,1%	8,9%
El Valle del Palancia	1,1%	1,2%	0,8%	0,7%	1,4%	0,7%
Sagunt	1,1%	1,2%	0,8%	0,7%	1,4%	0,7%
Segorbe	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Valencia	39,1%	52,9%	32,8%	45,8%	29,6%	41,1%
Área Metropolitana de Valencia	39,1%	52,9%	32,0%	45,6%	29,6%	41,1%
Valencia Interior	0,0%	0,0%	0,8%	0,2%	0,0%	0,0%
La Ribera del Xúquer	3,4%	2,7%	4,9%	4,8%	2,8%	3,1%
Requena - Utiel	2,3%	0,5%	1,6%	0,3%	0,0%	0,0%
Xàtiva	1,1%	0,4%	0,8%	0,2%	1,4%	1,5%
La Vall d'Albaida	0,0%	0,0%	0,8%	0,8%	0,7%	0,6%
La Safor	5,7%	3,9%	3,3%	1,9%	3,5%	3,6%
La Marina Alta	2,3%	0,7%	2,5%	0,6%	5,6%	3,1%
La Marina Baixa	6,9%	4,0%	4,9%	4,4%	6,3%	3,9%
Alcoi	2,3%	1,2%	2,5%	1,7%	3,5%	2,2%
El Vinalopó	1,1%	1,9%	3,3%	2,6%	2,8%	2,0%
Elda - Petrer	1,1%	1,9%	2,5%	2,3%	2,1%	1,8%
Villena	0,0%	0,0%	0,8%	0,2%	0,7%	0,2%
Vega Baja	5,7%	3,5%	9,0%	4,3%	8,5%	8,3%
Alicante - Elx	12,6%	14,6%	18,0%	20,6%	18,3%	19,2%
Alacant	9,2%	10,9%	13,9%	15,9%	12,7%	13,8%
Elx	3,4%	3,7%	4,1%	4,7%	5,6%	5,4%
Comunitat Valenciana	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos del RAC correspondientes a cada año y de la AECC.

Se consideran todos los establecimientos individuales o colectivos con más de 2.500 m² de superficie comercial.

En los centros comerciales se ha estimado como suelo comercial el 90% de la SBA.

Es previsible que las grandes implantaciones comerciales sigan un ritmo de lenta recuperación. Durante el periodo 2000-2008 el sector de los centros comerciales experimentó una etapa de expansión, con tres aperturas anuales de media; posteriormente, se produjo una ralentización de su implantación habiendo años en que no se ha producido ninguna apertura. La recuperación del sector de la distribución comercial se ha trasladado al formato de centros comerciales y este dinamismo ha favorecido una evolución positiva y la incorporación de un nuevo centro cada año. En el año 2012 abrió sus puertas Zenia Boulevard en Orihuela (Alicante), en el año 2013 el centro Parque Ademuz en Burjassot (Valencia), en el año 2014 la primera fase de Alfafar Parc en Alfafar (Valencia) y en el año 2015 L'Epicentre en Sagunto.

En la actualidad, la Comunitat Valenciana con 64 centros comerciales, es la sexta autonomía por densidad de metros cuadrados de SBA por cada 1.000 habitantes, con 388 m² frente a los 335 del conjunto del Estado. Muy por encima se sitúan Comunidades como Madrid (471), Murcia (479), Asturias (430) o Aragón (489). La tasa de cobertura media es de 77.500 habitantes por centro, por debajo a la media nacional. La progresiva estabilización de la situación financiera puede volver a poner a los Centros Comerciales en el punto de mira de los inversores internacionales que

buscan inversión en activos a precios relativamente bajos y con posibilidad de altos rendimientos si la recuperación de la situación económica y comercial se consolida.

Los proyectos conocidos hasta la fecha, planteados para los próximos años, apuntan al desarrollo de equipamientos de gran dimensión, a partir de 15.000 m² y hasta de 300.000 m² de SBA. Por una parte, se proponen, en los proyectos de mayor dimensión y vocación regional, localizaciones suburbanas -23 ECITs ya se sitúan en estas localizaciones- y desarrollos a través de la figura de las actuaciones territoriales estratégicas (Puerto Mediterráneo en Paterna). Proyectos estos que pueden generar los mayores problemas ambientales y territoriales, especialmente por la generación directa de miles de desplazamientos motorizados y por efectos más difusos relacionados con su capacidad de tensionar tejidos urbanos comerciales próximos, que ayudan a mantener el modelo de ciudad compacta y diversa y que se verán claramente amenazados.

En otros casos se proponen ampliaciones de centros comerciales ya existentes (CC Gran Turia en Xirivella, CC Alfafar Parc y CC MN4 ambos en Alfafar y L'Epicentre en Sagunt) o desarrollos situados en zonas ya comerciales (CC Estepark en Castelló de la Plana). También localizaciones periurbanas, en localizaciones preferentes para este tipo de equipamientos. En estos casos, las localizaciones selectivas y las medidas correctoras o de mitigación no hacen previsibles grandes impactos ambientales.

Los cinco centros comerciales en proyecto más las cuatro ampliaciones supondrán en torno a medio millón de metros cuadrados de nueva SBA, lo que supondría, en caso de que se desarrollarán en su totalidad, que la ratio de SBA se situaría en 494 m² por cada 1.000 habitantes, un ratio relativamente alto que hace pronosticar que no vayan a ser numerosos los nuevos proyectos en este ámbito. Incluso es posible el progresivo deterioro de algunos centros comerciales que han perdido actividad en estos años entrando en un proceso de continuo declive que solo es reversible a través de fuertes inversiones que los reposicionen. Este fenómeno que ya se está produciendo en otros países puede extenderse a la región valenciana en algunos casos.

Otra tendencia posible relacionada con los grandes equipamientos es una mayor propensión a la implantación en los centros urbanos, en formatos de grandes y medianas superficies especializadas, mediante la reutilización de edificios o en la producción de nuevos locales fruto de operaciones de rehabilitación.

Como ya se ha indicado, con la transposición de la Directiva 2006/123/CE, se han suprimido todos los requisitos que subordinaban la concesión de la autorización comercial a una valoración del impacto de la implantación de los nuevos establecimientos comerciales sobre la oferta comercial ya existente. Este cambio de orientación en la regulación de la implantación de establecimientos comerciales atiende, en línea con la norma comunitaria, a razones de interés general con base en criterios de ordenación del territorio, urbanismo, medioambiente y protección del patrimonio artístico y cultural y la protección de los consumidores.

Por tanto, con carácter general, la instalación de establecimientos comerciales no está sujeta a régimen de autorización comercial. No obstante, tanto la Ley estatal ⁷ como la LECOVA (art. 33) establecen que el impacto supramunicipal de la implantación de determinados establecimientos (que cuenten con una partir de 2.500 m²) 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.

Los factores que van asociados a la localización suburbana y periférica de los grandes equipamientos comerciales es relevante si se analizan los impactos y problemas urbanísticos y medioambientales que estos generan. En primer lugar, el auge en la motorización masiva de la población. En segundo término, la adopción de nuevas formas urbanas que crecen más en expansión territorial que en población. A este avance de la superficie urbana, se une, en tercer lugar, la separación en el territorio de funciones y usos específicos que antes se solapaban. Esta especialización extrema de los usos y funciones asignados a las distintas partes del territorio son causa, a su vez, de mayores necesidades de movilidad y de infraestructuras viarias en un proceso de casualidades que se refuerzan mutuamente. La consecuencia inmediata de todo ello es una urbanización difusa.

Desde el punto de vista medioambiental, 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

⁷ Ley 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

viarias y consumo despilfarrador 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.

Factores como la localización periférica de estos equipamientos comerciales, la densa red viaria y la amplia disponibilidad de superficie de aparcamiento gratuito, la prácticamente inexistente alternativa de transporte de carácter público y los cambios en los hábitos de compra de los consumidores, han propiciado ese considerable incremento de la movilidad motora. En la Comunitat Valenciana alrededor de un 85% de los desplazamientos a los nuevos formatos comerciales se realizan mediante automóvil.

A los problemas ambientales que genera la dependencia del automóvil en el uso de las grandes superficies periféricas se suma el problema social de la dificultad de acceso e incluso de la exclusión a estos establecimientos de la población con menos movilidad (por razones de edad, carencia de coche, etc.).

Por lo tanto, el objetivo de ordenación del territorio y reequilibrio territorial es el que justifica la intervención de las autoridades autonómicas y la planificación territorial en aquellas implantaciones que, al superar en las áreas de mercado de los ámbitos municipales, generan impactos territoriales.

En este sentido, el Plan Territorial debe ayudar a clarificar y perfeccionar los criterios de autorización en las implantaciones sujetas a regulación autonómica. Los criterios en base a los cuales se establece la aptitud de una propuesta de nuevo equipamiento comercial con impacto territorial y, por lo tanto, su Autorización Comercial Autonómica, deben fundamentarse en la capacidad de cada propuesta para adaptarse a su entorno inmediato, minimizando los impactos generados. El Plan, en su apartado normativo, clarifica la finalidad de estos criterios:

- a) Evaluar su compatibilidad con los objetivos, principios y criterios territoriales, ambientales y paisajísticos establecidos en la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana y en el Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana.
- b) Garantizar su integración a través de la planificación urbanística y la adecuación del proyecto a las determinaciones del planeamiento urbanístico vigente que le sea de aplicación.
- c) Comprobar que la implantación no afecta a ámbitos protegidos o de especial interés por su valor histórico-artístico, urbanístico o medioambiental ni se localizan en zonas de riesgo.
- d) Garantizar que la implantación está sujeta a la existencia de infraestructuras que resuelven adecuadamente las necesidades de movilidad previstas y se cumplen los estándares mínimos de dotación de aparcamiento.
- e) Condicionar la implantación a la adopción de criterios de ordenación desde una visión más amplia que la del municipio que contribuyan a una racionalización del desarrollo territorial y la optimización de los recursos e infraestructuras necesarias para la instalación del nuevo equipamiento comercial.
- f) Para su justificación, deberán desarrollarse los estudios oportunos para aportar la información requerida en cada caso, según lo dispuesto en las normativas y reglamentos técnicos de aplicación en cada caso.

De forma complementaria, el Plan de Acción Territorial podría articular la formalización de acuerdos entre las administraciones públicas y los operadores y las empresas para el desarrollo de proyectos de compensación de impacto medioambientales por la implantación de establecimientos comerciales con impacto territorial.

Las acciones incluidas en estos acuerdos de compromiso en la mitigación y adaptación al cambio climático podrían ser, entre otras:

- ▶ La mejora de la biodiversidad de hábitats y paisajes protegidos.
- ▶ La puesta en marcha de prácticas de gestión y restauración forestal.
- ▶ El desellado de suelos.
- ▶ La cesión de terrenos para la creación de parques forestales periurbanos o incluidos en espacios protegidos o de alto valor ecológico.
- ▶ La implantación de figuras de custodia del territorio.
- ▶ Otras actuaciones de mejora y valorización de la infraestructura verde del territorio.

5.4.9. Criterios en relación a la movilidad, aparcamiento y logística.

El comercio es un claro generador de tráfico y congestión, principalmente en entornos urbanos y metropolitanos, sobre el que es necesario actuar. Reducir la movilidad motorizada individual (inherente a la dinámica de funcionamiento de determinados tipos de formatos-localizaciones comerciales) y evitar desplazamientos innecesarios, tanto de personas como de mercancías, que congestionan las infraestructuras públicas y generan contaminación atmosférica, debe ser el principal objetivo en la mejora medioambiental del comercio.

Se debe garantizar una respuesta adecuada a los impactos medioambientales de la movilidad generada que puedan generar las nuevas implantaciones comerciales de carácter supralocal. Por ejemplo, introduciendo en la planificación urbanística comercial ofertas de transporte público y no motorizado que den respuesta a la demanda del nuevo desarrollo, así como otros medios alternativos al vehículo privado. También potenciar la implantación preferente de suelo comercial en aquellas zonas que ya cuenten con ofertas de transporte colectivo e infraestructuras. El Plan establece determinaciones concretas sobre la existencia de conexiones en transporte público en determinadas áreas de suelo comercial, donde se vaya a producir una elevada movilidad o en la necesidad de elaborar planes de movilidad en este tipo de equipamientos.

En la ciudad es necesario fomentar los modos de transporte no motorizados, incrementando las oportunidades para el peatón y la bicicleta, creando itinerarios peatonales, acondicionando los espacios públicos mediante el establecimiento de áreas de coexistencia e itinerarios de preferencia a los modos no motorizados y buscando la conectividad entre puntos estratégicos.

La problemática del transporte de mercancías y, en especial, de la carga y descarga, es uno de los temas más complejos y, al mismo tiempo, más estratégicos para el buen funcionamiento de la ciudad. La ordenación y mejora de los procesos de carga, transporte, reparto y descarga, adecuados para distribuir las mercancías necesarias para abastecer este numeroso conjunto de negocios, es una de las preocupaciones del tejido empresarial de los sectores del transporte, el comercio y los servicios. El suministro de establecimientos industriales, comerciales o servicios del sector privado supone entre el 50% y 75% de las operaciones de distribución de mercancías en la mayoría de ciudades europeas.

Se estima que, diariamente, la actividad comercial valenciana puede generar unas 68.000 operaciones de carga y descarga, que movilizan a más de 2.700 vehículos. Es necesario desarrollar un enfoque multi e intermodal, utilizando las infraestructuras existentes y pensando imaginativamente en cómo utilizar otras que se pueden desarrollar en el futuro (microcentros de distribución urbana, colaboración entre operadores logísticos, etc.).

Los nuevos desarrollos de suelo para actividades económicas, siempre que el tipo de actividad y su integración paisajística lo permita, tenderán a ubicarse próximos a los tejidos urbanos residenciales para facilitar la movilidad y el acceso mediante medios de transporte no motorizado. Este condicionante se podrá modular en el caso de ampliaciones de tejidos existentes o cuando la realidad física lo demande.

Se contemplará la existencia de una conexión en transporte público a menos de 500 metros del acceso principal a las áreas de suelo para actividades económicas generadoras de una elevada movilidad, siendo especialmente exigible a las de implantación de más de 500 trabajadores, a las que generen más de 5.000 viajes al día o las que prescriba la administración sectorial competente.

Con el objetivo de garantizar unos estándares de calidad en la urbanización de la red viaria en base a la cual se define el diseño de las calles comerciales, se deberá atender a unas dimensiones recomendadas de anchura de calles, carriles de circulación y aceras, para asegurar la movilidad peatonal en condiciones óptimas de accesibilidad, de forma compatible con el tráfico rodado y el aparcamiento viario, el tráfico en bicicleta y la incorporación de arbolado y otros elementos de dotación y mobiliario urbano. Estos parámetros de referencia se especifican en el correspondiente apartado de recomendaciones técnicas.

5.4.10. Integración paisajística de las nuevas implantaciones comerciales.

Muchos establecimientos comerciales adolecen de la más mínima cualidad arquitectónica. Incluso algunos grandes establecimientos comerciales han sido concebidos desde la imitación artificiosa de entornos supuestamente deseados por los consumidores, con un resultado de ínfimo valor estético.

En entornos urbanos, especialmente en centros históricos e incluso en edificios protegidos no es extraño encontrar zócalos y elementos comerciales incongruentes (frentes comerciales, acabados, rótulos, anuncios, elementos publicitarios, instalaciones efímeras, etc.) que rompen las composiciones originarias e incluso ocupan indiscriminadamente el espacio público.

Las normas urbanísticas municipales establecerán parámetros mínimos que favorezcan una arquitectura comercial de calidad que aumente el patrimonio urbano de las ciudades. Para los grandes establecimientos se establecerán medidas de integración estética y paisajística en el contexto urbano. En el espacio urbano se debe favorecer que los ayuntamientos ejerzan un mayor control sobre determinados elementos, estableciendo parámetros que atiendan a las condiciones estéticas de los mismos, en función de su particular localización en la ciudad: centros y cascos históricos, ensanches, periferias.

También se debe propiciar la realización de proyectos urbanos, a escala intermedia, para ordenar conjuntamente edificaciones, escenas y espacios libres en ámbitos de altas concentraciones comerciales.

Tomando como referencia los criterios establecidos por la ETCV respecto a integración paisajística, las implantaciones comerciales "con impacto territorial" de nueva creación deberán ubicarse en localizaciones denominadas "de sombra visual", es decir, zonas de menor exposición visual, fuera de los principales accesos a los núcleos urbanos y con un adecuado tratamiento paisajístico.

Con carácter general, las implantaciones deben respetar los valores propios de cada asentamiento, esto es, su topografía y su vegetación, pues son los elementos que constituyen la referencia visual del territorio, determinando el carácter y la singularidad de cada paisaje.

La localización periférica de muchos de estos asentamientos supone que sobre ellos recaiga la materialización de parte de los bordes urbanos, definiendo los espacios de transición entre los paisajes urbanos y los periurbanos, debiendo adecuar su escala, estructura, volumetría, materiales, colores, etc.

En los trámites para la implantación de los denominados "Equipamientos Comerciales con Impacto Territorial" o cualquier otra actividad comercial en entornos urbanos o naturales catalogados, protegidos, pertenecientes a cascos históricos, a áreas de protección de Bienes de Interés Cultural o, con carácter general, paisajísticamente más vulnerables, se exigirá la realización de un Estudio de Integración Paisajística, en los términos que establece el Anexo II de la LOTUP.

El estudio de integración paisajística deberá desarrollar y justificar los siguientes aspectos básicos:

- ▶ La descripción y definición de la actuación, incluyendo documentación gráfica tanto del proyecto como de su ubicación, sus instalaciones y su afección sobre las infraestructuras.
- ▶ Se justificará la elección de la solución propuesta de forma comparada con el resto de las alternativas consideradas en fase de proyecto, haciendo hincapié a su incidencia sobre el paisaje.
- ▶ Se desarrollará una caracterización del paisaje del ámbito de estudio, atendiendo a la posible caracterización ya recogida en Estudios de Paisaje realizados en ese ámbito, pudiendo extrapolar información relativa a visibilidad y fragilidad del paisaje.
- ▶ En esta misma línea, se tendrán en consideración las normas, directrices o criterios que le sean de aplicación y emanen de otros planes, estudios o proyectos.
- ▶ Se valorará la integración paisajística y visual de la actuación y sus efectos en el paisaje, mediante el análisis de la capacidad o fragilidad del paisaje para acomodarse a los cambios producidos por la actuación.

- ▶ Se establecerán las oportunas medidas de integración paisajística para minimizar los impactos paisajísticos y visuales identificados, describiendo cada una de ellas, su implementación, los plazos estimados y su valoración económica.

En los Programas y Planes que desarrollen los ayuntamientos, mancomunidades, etc. para la reactivación económica del comercio local de proximidad, Planes de Acción Comercial, o cualquier otra iniciativa municipal integrada o que suponga la planificación de posteriores intervenciones específicas sobre el espacio urbano comercial, se exigirá la realización de un Programa de Paisaje, en los términos que establece el Anexo III de la LOTUP.

5.4.11. Parques comerciales minoristas y mayoristas.

Los parques o polígonos comerciales han proliferado de manera más o menos espontánea durante los últimos años, como agrupaciones de medianas superficies localizadas en ubicaciones periurbanas. El Plan definirá tipológicamente esta modalidad de implantación comercial, con el fin de cuantificar adecuadamente sus impactos, sus estándares urbanos y su idoneidad para futuras implantaciones.

Los Ayuntamientos podrán solicitar a la Generalitat su reconocimiento, siempre ligados al cumplimiento de unos estándares básicos en cuanto a urbanización, accesibilidad, aparcamiento, etc. o a la realización de planes de mejora urbana que los garanticen. Este reconocimiento podrá ir acompañado de estímulos públicos para la ejecución de los proyectos, la suspensión de limitaciones a la implantación de nuevas actividades en áreas inicialmente industriales y la puesta en marcha de figuras de gestión.

La Generalitat y otras administraciones podrán promover la planificación y desarrollo de estos parques en determinados ámbitos que serán identificados por el Plan o derivados a otros instrumentos o estudios de detalle.

En parques de actividades económicas o polígonos industriales ya urbanizados que se pretendan reorientar a usos comerciales o terciarios, cuando se han quedado obsoletos o han perdido funcionalidad para albergar estas actividades, no será de aplicación el límite establecido en el punto anterior. En este caso, los cambios de usos deben ir acompañados de actuaciones tendentes a su adecuación para usos comerciales que incidan en la mejora de la accesibilidad rodada, peatonal, ciclista y del transporte público, la planificación y gestión del estacionamiento, la mejora de la imagen, la gestión de los residuos, la adecuación de la urbanización y las infraestructuras, la correcta planificación de los procesos de sustitución.

5.4.12. Relaciones y coordinación con otra normativa de planeamiento y ordenación territorial.

Tal y como establece el artículo 16 de la LOTUP, sobre objetivos, funciones, contenidos y documentación de los Planes de Acción Territorial, el PATSECOVA puede ampliar las determinaciones que en materia de planificación de suelo comercial establece tanto la ETCV como el planeamiento municipal.

En tanto que el presente Plan realiza un análisis en materia de ordenación de la actividad comercial mucho más exhaustivo que el resto de documentos normativos, puede incluso introducir modificaciones sobre ellos, manteniendo la coherencia con la planificación sectorial de la Generalitat.

El planeamiento urbanístico municipal deberá incorporar las determinaciones y normativa del PATSECOVA. La parte vinculante y dispositiva se tendrá en cuenta a la hora de abordar la ordenación estructural y todo aquello que pueda afectar al articulado de las Normas Urbanísticas respecto a usos, condiciones, diseño, reservas de suelo, restricciones, etc. mientras que la parte con carácter orientativo o recomendatorio podrá servir de guía para dimensionar las necesidades de suelo comercial en los nuevos desarrollos urbanísticos, basados en principios de equilibrio, proximidad y mezcla de usos, así como en los proyectos de relocalización de equipamientos, rehabilitación de zonas degradadas, reactivación de zonas deprimidas, etc.

5.5. Recomendaciones técnicas.

5.5.1. Índice orientativo máximo de superficie comercial en grandes establecimientos comerciales.

- 5.09 Para ejercer adecuadamente su papel territorial, las quince áreas funcionales del territorio deben estar perfectamente equipadas, tanto en dotación como en calidad. Una dotación equilibrada garantiza una mayor igualdad de los ciudadanos en cuanto al acceso a los beneficios de la sociedad del bienestar y, por otra parte, activan al máximo el potencial urbano de las ciudades medias al aumentar su diversificación, estructura urbana y apoyo a las actividades económicas.

Si bien se puede afirmar que el nivel de dotación comercial en todas las áreas del territorio es suficientemente alta para satisfacer plenamente las necesidades de los consumidores valencianos, existen algunas áreas con índices dotacionales relativamente bajos, como el Valle del Palancia, la Vega Baja, la Ribera del Xúquer o la Vall d'Albaida. Por otra parte, en áreas bien dotadas pueden producirse fenómenos de hiperpolarización comercial que es necesario equilibrar (en general, por la concentración de grandes superficies comerciales en determinados ámbitos geográficos) y que generan movilidad adicional y sobrecarga de las infraestructuras viarias, además de reforzar el ciclo de deterioro de las ofertas locales.

Se trata de buscar una estructuración coherente del sistema urbano de la Comunitat Valenciana con una distribución espacial más equilibrada que permita hacer posible los objetivos de calidad de vida y utilización racional del territorio. Las estrategias deseables son la potenciación de las funciones urbanas comerciales de determinados polos que ejercen funciones comerciales subcomarcales, la dinamización del comercio urbano en la red de ciudades medias y el desarrollo de estrategias para que las nuevas implantaciones de grandes superficies se realicen de forma más fragmentada, impidiendo la localización de mucho suelo comercial en poco espacio.

El Índice orientativo de superficie comercial máximo corresponde a la superficie de los equipamientos comerciales con impacto territorial y se calculará en base al índice actual, la evolución demográfica prevista y un factor relacionado con objetivos de vertebración territorial. Estos índices se han calculado inicialmente para cada una de las áreas y subáreas funcionales comerciales y para el periodo 2012-2020 y se actualizarán cada cinco años durante el periodo de vigencia del Plan.

A través de las Directrices de Ordenación Comercial de cada área funcional se podrán establecer los índices orientativos de superficie comercial de las ciudades que componen el Sistema Nodal de Referencia Comercial.

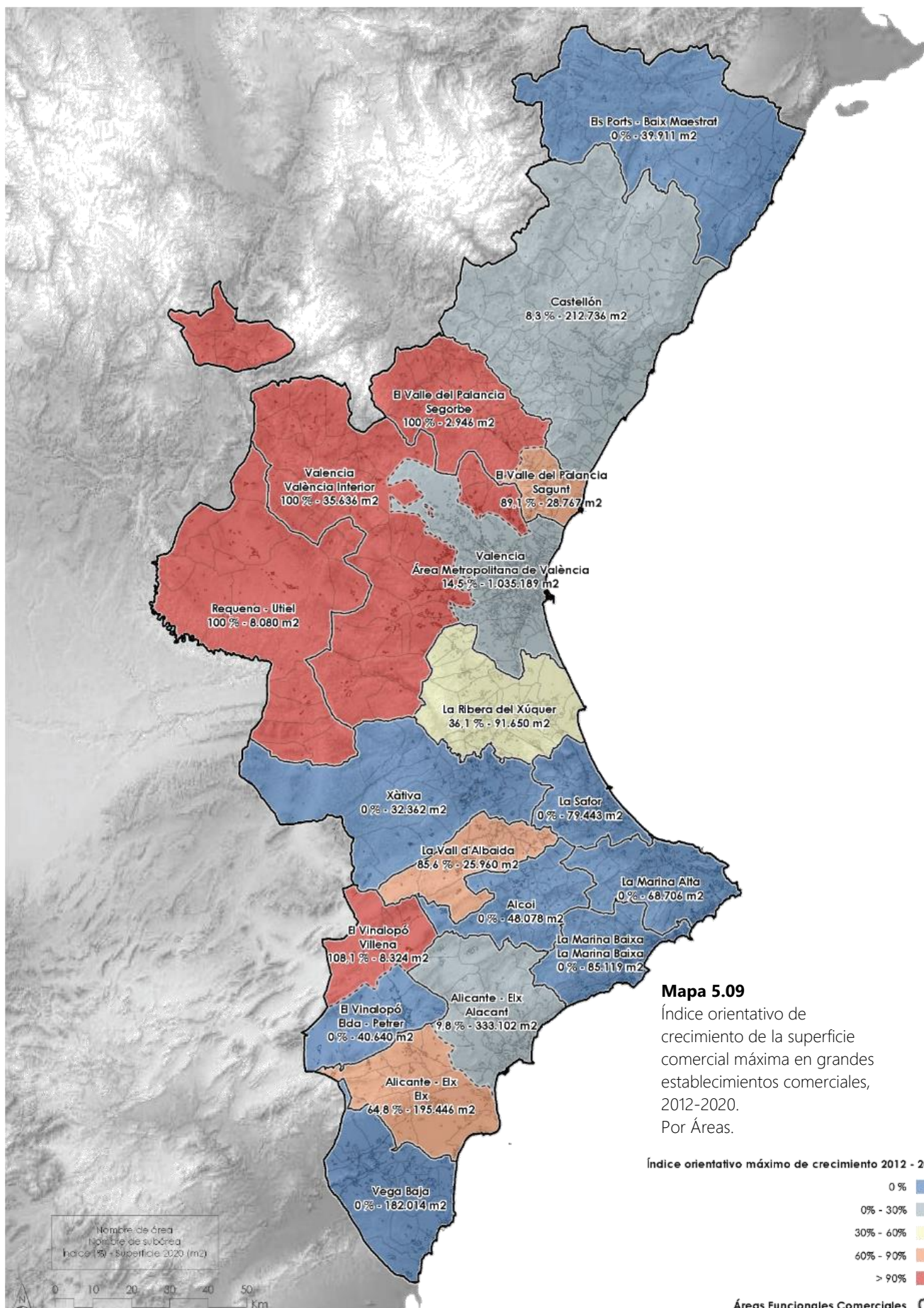
5.5.2. Estándares recomendados de dotación comercial.

Si se entiende que la distribución de la actividad comercial en el territorio posee un carácter estructural, y que constituye una dotación urbana, por garantizar el acceso a la población a una serie de servicios básicos, el Plan puede establecer unos estándares urbanísticos que sirvan como referencia para asegurar y garantizar una mínima presencia y una distribución equilibrada del suelo comercial en el territorio.

De esta manera se atiende a los principios que recoge el artículo 32 de la Ley de Comercio de la Comunitat Valenciana, que establece que la planificación urbanística debe fomentar el desarrollo de dotaciones comerciales que satisfagan equilibradamente las necesidades de la población residente actual o prevista, potenciando la proximidad y la mezcla de usos.

Estos ratios pueden establecerse tanto para el comercio de proximidad como para el comercio de atracción, para distintos ámbitos urbanos, en relación a la superficie de uso residencial o bien en base a la población residente en una zona determinada.

Pueden ser introducidos por los Planes Generales Pormenorizados para garantizar, en las zonas de nueva creación, una mínima dotación de comercio de proximidad, a pie de calle, mezclado con los usos residenciales, evitando la segregación y la concentración de la edificabilidad lucrativa comercial en una sola parcela dentro de cada sector.



Fuente: Elaboración propia, 2014.

Con carácter general, y a modo de recomendación, en sectores de suelo residencial, la reserva de suelo para uso exclusivamente comercial minorista deberá ser igual o superior a 4,5 metros por cada 100 metros de techo residencial potencialmente edificable y 6 metros por vivienda prevista.

Al menos un 50% de la dotación comercial mínima se debe desarrollar en planta baja de edificios residenciales, garantizando la creación de nuevos ejes comerciales.

5.5.3. Estándares relacionados con la movilidad, el aparcamiento y la logística.

Todas las determinaciones del Plan que hagan referencia a la estimación del impacto de las actividades comerciales sobre el territorio, a cualquier escala, en cualquier entorno, deben valorar el impacto sobre la movilidad, y deben priorizar los sistemas de transporte sostenibles, como el transporte público, los desplazamientos a pie o en bicicleta y la intermodalidad como principio para buscar la máxima eficiencia en el aprovechamiento de los recursos de transporte.

Con el objetivo de favorecer la movilidad sostenible, la máxima accesibilidad y la racionalidad funcional en la creación de nuevas infraestructuras, el Plan exigirá, tal y como establece la Directriz 105 de la ETCV, que junto a la tramitación para las implantaciones comerciales "con impacto territorial" se desarrolle un Plan o Estudio de movilidad sostenible, en base al cual se cuantifiquen y dimensionen tanto el número de plazas de aparcamiento necesarios como los flujos estimados, la capacidad de cabida de las vías de acceso y la ampliación de las líneas de transporte público, de tal forma que, existan paradas a menos de 500 metros del acceso principal que conecten con los núcleos de población más próximos.

La existencia de transporte público será obligatoria para implantaciones de más de 500 trabajadores o que generen más de 5.000 viajes al día.

Por lo que respecta a los aparcamientos, estos se destinarán, exclusivamente, para estacionamiento público del establecimiento comercial y se ubicarán en suelo de uso público cuyo dominio o posesión pertenezca al establecimiento comercial.

En el desarrollo de actuaciones de uso dominante terciario, se deberían establecer las siguientes reservas mínimas de aparcamiento:

- ▶ La reserva mínima de plazas de aparcamiento públicas debería ser de una plaza por cada 100 metros cuadrados, o fracción, de edificabilidad terciaria, admitiendo que estén en parcelas privadas siempre que las plazas de aparcamiento sean de uso público, entendiéndose por tales aquellas plazas situadas en aparcamientos accesibles para cualquier usuario, sin otro requisito que las limitaciones de gálibo, y durante, al menos, el horario de funcionamiento de la instalación terciaria a que da servicio, sea o no gratuito su uso.
- ▶ Si las plazas se localizan fuera de las parcelas privadas, estas deberían ubicarse lo más cercano posible al ámbito o equipamiento en el que se desarrolle la actividad comercial, si bien, podría ser considerada la disponibilidad de otros modos de transporte alternativos al vehículo privado.
- ▶ En las parcelas privadas destinadas a uso terciario comercial, fruto de actuaciones urbanísticas, la dotación de aparcamiento debería ser de una plaza por cada 25 metros cuadrados construidos. En complejos terciarios que ocupen manzanas completas, en los que no sea posible determinar de modo exacto las diferentes proporciones de usos, por tratarse de locales polivalentes, la reserva exigible sería de una plaza por cada 40 metros cuadrados construidos.
- ▶ Los estándares dotacionales definidos en los apartados anteriores serían de cumplimiento obligatorio en la redacción de planes parciales. En los sectores de plan de reforma interior para operaciones de renovación urbana, en los que se dota de ordenación al sector, se podrían minorar estos estándares en proporción al grado de consolidación por la edificación, aplicando un porcentaje de minoración de estándares igual al porcentaje de consolidación por la edificación en la ordenación propuesta.

En la implantación, ampliación o cambios de actividad de establecimientos comerciales en edificios existentes se deberían establecer los siguientes estándares de dotación de aparcamiento de automóvil:

- ▶ En los establecimientos que cuenten con más de 400 metros cuadrados de superficie construida se debería disponer, como mínimo, de:
 - Una plaza de aparcamiento por cada 100 metros de superficie construida o fracción en los establecimientos que vendan productos ocasionales.
 - Una plaza de aparcamiento por cada 80 metros de superficie construida o fracción en los establecimientos que vendan productos de alimentación o mixtos.
- ▶ Se podría exonerar del cumplimiento del estándar anterior a establecimientos que se localicen en tramas urbanas consolidadas, cuando suponga la creación de seis o menos plazas y se pueda atender la demanda previsible mediante aparcamientos públicos o privados próximos, localizados a menos de diez minutos en desplazamiento peatonal, o bien en establecimientos localizados en centros urbanos siempre que cuenten con hasta 800 metros cuadrados en caso de establecimientos de venta de productos de alimentación o 1.500 metros cuadrados de superficie construida en caso de establecimientos de venta de productos ocasionales cuando, en la proximidad del mismo, exista una red accesible de transporte público o se pueda atender la demanda previsible mediante la dotación existente de aparcamientos públicos o privados situados a una distancia máxima de cinco minutos en desplazamiento peatonal.
- ▶ En cualquier caso, se podría eximir de la obligación de reserva, reducirla o aceptar otras soluciones en aquellos edificios en los que, a juicio de los servicios municipales competentes, concurren circunstancias que desaconsejen la aplicación de ese estándar aparcamiento por razones derivadas de las características del edificio, las condiciones particulares del uso, la afección a elementos catalogados del inmueble, la dificultad de acceso de vehículos, las características del viario o de la parcela, la proximidad de puntos conflictivos desde el punto de vista de ordenación vial, la posibilidad de generar o favorecer fenómenos de congestión y otras similares.

En las zonas de aparcamiento vinculadas a usos comerciales se deberían cumplir las siguientes normas:

- ▶ Se construirán en el mismo edificio o en terrenos edificables del mismo solar.
- ▶ La fracción plazas de aparcamiento que superen los estándares mínimos establecidos en esta norma y, en cualquier caso, las 300 plazas de aparcamiento deberían construirse dentro de edificación o bajo rasante.
- ▶ Los proyectos comerciales que supongan más de 10.000 metros cuadrados de superficie construida, sin incluir aparcamientos, no deberían superar en más de un veinte por ciento la dotación mínima de plazas de aparcamiento exigidas.
- ▶ Cuando existan más de 100 plazas de estacionamiento, estas deberían contar con sistemas gestión automática que informen a los usuarios sobre la disponibilidad de plazas libres en tiempo real.
- ▶ Los aparcamientos con capacidad mayor que 200 vehículos o con superficie mayor que 5.000 m² deberían contar con itinerarios peatonales de uso público que conecten las zonas de estacionamiento con los puntos de acceso al establecimiento.
- ▶ Deberían disponer de un mínimo de una plaza por cada fracción de 50 plazas de estacionamiento destinadas a vehículos eléctricos con infraestructura de recarga rápida.
- ▶ Deberían contar con un espacio reservado a bicicletas de, al menos, una plaza por cada 80 metros cuadrados de techo o fracción.
- ▶ Los aparcamientos contruidos en superficies exteriores se deberían construir preferentemente con materiales permeables y adaptados a los criterios de integración paisajística.

En cuanto a la logística comercial, la que mayor impacto produce es la desarrollada en ámbitos urbanos, es decir, la relacionada con el suministro al comercio minorista.

El número de operaciones diarias de carga y descarga para suministro a establecimientos comerciales es muy variado, dependiendo del tipo de actividad, si bien la gran mayoría de los comercios del centro de la ciudad carecen de dotación suficiente de almacén, lo que supone que la frecuencia de reposición de género sea bastante elevada.

Las administraciones locales deben mejorar las condiciones para el abastecimiento poniendo en marcha las siguientes acciones:

- ▶ Las normas urbanísticas incorporarán la obligatoriedad de crear un muelle para la carga y descarga en los nuevos locales comerciales, ampliaciones o cambios de actividad, cuya superficie edificada, sin incluir zonas de aparcamiento, sea superior a 1.000 metros cuadrados. Las dimensiones de dicha zona se deben justificar según el tipo de establecimiento y sector de actividad, así como las características de las operaciones previstas en cuanto a tipos de vehículos, frecuencia, volumen, duración y regularidad. Quedan eximidas de este requisito las pequeñas ampliaciones de locales existentes, entendidas como tales aquellas en las que el muelle de carga represente más de la mitad de la superficie ampliada del local.
- ▶ En el desarrollo de suelo con uso dominante terciario comercial, del conjunto de plazas de estacionamiento previstas en la vía pública, se destinarán a carga y descarga una plaza de vehículo industrial ligero (8 x 3 metros) por cada 500 metros cuadrados de edificabilidad terciaria comercial.
- ▶ En el desarrollo de suelo con uso dominante residencial, del conjunto de plazas de estacionamiento previstas en la vía pública, se destinarán a carga y descarga una plaza de vehículo industrial ligero (8x3 m) por cada 5.000 metros cuadrados de edificabilidad.
- ▶ En áreas urbanas consolidadas deberá existir como mínimo una reserva de carga y descarga para tres vehículos, cada 100 metros lineales de estacionamiento.
- ▶ Los ayuntamientos promoverán la incorporación de micro plataformas logísticas para la distribución de mercancías, cuya gestión la puedan realizar las asociaciones o entidades gestoras de las zonas comerciales urbanas. Dichas plataformas estarán preferentemente integradas en aparcamientos públicos.
- ▶ Los ayuntamientos de las ciudades consideraras como cabeceras y subcabeceras del Sistema Nodal de Referencia Comercial por el Plan de Acción Territorial, en los ámbitos urbanos en los que coincidan capacidades escasas de la red viaria con elevados niveles de distribución de mercancías, deberán elaborar planes de logística urbana y ordenanzas para la regulación de las distribución urbana de mercancías, con la finalidad de incrementar su eficiencia, minorar sus costes energéticos y ambientales y racionalizar el uso del espacio urbano. Los planes citados se elaborarán y tramitarán de acuerdo con lo estipulado en relación con los planes de movilidad en la Ley 6/2011, de la Generalitat, de Movilidad de la Comunitat Valenciana.

Otras medidas que pueden incorporarse, con la finalidad de mejorar las operaciones de abastecimiento, son:

- ▶ En zonas con acceso rodado restringido y prioridad peatonal, se implantarán sistemas de control de accesos que se activen mediante tarjetas electrónicas autorizadas para residentes y con tarjetas especiales para transportistas en periodos determinados de tiempo.
- ▶ Paralelamente, se debe intensificar la vigilancia de las zonas de carga y descarga: cumplimiento de la normativa, ocupación ilegal de plazas reservadas, limitación del tiempo de estacionamiento.
- ▶ Se debe controlar el tiempo de estacionamiento en las zonas de carga y descarga, limitándolo a un máximo de 30 minutos, y dejando constancia de la hora de llegada. Igualmente, sería interesante la creación de una serie de plazas reservadas para estacionamientos inferiores a los 15 minutos.
- ▶ Permitir el reparto por toda la ciudad sin limitación horaria, a vehículos de hasta 6 Tn de PMA.
- ▶ Permitir el acceso de vehículos hasta 13 Tn para suministros determinados en horarios de baja circulación, sin autorizaciones especiales.
- ▶ Imponer restricciones horarias para el acceso de vehículos a los cascos antiguos y zonas peatonales, controlando el acceso mediante sistemas inteligentes de control.
- ▶ Elaboración de un mapa de recorridos preferentes con indicaciones de rutas preferenciales y rápidas.
- ▶ Mejora de la señalización horizontal y vertical de las zonas de carga y descarga.
- ▶ Estudiar la creación de pequeños centros de distribución y plataformas logísticas de menor tamaño integradas en la trama urbana.

- ▶ Fomentar la creación de espacios logísticos en las zonas comerciales, aparcamientos públicos, interiores de manzanas, o espacios urbanos marginales o sin uso.

Con carácter general, en el desarrollo de actuaciones urbanísticas destinadas a uso comercial, se establecen las siguientes recomendaciones:

- ▶ La anchura mínima de los viales será de 16 metros cuando se trate de viales de sentido único y de 20 cuando se trate de viales de doble sentido, si bien, allí donde se prevea la implantación de un gran establecimiento comercial, la dimensión mínima de sus viales perimetrales será de 18 y 24 metros respectivamente.
- ▶ Las calzadas destinadas a la circulación de vehículos tendrán una anchura mínima de 4,50 metros en los viales de un solo sentido de circulación y de 6 metros en los viales con doble sentido de circulación.
- ▶ Las aceras tendrán una anchura mínima de 3 metros, e incorporarán alineaciones de arbolado siempre que sea posible, dejando una anchura efectiva de paso mínima de 2 metros.
- ▶ Se contemplará la existencia de una conexión en transporte público a menos de 500 metros del acceso principal del área donde se desarrolle la actuación, cuando se prevea una afluencia anual superior a 1,5 millones de visitantes, vayan a trabajar más de 300 trabajadores o vayan a desarrollar más de 20.000 metros cuadrados de superficie edificada.
- ▶ En el caso de parques comerciales y, en la medida de lo posible, se incorporarán áreas peatonales separadas del tránsito rodado para la conexión entre los distintos edificios y zonas de aparcamiento.
- ▶ Se implantará un recorrido de carril bici que discurra, al menos, por los ejes principales de la ordenación y que conecte con el resto de la red existente.

5.5.4. Criterios para la integración y mejora paisajística de establecimientos y entornos comerciales.

Con el objetivo de lograr la integración de los establecimientos y entornos comerciales con el medio circundante, se plantean distintos tipos de estrategias, en función del contexto de cada localización:

- ▶ En entornos de gran valor paisajístico, ambiental o visual, cascos históricos monumentales, o bajo la influencia de bienes protegidos y, en general, allá donde prime la conservación de los valores existentes, las estrategias más apropiadas son aquellas que intentan mitigar la percepción de la presencia del equipamiento comercial, utilizando la ocultación en el paisaje o la mimetización con el medio.
- ▶ Una postura intermedia, en entornos sin presencia de elementos con tanto valor o fragilidad, la forma de proceder puede ser la de lograr la contextualización con el medio en el que se implanta, haciendo referencia y tomando como patrón las tipologías, los volúmenes, etc. propios de su entorno urbanizado, estableciendo una relación lógica, armónica y respetuosa con el mismo.
- ▶ En cambio, en zonas muy degradadas o fuertemente antropizadas, los esfuerzos pueden dirigirse hacia la "naturalización", es decir, la intervención que incluya a su vez la recuperación paisajística y ambiental de un entorno degradado, o bien la singularización, que supondrá el establecimiento de nuevas relaciones con el paisaje, incluso el enriquecimiento del mismo gracias a la intervención realizada en un entorno anodino o carente de carácter.

En el caso de los paisajes propios de los mercados municipales, el Plan propone la rehabilitación de las edificaciones y la recuperación de los puestos de venta con cierto interés histórico, por su morfología, mobiliario, rotulación, etc. En muchos casos la mejora de los mercados pasará por la reordenación de puestos interiores y la incorporación de nuevos usos y funciones, modernizándolos y adaptándolos a las necesidades actuales. Además, se atenderá a la urbanización de su entorno inmediato, dando prioridad a la peatonalización y el fomento del uso público de estos espacios.

Por lo que respecta a los ejes comerciales urbanos, la mejora paisajística se debe encaminar hacia la potenciación de sus valores distintivos y singulares, con la progresiva eliminación de elementos añadidos e impropios que desvirtúan

su percepción. En este sentido, el Plan propone desarrollar programas y campañas de eliminación de rótulos luminosos en zonas con mayor contaminación lumínica o todos aquellos que dificulten la lectura clara de los espacios, así como aquellas iniciativas que apuesten por la constitución de Centros Comerciales Abiertos, mejorando la movilidad, la dotación de arbolado y vegetación, el mobiliario urbano, la señalética, etc.

Para la mejora del paisaje de los parques comerciales, el Plan propone la puesta en marcha de programas de recualificación y mejora paisajística de todos aquellos que han aparecido y han crecido sin contar con una adecuada planificación.

Además, en paralelo a las medidas propuestas de relocalización de equipamientos comerciales con impacto territorial no integrados territorialmente, el Plan propone la puesta en marcha de programas de regeneración paisajística de los suelos liberados, así como la integración de los nuevos usos allí introducidos.

En relación al conjunto de elementos publicitarios con impacto paisajístico y visual, el Plan debe facilitar la progresiva eliminación y regularización de sus ubicaciones, escala, soporte, etc. de los ya existentes, mientras que para los de nueva instalación, con carácter general, el Plan no permite su instalación en los siguientes supuestos:

- ▶ Cuando por su ubicación, forma, color, diseño o inscripciones, impidan la visibilidad de conductores y peatones, se puedan confundir con las señales de tráfico, perjudiquen la seguridad vial o produzcan deslumbramientos.
- ▶ Cuando supongan pantallas o barreras que afecten al asoleamiento, las vistas o el acceso a las dependencias de los edificios.
- ▶ Cuando dificulten o impidan la contemplación de espacios públicos, edificios, elementos o conjuntos monumentales, perspectivas urbanas o paisajísticas de carácter monumental o tradicional.
- ▶ Cuando los soportes publicitarios estén suspendidos sobre la calzada o el espacio público, o anclados sobre la vía pública o sus elementos.
- ▶ Cuando produzcan un aumento de la contaminación lumínica en su entorno.

5.5.5. Implantación comercial en áreas empresariales y polígonos industriales.

La consideración indiferenciada de la actividad comercial respecto al resto de actividades terciarias, y la ordenación de los usos terciarios en el territorio en base a su compatibilidad con los usos característicos residencial e industrial, ha llevado a la proliferación de actividades comerciales en sectores concebidos originalmente para usos industriales.

Su localización en polígonos industriales supone un menor coste del suelo, la ausencia de condicionantes formales o estéticos que permite economizar en la ejecución de las instalaciones, de marcado carácter industrializado, ventajas asociadas a la logística, tanto para el abastecimiento como para garantizar aparcamiento a los clientes, la mayor permisividad en cuanto a las normativas de ruido y otros impactos, etc.

Esto ha supuesto la localización comercial preferente en los bordes de los polígonos industriales, apareciendo corredores comerciales de medianas y grandes superficies especializadas a lo largo de las infraestructuras viarias que conectan estos polígonos con los cascos urbanos, llegando a situaciones de conurbación debido a la unión de suelos industriales pertenecientes a municipios limítrofes formando un continuo comercial a ambos lados de las vías de comunicación que los unen, pero que gravitan sobre un modelo de movilidad basado en el vehículo privado, ya que se trata de localizaciones, en la mayoría de los casos, fuera del ámbito de las redes de transporte público colectivo y lo suficientemente alejadas de los cascos urbanos como para no hacer viable la accesibilidad peatonal.

Este modelo, que ha aprovechado las políticas de generación de suelo industrial para el desarrollo económico local y la mejora de las condiciones de vida de los cascos consolidados que necesitaban deshacerse de las actividades productivas molestas y nocivas, ha llevado a la creación no planificada de grandes aglomeraciones comerciales y de ocio cuyas externalidades ambientales y sobre la movilidad generada no han sido evaluadas, reguladas ni limitadas.

Ello se debe también a la ausencia de mecanismos efectivos de control sobre los instrumentos del planeamiento y sus determinaciones, lo que ha llevado a sobrepasar la edificabilidad terciaria compatible con los usos industriales

dominantes dentro de un sector, ya que se han concedido licencias en base a la compatibilidad de usos sin prestar atención a la proporción entre usos dominantes (industriales) y complementarios (terciarios) que se fijaron en el programa o plan mediante el cual se desarrolló y urbanizó un determinado sector. Esto ha conducido a que sectores planificados como industriales hayan acabado convertidos en sectores comerciales y de ocio, quedando desatendidas las demandas de suelo industrial que motivaron la planificación original.

En la medida en que el planeamiento urbanístico distinga el uso comercial, debe establecer limitaciones al desarrollo de suelo comercial en polígonos industriales, donde la actividad comercial debe ser complementaria a la actividad empresarial desarrollada.

Dicho equilibrio debe establecerse en base a unas proporciones razonables entre los usos industriales dominantes y el resto de los usos compatibles dentro de cada sector, permitiendo únicamente los usos comerciales como una actividad complementaria a la productiva, o bien en aquellos casos en los que se justifique la implantación comercial en un suelo industrial en base a las particulares necesidades logísticas o de aparcamiento, no disponibles en otras ubicaciones.

En los parques empresariales de nueva creación deberá limitarse la implantación de usos comerciales y establecer condiciones para su localización, priorizando su agrupación y su ubicación en viales principales, evitando las interferencias con el tráfico de vehículos industriales, etc.

5.5.6. Relocalización de equipamientos comerciales con impacto territorial no integrados territorialmente.

A lo largo del territorio valenciano existen diversos casos de grandes equipamientos comerciales cuya ubicación entra en conflicto con los preceptos recogidos por la ETCV en su Directriz 111.

Son equipamientos ubicados en entornos de gran valor paisajístico, de considerable fragilidad medioambiental, aislados y dispersos, alejados de cualquier asentamiento urbano, nodos de actividades económicas o infraestructurales. La permanencia en sus actuales ubicaciones dificulta el desarrollo del modelo propuesto y supone una ruptura.

La primera medida a tomar debe ser suspender la concesión de licencias a otras actividades en la misma zona, con el objetivo de frenar los impactos negativos y no hacer más compleja la relocalización.

Las Administraciones deben desarrollar mecanismos para propiciar la relocalización por parte de los operadores de las distintas actividades, buscando ubicaciones más adecuadas, acordes a la Estrategia Territorial y que supongan un consumo racional de suelo.

En el caso concreto de las implantaciones cercanas al litoral, el Plan propone el traslado de los grandes equipamientos comerciales ubicados en la franja litoral de 1.000 metros.

5.5.7. Implantación de actividades comerciales vinculadas a infraestructuras de transporte, ámbitos portuarios o instalaciones deportivas.

En muchos casos, los suelos portuarios que progresivamente se van desafectando de sus actividades logísticas, pesqueras o industriales se incorporan a la trama urbana circundante desarrollando usos comerciales, los cuales deben ser regulados de forma planificada.

Para dimensionar el tamaño y el tipo de actividades a implantar, su movilidad generada, su impacto sobre las infraestructuras, servicios urbanos, etc. las administraciones encargadas de promover dichas implantaciones deben trabajar de forma coordinada con los distintos entes responsables de la gestión de los espacios portuarios y el resto de administraciones afectadas para desarrollar planes directores que especifiquen, dimensionen y cuantifiquen los impactos que podrían generarse, a fin de desarrollar las medidas necesarias para minimizar su incidencia y contribuir al desarrollo equilibrado del territorio, proponiendo modelos de implantación que respeten las directrices de la Estrategia Territorial.

Existen casos en los que las operaciones de relocalización de importantes equipamientos deportivos llevan aparejado un conjunto de operaciones inmobiliarias que suponen el desarrollo de suelos con edificabilidad lucrativa en localizaciones en las que el planeamiento no los preveía, por tratarse de suelo dotacional o suelo urbanizable no programado, y por lo tanto, sin usos previamente asignados.

En estas operaciones, que afectan tanto a la nueva como a la antigua localización, como parte de su tramitación se exigirá un estudio que evalúe la idoneidad e impacto de los usos y formatos propuestos, teniendo en cuenta que la afluencia de visitantes a estos equipamientos está temporalmente muy acotada y que debe atender a criterios de racionalidad y de equilibrio territorial, minimizando su impacto sobre los tejidos urbanos en los que se ubican.

5.5.8. Integración, implantación, modificación o traslado de sectores de venta no sedentaria.

La organización de los espacios urbanos para acoger la implantación de un mercado no sedentario ha de cumplir unas condiciones mínimas que permitan el asentamiento de la parada y la dotación de los servicios mínimos que la actividad comercial requiere.

Además, su localización debe ser tal que su desarrollo no impacte negativamente sobre la movilidad, la funcionalidad, ni la imagen de los núcleos urbanos.

Para ello los Ayuntamientos deben estudiar las ubicaciones de los “mercadillos”, mejorando su integración, garantizando la accesibilidad, resolviendo los conflictos generados por las necesidades de aparcamiento tanto de los vendedores como de los visitantes, etc.

Cuando concurra alguna circunstancia que impida o dificulte el óptimo funcionamiento de la actividad, será la propia Administración local la que tendrá que estudiar el traslado de la misma. Serán motivo de traslado: la ubicación en zonas periféricas, no conectadas con los núcleos de población, que obliguen al uso de vehículo privado; la ubicación en zonas inundables; la ubicación en zonas con destacados desniveles, si ello dificulta la transitabilidad, habida cuenta de que gran parte del público potencial son personas de edad avanzada, y que han de acarrear sus compras; la ubicación en entornos protegidos, naturales, monumentales, o próximos a ellos, con riesgo de impactos negativos.

Además, las ordenanzas municipales en materia de venta no sedentaria, mercadillos, ferias, etc. deben sentar las bases de la ordenación espacial y de la imagen de estas actividades, incorporando estándares de accesibilidad y “habitabilidad”, así como los mecanismos oportunos para asegurar el cumplimiento de una serie de condiciones de implantación por parte de los comerciantes.

Las instalaciones deben:

- ▶ Permitir la circulación cómoda para los compradores sin perjudicar la movilidad y el paso de acceso de los vecinos a las viviendas y a los comercios fijos. Se recomienda la existencia de un paso libre central que permita el desplazamiento cómodo de los clientes portando sus compras.
- ▶ Garantizar la accesibilidad a personas con movilidad reducida mediante la supresión de las barreras arquitectónicas.
- ▶ Dejar libres los pasos de peatones que cuenten con bordillos achaflanados para garantizar la accesibilidad a personas con movilidad reducida y las portadoras de carros de la compra, cochecitos de niños, etc.
- ▶ Garantizar una separación mínima entre las paradas para acceso de los comerciantes e incorporación a la vía desde las aceras.
- ▶ Mejorar el diseño y confort de los puestos de venta, incluso incorporando probadores en el caso de venta de prendas de vestir.
- ▶ Proteger la mercancía expuesta en el exterior sin obstaculizar las zonas de paso peatonales.
- ▶ Utilizar alineaciones de arbolado para proteger del asoleamiento directo, o bien por medio de lonas y materiales textiles ligeros.
- ▶ Dotar a las paradas de alimentación eléctrica y conexión a la red de agua potable.

Por lo que respecta a la movilidad, deben estar próximos a las principales líneas de transporte público, en un radio no superior a 500 metros, a amplias zonas para carga, descarga y estacionamiento, contando con 2,5 plazas de aparcamiento por cada 100 m² de superficie de venta.

Por otra parte, debe motivar la relocalización y el cambio de ubicación de un mercado de venta no sedentaria su ubicación inadecuada o peligrosa, cuando se ubique en alguno de estos supuestos:

- ▶ En zonas periféricas, no conectadas con los núcleos de población, que obliguen al uso de vehículo privado.
- ▶ En entornos protegidos, naturales, monumentales, o próximos a ellos, con riesgo de impactos negativos.
- ▶ En zonas inundables, donde existe o puede existir un elevado un riesgo de incendio forestal o cualquier otro riesgo para las personas.
- ▶ En zonas de difícil acceso para los servicios de emergencia.
- ▶ En zonas donde los puestos de venta se sitúan en los accesos a edificios de uso público, establecimientos comerciales e industriales.
- ▶ En zonas donde dificulten el acceso y la circulación, salvo en los casos en que se realizan en vías públicas cortadas al tráfico rodado.
- ▶ En zonas con destacados desniveles, si ello dificulta la transitabilidad de las personas, especialmente de las de mayor edad.
- ▶ En zonas situadas a más de 500 metros de paradas de transporte público, en un radio no superior a 500 metros.
- ▶ En zonas donde no exista una dotación suficiente de plazas para el estacionamiento para los vehículos vinculados a la actividad comercial no sedentaria, esto es, si en un radio en torno a 1.000 metros de la zona donde se desarrolla la actividad no existe, en las vías públicas o en otros espacios habilitados para el estacionamiento público, una dotación mínima de dos plazas por cada parada prevista.

5.5.9. Protección y conservación de establecimientos comerciales históricos o emblemáticos.

Existen en la Comunitat una serie de establecimientos comerciales cuya actividad dilatada en el tiempo los convierte en lugares emblemáticos. Se trata de comercios cuya presencia ha estado estrechamente ligada al devenir de los entornos y las ciudades en que se hallan.

Los criterios generales para su protección y puesta en valor pasan por la catalogación de los establecimientos existentes de estas características, su estudio y diagnóstico, y la formulación de una serie de directrices generales en base a las cuales incorporar los comercios históricos dentro de los catálogos de bienes y edificios protegidos de los Planes Generales.

La intención es ir más allá de la protección del bien inmueble y de los bienes muebles contenidos en su interior que sean dignos de conservación (mobiliario, revestimientos, maquinaria, elementos publicitarios, etc.), pues, en la medida de lo posible la conservación ha de hacerse extensible al conjunto de actividades realizadas en los locales, entendiendo que los usos allí desarrollados son la parte intangible integrante del bien a conservar.

Por medio de un servicio de asesoramiento técnico desarrollado por la Administración, se velará por lograr la compatibilidad de las actividades comerciales y sus actuales necesidades funcionales, formales e infraestructurales con la preservación y puesta en valor de sus elementos característicos dignos de protección y se desarrollarán una serie de servicios destinados tanto a los empresarios que desarrollan en ellos su actividad como a los propietarios de los locales.

Además, se deberá atender a la promoción y difusión de la riqueza y singularidad de estos establecimientos, dando a conocer el valor añadido que ellos aportan.

5.6. Programa de actuaciones.

5.6.1. Programas de ordenación y gestión de las áreas comerciales estratégicas.

El Plan considera determinados ámbitos de cualificación urbana. Estos son: las áreas de nueva centralidad, aquellas que actual o potencialmente disponen de buena accesibilidad de escala supramunicipal y facilidad de integración con los tejidos urbanos preexistentes, siendo idóneas para albergar equipamientos de escala comarcal o regional; las áreas de oportunidad, aquellas cuyo desarrollo está hipotecado por usos urbanos o infraestructuras obsoletas y de escasa viabilidad, pero que poseen una elevada renta de situación que le permiten ser soporte de actuaciones estratégicas para cualificar el territorio; las áreas de dinamización, aquellas con diversas problemáticas sociales, tales como déficit de equipamientos y espacios públicos, viviendas de baja calidad, entre otras, que requieren de intervenciones urbanas con carácter integral para su restauración e integración con el resto de tejidos urbanos; y los bulevares metropolitanos y sus entornos, como ámbitos cuyo eje central corresponde a un viario que ha perdido su funcionalidad original, pero posee una gran capacidad para articular tejidos urbanos o acoger elementos de centralidad urbana y sistemas de transporte colectivo.

A través de las Directrices de Ordenación Comercial de cada área funcional comercial se realizará una identificación de áreas estratégicas de cualificación comercial que deben ser objeto de actuación preferente por parte de la Generalitat, en colaboración con las corporaciones municipales, operadores y resto de agentes. De este modo, se deriva la delimitación exacta de estas áreas a los Ayuntamientos, y a estudios de detalle posterior. La declaración de estas zonas corresponderá a la Generalitat, si bien los ayuntamientos podrán solicitar su declaración y su inclusión en el planeamiento municipal. Se incorporarán mecanismos de cooperación interadministrativa para el desarrollo de programas y proyectos intermunicipales, cuando las áreas tengan un carácter supramunicipal.

- ▶ Las áreas de nueva centralidad, y oportunidad se considerarán en el Plan como ámbitos prioritarios para la implantación de nuevas actividades comerciales, con implantaciones de diversa escala según su naturaleza.
- ▶ En las áreas de dinamización se fomentará la realización de programas de regeneración por parte de las entidades locales, empresarios, agentes económicos y la propia Generalitat, tendentes a su regeneración y cualificación.
- ▶ En las áreas saturadas, se establecerán limitaciones o condicionantes exigentes al crecimiento de nuevo suelo comercial e instalación de actividades, por motivos medioambientales o territoriales y se estimulará su descongestión.

5.6.2. Reactivación comercial de los Centros Históricos Comerciales.

Dadas las particularidades de los entornos históricos y de sus singularidades a la hora de desarrollar las funciones urbanas básicas, conviene reformular las condiciones para la consideración de los Centros Históricos Comerciales.

Se trata de fomentar y conservar su función patrimonial, cultural e identitaria y hacerla compatible con otras funciones económicas ligadas al comercio, el turismo y los servicios.

Si bien la intervención en la ciudad consolidada es, en general, compleja, la incidencia sobre los entornos históricos lo es aún más si cabe, dada su complejidad, la fragilidad, la multifuncionalidad y la calidad de estos lugares.

El respeto hacia el patrimonio construido, la alianza del comercio con el turismo y el ocio, así como la necesidad de mantener la función residencial y un tejido comercial de proximidad que dé servicio a los residentes en estas zonas, obliga a desarrollar, por parte de las administraciones públicas, una serie de instrumentos que garanticen la reactivación del tejido comercial, en sintonía con las políticas públicas de regeneración urbana, residencial, patrimonial y dotacional de estos enclaves de gran simbolismo y valor, pero también de gran fragilidad, en los que las determinaciones que se lleven a cabo han de ser especialmente medidas y contrastadas.

La Generalitat debe articular, en primer lugar, el reconocimiento de estos entornos, y posteriormente, planes y programas de ayuda específicos. Para ello, debe exigirse a los Ayuntamientos un compromiso de mejora y puesta en

valor, debiendo contar con un Plan de mejora y dinamización comercial para el área y un Estudio de movilidad sostenible específico para el ámbito del Centro histórico.

5.6.3. Reconocimiento y actuaciones en Centros Comerciales Urbanos.

Conscientes de que cualquier aglomeración empresarial que intente ser competitiva debe partir de un alto nivel de concentración comercial gestionada de tal forma que ofrezca un alto nivel de servicios, amenidad y calidad urbana, desde las asociaciones comerciales zonales y las Administraciones Públicas se ha impulsado la figura de los Centros Comerciales Urbanos o Abiertos. Los Centros Comerciales Abiertos (CCUs), son áreas urbanas que agrupan bajo una misma imagen y gerencia, a empresas de distinto tamaño, a especialistas y generalistas (comercio, ocio, restauración, actividades culturales y turísticas) en un ámbito urbano, que tradicionalmente han mantenido una alta densidad comercial y de actividades complementarias.

Los CCUs aportan una respuesta inteligente a la progresiva polarización de áreas comerciales que se viene produciendo en las ciudades, en detrimento de sus centros comerciales tradicionales. Si la especialización y la mejora del nivel de servicio son aspectos esenciales para mejorar la competitividad del comercio más tradicional, también lo es contar con un entorno urbano amable, seguro, limpio y accesible.

La creciente creación de CCUs, es un factor positivo que debe ser apoyado. Además, la potente red de ciudades medias de nuestro territorio es un factor positivo que debería permitir la extensión de esta figura (45 ciudades cuentan con 25.000 habitantes o más). En concreto, existen claramente delimitadas unas 36 zonas urbanas que presentan fuertes concentraciones comerciales y que, en conjunto, albergan a 10.395 comercios (15,2% del total del tejido comercial y el 12,2% de superficie comercial), además de un cuantioso conjunto de actividades terciarias y servicios.

5.11 En la actualidad se puede afirmar que existen proyectos consolidados de este tipo en seis ciudades, con mayor o menor grado de madurez: Gandia, Ontinyent, Castelló, Valencia, Villena y Orihuela, si bien existen otras trece ciudades que ya cuentan con condiciones muy favorables al respecto. La extensión de esta figura debe ser un elemento central de las estrategias planteadas por el Plan.

5.6.4. Programa de reactivación y reconversión de los mercados municipales.

Los mercados municipales (153 mercados en 122 municipios con 5.319 paradas), galerías comerciales tradicionales y mercados ambulantes o extraordinarios (536 mercadillos al año, en 418 municipios con 38.025 puestos), son elementos dinamizadores de las ciudades de gran valor social, sobre los que es necesario seguir haciendo esfuerzos de transformación y modernización. En el caso de los mercados municipales, más allá de su fuerte capacidad de atracción de visitantes y su valor patrimonial e histórico, en muchas ocasiones son los más importantes proveedores de productos frescos a la población residente de muchas ciudades, por lo que ofrecen un servicio de gran importancia, especialmente a la población más envejecida o que presenta mayores limitaciones en cuanto a su movilidad.

Estos equipamientos colectivos tradicionales, por su naturaleza, tamaño o localización poseen una gran capacidad potenciadora y dinamizadora del conjunto de actividades que los rodean, creando sinergias positivas. Por ello deben ser protegidos, conservados y mejorados.

En este sentido, deberán priorizarse las actuaciones en ámbitos con baja dotación comercial, barrios vulnerables, municipios rurales y aquellos localizados en los centros históricos, de igual modo que todas aquellas que incorporen criterios de sostenibilidad y mejoras energéticas.

5.6.5. Programa de estímulo a la creación de comercio rural y en entornos de baja dotación comercial.

5.12-5.15 El ámbito que conforma el Sistema rural interior (definido en la ETCV) está conformado por 160 municipios (36% del territorio), que acogen una población de 89.682 habitantes (1,8%) con una media de 560 habitantes por municipio. Este sistema cuenta con 1.026 comercios (1,5%) y 58.243 m² (0,8%) de suelo comercial. Frente a los 74 valencianos por comercio de media, en este ámbito existen 87. El Índice de dotación comercial es dos puntos inferior a la media y su índice de superficie comercial es prácticamente la mitad.

El comercio rural se caracteriza por ser un comercio de proximidad (98,3%), generalista (ultramarcos, tiendas de alimentación – panaderías, carnicerías- autoservicios o superservicios) o que ofrece bienes de carácter cotidiano y que se dirige, generalmente, al autoabastecimiento de la población residente. La oferta comercial se completa con la celebración de mercadillos, que facilitan el acceso a productos frescos (pescado, fruta...) y algunos bienes básicos ocasionales (textil, calzado, complementos, menaje...).

Suelen ser comercios independientes y de carácter tradicional y familiar, con la problemática habitual de este tipo de negocios: relevo generacional, pérdida de competitividad frente a estructuras empresariales más potentes, etc. Su carácter tradicional implica una escasa modernización del negocio y una insuficiente penetración de equipamiento tecnológico, falta de aplicación de técnicas de escaparatismo, merchandising, etc. La localización de cabeceras comerciales en el entorno próximo con una dotación más completa, moderna y competitiva ha agudizado esta situación.

Mantener un nivel de dotación comercial básica (bar, panadería, ultramarinos, carnicería, farmacia), en todos los municipios (o próximos a ellos) y reforzar la venta no sedentaria o itinerante como fórmula complementaria, supone una garantía para conservar la calidad de vida de la población rural, especialmente de la población más envejecida o que presenta mayores problemas de movilidad.

Al mismo tiempo, el incremento de la demanda de espacio rural por parte de la sociedad urbana y las dinámicas turísticas litoral-interior, suponen una oportunidad para la actividad comercial ubicada en estos municipios, que siempre debe ir ligada y ser compatible con los valores del territorio y las actividades tradicionales. La potenciación del turismo rural ha logrado generar un nuevo tipo de demanda ligada, fundamentalmente, a productos autóctonos, la elaboración artesanal y la producción ecológica, que ayuda a reforzar las estructuras comerciales rurales y dinamizar económicamente estos enclaves.

La adopción de criterios de gestión urbana sostenible es necesaria para obtener el mejor partido posible de los beneficios de la proximidad y de la aplicación de estrategias avanzadas de ahorro de recursos. Se trata de promover un urbanismo de proximidad, que facilite el uso de los medios de transporte alternativos al automóvil, y en el que se potencie el espacio público multifuncional, equilibrando la preponderancia actual del uso del vehículo privado hacia modos de transporte sostenibles.

Para ello el Plan deberá asegurar la existencia de una red de servicios comerciales suficientes, próximos y adaptados a las demandas de las personas consumidoras y usuarias en todas las ciudades, así como impulsar la coordinación entre la planificación urbanística y la movilidad.

5.6.6. Programas en municipios turísticos e impulso al comercio de compras.

- 5.16 La estrecha relación existente entre los enclaves turísticos y comerciales en la Comunitat Valenciana, la mezcla de activos de valor histórico patrimonial, paisajístico y natural, propicia la creación de lazos de cooperación entre los operadores de los distintos destinos turísticos y el sector comercial localizado en dichos enclaves, con el doble objetivo de cooperar y competir, y así contribuir al enriquecimiento del mercado y su revalorización.

Con el fin de aprovechar las sinergias entre los atractivos turísticos y comerciales de estas zonas, la Generalitat desarrollará un programa de actuaciones en zonas turístico-comerciales, donde se establecerán medidas tales como la implementación de elementos de señalética que identifiquen dichas zonas, su promoción y dinamización, o la adaptación y cualificación del sector comercial a la actividad turística, etc.

5.6.7. Reducción del impacto ambiental del comercio.

El comercio y la distribución tienen un impacto ambiental significativo debido tanto a la actividad que generan (transporte, suministros, distribución, logística, etc.) como a los desplazamientos de los consumidores a los que dan servicio. Es un sector con un elevado consumo de energía, debido a las necesidades de alumbrado de los comercios, de refrigeración, de calefacción o climatización, etc., que genera y recupera cantidades muy importantes de residuos (envases, residuos alimentarios, productos eléctricos y electrónicos, etc.), y en el que existen insuficiencias y divergencias en los sistemas de recogida y reciclaje, que plantean problemas.

Como indica la UE, un modelo comercial más justo y eficaz debe tener en cuenta el impacto ambiental. Debe basarse en un consumo reducido de energía, en la logística y en sistemas eficaces de recogida y reciclaje de residuos. El ejercicio de la competencia no solo deberá tener en cuenta factores económicos, sino también criterios de tipo social, ético y ambiental.

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. En menor medida, la minimización de la contaminación lumínica y acústica, el consumo de agua y su afección a espacios naturales.

La movilidad en el comercio está muy relacionada con los desplazamientos a centros comerciales cerrados o urbanos para la realización de la compra semanal y los fines de semana, así como los desplazamientos dentro de la ciudad para desplazarse entre las zonas de residencia y las polaridades comerciales. Así, solo el desplazamiento a los centros comerciales valencianos por parte de los consumidores puede suponer la emisión de más de 4.000 Tn de CO₂ al año, además de otros gases de efecto invernadero, con unos 90 millones de desplazamientos motorizados. A esto habría que añadir las emisiones generadas por el transporte de mercancías. La distribución de mercancías en los puntos de venta puede suponer la emisión de otras 15.000 Tn al año, para el conjunto del comercio valenciano.

El subsector del comercio es el principal consumidor de energía del sector servicios (que en conjunto representa el 9,2% del consumo de energía final en la Comunitat Valenciana). Se estima que el comercio valenciano puede consumir 2.014 Gwh en energía eléctrica (7,40% consumo final de energía eléctrica del año 2008), que produce una huella de carbono (emisiones indirectas) equivalente a 415.000 Tn de CO₂ al año. El principal obstáculo para la reducción del consumo de energía en los comercios deriva de que, en la mayoría de los casos, el coste de la energía en este sector no es significativo frente a otros costes y que la estrategia comercial da prioridad al servicio que proporciona el gasto energético (por ejemplo, el confort climático o la estética) sobre el ahorro de energía.

En cuanto a la generación de residuos, tal y como se ha comentado, los residuos de origen comercial se engloban dentro de los residuos municipales. Se estima que del total de residuos municipales entre un 20% y un 25% son de origen comercial, lo que puede suponer unas 450.000 Tn al año (lo que supone en torno a 7 Tn de media por establecimiento al año). Especialmente entre el pequeño comercio, la recogida selectiva y de valorización material están muy por debajo de lo deseable, lo que supone que gran cantidad de residuos van a parar a los vertederos o las incineradoras, y en la emisión creciente de gases de efecto invernadero derivados.

Desde las Administraciones se deben propiciar actuaciones dirigidas a alcanzar un alto nivel de protección de las personas y del medio ambiente en su conjunto, para garantizar la calidad de vida, poniendo en marcha instrumentos y medidas que permitan prevenir, minimizar, corregir y controlar los impactos ambientales que la implantación de establecimientos y el ejercicio de las actividades comerciales comportan, y favorecer un desarrollo económico sostenible, con los mínimos condicionantes posibles, en coherencia con los objetivos establecidos de preservación del medio ambiente.

Es tarea principal implicar al pequeño comercio en la lucha contra el cambio climático, promoviendo la responsabilidad medioambiental en el sector comercial. Esto se pretende conseguir mediante la reducción del consumo energético, la reducción de la producción de residuos, el estímulo de la innovación en temas medioambientales y mediante la sensibilización de los consumidores sobre el desarrollo de hábitos de compra medioambientalmente respetuosos.

Se propone actuar a distintas escalas, con el objetivo global de reducir la huella de carbono y contribuir, desde el sector comercial, en la lucha contra el cambio climático. Por una parte, en la tramitación de aquellos establecimientos que requieran, para su apertura, de autorización comercial autonómica, se podría valorar la inclusión de medidas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, o incluso la obligación de realizar auditorías energéticas en los casos de establecimientos de mayor tamaño, así como en los mercados municipales. De igual modo, los ayuntamientos, por medio de la gestión del tráfico y el aparcamiento, deberán favorecer los desplazamientos no motorizados y en transporte público, integrando en estas políticas al sector comercial.

5.6.8. Elaboración de Directrices de Ordenación Comercial en las áreas funcionales comerciales.

5.17-5.18 La dirección general competente en comercio, una vez aprobado el Plan de Acción Territorial Sectorial de Comercio de la Comunitat Valenciana, deberá establecer un planning para la elaboración de las correspondientes directrices de ordenación comercial de cada área funcional comercial. Se plantea la realización de los quince planes en un periodo máximo de siete años desde la aprobación definitiva del Plan.

En su elaboración se adoptarán los medios necesarios para que participen las entidades locales y los principales actores públicos y privados del sector comercial que actúan en el territorio, tanto en la elaboración de las directrices, como en su aplicación posterior. El contenido de las directrices de ordenación será, como mínimo, el siguiente:

- ▶ Análisis territorial sectorial, que aporte información relevante sobre la evolución demográfica, el perfil sociodemográfico y sus implicaciones en la demanda comercial, la estructura comercial, los flujos y dinámicas comerciales y el uso del suelo comercial actual y previsto, según el planeamiento vigente.
- ▶ Documento de diagnóstico, con definición de escenarios de futuro, detallando la problemática y oportunidades identificadas, identificando sus causas y los agentes cuya actuación sea relevante para alcanzar los objetivos propuestos.
- ▶ Documento de planificación y ordenación propuesta.
- ▶ Documento de participación pública, que contenga el conjunto de actuaciones desarrolladas para propiciar la participación de los actores públicos y privados en la elaboración de las Directrices.

La priorización en la elaboración de las directrices responderá a la situación de cada una de ellas en relación a la problemática existente en el desarrollo de nuevos proyectos comerciales, así como a su importancia comercial relativa respecto al conjunto de la región. Además, se plantea la posibilidad de poder asimilar las directrices de ordenación comercial a los planes de acción territorial de carácter integrado, cuando sus contenidos, previsiones y determinaciones sean lo suficientemente detalladas en lo referido a planificación, ordenación y dinamización comercial.

5.6.9. Programa de catalogación, protección y conservación de establecimientos comerciales históricos o emblemáticos.

Dentro de los Catálogos de bienes inmuebles protegidos que forman parte de la documentación de los Planes Generales, la incorporación de los establecimientos comerciales históricos o emblemáticos incrementará la riqueza y el valor de este instrumento, ya que existen locales emblemáticos que cuentan con la existencia de mobiliario, decoración pictórica, azulejería, etc. que debe protegerse, sin que necesariamente exista una relación directa con los valores del edificio al que pertenecen, pudiendo existir edificios con un nivel de catalogación bajo donde haya algún establecimiento catalogado en el máximo nivel.

Tomando como referencia la Ley 4/1998 del Patrimonio Cultural Valenciano, estos establecimientos se incluirían en los correspondientes catálogos de bienes y espacios protegidos previstos en la legislación urbanística, con la expresada calificación de bienes inmuebles de relevancia local, inscribiéndose dentro del Inventario General del Patrimonio Cultural Valenciano.

La vinculación del establecimiento y su actividad al edificio en que se ubican implica que las obras que se realicen en el conjunto del edificio no deben suponer la alteración o desaparición de los elementos protegidos del establecimiento, habiendo de compatibilizar estas obras con la preservación de los elementos catalogados en ambos bienes.

Se pretende, no obstante, ir más allá de la mera protección de los bienes muebles y revestimientos, que permitiría cambios de uso en las actividades de los locales con el único requisito de mantener íntegramente los elementos catalogados del mismo. Se pretende que el bien intangible que representa la propia actividad comercial originaria del establecimiento pueda ser mantenida o, al menos, mínimamente desvirtuada, por la ocupación de otras actividades ajenas a las originales, lo que implica una restricción mayor de usos propios, afines o compatibles para cada local.

Ello precisa de una exhaustiva catalogación por parte de las Administraciones locales, tanto de los edificios, como de los locales, su equipamiento y de las actividades en ellos históricamente desarrolladas.

De forma coordinada entre las Administraciones autonómicas competentes en materia de comercio y de cultura y patrimonio se deben desarrollar protocolos para la catalogación, así como servicios de asesoramiento técnico, con el fin de lograr la compatibilidad de las actividades comerciales y sus actuales necesidades funcionales, formales e infraestructurales con la preservación y puesta en valor de sus elementos característicos dignos de protección.

Con el fin de proteger el mantenimiento de las actividades económicas allí desarrolladas, las Administraciones locales y autonómicas deben desarrollar medidas fiscales y tributarias que bonifiquen o incentiven el mantenimiento de las actividades comerciales históricas y la conservación de los inmuebles, con medidas concretas sobre el impuesto de bienes inmuebles, las tasas por licencias urbanísticas, los impuestos sobre construcciones, instalaciones y obras, y sobre el impuesto por actividades económicas, etc.

5.6.10. Actividades de investigación del sector comercial.

Es necesario que el sector comercial valenciano cuente con instrumentos de análisis y conocimiento, de la misma forma que otros sectores económicos, incorporando la componente territorial. El estímulo a la investigación, la innovación y el desarrollo en el sector debe ser un componente estratégico de la acción pública, en un sector económico que aporta el 13% del PIB regional y da empleo a casi 200.000 personas. En este sentido, se deben articular nuevos instrumentos para conocer la verdadera dimensión económica, empresarial, social y ambiental del comercio valenciano, donde todavía existen importantes lagunas de conocimiento.

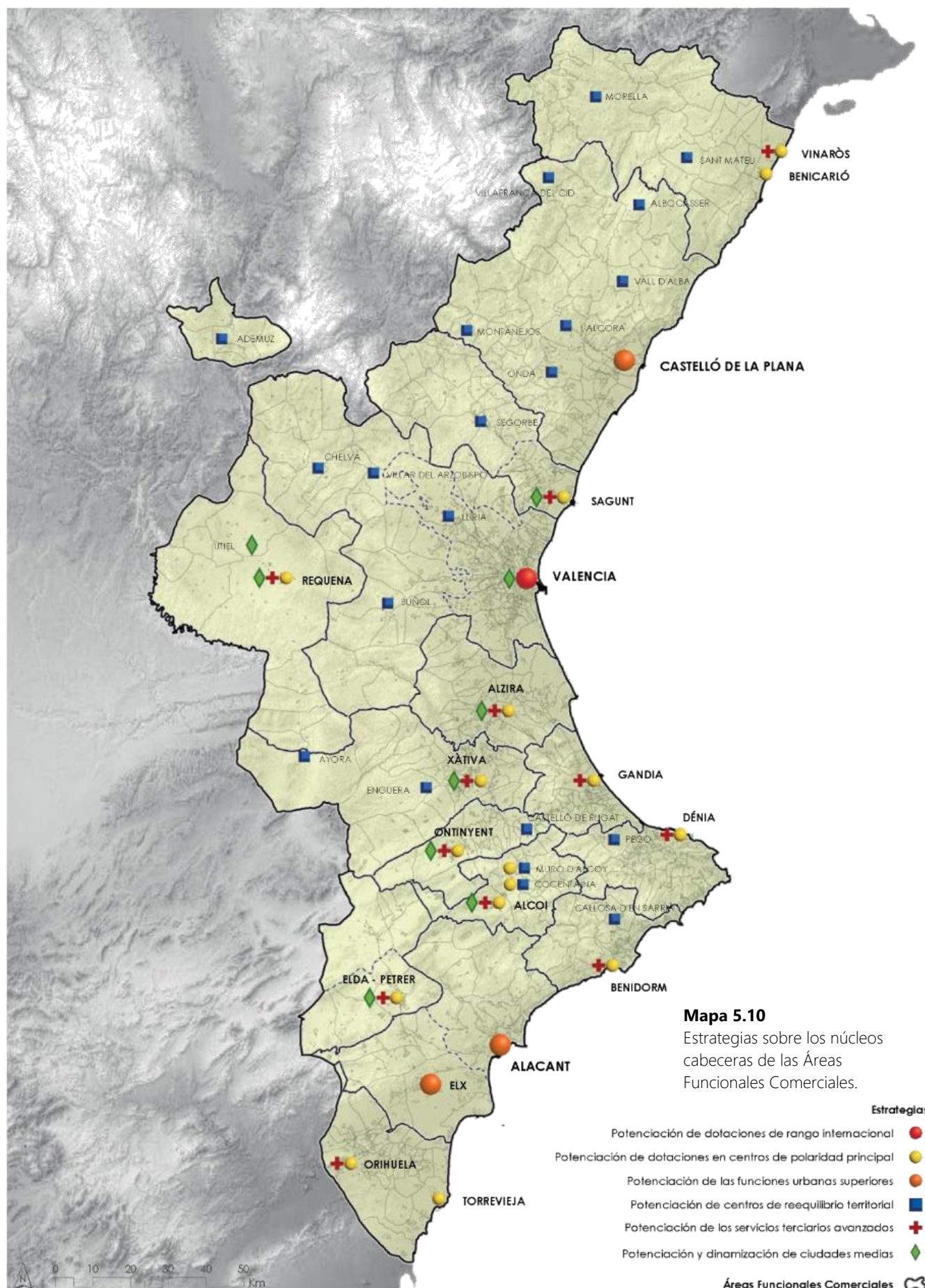
El artículo 95 de la LECOVA establece que *"la Generalitat, en el ejercicio de sus competencias, impulsará la creación de centros o institutos de investigación y conocimiento comercial, en los que se desarrolle, en colaboración con las Cámaras oficiales de comercio, industria y navegación y los agentes del sector comercial, la investigación sobre la distribución comercial valenciana, se divulgue información sobre aspectos clave de la misma y se asista a las administraciones públicas valencianas en el desarrollo de sus competencias en la promoción y ordenación del comercio valenciano y en el desarrollo de planes, programas y medidas de carácter sectorial o territorial, sobre cualquier aspecto económico, social, urbanístico o cultural que incida en el desarrollo y gestión del territorio y el comercio valenciano, facilitando el acercamiento al empresario del comercio de la información y asesoramiento en materia comercial"*.

La elaboración del Plan ha propiciado un mayor conocimiento sobre las dinámicas comerciales- territoriales en la Comunitat Valenciana, pero también ha dejado constancia del todavía desconocimiento existente sobre determinados aspectos clave en la relación entre la actividad comercial y el lugar que le da soporte. El Plan debe servir como estímulo para activar nuevas líneas de investigación y trabajo entorno al sector que deben ser promovidos y apoyados desde la Generalitat y en los que participen las Universidades, centros de conocimiento, organismos intermedios, etc. A modo orientativo se plantean las siguientes líneas de investigación:

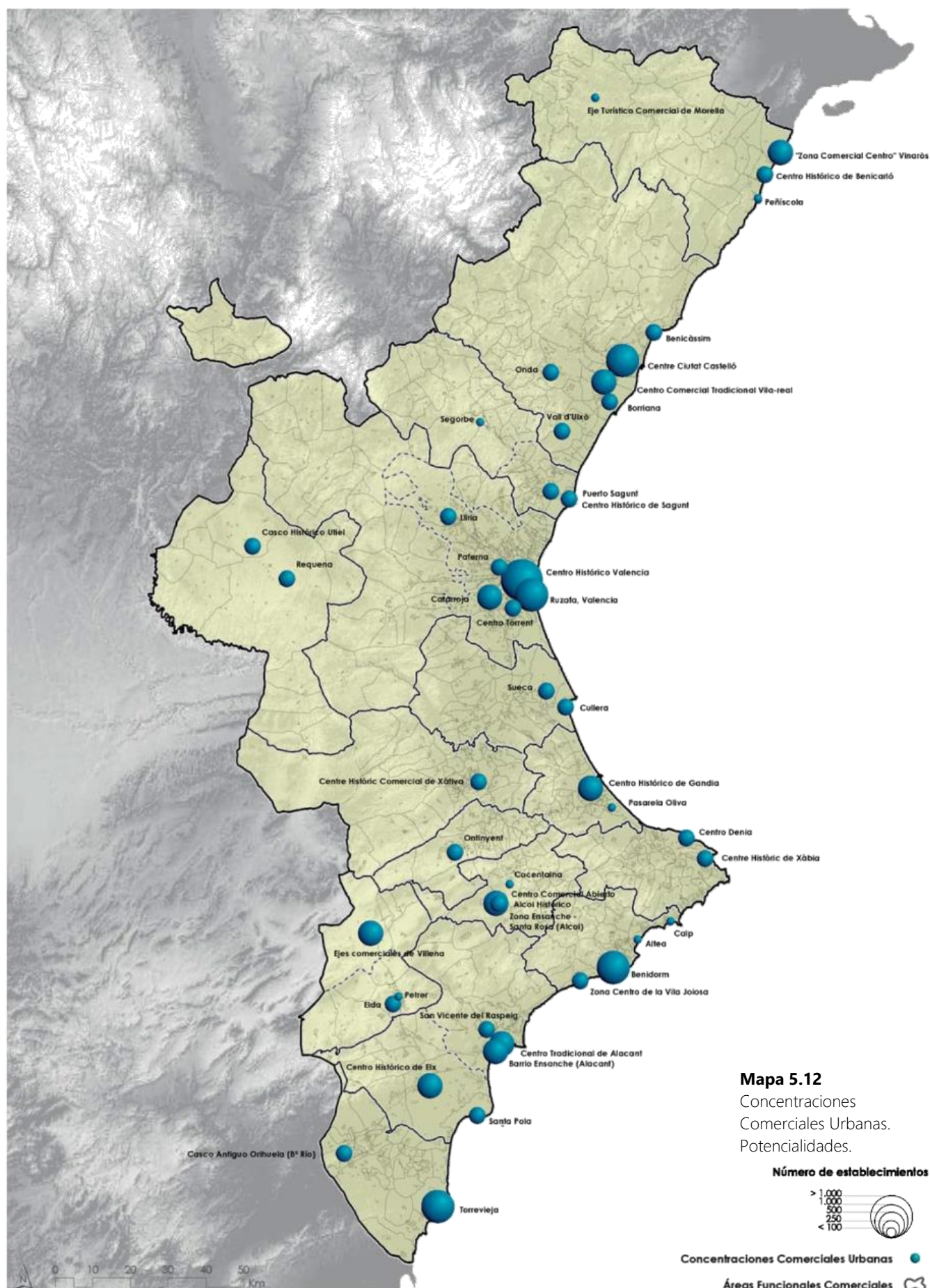
- ▶ Impacto del turismo sobre la actividad comercial en la Comunitat Valenciana.
- ▶ Estudios para la estimación del impacto ambiental del comercio, en relación a la estimación de sus consumos energéticos, de agua y residuos generados.
- ▶ Determinación de los intercambios que se producen inter-áreas funcionales comerciales.
- ▶ Potencial del comercio electrónico en el comercio valenciano y efectos sobre las dinámicas territoriales-comerciales.
- ▶ Estudio de los factores inmobiliarios ligados a la actividad comercial.
- ▶ Estudio de los impactos territoriales de los grandes equipamientos comerciales en la Comunitat Valenciana.
- ▶ Definición de estándares de ecodiseño en locales comerciales aprovechando las potencialidades de la región.
- ▶ Actualización de nuevos estándares dotacionales y de calidad comercial en base a la incorporación del comercio electrónico como canal de compras.
- ▶ Evaluación de la efectividad de las políticas y estrategias para la reactivación del comercio rural.

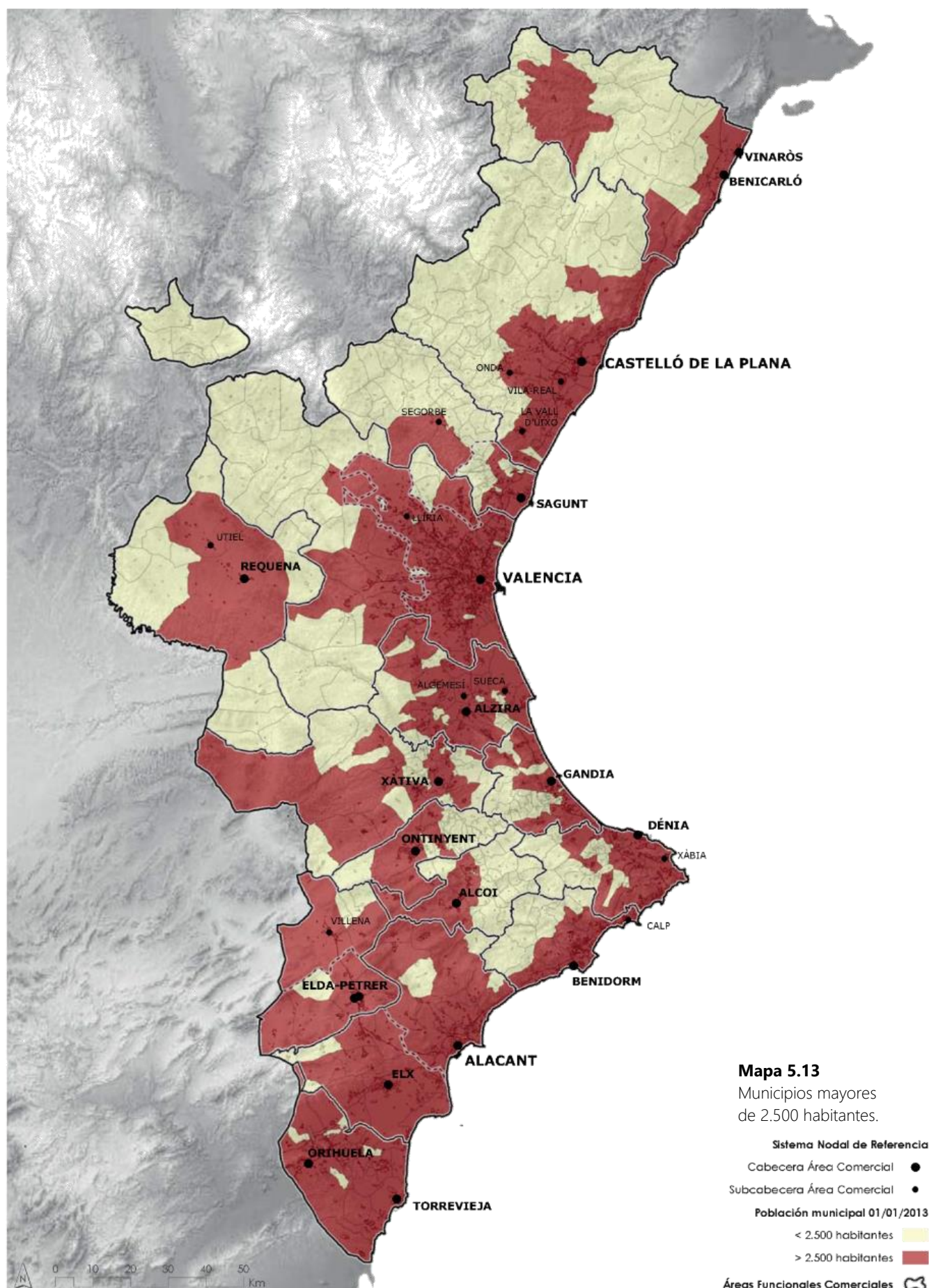
- ▶ Evaluación de la efectividad de las actuaciones de promoción y dinamización de las zonas comerciales urbanas.
- ▶ Estudios relacionados con la movilidad y la distribución urbana de mercancías.

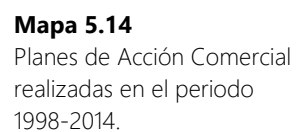
También se promoverán acciones de sensibilización, dirigidas tanto a los ciudadanos como a los consumidores, en relación sobre la importancia del sector comercial valenciano, el consumo responsable y la reducción de la huella ambiental.

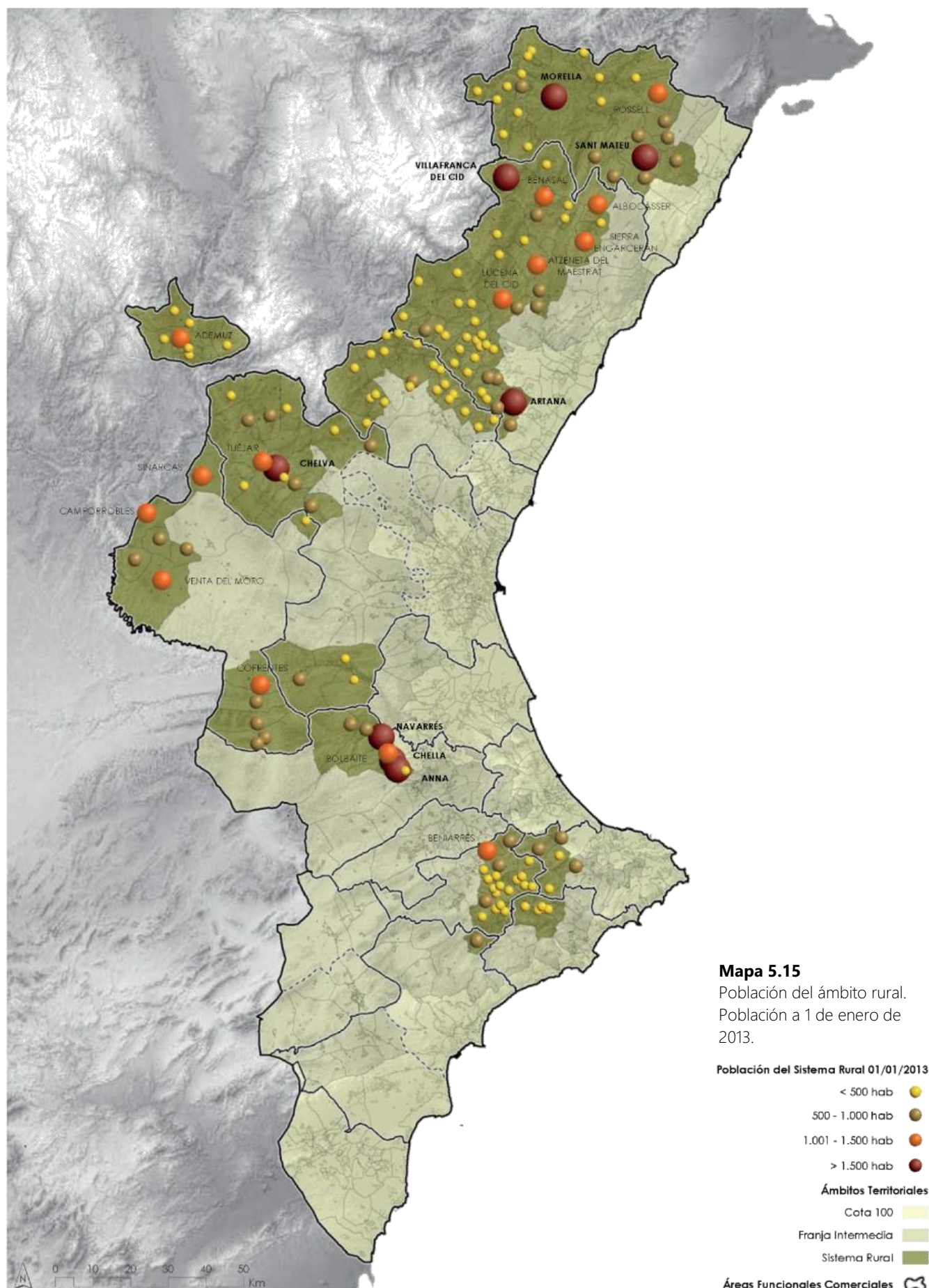


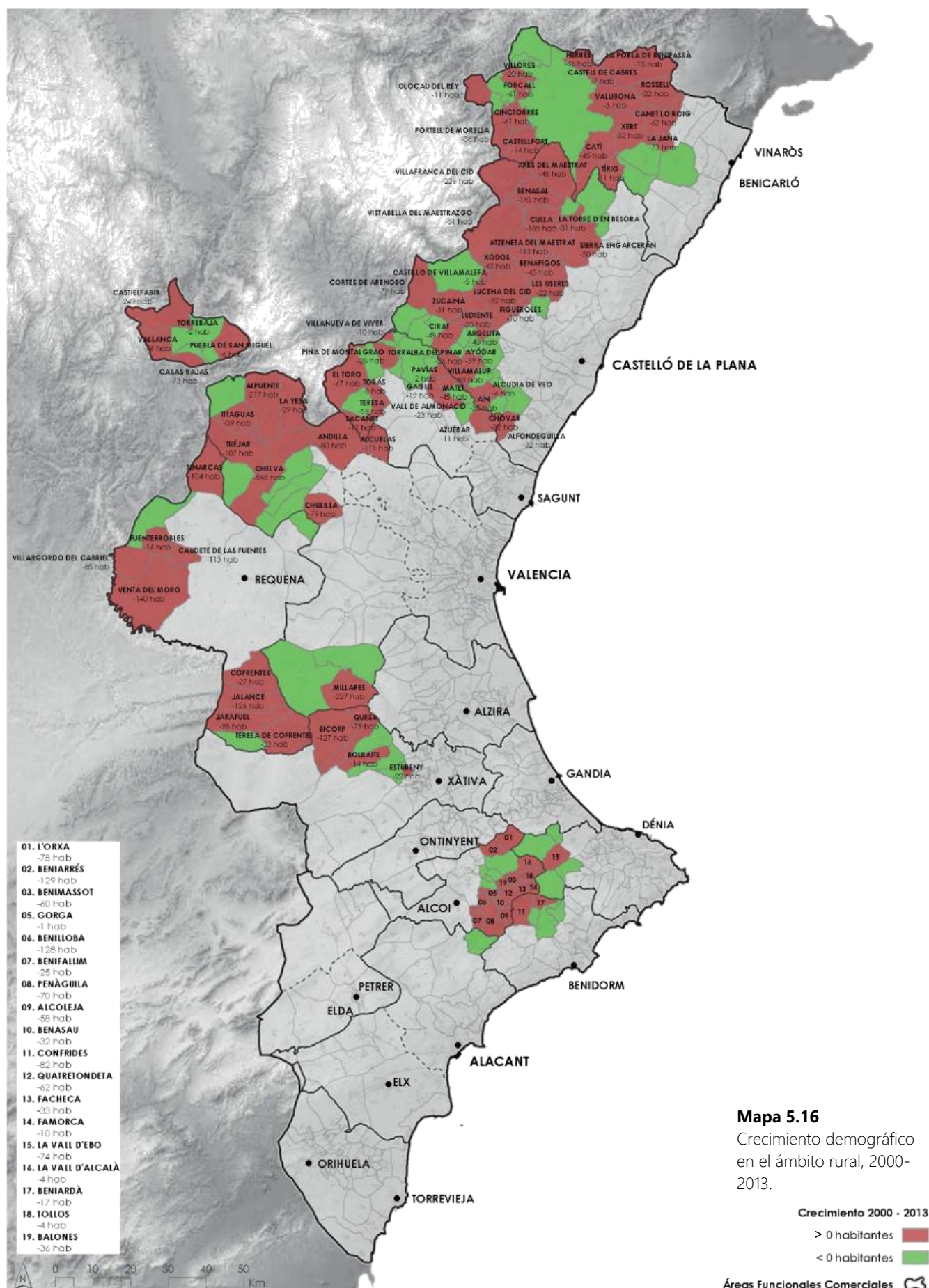






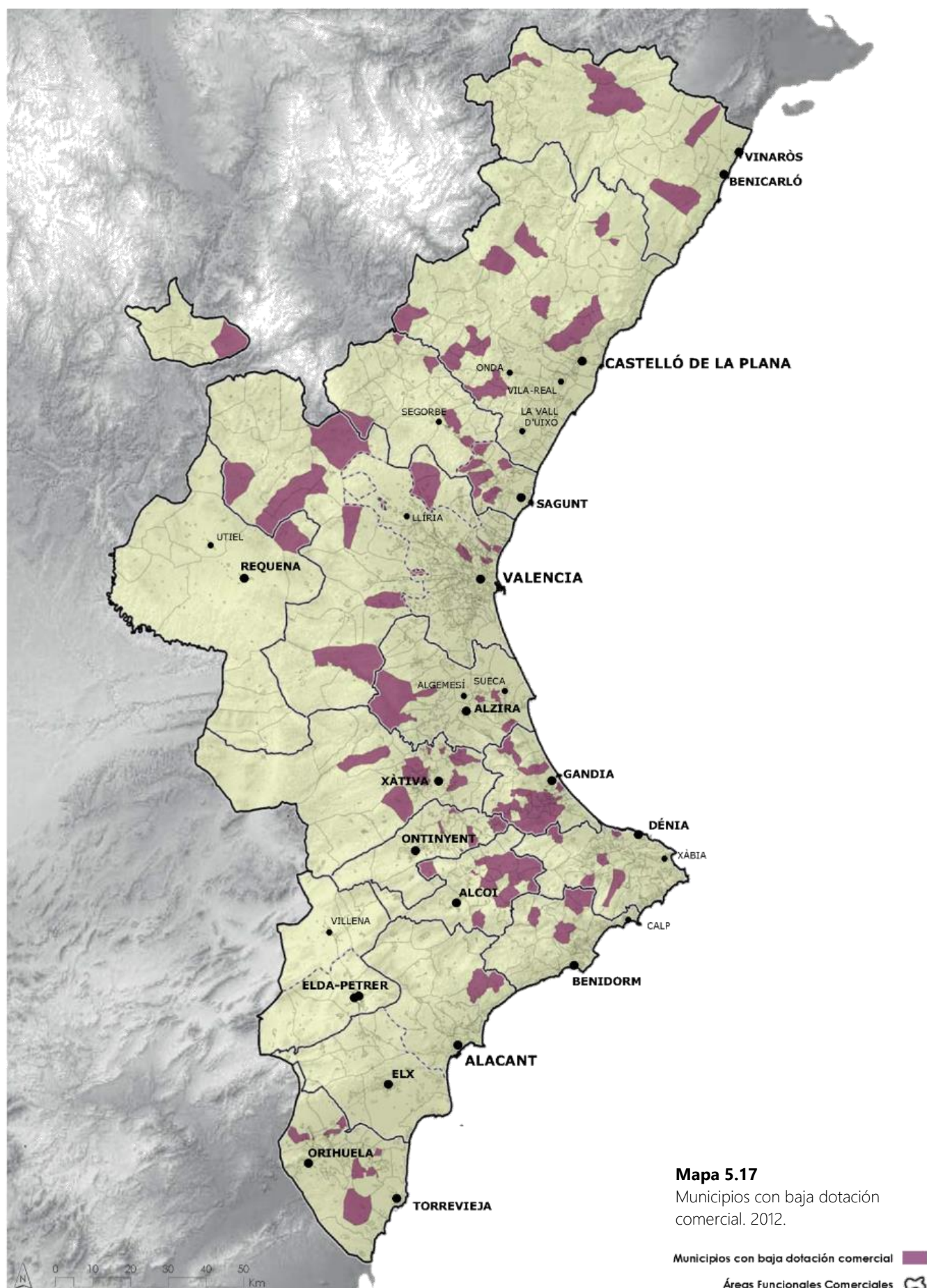


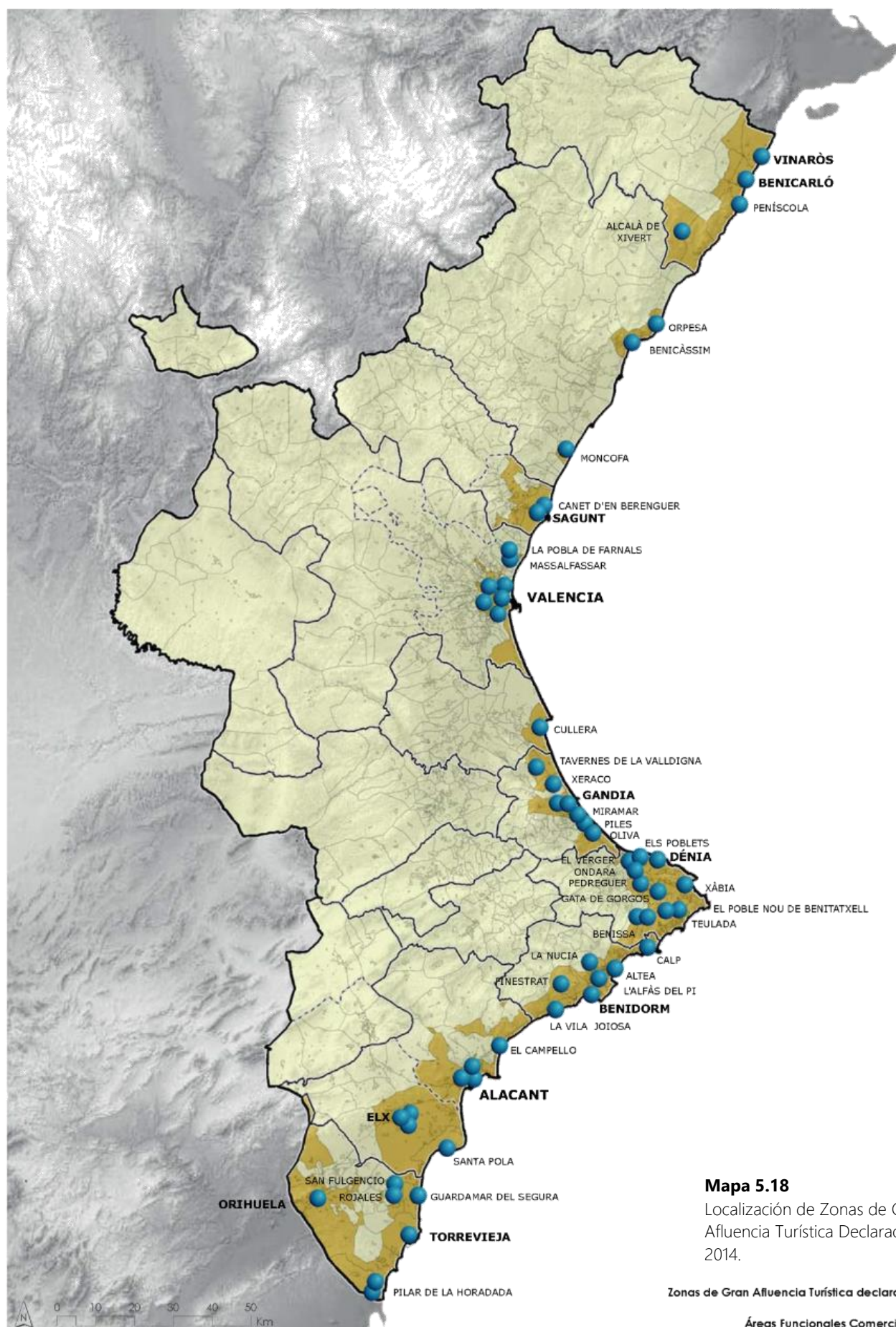




Mapa 5.16

Crecimiento demográfico
en el ámbito rural, 2000-
2013.





5.7. Optimización de la actuación de la Administración.

5.7.1. Mejora y simplificación de los procedimientos.

El PATSECOVA debe estimular la revisión de todos los procedimientos vinculados a la ordenación comercial, especialmente los relacionados con la apertura, traslado o modificación de locales comerciales y la concesión de la licencia comercial autonómica. Se pretende modernizar los procedimientos, reduciendo los periodos de tramitación e impulsando el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones en todo lo referente a la gestión derivada del Plan.

Las Administraciones deberán actualizar todos los procedimientos y trámites relativos al ejercicio de la actividad comercial, de tal forma que puedan realizarse fácilmente, a distancia y por vía electrónica, de acuerdo con la normativa de aplicación para el acceso electrónico de los ciudadanos a los servicios públicos. También deberán adaptar los procedimientos administrativos a lo dispuesto en los artículos 5 (simplificación de los procedimientos administrativos) y 6 (ventanilla única) de la Directiva 2006/123/CEE, relativa a los servicios en el mercado interior.

En general, la apertura de establecimientos comerciales estará sujeta al régimen de comunicación previa o declaración responsable y si así lo establece la futura Ley de Comercio Sostenible, mediante un procedimiento simplificado para la obtención de la autorización comercial autonómica para determinados supuestos, basada en una menor exigencia en la realización de estudios previos, la presentación de una declaración responsable según un formulario normalizado y una reducción de los plazos de resolución.

También se deben desarrollar sistemas de información que permitan una mejor comunicación sobre las decisiones que la Administración toma en la planificación comercial y que aporte valor a los operadores en relación a sus decisiones de implantación. Por ese motivo se propone la creación del Sistema de Información del Comercio de la Comunitat Valenciana.

5.7.2. Sistema de Información del Comercio de la Comunitat Valenciana.

El adecuado conocimiento de la realidad del territorio es básico para poder planificar y evaluar la trascendencia territorial y ambiental de las decisiones, aspecto que constituye un déficit en el urbanismo actual. Las Administraciones Públicas tienen el reto de mejorar esta información desligándola de los propios encargos del planeamiento, profundizando en el análisis y estudio territorial, intercambiando y coordinando información y convirtiendo esta información en una fuente actualizada, accesible e integrada, facilitadora de los procesos de planificación.

Con esta finalidad se creará el Sistema de Información del Comercio de la Comunitat Valenciana, una plataforma digital para facilitar información y fomentar la comunicación y coordinación entre los distintos agentes y las Administraciones con competencias en la ordenación comercial en el ámbito de la Comunitat Valenciana. Las funciones de esta plataforma serán las siguientes:

- a) Divulgar toda la información de la que se disponga, de forma accesible y adecuada a los diferentes usuarios, facilitando la toma de decisiones por parte de los operadores del comercio.
- b) Facilitar información sobre el desarrollo y ejecución del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana.
- c) Facilitar la colaboración, coordinación, información y comunicación entre los distintos agentes y Administraciones con competencias en la ordenación comercial.

A través de este sistema de información, cualquier ciudadano podrá conocer la situación administrativa de los proyectos comerciales sujetos a la obtención de la autorización comercial autonómica y otros trámites vinculados a licencias comerciales. Para ello, se habilitará un apartado en la web de la Dirección General de Comercio y Consumo desde donde se podrá acceder a la información pública del expediente de autorización.

Desde la desaparición del Registro Autonómico de Comercio y Comerciantes (RAC), existe una importante laguna en el conocimiento del número de locales comerciales y la estructura sectorial en la Comunitat Valenciana. Para solventar esta necesidad, la Generalitat deberá realizar estudios estadísticos periódicos que permitan obtener la evolución del sector en cada área funcional comercial.

Igualmente, se fomentará que los Ayuntamientos pongan en marcha sistemas de identificación de locales mediante la asignación de códigos. Un mejor conocimiento del número de locales, su localización, uso, características técnicas y restricciones de uso, permitirá mejorar en materia de inspección, vigilancia y control, agilizar los trámites de obtención de licencias de apertura, así como la realización de estudios sectoriales periódicos de evolución sectorial a escala municipal.

5.7.3. Sistema de Información Territorial del Comercio.

Uno de los objetivos del Plan, además de definir un marco territorial para la ordenación del comercio, es facilitar un marco de actuación para los operadores del sector. La información cobra, en este sentido, un papel fundamental. Los Planes territoriales deben garantizar el acceso a la información de los ciudadanos y colectivos en todas sus fases, y también en su ejecución.

Toda la información cartográfica del Plan desarrollada en soporte digital, además de la derivada de incorporaciones o revisiones posteriores, se integrará en las plataformas de difusión cartográfica que se gestionan desde el Instituto Cartográfico Valenciano, organismo competente dependiente del Consell en esta materia. Este Sistema de Información Territorial incorporará específicamente la delimitación de las Áreas Funcionales Comerciales y subáreas, la identificación de las ciudades que conforman el Sistema Nodal de Referencia Comercial (SNRC), la delimitación de las Áreas de actuación preferente, la situación de los indicadores orientativos de ocupación para suelo de uso comercial y la localización de los equipamientos comerciales con impacto territorial (ECITs).

Esto permitiría dar a conocer a los operadores privados los emplazamientos más inadecuados o no aptos para una implantación comercial, así como las medidas correctoras que se establecen en otros casos, para poder hacer su propia valoración previa antes de someter sus propuestas al procedimiento de autorización.

5.7.4. Nuevos desarrollos normativos.

A pesar de los significativos avances que supuso la LECOVA, en su consideración del comercio en los instrumentos urbanísticos, todavía existen algunos déficits respecto al marco regulatorio de la ordenación comercial. A su vez, el propio Plan establece la necesidad de regular determinados aspectos. A continuación, se identifican los instrumentos normativos que, al amparo de lo dispuesto en la legislación vigente, se proponen desarrollar, o actualizar:

- ▶ Procedimiento de concesión de la autorización comercial autonómica, incluida en la futura Ley de Comercio Sostenible.
- ▶ Norma para el reconocimiento de los Centros Comerciales Urbanos en la Comunitat Valenciana y el estímulo a la puesta en marcha de figuras de gestión en dichos ámbitos.
- ▶ Norma para el reconocimiento de los Centros Históricos Comerciales.
- ▶ Norma reguladora para la declaración de las áreas comerciales estratégicas.
- ▶ Instrucciones autonómicas para la realización de estudios de movilidad y de impacto medioambiental del comercio.
- ▶ Directrices para la ordenación de la actividad comercial mayorista y su regulación.
- ▶ Instrucciones para la ordenación de las zonas de venta no sedentaria.

5.7.5. Cooperación y coordinación de las actuaciones de la Administración.

Se debe fomentar el establecimiento de mecanismos de coordinación interadministrativa y espacios de participación de los agentes relevantes en cada área funcional comercial, estimulando la cooperación entre los Ayuntamientos para la formulación de proyectos supralocales y la creación de entidades para su gestión, fomentando la recualificación comercial de ámbitos urbanos consolidados que presentan signos de degradación urbanística y/o declive comercial.

Se propone la puesta en marcha de una comisión de carácter interdepartamental como órgano consultivo, asesor y de colaboración con la Generalitat en la ordenación de la actividad comercial. Dicha Comisión tendrá carácter consultivo en las decisiones autonómicas referentes a la evaluación de los instrumentos de planeamiento urbanístico, el seguimiento de los indicadores orientativos de ocupación del suelo comercial, la calificación de áreas comerciales estratégicas y en la evaluación de proyectos comerciales con impacto territorial.

El Plan deriva muchas de sus actuaciones a las decisiones que se tomen en el ámbito municipal y en la redacción de los correspondientes estudios de detalle, que permitirán localizar y planificar actuaciones prioritarias –por ejemplo la delimitación de las áreas comerciales estratégicas-, pactando los objetivos de las mismas con los agentes afectados desde una vocación supramunicipal. En este sentido, la delimitación de las áreas funcionales comerciales tiene el propósito adicional de fomentar la coordinación y planificación compartida entre las Administraciones, especialmente las locales, potenciando la utilización de instrumentos técnicos de análisis, diagnosis, planificación y ordenación.

En el caso de proyectos comerciales que supongan impactos territoriales relevantes, se habilita un procedimiento de consulta a los Ayuntamientos colindantes, si bien los resultados del mismo no serán vinculantes en la concesión o denegación de la autorización.

5.7.6. Nuevas fórmulas para la planificación y dinamización comercial.

El comercio urbano agrupado en áreas comerciales, especialmente en el centro de la ciudad ha avanzado en los últimos años, en la mayor parte de nuestras ciudades, hacia modelos de gestión que aspiran a convertir estas áreas en centros comerciales abiertos o urbanos (CCUs), gestionados profesionalmente y en los que la iniciativa privada de los empresarios y la pública de los Ayuntamientos y Comunidades Autónomas cooperan, con mayor o menor intensidad, para hacerlos más atractivos, accesibles y competitivos.

Los Centros Comerciales Urbanos (CCUs), son áreas urbanas que agrupan bajo una misma imagen y gerencia, a empresas de distinto tamaño, a especialistas y generalistas (comercio, ocio, restauración, actividades culturales y turísticas) en un ámbito urbano, que tradicionalmente ha mantenido alta densidad comercial y de actividades complementarias. Estas figuras aportan una respuesta inteligente a la progresiva polarización de áreas comerciales que se viene produciendo en las ciudades, en detrimento de sus centros comerciales tradicionales.

A través de la gestión derivada de los CCUs, muchos centros urbanos han podido mantener una oferta comercial amplia y de calidad en zonas donde la demanda corría el riesgo de estancarse o reducirse, al ser capaces de atraer potenciales consumidores de otras zonas, ampliando su área de influencia comercial e incrementando la demanda potencial.

Los Centros Comerciales Urbanos constituyen una fórmula moderna y actualmente viable para que el pequeño comercio mejore su capacidad de competir, pero que no resuelven algunos aspectos clave. De hecho, muchas exitosas experiencias de CCU en nuestro país se encuentran actualmente en un periodo de impasse o de dificultades para seguir avanzando ya que arrastran los mismos problemas y limitaciones que las asociaciones de comerciantes desde las que nacen. Sobre todo, un marco de financiación basado en el voluntarismo, insuficiente y demasiado dependiente de las aportaciones públicas.

En general, el modelo actual de financiación de los CCUs se basa en la captación de fondos a través de tres fuentes: las cuotas voluntarias de los empresarios asociados, la obtención de ayudas y subvenciones públicas y la obtención de ingresos por prestación de servicios. En menor medida, se obtiene financiación ofreciendo servicios a los consumidores, acciones de esponsorización o patronazgo, la organización de eventos, la venta de merchandising o la gestión de infraestructuras, como aparcamientos.

Muchos proyectos de CCUs se desarrollan sin un suficiente nivel de representatividad en la zona de actuación, en gran parte debido al bajo nivel de asociacionismo empresarial no sectorial. A esto se une que un gran número de comerciantes no están concienciados sobre la importancia que tiene la mejora del entorno de negocio y, por tanto, tampoco están dispuestos a colaborar económicamente en proyectos o acciones que se desarrollan más allá de la persiana de su negocio.

La constante necesidad de obtener financiación a través de la recaudación de las cuotas voluntarias, supone un esfuerzo ímprobo para el que muchas asociaciones no cuentan con los medios y recursos suficientes y que a medio y a largo plazo, genera desazón y agotamiento en las organizaciones, muchas veces gestionadas gracias al esfuerzo voluntario de sus directivos.

Respecto a las ayudas públicas, la aportación de subvenciones y ayudas por parte de las Administraciones Públicas, especialmente locales y regionales en la creación, puesta en marcha y promoción de los centros comerciales abiertos españoles ha sido muy importante. Pero esto también ha generado problemas. Tal vez el más importante ha sido la creación de un nivel de dependencia muy alto que ha debilitado iniciativas en la búsqueda de un mayor compromiso del sector privado.

Las Administraciones, especialmente las Comunidades Autónomas, han centrado sus esfuerzos más en apoyar la puesta en marcha de estos proyectos que en su consolidación. En el mejor de los casos, se han firmado convenios y acuerdos de colaboración que las comprometen durante algunos años garantizando el compromiso financiero público. En cambio, no han sido frecuentes los compromisos formales, a través de la constitución de asociaciones mixtas público-privadas.

Esta fuente de financiación está decreciendo dado el problema de la financiación de las Entidades Locales y de las Comunidades Autónomas, agravado por la crisis económica, que ha provocado la caída generalizada de ingresos municipales. El resultado ha sido que una gran mayoría de los CCUs están subcapitalizados y cuentan con una capacidad de maniobra muy baja. Con estas cuantías, muchas de estas organizaciones se ven abocadas a desarrollar acciones y prestar servicios convencionales, asumir bajos costes de gestión centrados en el "día a día", sin tener capacidad de plantear proyectos más estratégicos.

En definitiva, de la misma forma que es deseable un mayor compromiso financiero de origen privado, no se puede confiar en que el sostenimiento económico público de estas iniciativas sea indefinido y suficiente. Lo cual supone que la situación económico-financiera, y por tanto, la capacidad de estas entidades de afrontar proyectos más estratégicos, estarán siempre sujetos, en el modelo actual, a la incertidumbre de la financiación.

Por último, hay que reconocer que los sistemas de gestión y toma decisiones de estas organizaciones no garantizan la apertura, participación democrática, confiabilidad, efectividad y coherencia que deben regir en cualquier entidad que trabaja con recursos públicos y que pretende operar en un espacio físico, pero también social, donde se entrelazan multitud de intereses, a veces contrapuestos. Prueba de ello es la escasísima participación de los grandes operadores comerciales en este tipo de organizaciones, y el predominio, en las asociaciones, del pequeño comercio sobre otro tipo de actividades que también operan a pie de calle en la zona.

Todo esto ha propiciado que muchos gestores y directivos de estas organizaciones, responsables locales y agentes implicados consideren que es el momento de dar un paso adelante, desarrollando un nuevo modelo que, por una parte, garantice la suficiencia financiera en la gestión de las zonas comerciales urbanas y, por otra, defina un nuevo marco de relación entre la propia comunidad de negocios y entre esta y las Administraciones Públicas.

Al mismo tiempo los centros urbanos son realidades cada vez más complejas en las que el comercio es una parte fundamental de su atractivo, pero también lo son otras actividades empresariales de los servicios o del turismo que contribuyen a convertir los centros urbanos en atractivos destinos de compras y de ocio.

Características básicas más comunes de los Business Improvement Districts (BIDs).

- ▶ Ámbito geográfico de actuación delimitado.
- ▶ Organización no lucrativa creada por la iniciativa privada, pero con respaldo público.
- ▶ Creada democráticamente (generalmente mediante adhesión y posterior votación).
- ▶ Aprobación previa por normativa municipal: delimitación, financiación, plan de actuación/negocio, sistema de votación. Capacidad de veto municipal.
- ▶ Financiación (70-85%) mediante contribución obligatoria de todos los propietarios u ocupantes de negocios de la zona, a través de tasas, recargos, contribuciones o impuestos especiales. Otras vías complementarias: ayudas públicas, donaciones, prestación de servicios, patrocinios.
- ▶ Generalmente cálculo de la tasa de contribución ligada al valor de la propiedad inmobiliaria donde se desarrolla la actividad económica. Entre el 1,5% - 3% del valor.
- ▶ Una vez aprobado, adhesión automática de todos los contribuyentes, forma de funcionamiento asambleario, con órganos de administración y dirección, Asamblea General, Junta de Administración, Director Ejecutivo-Gerente, etc.
- ▶ Recauda el Ayuntamiento, a través de impuestos locales, y transfiere el impuesto a la organización del BID.
- ▶ Vigencia determinada (3-5 años), con posibilidad de renovación previa, reautorización y votación.
- ▶ Plan de Negocios, que define la estrategia de actuación y financiación, concretando planes operativos.
- ▶ Gestión profesionalizada.
- ▶ Prestan servicios complementarios o adicionales a los públicos dirigido a la revitalización económica urbana: promoción, seguridad, limpieza, embellecimiento y mantenimiento del espacio público.

Fuente: Plan de dinamización comercial urbana. Consejo Superior de Cámaras y Ministerio de Economía y Competitividad, 2011.

A partir de estas limitaciones, se pueden identificar algunas claves para alcanzar un modelo eficaz de gestión de los centros comerciales urbanos:

- 1) Mientras la afiliación a las asociaciones y la aportación a las entidades gestoras de los Centros Comerciales Urbanos sea voluntaria, siempre va a existir la dificultad de alcanzar un nivel de representatividad alto y una financiación precaria que está desincentivando este tipo de iniciativas.
- 2) Dada la precariedad de las finanzas tanto autonómicas como locales y el horizonte dudoso de mejora de las mismas, la única solución posible es un modelo basado o muy próximo a la autofinanciación. Y esta solo será posible y viable en la medida en que toda la comunidad de negocios del área contribuya con sus aportaciones, evitando así que unos paguen y otros se beneficien del esfuerzo económico ajeno. Esto supone también integrar en este tipo de iniciativas no sólo a empresas comerciales, sino al conjunto de operadores y negocios de la zona.
- 3) Es necesario plantear iniciativas basadas en una visión estratégica común que involucre a lo público y lo privado. Las empresas deben poder tener un papel más activo en la mejora del entorno de sus negocios, como fuente de mejora competitiva. Por su parte, el sector público debe ser capaz de orientar estos proyectos hacia la consecución de objetivos que persigan el interés público y el bien común. Se trata de crear valor compartido a través de alianzas público-privadas y de cooperación interpersonal.
- 4) El desarrollo de figuras de gestión con modelos de financiación privados no debe suponer una sustitución de los servicios públicos que ya se presten. Se trata de ofrecer servicios adicionales, de valor añadido, o que antes no existían, a través de la utilización de recursos privados que proceden de la comunidad de negocios y que no suponen un coste para el ciudadano.

- 5) Las figuras organizativas sobre la que se asiente la gestión tienen que ser flexibles (formas jurídicas múltiples) para poder ser adaptadas a las características específicas de cada realidad social, económica y política. En cualquier caso, estas deben permitir una coordinación pro-activa entre todos los socios y su adecuado reparto de funciones y responsabilidades.

Como punto de partida, es necesario reformar el marco legal actual, de forma coordinada entre el Gobierno Central, las Comunidades Autónomas y las Administraciones locales, de tal forma que se posibilite la creación de nuevas herramientas para la gestión de las zonas o áreas urbanas más dinámicas, implicando directamente a las comunidades de negocios y al resto de agentes sociales y económicos.

El modelo actualmente de referencia, a nivel internacional, en el desarrollo de la gestión avanzada de los centros urbanos es el de los *Business Improvement Districts* (BID). Básicamente, los BIDs son organizaciones dirigidas de forma privada pero creadas con la aprobación de las autoridades locales cuando la mayoría de los propietarios y/o empresarios de una zona perfectamente delimitada acuerdan, mediante un proceso formal y garantista de votación, pagar una tasa extra o recargo obligatorio con la finalidad de ofrecer servicios adicionales dirigidos a la promoción y revitalización de esa área. Se trata, en la mayor parte de los casos, de una exacción para-fiscal de carácter finalista que nace de la voluntad mayoritaria de los beneficiarios.

Sus principales ventajas son las siguientes:

- ▶ Soluciona el tema de la financiación, al plantear una alternativa razonable a la colaboración económica voluntaria, mecanismo que no garantiza que todas las empresas hagan una aportación económica proporcional a los beneficios que obtienen, ni que esta contribución sea equitativa.
- ▶ Permite desarrollar un modelo de actuación sostenible, dado que los ingresos están garantizados, lo que facilita el cumplimiento de objetivos previamente acordados y consensuados con las Corporaciones Locales.
- ▶ No tensiona las cuentas públicas locales, al ser su financiación principalmente privada, aunque el Ayuntamiento actúa como entidad recaudadora.
- ▶ Se basa en un acuerdo previo de la comunidad de negocios, que vota democráticamente sobre su puesta en marcha o no.
- ▶ Involucra directamente a las empresas en la toma de decisiones sobre el destino de sus aportaciones económicas, implicándolas en un proyecto de mejora previamente decidido.
- ▶ Asegura un papel activo de la autoridad local, que siempre puede vetar el proyecto, así como ejercer funciones de control y supervisión en el desarrollo de la actividad del BID.
- ▶ Propicia la cooperación y el establecimiento de relaciones más estrechas entre las autoridades locales y las empresas, en el desarrollo de proyectos específicos.
- ▶ No supone una rotura con los proyectos actuales de CCU ni con el papel que desarrollan las asociaciones empresariales locales, que pueden jugar un papel activo en la puesta en marcha de este tipo de proyectos.
- ▶ Es un modelo de éxito demostrado, durante más de 40 años, que se está implantando en numerosos países.

Para estimular la implantación de modelos más avanzados de gestión de las zonas comerciales urbanas la Generalitat debe apoyar la profesionalización de las asociaciones empresariales locales o zonales y promover la puesta en marcha de organismos mixtos cuyo objetivo sea liderar la formulación, elaboración y gestión de proyectos de dinamización y mejora de dichas zonas. Se trata de fortalecer el papel de los actores privados en la mejora de sus entornos de negocios, dándoles la posibilidad de participar más activa y positivamente en su entorno urbano, económico y social y creando valor compartido a nivel local.

A su vez es necesario seguir avanzado en la creación de fórmulas jurídicas que mejoren la posibilidad de crear acuerdos entre lo público y lo privado, especialmente en la escala local, vínculos estratégicos y eficaces que permitan la prestación de mejores servicios a los ciudadanos, con responsabilidades compartidas. La colaboración público-privada puede tener una gran influencia positiva, si se aseguran la participación efectiva de lo público, lo privado, lo voluntario y lo comunitario. Alianzas que pueden generarse a través de acuerdos de financiación, la planificación conjunta de proyectos o el desarrollo coordinado de servicios y actividades.

La ciudad, a su vez, puede obtener beneficios prácticos de la puesta en marcha de este tipo de figuras: establecer mejores relaciones entre el sector público y privado; generar mayores ingresos por impuestos al incrementar los valores de propiedad y contar con una economía local más fuerte; mantener y crear empleo; estimular al sector privado a contribuir en la revitalización de zonas degradadas; promover una percepción positiva de la empresas entre los ciudadanos; valorizar el patrimonio local y generar nuevas oportunidades para el turismo y la cultura.

5.7.7. La Red de Agentes para la Innovación Comercial (RED AFIC).

La Red de Agencias para el Fomento de la Innovación Comercial (RED AFIC), coordinada desde la Dirección General de Comercio y Consumo, es un instrumento mediante el cual, la Generalitat Valenciana, en colaboración con la Administración Local, impulsa el proceso de modernización y ordenación del comercio local. La Red cuenta con más de cien agencias ubicadas en Ayuntamientos, mancomunidades y consorcios de la Comunitat Valenciana y permite acercar la actuación administrativa a un alto porcentaje de usuarios, universalizando el servicio a través de la colaboración con la Federación Valenciana de Municipios y Provincias (FVMP).

Las oficinas AFIC actúan como interlocutoras especializadas en comercio local y sirven como nexo de unión permanente entre los comerciantes, sus organizaciones representativas y la Administración. Igualmente, la RED AFIC es un componente básico de cooperación entre la Administración local y autonómica, lo cual permite una actuación coordinada de cara al desarrollo de políticas proactivas que procuren el desarrollo de la actividad comercial local.

La Generalitat Valenciana pretende seguir apoyando y reforzando la Red AFIC potenciando su función en la organización de actividades de asistencia técnicas a los empresarios y de apoyo a las asociaciones empresariales.

En el marco del desarrollo del Plan, la Red debe actuar como un aliado en cada territorio para asistir a los Ayuntamientos en la adaptación del mismo por parte de los Ayuntamientos, así como aportar a la Generalitat la información que se pueda incorporar en el Sistema de Información Comercial de la Comunitat Valenciana.

Tabla 5.06. Municipios, consorcios y mancomunidades que cuentan con AFIC, 2014.

Provincia de Alicante	Provincia de Castellón	Provincia de Valencia
Alcoi	Benicarló	Alaquas
Almoradí	Castelló de la Plana	Aldaia
Benissa	Morella	Algemesí
Calp	Nules	Alginet
Crevillent	Peñíscola	Alzira
Dénia	Segorbe	Burjassot
El Campello	Vinaròs	Carcaixent
Elda	Benicàssim	Catarroja
Guardamar del Segura	Alcora (I')	Chiva
Ibi	La Vall d'Uixó	Consorcio Pactem Nord
Monforte del Cid	Onda	Enguera
Novelda	Vila-real	Gandia
Ondara		Llíria
Pego		Mancomunidad La Serranía
Petrer		Mancomunidad Tierra del Vino
Sant Vicent del Raspeig		Mancomunidad Camp de Túrria
Santa Pola		Manises
Torreveja		Moncada
Villena		Ontinyent
Xàbia		Puçol
Altea		Ribarroja del Turia
Benidorm		Sagunto
Callosa de Segura		Silla
Convenga (Vega Baja)		Torrent
El Verger		Xàtiva
Elx		Xirivella
Gata de Gorgos		Alfajar

Orihuela
Pedreguer
Pilar de la Horadada
Pinoso
Rojales
Sant Joan d'Alacant
Teulada
Xixona

Benaguasil
Benetússer
Benifaió
Benigánim
Bétera
Buñol
Carlet
Chestre
Cullera
El Puig de Santa Maria
Alcudia (l')
La Pobla Llarga
Mancomunidad Alto Turia
Mancomunidad El Tejo
Mancomunidad Ribera Alta
Mancomunidad Vall d'Albaida
Meliana
Náquera
Oliva
Paiporta
Paterna
Picanya
Picassent
Tavernes Blanques
València

Fuente: Dirección General de Comercio y Consumo, 2014.

5.7.8. Impulso a la actividad de investigación y desarrollo en el sector comercial.

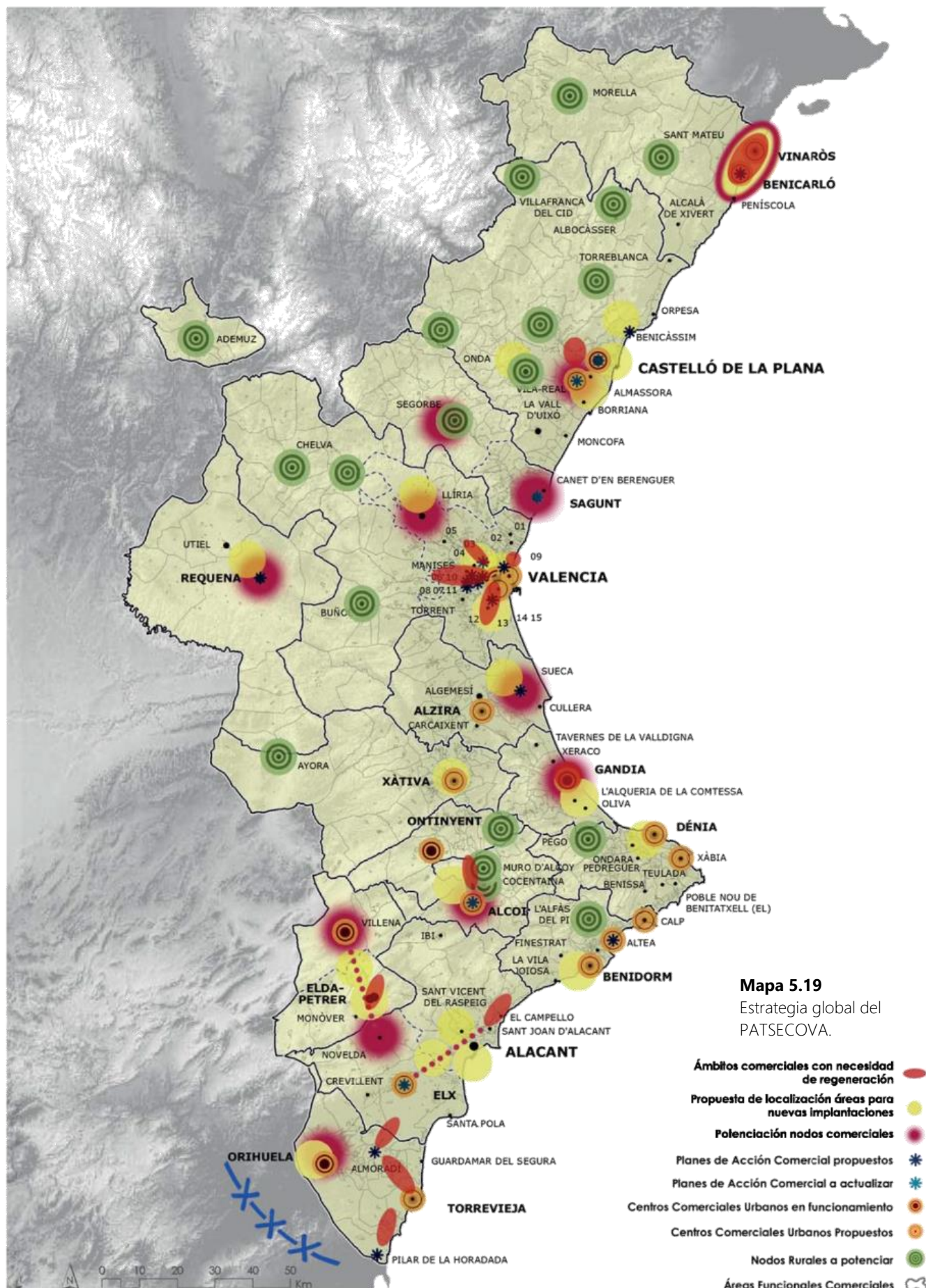
5.7.8.11. Oficina Técnica del Plan.

5.19 La realización de las tareas de seguimiento del Plan es una de las actividades más importantes para asegurar su adecuada ejecución e implementación por parte de las Administraciones y agentes del sector. Además, el Plan, en su parte propositiva, incorpora numerosas determinaciones que pueden ser difíciles de entender o que necesitan de una atención personalizada ante las dudas que se pueden plantear por parte de personal conocedor del mismo altamente especializado. Por este motivo, se plantea la necesidad de conformar una Oficina Técnica que ofrezca asesoramiento técnico para resolver las dudas que surjan en la adaptación de la normativa municipal al Plan territorial. Por ello se plantea la delegación de dichas actividades en un órgano que funcione como oficina técnica del mismo. Las funciones de la Oficina Técnica serán las siguientes:

- ▶ Asistir a la Generalitat en el desarrollo y ejecución del Plan de Acción Territorial.
- ▶ Ejecución del plan de actuaciones de forma coordinada con el resto de administraciones públicas.
- ▶ La elaboración de las Directrices de Ordenación Comercial.
- ▶ La elaboración de otros documentos, planes, programas, normas, directrices e instrumentos que desarrollen, completen o concreticen los contenidos del Plan de Acción Territorial.
- ▶ El mantenimiento y actualización de la información estadística e indicadores de seguimiento del Plan.
- ▶ La elaboración de memorias e informes de evaluación del nivel de cumplimiento del Plan.
- ▶ La actualización periódica de la cartografía temática del Plan.
- ▶ La elaboración de materiales de apoyo, guías y manuales técnicos que ayuden a la aplicación del Plan.
- ▶ Asesorar al Observatorio del Comercio de la Comunitat Valenciana en los aspectos relevantes del Plan.
- ▶ Informar sobre la coherencia de los proyectos comerciales con los objetivos y determinaciones del Plan.

- ▶ Facilitar la comunicació y la integració entre iniciatives que involucren a diferents administracions, entitats, organismes o agents del sector.
- ▶ La realització de accions de divulgació, comunicació o participació pública relacionades con el Plan.
- ▶ Qualquier otra actuació que, en el marco del desenvolupament y execució del Plan, le encomiende la Generalitat.

La Generalitat deberá decidir, en el moment de aprovació del Plan, si assume a través de su personal esta tarea o lo externaliza en altres entitats intermedies o empreses conecedoras del sector.



Fuente: Elaboración propia, 2014.

5.8. Presupuesto de las actuaciones del Plan de actuaciones.

Para la ejecución de las distintas actuaciones dirigidas a la consecución de los objetivos del Plan, se han establecido un conjunto de programas, cuya financiación corresponderá a la Generalitat, a las Administraciones Locales y a las empresas del sector, así como procedentes de fondos europeos y de otras Administraciones (Diputaciones y Administración Central).

En total, se ha estimado, para una programación a medio plazo que comprende el periodo de 4 años posteriores a la aprobación del Plan, con un presupuesto total de 60,31 millones de euros, de los que un 58,2% procederían de fondos de la Generalitat.

Las actuaciones que corresponden ejecutar a la Generalitat deberán estar alineadas con los programas públicos de ayudas e inversiones que promueve la misma a través de la Dirección General de Comercio y Consumo, lo que exigirá una revisión de las mismas a fin de que los objetivos sean coincidentes, incorporando, cuando sea necesario, nuevas líneas de inversión. La orientación correcta sería la definición de programas plurianuales, evaluados de forma continua en base a los objetivos planteados, que permitan actuar a través de programas operativos que comprometan a las Administraciones y operadores implicados y permitan una difusión amplia de las actuaciones desarrolladas.

Distribución del presupuesto por grandes ejes de actuación.

	Anualidad					
Ejes de actuación	n	n+1	n+2	n+3	Total	%
Planificación y ordenación comercial supramunicipal	270,0	278,0	264,0	198,0	1.010,0	1,7%
Planificación, ordenación y dinamización comercial local	1.866,9	1.788,0	3.844,0	4.624,0	12.122,9	20,1%
Actuaciones dinamizadoras del comercio y de mejora de las infraestructuras comerciales	1.627,5	9.004,0	13.112,0	16.860,0	40.603,5	67,3%
Investigación, conocimiento, comunicación y desarrollo de Plan	961,9	1.030,0	1.001,0	992,0	3.984,9	6,6%
Gestión del Plan	666,6	637,2	643,7	643,9	2.591,4	4,3%
Total	5.392,9	12.737,2	18.864,7	23.317,9	60.312,7	100%

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

Distribución del presupuesto tipo de actuación.

	Anualidad					
Tipo de actuación	n	n+1	n+2	n+3	Total	%
Inversiones	1.627,5	8.004,0	13.712,0	18.260,0	41.603,5	69,0%
Ayudas y estímulos	0,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	3.000,0	5,0%
Otras actuaciones	3.765,4	3.733,2	4.152,7	4.057,9	15.709,2	26,0%
Total	5.392,9	12.737,2	18.864,7	23.317,9	60.312,7	100%

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

Distribución del presupuesto por fuente de financiación.

	Anualidad					
Fuente de financiación	n	n+1	n+2	n+3	Total	%
Generalitat Valenciana (DG Comercio y Consumo)	4.027,0	7.569,6	10.629,9	12.855,3	35.081,8	58,2%
Otros departamentos de la GVA, Administraciones Públicas y Entidades Locales	1.365,9	4.148,4	6.607,2	8.490,6	20.612,1	34,2%
Empresas, pymes, operadores y asociaciones	0,0	300,0	624,0	732,0	1.656,0	2,7%
Otros (FEE)	0,0	719,2	1.003,6	1.240,0	2.962,8	4,9%
Total	5.392,9	12.737,2	18.864,7	23.317,9	60.312,7	100%

En miles de euros.

n= año posterior al de la aprobación del Plan.

Aportación de la Generalitat a través de la Dirección General de Comercio y Consumo.

	Anualidad					
Tipo de actuación	n	n+1	n+2	n+3	Total	%
Actuaciones incorporadas en sus líneas presupuestarias mediante transferencias	2.750,2	6.268,6	9.365,4	11.677,6	30.061,8	85,7%
Inversiones reales de la GVA	151,0	182,0	126,0	117,0	576,0	1,6%
Actuaciones cuya ejecución se delegada a la Oficina Técnica del Plan	459,2	481,8	494,8	416,8	1.852,6	5,3%
Gastos de gestión y mantenimiento Oficina Técnica del Plan	666,6	637,2	643,7	643,9	2.591,4	7,4%
Total	4.027,0	7.569,6	10.629,9	12.855,3	35.081,8	100%

En miles de euros.

n= año posterior al de la aprobación del Plan.

Estimación del esfuerzo financiero necesario de la Dirección General de Comercio y Consumo.

	Anualidad				
Líneas y dotaciones presupuestarias	n	n+1	n+2	n+3	Total
Presupuesto líneas de actuación PATSECOVA	4.027,0	7.569,6	10.629,9	12.855,3	35.081,8
Presupuesto transferencias para ejecución PATSECOVA (Cap. 4 y 7).	3.876,0	7.387,6	10.503,9	12.738,3	34.505,8
Inversiones reales (Cap. 6)	151,0	182,0	126,0	117,0	576,0
Resto de líneas presupuestarias política comercial	2.535,0	2.535,0	2.535,0	2.535,0	10.140,0
Presupuesto DG Comercio y Consumo (Programa Promoción y Ordenación Comercial. Solo actuaciones comercio, 2017)	6.411,0	6.411,0	6.411,0	6.411,0	25.644,0
Aportación adicional necesaria	151,0	3.693,6	6.753,9	8.979,3	19.577,8

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

Detalle de las actuaciones, por grandes ejes. EJE 1: Planificación y ordenación comercial territorial.

		Unidad	Objetivo n+3	Anualidad					
Actuaciones				n	n+1	n+2	n+3	Total	%
E1/1	Directrices de Ordenación Comercial	Directriz	15	120,0	200,0	160,0	120,0	600,0	1,0%
E1/2	Mapa de Suelo terciario - comercial	Mapa	4	120,0	48,0	24,0	48,0	240,0	0,4%
E1/3	Plan Director del Comercio Mayorista	Plan	1	0,0	0,0	50,0	0,0	50,0	0,1%
E1/4	Estudios pormenorizados para la planificación y ordenación urbano comercial	Estudios	12	30,0	30,0	30,0	30,0	120,0	0,2%
E1	Total			270,0	278,0	264,0	198,0	1.010,0	1,8%

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

E1/1 Directrices de Ordenación Comercial	Indicadores	Anualidad					
		n	n+1	n+2	n+3	Total	%
	Directrices:	3	5	4	3	15	
	Presupuesto:	120,0	200,0	160,0	120,0	600,0	1,0%
Descripción:		Elaboración de las Directrices de Ordenación Comercial de las áreas funcionales comerciales (Art.15 – 18).					
Ámbito territorial:		15 Áreas Funcionales Comerciales de toda la Comunitat Valenciana.					
Forma de ejecución:		Convenio general OTP.		Tipo:		CAP. 4	
Aportación Generalitat:		100%		Beneficiarios:		Oficina Técnica del Plan	

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

E1/2 Mapa de Suelo terciario - comercial	Indicadores	Anualidad					
		n	n+1	n+2	n+3	Total	%
	Mapa:	1	1	1	1	4	
	Presupuesto:	30,0	12,0	6,0	12,0	60,0	0,4%
Descripción:	Elaboración inicial del Mapa de suelo terciario comercial y mantenimiento anual (DA3º).						
Ámbito territorial:	Todos los municipios de la Comunitat Valenciana.						
Forma de ejecución:	Convenio general OTP.		Tipo:		CAP. 4		
Aportación Generalitat:	100%		Beneficiarios:		Oficina Técnica del Plan		
Observaciones:	Se realizará en colaboración con el Instituto Cartográfico de la Comunitat Valenciana.						

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

E1/3 Plan Director del Comercio Mayorista	Indicadores	Anualidad					
		n	n+1	n+2	n+3	Total	
	Plan:			1		1	%
	Presupuesto:			50,0		50,0	0,1%
Descripción:	Formulación del Plan Director del Comercio Mayorista de la Comunitat Valenciana (DA4ª).						
Ámbito territorial:	Toda la Comunitat Valenciana.						
Forma de ejecución:	Convenio general OTP.		Tipo:		CAP. 4		
Aportación Generalitat:	100%		Beneficiarios:		Oficina Técnica del Plan		
Observaciones:	Se realizará en colaboración con Universidades.						

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

E1/4 Estudios pormenorizados para la planificación y ordenación comercial supramunicipal	Indicadores	Anualidad					
		n	n+1	n+2	n+3	Total	%
	Estudios:	3	3	3	3	12	
	Presupuesto:	30,0	30,0	30,0	30,0	120,0	0,2%
Descripción:	Redacción de estudios de detalle para la planificación supramunicipal, complementarios a otros instrumentos.						
Ámbito territorial:	Comunitat Valenciana.						
Forma de ejecución:	Convenio general OTP.	Tipo:		CAP. 4			
Aportación Generalitat:	100%	Beneficiarios:		Oficina Técnica del Plan			

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

Detalle de las actuaciones, por grandes ejes. Eje 2: Planificación, ordenación y dinamización comercial local.

	Actuaciones	Unidad	Objetivo n+3	Anualidad					
				n	n+1	n+2	n+3	Total	%
E2/1	Planes de Acción Comercial en cabeceras y subcabeceras comerciales	PAC	19	108,0	108,0	108,0	88,0	412,0	0,7%
E2/2	Planes de Acción Comercial en otros municipios	PAC	16			216,0	216,0	432,0	0,7%
E2/3	Programa de apoyo a la Red de Centros Comerciales Urbanos y para la gestión integrada de zonas comerciales	Unidades de Gestión	59	1.758,9	1.680,0	1.920,0	1.920,0	7.278,9	12,6%
E2/4	Actuaciones en áreas comerciales estratégicas. Áreas saturadas y de dinamización comercial	Actuación	10			1.600,0	2.400,0	4.000,0	6,9%
E2	Total			1.866,9	1.788,0	3.844,0	4.624,0	12.122,9	21,0%

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

E2/1 Planes de Acción Comercial en cabeceras y subcabeceras comerciales	Indicadores	Anualidad					
		n	n+1	n+2	n+3	Total	%
	Planes:	5	5	5	4	19	
	Presupuesto:	108,0	108,0	108,0	88,0	412,0	0,7%
Descripción:		Redacción de Planes de Acción Comercial en las cabeceras y subcabeceras comerciales del territorio (Art. 20ª).					
Ámbito territorial:		19 municipios considerados cabeceras y subcabeceras comerciales por el PAT.					
Forma de ejecución:		Convenio general OTP / Entidades locales.		Tipo:		CAP. 4	
Aportación Generalitat:		60%		Beneficiarios:		Oficina Técnica del Plan – Entidades locales.	

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

E2/2 Planes de Acción Comercial en otros municipios	Indicadores	Anualidad					
		n	n+1	n+2	n+3	Total	%
	Planes:			8	8	16	
	Presupuesto:			216,0	216,0	432,0	0,7%
Descripción:		Redacción de Planes de Acción Comercial en otros nodos y municipios (Art. 20ª).					
Ámbito territorial:		Nodos comerciales intermedios y otros indicados por las DOC.					
Forma de ejecución:		Concurrencia competitiva.		Tipo:		CAP. 4	
Aportación Generalitat:		60%		Beneficiarios:		Ayuntamientos.	

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

E2/3 Programa de apoyo a la Red de Centros Comerciales Urbanos y para la gestión integrada de zonas comerciales	Indicadores	Anualidad					
		n	n+1	n+2	n+3	Total	%
	Entidades gestión:	13	14	16	16	59	
	Presupuesto:	1.758,9	1.680,0	1.920,0	1.920,0	7.278,9	12,6%
Descripción:		Creación y mantenimiento de unidades de gestión de zonas comerciales urbanas. Creación de la Red Valenciana de Centros Comerciales Urbanos.					
Ámbito territorial:		Municipios que cuenten con un CCU (reconocido por la GVA).					
Forma de ejecución:		Concurrencia competitiva.		Tipo:		CAP. 4	
Aportación Generalitat:		70%		Beneficiarios:		Asociaciones gestoras.	

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

E2/4 Actuaciones en áreas comerciales estratégicas. Áreas saturadas y de dinamización comercial	Indicadores	Anualidad					
		n	n+1	n+2	n+3	Total	%
	Actuaciones:			4	6	10	
	Presupuesto:			1.600,0	2.400,0	4.000,0	6,9%
Descripción:	Inversiones para la adaptación y mejora de entornos comercialmente saturados o que necesitan de actuaciones estratégicas de dinamización y han sido declarados ACE por la Generalitat.						
Ámbito territorial:	Municipios con ACE declaradas por la Generalitat.						
Forma de ejecución:	Convenio.	Tipo:		CAP. 7			
Aportación Generalitat:	50%	Beneficiarios:		Entidades locales.			

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

Detalle de las actuaciones, por grandes ejes. Eje 3: Actuaciones dinamizadoras del comercio y de mejora de las infraestructuras comerciales.

		Unidad	Objetivo n+3	Anualidad					
Actuaciones				n	n+1	n+2	n+3	Total	
E3/1	Programa de actuaciones en urbanismo comercial	Actuación	68	1.350,0	2.100,0	3.000,0	3.750,0	10.200,0	17,7%
E3/2	Programa de actuaciones de mejora paisajística de zonas comerciales	Actuación	65	0,0	1.350,0	1.800,0	2.700,0	5.850,0	10,1%
E3/3	Programa de actuaciones para la movilidad sostenible en zonas comerciales	Actuación	65	0,0	1.350,0	1.800,0	2.700,0	5.850,0	10,1%
E3/4	Planes de reactivación comercial en zonas vulnerables	Plan	27	0,0	480,0	540,0	600,0	1.620,0	2,8%
E3/5	Inversiones de adecuación en parques comerciales no planificados	Actuación	6	0,0	0,0	900,0	900,0	1.800,0	3,1%
E3/6	Programa de dinamización comercial de ciudades turísticas	Actuación	35	0,0	840,0	1.440,0	1.920,0	4.200,0	7,3%
E3/7	Programa para el fomento del comercio de interior. Creación de infraestructuras comerciales en el medio rural	Actuación	63	0,0	394,0	442,0	490,0	1.326,0	2,3%
E3/8	Estudios para la realización de inversiones en infraestructuras comerciales locales	Actuación	54	240,0	240,0	280,0	320,0	1.080,0	1,9%
E3/9	Programa de modernización mercados municipales	Actuación	9	0,0	600,0	900,0	1.200,0	2.700,0	4,7%
E3/10	Planes de adaptación, mejora y relocalización de mercados de venta no sedentaria	Actuación	30	0,0	600,0	600,0	600,0	1.800,0	3,1%
E3/11	Protección y conservación comercios históricos, emblemáticos y singulares	Comercios	62	37,5	50,0	410,0	680,0	1.177,5	2,0%
E3/12	Programa Comerç Verd para la reducción del impacto medioambiental del comercio y el impulso del consumo responsable	Actuación	750	0,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	3.000,0	5,2%
Total				1.627,5	9.004,0	13.112,0	16.860,0	40.603,5	70,3%

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

E3/1 Programa de actuaciones en urbanismo comercial	Indicadores	Anualidad					
		n	n+1	n+2	n+3	Total	%
	Actuaciones:	9	14	20	25	68	
	Presupuesto:	1.350,0	2.100,0	3.000,0	3.750,0	10.200,0	17,7%
Descripción:		Inversiones de urbanismo comercial en zonas urbanas (Art. 21).					
Ámbito territorial:		Municipios que cuenten con un Plan de Acción Comercial o formen parte del SNRC.					
Forma de ejecución:		Concurrencia competitiva.	Tipo:		CAP. 7		
Aportación Generalitat:		50%	Beneficiarios:		Entidades locales.		

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

E3/2 Programa de actuaciones de mejora paisajística en zonas comerciales	Indicadores	Anualidad					
		n	n+1	n+2	n+3	Total	%
	Actuaciones:		10	20	30	60	
	Presupuesto:		900,0	1.800,0	2.700,0	5.400,0	10,1%
Descripción:		Redacción de planes y programas de paisajismo en zonas comerciales y sus inversiones (Art. 23 y 42).					
Ámbito territorial:		Municipios de la Comunitat Valenciana.					
Forma de ejecución:		Concurrencia competitiva.	Tipo:		CAP. 7		
Aportación Generalitat:		50%	Beneficiarios:		Entidades locales.		

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

E3/3 Programa de actuaciones para la movilidad sostenible en zonas comerciales	Indicadores	Anualidad					
		n	n+1	n+2	n+3	Total	%
	Actuaciones:		10	20	30	60	
	Presupuesto:		900,0	1.800,0	2.700,0	5.400,0	10,1%
Descripción:		Redacción de planes de movilidad sostenible y sus inversiones derivadas (Art. 61).					
Ámbito territorial:		Municipios en los que se desarrollen mercados de venta no sedentaria.					
Forma de ejecución:		Concurrencia competitiva.	Tipo:		CAP. 7		
Aportación Generalitat:		50%	Beneficiarios:		Entidades locales.		

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

E3/4 Planes de reactivación comercial en zonas vulnerables	Indicadores	Anualidad					
		n	n+1	n+2	n+3	Total	%
	Planes:		8	9	10	27	
	Presupuesto:		480,0	540,0	600,0	1.620,0	2,8%
Descripción:	Redacción de planes y ejecución de medidas de regeneración comercial en áreas urbanas vulnerables (Art. 52).						
Ámbito territorial:	Zonas urbanas vulnerables o sensibles.						
Forma de ejecución:	Concurrencia competitiva.	Tipo:		CAP. 7			
Aportación Generalitat:	50%	Beneficiarios:		Entidades locales.			

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

E3/5 Inversiones de adecuación en parques comerciales no planificados	Indicadores	Anualidad					
		n	n+1	n+2	n+3	Total	%
	Actuaciones:			3	3	6	
	Presupuesto:			900,0	900,0	1.800,0	3,1%
Descripción:	Elaboración de proyectos e inversiones de mejora para su uso comercial de parques comerciales no planificados (Art. 54).						
Ámbito territorial:	Todos los municipios.						
Forma de ejecución:	Concurrencia competitiva.	Tipo:		CAP. 7			
Aportación Generalitat:	40%	Beneficiarios:		Entidades locales.			

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

E3/6 Programa de promoción del turismo de compras y de dinamización de ciudades turísticas	Indicadores	Anualidad					
		n	n+1	n+2	n+3	Total	%
	Municipios:		7	12	16	35	
	Presupuesto:		840,0	1.440,0	1.920,0	4.200,0	7,3%
Descripción:	Actuaciones para la promoción del turismo de compras y actuaciones en zonas comerciales de municipios turísticos (Art. 55).						
Ámbito territorial:	Municipios turísticos de la Comunitat Valenciana.						
Forma de ejecución:	Concurrencia competitiva.	Tipo:		CAP. 7			
Aportación Generalitat:	40%	Beneficiarios:		Entidades locales.			

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

E3/7 Programa para el fomento del comercio de interior y creación de infraestructuras comerciales en el medio rural	Indicadores	Anualidad					
		n	n+1	n+2	n+3	Total	%
	Actuaciones:		17	21	25	63	
	Presupuesto:		394	442	490	1.326,0	2,3%
Descripción:		Estudios e inversiones para la adaptación y relocalización de mercados de venta no sedentaria (Art. 58).					
Ámbito territorial:		Municipios localizados en el ámbito rural valenciano, especialmente los de menos de 1.500 habitantes o que sufran procesos acusados de despoblamiento.					
Forma de ejecución:		Concurrencia competitiva.		Tipo:		CAP. 7	
Aportación Generalitat:		40% - 50%		Beneficiarios:		Entidades locales / Pymes y emprendedores.	

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

E3/8 Estudios para la realización de inversiones en infraestructuras comerciales locales	Indicadores	Anualidad					
		n	n+1	n+2	n+3	Total	%
	Actuaciones:	12	12	14	16	54	
	Presupuesto:	240,0	240,0	280,0	320,0	1.080,0	1,9%
Descripción:		Realización de estudios e investigaciones para la adaptación y modernización de infraestructuras comerciales locales (Art. 57 y 58).					
Ámbito territorial:		Todos los municipios de la Comunitat Valenciana.					
Forma de ejecución:		Concurrencia competitiva.		Tipo:		CAP. 7	
Aportación Generalitat:		60%		Beneficiarios:		Entidades locales.	

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

E3/9 Programa de modernización mercados municipales	Indicadores	Anualidad					
		n	n+1	n+2	n+3	Total	%
	Actuaciones:		2	3	4	9	
	Presupuesto:		600,0	900,0	1.200,0	2.700,0	4,7%
Descripción:		Inversiones de reforma, mejora y modernización de los mercados municipales que se localicen en ámbitos de baja dotación comercial, barrios vulnerables, municipios rurales y Centros Históricos (Art. 57).					
Ámbito territorial:		Municipios en los que se desarrollen mercados de venta no sedentaria.					
Forma de ejecución:		Concurrencia competitiva.		Tipo:		CAP. 7	
Aportación Generalitat:		70%		Beneficiarios:		Entidades locales.	

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

E3/10 Planes de adaptación, mejora y relocalización de mercados de venta no sedentaria	Indicadores	Anualidad					
		n	n+1	n+2	n+3	Total	%
	Mercadillos:		10	10	10	30	
	Presupuesto:		600,0	600,0	600,0	1.800,0	3,1%
Descripción:	Estudios e inversiones para la adaptación y relocalización de mercados de venta no sedentaria (Art. 58).						
Ámbito territorial:	Municipios en los que se desarrollen mercados de venta no sedentaria.						
Forma de ejecución:	Concurrencia competitiva.	Tipo:		CAP. 7			
Aportación Generalitat:	40%	Beneficiarios:		Entidades locales.			

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

E3/11 Protección y conservación comercios históricos, emblemáticos y singulares	Indicadores	Anualidad					
		n	n+1	n+2	n+3	Total	
	Catálogos:	1	2	2	2	7	%
	Comercios:			20	35	55	
	Presupuesto:	37,5	50,0	410,0	680,0	1.177,5	2,0%
Descripción:	Ayudas a entidades locales para la realización de catálogos de establecimientos a proteger. Ayudas a pymes para la protección y conservación parcial o integral de comercios históricos, emblemáticos y singulares (Art.59).						
Ámbito territorial:	Elaboración de catálogos: Municipios de más 50.000 habitantes. Ayudas a pymes: Comercios históricos, emblemáticos y singulares incluidos en los catálogos.						
Forma de ejecución:	Concurrencia competitiva.		Tipo:		CAP. 7		
Aportación Generalitat:	60% / 60%		Beneficiarios:		Entidades locales / Pymes comerciales.		
Observaciones:	Se contempla la realización de una acción piloto en el año 2018.						

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

E3/12 Programa Comerç Verd para la reducción del impacto medioambiental del comercio y el impulso del consumo responsable	Indicadores	Anualidad					
		n	n+1	n+2	n+3	Total	%
	Comercios:		250	250	250	750	
	Presupuesto:		1.000,0	1.000,0	1.000,0	3.000,0	5,2%
Descripción:	Ayudas a la realización de auditorías e inversiones para la reducción del impacto medioambiental del pequeño comercio. Ayudas para la realización de acciones de sensibilización sobre consumo responsable y RSC en el comercio (Art.60).						
Ámbito territorial:	Toda la Comunitat Valenciana.						
Forma de ejecución:	Concurrencia competitiva.	Tipo:		CAP. 7			
Aportación Generalitat:	40%	Beneficiarios:		Asociaciones, ESAL, entidades locales y pymes.			

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

Detalle de las actuaciones, por grandes ejes. Eje 4: Investigación, conocimiento, comunicación y desarrollo de Plan.

		Unidad	Objetivo n+3	Anualidad					
Actuaciones				n	n+1	n+2	n+3	Total	%
E4/1	Sistema de Información del Comercio	Actuación	4	48,0	48,0	48,0	48,0	192,0	0,3%
E4/2	Programa de apoyo a la Xarxa de Agencias de Fomento de la Innovación Comercial	Municipio	4	700,0	700,0	700,0	700,0	2.800,0	4,9%
E4/3	Acciones de comunicación y divulgación del Plan	Acciones	36	50,0	50,0	40,0	40,0	180,0	0,3%
E4/4	Campañas de comunicación institucionales	Campaña	9	80,0	120,0	80,0	80,0	360,0	0,6%
E4/5	Elaboración de desarrollos normativos complementarios, guías, instrucciones y manuales	Actuación	10	36,0	27,0	18,0	9,0	90,0	0,2%
E4/6	Acciones de investigación de las dinámicas comerciales y territoriales	Actuación	4	30,0	30,0	30,0	30,0	120,0	0,2%
E4/7	Programa de mitigación, adaptación y compensación y de seguimiento medioambiental del Plan	Anualidad	4	17,9	55,0	85,0	85,0	242,9	0,4%
E4	Total			961,9	1.030,0	1.001,0	992,0	3.984,9	6,9%

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

E4/1 Sistema de Información del Comercio	Indicadores	Anualidad					
		n	n+1	n+2	n+3	Total	%
	Actuaciones:	1	1	1	1	4	
	Presupuesto:	48,0	48,0	48,0	48,0	192,0	0,3%
Descripción:	Inversiones y mantenimiento de infraestructura informática y sistemas para dar soporte al SIT. Realización de censos territoriales sobre la actividad comercial y trabajos de campo específicos (Art. 65).						
Ámbito territorial:	Toda la Comunitat Valenciana.						
Forma de ejecución:	Convenio General OTP.	Tipo:		CAP. 7			
Aportación Generalitat:	100%	Beneficiarios:		Oficina Técnica del Plan			

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

E4/2 Programa de apoyo a la Xarxa de Agencias de Fomento de la Innovación Comercial	Indicadores	Anualidad					
		n	n+1	n+2	n+3	Total	%
	Municipios:	100	100	100	100	100	
	Presupuesto:	700,0	750,0	800,0	850,0	3.100,0	4,9%
Descripción:	Creación o mantenimiento de las Agencias para el Fomento de la Innovación Comercial (Art. 66).						
Ámbito territorial:	Municipios que cuenten con Agencia AFIC.						
Forma de ejecución:	Concurrencia competitiva.	Tipo:		CAP. 4			
Aportación Generalitat:	100%	Beneficiarios:		Entidades locales.			

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

E4/3 Acciones de comunicación, formación y divulgación del Plan	Indicadores	Anualidad					
		n	n+1	n+2	n+3	Total	%
	Actuaciones:	10	10	8	8	36	
	Presupuesto:	50,0	50,0	40,0	40,0	180,0	0,3%
Descripción:	Realización de acciones de comunicación, formación y divulgación del PAT y sus objetivos estratégicos (Art. 70).						
Ámbito territorial:	Toda la Comunitat Valenciana.						
Forma de ejecución:	Convenio General OTP / Concurrencia competitiva.	Tipo:		CAP. 6 / 7			
Aportación Generalitat:	100%	Beneficiarios:		OTP, Entidades locales, ESAL y asociaciones.			

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

E4/4 Campañas de comunicación institucionales de sensibilización, objetivos y ejecución del Plan	Indicadores	Anualidad					
		n	n+1	n+2	n+3	Total	%
	Campañas/ eventos:	2	3	2	2	9	
	Presupuesto:	80,0	120,0	80,0	80,0	360,0	0,6%
Descripción:	Organización y ejecución de campañas informativas institucionales en el marco de los objetivos del PAT. Organización de foros y eventos de ámbito autonómico (Art. 70).						
Ámbito territorial:	Toda la Comunitat Valenciana.						
Forma de ejecución:	Inversión directa.	Tipo:		CAP. 6			
Aportación Generalitat:	100%	Beneficiarios:		-			

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

E4/5 Elaboración de desarrollos normativos complementarios, guías, instrucciones y manuales	Indicadores	Anualidad					
		n	n+1	n+2	n+3	Total	%
	Actuaciones:	4	3	2	1	10	
	Presupuesto:	36,0	27,0	18,0	9,0	90,0	0,2%
Descripción:	Asistencias técnicas necesarias para la elaboración de desarrollos normativos, guías y manuales que ayuden a la ejecución del Plan. Diseño, impresión y difusión de publicaciones (DA2ª).						
Ámbito territorial:	Toda la Comunitat Valenciana.						
Forma de ejecución:	Convenio General OTP / Inversión directa.	Tipo:		CAP. 4 / 6			
Aportación Generalitat:	100%	Beneficiarios:		OTP			

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

E4/6 Programa de investigación de las dinámicas comerciales y territoriales	Indicadores	Anualidad					
		n	n+1	n+2	n+3	Total	%
	Programa:	1	1	1	1	4	
	Presupuesto:	30,0	30,0	30,0	30,0	120,0	0,2%
Descripción:	Dotación económica para la formalización de acuerdos de colaboración con centros de conocimiento e investigación sobre aspectos territoriales y medioambientales del comercio valenciano (Art. 69).						
Ámbito territorial:	Toda la Comunitat Valenciana.						
Forma de ejecución:	Convenio General OTP / Inversión directa.	Tipo:		CAP. 4			
Aportación Generalitat:	70%	Beneficiarios:		Centros de investigación y conocimiento.			

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.

E4/7 Programa de mitigación, adaptación y compensación y de seguimiento medioambiental del Plan	Indicadores	Anualidad					
		n	n+1	n+2	n+3	Total	%
	Programa:	1	1	1	1	4	
	Presupuesto:	17,9	55,0	85,0	85,0	242,9	0,4%
Descripción:	Dotación presupuestaria para el seguimiento de los indicadores medioambientales del Plan. Asistencias técnicas y estudios de impacto y mitigación de las inversiones públicas realizadas. Impulso a proyectos de mitigación y adaptación y de compensación de impactos medioambientales en las implantaciones comerciales (Art.51 y EAE).						
Ámbito territorial:	Toda la Comunitat Valenciana.						
Forma de ejecución:	Inversión directa / Convenio OTP / Concurrencia competitiva.	Tipo:		CAP. 6 / 7			
Aportación Generalitat:	100%	Beneficiarios:		OTP / Entidades locales / Empresas.			

En miles de euros.
n= año posterior al de la aprobación del Plan.