



**Participación pública**  
**Revisión del Plan de Acción Territorial Sectorial**  
**del Comercio de la Comunitat Valenciana (PATSECOVA)**  
***Documento de síntesis***

**ÍNDICE**

1. Introducción. La participación pública en el PATSECOVA
  2. Marco Legal
  3. Objetivos del proceso de participación
  4. Agentes implicados en el proceso de participación y funciones
  5. Resultados del proceso de participación
    - 5.1. Actividades de suministro y acceso a la información del PATSECOVA
    - 5.2. Consulta y concertación.
  6. Evaluación del proceso de participación
- Anexos
- I. ESQUEMA DE TRAMITACIÓN DEL PATSECOVA
  - II. LISTADO DE AGENTES INTERESADOS
  - III. TABLA CORRESPONDENCIA ARTICULADO ENTRE EL TEXTO DEL DOCUMENTO NORMATIVO SOMETIDO A CONSULTA Y EL DOCUMENTO NORMATIVO RESULTANTE DEL ESTUDIO E INCORPORACIÓN DE ALEGACIONES Y PROPUESTAS DE MEJORA.
  - IV. RESULTADOS E INCORPORACIÓN DE ALEGACIONES Y SUGERENCIAS

## **1. La participación pública en el PATSECOVA**

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

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

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

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

Para llevar a cabo el proceso de participación pública, se ha diseñado un Plan de Participación en el que se han establecido los cauces e instrumentos de participación que han posibilitado el diálogo entre la administración y la ciudadanía.

El presente documento recoge los resultados obtenidos en cada una de las actividades de participación pública que se han realizado a lo largo de la FASE DE INFORMACIÓN Y CONSULTA del PATSECOVA

## **2. Marco legal**

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

En cuanto a la tramitación del Plan, se ajusta a lo dispuesto en la Ley 4/2004, de 30 de junio de la Generalitat Valenciana, de Ordenación del Territorio y Protección del Paisaje por la cual se regula el procedimiento de elaboración, tramitación y aprobación de los planes territoriales, Ley que recoge la voluntad del Consell de la Generalitat de fomentar los mecanismos de participación de los ciudadanos

Por otra parte, la Evaluación Ambiental Estratégica (EAE) es un instrumento previsto en la Directiva 2001/42/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, transpuesta al Derecho español mediante Ley 9/2006, de 28 de abril, sobre evaluación de los efectos de determinados planes y programas en el medio ambiente, por el que se establece un procedimiento administrativo de evaluación ambiental de planes y programas que debe efectuarse en paralelo a la propia elaboración del plan, y de forma interactiva a lo largo de todo su proceso de desarrollo y toma de decisiones.

El Plan de Participación Ciudadana de la revisión del PATSECOVA se ha redactado conforme a la Ley 11/2008, de Participación Ciudadana. Una vez finalizada la fase de participación de acuerdo con la LOTPP, como Plan Sectorial, la tramitación proseguirá como proyecto de Decreto ajustándose, además, a los condicionantes de elaboración y aprobación de una iniciativa legislativa establecidos en la Ley 5/1983, de 30 de diciembre, de la Generalitat, del Consell, y en el Decreto 24/2009, de 13 de febrero, del Consell, sobre la forma, la estructura y el procedimiento de elaboración de los proyectos normativos de la Generalitat, ya que toda la información recogida durante el proceso de participación se utilizará en la elaboración del proyecto de decreto

### **3. Objetivo de la participación pública**

**El Plan de participación del PATSECOVA establece los siguientes objetivos:**

- a) Fomentar la participación ciudadana involucrándola en la gestión pública de las instituciones valencianas. Todos los ciudadanos tienen derecho a participar de forma individual, o colectiva, en la vida política, económica, cultural y social de la Comunitat; y por otra parte, la Generalitat debe promover la participación de la sociedad civil en los asuntos públicos. (ver ley transparencia)
- b) Garantizar a la ciudadanía la información de los procedimientos que promueve la Administración Autonómica Valenciana. L'Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana reconoce, con relación a la participación ciudadana, los derechos a una buena administración y el acceso a documentos (apartados 1, 2 y 3 del artículo 9). Identificar los problemas que percibe la población, agentes y expertos, así como las soluciones que se sugieren, articulando la comunicación a través de sesiones, reuniones y encuestas.
- c) Implicar a la ciudadanía en la formulación y evaluación de las políticas públicas. Lograr una ciudadanía activa, responsable y participativa, organizada a través de Entidades Ciudadanas, que formule propuestas y que colabore con las instituciones públicas de la Comunitat Valenciana garantizando el acceso libre a la información.
- d) Conocer la opinión de los expertos en las distintas materias que el Plan aborde, los principales conflictos existentes y las posibles soluciones, dando lugar a un debate sobre las propuestas de futuro y alternativas.
- e) Divulgar los valores que caracterizan el ámbito del Plan y la importancia de la actividad del comercio como motor económico y elemento de vertebración y sostenibilidad territorial.
- f) Llegar a escenarios de consenso entre ciudadanos, expertos y técnicos.
- g) Incorporar en el Decreto los resultados obtenidos en el proceso de participación. Se legitima así el procedimiento de elaboración del proyecto de revisión del PATSECOVA como resultado de la buena gobernanza del territorio

Para dar cumplimiento a estos objetivos, se han realizado distintas acciones y para esta fase de exposición de la Versión Preliminar del Plan se han habilitado distintas vías para facilitar que cualquier persona interesada pueda hacer llegar aportaciones, sugerencias, observaciones o alegaciones.

#### **¿Quién podía participar?**

Además de las Administraciones Públicas afectadas y determinadas instituciones a las que se ha sometido a consulta pública la documentación, cualquier persona interesada, a título individual o en representación de una entidad ha podido hacer llegar sus aportaciones, sugerencias, observaciones o alegaciones.

#### **Formas de acceso a la información.**

1. Acceso a la documentación en formato digital: **a través de la web del Plan [www.patsecova.com](http://www.patsecova.com)**

2. **Consulta de la documentación en papel:** Durante el periodo de consulta y exposición pública, la documentación relevante estaba disponible en los siguientes locales de la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo:

Dirección General de Comercio y Consumo.

Ciutat Administrativa 9 d'Octubre. Torre 2. Planta 6.

C/ de la Democracia nº 77 - 46018 Valencia

Teléfono: 012 - 963 866 000

Correo electrónico: patsecova@gva.es

Servicio Territorial de Comercio y Consumo de Alicante.

C/ Churruca, 29, 03003 Alicante

Teléfono: 012

Servicio Territorial de Comercio y Consumo de Castellón.

C/ Germans Bou 47, 12003 Castellón

Teléfono: 012

Servicio Territorial de Comercio y Consumo de Valencia.

C/Gregorio Gea 27, 46009 Valencia

Teléfono: 012

#### **4. Agentes implicados en el proceso de participación y funciones**

En el Plan de Participación se ha contado con la colaboración de un amplio número de agentes. Para agilizar la gestión del proceso, se han agrupado en los siguientes:

1. Ciudadanos y Ciudadanas. Se entiende por «ciudadanía» el conjunto de las personas físicas que tengan la condición política de valenciana o valenciano, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 3 del Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana, o que, con independencia de su nacionalidad, residan en la Comunitat Valenciana.
2. Entidades Ciudadanas. A los efectos de Ley de Participación Ciudadana, se consideran Entidades Ciudadanas todas aquellas personas jurídicas sin ánimo de lucro que cumplan los siguientes requisitos:
  - a) Que su constitución y funcionamiento se regulen por la normativa vigente en materia de: (i) asociaciones; (ii) usuarios y consumidores; (y iii) fundaciones.
  - b) Que su ámbito de actuación esté vinculado a los intereses valencianos.
  - c) Que tengan recogido en sus Estatutos, al menos, alguno de los siguientes objetivos:
    - (i) Estimular la participación ciudadana en la vida pública, bien actuando como cauce, mecanismo o instrumento de dicha participación, o bien implantando y desarrollando dichos mecanismos.
    - (ii) Representar y defender ante la Administración Autonómica Valenciana los intereses tanto de sus miembros como de la ciudadanía en general.
    - (iii) Promover el desarrollo de actuaciones de carácter cívico o social dirigidas a mejorar la calidad de vida de la ciudadanía.

3. Administraciones Públicas y Órganos de consulta de asesoramiento institucional. Órganos de la Administración General del Estado, Administración autonómica y local, con especial interés en la visión de los Ayuntamientos.
4. Empresarios, consumidores y sindicatos, todos ellos representados en el Observatorio del Comercio Valenciano, derivando del mismo un Grupo Consultivo específico para el seguimiento del PATSECOVA
5. Expertos e Instituciones académicas y de investigación. Se ha trabajado con un panel de expertos con experiencia y conocimientos en el ámbito de la planificación, gestión y ordenación del territorio.

Entre las funciones de los agentes implicados en el proceso de participación, destacan las siguientes:

- Tomar parte activa en el proceso de participación.
- Adquirir conciencia de los distintos intereses y visiones que confluyen en el territorio y entender la necesidad de buscar soluciones de consenso.
  - Contribuir desde su perspectiva particular a mejorar y enriquecer la propuesta de revisión del PATSECOVA.

Para cada grupo se ha elaborado una lista de contactos representativa

**(Anexo II. Listado de Agentes Interesados). Todas las personas e instituciones incluidas en la citada lista han sido contactadas para tomar parte activa en el proceso de participación**

## **5. Resultados del proceso de participación**

Para garantizar los derechos de los ciudadanos en materia de participación, se ha diseñado una serie de actividades que se diferencian en función del nivel de participación. El Plan contempla 2 niveles de participación:

### **Nivel 1. Suministro y acceso a la información.**

El plan diseña las actividades destinadas a facilitar, con una antelación suficiente, el acceso a todos los ciudadanos y ciudadanas de la información del proyecto de revisión del PATSECOVA. Incluye las siguientes acciones:

- a) Publicación en el DOCV
- b) Publicación en la página web [www.patsecova.com](http://www.patsecova.com)
- c) Publicación en la página web de la Consellería
- d) Acto de presentación, prensa y acceso a la información en formato papel.

### **Nivel 2. Consulta y concertación.**

La consulta es el proceso en el que los ciudadanos y ciudadanas, Entidades ciudadanas, expertos y otros colectivos interesados reciben información sobre el proyecto de revisión del PATSECOVA y aportan, mediante remisión de escrito, o mediante técnicas de participación concretas llevadas a cabo en jornadas o reuniones, sus puntos de vista. Se han realizado reuniones técnicas, Jornadas de debate y se han recibido alegaciones y sugerencias.

#### **5.1 Actividades de suministro y acceso a la información del PATSECOVA.**

Publicación en el docv del inicio del proceso de participación ciudadana

El 27 de MAYO de 2016, la Consellería de Economía Sostenible, Sectores productivos, Comercio y Trabajo, publicó en el Diari Oficial de la Comunitat Valenciana la resolución por la que se iniciaba la fase de participación y consulta pública la documentación que compone el Plan de Acción Territorial Sectorial del comercio de la Comunitat Valenciana.

El plazo de información pública comenzó a contar a partir del día siguiente al de la publicación del citado anuncio en el Diari Oficial de la Comunitat Valenciana (26 de noviembre de 2013), a los efectos de que el público interesado pudiese examinarlo y formular las observaciones y sugerencias que estimase pertinentes, finalizando a los dos meses desde su inicio (25 de enero de 2014).

Publicación del PATSECOVA en la página web de la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo.

Con el objetivo de acercar la información a todos los interesados, y a través de la página web de la Conselleria de Infraestructuras, Territorio y Medio Ambiente, todos los documentos del Plan han podido visualizarse en la dirección:

<<http://www.cma.gva.es/revisionPATSECOVA>>

La página web ha permitido a los ciudadanos:

Consultar los documentos del PATSECOVA (Memoria, Normativa, Programa de actuaciones y Planos)

## **5.2 Actividades de consulta y concertación**

### 1. Plenario del Observatorio del Comercio de la C.V.

Fecha 18 de mayo de 2016

Lugar Salón de actos del Centro de Artesanía de la C.V.

Asistentes: 37

### 2. Reunión Panel de Expertos

23 de mayo de 2016

Salón de actos del Centro de Artesanía de la C.V.

Asistentes: 16

Por la Administración y Oficina Técnica del Plan

### 3. VI Congreso Intermunicipal de la Red Afic

Fecha 28 y 29 de junio de 2016

Lugar: Teatro Castelar de Elda

Asistentes: 121

### 4. Jornada Informativa sobre el PATSECOVA

Fecha 6 de julio de 2016

Lugar: Salón de Actos de la Ciudad Administrativa 9 de Octubre

Asistentes 89

### 5. El nuevo modelo de desarrollo comercial y territorial valenciano: principales aspectos del PATSECOVA

21 de julio de 2016

Salón del Foro de Encuentros Broseta

Asistentes 15

### 6 y 7 Jornadas técnicas para gerentes de asociaciones de comerciantes de base territorial

Objetivo: Profundizar sobre los contenidos que afectan al comercio local

- 28 de julio de 2016 en Valencia, Centro Artesanía de la CV
- Alicante, 22 de septiembre

### 8. Jornada técnica municipal de aplicación del PATSECOVA

Centro de Artesanía de la CV

Valencia, 20 de septiembre de 2016

Objetivo: repaso sobre las dudas de aplicación del PATSECOVA a nivel municipales

Asistentes: 17

#### 9. Jornada Técnica: Impacto del PATSECOVA en el formato Supermercados

Valencia, 21 de septiembre de 2016

Sala reuniones de la Dirección General de Comercio

#### 10. Taller Práctico para Ayuntamientos

Centro Artesanía de la Comunitat Valenciana

Valencia, 28 de septiembre de 2016

32 asistentes

### **5.3 APORTACIONES AL PROYECTO. SUGERENCIAS Y ALEGACIONES.**

**Todas las sugerencias y alegaciones recibidas durante el proceso** de participación han sido recogidas y sintetizadas en este informe en el que se muestra cómo se han tenido en cuenta las aportaciones y cómo han sido incluidas en los documentos que conforman la revisión del PATSECOVA

Durante la Fase de Consulta y Participación Ciudadana de la revisión del PATSECOVA se recibieron, a través del registro de entrada de la Consellería de Economía Sostenible, Sectores productivos, Comercio y Trabajo un total de 35 aportaciones al Plan en forma de Sugerencias y Alegaciones.

Fuera de plazo se han recibido cinco (5) nuevas alegaciones, las cuales están consideradas en este análisis, aun cuando el texto será objeto de **un segundo proceso de participación pública** antes de remitirlo a los Órganos Consultivos estipulados en la normativa.

#### **5.3.1. CLASIFICACIÓN POR TIPO DE AGENTE SOCIAL**

En el cuadro siguiente se reflejan los distintos agentes sociales, públicos y privados, que ha presentados alegaciones, así como el listado nominativo de las mismas.

### TIPOLOGIA DE ORGANIZACIONES PARTICIPANTES

TIPO ORGANIZACION	Nº APORTACIONES
Organismos públicos del Estado	4
Organismos públicos de la Generalitat	2
Ayuntamientos	14
Asociaciones empresariales	11
Asociaciones de técnicos y técnicas	1
Empresas	1
Particulares	2
TOTAL	35*
*Fuera de plazo	5

### ENTIDADES QUE HAN PRESENTADO ALEGACIONES Y/O SUGERENCIAS

Nº	ENTIDAD	FECHA
1	Ministerio de Fomento, Dirección General de Carreteras	22 de julio
2	Agència Valenciana de Seguretat i Resposta a Emergències	23 de agosto
3	Ministerio de Fomento, Puertos del Estado	21 de septiembre
4	Ayuntamiento de Alfafar	29 de septiembre
5	Ayuntamiento de Quart de Poblet	30 de septiembre
6	Ayuntamiento de Valencia	3 de octubre
7	Ayuntamiento de Benidorm	3 de octubre
8	Ayuntamiento de Castellón	3 de octubre
9	Ayuntamiento de Elche	3 de octubre
10	Ministerio de Fomento, Dirección General de Aviación Civil	3 de octubre
11	Asociación Comerciantes de Villena	3 de octubre
12	Unión Gremial	3 de octubre
13	COVACO	3 de octubre
14	FACPYME	3 de octubre
15	Asociación Comerciantes de Ontinyent	3 de octubre
16	COVACO Castellón	3 de octubre

17	Asociación de Técnicos de Comercio (ATECOM)	3 de octubre
18	INTU EUROFUND Valencia SL	3 de octubre
19	Ayuntamiento de Manises	4 de octubre
20	Ayuntamiento de Peñíscola	4 de octubre
21	Ayuntamiento de Paterna	4 de octubre
22	Ayuntamiento de Villena	4 de octubre
23	Ayuntamiento de Gandía	4 de octubre
24	Ayuntamiento de Alcoy	4 de octubre
25	Ayuntamiento de Algemés	4 de octubre
26	ASUCOVA	4 de octubre
27	COVACO Valencia	4 de octubre
28	ANGED	4 de octubre
29	AICO	4 de octubre
30	Asociación de comerciantes del Centro Histórico de Valencia	4 de octubre
31	Agència Valenciana de Turisme	6 de octubre*
32	Ministerio Agricultura, Confederación Hidrográfica del Júcar	7 de octubre*
33	Ayuntamiento de Torrent	17 noviembre*
34	José Manuel Palau Navarro	13 diciembre*
35	Antonio Viedma Guillamón	14 diciembre*

\*Fuera de plazo

### 5.3.2 DOCUMENTOS Y ARTÍCULOS OBJETO DE ALEGACION

- **Documento Normativo**

Art. 2 Definiciones

Art. 3 Principios inspiradores del PATSECOVA.

Art. 5 Estrategias del Plan.

Art. 7 Relaciones y coordinación con la normativa de planeamiento.

- Art.10 Principios de actuación de la Administración.
- Art.11 Cooperación con los ayuntamientos y entidades locales.
- Art.12 Cooperación con las Cámaras de Comercio para el seguimiento del Plan.
- Art.16 Criterios de delimitación (del sistema nodal de referencia comercial).
- Art. 18 Directrices de ordenación comercial de área funcional comercial.
- Art. 21 Planes de acción comercial de carácter municipal.
- Art. 22 Proyectos de urbanismo comercial.
- Art. 24 Programas y planes de calidad de la imagen en zonas comerciales.
- Art. 25 Figuras para la gestión de zonas comerciales.
- Art. 26 Objetivo de las áreas comerciales estratégicas.
- Título 7. Tipos de áreas comerciales estratégicas.
- Art. 30 Áreas de nueva centralidad comercial.
- Art. 31 Áreas de oportunidad comercial.
- Art. 32 Áreas de intensificación comercial.
- Art. 33 Áreas comercialmente saturadas.
- Art. 34 Áreas de regeneración comercial.
- Art. 35 Áreas de dinamización comercial.
- Art. 36 Criterios generales para la planificación de nuevo suelo comercial.
- Art. 37 Definición del modelo comercial en los planes urbanísticos.
- Art. 38 Consideración de los usos comerciales en los instrumentos urbanísticos.
- Art. 39 Dotación mínima de suelo comercial en sectores residenciales.
- Art. 40 Índices orientativos máximos de superficie en grandes establecimientos comerciales.
- Art. 41 Usos comerciales en suelo industrial.
- Art. 45 Clasificación de los establecimientos comerciales en base a su afección territorial.
- Art. 47 Estándares de aparcamiento.
- Art. 48 Requisitos para la carga y descarga de mercancías.
- Art. 50 Integración paisajística de elementos de comunicación y publicidad exterior.
- Art. 51 Condiciones de accesibilidad universal a los establecimientos comerciales.
- Art. 52 Planes de autoprotección.
- Art. 55 Supuestos en los que es obligatoria la obtención de autorización comercial autonómica.
- Art. 57 Evaluación ambiental en la implantación de grandes establecimientos comerciales.
- Art. 58 Grandes establecimientos comerciales y capacidad de acogida del territorio.
- Art. 59 Centros Comerciales Urbanos.
- Art. 61 Mejora de mercados municipales.
- Art. 62 Zonas donde se desarrolla venta no sedentaria.
- Art. 64 Actuaciones en municipios turísticos.
- Art. 65 Catálogos de establecimientos comerciales históricos o emblemáticos.
- Art. 67 Medidas para la reducción del impacto ambiental del comercio.

- Art. 69 Prioridades de las ayudas públicas.
- Art. 70 Medidas de apoyo.
- Art. 71 Colaboración con las asociaciones empresariales.
- Art. 72 Red de Agentes para la Innovación Comercial.
- Art. 74 Principios de actuación.
- Art. 79 Observatorio del Comercio de la Comunitat Valenciana.
- Art. 81 Oficina Técnica del Plan.

### **5.3.3. CLASIFICACIÓN POR TIPO DE RESOLUCIÓN**

El contenido de las alegaciones emitidas por los agentes sociales las hemos descompuesto en diferentes puntos, con el objeto de dar una respuesta específica a cada uno de ellos, al tratar aspectos o documentos diferentes del PATSECOVA

Cada uno de los puntos en los que se han dividido las alegaciones han obtenido una respuesta en el sentido siguiente:

**-Estimado**

**-No estimado**

**-Estimado parcialmente.**

### **6. Evaluación del proceso de participación**

Este documento recoge los resultados del proceso de participación, y cómo han sido incorporados los resultados en la propuesta de proyecto de revisión del PATSECOVA, conforme el procedimiento recogido en la LOTUP.

**ANEXO I**  
**ESQUEMA DE TRAMITACIÓN DEL PATSECOVA**

La fase de consulta y participación pública finalizó el 4 de octubre de 2016

La Documentación sometida a consulta era la siguiente:

- Estudio ambiental y territorial estratégico
- Estudio de paisaje
- Plan de participación pública
- Versión preliminar del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la CV

Situación procedimental actual PATSECOVA:

A la vista de las propuestas y/o alegaciones realizadas se va a someter a una segunda fase de participación y/o alegaciones para mejorar su adecuación a los intereses y preocupaciones de los agentes implicados y del conjunto de ciudadanos.

Trabajos pendientes para su finalización

- Estudio de las nuevas propuestas y/o alegaciones
- Elaboración del documento de síntesis de las propuestas y alegaciones
- Preparación **versión propuesta del Plan**
- Preparación del **Expediente de Evaluación ambiental y Territorial Estratégica** y remisión a la Direcció General de Medi Natural i d'Avaluació Ambiental
- Emisión del documento de evaluación ambiental por periodo de 3 meses, prorrogable automáticamente a otros 3 meses (informe preceptivo)
- Adecuación, en su caso, del plan a la declaración ambiental y territorial estratégica.
- Nuevo período de información al público de 20 días en los supuestos en que se introduzcan modificaciones en el documento del plan
- Si el informe es favorable se inicia el procedimiento de aprobación por el Consell con rango de Decreto.

**ANEXO II**  
**LISTADO DE AGENTES INTERESADOS**

<b>Tipo de Organismo</b>	<b>Nombre de la Entidad</b>
Generalitat Valenciana	Conselleria d'Economia Sostenible, Sectors Productius, Comerç i Treball Conselleria d'Agricultura, Medi Ambient, Canvi Climàtic i Desenvolupament Rural Conselleria d'Educació, Investigació, Cultura i Sports Conselleria d'Habitatge, Obres Públiques i Vertebració del Territori Agència Valenciana de Turisme Agència Valenciana de Seguretat i Resposta a Emergències Entitat de Sanejament d'Aigües Residuals
Administración del Estado	Confederación Hidrográfica del Júcar Ministerio de Fomento, Dirección General de Carreteras Secretaría de Estado de medio ambiente Secretaría de Estado de infraestructuras, Transportes y Vivienda Ministerio de Fomento, Dirección General de Aviación Civil Ministerio de Fomento, Dirección General de Carreteras Ministerio de Fomento, Dirección General de Aviación Civil
Administraciones Autonómicas	Generalitat de Catalunya Gobierno de Aragón Gobierno Regional de Castilla La Mancha Comunidad autónoma de la Región de Murcia
Entidades Locales	Diputación de Valencia Diputación de alicante

Diputación de Castellón

Federación Valenciana de Municipios y Provincias

#### Corporaciones de Derecho Público

Consejo de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de la Comunitat Valenciana

Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Valencia

Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Alicante

Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Castellón

Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Alcoy

Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Orihuela

#### Asociaciones Conservacionistas

Acció Ecologista Agró

Ecologistes en Acció

Grupo para el estudio y conservación de los espacios naturales (GECEN)

#### Asociaciones Empresariales

ANGED

ASUCOVA

CEV

CEC

COEPA

COVACO

CECOVAL

#### Asociaciones de Comerciantes

Unión Gremial

FACPYME

Asociación de Comerciantes de Villena

Asociació de Promoció del Comerç d'Ontinyent

Asociación Independiente de Comerciantes de Benidorm y Provincia

Asociación de comerciantes del Centro Histórico de Valencia

#### Asociaciones profesionales

Asociación de Técnicos de Comercio (ATECOM)

Asociación Española para la Gerencia de los Centros Urbanos (AGECU)

Fed. de personal técnico en gestión del desarrollo local (ADLYPSE)

#### Empresas

INTU EUROFOUND Valencia, SL

Broseta Abogados

#### Particulares

José Manuel Palau Navarro

Antonio Viedma Guillamón

#### Universidades

Universitat de València

Universidad de Alicante

Universidad Politécnica de Valencia

#### Ayuntamientos de la provincia de Alicante

AYUNTAMIENTO DE ADSUBIA	AYUNTAMIENTO DE GAIANES
AYUNTAMIENTO DE AGOST	AYUNTAMIENTO DE GATA DE GORGOS
AYUNTAMIENTO DE AGRES	AYUNTAMIENTO DE GORGA
AYUNTAMIENTO DE AIGÜES	AYUNTAMIENTO DE GRANJA DE ROCAMORA
AYUNTAMIENTO DE ALBATERA	AYUNTAMIENTO DE GUARDAMAR DEL SEGURA
AYUNTAMIENTO DE ALCALALÍ	AYUNTAMIENTO DE HONDÓN DE LAS NIEVES
AYUNTAMIENTO DE ALCOCER DE PLANES	AYUNTAMIENTO DE HONDÓN DE LOS FRAILES
AYUNTAMIENTO DE ALCOLECHA	AYUNTAMIENTO DE IBI
AYUNTAMIENTO DE ALCOY	AYUNTAMIENTO DE JACARILLA
AYUNTAMIENTO DE ALFAFARA	AYUNTAMIENTO DE JAVEA
AYUNTAMIENTO DE ALGORFA	AYUNTAMIENTO DE JIJONA
AYUNTAMIENTO DE ALGUEÑA	AYUNTAMIENTO DE L'ALFÀS DEL PI
AYUNTAMIENTO DE ALICANTE	AYUNTAMIENTO DE L'ALQUERIA D'ASNAR
AYUNTAMIENTO DE ALMORADÍ	AYUNTAMIENTO DE LA NUCIA
AYUNTAMIENTO DE ALMUDAINA	AYUNTAMIENTO DE LA ROMANA
AYUNTAMIENTO DE ALTEA	AYUNTAMIENTO DE LA VALL D'ALCALÀ

AYUNTAMIENTO DE ASPE  
AYUNTAMIENTO DE BALONES  
AYUNTAMIENTO DE BANYERES DE MARIOLA  
AYUNTAMIENTO DE BENASAU  
AYUNTAMIENTO DE BENEIXAMA  
AYUNTAMIENTO DE BENEJÚZAR  
AYUNTAMIENTO DE BENFERRI  
AYUNTAMIENTO DE BENIARBEIG  
AYUNTAMIENTO DE BENIARDA  
AYUNTAMIENTO DE BENIARRÉS  
AYUNTAMIENTO DE BENIDOLEIG  
AYUNTAMIENTO DE BENIDORM  
AYUNTAMIENTO DE BENIFALLIM  
AYUNTAMIENTO DE BENIFATO  
AYUNTAMIENTO DE BENIGEMBLA  
AYUNTAMIENTO DE BENIJOFAR  
AYUNTAMIENTO DE BENILLOBA  
AYUNTAMIENTO DE BENILLUP  
AYUNTAMIENTO DE BENIMANTELL  
AYUNTAMIENTO DE BENIMARFULL  
AYUNTAMIENTO DE BENIMASSOT  
AYUNTAMIENTO DE BENIMELI  
AYUNTAMIENTO DE BENISSA  
AYUNTAMIENTO DE BENITACHELL  
AYUNTAMIENTO DE BIAR  
AYUNTAMIENTO DE BIGASTRO  
AYUNTAMIENTO DE BOLULLA  
AYUNTAMIENTO DE BUSOT  
AYUNTAMIENTO DE CALLOSA D'EN SARRIÀ  
AYUNTAMIENTO DE CALLOSA DE SEGURA  
AYUNTAMIENTO DE CALPE  
AYUNTAMIENTO DE CAÑADA  
AYUNTAMIENTO DE CASTALLA  
AYUNTAMIENTO DE CASTELL DE CASTELLS  
AYUNTAMIENTO DE CATRAL  
AYUNTAMIENTO DE COCENTAINA  
AYUNTAMIENTO DE CONFRIDES

AYUNTAMIENTO DE LA VALL DE LAGUAR  
AYUNTAMIENTO DE LLIBER  
AYUNTAMIENTO DE LORCHA  
AYUNTAMIENTO DE LOS MONTESINOS  
AYUNTAMIENTO DE MILLENA  
AYUNTAMIENTO DE MONFORTE DEL CID  
AYUNTAMIENTO DE MONÓVAR  
AYUNTAMIENTO DE MURLA  
AYUNTAMIENTO DE MURO DE ALCOY  
AYUNTAMIENTO DE MUTXAMEL  
AYUNTAMIENTO DE NOVELDA  
AYUNTAMIENTO DE ONDARA  
AYUNTAMIENTO DE ONIL  
AYUNTAMIENTO DE ORBA  
AYUNTAMIENTO DE ORIHUELA  
AYUNTAMIENTO DE ORXETA  
AYUNTAMIENTO DE PARCENT  
AYUNTAMIENTO DE PEDREGUER  
AYUNTAMIENTO DE PEGO  
AYUNTAMIENTO DE PENÁGUILA  
AYUNTAMIENTO DE PETRER  
AYUNTAMIENTO DE PILAR DE LA HORADADA  
AYUNTAMIENTO DE PINOSO  
AYUNTAMIENTO DE PLANES  
AYUNTAMIENTO DE POLOP DE LA MARINA  
AYUNTAMIENTO DE QUATRETONDETA  
AYUNTAMIENTO DE RAFAL  
AYUNTAMIENTO DE REDOVÁN  
AYUNTAMIENTO DE RELLEU  
AYUNTAMIENTO DE ROJALES  
AYUNTAMIENTO DE SAGRA  
AYUNTAMIENTO DE SALINAS  
AYUNTAMIENTO DE SAN FULGENCIO  
AYUNTAMIENTO DE SAN ISIDRO  
AYUNTAMIENTO DE SAN MIGUEL DE SALINAS  
AYUNTAMIENTO DE SAN VICENTE DEL RASPEIG  
AYUNTAMIENTO DE SANET I NEGRALS

AYUNTAMIENTO DE COX  
AYUNTAMIENTO DE CREVILLEN  
AYUNTAMIENTO DE DAYA NUEVA  
AYUNTAMIENTO DE DAYA VIEJA  
AYUNTAMIENTO DE DÉNIA  
AYUNTAMIENTO DE DOLORES  
AYUNTAMIENTO DE EL CAMPELLO  
AYUNTAMIENTO DE EL CAMPO DE MIRRA  
AYUNTAMIENTO DE EL CASTELL DE GUADALEST  
AYUNTAMIENTO DE EL RÀFOL D'ALMÚNIA  
AYUNTAMIENTO DE EL VERGER  
AYUNTAMIENTO DE ELCHE  
AYUNTAMIENTO DE ELDA  
AYUNTAMIENTO DE ELS POBLETS  
AYUNTAMIENTO DE FACHECA  
AYUNTAMIENTO DE FAMORCA  
AYUNTAMIENTO DE FINESTRAT  
AYUNTAMIENTO DE FORMENTERA DEL SEGURA

Ayuntamientos de la Provincia de Castellón

AYUNTAMIENTO DE AÍN  
AYUNTAMIENTO DE ALBOCÁCER  
AYUNTAMIENTO DE ALCALÀ DE XIVERT  
AYUNTAMIENTO DE ALCUDIA DE VEO  
AYUNTAMIENTO DE ALFONDEGUILLA  
AYUNTAMIENTO DE ALGIMIA DE ALMONACID  
AYUNTAMIENTO DE ALMAZORA  
AYUNTAMIENTO DE ALMEDÍJAR  
AYUNTAMIENTO DE ALMENARA  
AYUNTAMIENTO DE ALQUERÍAS DEL NIÑO PERDIDO  
AYUNTAMIENTO DE ALTURA  
AYUNTAMIENTO DE ARAÑUEL  
AYUNTAMIENTO DE ARES DEL MAESTRE  
AYUNTAMIENTO DE ARGELITA  
AYUNTAMIENTO DE ARTANA  
AYUNTAMIENTO DE ATZENETA DEL MAESTRAT

AYUNTAMIENTO DE SANT JOAN D'ALACANT  
AYUNTAMIENTO DE SANTA POLA  
AYUNTAMIENTO DE SAX  
AYUNTAMIENTO DE SELLA  
AYUNTAMIENTO DE SENIJA  
AYUNTAMIENTO DE TÁRBENA  
AYUNTAMIENTO DE TEULADA  
AYUNTAMIENTO DE TIBI  
AYUNTAMIENTO DE TOLLOS  
AYUNTAMIENTO DE TORMOS  
AYUNTAMIENTO DE TORREMANZANAS  
AYUNTAMIENTO DE TORREVIEJA  
AYUNTAMIENTO DE VALL DE EBO  
AYUNTAMIENTO DE VALL DE GALLINERA  
AYUNTAMIENTO DE VILLAJYOYOSA  
AYUNTAMIENTO DE VILLENA  
AYUNTAMIENTO DE XALÓ

AYUNTAMIENTO DE LA TORRE D'EN BESORA  
AYUNTAMIENTO DE LA VALL D'UIXÓ  
AYUNTAMIENTO DE LA VILAVELLA  
AYUNTAMIENTO DE LES COVES DE VINROMÀ  
AYUNTAMIENTO DE LUCENA DEL CID  
AYUNTAMIENTO DE LUDIEN  
AYUNTAMIENTO DE MATET  
AYUNTAMIENTO DE MONCOFA  
AYUNTAMIENTO DE MONTANEJOS  
AYUNTAMIENTO DE MONTÁN  
AYUNTAMIENTO DE MORELLA  
AYUNTAMIENTO DE NAVAJAS  
AYUNTAMIENTO DE NULES  
AYUNTAMIENTO DE OLOCAU DEL REY  
AYUNTAMIENTO DE ONDA  
AYUNTAMIENTO DE OROPESA DEL MAR

AYUNTAMIENTO DE AYÓDAR  
AYUNTAMIENTO DE AZUÉBAR  
AYUNTAMIENTO DE BARRACAS  
AYUNTAMIENTO DE BEJÍS  
AYUNTAMIENTO DE BENA FER  
AYUNTAMIENTO DE BENAFIGOS  
AYUNTAMIENTO DE BENASAL  
AYUNTAMIENTO DE BENICARLÓ  
AYUNTAMIENTO DE BENICASIM  
AYUNTAMIENTO DE BENLLOCH  
AYUNTAMIENTO DE BETXÍ  
AYUNTAMIENTO DE BORRIOL  
AYUNTAMIENTO DE BURRIANA  
AYUNTAMIENTO DE CABANES  
AYUNTAMIENTO DE CANET LO ROIG  
AYUNTAMIENTO DE CASTELL DE CABRES  
AYUNTAMIENTO DE CASTELLFORT  
AYUNTAMIENTO DE CASTELLNOVO  
AYUNTAMIENTO DE CASTELLÓN DE LA PLANA  
AYUNTAMIENTO DE CASTILLO DE VILLAMALEFA  
AYUNTAMIENTO DE CATÍ  
AYUNTAMIENTO DE CAUDIEL  
AYUNTAMIENTO DE CÁLIG  
AYUNTAMIENTO DE CERVERA DEL MAESTRE  
AYUNTAMIENTO DE CHERT  
AYUNTAMIENTO DE CHILCHES  
AYUNTAMIENTO DE CHODOS  
AYUNTAMIENTO DE CHÓVAR  
AYUNTAMIENTO DE CINCTORRES  
AYUNTAMIENTO DE CIRAT  
AYUNTAMIENTO DE CORTES DE ARENOSO  
AYUNTAMIENTO DE COSTUR  
AYUNTAMIENTO DE CULLA  
AYUNTAMIENTO DE EL TORO  
AYUNTAMIENTO DE ESLIDA  
AYUNTAMIENTO DE ESPADILLA  
AYUNTAMIENTO DE FANZARA

AYUNTAMIENTO DE PALANQUES  
AYUNTAMIENTO DE PAVÍAS  
AYUNTAMIENTO DE PEÑÍSCOLA  
AYUNTAMIENTO DE PINA DE MONTALGRAO  
AYUNTAMIENTO DE PORTELL DE MORELLA  
AYUNTAMIENTO DE PUEBLA DE ARENOSO  
AYUNTAMIENTO DE RIBESALBES  
AYUNTAMIENTO DE ROSSELL  
AYUNTAMIENTO DE SACAÑET  
AYUNTAMIENTO DE SAN JORGE  
AYUNTAMIENTO DE SAN JUAN DE MORO  
AYUNTAMIENTO DE SAN RAFAEL DEL RÍO  
AYUNTAMIENTO DE SANT MATEU  
AYUNTAMIENTO DE SANTA MAGDALENA DE PULPIS  
AYUNTAMIENTO DE SARRATELLA  
AYUNTAMIENTO DE SEGORBE  
AYUNTAMIENTO DE SIERRA ENGARCERÁN  
AYUNTAMIENTO DE SONEJA  
AYUNTAMIENTO DE SOT DE FERRER  
AYUNTAMIENTO DE SUERAS  
AYUNTAMIENTO DE TALES  
AYUNTAMIENTO DE TERESA  
AYUNTAMIENTO DE TÍRIG  
AYUNTAMIENTO DE TODOLELLA  
AYUNTAMIENTO DE TOGA  
AYUNTAMIENTO DE TORÁS  
AYUNTAMIENTO DE TORRALBA DEL PINAR  
AYUNTAMIENTO DE TORRE ENDOMÉNECH  
AYUNTAMIENTO DE TORREBLANCA  
AYUNTAMIENTO DE TORRECHIVA  
AYUNTAMIENTO DE TRAIQUERA  
AYUNTAMIENTO DE USERAS  
AYUNTAMIENTO DE VALL D'ALBA  
AYUNTAMIENTO DE VALL DE ALMONACID  
AYUNTAMIENTO DE VALLAT  
AYUNTAMIENTO DE VALLIBONA  
AYUNTAMIENTO DE VILA-REAL

AYUNTAMIENTO DE FIGUEROLES  
AYUNTAMIENTO DE FORCALL  
AYUNTAMIENTO DE FUENTE LA REINA  
AYUNTAMIENTO DE FUENTES DE AYÓDAR  
AYUNTAMIENTO DE GAIBIEL  
AYUNTAMIENTO DE GELDO  
AYUNTAMIENTO DE HERBÉS  
AYUNTAMIENTO DE HIGUERAS  
AYUNTAMIENTO DE JÉRICA  
AYUNTAMIENTO DE L' ALCORA  
AYUNTAMIENTO DE LA JANA  
AYUNTAMIENTO DE LA LLOSA  
AYUNTAMIENTO DE LA MATA DE MORELLA  
AYUNTAMIENTO DE LA POBLA DE BENIFASSÀ  
AYUNTAMIENTO DE LA POBLA TORNESA  
AYUNTAMIENTO DE LA SALZADELLA

Ayuntamientos de la provincia de Valencia

AYUNTAMIENTO DE ADEMUZ  
AYUNTAMIENTO DE ADOR  
AYUNTAMIENTO DE AGULLENT  
AYUNTAMIENTO DE AIELO DE MALFERIT  
AYUNTAMIENTO DE AIELO DE RUGAT  
AYUNTAMIENTO DE ALAQUÀS  
AYUNTAMIENTO DE ALBAIDA  
AYUNTAMIENTO DE ALBAL  
AYUNTAMIENTO DE ALBALAT DE LA RIBERA  
AYUNTAMIENTO DE ALBALAT DELS SORELLS  
AYUNTAMIENTO DE ALBALAT DELS TARONGERS  
AYUNTAMIENTO DE ALBERIC  
AYUNTAMIENTO DE ALBORACHE  
AYUNTAMIENTO DE ALBORAYA  
AYUNTAMIENTO DE ALBUIXECH  
AYUNTAMIENTO DE ALCÀNTERA DE XÚQUER  
AYUNTAMIENTO DE ALCÀSSER  
AYUNTAMIENTO DE ALDAIA  
AYUNTAMIENTO DE ALFAFAR

AYUNTAMIENTO DE VILAFAMÉS  
AYUNTAMIENTO DE VILANOVA D'ALCOLEA  
AYUNTAMIENTO DE VILAR DE CANES  
AYUNTAMIENTO DE VILAFRANCA DEL CID  
AYUNTAMIENTO DE VILLAHERMOSA DEL RÍO  
AYUNTAMIENTO DE VILLAMALUR  
AYUNTAMIENTO DE VILLANUEVA DE VIVER  
AYUNTAMIENTO DE VILLORES  
AYUNTAMIENTO DE VINARÒS  
AYUNTAMIENTO DE VISTABELLA DEL MAESTRAZGO  
AYUNTAMIENTO DE VIVER  
AYUNTAMIENTO DE ZORITA DEL MAESTRAZGO  
AYUNTAMIENTO DE ZUCAINA

AYUNTAMIENTO DE L'ALCÚDIA  
AYUNTAMIENTO DE L'ALCÚDIA DE CRESPINS  
AYUNTAMIENTO DE L'ALQUERIA DE LA COMTESSA  
AYUNTAMIENTO DE L'ELIANA  
AYUNTAMIENTO DE L'ÈNOVA  
AYUNTAMIENTO DE L'OLLERIA  
AYUNTAMIENTO DE LA FONT D'EN CARRÒS  
AYUNTAMIENTO DE LA FONT DE LA FIGUERA  
AYUNTAMIENTO DE LA GRANJA DE LA COSTERA  
AYUNTAMIENTO DE LA POBLA DE FARNALS  
AYUNTAMIENTO DE LA POBLA DE VALLBONA  
AYUNTAMIENTO DE LA POBLA DEL DUC  
AYUNTAMIENTO DE LA POBLA LLARGA  
AYUNTAMIENTO DE LA YESA  
AYUNTAMIENTO DE LES ALCUBLES  
AYUNTAMIENTO DE LLANERA DE RANES  
AYUNTAMIENTO DE LLAURÍ  
AYUNTAMIENTO DE LLÍRIA  
AYUNTAMIENTO DE LLOCNOU D'EN FENOLLET

AYUNTAMIENTO DE ALFARA DE ALGIMIA  
AYUNTAMIENTO DE ALFARA DEL PATRIARCA  
AYUNTAMIENTO DE ALFARP  
AYUNTAMIENTO DE ALFARRASÍ  
AYUNTAMIENTO DE ALFAUIR  
AYUNTAMIENTO DE ALGAR DE PALANCIA  
AYUNTAMIENTO DE ALGEMESÍ  
AYUNTAMIENTO DE ALGIMIA DE ALFARA  
AYUNTAMIENTO DE ALGINET  
AYUNTAMIENTO DE ALMÀSSERA  
AYUNTAMIENTO DE ALMISERÀ  
AYUNTAMIENTO DE ALMOINES  
AYUNTAMIENTO DE ALMUSSAFES  
AYUNTAMIENTO DE ALPUENTE  
AYUNTAMIENTO DE ALZIRA  
AYUNTAMIENTO DE ANDILLA  
AYUNTAMIENTO DE ANNA  
AYUNTAMIENTO DE ANTELLA  
AYUNTAMIENTO DE ARAS DE LOS OLMOS  
AYUNTAMIENTO DE ATZENETA D'ALBAIDA  
AYUNTAMIENTO DE AYORA  
AYUNTAMIENTO DE BARX  
AYUNTAMIENTO DE BARXETA  
AYUNTAMIENTO DE BELLREGUARD  
AYUNTAMIENTO DE BELLÚS  
AYUNTAMIENTO DE BENAGÉBER  
AYUNTAMIENTO DE BENAGUASIL  
AYUNTAMIENTO DE BENAVIDES  
AYUNTAMIENTO DE BENEIXIDA  
AYUNTAMIENTO DE BENETÚSSER  
AYUNTAMIENTO DE BENIARJÓ  
AYUNTAMIENTO DE BENIATJAR  
AYUNTAMIENTO DE BENICOLET  
AYUNTAMIENTO DE BENICULL DE XÚQUER  
AYUNTAMIENTO DE BENIFAIÓ  
AYUNTAMIENTO DE BENIFAIRÓ DE LA VALLDIGNA  
AYUNTAMIENTO DE BENIFAIRÓ DE LES VALLS

AYUNTAMIENTO DE LLOCNOU DE SANT JERONI  
AYUNTAMIENTO DE LLOMBAI  
AYUNTAMIENTO DE LLOSA DE RANES  
AYUNTAMIENTO DE LLUTXENT  
AYUNTAMIENTO DE LORIGUILLA  
AYUNTAMIENTO DE LOSA DEL OBISPO  
AYUNTAMIENTO DE LUGAR NUEVO DE LA CORONA  
AYUNTAMIENTO DE MACASTRE  
AYUNTAMIENTO DE MANISES  
AYUNTAMIENTO DE MANUEL  
AYUNTAMIENTO DE MARINES  
AYUNTAMIENTO DE MASSALAVÉS  
AYUNTAMIENTO DE MASSALFASSAR  
AYUNTAMIENTO DE MASSAMAGRELL  
AYUNTAMIENTO DE MASSANASSA  
AYUNTAMIENTO DE MELIANA  
AYUNTAMIENTO DE MILLARES  
AYUNTAMIENTO DE MIRAMAR  
AYUNTAMIENTO DE MISLATA  
AYUNTAMIENTO DE MOGENTE  
AYUNTAMIENTO DE MONCADA  
AYUNTAMIENTO DE MONSERRAT  
AYUNTAMIENTO DE MONTAVERNER  
AYUNTAMIENTO DE MONTESA  
AYUNTAMIENTO DE MONTICHELVO  
AYUNTAMIENTO DE MONTROY  
AYUNTAMIENTO DE MUSEROS  
AYUNTAMIENTO DE NAVARRÉS  
AYUNTAMIENTO DE NÁQUERA  
AYUNTAMIENTO DE NOVETLÈ  
AYUNTAMIENTO DE OLIVA  
AYUNTAMIENTO DE OLOCAU  
AYUNTAMIENTO DE ONTINYENT  
AYUNTAMIENTO DE OTOS  
AYUNTAMIENTO DE PAIPORTA  
AYUNTAMIENTO DE PALMA DE GANDÍIA  
AYUNTAMIENTO DE PALMERA

AYUNTAMIENTO DE BENIFLÀ  
AYUNTAMIENTO DE BENIGÁNIM  
AYUNTAMIENTO DE BENIMODO  
AYUNTAMIENTO DE BENIMUSLEM  
AYUNTAMIENTO DE BENIPARRELL  
AYUNTAMIENTO DE BENIRREDRÀ  
AYUNTAMIENTO DE BENISANÓ  
AYUNTAMIENTO DE BENISSODA  
AYUNTAMIENTO DE BENISUERA  
AYUNTAMIENTO DE BÉTERA  
AYUNTAMIENTO DE BÈLGIDA  
AYUNTAMIENTO DE BICORP  
AYUNTAMIENTO DE BOCAIRENT  
AYUNTAMIENTO DE BOLBAITE  
AYUNTAMIENTO DE BONREPÒS I MIRAMBELL  
AYUNTAMIENTO DE BUFALI  
AYUNTAMIENTO DE BUGARRA  
AYUNTAMIENTO DE BUÑOL  
AYUNTAMIENTO DE BURJASSOT  
AYUNTAMIENTO DE CALLES  
AYUNTAMIENTO DE CAMPORROBLES  
AYUNTAMIENTO DE CANALS  
AYUNTAMIENTO DE CANET D'EN BERENGUER  
AYUNTAMIENTO DE CARCAIXENT  
AYUNTAMIENTO DE CARLET  
AYUNTAMIENTO DE CARRÍCOLA  
AYUNTAMIENTO DE CASAS ALTAS  
AYUNTAMIENTO DE CASAS BAJAS  
AYUNTAMIENTO DE CASINOS  
AYUNTAMIENTO DE CASTELLONET DE LA  
CONQUESTA  
AYUNTAMIENTO DE CASTELLÓ DE RUGAT  
AYUNTAMIENTO DE CASTIELFABIB  
AYUNTAMIENTO DE CATADAU  
AYUNTAMIENTO DE CATARROJA  
AYUNTAMIENTO DE CAUDETE DE LAS FUENTES  
AYUNTAMIENTO DE CÀRCER

AYUNTAMIENTO DE PATERNA  
AYUNTAMIENTO DE PEDRALBA  
AYUNTAMIENTO DE PETRÉS  
AYUNTAMIENTO DE PICANYA  
AYUNTAMIENTO DE PICASSENT  
AYUNTAMIENTO DE PILES  
AYUNTAMIENTO DE PINET  
AYUNTAMIENTO DE POLINYÀ DE XÚQUER  
AYUNTAMIENTO DE POTRÍES  
AYUNTAMIENTO DE PUÇOL  
AYUNTAMIENTO DE PUEBLA DE SAN MIGUEL  
AYUNTAMIENTO DE QUART DE LES VALLS  
AYUNTAMIENTO DE QUART DE POBLET  
AYUNTAMIENTO DE QUARTELL  
AYUNTAMIENTO DE QUATRETONDA  
AYUNTAMIENTO DE QUESA  
AYUNTAMIENTO DE RAFELBUÑOL  
AYUNTAMIENTO DE RAFELCOFER  
AYUNTAMIENTO DE RAFELGUARAF  
AYUNTAMIENTO DE RÀFOL DE SALEM  
AYUNTAMIENTO DE REAL DE GANDÍA  
AYUNTAMIENTO DE REAL DE MONTROI  
AYUNTAMIENTO DE REQUENA  
AYUNTAMIENTO DE RIBA-ROJA DE TÚRIA  
AYUNTAMIENTO DE RIOLA  
AYUNTAMIENTO DE ROCAFORT  
AYUNTAMIENTO DE ROTGLÀ-CORBERÀ  
AYUNTAMIENTO DE RÓTOVA  
AYUNTAMIENTO DE RUGAT  
AYUNTAMIENTO DE SAGUNTO  
AYUNTAMIENTO DE SALEM  
AYUNTAMIENTO DE SAN ANTONIO DE BENAGÉBER  
AYUNTAMIENTO DE SAN JUAN DE ÉNOVA  
AYUNTAMIENTO DE SEDAVÍ  
AYUNTAMIENTO DE SEGART  
AYUNTAMIENTO DE SELLENT  
AYUNTAMIENTO DE SEMPERE

AYUNTAMIENTO DE CERDÀ	AYUNTAMIENTO DE SENYERA
AYUNTAMIENTO DE CHELLA	AYUNTAMIENTO DE SERRA
AYUNTAMIENTO DE CHELVA	AYUNTAMIENTO DE SIETE AGUAS
AYUNTAMIENTO DE CHERA	AYUNTAMIENTO DE SILLA
AYUNTAMIENTO DE CHESTE	AYUNTAMIENTO DE SIMAT DE LA VALLDIGNA
AYUNTAMIENTO DE CHIVA	AYUNTAMIENTO DE SINARCAS
AYUNTAMIENTO DE CHULILLA	AYUNTAMIENTO DE SOLLANA
AYUNTAMIENTO DE COFRENTES	AYUNTAMIENTO DE SOT DE CHERA
AYUNTAMIENTO DE CORBERA	AYUNTAMIENTO DE SUECA
AYUNTAMIENTO DE CORTES DE PALLÀS	AYUNTAMIENTO DE SUMACÀRCER
AYUNTAMIENTO DE COTES	AYUNTAMIENTO DE TAVERNES BLANQUES
AYUNTAMIENTO DE CULLERA	AYUNTAMIENTO DE TAVERNES DE LA VALLDIGNA
AYUNTAMIENTO DE DAIMÚS	AYUNTAMIENTO DE TERESA DE COFRENTES
AYUNTAMIENTO DE DOMEÑO	AYUNTAMIENTO DE TERRATEIG
AYUNTAMIENTO DE DOS AGUAS	AYUNTAMIENTO DE TITAGUAS
AYUNTAMIENTO DE EL PALOMAR	AYUNTAMIENTO DE TORREBAJA
AYUNTAMIENTO DE EL PUIG	AYUNTAMIENTO DE TORRELLA
AYUNTAMIENTO DE EMPERADOR	AYUNTAMIENTO DE TORRENT
AYUNTAMIENTO DE ENGUERA	AYUNTAMIENTO DE TORRES-TORRES
AYUNTAMIENTO DE ESTIVELLA	AYUNTAMIENTO DE TOUS
AYUNTAMIENTO DE ESTUBENY	AYUNTAMIENTO DE TUÉJAR
AYUNTAMIENTO DE FAURA	AYUNTAMIENTO DE TURÍS
AYUNTAMIENTO DE FAVARA	AYUNTAMIENTO DE UTIEL
AYUNTAMIENTO DE FOIOS	AYUNTAMIENTO DE VALENCIA
AYUNTAMIENTO DE FONTANARS DELS ALFORINS	AYUNTAMIENTO DE VALLADA
AYUNTAMIENTO DE FORTALENY	AYUNTAMIENTO DE VALLANCA
AYUNTAMIENTO DE FUENTERROBLES	AYUNTAMIENTO DE VALLÉS
AYUNTAMIENTO DE GANDÍA	AYUNTAMIENTO DE VENTA DEL MORO
AYUNTAMIENTO DE GAVARDA	AYUNTAMIENTO DE VILAMARXANT
AYUNTAMIENTO DE GÁTOVA	AYUNTAMIENTO DE VILLALONGA
AYUNTAMIENTO DE GENOVÉS	AYUNTAMIENTO DE VILLANUEVA DE CASTELLÓN
AYUNTAMIENTO DE GESTALGAR	AYUNTAMIENTO DE VILLAR DEL ARZOBISPO
AYUNTAMIENTO DE GILET	AYUNTAMIENTO DE VILLARGORDO DEL CABRIEL
AYUNTAMIENTO DE GODELLA	AYUNTAMIENTO DE VINALESA
AYUNTAMIENTO DE GODELLETA	AYUNTAMIENTO DE XÀTIVA
AYUNTAMIENTO DE GUADASEQUIES	AYUNTAMIENTO DE XERACO
AYUNTAMIENTO DE GUADASSUAR	AYUNTAMIENTO DE XERESA

AYUNTAMIENTO DE GUARDAMAR DE LA SAFOR  
AYUNTAMIENTO DE HIGUERUELAS  
AYUNTAMIENTO DE JALANCE  
AYUNTAMIENTO DE JARAFUEL

AYUNTAMIENTO DE XIRIVELLA  
AYUNTAMIENTO DE YÁTOVA  
AYUNTAMIENTO DE ZARRA

### ANEXO III

#### TABLA CORRESPONDENCIA ARTICULADO ENTRE EL TEXTO DEL DOCUMENTO NORMATIVO SOMETIDO A CONSULTA Y EL DOCUMENTO NORMATIVO RESULTANTE DEL ESTUDIO E INCORPORACION DE ALEGACIONES Y PROPUESTAS DE MEJORA

Títulos y artículos de la versión actual del Documento Normativo del PATSECOVA (V12).	Correspondencia con la Versión Preliminar
<b><u>Título 1. Disposiciones generales.</u></b>	
<u>Art. 1 Naturaleza y ámbito de aplicación.</u>	Artículo 1
<u>Art. 2 Documentación del Plan.</u>	Nuevo
<u>Art. 3 Principios inspiradores.</u>	Artículo 3
<u>Art. 4 Principios de actuación.</u>	Artículo 10
<u>Art. 5 Objetivos del Plan.</u>	Artículo 4
<u>Art. 6 Estrategias del Plan.</u>	Artículo 5
<u>Art. 7 Obligatoriedad y vinculación.</u>	Artículo 1
<u>Art. 8 Vigencia, revisión y modificación del Plan.</u>	Artículo 6
<b><u>Título 2. División territorial a efectos de la ordenación comercial.</u></b>	
<u>Art. 9 El Sistema Nodal de Referencia Comercial.</u>	Artículo 13
<u>Art. 10 Las Áreas urbanas integradas del Sistema Nodal de Referencia Comercial.</u>	Artículo 14
<u>Art.11 Las áreas y subáreas funcionales comerciales.</u>	Artículo 15
<u>Art.12 Criterios de delimitación de las áreas funcionales comerciales.</u>	Artículo 16
<u>Art.13 Modificación del planeamiento territorial definido en el Plan.</u>	Artículo 17
<u>Art. 14 Instrumentos para la planificación, ordenación y dinamización territorial del comercio.</u>	Nuevo
<b><u>Título 3. Instrumentos de ordenación subregional. Las Directrices de ordenación comercial.</u></b>	
<u>Art. 15 Directrices de ordenación comercial.</u>	Artículo 18
<u>Art. 16 Contenidos mínimos de las directrices de ordenación comercial.</u>	Artículo 19
<u>Art. 17 Procedimiento de tramitación de las directrices de ordenación comercial.</u>	Nuevo
<u>Art. 18 Efectos y vigencia de las Directrices de ordenación comercial.</u>	Artículo 20
<b><u>Título 4. Instrumentos para la planificación, ordenación y dinamización comercial de ámbito local.</u></b>	
<u>Art. 19 Definición del modelo comercial en el plan general estructural.</u>	Nuevo
<u>Art. 20 Planes de acción comercial.</u>	Artículo 21
<u>Art. 21 Proyectos de urbanismo comercial.</u>	Artículo 22
<u>Art. 22 Planes de dinamización comercial.</u>	Artículo 23
<u>Art. 23 Programas y planes de calidad paisajística en zonas comerciales.</u>	Artículo 24
<u>Art. 24 Programas de gestión de zonas comerciales.</u>	Artículo 25
<b><u>Título 5. Áreas comerciales estratégicas.</u></b>	

<u>Art. 25 Objetivo de las áreas comerciales estratégicas.</u>	Artículo 26
<u>Art. 26 Criterios para la delimitación de las áreas comerciales estratégicas.</u>	Artículo 27
<u>Art. 27 Procedimiento para la declaración de las áreas comerciales estratégicas.</u>	Artículo 28 y Artículo 29
<u>Art. 28 Áreas de nueva centralidad comercial.</u>	Artículo 30
<u>Art. 29 Áreas de oportunidad comercial.</u>	Artículo 31
<u>Art. 30 Áreas de dinamización comercial.</u>	Artículo 35
<u>Art. 31 Áreas comercialmente saturadas.</u>	Artículo 33
<b>Título 6. Criterios para el desarrollo de nuevo suelo para usos comerciales.</b>	
<u>Art. 32 Consideración del uso terciario comercial en los planes urbanísticos.</u>	Artículo 37
<u>Art. 33 Criterios para la dimensión de nuevo suelo terciario comercial.</u>	Nuevo
<u>Art. 34 Criterios para la ubicación de nuevo suelo terciario comercial.</u>	Artículo 36
<u>Art. 35 Dotación mínima de suelo comercial en sectores residenciales.</u>	Artículo 39
<u>Art. 36 Usos comerciales en suelo industrial.</u>	Artículo 41
<u>Art. 37 Limitaciones a las implantaciones comerciales en suelo no urbanizable.</u>	Artículo 42
<b>Título 7. Criterios para el desarrollo de nuevos proyectos comerciales.</b>	
<u>Art. 38 Aplicación de principios de movilidad sostenible en nuevos proyectos comerciales.</u>	Artículo 46
<u>Art. 39 Estándares urbanísticos.</u>	Artículo 46
<u>Art. 40 Estándares de aparcamiento.</u>	Artículo 47
<u>Art. 41 Requisitos para la carga y descarga de mercancías.</u>	Artículo 48
<u>Art. 42 Integración paisajística de zonas y proyectos comerciales.</u>	Artículo 49
<u>Art. 43 Integración paisajística de elementos de comunicación y publicidad exterior.</u>	Artículo 50
<u>Art. 44 Condiciones de accesibilidad universal a los establecimientos comerciales.</u>	Artículo 51
<u>Art. 45 Planes de autoprotección.</u>	Artículo 52
<b>Título 8. La instalación de grandes establecimientos comerciales.</b>	
<u>Art. 46 Clasificación de los proyectos comerciales en base a su afección territorial.</u>	Artículo 45
<u>Art. 47 Criterios de localización de nuevos proyectos comerciales.</u>	Artículo 53
<u>Art. 48 Grandes establecimientos comerciales y capacidad de acogida del territorio.</u>	Artículo 58
<u>Art. 49 Índices orientativos máximos de superficie en grandes establecimientos comerciales.</u>	Nuevo
<u>Art.50 Evaluación ambiental en proyectos comerciales y apertura de grandes establecimientos comerciales.</u>	Artículo 57
<u>Art.51 Compensación de impactos medioambientales en la implantación comercial.</u>	Nuevo
<b>Título 9. Actuaciones dinamizadoras del comercio y de mejora de las infraestructuras comerciales.</b>	

<u>Art. 52 Fomento del comercio en zonas de baja dotación comercial.</u>	Artículo 66
<u>Art. 53 Centros Comerciales Urbanos y Centros Históricos de carácter comercial.</u>	Artículo 59
<u>Art. 54 Parques comerciales no planificados.</u>	Artículo 60
<u>Art. 55 Actuaciones en municipios turísticos.</u>	Artículo 64
<u>Art. 56 Fomento del comercio rural.</u>	Artículo 63
<u>Art. 57 Mejora de mercados municipales.</u>	Artículo 61
<u>Art. 58 Zonas donde se desarrolla venta no sedentaria.</u>	Artículo 62
<u>Art. 59 Catálogos de establecimientos comerciales históricos y emblemáticos.</u>	Artículo 65
<u>Art. 60 Medidas para la reducción del impacto ambiental del comercio.</u>	Artículo 67
<b>Título 10 Desarrollo, ejecución y gestión del Plan de Acción Territorial.</b>	
<u>Art. 61 Iniciativa y competencia.</u>	Nuevo
<u>Art. 62 Instrumentos y actuaciones para el desarrollo del Plan.</u>	Nuevo
<u>Art. 63 Plan de actuación y ayudas públicas.</u>	Artículo 68
<u>Art. 64 Oficina Técnica del Plan.</u>	Artículo 81
<u>Art. 65 Sistema de Información del Comercio de la Comunitat Valenciana.</u>	Artículo 76
<u>Art. 66 Cooperación con las entidades locales y la Red de Agentes para la Innovación Comercial.</u>	Artículo 72
<u>Art. 67 Colaboración con las asociaciones empresariales.</u>	Artículo 71
<u>Art. 68 Observatorio del Comercio de la Comunitat Valenciana.</u>	Artículo 79
<u>Art. 69 Investigación comercial.</u>	Artículo 73
<u>Art. 70 Comunicación y visibilidad del Plan.</u>	Artículo 80

**ANEXO IV**  
**Resultados e incorporaciones de alegaciones y sugerencias**  
**ÍNDICE DE ALEGACIONES, SUGERENCIAS Y DICTÁMENES**

1	Ministerio de Fomento, Dirección General de Carreteras	Página 26
2	Agència Valenciana de Seguretat i Resposta a Emergències	Página 27
3	Ministerio de Fomento, Puertos del Estado	Página 28
4	Ayuntamiento de Alfafar	Página 29
5	Ayuntamiento de Quart de Poblet	Página 31
6	Ayuntamiento de València	Página 32
7	Ayuntamiento de Benidorm	Página 34
8	Ayuntamiento de Castelló	Página 35
9	Ayuntamiento de Elx	Página 36
10	Ministerio de Fomento, Dirección General de Aviación Civil	Página 37
11	Asociación Comerciantes de Villena	Página 38
12	Unió Gremial	Página 47
13	COVACO	Página 49
14	FACPYME	Página 62
15	Associació de Promoció del Comerç d'Ontinyent	Página 73
16	COVACO Castelló	Página 82
17	Asociación de Técnicos de Comercio (ATECOM)	Página 93
18	INTU EUROFUND Valencia SL	Página 94
19	Ayuntamiento de Manises	Página 97
20	Ayuntamiento de Peníscola	Página 99
21	Ayuntamiento de Paterna	Página 100
22	Ayuntamiento de Villena	Página 101
23	Ayuntamiento de Gandia	Página 103
24	Ayuntamiento de Alcoi	Página 104
25	Ayuntamiento de Algemesí	Página 105
26	ASUCOVA	Página 106

27	COVACO Valencia	Página 111
28	ANGED	Página 122
29	AICO	Página 124
30	Asociación de comerciantes del Centro Histórico de Valencia	Página 130
31	Agència Valenciana de Turisme	Página 132
32	Ministerio Agricultura, Confederación Hidrográfica del Júcar	Página 133
33	Ayuntamiento de Torrent	Página 134
34	José Manuel Palau Navarro	Página 135
35	Antonio Viedma Guillamón	Página 137

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>001</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>26 de julio de 2016</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>Ministerio de Fomento</b>
<b>Departamento/Área</b>	<b>Dirección General de Carreteras</b>
<b>RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
Informan que al no afectar a la red de Carreteras del Estado, no les corresponde emitir informe al respecto	
<b>OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
No proceden observaciones	
<b>DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
No hay determinaciones que se modifiquen	

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>002</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>26 de julio de 2016</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>Generalitat Valencia</b>
<b>Departamento/Área</b>	<b>Agencia de Seguridad y Respuesta a las Emergencias</b>
<b>RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- En lo referente al riesgo de inundaciones el PATSECOVA deberá alinearse con lo dispuesto en el PATRICOVA</li> <li>- En lo referente al riesgo de deslizamientos, hay que atender a la información de la cartografía temática de la CV</li> <li>- En caso de riesgos sísmicos, hay que asumir lo establecido en la Norma de Construcción Sismorresistente del 202 (NCSR-02) i el Pla Especial de Risc Sísmic a la CV (Decret 44/2011 de 29 d'abril)</li> <li>- En el caso de prevención de accidentes graves, hay que sustituir el RD 1254/1999 por el Real Decreto 840/2015 que lo ha sustituido</li> <li>- Para el riesgo de accidentes en transporte de mercancías peligrosas, hay que referirse al Decreto 49/2011 de 6 de mayo del Consell</li> <li>- En lo referente al riesgo de incendios forestales, además del Plan de Acción territorial Forestal de la Comunitat Valenciana, hay que incluir el Documento básico de seguridad en el caso de incendios, Sección SI5 del Código Técnico de Edificación (Suplemento del BOE nº 74 del 28 de marzo de 2006, y el 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 terrenos forestales o sus alrededores</li> </ul>	
<b>OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<b>Estimar</b> las alegaciones planteadas e incorporar y/o sustituir las normas a las que hace referencia	
<b>DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
Modificar en los documentos correspondientes las referencias normativas a que hace referencia el informe	

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>003</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>21 de septiembre de 2016</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>Ministerio de Fomento</b>
<b>Departamento/Área</b>	<b>Puertos del Estado</b>
<b>RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<p>- Introducir en el documento de Evaluación Ambiental y Territorial Estratégica apartado 7.2 principal normativa de aplicación. La legislación correspondiente al RDL 2/2011, de 5 de septiembre por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Puertos del Estado y la Marina Mercante</p>	
<b>OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
Estimar la alegación	
<b>DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
Modificar el documento de Evaluación Ambiental y Territorial Estratégica en los términos señalados	

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>004</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>29 de septiembre de 2016</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>Ayuntamiento de Alfafar</b>
<b>Departamento/Área</b>	
<b>RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Incorporar Alfafar, dentro del Sistema Nodal de Referencia Comercial del Anexo I, como cabecera de Área Comercial Funcional y no como Nodo Comercial basado en grandes equipamientos comerciales.</li> <li>2. No aplicación retroactiva del artículo 33 para el municipio de Alfafar.</li> <li>3. Rechazan la limitación incluida en Artículo 58 de autorización de equipamientos comerciales de más de 120.000 m<sup>2</sup></li> <li>4. Disposición transitoria que armonice el planeamiento sectorial con el urbanístico</li> </ol>	
<b>OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<p><b>No Estimar</b> el punto 1, ya que Alfafar, por sus propias características socioeconómicas y comerciales, está correctamente considerada como un Nodo Comercial basado en Grandes Equipamientos Comerciales, aunque los mismos generen una capacidad de atracción significativa y superior al tamaño de su población.</p> <p><b>No Estimar</b> el punto 2 toda vez que la declaración de área saturada, que le corresponde declarar a la Generalitat, y se produce cuando se den los efectos indeseados que establece el artículo 31 (anteriormente artículo 33), pero siempre mediante los estudios sobre la capacidad de carga de dicho ámbito que deberá aportar el ayuntamiento</p> <p><b>No Estimar</b> la alegación planteada a la limitación de los 120,000 m<sup>2</sup>, pues es una cifra suficientemente amplia, dado que solo una Gran Superficie Comercial supera en estos momentos esa extensión de suelo comercial y la media de las existentes en la actualidad está muy por debajo.</p> <p>Por otra parte el PATSECOVA tiene naturaleza urbanística según el artículo 31.4 de la Ley 3/2011, de comercio, y la Directiva de servicios ha sido interpretada por la Sentencia del Tribunal de Justicia de 30 de enero de 2018, que señala que el considerando 9 de la Directiva indica que ésta “solo se aplica a los requisitos que afecten al acceso a una actividad de servicios o a su ejercicio”, lo que excluye, en consecuencia, “requisitos tales como (...) normas relativas a la ordenación del territorio, urbanismo y ordenación rural (...) y las sanciones administrativas impuestas por no cumplir dichas normas, que no regulan específicamente o no afectan específicamente a la actividad del servicio pero que tienen que ser respetadas por los prestadores en el ejercicio de su actividad económica al igual que por los particulares en su capacidad privada. “</p> <p><b>No estimar</b> las alegaciones relativas a limitaciones a la implantación de nuevos establecimientos comerciales, la regulación de áreas comercialmente saturadas, y la limitación a 120.000 m<sup>2</sup> de superficie máxima para nuevos grandes establecimientos comerciales, por razón de inaplicabilidad de las restricciones a las normativas nacionales impuestas por la Directiva invocada a las materias de ordenación del territorio y urbanismo; y porque esta directiva, en su artículo 4.8, considera razón imperiosa de interés general justificativa de requisitos tanto la protección del medio ambiente como del entorno urbano. Respecto de la limitación de superficie para los grandes establecimientos comerciales, parece claro que el factor de la dimensión afecta o puede afectar al medio ambiente y al entorno urbano; limitación de superficie que está muy por encima de la media de tamaño de los hoy existentes, de modo que puede considerarse una medida de ordenación territorial prudente, razonable y no discriminatoria, pues todos los grandes equipamientos comerciales que existen en la actualidad tendrían cabida.</p>	

**Estimar** la observación del punto 4 haciendo hincapié en la necesidad de armonizar la aplicación de las directrices del PATSECOVA con el planeamiento urbanístico, pero teniendo en cuenta que el artículo 31 apartado 4 de la Ley de Comercio prevé que “El Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana podrá modificar, de forma directa, las previsiones de los planes generales vigentes, en lo concerniente a la planificación del suelo comercial”. Un régimen de adaptación de los instrumentos urbanísticos se recoge en la Disposición transitoria única del nuevo texto normativo.

**DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN**

Incluir en el documento normativo un régimen transitorio que contemple la estimación de la observación propuesta.

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>005</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>3 de octubre de 2016</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>Ayuntamiento de Quart de Poblet</b>
<b>Departamento/Área</b>	
<b>RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<p>1. En referencia a lo dispuesto en el Artículo 41 (Usos comerciales en suelo industrial) Se propone se revisen las limitaciones en cuanto a compatibilidad de usos comerciales en suelo industrial que esté en proceso de reconversión hacia uso comercial, habilitando expresamente la posibilidad de que dichas áreas en los planes vigentes se califican como industriales, alberguen progresivamente actividades de carácter comercial, sin perjuicio de que se apliquen las oportunas medidas correctoras</p>	
<b>OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<p><b>No Estimar</b> la alegación al artículo 41 (actual artículo 36 del documento normativo) ya que se trata de compatibilizar el uso comercial con el industrial de baja intensidad. Mientras no se pase de uso industrial a comercial, para no desvirtuar esta calificación, el porcentaje de suelo comercial no podrá ser en ningún caso superior al 50%. Si la determinación de uso industrial queda obsoleta lo que procedería es la modificación del uso para hacer efectiva la reconversión.</p>	
<b>DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
No hay determinaciones que se modifiquen	

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>006</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>3 de octubre de 2016</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>Ayuntamiento de València</b>
<b>Departamento/Área</b>	

#### RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN

1. Respecto a la tutela administrativa autonómica previa de los Planes Urbanísticos, recogida en el Artículo 7, el ayuntamiento de Valencia plantea que la exigencia sea sólo la que establece el artículo 30-4 de la Ley de Comercio (Únicamente cuando el Plan contemple explícitamente, o posibilite, la reclasificación o calificación de suelos para la implantación de actividades comerciales) ya que es tarea del legislador concretar los informes que deben solicitarse con carácter preceptivo y no por Decreto en detrimento de la autonomía municipal.
2. Limitar las exigencias establecidas en el artículo 36, a aquellos planes con capacidad para incidir en el modelo comercial del municipio (formulación o revisión del Plan General Estructural y del Plan de Ordenación Pormenorizada)
3. Para el resto de instrumentos de planeamiento sería suficiente consulta a la Conselleria competente en comercio en la fase de evaluación ambiental previa a la tramitación urbanística
4. Respecto a lo dispuesto en el Artículo 38.1: contemplar en la zonificación del suelo, el uso comercial de forma diferenciada. Se sugiere restringir esta exigencia a aquellas actuaciones de uso global terciario o industrial donde se prevea la existencia de usos comerciales que puedan generar impacto territorial.
5. Respecto a lo establecido tanto en el artículo 39 (dotación mínima de suelo comercial en sectores residenciales), como en el artículo 41 (limitación de usos comerciales en suelo industrial), se propone la necesidad de coordinar con Territorio una modificación del Anexo IV de la LOTUP, dedicado a la regulación de los estándares urbanísticos. Ello al objeto de valorar la viabilidad de su incorporación como estándares de la edificabilidad en la normativa urbanística, con el fin de evitar dispersiones normativas.
6. En relación con la posibilidad que establece el PATSECOVA (en varios artículos) de otorgamiento de licencias, así como la concesión de exenciones y bonificaciones fiscales, alega que estas cuestiones deben ajustarse a las distintas normativas, ya sean estatales o autonómicas, como son

Ley 5/2014 de Ordenación del Territorio,

Ley 7/1985 Régimen Local,

RDL 2/2014 Haciendas locales

#### OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN

- **No estimar** la alegación planteada al artículo 7 (no queda clara la correspondencia con el actual articulado) ya que se entiende que hasta que no se modifique la Ley 3/2011, está en vigor lo que ésta determina.
- **No estimar** pues la nueva redacción de este artículo, ahora con el nominal 34, ya limita las exigencias de adaptación de la normativa urbanística, por lo que ya se ajusta a la alegación planteada
- **No estimar**, por la razón anterior, la sugerencia relativa innecesariedad de informe de la Conselleria competente en materia de comercio pasada la fase de evaluación ambiental previa.
- El anterior artículo 38 se ha eliminado.
- **No estimar** la alegación respecto a lo establecido, tanto en el artículo 39 (dotación mínima de suelo

comercial en sectores residenciales) ahora 36, como en el artículo 41.

- En relación con la posibilidad que establece el PATSECOVA (en varios artículos) de otorgamiento de licencias, así como la concesión de exenciones y bonificaciones fiscales, **No se estima** en función de que es una alegación imprecisa y en ningún caso se va a efectuar una vulneración de las normas sectoriales vigentes.

**DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN**

El artículo 38 ya ha sido suprimido, no hay otras determinaciones que se modifiquen

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>007</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>3 de octubre de 2016</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>Ayuntamiento de Benidorm</b>
<b>Departamento/Área</b>	
<b>RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<p>1. Respecto al plazo de 10 años previsto para la realización de los Planes de Acción Comercial, que prevé el Artículo 21.3, se sugiere que el mismo se deberán realizar en un plazo máximo de 5 años desde la aprobación del PATSECOVA</p>	
<b>OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<p><b>No estimar la alegación propuesta al artículo 21,3, actual artículo 20 del Documento Normativo</b>, dado que entre cabeceras y subcabeceras de área funcional comercial, están los 30 municipios de mayor tamaño y dada la extensión que comporta la realización de los Planes de Acción Comercial, el plazo previsto de 10 años para su ejecución es el adecuado.</p>	
<b>DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
No hay determinaciones que se modifiquen	

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>008</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>3 de octubre de 2016</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>Ayuntamiento de Castelló</b>
<b>Departamento/Área</b>	
<b>RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Respecto a lo dispuesto en el artículo 7-1: Adaptación del Planeamiento en tramitación al PATSECOVA, el Ayuntamiento de Castellón sugiere, exigir la adaptación de los Planes que no tuvieran emitido el documento de alcance a su entrada en vigor.</li> <li>2. En cuanto al establecimiento de estándares y previsiones de obligado cumplimiento en el uso del suelo con fines comerciales, alega que su excesiva pormenorización, dada la naturaleza del planeamiento y su vigencia en principio indefinida, dificulta su adaptación a la realidad económica y social (mucho más dinámica)</li> </ol>	
<b>OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Aceptar la alegación planteada al artículo 7.1</b> que ya queda recogida en la nueva redacción del punto 4 a) de dicho artículo</li> <li>• <b>No estimar la alegación</b> presentada sobre el establecimiento de estándares y previsiones de obligado cumplimiento en el uso del suelo con fines comerciales, ya que es precisamente la misión de esta planificación fijar estándares que por su propia naturaleza son parámetros o criterios que se adaptarán a la realidad social en cada momento.</li> </ul>	
<b>DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
El artículo 7.1 ha sido modificado, no hay otras determinaciones que se modifiquen	

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>009</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>3 de octubre de 2016</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>Ayuntamiento de Elx</b>
<b>Departamento/Área</b>	
<b>RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. En el Documento Propositivo, en el mapa 5,18 que señala las ZGAT, resulta que al no estar detalladas, induce a error y se puede pensar que es todo el municipio el que está declarado ZGAT, cuando son sólo determinados sectores de su término municipal.</li> <li>2. Se plantea que la información referida a las ZGAT sea exhaustiva y se aplique al subapartado 5,6,7 "Cluster turístico comercial"</li> <li>3. Solicita el Ayuntamiento de Elche que, de conformidad a lo dispuesto en los Artículos 31 y 32, sean declaradas como Área de Oportunidad Comercial, la zona de Elche oeste y como Área de Intensificación Comercial, Elche ciudad</li> </ol>	
<b>OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>No estimar el punto 1</b>, ya que el Mapa 5.18 indica el número de ZGAT de cada municipio mediante un símbolo gráfico, haciendo indicación en color de los municipios que cuentan con algun ZGAT declarada.</li> <li>• <b>No Estimar el punto 2</b> puesto que la resolución que declara la ZGAT ya establece la concreción del territorio y período temporal de su régimen</li> <li>• <b>No Estimar</b>, el punto 3 toda vez que el procedimiento para la declaración de área estratégica que establece el artículo 27 del documento Normativo (anterior artículo 31) será el ayuntamiento el que: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Debe iniciar el procedimiento</li> <li>- Incluyendo la delimitación del ámbito</li> <li>- La justificación de su delimitación</li> <li>- las medidas o actuaciones que se pretenden desarrollar</li> <li>- y la vigencia</li> </ul> Dicha propuesta deberá someterse a un período de información pública  Estudiada la solicitud, la Generalitat emitirá informe en el plazo de 2 meses </li> </ul>	
<b>DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<p>En el mapa 5,18 del Documento Propositivo se hará una advertencia a que el territorio y período relativo a todas las ZGAT viene concretado en cada una de las resoluciones que las aprueba.</p>	

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>010</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>3 de octubre de 2016</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>Ministerio de Fomento</b>
<b>Departamento/Área</b>	<b>Dirección General de Aviación Civil</b>
<b>RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<p>Informa favorablemente, pero recuerda que en las propuestas de los instrumentos de ordenación y revisión o modificación en el ámbito del PATSECOVA, cuando afecta a zonas con servidumbres aeronáuticas, es necesario informe de la DG Aviación civil</p>	
<b>OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<p>Se toma nota del recordatorio de solicitud de informe a la DG de Aviación Civil para los hipotéticos casos, que derivados de la aplicación del PATSECOVA, puedan afectar a zonas de servidumbres aeronáuticas</p>	
<b>DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<p>No hay determinaciones que se modifiquen</p>	

Nº alegación/sugerencia/dictamen:	011
Fecha de entrada:	3 de octubre de 2016
Entidad que la presenta:	Asociación de pequeños y medianos empresarios comerciantes de Villena y Comarca
Departamento/Área	

## RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN

- **Artículo 2 Definiciones**

- **Cambiar redacción punto g) – Centro Comercial Urbano:** aquellos ámbitos urbanos donde existe una agrupación **concentrada y diversa** de empresas comerciales y servicios que, en un área urbana delimitada y vinculados a través de una entidad con personalidad jurídica, desarrollan profesionalmente una estrategia conjunta de mejora socioeconómica de su entorno, especialmente a través de acciones de promoción, gestión de servicios, **mejora del entorno** y dinamización económica.
- **Cambiar redacción punto k) Centro de fabricantes:** "Centro comercial integrado por una agrupación de tiendas de fabricantes y marcas, que venden (con descuento) sus propios productos.
- **Cambiar redacción punto l) Comercio de atracción:** Establecimientos comerciales individuales o colectivos, **localizados en tramas urbanas consolidadas y generalmente en los bajos de edificios**, cuya área de influencia es supramunicipal por lo que su impacto comercial supera los límites municipales. Este tipo de establecimientos generan flujos intermunicipales favoreciendo la movilidad de los consumidores entre distintas poblaciones.
- **Cambiar redacción punto o) Establecimiento comercial:** Establecimiento comercial: Locales y construcciones o instalaciones de carácter fijo y permanente, destinados al ejercicio regular de actividades comerciales, **ya sea de forma continuada o en días o en temporadas determinadas**. Quedan incluidos en la definición anterior los quioscos y, en general, las instalaciones de cualquier clase que cumplan la finalidad señalada en el mismo, siempre que tengan el carácter de inmuebles. Los establecimientos comerciales podrán ser individuales o colectivos.

- **Artículo 3 Principios Inspiradores**

- **Cambiar redacción punto m):** Promover mejora de los entornos urbanos, apoyando al comercio de proximidad, la protección de los Centros Históricos comerciales e impulsando la mejora de las infraestructuras comerciales y la puesta en marcha **y consolidación** de Centros Comerciales Urbanos.
- **Cambiar redacción punto q):** Promover nuevas formas de gobernanza del territorio que permitan poner en práctica formas innovadoras y compartidas de planificación y de gestión de las dinámicas territoriales comerciales y una mayor colaboración entre los agentes, **las asociaciones empresariales de comercio**, las empresas y las Administraciones

- **Artículo 10 Principios de actuación de la administración**

**Cambiar la redacción punto 3:** La Generalitat y los Ayuntamientos simplificarán los procedimientos administrativos y urbanísticos y la reducción de las limitaciones existentes, en el ámbito de sus competencias y conforme a la normativa aplicable, para el inicio y el libre ejercicio de la actividad comercial **así como para facilitar la actividad de las asociaciones empresariales del comercio minorista en defensa de los intereses que les son propios.**

- **Artículo 11 -Cooperación con EELL**

**Cambiar la redacción del punto 2:** En el marco de la atribución de competencias a las entidades locales por la legislación correspondiente, la Generalitat cooperará con los

ayuntamientos, los entes locales supramunicipales **y las asociaciones de comercio local** en la ordenación comercial y en la ejecución del Plan, cuando con ello se garantice la proximidad de la gestión a la ciudadanía y se alcance una mayor participación de los mismos, asegurándose, en todo caso, la debida coordinación y eficacia en la prestación de los servicios.

- **Artículo 12 Cooperación con las Cámaras de Comercio para el seguimiento del Plan**

**Cambiar la redacción del título:** Cooperación con las Cámaras de comercio y las Asociaciones empresariales para el seguimiento del Plan

**Modificar el artículo:** Sin perjuicio de las funciones del Observatorio del Comercio Valenciano, la Generalitat podrá, en el marco de las previsiones de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana, colaborar con las cámaras oficiales de comercio, industria y navegación y con las asociaciones empresariales de comercio para el desarrollo de acciones de seguimiento, actualización, revisión, modificación, comunicación y supervisión del Plan, en el marco de las competencias que éstas tienen encomendadas.

- **Artículo 18 – Directrices de Ordenación Comercial**

**Modificar redacción punto 4:** *La dirección general competente en materia de comercio, a través de la Oficina Técnica del Plan, dentro de los dos años siguientes a la aprobación del PATSECOVA, llevará a cabo la realización de las Directrices de ordenación comercial de cada área funcional comercial*

**Modificar redacción punto 5:** *En su elaboración se adoptarán las medidas necesarias para que participen las entidades locales y los principales agentes públicos y privados del sector comercial que actúan en el territorio a través, en su caso, de las Consejos Locales de Comercio, o, en su defecto, de las entidades de comercio más representativas del sector de ámbito autonómico, tanto en la fase de redacción como en su aplicación posterior.*

- **Artículo 21 - Planes de Acción comercial**

**Modificar redacción punto 2:** Dichos planes podrán ser promovidos por la Generalitat, los ayuntamientos y las asociaciones empresariales **de comercio del territorio afectado**

**Modificar redacción punto 5:** *Para su elaboración se deberá contar con la participación de las asociaciones empresariales de comercio, las asociaciones de consumidores y otros agentes públicos o privados involucrados en la promoción del comercio local, especialmente mediante los consejos locales de comercio previstos en el artículo 90 de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana.*

**Modificar redacción punto 7:** Las ayudas de la Generalitat en materia de dinamización comercial, mejora de equipamientos comerciales y urbanismo comercial **incluirán el criterio de existencia de un plan de acción comercial y priorizarán las actuaciones contempladas en los mismos**

- **Artículo 24: Programas de calidad imagen comercial en zonas comerciales**

**Modificar redacción punto 1:** Las administraciones promoverán la realización de planes y programas de mejora paisajística cuyo objetivo sea mejorar la calidad y el atractivo de los espacios comerciales urbanos y sus entornos inmediatos. Dichos programas **que deberán contar con la aprobación del Consejo Local de Comercio, o en su defecto de la asociación empresarial de comercio que gestione el área de actuación**, concretarán las medidas, actuaciones y proyectos necesarios para cumplir objetivos de calidad paisajística, que serán determinados en función del contexto de cada ámbito.

- **Artículo 25: Figuras para la gestión de zonas comerciales**

**Modificar redacción punto 1:** Para la gestión de zonas comerciales urbanas, **tanto** las administraciones **como las asociaciones empresariales**, podrán promover la puesta en marcha de organismos mixtos **con participación mayoritaria del sector empresarial** y cuyo objetivo sea liderar la formulación, elaboración y gestión de los programas y proyectos que se desarrollen para la promoción, dinamización y mejora de dichas zonas.

**Modificar redacción punto 2:** En los Centros Comerciales Urbanos se estimulará la creación de entidades de gestión, promovidas por los empresarios de la zona, de carácter asociativo privado **o consolidación de las figuras preexistentes que ya desarrollan actividad activa en estos espacios**, que cuenten con un estatuto jurídico propio, desde las que se puedan desarrollar una gestión avanzada, con el soporte y supervisión de las administraciones públicas **y las asociaciones empresariales de comercio de la zona**. Dichas entidades deberán contar con formas de funcionamiento democrático, en las que participen los empresarios de la zona y formas de gestión profesionalizadas. Tendrán la función de desarrollar proyectos transformadores en las áreas de actuación, prestar servicios básicos complementarios a los de naturaleza pública y desarrollar acciones de promoción y dinamización comercial.

- **Artículo 26: Objetivos de las Áreas comerciales estratégicas**

**Modificar redacción punto 4:** Las actuaciones a desarrollar en las áreas estratégicas se realizarán de forma coordinada entre las administraciones, **las asociaciones empresariales de comercio** y en concertación con los agentes sociales y económicos.

- **Artículo 27: Criterios para la delimitación de las áreas comerciales estratégicas.**

**Añadir en el punto 2 un nuevo apartado e): A través de los PGOU, excepto en el caso de las áreas de nueva centralidad comercial, donde será necesario su delimitación previa a través de algunos de los instrumentos anteriores.**

- **Título 7 Tipos de áreas comerciales estratégicas (artículos 30 a 35)**

Reducir de 6 a 4 las áreas comerciales estratégicas:

De nueva centralidad comercial

De oportunidad comercial

De dinamización comercial

Comercialmente saturadas

**Reunificar los criterios para la definición y aprobación de las 4 áreas estratégicas designadas de los mencionados artículos**

- **Artículo 37.-Definición del modelo comercial en los planes urbanísticos.**

**Modificar redacción apartado d):** Justificación de la dimensión del suelo terciario comercial previsto, según las previsiones de crecimiento demográfico y urbanístico propuesto y el área territorial de influencia del municipio **y su distribución entre comercio mayorista y minorista**.

- **Artículo 39.- Dotación mínima de suelo comercial en sectores residenciales.**

**Cambiar redacción punto 3:** Todos los sectores de uso residencial deberán contar con un mínimo de edificabilidad terciaria para usos comerciales minoristas. El plan urbanístico podrá optar por fijar un índice de edificabilidad al respecto, o bien regular en su normativa la compatibilidad de los usos terciarios comerciales minoristas que se prevean en el sector con el uso residencial predominante

- **Artículo 46.- Estándares de urbanización, la accesibilidad y movilidad en proyectos comerciales**

**Modificar redacción del apartado a) del punto 3;** Las implantaciones de grandes establecimientos comerciales se emplazarán preferentemente junto a paradas o estaciones de los elementos básicos del sistema de transporte público de la Comunitat Valenciana o del municipio correspondiente, entendiéndose como tales los que simultáneamente cumplan los siguientes tres requisitos **y siempre que no suponga un perjuicio de las áreas estratégicas comerciales que ya hubiera**

- **Artículo 49 Integración paisajística de nuevos establecimientos comerciales.**

Modificar punto 7; Los ayuntamientos, a través de los Consejos Locales de Comercio u en cooperación con las asociaciones empresariales de comercio de la localidad, impulsarán la realización de Planes de calidad paisajística en las zonas comerciales urbanas, a través de los

cuales se fijan objetivos y directrices para la mejora de la imagen urbana respecto a los zócalos y fachadas comerciales de plantas bajas y de los distintos elementos de información y publicidad aplicados tanto en esos frentes comerciales como en otras partes de la configuración exterior de los edificios, tales como fachadas, medianeras y coronaciones o cubiertas, así como de tratamiento de los espacios públicos.

- **Artículo 50.- Integración paisajística de elementos de comunicación y publicidad exterior**

Eliminación de este artículo por estar contemplado en 49,7

- **Artículo 51.- condiciones de accesibilidad universal a los establecimientos comerciales**

**Cambiar redacción:** Los Ayuntamientos deberán desarrollar una normativa que atendiendo a las particularidades de cada entorno urbano, permita que los establecimientos comerciales y los espacios urbanos de alta concentración comercial cumplan con las normas y condiciones básicas que garanticen la accesibilidad y no discriminación, en el acceso y uso de los mismos, de las personas que cuenten con cualquier tipo de discapacidad. Para ello deberá, de acuerdo con lo establecido por la normativa vigente en la materia y en particular, por la Ley 1/1998, de 5 de mayo, de la Generalitat, de accesibilidad y supresión de barreras arquitectónicas, urbanísticas y de la comunicación, y disposiciones que la desarrollan.

- **Artículo 55 Supuestos en los que es obligatoria la obtención de autorización comercial autonómica**

**Eliminar el punto 8**

**Añadir un punto 9:** La no exigencia de autorización comercial autonómica en la implantación de equipamientos Comerciales superiores a los 2.500 m<sup>2</sup>. estará supeditada al Desarrollo de las Directrices de las quince áreas funcionales y el Pac del municipio donde se pretende implantar

- **Artículo 59 – Centros comerciales Urbanos**

Modificación total del artículo

1. A efectos del Plan y conforme a la Ley 3/2011, de Comercio de la Comunitat Valenciana, tendrán la consideración de centro comercial urbano, a los efectos de su reconocimiento por la Generalitat, aquellos ámbitos urbanos donde existe una agrupación **concentrada y diversa** de empresas comerciales **y servicios** que, en un área urbana delimitada y vinculados a través de una entidad con personalidad jurídica, desarrollan profesionalmente una estrategia conjunta de mejora socioeconómica de su entorno, especialmente a través de acciones de promoción, gestión de servicios, mejora del entorno y dinamización económica.

2. Los centros comerciales urbanos se desarrollarán en espacios urbanos caracterizados por albergar altas concentraciones de comercios y servicios, coincidiendo con ámbitos de reconocida tradición en el desarrollo de la función comercial. La delimitación de los centros comerciales urbanos responderá a criterios de tipo económico, comercial, social, histórico, urbanístico y medioambiental, **siempre teniendo en cuenta las características y particularidades de cada área comercial estratégica**

3. La Generalitat, **en cooperación con los Ayuntamientos y las Asociaciones Empresariales de Comercio** impulsarán y potenciará la creación y mantenimiento de los centros comerciales urbanos a través de las siguientes iniciativas:

- a) Apoyando la regeneración de los espacios urbanos donde se ubican las mayores concentraciones comerciales de las ciudades.
- b) *Promoviendo inversiones públicas y privadas en dichos espacios urbanos.*
- c) *Impulsando marcos de referencia que permitan formular, desarrollar y aplicar fórmulas profesionales de autogestión y financiación en las zonas comerciales urbanas de las ciudades.*
- d) Priorizando y ejecutando actuaciones de urbanismo comercial en los Centros Comerciales Urbanos reconocidos.
- e) *Desarrollo de planes de señalética e imagen de Centro Urbano.*

- f) *Desarrollo de Planes de comunicación, promoción del CCU y las Zonas Comerciales de trama urbana fidelización y captación de nuevos clientes*
- g) *Adaptación y cualificación del sector comercial. Acciones de modernización y formación*
- h) *Adecuación de establecimientos y servicios. Líneas de ayudas para la modernización de comercios en trama urbana consolidada estableciendo criterios de valoración puntuación adicional para los comercios de los Centros Urbanos*
- i) *Implantación de nuevas tecnologías, redes telemáticas, acciones de innovación, de incremento de la competitividad del sector*
- j) *Facilitar espacios públicos para la (Acciones de) animación y dinamización del entorno, convertir las calles en punto de encuentro, que se organicen actividades de todo tipo que generen público al área y provoquen el hábito de acudir allí*
- k) *Acciones de difusión, dinamización y promoción del centro Urbano en las poblaciones del área de influencia*
- l) *Promoviendo junto a las asociaciones de comercio acciones que contribuyan (Potenciando acciones para la contribución) a la mejora del medio ambiente*
- m) *Potenciando la labor social del sector. Acciones de concienciación del consumidor*
- n) *Acciones que potencien la relación comercio-entorno-sociedad, la responsabilidad social corporativa y la vinculación de las pymes y autónomos de pequeño comercio con su ciudad*
- o) *Favorecer la prestación de servicios conjuntos*
- p) *Elaboración preferente de Planes de Acción Comercial*
- q) *Apoyo de proyectos piloto*

4. La Generalitat en colaboración con las asociaciones empresariales de comercio elaborará una norma para el reconocimiento de los centros comerciales urbanos en la Comunitat Valenciana, en el que se fijarán los criterios para su delimitación **y obtención del reconocimiento siempre teniendo en cuenta las características y particularidades de cada centro, atendiendo a los criterios establecidos en el punto 2, así como y las consecuencias y compromisos del mismo** El reconocimiento del Centro Comercial Urbano comportará la declaración automática como área comercial estratégica de dinamización.

5. La Generalitat en colaboración con los Ayuntamientos, **las asociaciones empresariales de comercio local** y otras administraciones podrá promover la realización de planes de mejora urbana y revitalización comercial en los Centros Históricos de carácter comercial. A tal efecto, la dirección general competente en materia de comercio podrá establecer las condiciones históricas, comerciales y urbanísticas necesarias para contar con esta calificación.

• **Artículo 61.- Mejora de los mercados municipales**

**Modificar redacción punto 2:** Los Ayuntamientos deberán hacer públicas a través de sus portales electrónicos las normas y condiciones que regulan los regímenes de explotación y concesión de los mercados sujetos titularidad pública, además de las paradas disponibles y de los procesos de concesión de las mismas **en las que se priorizará el criterio de la mejora del mix comercial y la experiencia.**

**Añadir un punto 3:** Los Ayuntamientos garantizaran plazas de aparcamientos en los mercados municipales ya sea con aparcamientos públicos o con plazas de rotación en superficie

• **Artículo 62 Zonas donde se desarrolla la venta no sedentaria**

**Modificar redacción punto 1:** Los ayuntamientos a través de los **Consejos Locales de Comercio**, determinarán la localización de las zonas donde se van a desarrollar mercadillos o actividades de venta no sedentaria y **las fechas de su desarrollo**. Para ello se deberá considerar que en su desarrollo no impacte negativamente sobre la movilidad y funcionalidad urbana. Los Ayuntamientos estudiarán las localizaciones más adecuadas considerando su integración, accesibilidad, condiciones de aparcamiento, riesgos, condiciones de seguridad y disponibilidad

de servicios urbanos básicos como agua, electricidad y equipamientos para la recogida de residuos.

- **Artículo 65.- Catálogo de establecimientos comerciales históricos o emblemáticos**

**Modificar redacción punto 1:** Con el objetivo de proteger, conservar y restaurar, en su caso, los elementos patrimoniales que los conforman, así como estimular la continuidad de su actividad comercial, los Ayuntamientos podrán establecer un catálogo de comercios emblemáticos o históricos en el cual se determinará su carácter extraordinario y singular **atendiendo a las particularidades de cada municipio y en cooperación con los agentes implicados del sector**

- **Artículo 67.- Medidas para la reducción del impacto ambiental del comercio.**

**Modificar la redacción del punto 3:** Los establecimientos comerciales **de alimentación** de nueva apertura o en los que se realice una reforma en profundidad deberán disponer, siempre que las características físicas del local lo permitan sin menoscabar su funcionalidad comercial, ya sea en el interior de cada una, o bien en un espacio comunitario, de un sistema adecuado a los usos previstos que permita el almacenaje por separado de los diferentes tipos de residuos que se originen, sin perjuicio de lo que disponga la normativa sectorial de aplicación

**Añadir un apartado c) al punto 4:** Para el resto de establecimientos que voluntariamente se sometan a auditorías energéticas contarán con incentivos o ventajas fiscales de los Ayuntamientos o de la Generalitat.

**Añadir un apartado e) al punto 5:** Cuando los Centros Comerciales Urbanos cuenten con un Plan de Movilidad Urbana Sostenible con una vigencia no superior a un año, se tomara este como referencia para determinar las acciones que se deberán llevar a cabo en esas áreas. Entre las acciones a llevar a cabo se contemplarán planes de concienciación de los comerciantes y de los ciudadanos así como el desarrollo de acciones que potencien el desplazamiento no motorizado

- **Artículo 69.- Prioridades de las ayudas públicas**

**Modificar la redacción del apartado a):** El desarrollo y ejecución de cuantos planes y proyectos de desarrollo y concreción del PATSECOVA sean necesarios y se soliciten

**Modificar la redacción del apartado b):** La ejecución de actuaciones de mejora, rehabilitación, dinamización o reactivación comercial en las áreas comerciales estratégicas, en colaboración con los Ayuntamientos, **las asociaciones empresariales de comercio** y otras administraciones públicas.

**Modificar la redacción del apartado c):** **La creación y consolidación de la Red de Centros Comerciales Urbanos de la Comunitat Valenciana en cooperación con las Asociaciones empresariales de comercio que estén llevando a cabo la gestión de los Centro Comerciales Urbanos y con las asociaciones empresariales de comercio de ámbito autonómico. Así como los planes de actuación que lleven a cabo.**

**Añadir un apartado h):** Acciones, realizadas por las asociaciones de comerciantes que fomenten la innovación, introducción de nuevas tecnologías y la mejora de la competitividad del sector

- **Artículo 70.- Medidas de apoyo**

**Modificar redacción apartado d) del punto 1:** Impulsar la cooperación, el asociacionismo **territorial** y sectorial y la integración empresarial

**Añadir un apartado h) al punto 1:** Ayudar a la consolidación de los Centros Comerciales Urbanos apoyando planes anuales de actuación

- **Artículo 71.- Colaboración con las asociaciones empresariales**

**Modificar la redacción del punto 1:** Quitar "más representativas"

**Modificar la redacción del punto 2:** **A través de los mecanismos de participación previstos legalmente**, se establecerán canales de comunicación bidireccionales para facilitar el intercambio de información, divulgar experiencias, conocimientos técnicos y buenas prácticas así **como para el fortalecimiento del tejido asociativo comercial, su profesionalización y reconocimiento social.**

**Añadir un punto 3:** De acuerdo con las disponibilidades presupuestarias concurrentes se

establecerán convenios de colaboración para impulsar los anteriores fines en el marco del comercio asociado de las asociaciones empresariales.

**Añadir un punto 4:** La cooperación entre la Dirección General y las Asociaciones empresariales de comercio será tanto para el desarrollo del presente plan como de otro tipo de acciones y medidas así como recogida de información del sector se trabajará codo con codo con las asociaciones empresariales, así como las locales en función de las afecciones de los temas que se estén tratando.

- **Artículo 72.- Red de Agentes para la innovación comercial**

**Añadir un punto 4:** La Red de Agencias para el Fomento de la Innovación Comercial (Red AFIC) cooperará con las asociaciones empresariales de comercio para la implementación de actuaciones de dinamización comercial, formación, innovación y su divulgación y promoción de las diferentes acciones que inciden en el desarrollo del sector.

- **Artículo 74.- Principios de actuación.**

**Modificar la redacción del punto 1:** La Generalitat **dispondrá los medios y sistemas necesarios** para facilitar la participación de los ciudadanos en la acción pública, a través de sus respectivos grupos de interés, en todos aquellos asuntos que afecten al desarrollo y ejecución del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana y a la ordenación territorial del comercio

**Modificar la redacción del apartado c) del punto 2:** Las decisiones **administrativas adoptadas** en el desarrollo y ejecución del Plan deberán ser motivadas y estar debidamente justificadas en el cumplimiento de los objetivos, principios y estrategias del Plan, prevaleciendo las razones imperiosas de interés público de primer orden establecidas en el artículo 9 **sin perjuicio del derecho de los entes locales a intervenir en la planificación comercial de su territorio, de conformidad con los principios de descentralización y de máxima proximidad de la gestión administrativa a los ciudadanos.**

**Cambiar la redacción del apartado d) del punto 2:** El Observatorio del Comercio de la Comunitat Valenciana y los Consejos locales de comercio o en su defecto las Asociaciones de comercio son los órganos de participación a lo largo de todo el periodo de vigencia del Plan, que permitirán conocer las opiniones e inquietudes del sector, agentes, expertos, empresas y de los ciudadanos en general.

**Modificar la redacción del apartado e) del punto 2:** Los planes, proyectos o documentos que desarrollen, complementen o actualicen el Plan deberán identificar los problemas que perciben los agentes y expertos del sector así como el conjunto de los ciudadanos, y tomar en consideración las soluciones que estos sugieren, articulando su participación a través de sesiones, reuniones y encuestas, planteando distintas propuestas abiertas al debate público y propiciando alcanzar escenarios de consenso, **de acuerdo con las previsiones en materia de participación ciudadana de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana**

- **Artículo 79.- Observatorio del Comercio de la CV**

**Modificar la redacción del punto 1:** En cumplimiento de lo previsto en el Decreto 55/2001, de 13 de marzo, del Gobierno Valenciano, por el que se regula el Observatorio del Comercio Valenciano, **éste órgano colegiado, consultivo y asesor en materia de comercio** impulsará y realizará el seguimiento de la ejecución y desarrollo del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana.

**Modificar la redacción del punto 2:** El Observatorio del Comercio de la Comunitat Valenciana será la principal vía de comunicación para informar sobre las iniciativas, demandas y sugerencias que en materia de ordenación comercial y en relación con la ejecución y desarrollo del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana, que **se formulen por los Consejos locales de comercio.**

- **Artículo 81.- Oficina Técnica del Plan**

**Modificar la redacción del punto 1:** En un plazo no superior a un mes desde la finalización del proceso de participación se creará la Oficina Técnica del Plan como órgano de apoyo y asesoramiento técnico en el desarrollo y ejecución del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana.

**Agrupar en un sólo apartado los b y c:** La elaboración de cuantos documentos, planes, directrices e instrumentos que desarrollen, completen o concreten los contenidos del Plan se consideren necesarios en cada momento

**Modificar la redacción del punto 4:** La Generalitat creará un departamento interno que dotará con el personal suficiente para el seguimiento, desarrollo y ejecución del plan y que podrá cooperar con Asociaciones empresariales de comercio, profesionales, agentes, otras administraciones o el Consejo de Cámara en función de las necesidades y requerimientos de cada momento y acción del Plan

#### OBSERVACIONES A LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN

##### TODAS LAS ALEGACIONES CORRESPONDEN AL DOCUMENTO NORMATIVO

- **Las alegaciones al Artículo 2 Definiciones de Centro Comercial Urbano, Centro de Fabricantes, Comercio de Atracción y Establecimiento Comercial,** quedan recogidas en la nueva redacción de dicho artículo que ha pasado a numerarse como **ANEXO I Definiciones**
- **Artículo 3 Principios Inspiradores,**
  - **Se estima la alegación relativa a la letra m):** incorporando la propuesta realizada
  - **No se estima la alegación relativa a la letra q):** toda vez que en el concepto de “agentes” incluye a las asociaciones empresariales de comercio
- **Las alegaciones al Artículo 10 punto 3 (Principios de actuación de la administración) y el Artículo 11, (Cooperación con EELL),** quedan recogidas en la redacción del nuevo artículo 4, que integra también el anterior artículo 74
- **El Artículo 12 (Cooperación con las Cámaras de Comercio para el seguimiento del Plan) se ha suprimido en el nuevo texto,** quedando integrado en el actual TÍTULO 10 Desarrollo, ejecución y gestión del Plan de Acción territorial
- **No Estimar las alegaciones al Artículo 18 – (Directrices de Ordenación Comercial) artículo 15 en el nuevo texto**
  - Se elimina el plazo máximo de ejecución estableciéndose el procedimiento para su elaboración el cual prevé un sistema de consulta participación pública que ya integra la demanda realizada en la alegación
- **Estimar las alegaciones al Artículo 21 - (Planes de Acción comercial), actual artículo 20,** incorporando a las asociaciones de comerciantes como posibles promotoras, así como se recoge la priorización de las actuaciones contempladas en los mismos en las ayudas que convoque la Generalitat
- **No estimar la alegación al Artículo 24: (Programas de calidad imagen comercial en zonas comerciales) actual artículo 23,** ya que no puede ser preceptiva la aprobación de dichos programas por parte de un organismo, como es el Consejo Local de Comercio, cuya existencia no es obligatoria
- **Estimar la alegación al Artículo 25 (Figuras para la gestión de zonas comerciales) actual artículo 24,** incorporando la posibilidad de que sean las asociaciones empresariales las posibles promotoras de estas entidades de gestión
- **Estimar la alegación presentada al Artículo 26 (Objetivos de las Áreas comerciales estratégicas) actual artículo 26,** ya que se establece que las mismas se realizarán de forma coordinada y en concertación con los agentes sociales y económicos.

- **No estimar la alegación planteada al Artículo 27 (Criterios para la delimitación de las áreas comerciales estratégicas), actual artículo 26,** ya los PGOU son instrumentos urbanísticos, posibilidad que ya está recogida en la letra f del punto 2
- **Estimar las alegaciones al Título 7 (Tipos de áreas comerciales estratégica artículos 30 a 35) artículos 28 a 31 del nuevo documento, reduciendo de 6 a 4 las áreas comerciales estratégicas:** que quedan como sigue
  - Áreas de nueva centralidad comercial
  - Áreas de oportunidad comercial
  - áreas de dinamización comercial
  - Áreas comercialmente saturadas
  - Se reunifican los criterios para la definición e las 4 áreas estratégicas designadas de los mencionados artículos y se establece un nuevo procedimiento para su aprobación
- **Estimar la alegación planteada al Artículo 37 (Definición del modelo comercial en los planes urbanísticos), que se convierte en el Artículo 32 "Consideraciones del uso terciario comercial en los planes urbanísticos", ya que la redacción del punto 1 se contempla la obligatoriedad de diferenciar entre comercio minorista y mayorista en la zonificación del suelo destinado a uso comercial**
- **Estimar la alegación al Artículo 39.- (Dotación mínima de suelo comercial en sectores residenciales.) nuevo artículo 35,** recogiendo las consideraciones planteadas
- **No estimar la alegación planteada al Artículo 46. (Estándares de urbanización, la accesibilidad y movilidad en proyectos comerciales) nuevo artículo 38 (Aplicación de principios de movilidad sostenible en nuevos proyectos comerciales) ,** ya que la Directiva de Servicios , no permite la realización de test económicos para determinar la autorización o no de una implantación comercial.
- **No estimar la alegación presentada al Artículo 49 (Integración paisajística de nuevos establecimientos comerciales),** toda vez que los Consejos Locales de Comercio y las asociaciones empresariales de comercio de la localidad, pueden ser órganos consultivos, pero es al ayuntamiento al que le corresponde el diseño y ejecución de estos planes.
- **No estimar la alegación que plantea la eliminación del anterior Artículo 50 (Integración paisajística de elementos de comunicación y publicidad exterior), actualmente artículo 43,** ya que su eliminación supondría una merma del propósito buscado.
- **No estimar la alegación planteada al Artículo 51.-** en el sentido de que los ayuntamientos desarrollen normas sobre las condiciones de accesibilidad universal a los establecimientos comerciales, toda vez que la misma ya está regulada por normativa Estatal y autonómica
- **No estimar las alegaciones al Artículo 55 (Supuestos en los que es obligatoria la obtención de autorización comercial autonómica)** ya que el mismo se ha suprimido en el nuevo texto
- **Las alegaciones y sugerencias presentadas al anterior Artículo 59 (Centros comerciales Urbanos) quedan asumidas** en la nueva redacción de este artículo, ahora n.º 53
- **No estimar las alegaciones al anterior artículo 61, ahora 57 (Mejora de los mercados municipales)** toda vez que los procesos de concesión administrativa de los puestos de mercados deben basarse en baremos objetivos en los que no puede intervenir criterios económicos. Asimismo se desestima la alegación que se realiza para que los mercados dispongan de plazas de aparcamiento, dado que dicha condición no es posible cumplirla en muchos de los mercados existentes en la CV
- **No estimar la alegación al Artículo 62, actual artículo 58 (Zonas donde se desarrolla la venta no sedentaria)** ya que los Consejos Locales de comercio, pueden actuar como órgano consultor, pero no pueden participar en decisiones que afecten a la competencia
- **No estimar las alegaciones la Artículo 65, actual artículo 59 (Catálogo de establecimientos**

**comerciales históricos o emblemáticos)** ya que la determinación de su singularidad no va ligada a las peculiaridades del municipio sino del propio establecimiento

- **Respecto a las alegaciones al Artículo 67 (Medidas para la reducción del impacto ambiental del comercio)** se entiende que las mismas quedan subsumidas en la nueva redacción del actual artículo 60, recogiendo el plazo propuesto de 2 años para la redacción de Planes de Movilidad Sostenible en aquellas áreas que hayan sido declaradas como saturadas
- **En lo relativo a las sugerencias efectuadas a los Artículos 69 (Prioridades de las ayudas públicas) y 70 Medidas de apoyo,** aunque dichos artículos ha quedado eliminado en el nuevo texto, las mismas quedan de alguna manera en los distintos artículos de "Título 9 : Actuaciones dinamizadoras del comercio y de mejora de las infraestructuras comerciales"
- **No estimar las alegaciones la Artículo 72 (Red de Agentes para la innovación comercial),** pues no creemos necesario redundar en algo que es un principio básico del funcionamiento de esta red, como es la colaboración con las asociaciones de comerciantes
- **En lo relativo a las alegaciones y sugerencias planteada al Artículo 74 (Principios de actuación)** y aunque dicho artículo ha sido eliminado del nuevo texto, las mismas queda recogidas a lo largo de la redacción del Título 10: Desarrollo, ejecución y gestión del Plan de Acción comercial
- **No estimar las alegaciones al Artículo 79 (Observatorio del Comercio de la CV) ahora artículo 68,** toda vez que las mismas no añaden contenido significativo al mismo
- **Respecto a las sugerencias efectuadas al Artículo 81 (Oficina Técnica del Plan) actualmente artículo 64,** las mismas quedan recogidas en la nueva redacción

#### **DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN**

El nuevo texto del documento normativo incorpora las propuestas aceptadas

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>012</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>3 de octubre de 2016</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>Unión Gremial</b>
<b>Departamento/Área</b>	
<b>RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<b>TODAS LAS ALEGACIONES CORRESPONDEN AL DOCUMENTO NORMATIVO</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Agregar al Artículo 3 (Principios inspiradores) <ol style="list-style-type: none"> <li>a. <i>“Evitar la fuga de compra del comercio local a las áreas metropolitanas”</i></li> <li>b. <i>“Evitar la concentración de la oferta”</i></li> <li>c. <i>“Potenciar la conciliación familiar y respetar el descanso semanal de los trabajadores”</i></li> </ol> </li> <li>2. Añadir en el Artículo 4 (Objetivos del Plan) <i>“La defensa y respeto al pequeño comercio”</i></li> <li>3. Dentro del Artículo 6 (Vigencia, seguimiento, revisión y modificación del plan), incorporar a las asociaciones de comerciantes en el proceso de revisión y seguimiento del mismo</li> <li>4. Encomendar labores de seguimiento a las asociaciones de comerciantes dentro del Artículo 12 (Cooperación con las Cámaras de Comercio para el seguimiento del Plan)</li> <li>5. En los artículos, 16 (Criterios de delimitación) y 17 (Modificación del Sistema Nodal de Referencia y de las Áreas Funcionales Comerciales), solicita, que los ayuntamientos, junto con las asociaciones tengan un papel determinante</li> <li>6. En idéntico sentido alegan respecto a la participación en la realización de las Directrices de Ordenación Comercial cuyo procedimiento se desarrolla en el Título 4</li> <li>7. También es aplicable esta petición al Artículo 21 (Planes de Acción comercial); Artículo 22 (Proyectos de Urbanismo comercial); Artículo 23 (Planes de dinamización comercial); Artículo 24 (Programas de calidad imagen comercial) y Artículo 25 (Figuras para la gestión de zonas comerciales)</li> <li>8. Respecto a la determinación de las Áreas Comerciales Estratégicas, que regula el título 6, de que las Asociaciones de comerciantes participen en el procedimiento.</li> <li>9. En Título 8 (Desarrollo de nuevo suelo para usos comerciales minoristas) solicitan la participación de los ayuntamientos limítrofes y de las Asociaciones de comerciantes como organismo consultivo</li> <li>10. Artículo 65 (Catálogo Establecimientos comerciales emblemáticos) incorporar a su elaboración a los ayuntamientos</li> </ol>	
<b>OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>No estimar las propuestas realizadas al artículo 3 (principios inspiradores)</b> ya que <i>“Evitar la fuga de compra del comercio local a las áreas metropolitanas y la concentración de la oferta”</i> no son principios inspiradores, sino que hacen referencia a comportamiento de los consumidores y reglas de mercado. Igualmente no se puede estimar <i>“Potenciar la conciliación familiar y respetar el descanso semanal de los trabajadores”</i>, dado que esta propuesta no es competencia de este tipo de Planes</li> <li>• <b>No se puede estimar la alegación planteada al artículo 4 (Objetivos del Plan)</b>, actualmente artículo 5, toda vez que la misma queda implícita a lo largo de todo el PATSECOVA</li> <li>• <b>En lo relativo a lo alegado al Artículo 6 (Vigencia, seguimiento, revisión y modificación del plan)</b>, actual artículo 8, aunque no se estime el literal, el procedimiento legal para su aprobación ya recoge</li> </ul>	

la participación de todos los agentes implicados

- **En cuanto a encomendar labores de seguimiento a las asociaciones de comerciantes dentro del Artículo 12 (Cooperación con las Cámaras de Comercio para el seguimiento del Plan)**, esta propuesta queda recogida en el actual artículo 67 (Colaboración con las asociaciones empresariales)
- **No se estiman las alegaciones a los artículos, 16 (Criterios de delimitación) y 17 (Modificación del Sistema Nodal de Referencia y de las Áreas Funcionales Comerciales)**, toda vez que el procedimiento para ambas cuestiones va ligado a aspectos macroeconómicos, urbanísticos e instrumentales
- En idéntico sentido, **se desestima la alegación planteada al procedimiento de las Directrices de Ordenación Comercial** cuyo procedimiento se desarrolla en el Título 4, ahora título 3
- Estimar parcialmente las alegaciones realizadas en conjunto a los Artículos 21 (Planes de Acción comercial); Artículo 22 (Proyectos de Urbanismo comercial); Artículo 23 (Planes de dinamización comercial); Artículo 24 (Programas de calidad imagen comercial) y Artículo 25 (Figuras para la gestión de zonas comerciales) quedan reflejadas en la nueva redacción de los actuales artículos 20, 21, 22, 23 y 24
- Respecto a la alegación relativa a la participación de las asociaciones en la determinación de las Áreas Comerciales Estratégicas, que regula el título 6 (actual título 5) **no se estiman** ya que el procedimiento está centrados en aspectos urbanísticos y estratégicos.
- En Título 8 (Desarrollo de nuevo suelo para usos comerciales minoristas) con el número 6 en el nuevo documento normativo, **no se estima la alegación** planteada, por corresponder estas decisiones de forma individual a cada ayuntamiento
- **Estimar** la alegación al Artículo 65 (Catálogo Establecimientos comerciales emblemáticos) actual artículo 59 ya que es a través de los ayuntamientos como se va a realizar este catálogo

#### **DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN**

No hay determinaciones que se modifiquen, el nuevo texto del documento normativo incorpora las propuestas aceptadas

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>013</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>3 de octubre de 2016</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>Confederación de comerciantes y autónomos de la Comunidad Valenciana "COVACO"</b>
<b>Departamento/Área</b>	

RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN

- **Artículo 3 Principios Inspiradores**

**Cambiar redacción punto q):** Promover la integración de los principios directores de la ocupación racional y sostenible del suelo, establecidos en la Directriz 92 de la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana, en las políticas y actuaciones que las Administraciones locales desarrollen en el ejercicio de sus competencias con proyección sobre el territorio en materia de ocupación de suelo para actividades comerciales, con pleno respeto al principio de autonomía del artículo 137 de la Constitución y del 63 del Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana

**Modificar la redacción del apartado q):** Promover un desarrollo equilibrado y sostenible en todo el territorio valenciano de acuerdo con los principios de solidaridad y respeto a la autonomía local que deben regir las relaciones económico financieras entre la Generalitat y las entidades locales, en cumplimiento de lo previsto en la Ley 8/2010, de 23 de junio, de la Generalitat, de Régimen Local de la Comunitat Valenciana.

- **Artículo 4 – Objetivos del Plan**

**Modificar la redacción del apartado a):** Incrementar la importancia del sector comercial minorista en la economía valenciana atendiendo en todo caso a la capacidad de acogida del territorio en función de la conservación de los valores ambientales, paisajísticos, económicos y culturales de la infraestructura verde y de la integridad de sus procesos.

- **Artículo 5.- Estrategias del Plan**

**Modificar redacción apartado b) Estrategia 1:** Desarrollar los objetivos y criterios en la ocupación racional y sostenible del suelo para actividades comerciales que están establecidos en la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana, a fin de contribuir a la vertebración de la Comunitat Valenciana y de adaptarlos a la dinámica socioeconómica y medioambiental del sector comercial.

**Modificar redacción apartado a) Estrategia 2:** Concretar y modular los criterios territoriales y medioambientales previstos en la Directriz 106 de la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana sobre implantación de grandes superficies comerciales de impacto supramunicipal y para la implantación de los Equipamientos Comerciales con Impacto Territorial (ECITs).

- **Artículo 7.- Relaciones y coordinación con la normativa de planeamiento**

**Modificar redacción punto 1:** En el plazo de un año desde la entrada en vigor del presente Plan, los ayuntamientos incorporarán, en los instrumentos de planificación urbanística, en aquello que afecta a la planificación del suelo para uso comercial, las normas establecidas en el artículo 32 de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana o norma que la sustituya y los criterios, directrices y normas incluidas en el presente Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana.

- **Artículo 10 Principios de actuación de la administración**

**Cambiar la redacción punto 3:** La Generalitat y los Ayuntamientos simplificarán los procedimientos administrativos y urbanísticos y la reducción de las limitaciones existentes, en el ámbito de sus competencias y conforme a la normativa aplicable, para el inicio y el libre

ejercicio de la actividad comercial **así como para facilitar la actividad de las asociaciones empresariales del comercio minorista en defensa de los intereses que les son propios.**

- **Artículo 11 -Cooperación con EELL**

**Cambiar la redacción del punto 2:** En el marco de la atribución de competencias a las entidades locales por la legislación correspondiente, la Generalitat cooperará con los ayuntamientos, los entes locales supramunicipales **y las asociaciones de comercio local** en la ordenación comercial y en la ejecución del Plan, cuando con ello se garantice la proximidad de la gestión a la ciudadanía y se alcance una mayor participación de los mismos, asegurándose, en todo caso, la debida coordinación y eficacia en la prestación de los servicios.

- **Artículo 12 Cooperación con las Cámaras de Comercio para el seguimiento del Plan**

**Cambiar la redacción del título:** Cooperación con las Cámaras de comercio y las Asociaciones empresariales para el seguimiento del Plan

**Modificar el artículo:** Sin perjuicio de las funciones del Observatorio del Comercio Valenciano, La Generalitat podrá, en el marco de las previsiones de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana, colaborar con las cámaras oficiales de comercio, industria y navegación y con las asociaciones empresariales de comercio para el desarrollo de acciones de seguimiento, actualización, revisión, modificación, comunicación y supervisión del Plan, en el marco de las competencias que éstas tienen encomendadas.

- **Artículo 17 (Modificación del Sistema Nodal de Referencia y de las Áreas Funcionales Comerciales.)**

- **En el punto 2** incluir la Administración Local para modificar el Sistema Nodal de Referencia y de las Áreas Funcionales Comerciales.

- **Artículo 18 – Directrices de Ordenación Comercial**

**Modificar redacción punto 4:** *La dirección general competente en materia de comercio, a través de la Oficina Técnica del Plan, dentro de los seis meses siguientes a la aprobación del PATSECOVA, llevará a cabo la realización de las Directrices de ordenación comercial de cada área funcional comercial*

**Modificar redacción punto 5:** *En su elaboración se adoptarán las medidas necesarias para que participen las entidades locales y los principales agentes públicos y privados del sector comercial que actúan en el territorio a través, en su caso, de las Consejos Locales de Comercio, o, en su defecto, de las entidades de comercio más representativas del sector de ámbito autonómico, tanto en la fase de redacción como en su aplicación posterior.*

- **Artículo 21 - Planes de Acción comercial**

**Modificar redacción punto 2:** Dichos planes podrán ser promovidos por la Generalitat, los ayuntamientos y las asociaciones empresariales **de comercio del territorio afectado**

**Modificar redacción punto 5:** *Para su elaboración se deberá contar con la participación de las asociaciones empresariales **de comercio**, las asociaciones de consumidores y otros agentes públicos o privados involucrados en la promoción del comercio local, **especialmente mediante los consejos locales de comercio previstos en el artículo 90 de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana.***

**Modificar redacción punto 7:** Las ayudas de la Generalitat en materia de dinamización comercial, mejora de equipamientos comerciales y urbanismo comercial **incluirán el criterio de existencia de un plan de acción comercial y priorizarán las actuaciones contempladas en los mismos**

- **Artículo 24: Programas de calidad imagen comercial en zonas comerciales**

**Modificar redacción punto 1:** Las administraciones promoverán la realización de planes y programas de mejora paisajística cuyo objetivo sea mejorar la calidad y el atractivo de los espacios comerciales urbanos y sus entornos inmediatos. Dichos programas **que deberán contar con la**

**aprobación del Consejo Local de Comercio, o en su defecto de la asociación empresarial de comercio que gestione el área de actuación**, concretarán las medidas, actuaciones y proyectos necesarios para cumplir objetivos de calidad paisajística, que serán determinados en función del contexto de cada ámbito.

- **Artículo 25: Figuras para la gestión de zonas comerciales**

**Modificar redacción punto 1:** Para la gestión de zonas comerciales urbanas, **tanto** las administraciones **como las asociaciones empresariales**, podrán promover la puesta en marcha de organismos mixtos **con participación mayoritaria del sector empresarial** y cuyo objetivo sea liderar la formulación, elaboración y gestión de los programas y proyectos que se desarrollen para la promoción, dinamización y mejora de dichas zonas.

**Modificar redacción punto 2:** En los Centros Comerciales Urbanos se estimulará la creación de entidades de gestión, promovidas por los empresarios de la zona, de carácter asociativo privado **o consolidación de las figuras preexistentes que ya desarrollan actividad activa en estos espacios**, que cuenten con un estatuto jurídico propio, desde las que se puedan desarrollar una gestión avanzada, con el soporte y supervisión de las administraciones públicas **y las asociaciones empresariales de comercio de la zona**. Dichas entidades deberán contar con formas de funcionamiento democrático, en las que participen los empresarios de la zona y formas de gestión profesionalizadas. Tendrán la función de desarrollar proyectos transformadores en las áreas de actuación, prestar servicios básicos complementarios a los de naturaleza pública y desarrollar acciones de promoción y dinamización comercial.

- **Artículo 26: Objetivos de las Áreas comerciales estratégicas**

**Modificar redacción punto 4:** Las actuaciones a desarrollar en las áreas estratégicas se realizarán de forma coordinada entre las administraciones, **las asociaciones empresariales de comercio** y en concertación con los agentes sociales y económicos.

- **Artículo 27: Criterios para la delimitación de las áreas comerciales estratégicas.**

**Añadir en el punto 2 un nuevo apartado e): A través de los PGOU, excepto en el caso de las áreas de nueva centralidad comercial, donde será necesario su delimitación previa a través de algunos de los instrumentos anteriores.**

- **Título 7 Tipos de áreas comerciales estratégicas (artículos 30 a 35)**

Reducir de 6 a 4 las áreas comerciales estratégicas:

De nueva centralidad comercial

De oportunidad comercial

De dinamización comercial

Comercialmente saturadas

**Reunificar los criterios para la definición y aprobación de las 4 áreas estratégicas designadas de los mencionados artículos**

**Artículo 37.-Definición del modelo comercial en los planes urbanísticos.**

**Modificar redacción apartado d):** Justificación de la dimensión del suelo terciario comercial previsto, según las previsiones de crecimiento demográfico y urbanístico propuesto y el área territorial de influencia del municipio **y su distribución entre comercio mayorista y minorista**.

- **Artículo 39.- Dotación mínima de suelo comercial en sectores residenciales.**

**Cambiar redacción punto 3:** Los ayuntamientos procurarán que los sectores de uso residencial cuenten con un mínimo de edificabilidad terciaria para usos comerciales minoristas. Cada ayuntamiento en función de su realidad podrá optar por fijar en su plan urbanístico un índice de edificabilidad al respecto, o bien regular en su normativa la compatibilidad de los usos terciarios comerciales minoristas que se prevean en el sector con el uso residencial predominante

- **Artículo 45 (el texto propuesto como alternativo es idéntico al que pretende sustituir)**

- **Artículo 46.- Estándares de urbanización, la accesibilidad y movilidad en proyectos comerciales**

**Modificar redacción del apartado a) del punto 3;** Las implantaciones de grandes establecimientos comerciales se emplazarán preferentemente junto a paradas o estaciones de los elementos básicos del sistema de transporte público de la Comunitat Valenciana o del municipio correspondiente, entendiéndose como tales los que simultáneamente cumplan los siguientes tres requisitos **y siempre que no suponga un perjuicio de las áreas estratégicas comerciales que ya hubiera**

**Artículo 47 Integración paisajística**

- **Artículos 49 Integración paisajística de nuevos establecimientos comerciales**

Modificar redacción punto 7 Los ayuntamientos, a través del Consejo Local de Comercio, y en cooperación con las asociaciones empresariales de comercio de la localidad, impulsarán la realización de Planes de calidad paisajística en las zonas comerciales urbanas, a través de los cuales se fijen objetivos y directrices para la mejora de la imagen urbana respecto a los zócalos y fachadas comerciales de plantas bajas y de los distintos elementos de información y publicidad aplicados tanto en esos frentes comerciales como en otras partes de la configuración exterior de los edificios, tales como fachadas, medianeras y coronaciones o cubiertas, así como de tratamiento de los espacios públicos.

- **Artículo 50.- Integración paisajística de elementos de comunicación y publicidad exterior**

**Eliminación del punto 1 este artículo por estar contemplado en 49,7**

- **Artículo 51.- condiciones de accesibilidad universal a los establecimientos comerciales**

**Cambiar redacción:** Los Ayuntamientos deberán desarrollar una normativa que atendiendo a las particularidades de cada entorno urbano, permita que los establecimientos comerciales y los espacios urbanos de alta concentración comercial cumplan con las normas y condiciones básicas que garanticen la accesibilidad y no discriminación, en el acceso y uso de los mismos, de las personas que cuenten con cualquier tipo de discapacidad. Para ello deberá, de acuerdo con lo establecido por la normativa vigente en la materia y en particular, por la Ley 1/1998, de 5 de mayo, de la Generalitat, de accesibilidad y supresión de barreras arquitectónicas, urbanísticas y de la comunicación, y disposiciones que la desarrollan.

- **Artículo 55 Supuestos en los que es obligatoria la obtención de autorización comercial autonómica**

**Eliminar el punto 8**

**Añadir un punto 9:** *La no exigencia de autorización comercial autonómica en la implantación de equipamientos Comerciales superiores a los 2.500 m2. estará supeditada al Desarrollo de las Directrices de las quince áreas funcionales y el Pac del municipio donde se pretende implantar*

- **Artículo 56, Criterios técnicos de evaluación del impacto territorial de los proyectos comerciales**

**Añadir un nuevo apartado VI:** "para garantizar que la nueva implantación no supone una saturación del área

- **Artículo 59 – Centros comerciales Urbanos**

Modificación total del artículo

1. A efectos del Plan y conforme a la Ley 3/2011, de Comercio de la Comunitat Valenciana, tendrán la consideración de centro comercial urbano, a los efectos de su reconocimiento por la Generalitat, aquellos ámbitos urbanos donde existe una agrupación **concentrada y diversa** de empresas comerciales **y servicios** que, en un área urbana delimitada y vinculados a través de una entidad con personalidad jurídica, desarrollan profesionalmente una estrategia conjunta de mejora socioeconómica de su entorno, especialmente a través de acciones de promoción, gestión de servicios, mejora del entorno y dinamización económica.

2. Los centros comerciales urbanos se desarrollarán en espacios urbanos caracterizados por albergar altas concentraciones de comercios y servicios, coincidiendo con ámbitos de reconocida

tradición en el desarrollo de la función comercial. La delimitación de los centros comerciales urbanos responderá a criterios de tipo económico, comercial, social, histórico, urbanístico y medioambiental, **siempre teniendo en cuenta las características y particularidades de cada área comercial estratégica**

3. La Generalitat, **en cooperación con los Ayuntamientos y las Asociaciones Empresariales de Comercio** impulsarán y potenciará la creación y mantenimiento de los centros comerciales urbanos a través de las siguientes iniciativas:

- a) Apoyando la regeneración de los espacios urbanos donde se ubican las mayores concentraciones comerciales de las ciudades.
- b) *Promoviendo inversiones públicas y privadas en dichos espacios urbanos.*
- c) *Impulsando marcos de referencia que permitan formular, desarrollar y aplicar fórmulas profesionales de autogestión y financiación en las zonas comerciales urbanas de las ciudades.*
- d) Priorizando y ejecutando actuaciones de urbanismo comercial en los Centros Comerciales Urbanos reconocidos.
- e) *Desarrollo de planes de señalética e imagen de Centro Urbano.*
- f) *Desarrollo de Planes de comunicación, promoción del CCU y las Zonas Comerciales de trama urbana fidelización y captación de nuevos clientes*
- g) *Adaptación y cualificación del sector comercial. Acciones de modernización y formación*
- h) *Adecuación de establecimientos y servicios. Líneas de ayudas para la modernización de comercios en trama urbana consolidada estableciendo criterios de valoración puntuación adicional para los comercios de los Centros Urbanos*
- i) Implantación de nuevas tecnologías, redes telemáticas, acciones de innovación, de incremento de la competitividad del sector
- j) Facilitar espacios públicos para la (Acciones de) animación y dinamización del entorno, convertir las calles en punto de encuentro, que se organicen actividades de todo tipo que generen público al área y provoquen el hábito de acudir allí
- k) Acciones de difusión, dinamización y promoción del centro Urbano en las poblaciones del área de influencia
- l) Promoviendo junto a las asociaciones de comercio acciones que contribuyan (Potenciando acciones para la contribución) a la mejora del medio ambiente
- m) Potenciando la labor social del sector. Acciones de concienciación del consumidor
- n) Acciones que potencien la relación comercio-entorno-sociedad, la responsabilidad social corporativa y la vinculación de las pymes y autónomos de pequeño comercio con su ciudad
- o) Favorecer la prestación de servicios conjuntos
- p) *Elaboración preferente de Planes de Acción Comercial*
- q) Apoyo de proyectos piloto

4. La Generalitat en colaboración con las asociaciones empresariales de comercio elaborará una norma para el reconocimiento de los centros comerciales urbanos en la Comunitat Valenciana, en el que se fijarán los criterios para su delimitación **y obtención del reconocimiento siempre teniendo en cuenta las características y particularidades de cada centro, atendiendo a los criterios establecidos en el punto 2, así como y las consecuencias y compromisos del mismo** El reconocimiento del Centro Comercial Urbano comportará la declaración automática como área comercial estratégica de dinamización.

5. La Generalitat en colaboración con los Ayuntamientos, **las asociaciones empresariales de comercio local** y otras administraciones podrá promover la realización de planes de mejora urbana y revitalización comercial en los Centros Históricos de carácter comercial. A tal efecto, la dirección general competente en materia de comercio podrá establecer las condiciones

históricas, comerciales y urbanísticas necesarias para contar con esta calificación.

- **Artículo 61.- Mejora de los mercados municipales**

**Modificar redacción punto 2:** Los Ayuntamientos deberán hacer públicas a través de sus portales electrónicos las normas y condiciones que regulan los regímenes de explotación y concesión de los mercados sujetos titularidad pública, además de las paradas disponibles y de los procesos de concesión de las mismas **en las que se priorizará el criterio de la mejora del mix comercial y la experiencia.**

**Añadir un punto 3:** Los Ayuntamientos garantizaran plazas de aparcamientos en los mercados municipales ya sea con aparcamientos públicos o con plazas de rotación en superficie

- **Artículo 62 Zonas donde se desarrolla la venta no sedentaria**

**Modificar redacción punto 1: Los ayuntamientos a través de los Consejos Locales de Comercio,** determinarán la localización de las zonas donde se van a desarrollar mercadillos o actividades de venta no sedentaria y **las fechas de su desarrollo.** Para ello se deberá considerar que en su desarrollo no impacte negativamente sobre la movilidad y funcionalidad urbana. Los Ayuntamientos estudiarán las localizaciones más adecuadas considerando su integración, accesibilidad, condiciones de aparcamiento, riesgos, condiciones de seguridad y disponibilidad de servicios urbanos básicos como agua, electricidad y equipamientos para la recogida de residuos.

- **Artículo 63, Fomento del comercio rural**

**Modificar el punto 1 c).-** En colaboración con las Diputaciones Provinciales, entidades Locales y Cámaras de Comercio, impulsará, con la participación de las asociaciones empresariales y, en su caso, los Consejos Locales de Comercio, la realización de acciones de modernización y formación dirigidas a las pymes comerciales del ámbito rural

- **Artículo 64.- Actuaciones en municipios turísticos**

**Modificar el inicio del artículo.-** La Generalitat, en colaboración con los Ayuntamientos y con la participación de las asociaciones empresariales, y en su caso de los Consejos Locales de Comercio, desarrollará y apoyará actuaciones dirigidas a la promoción del turismo de compras en la Comunitat Valenciana a través de las siguientes actuaciones:

- **Artículo 65 .- Catálogo de establecimientos comerciales históricos o emblemáticos**

**Modificar redacción punto 1:** Con el objetivo de proteger, conservar y restaurar, en su caso, los elementos patrimoniales que los conforman, así como estimular la continuidad de su actividad comercial, los Ayuntamientos podrán establecer un catálogo de comercios emblemáticos o históricos en el cual se determinará su carácter extraordinario y singular **atendiendo a las particularidades de cada municipio y en cooperación con los agentes implicados del sector**

- **Artículo 66.- Fomento del comercio de proximidad en ámbitos de baja dotación comercial**

**Modificar redacción punto 2** Para asegurar la existencia de una oferta suficientemente diversa y próxima a la población de estos municipios la Generalitat promoverá, en colaboración con el resto de Administraciones y con la participación de las asociaciones empresariales y, **en su caso, de los consejos locales de comercio,** actuaciones de apoyo al sector y la adecuación del equipamiento comercial de carácter no sedentario, de gran importancia en pequeños municipios que cuentan con una débil oferta comercial.

- **Artículo 67.- Medidas para la reducción del impacto ambiental del comercio.**

**Modificar la redacción del punto 3:** Los establecimientos comerciales **de alimentación** de nueva apertura o en los que se realice una reforma en profundidad deberán disponer, siempre que las características físicas del local lo permitan sin menoscabar su funcionalidad comercial, ya sea en el interior de cada una, o bien en un espacio comunitario, de un sistema adecuado a los usos previstos que permita el almacenaje por separado de los diferentes tipos de residuos que se originen, sin perjuicio de lo que disponga la normativa sectorial de aplicación

**Añadir un apartado c) al punto 4:** Para el resto de establecimientos que voluntariamente se sometan a auditorias energéticas contarán con incentivos o ventajas fiscales de los Ayuntamientos o de la Generalitat.

**Añadir un apartado e) al punto 5:** Cuando los Centros Comerciales Urbanos cuenten con un Plan de Movilidad Urbana Sostenible con una vigencia no superior a un año, se tomara este como referencia para determinar las acciones que se deberán llevar a cabo en esas áreas. Entre las acciones a llevar a cabo se contemplarán planes de concienciación de los comerciantes y de los ciudadanos así como el desarrollo de acciones que potencien el desplazamiento no motorizado

- **Artículo 69.- Prioridades de las ayudas públicas**

**Modificar la redacción del apartado a):** El desarrollo y ejecución de cuantos planes y proyectos de desarrollo y concreción del PATSECOVA sean necesarios y se soliciten

**Modificar la redacción del apartado b):** La ejecución de actuaciones de mejora, rehabilitación, dinamización o reactivación comercial en las áreas comerciales estratégicas, en colaboración con los Ayuntamientos, **las asociaciones empresariales de comercio** y otras administraciones públicas.

**Modificar la redacción del apartado c):** **La creación y consolidación de la Red de Centros Comerciales Urbanos de la Comunitat Valenciana en cooperación con las Asociaciones empresariales de comercio que estén llevando a cabo la gestión de los Centro Comerciales Urbanos y con las asociaciones empresariales de comercio de ámbito autonómico. Así como los planes de actuación que lleven a cabo.**

**Añadir un apartado h):** Acciones, realizadas por las asociaciones de comerciantes que fomenten la innovación, introducción de nuevas tecnologías y la mejora de la competitividad del sector

- **Artículo 70.- Medidas de apoyo**

**Modificar redacción apartado d) del punto 1:** Impulsar la cooperación, el asociacionismo **territorial** y sectorial y la integración empresarial

**Añadir un apartado h) al punto 1:** Ayudar a la consolidación de los Centros Comerciales Urbanos apoyando planes anuales de actuación

- **Artículo 71.- Colaboración con las asociaciones empresariales**

**Modificar la redacción del punto 1:** Quitar “más representativas”

**Modificar la redacción del punto 2:** **A través de los mecanismos de participación previstos legalmente,** se establecerán canales de comunicación bidireccionales para facilitar el intercambio de información, divulgar experiencias, conocimientos técnicos y buenas prácticas así **como para el fortalecimiento del tejido asociativo comercial, su profesionalización y reconocimiento social.**

**Añadir un punto 3:** De acuerdo con las disponibilidades presupuestarias concurrentes se establecerán convenios de colaboración para impulsar los anteriores fines en el marco del comercio asociado de las asociaciones empresariales.

**Añadir un punto 4:** La cooperación entre la Dirección General y las Asociaciones empresariales de comercio será tanto para el desarrollo del presente plan como de otro tipo de acciones y medidas así como recogida de información del sector se trabajará codo con codo con las asociaciones empresariales, así como las locales en función de las afecciones de los temas que se estén tratando.

- **Artículo 72.- Red de Agentes para la innovación comercial**

**Añadir un punto 4:** La Red de Agencias para el Fomento de la Innovación Comercial (Red AFIC) cooperará con las asociaciones empresariales de comercio para la implementación de actuaciones de dinamización comercial, formación, innovación y su divulgación y promoción de las diferentes acciones que inciden en el desarrollo del sector.

- **Artículo 73 Investigación comercial**

**Modificar:** La Generalitat potenciará líneas estratégicas de investigación para ampliar el conocimiento científico sobre las dinámicas territoriales, económicas o sociales del comercio

de la Comunitat Valenciana, mediante su incentivo económico de acuerdo con las posibilidades presupuestarias y la colaboración con otras entidades, asociaciones empresariales de comercio y organismos cualificados.

- **Artículo 74.- Principios de actuación.**

**Modificar la redacción del punto 1:** La Generalitat **dispondrá los medios y sistemas necesarios** para facilitar la participación de los ciudadanos en la acción pública, a través de sus respectivos grupos de interés, en todos aquellos asuntos que afecten al desarrollo y ejecución del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana y a la ordenación territorial del comercio

**Modificar la redacción del apartado c) del punto 2:** Las decisiones **administrativas adoptadas** en el desarrollo y ejecución del Plan deberán ser motivadas y estar debidamente justificadas en el cumplimiento de los objetivos, principios y estrategias del Plan, prevaleciendo las razones imperiosas de interés público de primer orden establecidas en el artículo 9 **sin perjuicio del derecho de los entes locales a intervenir en la planificación comercial de su territorio, de conformidad con los principios de descentralización y de máxima proximidad de la gestión administrativa a los ciudadanos.**

**Cambiar la redacción del apartado d) del punto 2:** El Observatorio del Comercio de la Comunitat Valenciana y los Consejos locales de comercio o en su defecto las Asociaciones de comercio son los órganos de participación a lo largo de todo el periodo de vigencia del Plan, que permitirán conocer las opiniones e inquietudes del sector, agentes, expertos, empresas y de los ciudadanos en general.

**Modificar la redacción del apartado e) del punto 2:** Los planes, proyectos o documentos que desarrollen, complementen o actualicen el Plan deberán identificar los problemas que perciben los agentes y expertos del sector así como el conjunto de los ciudadanos, y tomar en consideración las soluciones que estos sugieren, articulando su participación a través de sesiones, reuniones y encuestas, planteando distintas propuestas abiertas al debate público y propiciando alcanzar escenarios de consenso, **de acuerdo con las previsiones en materia de participación ciudadana de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana**

- **Artículo 79.- Observatorio del Comercio de la CV**

**Modificar la redacción del punto 1:** En cumplimiento de lo previsto en el Decreto 55/2001, de 13 de marzo, del Gobierno Valenciano, por el que se regula el Observatorio del Comercio Valenciano, **éste órgano colegiado, consultivo y asesor en materia de comercio** impulsará y realizará el seguimiento de la ejecución y desarrollo del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana.

**Modificar la redacción del punto 2:** El Observatorio del Comercio de la Comunitat Valenciana será la principal vía de comunicación para informar sobre las iniciativas, demandas y sugerencias que en materia de ordenación comercial y en relación a la ejecución y desarrollo del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana, que **se formulen por los Consejos locales de comercio.**

- **Artículo 80.- Comunicación y visibilidad del plan** Eliminar de la redacción **“más representativas”**

- **Artículo 81.- Oficina Técnica del Plan**

**Modificar la redacción del punto 1:** En un plazo no superior a un mes desde la finalización del proceso de participación se creará la Oficina Técnica del Plan como órgano de apoyo y asesoramiento técnico en el desarrollo y ejecución del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana.

**Agrupar en un sólo apartado los b y c:** La elaboración de cuantos documentos, planes, directrices e instrumentos que desarrollen, completen o concreten los contenidos del Plan se consideren necesarios en cada momento

**Modificar la redacción del punto 4:** La Generalitat creará un departamento interno que dotará

con el personal suficiente para el seguimiento, desarrollo y ejecución del plan y que podrá cooperar con Asociaciones empresariales de comercio, profesionales, agentes, otras administraciones o el Consejo de Cámara en función de las necesidades y requerimientos de cada momento y acción del Plan

- **Propuestas a incorporar:**

1ª. En el artículo 17 de Plan, sobre Modificación del Sistema Nodal de Referencia y de las Áreas Funcionales Comerciales.

No se contempla la iniciativa de la Administración Local para modificar el Sistema Nodal de Referencia y de las Áreas Funcionales Comerciales.

**2ª. En el artículo 21.3 del Plan, sobre Planes de acción comercial de carácter municipal.**

Se establece el deber de elaborar un plan de acción comercial de carácter municipal a las ciudades que tengan la consideración de cabeceras o subcabeceras comerciales, pero no se hace mención a la obligación de evaluar la conveniencia de la implantación de servicios locales conforme a los principios de descentralización, eficiencia, estabilidad y sostenibilidad financiera prevista en el artículo 25.3 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local en su vigente redacción, dada por la Ley 27/2013, de 27 de diciembre, de racionalización y sostenibilidad de la Administración Local.

**3ª. En el artículo 24.4 del Plan, sobre Programas y planes de calidad de la imagen en zonas comerciales.**

Se contempla la colaboración de las administraciones locales con “entidades gestoras de las áreas empresariales” para desarrollar programas y planes de calidad de la imagen en zonas comerciales. Y en el artículo 25.2 del Plan se alude a “entidades de gestión” que tendrían la función de “desarrollar proyectos transformadores en las áreas de actuación, prestar servicios básicos complementarios a los de naturaleza pública y desarrollar acciones de promoción y dinamización comercial”. Además, en los apartados 3 y 4 del ya citado artículo 25 del Plan se alude a “organismos o entes” que ejerzan determinadas funciones y a “entidades de naturaleza privada o mixta y de carácter voluntario”.

Sin embargo, se omite que el artículo 85.2 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local indica que los servicios públicos de competencia local habrán de gestionarse de la forma más sostenible y eficiente de entre las establecidas en dicha ley, por tanto, de acuerdo con lo previsto en el artículo 25.4 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local, la creación de “entidades de gestión” para prestar “servicios básicos complementarios a los de naturaleza pública”, debería ir acompañada de una memoria económica que refleje el impacto sobre los recursos financieros de las Administraciones Públicas afectadas y el cumplimiento de los principios de estabilidad, sostenibilidad financiera y eficiencia del servicio o la actividad.

**4ª. En el artículo 28.1 del Plan, sobre Declaración de las áreas comerciales estratégicas.**

Se indica que corresponde a los ayuntamientos solicitar la declaración de las áreas comerciales estratégicas delimitadas previamente, y a su vez, el artículo 27.3 del Plan indica que las áreas comerciales estratégicas podrán formar parte de dos o más municipios, cuando presenten una localización territorial limítrofe. Por tanto, el Plan establece una tipología de áreas comerciales estratégicas en su Título 7, a las que atribuye concretos efectos, algunos de los cuales dependen del ejercicio de competencias locales, que podrían tener que ejercerse por parte de más de un Ayuntamiento si en la delimitación de un área comercial estratégica se proyecta sobre más de un municipio. Sin embargo, no se ha contemplado en el Plan los mecanismos de coordinación administrativa que faciliten o permitan desbloquear las discrepancias entre la delimitación de las áreas comerciales estratégicas y el efectivo ejercicio de las competencias locales.

**5ª. En el Título 7 del Plan, sobre tipos de áreas comerciales estratégicas.**

Se establece concretas posibilidades para ejercer determinadas competencias locales que quedan condicionadas al tipo de área comercial estratégica que se define en el propio plan. De este modo, parece constreñirse la potencialidad de las competencias de los entes locales, que como administración más cercana a la ciudadanía, deberían poder determinar el ejercicio de sus

competencias con arreglo a las directrices y criterios del Plan, pero sin condicionar su capacidad de actuación a la tipología del área comercial estratégica. Es decir, las posibles medidas a adoptar por las administraciones locales deberían establecerse en el Plan como un catálogo abierto, sin asignarlas a un determinado tipo de área comercial, a fin de que cada entidad local pueda modular su capacidad competencial a su concreto ámbito de actuación y a sus recursos financieros, en cumplimiento de los principios de estabilidad, sostenibilidad financiera y eficiencia.

**6ª. En el Título 9 del Plan, sobre criterios generales para el desarrollo de usos y proyectos comerciales.**

Se determina obligaciones para los Ayuntamientos cuyo cumplimiento podría facilitarse mediante mecanismos de coordinación y apoyo técnico a fin de conseguir la mayor coordinación posible entre el ejercicio de las competencias locales y los criterios y directrices del Plan.

Así, el artículo 47 del Plan, sobre estándares de aparcamiento, determina en su apartado 3 que *los Ayuntamientos planificarán y gestionarán los aparcamientos localizados en los centros y zonas comerciales urbanas con criterios de sostenibilidad, evitando que incentiven el uso abusivo del automóvil privado.*

El artículo 48 del Plan, sobre requisitos para la carga y descarga de mercancías indica en su apartado 4 que *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.* Y el apartado 5 obliga a los ayuntamientos de las ciudades consideraras como cabeceras y subcabeceras del Sistema Nodal de Referencia Comercial a elaborar planes de logística urbana y ordenanzas para la regulación de las distribución urbana de mercancías de acuerdo con lo estipulado en la Ley 6/2011, de la Generalitat, de Movilidad de la Comunitat Valenciana.

También el artículo 49 del Plan, sobre integración paisajística de nuevos establecimientos comerciales, contempla en su apartado 7 que los ayuntamientos impulsarán la realización de Planes de calidad paisajística en las zonas comerciales urbanas. Y en el artículo 50.1 del Plan, sobre integración paisajística de elementos de comunicación y publicidad exterior, se indica que los ayuntamientos desarrollen ordenanzas sobre la instalación de vallas publicitarias, carteleras, carteles, mono-postes, rótulos luminosos y cualquier otro elemento destinado a la comunicación o publicidad comercial.

Incluso en el artículo 67.5 del Plan, sobre medidas para la reducción del impacto ambiental del comercio, se establece que los municipios deberán estructurar una red eficaz de itinerarios peatonales como elemento prioritario en la articulación del espacio público urbano y que los Ayuntamientos deberán integrar las necesidades del sector comercial en las medidas que afecten a la gestión del tráfico y estacionamiento.

La elaboración, como desarrollo del Plan, de ordenanzas-modelo o de guías técnicas y buenas prácticas administrativas para el efectivo cumplimiento de las obligaciones reseñadas así como la ya sugerida potenciación de los Consejos Locales de Comercio, podría ser de gran utilidad.

OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN

**TODAS LAS ALEGACIONES SON REFERIDAS AL DOCUMENTO NORMATIVO**

- **Las alegaciones al Artículo 2 Definiciones de Centro Comercial Urbano, Centro de Fabricantes, Comercio de Atracción y Establecimiento Comercial** , quedan recogidas en la nueva redacción de dicho artículo que ha pasado a numerarse como **ANEXO I Definiciones**
- **Artículo 3 Principios Inspiradores,**
  - **Se estima la alegación relativa a la letra m):** incorporando la propuesta realizada
  - **No se estima la alegación relativa a la letra q):** toda vez que en el concepto de “agentes” incluye a las asociaciones empresariales de comercio
- **No estimar la alegación presentada al artículo 4 (objetivos del Plan)** actual artículo 5, ya que las

condiciones que propone se dan por sobreentendidas

- **Se estiman parcialmente las propuestas al Artículo 5.- (Estrategias del Plan) actual artículo 6,** ya que el PATSECOVA está claramente alineado con la Estrategia Territorial de la CV
- **Las alegaciones al Artículo 7 (Relaciones y coordinación con la normativa de planeamiento) cuyas disposiciones se recogen en el actual artículo 1 y en nuevo artículo 7.**

No se estima puesto que la previsión legal del artículo 32.1 de la Ley de Comercio y del futuro texto refundido de la ley de Comercio ya establece la obligatoriedad de que los instrumentos de planificación urbanística contemplen la determinación del uso comercial de forma diferenciada. La incorporación en el plazo de 1 año se hace innecesaria existiendo la citada referencia en norma de rango de ley, más allá de que cada ayuntamiento realice dentro de sus posibilidades las modificaciones en el plazo que sea oportuno.

- **Las alegaciones al Artículo 10 punto 3 (Principios de actuación de la administración) y el Artículo 11, (Cooperación con EELL),** quedan recogidas en la redacción del nuevo artículo 4, que integra también el anterior artículo 74
- No estimar la alegación planteada al punto 2 del Artículo 11 (Cooperación con EELL), pues el propio enunciado del artículo deja claro que se trata del marco de cooperación entre administraciones, por lo que no cabe incluir referencia a las asociaciones de comerciantes
- **El Artículo 12 (Cooperación con las Cámaras de Comercio para el seguimiento del Plan) se ha suprimido en el nuevo texto,** quedando integrado en el actual TÍTULO 10 Desarrollo, ejecución y gestión del Plan de Acción territorial
- **No Estimar las alegaciones al Artículo 18 – (Directrices de Ordenación Comercial) artículo 15 en el nuevo texto**
  - Se elimina el plazo máximo de ejecución estableciéndose el procedimiento para su elaboración el cual prevé un sistema de consulta participación pública que ya integra la demanda realizada en la alegación
- **Estimar las alegaciones al Artículo 21 - (Planes de Acción comercial), actual artículo 20,** incorporando a las asociaciones de comerciantes como posibles promotoras, así como se recoge la priorización de las actuaciones contempladas en los mismos en las ayudas que convoque la Generalitat
- **No estimar la alegación al Artículo 24: (Programas de calidad imagen comercial en zonas comerciales) actual artículo 23,** ya que no puede ser preceptiva la aprobación de dichos programas por parte de un organismo, como es el Consejo Local de Comercio, cuya existencia no es obligatoria
- **Estimar la alegación al Artículo 25 (Figuras para la gestión de zonas comerciales) actual artículo 24,** incorporando la posibilidad de que sean las asociaciones empresariales las posibles promotoras de estas entidades de gestión
- **Estimar la alegación presentada al Artículo 26 (Objetivos de las Áreas comerciales estratégicas) actual artículo 26,** ya que se establece que las mismas se realizarán de forma coordinada y en concertación con los agentes sociales y económicos.
- **No estimar la alegación planteada al Artículo 27 (Criterios para la delimitación de las áreas comerciales estratégicas), actual artículo 26,** ya los PGOU son instrumentos urbanísticos, posibilidad que ya está recogida en la letra f del punto 2
- **Estimar las alegaciones al Título 7 (Tipos de áreas comerciales estratégica artículos 30 a 35) artículos 28 a 31 del nuevo documento, reduciendo de 6 a 4 las áreas comerciales estratégicas:** que quedan como sigue
  - Áreas de nueva centralidad comercial
  - Áreas de oportunidad comercial

- áreas de dinamización comercial
- Áreas comercialmente saturadas
- Se reunifican los criterios para la definición e las 4 áreas estratégicas designadas de los mencionados artículos y se establece un nuevo procedimiento para su aprobación
- **Estimar la alegación planteada al Artículo 37 (Definición del modelo comercial en los planes urbanísticos), que se convierte en el Artículo 32 "Consideraciones del uso terciario comercial en los planes urbanísticos,** ya que la redacción del punto 1 se contempla la obligatoriedad de diferenciar entre comercio minorista y mayorista en la zonificación del suelo destinado a uso comercial
- **Estimar la alegación al Artículo 39.- (Dotación mínima de suelo comercial en sectores residenciales.) nuevo artículo 35,** recogiendo las consideraciones planteadas
- **No estimar la alegación al artículo 45 (Clasificación de los establecimientos comerciales en base a su afección territorial)** ya que el texto propuesto es idéntico al alegado
- **No estimar la alegación planteada al Artículo 46. (Estándares de urbanización, la accesibilidad y movilidad en proyectos comerciales) nuevo artículo 38 (Aplicación de principios de movilidad sostenible en nuevos proyectos comerciales)** , ya que la Directiva de Servicios , no permite la realización de test económicos para determinar la autorización o no de una implantación comercial.
- **No estimar la alegación presentada al Artículo 49 (Integración paisajística de nuevos establecimientos comerciales),** toda vez que los Consejos Locales de Comercio y las asociaciones empresariales de comercio de la localidad, pueden ser órganos consultivos, pero es al ayuntamiento al que le corresponde el diseño y ejecución de estos planes.
- **No estimar la alegación que plantea la eliminación del anterior Artículo 50 (Integración paisajística de elementos de comunicación y publicidad exterior), actualmente artículo 43,** ya que su eliminación supondría una merma del propósito buscado.
- **No estimar la alegación planteada al Artículo 51.-** en el sentido de que los ayuntamientos desarrollen normas sobre las condiciones de accesibilidad universal a los establecimientos comerciales, toda vez que la misma ya está regulada por normativa Estatal y autonómica
- **No estimar las alegaciones al Artículo 55 (Supuestos en los que es obligatoria la obtención de autorización comercial autonómica)** ya que el mismo se ha suprimido en el nuevo texto
- **No estimar lo propuesto en el artículo 56 (Criterios técnicos de evaluación del impacto territorial de los proyectos comerciales)** ya que el mismo ha sido suprimido del nuevo documento
- **Las alegaciones y sugerencias presentadas al anterior Artículo 59 (Centros comerciales Urbanos) quedan asumidas** en la nueva redacción de este artículo, ahora n.º 53
- **No estimar las alegaciones al anterior artículo 61, ahora 57 (Mejora de los mercados municipales)** toda vez que los procesos de concesión administrativa de los puestos de mercados deben basarse en baremos objetivos en los que no puede intervenir criterios económicos. Asimismo se desestima la alegación que se realiza para que los mercados dispongan de plazas de aparcamiento, dado que dicha condición no es posible cumplirla en muchos de los mercados existentes en la CV
- **No estimar la alegación al Artículo 62, actual artículo 58 (Zonas donde se desarrolla la venta no sedentaria)** ya que los Consejos Locales de comercio, pueden actuar como órgano consultor, pero no pueden participar en decisiones que afecten a la competencia
- **Desestimar la alegación realizada al Artículo 63 (Fomento del comercio rural) actual artículo 56** toda vez que se entiende que los Consejos Locales de Comercio, son órganos consultivos u no ejecutivos
- **No estimar las alegaciones la Artículo 65, actual artículo 59 (Catálogo de establecimientos comerciales históricos o emblemáticos)** ya que la determinación de su singularidad no va ligada a

las peculiaridades del municipio sino del propio establecimiento

- **No estimar la alegación planteada al Artículo 66 (Fomento del comercio de proximidad en ámbitos de baja dotación comercial) actual artículo 52**, toda vez que se entiende que los Consejos Locales de Comercio, son órganos consultivos u no ejecutivos
- **Respecto a las alegaciones al Artículo 67 (Medidas para la reducción del impacto ambiental del comercio)** se entiende que las mismas quedan subsumidas en la nueva redacción del actual artículo 60, recogiendo el plazo propuesto de 2 años para la redacción de Planes de Movilidad Sostenible en aquellas áreas que hayna sido declaradas como saturadas, por lo cual se consideran **Estimadas**
- **En lo relativo a las sugerencias efectuadas a los Artículos 69 (Prioridades de las ayudas públicas) y 70 Medidas de apoyo**, aunque dichos artículos ha quedado eliminado en el nuevo texto, las mismas quedan de alguna manera en los distintos artículos de "Título 9 : Actuaciones dinamizadoras del comercio y de mejora de las infraestructuras comerciales"
- **En cuanto a las alegaciones al Artículo 71 (Colaboración con las asociaciones empresariales)**, se estima eliminar del texto el concepto de más representativas referido a las asociaciones y no estimar, a través de los mecanismos legalmente establecidos, toda vez que la administración necesariamente ha de cumplir con este precepto.
- **No estimar las alegaciones la Artículo 72 (Red de Agentes para la innovación comercial)**, pues no creemos necesario redundar en algo que es un principio básico del funcionamiento de esta red, como es la colaboración con las asociaciones de comerciantes
- **No estimar la la propuesta realizada al artículo Artículo 73 (Investigación comercial), actual artículo 69**, ya que se sobreentiende que las líneas de investigación han de contemplar las variables sociales y económicas a las que hace referencia la alegación
- **En lo relativo a las alegaciones y sugerencias planteada al Artículo 74 (Principios de actuación)** y aunque dicho artículo ha sido eliminado del nuevo texto, las mismas queda recogidas a lo largo de la redacción del Título 10: Desarrollo, ejecución y gestión del Plan de Acción comercial
- **No estimar las alegaciones al Artículo 79 (Observatorio del Comercio de la CV) ahora artículo 68**, toda vez que las mismas no añaden contenido significativo al mismo
- Estimar la propuesta realizada al Artículo 80 (Comunicación y visibilidad del plan)
- **Respecto a las sugerencias efectuadas al Artículo 81 (Oficina Técnica del Plan) actualmente artículo 64**, las mismas quedan recogidas en la nueva redacción
- Las alegaciones y sugerencias planteadas en el documento presentado por COVACO con el ordinal "treceavo", que hacen referencia a la proximidad en la gestión, entendemos que en su conjunto quedan reflejadas en la nueva redacción del documento normativo.

#### **DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN**

Los artículos de la Normativa cuyas alegaciones se han estimado serán revisados, modificándolos conforme a las sugerencias efectuadas.

Nº alegación/sugerencia/dictamen:	014
Fecha de entrada:	3 de octubre de 2016
Entidad que la presenta:	Federación Alicantina de Comercio (FACPYME)
Departamento/Área	

#### RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN

- **Artículo 3 Principios Inspiradores**

**Cambiar redacción punto q):** Promover la integración de los principios directores de la ocupación racional y sostenible del suelo, establecidos en la Directriz 92 de la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana, en las políticas y actuaciones que las Administraciones locales desarrollen en el ejercicio de sus competencias con proyección sobre el territorio en materia de ocupación de suelo para actividades comerciales, con pleno respeto al principio de autonomía del artículo 137 de la Constitución y del 63 del Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana

**Modificar la redacción del apartado q):** Promover un desarrollo equilibrado y sostenible en todo el territorio valenciano de acuerdo con los principios de solidaridad y respeto a la autonomía local que deben regir las relaciones económico financieras entre la Generalitat y las entidades locales, en cumplimiento de lo previsto en la Ley 8/2010, de 23 de junio, de la Generalitat, de Régimen Local de la Comunitat Valenciana.

- **Artículo 4 – Objetivos del Plan**

**Modificar la redacción del apartado a):** Incrementar la importancia del sector comercial minorista en la economía valenciana atendiendo en todo caso a la capacidad de acogida del territorio en función de la conservación de los valores ambientales, paisajísticos, económicos y culturales de la infraestructura verde y de la integridad de sus procesos.

- **Artículo 5.- Estrategias del Plan**

**Modificar redacción apartado b) Estrategia 1:** Desarrollar los objetivos y criterios en la ocupación racional y sostenible del suelo para actividades comerciales que están establecidos en la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana, a fin de contribuir a la vertebración de la Comunitat Valenciana y de adaptarlos a la dinámica socioeconómica y medioambiental del sector comercial.

**Modificar redacción apartado a) Estrategia 2:** Concretar y modular los criterios territoriales y medioambientales previstos en la Directriz 106 de la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana sobre implantación de grandes superficies comerciales de impacto supramunicipal y para la implantación de los Equipamientos Comerciales con Impacto Territorial (ECITs).

- **Artículo 7.- Relaciones y coordinación con la normativa de planeamiento**

**Modificar redacción punto 1:** En el plazo de un año desde la entrada en vigor del presente Plan, los ayuntamientos incorporarán, en los instrumentos de planificación urbanística, en aquello que afecta a la planificación del suelo para uso comercial, las normas establecidas en el artículo 32 de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana o norma que la sustituya y los criterios, directrices y normas incluidas en el presente Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana.

- **Artículo 10 Principios de actuación de la administración**

**Cambiar la redacción punto 3:** La Generalitat y los Ayuntamientos simplificarán los procedimientos administrativos y urbanísticos y la reducción de las limitaciones existentes, en el ámbito de sus competencias y conforme a la normativa aplicable, para el inicio y el libre ejercicio de la actividad comercial **así como para facilitar la actividad de las asociaciones empresariales del comercio minorista en defensa de los intereses que les son propios.**

- **Artículo 11 -Cooperación con EELL**

**Cambiar la redacción del punto 2:** En el marco de la atribución de competencias a las entidades locales por la legislación correspondiente, la Generalitat cooperará con los ayuntamientos, los entes locales supramunicipales **y las asociaciones de comercio local** en la ordenación comercial y en la ejecución del Plan, cuando con ello se garantice la proximidad de la gestión a la ciudadanía y se alcance una mayor participación de los mismos, asegurándose, en todo caso, la debida coordinación y eficacia en la prestación de los servicios.

- **Artículo 12 Cooperación con las Cámaras de Comercio para el seguimiento del Plan**

**Cambiar la redacción del título:** Cooperación con las Cámaras de comercio y las Asociaciones empresariales para el seguimiento del Plan

**Modificar el artículo:** Sin perjuicio de las funciones del Observatorio del Comercio Valenciano, La Generalitat podrá, en el marco de las previsiones de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana, colaborar con las cámaras oficiales de comercio, industria y navegación y con las asociaciones empresariales de comercio para el desarrollo de acciones de seguimiento, actualización, revisión, modificación, comunicación y supervisión del Plan, en el marco de las competencias que éstas tienen encomendadas.

- **Artículo 18 – Directrices de Ordenación Comercial**

**Modificar redacción punto 4:** *La dirección general competente en materia de comercio, a través de la Oficina Técnica del Plan, dentro de los seis meses siguientes a la aprobación del PATSECOVA, llevará a cabo la realización de las Directrices de ordenación comercial de cada área funcional comercial*

**Modificar redacción punto 5:** *En su elaboración se adoptarán las medidas necesarias para que participen las entidades locales y los principales agentes públicos y privados del sector comercial que actúan en el territorio a través, en su caso, de los Consejos Locales de Comercio, o, en su defecto, de las entidades de comercio más representativas del sector de ámbito autonómico, tanto en la fase de redacción como en su aplicación posterior.*

- **Artículo 21 - Planes de Acción comercial**

**Modificar redacción punto 2:** Dichos planes podrán ser promovidos por la Generalitat, los ayuntamientos y las asociaciones empresariales

**Modificar redacción punto 5:** *Para su elaboración se deberá contar con la participación de las asociaciones empresariales de comercio, las asociaciones de consumidores y otros agentes públicos o privados involucrados en la promoción del comercio local, especialmente mediante los consejos locales de comercio previstos en el artículo 90 de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana.*

**Modificar redacción punto 7:** Las ayudas de la Generalitat en materia de dinamización comercial, mejora de equipamientos comerciales y urbanismo comercial **incluirán el criterio de existencia de un plan de acción comercial y priorizarán las actuaciones contempladas en los mismos**

- **Artículo 24: Programas de calidad imagen comercial en zonas comerciales**

**Modificar redacción punto 1:** Las administraciones promoverán la realización de planes y programas de mejora paisajística cuyo objetivo sea mejorar la calidad y el atractivo de los espacios comerciales urbanos y sus entornos inmediatos. Dichos programas **que deberán contar con la aprobación del Consejo Local de Comercio, o en su defecto de la asociación empresarial de comercio que gestione el área de actuación**, concretarán las medidas, actuaciones y proyectos necesarios para cumplir objetivos de calidad paisajística, que serán determinados en función del contexto de cada ámbito.

- **Artículo 25: Figuras para la gestión de zonas comerciales**

**Modificar redacción punto 1:** Para la gestión de zonas comerciales urbanas, **tanto las**

administraciones **como las asociaciones empresariales**, podrán promover la puesta en marcha de organismos mixtos **con participación mayoritaria del sector empresarial** y cuyo objetivo sea liderar la formulación, elaboración y gestión de los programas y proyectos que se desarrollen para la promoción, dinamización y mejora de dichas zonas.

**Modificar redacción punto 2:** En los Centros Comerciales Urbanos se estimulará la creación de entidades de gestión, promovidas por los empresarios de la zona, de carácter asociativo privado **o consolidación de las figuras preexistentes que ya desarrollan actividad activa en estos espacios**, que cuenten con un estatuto jurídico propio, desde las que se puedan desarrollar una gestión avanzada, con el soporte y supervisión de las administraciones públicas **y las asociaciones empresariales de comercio de la zona**. Dichas entidades deberán contar con formas de funcionamiento democrático, en las que participen los empresarios de la zona y formas de gestión profesionalizadas. Tendrán la función de desarrollar proyectos transformadores en las áreas de actuación, prestar servicios básicos complementarios a los de naturaleza pública y desarrollar acciones de promoción y dinamización comercial.

- **Artículo 26: Objetivos de las Áreas comerciales estratégicas**

**Modificar redacción punto 4:** Las actuaciones a desarrollar en las áreas estratégicas se realizarán de forma coordinada entre las administraciones, **las asociaciones empresariales de comercio** y en concertación con los agentes sociales y económicos.

- **Artículo 27: Criterios para la delimitación de las áreas comerciales estratégicas.**

**Añadir en el punto 2 un nuevo apartado e): A través de los PGOU, excepto en el caso de las áreas de nueva centralidad comercial, donde será necesario su delimitación previa a través de algunos de los instrumentos anteriores.**

- **Título 7 Tipos de áreas comerciales estratégicas (artículos 30,31,32,33,34 y 35)**

Reducir de 6 a 4 las áreas comerciales estratégicas:

De nueva centralidad comercial

De oportunidad comercial

De dinamización comercial

Comercialmente saturadas

**Reunificar los criterios para la definición y aprobación de las 4 áreas estratégicas designadas de los mencionados artículos**

- **Artículo 37.-Definición del modelo comercial en los planes urbanísticos.**

**Modificar redacción apartado d):** Justificación de la dimensión del suelo terciario comercial previsto, según las previsiones de crecimiento demográfico y urbanístico propuesto y el área territorial de influencia del municipio **y su distribución entre comercio mayorista y minorista.**

- **Artículo 39.- Dotación mínima de suelo comercial en sectores residenciales.**

**Cambiar redacción punto 3:** Los ayuntamientos procurarán que los sectores de uso residencial cuenten con un mínimo de edificabilidad terciaria para usos comerciales minoristas. Cada ayuntamiento en función de su realidad podrá optar por fijar en su plan urbanístico un índice de edificabilidad al respecto, o bien regular en su normativa la compatibilidad de los usos terciarios comerciales minoristas que se prevean en el sector con el uso residencial predominante

- **Artículo 45 (el texto propuesto como alternativo es idéntico al que pretende sustituir)**

- **Artículo 46.- Estándares de urbanización, la accesibilidad y movilidad en proyectos comerciales**

**Modificar redacción del apartado a) del punto 3;** Las implantaciones de grandes establecimientos comerciales se emplazarán preferentemente junto a paradas o estaciones de los elementos básicos del sistema de transporte público de la Comunitat Valenciana o del municipio correspondiente, entendiéndose como tales los que simultáneamente cumplan los siguientes tres requisitos **y siempre que no suponga un perjuicio de las áreas estratégicas**

**comerciales que ya hubiera**

**Artículo 47 Integración paisajística**

- **Artículo 49, Integración paisajística**

**Modificar redacción punto 7** Los ayuntamientos, a través del Consejo Local de Comercio, y en cooperación con las asociaciones empresariales de comercio de la localidad, impulsarán la realización de Planes de calidad paisajística en las zonas comerciales urbanas, a través de los cuales se fijan objetivos y directrices para la mejora de la imagen urbana respecto a los zócalos y fachadas comerciales de plantas bajas y de los distintos elementos de información y publicidad aplicados tanto en esos frentes comerciales como en otras partes de la configuración exterior de los edificios, tales como fachadas, medianeras y coronaciones o cubiertas, así como de tratamiento de los espacios públicos.

- **Artículo 50.- Integración paisajística de elementos de comunicación y publicidad exterior**

**Eliminación del punto 1 este artículo por estar contemplado en 49,7**

- **Artículo 51.- condiciones de accesibilidad universal a los establecimientos comerciales**

**Cambiar redacción:** Los Ayuntamientos deberán desarrollar una normativa que atendiendo a las particularidades de cada entorno urbano, permita que los establecimientos comerciales y los espacios urbanos de alta concentración comercial cumplan con las normas y condiciones básicas que garanticen la accesibilidad y no discriminación, en el acceso y uso de los mismos, de las personas que cuenten con cualquier tipo de discapacidad. Para ello deberá, de acuerdo con lo establecido por la normativa vigente en la materia y en particular, por la Ley 1/1998, de 5 de mayo, de la Generalitat, de accesibilidad y supresión de barreras arquitectónicas, urbanísticas y de la comunicación, y disposiciones que la desarrollan.

- **Artículo 55 Supuestos en los que es obligatoria la obtención de autorización comercial autonómica**

**Eliminar el punto 8**

**Añadir un punto 9:** *La no exigencia de autorización comercial autonómica en la implantación de equipamientos Comerciales superiores a los 2.500 m2. estará supeditada al Desarrollo de las Directrices de las quince áreas funcionales y el Pac del municipio donde se pretende implantar*

- **Artículo 56, Criterios técnicos de evaluación del impacto territorial de los proyectos comerciales**

**Añadir un nuevo apartado VI:** "para garantizar que la nueva implantación no supone una saturación del área

- **Artículo 59 – Centros comerciales Urbanos**

Modificación total del artículo

1. A efectos del Plan y conforme a la Ley 3/2011, de Comercio de la Comunitat Valenciana, tendrán la consideración de centro comercial urbano, a los efectos de su reconocimiento por la Generalitat, aquellos ámbitos urbanos donde existe una agrupación **concentrada y diversa** de empresas comerciales **y servicios** que, en un área urbana delimitada y vinculados a través de una entidad con personalidad jurídica, desarrollan profesionalmente una estrategia conjunta de mejora socioeconómica de su entorno, especialmente a través de acciones de promoción, gestión de servicios, mejora del entorno y dinamización económica.

2. Los centros comerciales urbanos se desarrollarán en espacios urbanos caracterizados por albergar altas concentraciones de comercios y servicios, coincidiendo con ámbitos de reconocida tradición en el desarrollo de la función comercial. La delimitación de los centros comerciales urbanos responderá a criterios de tipo económico, comercial, social, histórico, urbanístico y medioambiental, **siempre teniendo en cuenta las características y particularidades de cada área comercial estratégica**

3. La Generalitat, **en cooperación con los Ayuntamientos y las Asociaciones Empresariales de Comercio** impulsarán y potenciará la creación y mantenimiento de los centros comerciales

urbanos a través de las siguientes iniciativas:

- a) Apoyando la regeneración de los espacios urbanos donde se ubican las mayores concentraciones comerciales de las ciudades.
- b) *Promoviendo inversiones públicas y privadas en dichos espacios urbanos.*
- c) *Impulsando marcos de referencia que permitan formular, desarrollar y aplicar fórmulas profesionales de autogestión y financiación en las zonas comerciales urbanas de las ciudades.*
- d) Priorizando y ejecutando actuaciones de urbanismo comercial en los Centros Comerciales Urbanos reconocidos.
- e) *Desarrollo de planes de señalética e imagen de Centro Urbano.*
- f) *Desarrollo de Planes de comunicación, promoción del CCU y las Zonas Comerciales de trama urbana fidelización y captación de nuevos clientes*
- g) *Adaptación y cualificación del sector comercial. Acciones de modernización y formación*
- h) *Adecuación de establecimientos y servicios. Líneas de ayudas para la modernización de comercios en trama urbana consolidada estableciendo criterios de valoración puntuación adicional para los comercios de los Centros Urbanos*
- i) Implantación de nuevas tecnologías, redes telemáticas, acciones de innovación, de incremento de la competitividad del sector
- j) Facilitar espacios públicos para la (Acciones de) animación y dinamización del entorno, convertir las calles en punto de encuentro, que se organicen actividades de todo tipo que generen público al área y provoquen el hábito de acudir allí
- k) Acciones de difusión, dinamización y promoción del centro Urbano en las poblaciones del área de influencia
- l) Promoviendo junto a las asociaciones de comercio acciones que contribuyan (Potenciando acciones para la contribución) a la mejora del medio ambiente
- m) Potenciando la labor social del sector. Acciones de concienciación del consumidor
- n) Acciones que potencien la relación comercio-entorno-sociedad, la responsabilidad social corporativa y la vinculación de las pymes y autónomos de pequeño comercio con su ciudad
- o) Favorecer la prestación de servicios conjuntos
- p) *Elaboración preferente de Planes de Acción Comercial*
- q) Apoyo de proyectos piloto

4. La Generalitat en colaboración con las asociaciones empresariales de comercio elaborará una norma para el reconocimiento de los centros comerciales urbanos en la Comunitat Valenciana, en el que se fijarán los criterios para su delimitación **y obtención del reconocimiento siempre teniendo en cuenta las características y particularidades de cada centro, atendiendo a los criterios establecidos en el punto 2, así como y las consecuencias y compromisos del mismo** El reconocimiento del Centro Comercial Urbano comportará la declaración automática como área comercial estratégica de dinamización.

5. La Generalitat en colaboración con los Ayuntamientos, **las asociaciones empresariales de comercio local** y otras administraciones podrá promover la realización de planes de mejora urbana y revitalización comercial en los Centros Históricos de carácter comercial. A tal efecto, la dirección general competente en materia de comercio podrá establecer las condiciones históricas, comerciales y urbanísticas necesarias para contar con esta calificación.

● **Artículo 61.- Mejora de los mercados municipales**

**Modificar redacción punto 2:** Los Ayuntamientos deberán hacer públicas a través de sus portales electrónicos las normas y condiciones que regulan los regímenes de explotación y concesión de los mercados sujetos titularidad pública, además de las paradas disponibles y de los procesos de concesión de las mismas **en las que se priorizará el criterio de la mejora del mix comercial y la**

**experiencia.**

**Añadir un punto 3:** Los Ayuntamientos garantizaran plazas de aparcamientos en los mercados municipales ya sea con aparcamientos públicos o con plazas de rotación en superficie

- **Artículo 62 Zonas donde se desarrolla la venta no sedentaria**

**Modificar redacción punto 1: Los ayuntamientos a través de los Consejos Locales de Comercio,** determinarán la localización de las zonas donde se van a desarrollar mercadillos o actividades de venta no sedentaria y **las fechas de su desarrollo.** Para ello se deberá considerar que en su desarrollo no impacte negativamente sobre la movilidad y funcionalidad urbana. Los Ayuntamientos estudiarán las localizaciones más adecuadas considerando su integración, accesibilidad, condiciones de aparcamiento, riesgos, condiciones de seguridad y disponibilidad de servicios urbanos básicos como agua, electricidad y equipamientos para la recogida de residuos.

- **Artículo 63, Fomento del comercio rural**

**Modificar el punto 1 c).-** En colaboración con las Diputaciones Provinciales, entidades Locales y Cámaras de Comercio, impulsará, con la participación de las asociaciones empresariales y, en su caso, los Consejos Locales de Comercio, la realización de acciones de modernización y formación dirigidas a las pymes comerciales del ámbito rural

- **Artículo 64.- Actuaciones en municipios turísticos**

**Modificar el inicio del artículo.-** La Generalitat, en colaboración con los Ayuntamientos y con la participación de las asociaciones empresariales, y en su caso de los Consejos Locales de Comercio, desarrollará y apoyará actuaciones dirigidas a la promoción del turismo de compras en la Comunitat Valenciana a través de las siguientes actuaciones:

- **Artículo 65 .- Catálogo de establecimientos comerciales históricos o emblemáticos**

**Modificar redacción punto 1:** Con el objetivo de proteger, conservar y restaurar, en su caso, los elementos patrimoniales que los conforman, así como estimular la continuidad de su actividad comercial, los Ayuntamientos podrán establecer un catálogo de comercios emblemáticos o históricos en el cual se determinará su carácter extraordinario y singular **atendiendo a las particularidades de cada municipio y en cooperación con los agentes implicados del sector**

- **Artículo 67.- Medidas para la reducción del impacto ambiental del comercio.**

**Modificar la redacción del punto 3:** Los establecimientos comerciales **de alimentación** de nueva apertura o en los que se realice una reforma en profundidad deberán disponer, siempre que las características físicas del local lo permitan sin menoscabar su funcionalidad comercial, ya sea en el interior de cada una, o bien en un espacio comunitario, de un sistema adecuado a los usos previstos que permita el almacenaje por separado de los diferentes tipos de residuos que se originen, sin perjuicio de lo que disponga la normativa sectorial de aplicación

**Añadir un apartado c) al punto 4:** Para el resto de establecimientos que voluntariamente se sometan a auditorias energéticas contarán con incentivos o ventajas fiscales de los Ayuntamientos o de la Generalitat.

**Añadir un apartado e) al punto 5:** Cuando los Centros Comerciales Urbanos cuenten con un Plan de Movilidad Urbana Sostenible con una vigencia no superior a un año, se tomara este como referencia para determinar las acciones que se deberán llevar a cabo en esas áreas. Entre las acciones a llevar a cabo se contemplarán planes de concienciación de los comerciantes y de los ciudadanos así como el desarrollo de acciones que potencien el desplazamiento no motorizado

- **Artículo 69.- Prioridades de las ayudas públicas**

**Modificar la redacción del apartado a):** El desarrollo y ejecución de cuantos planes y proyectos de desarrollo y concreción del PATSECOVA sean necesarios y se soliciten

**Modificar la redacción del apartado b):** La ejecución de actuaciones de mejora, rehabilitación, dinamización o reactivación comercial en las áreas comerciales estratégicas, en colaboración con los Ayuntamientos, **las asociaciones empresariales de comercio** y otras administraciones públicas.

**Modificar la redacción del apartado c):** La creación y consolidación de la Red de Centros Comerciales Urbanos de la Comunitat Valenciana **en cooperación con las Asociaciones empresariales de comercio que estén llevando a cabo la gestión de los Centro Comerciales Urbanos y con las asociaciones empresariales de comercio de ámbito autonómico. Así como los planes de actuación que lleven a cabo.**

**Añadir un apartado h):** Acciones, realizadas por las asociaciones de comerciantes que fomenten la innovación, introducción de nuevas tecnologías y la mejora de la competitividad del sector

- **Artículo 70.- Medidas de apoyo**

**Modificar redacción apartado d) del punto 1:** Impulsar la cooperación, el asociacionismo **territorial** y sectorial y la integración empresarial

**Añadir un apartado h) al punto 1:** Ayudar a la consolidación de los Centros Comerciales Urbanos apoyando planes anuales de actuación

- **Artículo 71.- Colaboración con las asociaciones empresariales**

**Modificar la redacción del punto 1:** Quitar “más representativas”

**Modificar la redacción del punto 2:** **A través de los mecanismos de participación previstos legalmente**, se establecerán canales de comunicación bidireccionales para facilitar el intercambio de información, divulgar experiencias, conocimientos técnicos y buenas prácticas así **como para el fortalecimiento del tejido asociativo comercial, su profesionalización y reconocimiento social.**

**Añadir un punto 3:** De acuerdo con las disponibilidades presupuestarias concurrentes se establecerán convenios de colaboración para impulsar los anteriores fines en el marco del comercio asociado de las asociaciones empresariales.

**Añadir un punto 4:** La cooperación entre la Dirección General y las Asociaciones empresariales de comercio será tanto para el desarrollo del presente plan como de otro tipo de acciones y medidas así como recogida de información del sector se trabajará codo con codo con las asociaciones empresariales, así como las locales en función de las afecciones de los temas que se estén tratando.

- **Artículo 72.- Red de Agentes para la innovación comercial**

**Añadir un punto 4:** La Red de Agencias para el Fomento de la Innovación Comercial (Red AFIC) cooperará con las asociaciones empresariales de comercio para la implementación de actuaciones de dinamización comercial, formación, innovación y su divulgación y promoción de las diferentes acciones que inciden en el desarrollo del sector.

- **Artículo 73 Investigación comercial**

Modificar: La Generalitat potenciará líneas estratégicas de investigación para ampliar el conocimiento científico sobre las dinámicas territoriales, económicas o sociales del comercio de la Comunitat Valenciana, mediante su incentivo económico de acuerdo con las posibilidades presupuestarias y la colaboración con otras entidades, asociaciones empresariales de comercio y organismos cualificados.

- **Artículo 74.- Principios de actuación.**

**Modificar la redacción del punto 1:** La Generalitat **dispondrá los medios y sistemas necesarios** para facilitar la participación de los ciudadanos en la acción pública, a través de sus respectivos grupos de interés, en todos aquellos asuntos que afecten al desarrollo y ejecución del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana y a la ordenación territorial del comercio

**Modificar la redacción del apartado c) del punto 2:** Las decisiones **administrativas adoptadas** en el desarrollo y ejecución del Plan deberán ser motivadas y estar debidamente justificadas en el cumplimiento de los objetivos, principios y estrategias del Plan, prevaleciendo las razones imperiosas de interés público de primer orden establecidas en el artículo 9 **sin perjuicio del derecho de los entes locales a intervenir en la planificación comercial de su territorio, de conformidad con los principios de descentralización y de máxima proximidad de la gestión**

**administrativa a los ciudadanos.**

**Cambiar la redacción del apartado d) del punto 2:** El Observatorio del Comercio de la Comunitat Valenciana y los Consejos locales de comercio o en su defecto las Asociaciones de comercio son los órganos de participación a lo largo de todo el periodo de vigencia del Plan, que permitirán conocer las opiniones e inquietudes del sector, agentes, expertos, empresas y de los ciudadanos en general.

**Modificar la redacción del apartado e) del punto 2:** Los planes, proyectos o documentos que desarrollen, complementen o actualicen el Plan deberán identificar los problemas que perciben los agentes y expertos del sector así como el conjunto de los ciudadanos, y tomar en consideración las soluciones que estos sugieren, articulando su participación a través de sesiones, reuniones y encuestas, planteando distintas propuestas abiertas al debate público y propiciando alcanzar escenarios de consenso, **de acuerdo con las previsiones en materia de participación ciudadana de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana**

- **Artículo 79.- Observatorio del Comercio de la CV**

**Modificar la redacción del punto 1:** En cumplimiento de lo previsto en el Decreto 55/2001, de 13 de marzo, del Gobierno Valenciano, por el que se regula el Observatorio del Comercio Valenciano, éste órgano colegiado, consultivo y asesor en materia de comercio impulsará y realizará el seguimiento de la ejecución y desarrollo del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana.

**Modificar la redacción del punto 2:** El Observatorio del Comercio de la Comunitat Valenciana será la principal vía de comunicación para informar sobre las iniciativas, demandas y sugerencias que en materia de ordenación comercial y en relación a la ejecución y desarrollo del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana, que **se formulen por los Consejos locales de comercio.**

- **Artículo 81.- Oficina Técnica del Plan**

**Modificar la redacción del punto 1:** En un plazo no superior a un mes desde la finalización del proceso de participación se creará la Oficina Técnica del Plan como órgano de apoyo y asesoramiento técnico en el desarrollo y ejecución del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana.

**Agrupar en un sólo apartado los b y c:** La elaboración de cuantos documentos, planes, directrices e instrumentos que desarrollen, completen o concreten los contenidos del Plan se consideren necesarios en cada momento

**Modificar la redacción del punto 4:** La Generalitat creará un departamento interno que dotará con el personal suficiente para el seguimiento, desarrollo y ejecución del plan y que podrá cooperar con Asociaciones empresariales de comercio, profesionales, agentes, otras administraciones o el Consejo de Cámara en función de las necesidades y requerimientos de cada momento y acción del Plan

## OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN

### TODAS LAS ALEGACIONES CORRESPONDEN AL DOCUMENTO NORMATIVO

- **Las alegaciones al Artículo 2 Definiciones de Centro Comercial Urbano, Centro de Fabricantes, Comercio de Atracción y Establecimiento Comercial**, quedan recogidas en la nueva redacción de dicho artículo que ha pasado a numerarse como **ANEXO I Definiciones**
- **Artículo 3 Principios Inspiradores,**
  - **Se estima la alegación relativa a la letra m):** incorporando la propuesta realizada

**No se estima la alegación relativa a la letra q):** toda vez que en el concepto de “agentes” incluye a las a las asociaciones empresariales de comercio

- **No estimar la alegación presentada al artículo 4 (objetivos del Plan)** actual artículo 5, ya que las condiciones que propone se dan por sobreentendidas
- **Se estiman parcialmente las propuestas al Artículo 5.- (Estrategias del Plan)** actual artículo 6, ya que el PATSECOVA está claramente alineado con la Estrategia Territorial de la CV
- **Las alegaciones al Artículo 7 (Relaciones y coordinación con la normativa de planeamiento) cuyas disposiciones se recogen en el actual artículo 1 y en nuevo artículo 7.**
- **No se estima** puesto que la previsión legal del artículo 32.1 de la Ley de Comercio y del futuro texto refundido de la ley de Comercio ya establece la obligatoriedad de que los instrumentos de planificación urbanística contemplen la determinación del uso comercial de forma diferenciada. La incorporación en el plazo de 1 año se hace innecesaria existiendo la citada referencia en norma de rango de ley, más allá de que cada ayuntamiento realice dentro de sus posibilidades las modificaciones en el plazo que sea oportuno.
- **Las alegaciones al Artículo 10 punto 3 (Principios de actuación de la administración) y el Artículo 11, (Cooperación con EELL),** quedan recogidas en la redacción del nuevo artículo 4, que integra también el anterior artículo 74
- **No estimar** la alegación planteada al punto 2 del Artículo 11 (Cooperación con EELL), pues el propio enunciado del artículo deja claro que se trata del marco de cooperación entre administraciones, por lo que no cabe incluir referencia a las asociaciones de comerciantes
- **El Artículo 12 (Cooperación con las Cámaras de Comercio para el seguimiento del Plan) se ha suprimido en el nuevo texto,** quedando integrado en el actual TÍTULO 10 Desarrollo, ejecución y gestión del Plan de Acción territorial
- **No Estimar las alegaciones al Artículo 18 – (Directrices de Ordenación Comercial) artículo 15 en el nuevo texto**
  - Se elimina el plazo máximo de ejecución estableciéndose el procedimiento para su elaboración el cual prevé un sistema de consulta participación pública que ya integra la demanda realizada en la alegación
- **Estimar las alegaciones al Artículo 21 - (Planes de Acción comercial), actual artículo 20,** incorporando a las asociaciones de comerciantes como posibles promotoras, así como se recoge la priorización de las actuaciones contempladas en los mismos en las ayudas que convoque la Generalitat
- **No estimar la alegación al Artículo 24: (Programas de calidad imagen comercial en zonas comerciales) actual artículo 23,** ya que no puede ser preceptiva la aprobación de dichos programas por parte de un organismo, como es el Consejo Local de Comercio, cuya existencia no es obligatoria
- **Estimar la alegación al Artículo 25 (Figuras para la gestión de zonas comerciales) actual artículo 24,** incorporando la posibilidad de que sean las asociaciones empresariales las posibles promotoras de estas entidades de gestión
- **Estimar la alegación presentada al Artículo 26 (Objetivos de las Áreas comerciales estratégicas) actual artículo 26,** ya que se establece que las mismas se realizarán de forma coordinada y en concertación con los agentes sociales y económicos.
- **No estimar la alegación planteada al Artículo 27 (Criterios para la delimitación de las áreas comerciales estratégicas), actual artículo 26,** ya los PGOU son instrumentos urbanísticos, posibilidad que ya está recogida en la letra f del punto 2
- **Estimar las alegaciones al Título 7 (Tipos de áreas comerciales estratégica artículos 30 a 35) artículos 28 a 31 del nuevo documento, reduciendo de 6 a 4 las áreas comerciales estratégicas:** que quedan como sigue
  - Áreas de nueva centralidad comercial

- Áreas de oportunidad comercial
- áreas de dinamización comercial
- Áreas comercialmente saturadas
- Se reunifican los criterios para la definición e las 4 áreas estratégicas designadas de los mencionados artículos y se establece un nuevo procedimiento para su aprobación
- **Estimar la alegación planteada al Artículo 37 (Definición del modelo comercial en los planes urbanísticos), que se convierte en el Artículo 32 "Consideraciones del uso terciario comercial en los planes urbanísticos,** ya que la redacción del punto 1 se contempla la obligatoriedad de diferenciar entre comercio minorista y mayorista en la zonificación del suelo destinado a uso comercial
- **Estimar la alegación al Artículo 39.- (Dotación mínima de suelo comercial en sectores residenciales.) nuevo artículo 35,** recogiendo las consideraciones planteadas
- **No estimar la alegación al artículo 45 (Clasificación de los establecimientos comerciales en base a su afección territorial)** ya que el texto propuesto es idéntico al alegado
- **No estimar la alegación planteada al Artículo 46. (Estándares de urbanización, la accesibilidad y movilidad en proyectos comerciales) nuevo artículo 38 (Aplicación de principios de movilidad sostenible en nuevos proyectos comerciales) ,** ya que la Directiva de Servicios , no permite la realización de test económicos para determinar la autorización o no de una implantación comercial.
- **No estimar la alegación presentada al Artículo 49 (Integración paisajística de nuevos establecimientos comerciales),** toda vez que los Consejos Locales de Comercio y las asociaciones empresariales de comercio de la localidad, pueden ser órganos consultivos, pero es al ayuntamiento al que le corresponde el diseño y ejecución de estos planes.
- **No estimar la alegación que plantea la eliminación del anterior Artículo 50 (Integración paisajística de elementos de comunicación y publicidad exterior), actualmente artículo 43,** ya que su eliminación supondría una merma del propósito buscado.
- **No estimar la alegación planteada al Artículo 51.-** en el sentido de que los ayuntamientos desarrollen normas sobre las condiciones de accesibilidad universal a los establecimientos comerciales, toda vez que la misma ya está regulada por normativa Estatal y autonómica
- **No estimar las alegaciones al Artículo 55 (Supuestos en los que es obligatoria la obtención de autorización comercial autonómica)** ya que el mismo se ha suprimido en el nuevo texto
- **No estimar lo propuesto en el artículo 56 (Criterios técnicos de evaluación del impacto territorial de los proyectos comerciales)** ya que el mismo ha sido suprimido del nuevo documento
- **Las alegaciones y sugerencias presentadas al anterior Artículo 59 (Centros comerciales Urbanos) quedan asumidas** en la nueva redacción de este artículo, ahora n.º 53
- **No estimar las alegaciones al anterior artículo 61, ahora 57 (Mejora de los mercados municipales)** toda vez que los procesos de concesión administrativa de los puestos de mercados deben basarse en baremos objetivos en los que no puede intervenir criterios económicos. Asimismo se desestima la alegación que se realiza para que los mercados dispongan de plazas de aparcamiento, dado que dicha condición no es posible cumplirla en muchos de los mercados existentes en la CV
- **No estimar la alegación al Artículo 62, actual artículo 58 (Zonas donde se desarrolla la venta no sedentaria)** ya que los Consejos Locales de comercio, pueden actuar como órgano consultor, pero no pueden participar en decisiones que afecten a la competencia
- **Desestimar la alegación realizada al Artículo 63 (Fomento del comercio rural) actual artículo 56** toda vez que se entiende que los Consejos Locales de Comercio, son órganos consultivos u no ejecutivos
- **No estimar las alegaciones la Artículo 65, actual artículo 59 (Catálogo de establecimientos**

**comerciales históricos o emblemáticos)** ya que la determinación de su singularidad no va ligada a las peculiaridades del municipio sino del propio establecimiento

- **No estimar la alegación planteada al Artículo 66 (Fomento del comercio de proximidad en ámbitos de baja dotación comercial) actual artículo 52**, toda vez que se entiende que los Consejos Locales de Comercio, son órganos consultivos u no ejecutivos
- **Respecto a las alegaciones al Artículo 67 (Medidas para la reducción del impacto ambiental del comercio)** se entiende que las mismas quedan subsumidas en la nueva redacción del actual artículo 60, recogiendo el plazo propuesto de 2 años para la redacción de Planes de Movilidad Sostenible en aquellas áreas que hayna sido declaradas como saturadas, por lo cual se consideran **Estimadas**
- **En lo relativo a las sugerencias efectuadas a los Artículos 69 (Prioridades de las ayudas públicas) y 70 Medidas de apoyo**, aunque dichos artículos ha quedado eliminado en el nuevo texto, las mismas quedan de alguna manera en los distintos artículos de “Título 9 : Actuaciones dinamizadoras del comercio y de mejora de las infraestructuras comerciales”
- **En cuanto a las alegaciones al Artículo 71 (Colaboración con las asociaciones empresariales)**, se estima eliminar del texto el concepto de más representativas referido a las asociaciones y no estimar, a través de los mecanismos legalmente establecidos, toda ves que la administración necesariamente ha de cumplir con este precepto.
- **No estimar las alegaciones la Artículo 72 (Red de Agentes para la innovación comercial)**, pues no creemos necesario redundar en algo que es un principio básico del funcionamiento de esta red, como es la colaboración con las asociaciones de comerciantes
- **No estimar la la propuesta realizada al artículo Artículo 73 (Investigación comercial), actual artículo 69**, ya que se sobreentiende que las líneas de investigación han de contemplar las variables sociales y económicas a las que hace referencia la alegación
- **En lo relativo a las alegaciones y sugerencias planteada al Artículo 74 (Principios de actuación)** y aunque dicho artículo ha sido eliminado del nuevo texto, las mismas queda recogidas a lo largo de la redacción del Título 10: Desarrollo, ejecución y gestión del Plan de Acción comercial
- **No estimar las alegaciones al Artículo 79 (Observatorio del Comercio de la CV) ahora artículo 68**, toda vez que las mismas no añaden contenido significativo al mismo
- **Estimar** la propuesta realizada al Artículo 80 (Comunicación y visibilidad del plan)
- Respecto a las sugerencias efectuadas al Artículo 81 (Oficina Técnica del Plan) actualmente artículo 64, las mismas quedan recogidas en la nueva redacción y por lo tanto **se estiman**

#### **DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN**

Los artículos de la Normativa cuyas alegaciones se han estimado serán revisados, modificándolos conforme a las sugerencias efectuadas.

Nº alegación/sugerencia/dictamen:	015
Fecha de entrada:	3 de octubre de 2016
Entidad que la presenta:	Asociació de Promoció del Comerç d'Ontinyent
Departamento/Área	

#### RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN

- **Artículo 2 Definiciones**

**Cambiar redacción punto g) – Centro Comercial Urbano:** aquellos ámbitos urbanos donde existe una agrupación **concentrada y diversa** de empresas comerciales y servicios que, en un área urbana delimitada y vinculados a través de una entidad con personalidad jurídica, desarrollan profesionalmente una estrategia conjunta de mejora socioeconómica de su entorno, especialmente a través de acciones de promoción, gestión de servicios, **mejora del entorno** y dinamización económica.

**Cambiar redacción punto k) Centro de fabricantes:** “Centro comercial integrado por una agrupación de tiendas de fabricantes y marcas, que venden (con descuento) sus propios productos.

**Cambiar redacción punto l) Comercio de atracción:** Establecimientos comerciales individuales o colectivos, **localizados en tramas urbanas consolidadas y generalmente en los bajos de edificios**, cuya área de influencia es supramunicipal por lo que su impacto comercial supera los límites municipales. Este tipo de establecimientos generan flujos intermunicipales favoreciendo la movilidad de los consumidores entre distintas poblaciones.

**Cambiar redacción punto o) Establecimiento comercial:** Establecimiento comercial: Locales y construcciones o instalaciones de carácter fijo y permanente, destinados al ejercicio regular de actividades comerciales, **ya sea de forma continuada o en días o en temporadas determinadas**. Quedan incluidos en la definición anterior los quioscos y, en general, las instalaciones de cualquier clase que cumplan la finalidad señalada en el mismo, siempre que tengan el carácter de inmuebles. Los establecimientos comerciales podrán ser individuales o colectivos.

- **Artículo 3 Principios Inspiradores**

**Cambiar redacción punto m):** Promover mejora de los entornos urbanos, apoyando al comercio de proximidad, la protección de los Centros Históricos comerciales e impulsando la mejora de las infraestructuras comerciales y la puesta en marcha **y consolidación** de Centros Comerciales Urbanos.

**Cambiar redacción punto q):** Promover nuevas formas de gobernanza del territorio que permitan poner en práctica formas innovadoras y compartidas de planificación y de gestión de las dinámicas territoriales comerciales y una mayor colaboración entre los agentes, **las asociaciones empresariales de comercio**, las empresas y las Administraciones

- **Artículo 10 Principios de actuación de la administración**

**Cambiar la redacción punto 3:** La Generalitat y los Ayuntamientos simplificarán los procedimientos administrativos y urbanísticos y la reducción de las limitaciones existentes, en el ámbito de sus competencias y conforme a la normativa aplicable, para el inicio y el libre ejercicio de la actividad comercial **así como para facilitar la actividad de las asociaciones empresariales del comercio minorista en defensa de los intereses que les son propios**.

- **Artículo 11 -Cooperación con EELL**

**Cambiar la redacción del punto 2:** En el marco de la atribución de competencias a las entidades locales por la legislación correspondiente, la Generalitat cooperará con los ayuntamientos, los entes locales supramunicipales **y las asociaciones de comercio local** en la ordenación comercial y en la ejecución del Plan, cuando con ello se garantice la proximidad de la gestión a

la ciudadanía y se alcance una mayor participación de los mismos, asegurándose, en todo caso, la debida coordinación y eficacia en la prestación de los servicios.

- **Artículo 12 Cooperación con las Cámaras de Comercio para el seguimiento del Plan**

**Cambiar la redacción del título:** Cooperación con las Cámaras de comercio y las Asociaciones empresariales para el seguimiento del Plan

**Modificar el artículo:** Sin perjuicio de las funciones del Observatorio del Comercio Valenciano, La Generalitat podrá, en el marco de las previsiones de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana, colaborar con las cámaras oficiales de comercio, industria y navegación y con las asociaciones empresariales de comercio para el desarrollo de acciones de seguimiento, actualización, revisión, modificación, comunicación y supervisión del Plan, en el marco de las competencias que éstas tienen encomendadas.

- **Artículo 18 – Directrices de Ordenación Comercial**

**Modificar redacción punto 4:** *La dirección general competente en materia de comercio, a través de la Oficina Técnica del Plan, dentro de los dos años siguientes a la aprobación del PATSECOVA, llevará a cabo la realización de las Directrices de ordenación comercial de cada área funcional comercial*

**Modificar redacción punto 5:** *En su elaboración se adoptarán las medidas necesarias para que participen las entidades locales y los principales agentes públicos y privados del sector comercial que actúan en el territorio a través, en su caso, de las Consejos Locales de Comercio, o, en su defecto, de las entidades de comercio más representativas del sector de ámbito autonómico, tanto en la fase de redacción como en su aplicación posterior.*

- **Artículo 21 - Planes de Acción comercial**

**Modificar redacción punto 2:** Dichos planes podrán ser promovidos por la Generalitat, los ayuntamientos y las asociaciones empresariales **de comercio del territorio afectado**

**Modificar redacción punto 5:** *Para su elaboración se deberá contar con la participación de las asociaciones empresariales de comercio, las asociaciones de consumidores y otros agentes públicos o privados involucrados en la promoción del comercio local, especialmente mediante los consejos locales de comercio previstos en el artículo 90 de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana.*

**Modificar redacción punto 7:** Las ayudas de la Generalitat en materia de dinamización comercial, mejora de equipamientos comerciales y urbanismo comercial **incluirán el criterio de existencia de un plan de acción comercial y priorizarán las actuaciones contempladas en los mismos**

- **Artículo 24: Programas de calidad imagen comercial en zonas comerciales**

**Modificar redacción punto 1:** Las administraciones promoverán la realización de planes y programas de mejora paisajística cuyo objetivo sea mejorar la calidad y el atractivo de los espacios comerciales urbanos y sus entornos inmediatos. Dichos programas **que deberán contar con la aprobación del Consejo Local de Comercio, o en su defecto de la asociación empresarial de comercio que gestione el área de actuación**, concretarán las medidas, actuaciones y proyectos necesarios para cumplir objetivos de calidad paisajística, que serán determinados en función del contexto de cada ámbito.

- **Artículo 25: Figuras para la gestión de zonas comerciales**

**Modificar redacción punto 1:** Para la gestión de zonas comerciales urbanas, **tanto** las administraciones **como las asociaciones empresariales**, podrán promover la puesta en marcha de organismos mixtos **con participación mayoritaria del sector empresarial** y cuyo objetivo sea liderar la formulación, elaboración y gestión de los programas y proyectos que se desarrollen para la promoción, dinamización y mejora de dichas zonas.

**Modificar redacción punto 2:** En los Centros Comerciales Urbanos se estimulará la creación de entidades de gestión, promovidas por los empresarios de la zona, de carácter asociativo privado

**o consolidación de las figuras preexistentes que ya desarrollan actividad activa en estos espacios**, que cuenten con un estatuto jurídico propio, desde las que se puedan desarrollar una gestión avanzada, con el soporte y supervisión de las administraciones públicas **y las asociaciones empresariales de comercio de la zona**. Dichas entidades deberán contar con formas de funcionamiento democrático, en las que participen los empresarios de la zona y formas de gestión profesionalizadas. Tendrán la función de desarrollar proyectos transformadores en las áreas de actuación, prestar servicios básicos complementarios a los de naturaleza pública y desarrollar acciones de promoción y dinamización comercial.

- **Artículo 26: Objetivos de las Áreas comerciales estratégicas**

**Modificar redacción punto 4:** Las actuaciones a desarrollar en las áreas estratégicas se realizarán de forma coordinada entre las administraciones, **las asociaciones empresariales de comercio** y en concertación con los agentes sociales y económicos.

- **Artículo 27: Criterios para la delimitación de las áreas comerciales estratégicas.**

**Añadir en el punto 2 un nuevo apartado e): A través de los PGOU, excepto en el caso de las áreas de nueva centralidad comercial, donde será necesario su delimitación previa a través de algunos de los instrumentos anteriores.**

- **Título 7 Tipos de áreas comerciales estratégicas (artículos 30 a 35)**

Reducir de 6 a 4 las áreas comerciales estratégicas:

- De nueva centralidad comercial
- De oportunidad comercial
- De dinamización comercial
- Comercialmente saturadas

**Reunificar los criterios para la definición y aprobación de las 4 áreas estratégicas designadas de los mencionados artículos**

- **Artículo 37.-Definición del modelo comercial en los planes urbanísticos.**

**Modificar redacción apartado d):** Justificación de la dimensión del suelo terciario comercial previsto, según las previsiones de crecimiento demográfico y urbanístico propuesto y el área territorial de influencia del municipio **y su distribución entre comercio mayorista y minorista**.

- **Artículo 39.- Dotación mínima de suelo comercial en sectores residenciales.**

**Cambiar redacción punto 3:** Todos los sectores de uso residencial deberán contar con un mínimo de edificabilidad terciaria para usos comerciales minoristas. El plan urbanístico podrá optar por fijar un índice de edificabilidad al respecto, o bien regular en su normativa la compatibilidad de los usos terciarios comerciales minoristas que se prevean en el sector con el uso residencial predominante

- **Artículo 46.- Estándares de urbanización, la accesibilidad y movilidad en proyectos comerciales**

**Modificar redacción del apartado a) del punto 3;** Las implantaciones de grandes establecimientos comerciales se emplazarán preferentemente junto a paradas o estaciones de los elementos básicos del sistema de transporte público de la Comunitat Valenciana o del municipio correspondiente, entendiéndose como tales los que simultáneamente cumplan los siguientes tres requisitos **y siempre que no suponga un perjuicio de las áreas estratégicas comerciales que ya hubiera**

- **Artículo 50.- Integración paisajística de elementos de comunicación y publicidad exterior**

Eliminación de este artículo por estar contemplado en 49,7

- **Artículo 51.- condiciones de accesibilidad universal a los establecimientos comerciales**

**Cambiar redacción:** Los Ayuntamientos deberán desarrollar una normativa que atendiendo a las particularidades de cada entorno urbano, permita que los establecimientos comerciales y los

espacios urbanos de alta concentración comercial cumplan con las normas y condiciones básicas que garanticen la accesibilidad y no discriminación, en el acceso y uso de los mismos, de las personas que cuenten con cualquier tipo de discapacidad. Para ello deberá, de acuerdo con lo establecido por la normativa vigente en la materia y en particular, por la Ley 1/1998, de 5 de mayo, de la Generalitat, de accesibilidad y supresión de barreras arquitectónicas, urbanísticas y de la comunicación, y disposiciones que la desarrollan.

- **Artículo 55 Supuestos en los que es obligatoria la obtención de autorización comercial autonómica**

**Eliminar el punto 8**

**Añadir un punto 9:** *La no exigencia de autorización comercial autonómica en la implantación de equipamientos Comerciales superiores a los 2.500 m2. estará supeditada al Desarrollo de las Directrices de las quince áreas funcionales y el Pac del municipio donde se pretende implantar*

- **Artículo 59 – Centros comerciales Urbanos**

**Modificación total del artículo**

1. A efectos del Plan y conforme a la Ley 3/2011, de Comercio de la Comunitat Valenciana, tendrán la consideración de centro comercial urbano, a los efectos de su reconocimiento por la Generalitat, aquellos ámbitos urbanos donde existe una agrupación **concentrada y diversa** de empresas comerciales **y servicios** que, en un área urbana delimitada y vinculados a través de una entidad con personalidad jurídica, desarrollan profesionalmente una estrategia conjunta de mejora socioeconómica de su entorno, especialmente a través de acciones de promoción, gestión de servicios, mejora del entorno y dinamización económica.

2. Los centros comerciales urbanos se desarrollarán en espacios urbanos caracterizados por albergar altas concentraciones de comercios y servicios, coincidiendo con ámbitos de reconocida tradición en el desarrollo de la función comercial. La delimitación de los centros comerciales urbanos responderá a criterios de tipo económico, comercial, social, histórico, urbanístico y medioambiental, **siempre teniendo en cuenta las características y particularidades de cada área comercial estratégica**

3. La Generalitat, **en cooperación con los Ayuntamientos y las Asociaciones Empresariales de Comercio** impulsarán y potenciará la creación y mantenimiento de los centros comerciales urbanos a través de las siguientes iniciativas:

- a) Apoyando la regeneración de los espacios urbanos donde se ubican las mayores concentraciones comerciales de las ciudades.
- b) *Promoviendo inversiones públicas y privadas en dichos espacios urbanos.*
- c) *Impulsando marcos de referencia que permitan formular, desarrollar y aplicar fórmulas profesionales de autogestión y financiación en las zonas comerciales urbanas de las ciudades.*
- d) Priorizando y ejecutando actuaciones de urbanismo comercial en los Centros Comerciales Urbanos reconocidos.
- e) *Desarrollo de planes de señalética e imagen de Centro Urbano.*
- f) *Desarrollo de Planes de comunicación, promoción del CCU y las Zonas Comerciales de trama urbana fidelización y captación de nuevos clientes*
- g) *Adaptación y cualificación del sector comercial. Acciones de modernización y formación*
- h) *Adecuación de establecimientos y servicios. Líneas de ayudas para la modernización de comercios en trama urbana consolidada estableciendo criterios de valoración puntuación adicional para los comercios de los Centros Urbanos*
- i) Implantación de nuevas tecnologías, redes telemáticas, acciones de innovación, de incremento de la competitividad del sector
- j) Facilitar espacios públicos para la (Acciones de) animación y dinamización del entorno, convertir las calles en punto de encuentro, que se organicen actividades de todo tipo que

generen público al área y provoquen el hábito de acudir allí

- k) Acciones de difusión, dinamización y promoción del centro Urbano en las poblaciones del área de influencia
- l) Promoviendo junto a las asociaciones de comercio acciones que contribuyan (Potenciando acciones para la contribución) a la mejora del medio ambiente
- m) Potenciando la labor social del sector. Acciones de concienciación del consumidor
- n) Acciones que potencien la relación comercio-entorno-sociedad, la responsabilidad social corporativa y la vinculación de las pymes y autónomos de pequeño comercio con su ciudad
- o) Favorecer la prestación de servicios conjuntos
- p) *Elaboración preferente de Planes de Acción Comercial*
- q) Apoyo de proyectos piloto

4. La Generalitat en colaboración con las asociaciones empresariales de comercio elaborará una norma para el reconocimiento de los centros comerciales urbanos en la Comunitat Valenciana, en el que se fijarán los criterios para su delimitación **y obtención del reconocimiento siempre teniendo en cuenta las características y particularidades de cada centro, atendiendo a los criterios establecidos en el punto 2, así como y las consecuencias y compromisos del mismo** El reconocimiento del Centro Comercial Urbano comportará la declaración automática como área comercial estratégica de dinamización.

5. La Generalitat en colaboración con los Ayuntamientos, **las asociaciones empresariales de comercio local** y otras administraciones podrá promover la realización de planes de mejora urbana y revitalización comercial en los Centros Históricos de carácter comercial. A tal efecto, la dirección general competente en materia de comercio podrá establecer las condiciones históricas, comerciales y urbanísticas necesarias para contar con esta calificación.

• **Artículo 61.- Mejora de los mercados municipales**

**Modificar redacción punto 2:** Los Ayuntamientos deberán hacer públicas a través de sus portales electrónicos las normas y condiciones que regulan los regímenes de explotación y concesión de los mercados sujetos titularidad pública, además de las paradas disponibles y de los procesos de concesión de las mismas **en las que se priorizará el criterio de la mejora del mix comercial y la experiencia.**

**Añadir un punto 3:** Los Ayuntamientos garantizaran plazas de aparcamientos en los mercados municipales ya sea con aparcamientos públicos o con plazas de rotación en superficie

• **Artículo 62 Zonas donde se desarrolla la venta no sedentaria**

**Modificar redacción punto 1: Los ayuntamientos a través de los Consejos Locales de Comercio,** determinarán la localización de las zonas donde se van a desarrollar mercadillos o actividades de venta no sedentaria **y las fechas de su desarrollo.** Para ello se deberá considerar que en su desarrollo no impacte negativamente sobre la movilidad y funcionalidad urbana. Los Ayuntamientos estudiarán las localizaciones más adecuadas considerando su integración, accesibilidad, condiciones de aparcamiento, riesgos, condiciones de seguridad y disponibilidad de servicios urbanos básicos como agua, electricidad y equipamientos para la recogida de residuos.

• **Artículo 65 .- Catálogo de establecimientos comerciales históricos o emblemáticos**

**Modificar redacción punto 1:** Con el objetivo de proteger, conservar y restaurar, en su caso, los elementos patrimoniales que los conforman, así como estimular la continuidad de su actividad comercial, los Ayuntamientos podrán establecer un catálogo de comercios emblemáticos o históricos en el cual se determinará su carácter extraordinario y singular **atendiendo a las particularidades de cada municipio y en cooperación con los agentes implicados del sector**

• **Artículo 67.- Medidas para la reducción del impacto ambiental del comercio.**

**Modificar la redacción del punto 3:** Los establecimientos comerciales **de alimentación** de nueva

apertura o en los que se realice una reforma en profundidad deberán disponer, siempre que las características físicas del local lo permitan sin menoscabar su funcionalidad comercial, ya sea en el interior de cada una, o bien en un espacio comunitario, de un sistema adecuado a los usos previstos que permita el almacenaje por separado de los diferentes tipos de residuos que se originen, sin perjuicio de lo que disponga la normativa sectorial de aplicación

**Añadir un apartado c) al punto 4:** Para el resto de establecimientos que voluntariamente se sometan a auditorías energéticas contarán con incentivos o ventajas fiscales de los Ayuntamientos o de la Generalitat.

**Añadir un apartado e) al punto 5:** Cuando los Centros Comerciales Urbanos cuenten con un Plan de Movilidad Urbana Sostenible con una vigencia no superior a un año, se tomara este como referencia para determinar las acciones que se deberán llevar a cabo en esas áreas. Entre las acciones a llevar a cabo se contemplarán planes de concienciación de los comerciantes y de los ciudadanos así como el desarrollo de acciones que potencien el desplazamiento no motorizado

- **Artículo 69.- Prioridades de las ayudas públicas**

**Modificar la redacción del apartado a):** El desarrollo y ejecución de cuantos planes y proyectos de desarrollo y concreción del PATSECOVA sean necesarios y se soliciten

**Modificar la redacción del apartado b):** La ejecución de actuaciones de mejora, rehabilitación, dinamización o reactivación comercial en las áreas comerciales estratégicas, en colaboración con los Ayuntamientos, **las asociaciones empresariales de comercio** y otras administraciones públicas.

**Modificar la redacción del apartado c):** **La creación y consolidación de la Red de Centros Comerciales Urbanos de la Comunitat Valenciana en cooperación con las Asociaciones empresariales de comercio que estén llevando a cabo la gestión de los Centro Comerciales Urbanos y con las asociaciones empresariales de comercio de ámbito autonómico. Así como los planes de actuación que lleven a cabo.**

**Añadir un apartado h):** Acciones, realizadas por las asociaciones de comerciantes que fomenten la innovación, introducción de nuevas tecnologías y la mejora de la competitividad del sector

- **Artículo 70.- Medidas de apoyo**

**Modificar redacción apartado d) del punto 1:** Impulsar la cooperación, el asociacionismo **territorial** y sectorial y la integración empresarial

**Añadir un apartado h) al punto 1:** Ayudar a la consolidación de los Centros Comerciales Urbanos apoyando planes anuales de actuación

- **Artículo 71.- Colaboración con las asociaciones empresariales**

**Modificar la redacción del punto 1:** Quitar "más representativas"

**Modificar la redacción del punto 2:** **A través de los mecanismos de participación previstos legalmente**, se establecerán canales de comunicación bidireccionales para facilitar el intercambio de información, divulgar experiencias, conocimientos técnicos y buenas prácticas así **como para el fortalecimiento del tejido asociativo comercial, su profesionalización y reconocimiento social.**

**Añadir un punto 3:** De acuerdo con las disponibilidades presupuestarias concurrentes se establecerán convenios de colaboración para impulsar los anteriores fines en el marco del comercio asociado de las asociaciones empresariales.

**Añadir un punto 4:** La cooperación entre la Dirección General y las Asociaciones empresariales de comercio será tanto para el desarrollo del presente plan como de otro tipo de acciones y medidas así como recogida de información del sector se trabajará codo con codo con las asociaciones empresariales, así como las locales en función de las afecciones de los temas que se estén tratando.

- **Artículo 72.- Red de Agentes para la innovación comercial**

**Añadir un punto 4:** La Red de Agencias para el Fomento de la Innovación Comercial (Red AFIC) cooperará con las asociaciones empresariales de comercio para la implementación de

actuaciones de dinamización comercial, formación, innovación y su divulgación y promoción de las diferentes acciones que inciden en el desarrollo del sector.

- **Artículo 74.- Principios de actuación.**

**Modificar la redacción del punto 1:** La Generalitat **dispondrá los medios y sistemas necesarios** para facilitar la participación de los ciudadanos en la acción pública, a través de sus respectivos grupos de interés, en todos aquellos asuntos que afecten al desarrollo y ejecución del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana y a la ordenación territorial del comercio

**Modificar la redacción del apartado c) del punto 2:** Las decisiones **administrativas adoptadas** en el desarrollo y ejecución del Plan deberán ser motivadas y estar debidamente justificadas en el cumplimiento de los objetivos, principios y estrategias del Plan, prevaleciendo las razones imperiosas de interés público de primer orden establecidas en el artículo 9 **sin perjuicio del derecho de los entes locales a intervenir en la planificación comercial de su territorio, de conformidad con los principios de descentralización y de máxima proximidad de la gestión administrativa a los ciudadanos.**

**Cambiar la redacción del apartado d) del punto 2:** El Observatorio del Comercio de la Comunitat Valenciana y los Consejos locales de comercio o en su defecto las Asociaciones de comercio son los órganos de participación a lo largo de todo el periodo de vigencia del Plan, que permitirán conocer las opiniones e inquietudes del sector, agentes, expertos, empresas y de los ciudadanos en general.

**Modificar la redacción del apartado e) del punto 2:** Los planes, proyectos o documentos que desarrollen, complementen o actualicen el Plan deberán identificar los problemas que perciben los agentes y expertos del sector así como el conjunto de los ciudadanos, y tomar en consideración las soluciones que estos sugieren, articulando su participación a través de sesiones, reuniones y encuestas, planteando distintas propuestas abiertas al debate público y propiciando alcanzar escenarios de consenso, **de acuerdo con las previsiones en materia de participación ciudadana de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana**

- **Artículo 79.- Observatorio del Comercio de la CV**

**Modificar la redacción del punto 1:** En cumplimiento de lo previsto en el Decreto 55/2001, de 13 de marzo, del Gobierno Valenciano, por el que se regula el Observatorio del Comercio Valenciano, **éste órgano colegiado, consultivo y asesor en materia de comercio** impulsará y realizará el seguimiento de la ejecución y desarrollo del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana.

**Modificar la redacción del punto 2:** El Observatorio del Comercio de la Comunitat Valenciana será la principal vía de comunicación para informar sobre las iniciativas, demandas y sugerencias que en materia de ordenación comercial y en relación a la ejecución y desarrollo del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana, que **se formulen por los Consejos locales de comercio.**

- **Artículo 81.- Oficina Técnica del Plan**

**Modificar la redacción del punto 1:** En un plazo no superior a un mes desde la finalización del proceso de participación se creará la Oficina Técnica del Plan como órgano de apoyo y asesoramiento técnico en el desarrollo y ejecución del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana.

**Agrupar en un sólo apartado los b y c:** La elaboración de cuantos documentos, planes, directrices e instrumentos que desarrollen, completen o concreten los contenidos del Plan se consideren necesarios en cada momento

**Modificar la redacción del punto 4:** La Generalitat creará un departamento interno que dotará con el personal suficiente para el seguimiento, desarrollo y ejecución del plan y que podrá cooperar con Asociaciones empresariales de comercio, profesionales, agentes, otras administraciones o el Consejo de Cámara en función de las necesidades y requerimientos de

cada momento y acción del Plan

#### OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN

#### TODAS LAS ALEGACIONES CORRESPONDEN AL DOCUMENTO NORMATIVO

- **Las alegaciones al Artículo 2 Definiciones de Centro Comercial Urbano, Centro de Fabricantes, Comercio de Atracción y Establecimiento Comercial**, quedan recogidas en la nueva redacción de dicho artículo que ha pasado a numerarse como **ANEXO I Definiciones**
- **Artículo 3 Principios Inspiradores,**
  - **Se estima la alegación relativa a la letra m):** incorporando la propuesta realizada
  - **No se estima la alegación relativa a la letra q):** toda vez que en el concepto de “agentes” incluye a las asociaciones empresariales de comercio
- **Las alegaciones al Artículo 10 punto 3 (Principios de actuación de la administración) y el Artículo 11, (Cooperación con EELL),** quedan recogidas en la redacción del nuevo artículo 4, que integra también el anterior artículo 74
- **El Artículo 12 (Cooperación con las Cámaras de Comercio para el seguimiento del Plan) se ha suprimido en el nuevo texto,** quedando integrado en el actual TÍTULO 10 Desarrollo, ejecución y gestión del Plan de Acción territorial
- **No Estimar las alegaciones al Artículo 18 – (Directrices de Ordenación Comercial) artículo 15 en el nuevo texto**
  - Se elimina el plazo máximo de ejecución estableciéndose el procedimiento para su elaboración el cual prevé un sistema de consulta participación pública que ya integra la demanda realizada en la alegación
- **Estimar las alegaciones al Artículo 21 - (Planes de Acción comercial), actual artículo 20,** incorporando a las asociaciones de comerciantes como posibles promotoras, así como se recoge la priorización de las actuaciones contempladas en los mismos en las ayudas que convoque la Generalitat
- **No estimar la alegación al Artículo 24: (Programas de calidad imagen comercial en zonas comerciales) actual artículo 23,** ya que no puede ser preceptiva la aprobación de dichos programas por parte de un organismo, como es el Consejo Local de Comercio, cuya existencia no es obligatoria
- **Estimar la alegación al Artículo 25 (Figuras para la gestión de zonas comerciales) actual artículo 24,** incorporando la posibilidad de que sean las asociaciones empresariales las posibles promotoras de estas entidades de gestión
- **Estimar la alegación presentada al Artículo 26 (Objetivos de las Áreas comerciales estratégicas) actual artículo 26,** ya que se establece que las mismas se realizarán de forma coordinada y en concertación con los agentes sociales y económicos.
- **No estimar la alegación planteada al Artículo 27 (Criterios para la delimitación de las áreas comerciales estratégicas), actual artículo 26,** ya los PGOU son instrumentos urbanísticos, posibilidad que ya está recogida en la letra f del punto 2
- **Estimar las alegaciones al Título 7 (Tipos de áreas comerciales estratégica artículos 30 a 35) artículos 28 a 31 del nuevo documento, reduciendo de 6 a 4 las áreas comerciales estratégicas:** que quedan como sigue
  - Áreas de nueva centralidad comercial
  - Áreas de oportunidad comercial

- áreas de dinamización comercial
- Áreas comercialmente saturadas
- Se reunifican los criterios para la definición e las 4 áreas estratégicas designadas de los mencionados artículos y se establece un nuevo procedimiento para su aprobación
- **Estimar la alegación planteada al Artículo 37 (Definición del modelo comercial en los planes urbanísticos), que se convierte en el Artículo 32 “Consideraciones del uso terciario comercial en los planes urbanísticos,** ya que la redacción del punto 1 se contempla la obligatoriedad de diferenciar entre comercio minorista y mayorista en la zonificación del suelo destinado a uso comercial
- **Estimar la alegación al Artículo 39.- (Dotación mínima de suelo comercial en sectores residenciales.) nuevo artículo 35,** recogiendo las consideraciones planteadas
- **No estimar la alegación planteada al Artículo 46. (Estándares de urbanización, la accesibilidad y movilidad en proyectos comerciales) nuevo artículo 38 (Aplicación de principios de movilidad sostenible en nuevos proyectos comerciales) ,** ya que la Directiva de Servicios , no permite la realización de test económicos para determinar la autorización o no de una implantación comercial.
- **No estimar la alegación presentada al Artículo 49 (Integración paisajística de nuevos establecimientos comerciales),** toda vez que los Consejos Locales de Comercio y las asociaciones empresariales de comercio de la localidad, pueden ser órganos consultivos, pero es al ayuntamiento al que le corresponde el diseño y ejecución de estos planes.
- **No estimar la alegación que plantea la eliminación del anterior Artículo 50 (Integración paisajística de elementos de comunicación y publicidad exterior), actualmente artículo 43,** ya que su eliminación supondría una merma del propósito buscado.
- **No estimar la alegación planteada al Artículo 51.-** en el sentido de que los ayuntamientos desarrollen normas sobre las condiciones de accesibilidad universal a los establecimientos comerciales, toda vez que la misma ya está regulada por normativa Estatal y autonómica
- **No estimar las alegaciones al Artículo 55 (Supuestos en los que es obligatoria la obtención de autorización comercial autonómica)** ya que el mismo se ha suprimido en el nuevo texto
- **Las alegaciones y sugerencias presentadas al anterior Artículo 59 (Centros comerciales Urbanos) quedan asumidas** en la nueva redacción de este artículo, ahora n.º 53
- **No estimar las alegaciones al anterior artículo 61, ahora 57 (Mejora de los mercados municipales)** toda vez que los procesos de concesión administrativa de los puestos de mercados deben basarse en baremos objetivos en los que no puede intervenir criterios económicos. Asimismo se desestima la alegación que se realiza para que los mercados dispongan de plazas de aparcamiento, dado que dicha condición no es posible cumplirla en muchos de los mercados existentes en la CV
- **No estimar la alegación al Artículo 62, actual artículo 58 (Zonas donde se desarrolla la venta no sedentaria)** ya que los Consejos Locales de comercio, pueden actuar como órgano consultor, pero no pueden participar en decisiones que afecten a la competencia
- **No estimar las alegaciones la Artículo 65, actual artículo 59 (Catálogo de establecimientos comerciales históricos o emblemáticos)** ya que la determinación de su singularidad no va ligada a las peculiaridades del municipio sino del propio establecimiento
- **Respecto a las alegaciones al Artículo 67 (Medidas para la reducción del impacto ambiental del comercio)** se entiende que las mismas quedan subsumidas en la nueva redacción del actual artículo 60, recogiendo el plazo propuesto de 2 años para la redacción de Planes de Movilidad Sostenible en aquellas áreas que hayna sido declaradas como saturadas
- **En lo relativo a las sugerencias efectuadas a los Artículos 69 (Prioridades de las ayudas públicas) y 70 Medidas de apoyo,** aunque dichos artículos ha quedado eliminado en el nuevo texto, las mismas quedan de alguna manera en los distintos artículos de “Título 9 : Actuaciones

dinamizadoras del comercio y de mejora de las infraestructuras comerciales”

- **No estimar las alegaciones la Artículo 72 (Red de Agentes para la innovación comercial)**, pues no creemos necesario redundar en algo que es un principio básico del funcionamiento de esta red, como es la colaboración con las asociaciones de comerciantes
- **En lo relativo a las alegaciones y sugerencias planteada al Artículo 74 (Principios de actuación)** y aunque dicho artículo ha sido eliminado del nuevo texto, las mismas queda recogidas a lo largo de la redacción del Título 10: Desarrollo, ejecución y gestión del Plan de Acción comercial
- **No estimar las alegaciones al Artículo 79 (Observatorio del Comercio de la CV) ahora artículo 68**, toda vez que las mismas no añaden contenido significativo al mismo
- **Se estiman las sugerencias efectuadas al Artículo 81 (Oficina Técnica del Plan) actualmente artículo 64**, ya que las mismas quedan recogidas en la nueva redacción

#### **DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN**

Los artículos de la Normativa cuyas alegaciones se han estimado serán revisados, modificándolos conforme a las sugerencias efectuadas.

Nº alegación/sugerencia/dictamen:	016
Fecha de entrada:	3 de octubre de 2016
Entidad que la presenta:	Federación de Comercio y Autónomos de la Provincia de Castellón (COVACO Castellón)
Departamento/Área	

#### RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN

- **Artículo 3 Principios Inspiradores**

**Cambiar redacción punto q):** Promover la integración de los principios directores de la ocupación racional y sostenible del suelo, establecidos en la Directriz 92 de la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana, en las políticas y actuaciones que las Administraciones locales desarrollen en el ejercicio de sus competencias con proyección sobre el territorio en materia de ocupación de suelo para actividades comerciales, con pleno respeto al principio de autonomía del artículo 137 de la Constitución y del 63 del Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana

**Modificar la redacción del apartado q):** Promover un desarrollo equilibrado y sostenible en todo el territorio valenciano de acuerdo con los principios de solidaridad y respeto a la autonomía local que deben regir las relaciones económico financieras entre la Generalitat y las entidades locales, en cumplimiento de lo previsto en la Ley 8/2010, de 23 de junio, de la Generalitat, de Régimen Local de la Comunitat Valenciana.

- **Artículo 4 – Objetivos del Plan**

**Modificar la redacción del apartado a):** Incrementar la importancia del sector comercial minorista en la economía valenciana atendiendo en todo caso a la capacidad de acogida del territorio en función de la conservación de los valores ambientales, paisajísticos, económicos y culturales de la infraestructura verde y de la integridad de sus procesos.

- **Artículo 5.- Estrategias del Plan**

**Modificar redacción apartado b) Estrategia 1:** Desarrollar los objetivos y criterios en la ocupación racional y sostenible del suelo para actividades comerciales que están establecidos en la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana, a fin de contribuir a la vertebración de la Comunitat Valenciana y de adaptarlos a la dinámica socioeconómica y medioambiental del sector comercial.

**Modificar redacción apartado a) Estrategia 2:** Concretar y modular los criterios territoriales y medioambientales previstos en la Directriz 106 de la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana sobre implantación de grandes superficies comerciales de impacto supramunicipal y para la implantación de los Equipamientos Comerciales con Impacto Territorial (ECITs).

- **Artículo 7.- Relaciones y coordinación con la normativa de planeamiento**

**Modificar redacción punto 1:** En el plazo de un año desde la entrada en vigor del presente Plan, los ayuntamientos incorporarán, en los instrumentos de planificación urbanística, en aquello que afecta a la planificación del suelo para uso comercial, las normas establecidas en el artículo 32 de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana o norma que la sustituya y los criterios, directrices y normas incluidas en el presente Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana.

- **Artículo 10 Principios de actuación de la administración**

**Cambiar la redacción punto 3:** La Generalitat y los Ayuntamientos simplificarán los procedimientos administrativos y urbanísticos y la reducción de las limitaciones existentes, en el ámbito de sus competencias y conforme a la normativa aplicable, para el inicio y el libre ejercicio de la actividad comercial **así como para facilitar la actividad de las asociaciones**

**empresariales del comercio minorista en defensa de los intereses que les son propios.**

- **Artículo 11 -Cooperación con EELL**

**Cambiar la redacción del punto 2:** En el marco de la atribución de competencias a las entidades locales por la legislación correspondiente, la Generalitat cooperará con los ayuntamientos, los entes locales supramunicipales **y las asociaciones de comercio local** en la ordenación comercial y en la ejecución del Plan, cuando con ello se garantice la proximidad de la gestión a la ciudadanía y se alcance una mayor participación de los mismos, asegurándose, en todo caso, la debida coordinación y eficacia en la prestación de los servicios.

- **Artículo 12 Cooperación con las Cámaras de Comercio para el seguimiento del Plan**

**Cambiar la redacción del título:** Cooperación con las Cámaras de comercio y las Asociaciones empresariales para el seguimiento del Plan

**Modificar el artículo:** Sin perjuicio de las funciones del Observatorio del Comercio Valenciano, La Generalitat podrá, en el marco de las previsiones de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana, colaborar con las cámaras oficiales de comercio, industria y navegación y con las asociaciones empresariales de comercio para el desarrollo de acciones de seguimiento, actualización, revisión, modificación, comunicación y supervisión del Plan, en el marco de las competencias que éstas tienen encomendadas.

- **Artículo 18 – Directrices de Ordenación Comercial**

**Modificar redacción punto 4:** *La dirección general competente en materia de comercio, a través de la Oficina Técnica del Plan, dentro de los seis meses siguientes a la aprobación del PATSECOVA, llevará a cabo la realización de las Directrices de ordenación comercial de cada área funcional comercial*

**Modificar redacción punto 5:** *En su elaboración se adoptarán las medidas necesarias para que participen las entidades locales y los principales agentes públicos y privados del sector comercial que actúan en el territorio a través, en su caso, de las Consejos Locales de Comercio, o, en su defecto, de las entidades de comercio más representativas del sector de ámbito autonómico, tanto en la fase de redacción como en su aplicación posterior.*

- **Artículo 21 - Planes de Acción comercial**

**Modificar redacción punto 2:** Dichos planes podrán ser promovidos por la Generalitat, los ayuntamientos y las asociaciones empresariales

**Modificar redacción punto 5:** *Para su elaboración se deberá contar con la participación de las asociaciones empresariales de comercio, las asociaciones de consumidores y otros agentes públicos o privados involucrados en la promoción del comercio local, especialmente mediante los consejos locales de comercio previstos en el artículo 90 de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana.*

**Modificar redacción punto 7:** Las ayudas de la Generalitat en materia de dinamización comercial, mejora de equipamientos comerciales y urbanismo comercial **incluirán el criterio de existencia de un plan de acción comercial y priorizarán las actuaciones contempladas en los mismos**

- **Artículo 24: Programas de calidad imagen comercial en zonas comerciales**

**Modificar redacción punto 1:** Las administraciones promoverán la realización de planes y programas de mejora paisajística cuyo objetivo sea mejorar la calidad y el atractivo de los espacios comerciales urbanos y sus entornos inmediatos. Dichos programas **que deberán contar con la aprobación del Consejo Local de Comercio, o en su defecto de la asociación empresarial de comercio que gestione el área de actuación**, concretarán las medidas, actuaciones y proyectos necesarios para cumplir objetivos de calidad paisajística, que serán determinados en función del contexto de cada ámbito.

- **Artículo 25: Figuras para la gestión de zonas comerciales**

**Modificar redacción punto 1:** Para la gestión de zonas comerciales urbanas, **tanto** las administraciones **como las asociaciones empresariales**, podrán promover la puesta en marcha de organismos mixtos **con participación mayoritaria del sector empresarial** y cuyo objetivo sea liderar la formulación, elaboración y gestión de los programas y proyectos que se desarrollen para la promoción, dinamización y mejora de dichas zonas.

**Modificar redacción punto 2:** En los Centros Comerciales Urbanos se estimulará la creación de entidades de gestión, promovidas por los empresarios de la zona, de carácter asociativo privado **o consolidación de las figuras preexistentes que ya desarrollan actividad activa en estos espacios**, que cuenten con un estatuto jurídico propio, desde las que se puedan desarrollar una gestión avanzada, con el soporte y supervisión de las administraciones públicas **y las asociaciones empresariales de comercio de la zona**. Dichas entidades deberán contar con formas de funcionamiento democrático, en las que participen los empresarios de la zona y formas de gestión profesionalizadas. Tendrán la función de desarrollar proyectos transformadores en las áreas de actuación, prestar servicios básicos complementarios a los de naturaleza pública y desarrollar acciones de promoción y dinamización comercial.

- **Artículo 26: Objetivos de las Áreas comerciales estratégicas**

**Modificar redacción punto 4:** Las actuaciones a desarrollar en las áreas estratégicas se realizarán de forma coordinada entre las administraciones, **las asociaciones empresariales de comercio** y en concertación con los agentes sociales y económicos.

- **Artículo 27: Criterios para la delimitación de las áreas comerciales estratégicas.**

**Añadir en el punto 2 un nuevo apartado e): A través de los PGOU, excepto en el caso de las áreas de nueva centralidad comercial, donde será necesario su delimitación previa a través de algunos de los instrumentos anteriores.**

- **Título 7 Tipos de áreas comerciales estratégicas (artículos 30,31,32,33,34 y 35)**

Reducir de 6 a 4 las áreas comerciales estratégicas:

De nueva centralidad comercial

De oportunidad comercial

De dinamización comercial

Comercialmente saturadas

**Reunificar los criterios para la definición y aprobación de las 4 áreas estratégicas designadas de los mencionados artículos**

- **Artículo 37.-Definición del modelo comercial en los planes urbanísticos.**

**Modificar redacción apartado d):** Justificación de la dimensión del suelo terciario comercial previsto, según las previsiones de crecimiento demográfico y urbanístico propuesto y el área territorial de influencia del municipio **y su distribución entre comercio mayorista y minorista.**

- **Artículo 39.- Dotación mínima de suelo comercial en sectores residenciales.**

**Cambiar redacción punto 3:** Los ayuntamientos procurarán que los sectores de uso residencial cuenten con un mínimo de edificabilidad terciaria para usos comerciales minoristas. Cada ayuntamiento en función de su realidad podrá optar por fijar en su plan urbanístico un índice de edificabilidad al respecto, o bien regular en su normativa la compatibilidad de los usos terciarios comerciales minoristas que se prevean en el sector con el uso residencial predominante

- **Artículo 45 (el texto propuesto como alternativo es idéntico al que pretende sustituir)**

- **Artículo 46.- Estándares de urbanización, la accesibilidad y movilidad en proyectos comerciales**

**Modificar redacción del apartado a) del punto 3;** Las implantaciones de grandes establecimientos comerciales se emplazarán preferentemente junto a paradas o estaciones de los elementos básicos del sistema de transporte público de la Comunitat Valenciana o del municipio correspondiente, entendiéndose como tales los que simultáneamente cumplan los

siguientes tres requisitos **y siempre que no suponga un perjuicio de las áreas estratégicas comerciales que ya hubiera**

- **Artículo 49, Integración paisajística**

**Modificar redacción punto 7.** Los ayuntamientos, a través del Consejo Local de Comercio, y en cooperación con las asociaciones empresariales de comercio de la localidad, impulsarán la realización de Planes de calidad paisajística en las zonas comerciales urbanas, a través de los cuales se fijan objetivos y directrices para la mejora de la imagen urbana respecto a los zócalos y fachadas comerciales de plantas bajas y de los distintos elementos de información y publicidad aplicados tanto en esos frentes comerciales como en otras partes de la configuración exterior de los edificios, tales como fachadas, medianeras y coronaciones o cubiertas, así como de tratamiento de los espacios públicos.

- **Artículo 50.- Integración paisajística de elementos de comunicación y publicidad exterior**

**Eliminación del punto 1 este artículo por estar contemplado en 49,7**

- **Artículo 51.- condiciones de accesibilidad universal a los establecimientos comerciales**

**Cambiar redacción:** Los Ayuntamientos deberán desarrollar una normativa que atendiendo a las particularidades de cada entorno urbano, permita que los establecimientos comerciales y los espacios urbanos de alta concentración comercial cumplan con las normas y condiciones básicas que garanticen la accesibilidad y no discriminación, en el acceso y uso de los mismos, de las personas que cuenten con cualquier tipo de discapacidad. Para ello deberá, de acuerdo con lo establecido por la normativa vigente en la materia y en particular, por la Ley 1/1998, de 5 de mayo, de la Generalitat, de accesibilidad y supresión de barreras arquitectónicas, urbanísticas y de la comunicación, y disposiciones que la desarrollan.

- **Artículo 55 Supuestos en los que es obligatoria la obtención de autorización comercial autonómica**

**Eliminar el punto 8**

**Añadir un punto 9:** *La no exigencia de autorización comercial autonómica en la implantación de equipamientos Comerciales superiores a los 2.500 m2. estará supeditada al Desarrollo de las Directrices de las quince áreas funcionales y el Pac del municipio donde se pretende implantar*

- **Artículo 56, Criterios técnicos de evaluación del impacto territorial de los proyectos comerciales**

**Añadir un nuevo apartado VI:** "para garantizar que la nueva implantación no supone una saturación del área

- **Artículo 59 – Centros comerciales Urbanos**

Modificación total del artículo

1. A efectos del Plan y conforme a la Ley 3/2011, de Comercio de la Comunitat Valenciana, tendrán la consideración de centro comercial urbano, a los efectos de su reconocimiento por la Generalitat, aquellos ámbitos urbanos donde existe una agrupación **concentrada y diversa** de empresas comerciales **y servicios** que, en un área urbana delimitada y vinculados a través de una entidad con personalidad jurídica, desarrollan profesionalmente una estrategia conjunta de mejora socioeconómica de su entorno, especialmente a través de acciones de promoción, gestión de servicios, mejora del entorno y dinamización económica.

2. Los centros comerciales urbanos se desarrollarán en espacios urbanos caracterizados por albergar altas concentraciones de comercios y servicios, coincidiendo con ámbitos de reconocida tradición en el desarrollo de la función comercial. La delimitación de los centros comerciales urbanos responderá a criterios de tipo económico, comercial, social, histórico, urbanístico y medioambiental, **siempre teniendo en cuenta las características y particularidades de cada área comercial estratégica**

3. La Generalitat, **en cooperación con los Ayuntamientos y las Asociaciones Empresariales de**

**Comercio** impulsarán y potenciará la creación y mantenimiento de los centros comerciales urbanos a través de las siguientes iniciativas:

- a) Apoyando la regeneración de los espacios urbanos donde se ubican las mayores concentraciones comerciales de las ciudades.
- b) *Promoviendo inversiones públicas y privadas en dichos espacios urbanos.*
- c) *Impulsando marcos de referencia que permitan formular, desarrollar y aplicar fórmulas profesionales de autogestión y financiación en las zonas comerciales urbanas de las ciudades.*
- d) Priorizando y ejecutando actuaciones de urbanismo comercial en los Centros Comerciales Urbanos reconocidos.
- e) *Desarrollo de planes de señalética e imagen de Centro Urbano.*
- f) *Desarrollo de Planes de comunicación, promoción del CCU y las Zonas Comerciales de trama urbana fidelización y captación de nuevos clientes*
- g) *Adaptación y cualificación del sector comercial. Acciones de modernización y formación*
- h) *Adecuación de establecimientos y servicios. Líneas de ayudas para la modernización de comercios en trama urbana consolidada estableciendo criterios de valoración puntuación adicional para los comercios de los Centros Urbanos*
- i) Implantación de nuevas tecnologías, redes telemáticas, acciones de innovación, de incremento de la competitividad del sector
- j) Facilitar espacios públicos para la (Acciones de) animación y dinamización del entorno, convertir las calles en punto de encuentro, que se organicen actividades de todo tipo que generen público al área y provoquen el hábito de acudir allí
- k) Acciones de difusión, dinamización y promoción del centro Urbano en las poblaciones del área de influencia
- l) Promoviendo junto a las asociaciones de comercio acciones que contribuyan (Potenciando acciones para la contribución) a la mejora del medio ambiente
- m) Potenciando la labor social del sector. Acciones de concienciación del consumidor
- n) Acciones que potencien la relación comercio-entorno-sociedad, la responsabilidad social corporativa y la vinculación de las pymes y autónomos de pequeño comercio con su ciudad
- o) Favorecer la prestación de servicios conjuntos
- p) *Elaboración preferente de Planes de Acción Comercial*
- q) Apoyo de proyectos piloto

4. La Generalitat en colaboración con las asociaciones empresariales de comercio elaborará una norma para el reconocimiento de los centros comerciales urbanos en la Comunitat Valenciana, en el que se fijarán los criterios para su delimitación **y obtención del reconocimiento siempre teniendo en cuenta las características y particularidades de cada centro, atendiendo a los criterios establecidos en el punto 2, así como y las consecuencias y compromisos del mismo** El reconocimiento del Centro Comercial Urbano comportará la declaración automática como área comercial estratégica de dinamización.

5. La Generalitat en colaboración con los Ayuntamientos, **las asociaciones empresariales de comercio local** y otras administraciones podrá promover la realización de planes de mejora urbana y revitalización comercial en los Centros Históricos de carácter comercial. A tal efecto, la dirección general competente en materia de comercio podrá establecer las condiciones históricas, comerciales y urbanísticas necesarias para contar con esta calificación.

• **Artículo 61.- Mejora de los mercados municipales**

**Modificar redacción punto 2:** Los Ayuntamientos deberán hacer públicas a través de sus portales electrónicos las normas y condiciones que regulan los regímenes de explotación y concesión de los mercados sujetos titularidad pública, además de las paradas disponibles y de los procesos de

concesión de las mismas **en las que se priorizará el criterio de la mejora del mix comercial y la experiencia.**

**Añadir un punto 3:** Los Ayuntamientos garantizaran plazas de aparcamientos en los mercados municipales ya sea con aparcamientos públicos o con plazas de rotación en superficie

- **Artículo 62 Zonas donde se desarrolla la venta no sedentaria**

**Modificar redacción punto 1: Los ayuntamientos a través de los Consejos Locales de Comercio,** determinarán la localización de las zonas donde se van a desarrollar mercadillos o actividades de venta no sedentaria y **las fechas de su desarrollo.** Para ello se deberá considerar que en su desarrollo no impacte negativamente sobre la movilidad y funcionalidad urbana. Los Ayuntamientos estudiarán las localizaciones más adecuadas considerando su integración, accesibilidad, condiciones de aparcamiento, riesgos, condiciones de seguridad y disponibilidad de servicios urbanos básicos como agua, electricidad y equipamientos para la recogida de residuos.

- **Artículo 63, Fomento del comercio rural**

**Modificar el punto 1 c).-** En colaboración con las Diputaciones Provinciales, entidades Locales y Cámaras de Comercio, impulsará, con la participación de las asociaciones empresariales y, en su caso, los Consejos Locales de Comercio, la realización de acciones de modernización y formación dirigidas a las pymes comerciales del ámbito rural

- **Artículo 64.- Actuaciones en municipios turísticos**

**Modificar el inicio del artículo.-** La Generalitat, en colaboración con los Ayuntamientos y con la participación de las asociaciones empresariales, y en su caso de los Consejos Locales de Comercio, desarrollará y apoyará actuaciones dirigidas a la promoción del turismo de compras en la Comunitat Valenciana a través de las siguientes actuaciones:

- **Artículo 65 .- Catálogo de establecimientos comerciales históricos o emblemáticos**

**Modificar redacción punto 1:** Con el objetivo de proteger, conservar y restaurar, en su caso, los elementos patrimoniales que los conforman, así como estimular la continuidad de su actividad comercial, los Ayuntamientos podrán establecer un catálogo de comercios emblemáticos o históricos en el cual se determinará su carácter extraordinario y singular **atendiendo a las particularidades de cada municipio y en cooperación con los agentes implicados del sector**

- **Artículo 67.- Medidas para la reducción del impacto ambiental del comercio.**

**Modificar la redacción del punto 3:** Los establecimientos comerciales **de alimentación** de nueva apertura o en los que se realice una reforma en profundidad deberán disponer, siempre que las características físicas del local lo permitan sin menoscabar su funcionalidad comercial, ya sea en el interior de cada una, o bien en un espacio comunitario, de un sistema adecuado a los usos previstos que permita el almacenaje por separado de los diferentes tipos de residuos que se originen, sin perjuicio de lo que disponga la normativa sectorial de aplicación

**Añadir un apartado c) al punto 4:** Para el resto de establecimientos que voluntariamente se sometan a auditorias energéticas contarán con incentivos o ventajas fiscales de los Ayuntamientos o de la Generalitat.

**Añadir un apartado e) al punto 5:** Cuando los Centros Comerciales Urbanos cuenten con un Plan de Movilidad Urbana Sostenible con una vigencia no superior a un año, se tomara este como referencia para determinar las acciones que se deberán llevar a cabo en esas áreas. Entre las acciones a llevar a cabo se contemplarán planes de concienciación de los comerciantes y de los ciudadanos así como el desarrollo de acciones que potencien el desplazamiento no motorizado

- **Artículo 69.- Prioridades de las ayudas públicas**

**Modificar la redacción del apartado a):** El desarrollo y ejecución de cuantos planes y proyectos de desarrollo y concreción del PATSECOVA sean necesarios y se soliciten

**Modificar la redacción del apartado b):** La ejecución de actuaciones de mejora, rehabilitación, dinamización o reactivación comercial en las áreas comerciales estratégicas, en colaboración con

los Ayuntamientos, **las asociaciones empresariales de comercio** y otras administraciones públicas.

**Modificar la redacción del apartado c):** La creación y consolidación de la Red de Centros Comerciales Urbanos de la Comunitat Valenciana **en cooperación con las Asociaciones empresariales de comercio que estén llevando a cabo la gestión de los Centro Comerciales Urbanos y con las asociaciones empresariales de comercio de ámbito autonómico. Así como los planes de actuación que lleven a cabo.**

**Añadir un apartado h):** Acciones, realizadas por las asociaciones de comerciantes que fomenten la innovación, introducción de nuevas tecnologías y la mejora de la competitividad del sector

- **Artículo 70.- Medidas de apoyo**

**Modificar redacción apartado d) del punto 1:** Impulsar la cooperación, el asociacionismo **territorial** y sectorial y la integración empresarial

**Añadir un apartado h) al punto 1:** Ayudar a la consolidación de los Centros Comerciales Urbanos apoyando planes anuales de actuación

- **Artículo 71.- Colaboración con las asociaciones empresariales**

**Modificar la redacción del punto 1:** Quitar "más representativas"

**Modificar la redacción del punto 2:** A través de los mecanismos de participación previstos legalmente, se establecerán canales de comunicación bidireccionales para facilitar el intercambio de información, divulgar experiencias, conocimientos técnicos y buenas prácticas así **como para el fortalecimiento del tejido asociativo comercial, su profesionalización y reconocimiento social.**

**Añadir un punto 3:** De acuerdo con las disponibilidades presupuestarias concurrentes se establecerán convenios de colaboración para impulsar los anteriores fines en el marco del comercio asociado de las asociaciones empresariales.

**Añadir un punto 4:** La cooperación entre la Dirección General y las Asociaciones empresariales de comercio será tanto para el desarrollo del presente plan como de otro tipo de acciones y medidas así como recogida de información del sector se trabajará codo con codo con las asociaciones empresariales, así como las locales en función de las afecciones de los temas que se estén tratando.

- **Artículo 72.- Red de Agentes para la innovación comercial**

**Añadir un punto 4:** La Red de Agencias para el Fomento de la Innovación Comercial (Red AFIC) cooperará con las asociaciones empresariales de comercio para la implementación de actuaciones de dinamización comercial, formación, innovación y su divulgación y promoción de las diferentes acciones que inciden en el desarrollo del sector.

- **Artículo 73 Investigación comercial**

Modificar: La Generalitat potenciará líneas estratégicas de investigación para ampliar el conocimiento científico sobre las dinámicas territoriales, económicas o sociales del comercio de la Comunitat Valenciana, mediante su incentivo económico de acuerdo con las posibilidades presupuestarias y la colaboración con otras entidades, asociaciones empresariales de comercio y organismos cualificados.

- **Artículo 74.- Principios de actuación.**

**Modificar la redacción del punto 1:** La Generalitat **dispondrá los medios y sistemas necesarios** para facilitar la participación de los ciudadanos en la acción pública, a través de sus respectivos grupos de interés, en todos aquellos asuntos que afecten al desarrollo y ejecución del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana y a la ordenación territorial del comercio

**Modificar la redacción del apartado c) del punto 2:** Las decisiones **administrativas adoptadas** en el desarrollo y ejecución del Plan deberán ser motivadas y estar debidamente justificadas en el cumplimiento de los objetivos, principios y estrategias del Plan, prevaleciendo las razones

imperiosas de interés público de primer orden establecidas en el artículo 9 **sin perjuicio del derecho de los entes locales a intervenir en la planificación comercial de su territorio, de conformidad con los principios de descentralización y de máxima proximidad de la gestión administrativa a los ciudadanos.**

**Cambiar la redacción del apartado d) del punto 2:** El Observatorio del Comercio de la Comunitat Valenciana y los Consejos locales de comercio o en su defecto las Asociaciones de comercio son los órganos de participación a lo largo de todo el periodo de vigencia del Plan, que permitirán conocer las opiniones e inquietudes del sector, agentes, expertos, empresas y de los ciudadanos en general.

**Modificar la redacción del apartado e) del punto 2:** Los planes, proyectos o documentos que desarrollen, complementen o actualicen el Plan deberán identificar los problemas que perciben los agentes y expertos del sector así como el conjunto de los ciudadanos, y tomar en consideración las soluciones que estos sugieren, articulando su participación a través de sesiones, reuniones y encuestas, planteando distintas propuestas abiertas al debate público y propiciando alcanzar escenarios de consenso, **de acuerdo con las previsiones en materia de participación ciudadana de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana**

- **Artículo 79.- Observatorio del Comercio de la CV**

**Modificar la redacción del punto 1:** En cumplimiento de lo previsto en el Decreto 55/2001, de 13 de marzo, del Gobierno Valenciano, por el que se regula el Observatorio del Comercio Valenciano, éste órgano colegiado, consultivo y asesor en materia de comercio impulsará y realizará el seguimiento de la ejecución y desarrollo del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana.

**Modificar la redacción del punto 2:** El Observatorio del Comercio de la Comunitat Valenciana será la principal vía de comunicación para informar sobre las iniciativas, demandas y sugerencias que en materia de ordenación comercial y en relación a la ejecución y desarrollo del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana, que **se formulen por los Consejos locales de comercio.**

- **Artículo 81.- Oficina Técnica del Plan**

**Modificar la redacción del punto 1:** En un plazo no superior a un mes desde la finalización del proceso de participación se creará la Oficina Técnica del Plan como órgano de apoyo y asesoramiento técnico en el desarrollo y ejecución del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana.

**Agrupar en un sólo apartado los b y c:** La elaboración de cuantos documentos, planes, directrices e instrumentos que desarrollen, completen o concreten los contenidos del Plan se consideren necesarios en cada momento

**Modificar la redacción del punto 4:** La Generalitat creará un departamento interno que dotará con el personal suficiente para el seguimiento, desarrollo y ejecución del plan y que podrá cooperar con Asociaciones empresariales de comercio, profesionales, agentes, otras administraciones o el Consejo de Cámara en función de las necesidades y requerimientos de cada momento y acción del Plan

#### OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN

- **TODAS LAS ALEGACIONES CORRESPONDEN AL DOCUMENTO NORMATIVO**
- **Las alegaciones al Artículo 2 Definiciones de Centro Comercial Urbano, Centro de Fabricantes, Comercio de Atracción y Establecimiento Comercial , quedan recogidas en la nueva redacción de dicho artículo que ha pasado a numerarse como ANEXO I Definiciones**
- **Artículo 3 Principios Inspiradores,**

- **Se estima la alegación relativa a la letra m):** incorporando la propuesta realizada

**No se estima la alegación relativa a la letra q):** toda vez que en el concepto de “agentes” incluye a las a las asociaciones empresariales de comercio

- **No estimar la alegación presentada al artículo 4 (objetivos del Plan)** actual artículo 5, ya que las condiciones que propone se dan por sobreentendidas
- **Se estiman parcialmente las propuestas al Artículo 5.- (Estrategias del Plan) actual artículo 6,** ya que el PATSECOVA está claramente alineado con la Estrategia Territorial de la CV
- **Las alegaciones al Artículo 7 (Relaciones y coordinación con la normativa de planeamiento) cuyas disposiciones se recogen en el actual artículo 1 y en nuevo artículo 7.**
- No se estima puesto que la previsión legal del artículo 32.1 de la Ley de Comercio y del futuro texto refundido de la ley de Comercio ya establece la obligatoriedad de que los instrumentos de planificación urbanística contemplen la determinación del uso comercial de forma diferenciada. La incorporación en el plazo de 1 año se hace innecesaria existiendo la citada referencia en norma de rango de ley, más allá de que cada ayuntamiento realice dentro de sus posibilidades las modificaciones en el plazo que sea oportuno.
- **Las alegaciones al Artículo 10 punto 3 (Principios de actuación de la administración) y el Artículo 11, (Cooperación con EELL),** quedan recogidas en la redacción del nuevo artículo 4, que integra también el anterior artículo 74
- No estimar la alegación planteada al punto 2 del Artículo 11 (Cooperación con EELL), pues el propio enunciado del artículo deja claro que se trata del marco de cooperación entre administraciones, por lo que no cabe incluir referencia a las asociaciones de comerciantes
- **El Artículo 12 (Cooperación con las Cámaras de Comercio para el seguimiento del Plan) se ha suprimido en el nuevo texto,** quedando integrado en el actual TÍTULO 10 Desarrollo, ejecución y gestión del Plan de Acción territorial
- **No Estimar las alegaciones al Artículo 18 – (Directrices de Ordenación Comercial) artículo 15 en el nuevo texto**
  - Se elimina el plazo máximo de ejecución estableciéndose el procedimiento para su elaboración el cual prevé un sistema de consulta participación pública que ya integra la demanda realizada en la alegación
- **Estimar las alegaciones al Artículo 21 - (Planes de Acción comercial), actual artículo 20,** incorporando a las asociaciones de comerciantes como posibles promotoras, así como se recoge la priorización de las actuaciones contempladas en los mismos en las ayudas que convoque la Generalitat
- **No estimar la alegación al Artículo 24: (Programas de calidad imagen comercial en zonas comerciales) actual artículo 23,** ya que no puede ser preceptiva la aprobación de dichos programas por parte de un organismo, como es el Consejo Local de Comercio, cuya existencia no es obligatoria
- **Estimar la alegación al Artículo 25 (Figuras para la gestión de zonas comerciales) actual artículo 24,** incorporando la posibilidad de que sean las asociaciones empresariales las posibles promotoras de estas entidades de gestión
- **Estimar la alegación presentada al Artículo 26 (Objetivos de las Áreas comerciales estratégicas) actual artículo 26,** ya que se establece que las mismas se realizarán de forma coordinada y en concertación con los agentes sociales y económicos.
- **No estimar la alegación planteada al Artículo 27 (Criterios para la delimitación de las áreas comerciales estratégicas), actual artículo 26,** ya los PGOU son instrumentos urbanísticos, posibilidad que ya está recogida en la letra f del punto 2
- **Estimar las alegaciones al Título 7 (Tipos de áreas comerciales estratégica artículos 30 a 35)**

**artículos 28 a 31 del nuevo documento, reduciendo** de 6 a 4 las áreas comerciales estratégicas: que quedan como sigue

- Áreas de nueva centralidad comercial
  - Áreas de oportunidad comercial
  - áreas de dinamización comercial
  - Áreas comercialmente saturadas
  - Se reunifican los criterios para la definición e las 4 áreas estratégicas designadas de los mencionados artículos y se establece un nuevo procedimiento para su aprobación
- **Estimar la alegación planteada al Artículo 37 (Definición del modelo comercial en los planes urbanísticos), que se convierte en el Artículo 32 “Consideraciones del uso terciario comercial en los planes urbanísticos,** ya que la redacción del punto 1 se contempla la obligatoriedad de diferenciar entre comercio minorista y mayorista en la zonificación del suelo destinado a uso comercial
  - **Estimar la alegación al Artículo 39.- (Dotación mínima de suelo comercial en sectores residenciales.) nuevo artículo 35,** recogiendo las consideraciones planteadas
  - **No estimar la alegación al artículo 45 (Clasificación de los establecimientos comerciales en base a su afección territorial)** ya que el texto propuesto es idéntico al alegado
  - **No estimar la alegación planteada al Artículo 46. (Estándares de urbanización, la accesibilidad y movilidad en proyectos comerciales) nuevo artículo 38 (Aplicación de principios de movilidad sostenible en nuevos proyectos comerciales)** , ya que la Directiva de Servicios , no permite la realización de test económicos para determinar la autorización o no de una implantación comercial.
    - **No estimar la alegación presentada al Artículo 49 (Integración paisajística de nuevos establecimientos comerciales),** toda vez que los Consejos Locales de Comercio y las asociaciones empresariales de comercio de la localidad, pueden ser órganos consultivos, pero es al ayuntamiento al que le corresponde el diseño y ejecución de estos planes
  - **No estimar la alegación que plantea la eliminación del anterior Artículo 50 (Integración paisajística de elementos de comunicación y publicidad exterior), actualmente artículo 43,** ya que su eliminación supondría una merma del propósito buscado.
  - **No estimar la alegación planteada al Artículo 51.-** en el sentido de que los ayuntamientos desarrollen normas sobre las condiciones de accesibilidad universal a los establecimientos comerciales, toda vez que la misma ya está regulada por normativa Estatal y autonómica
  - **No estimar las alegaciones al Artículo 55 (Supuestos en los que es obligatoria la obtención de autorización comercial autonómica)** ya que el mismo se ha suprimido en el nuevo texto
  - **No estimar lo propuesto en el artículo 56 (Criterios técnicos de evaluación del impacto territorial de los proyectos comerciales)** ya que el mismo ha sido suprimido del nuevo documento
  - **Las alegaciones y sugerencias presentadas al anterior Artículo 59 (Centros comerciales Urbanos) quedan asumidas** en la nueva redacción de este artículo, ahora n.º 53
  - **No estimar las alegaciones al anterior artículo 61, ahora 57 (Mejora de los mercados municipales)** toda vez que los procesos de concesión administrativa de los puestos de mercados deben basarse en baremos objetivos en los que no puede intervenir criterios económicos. Asimismo se desestima la alegación que se realiza para que los mercados dispongan de plazas de aparcamiento, dado que dicha condición no es posible cumplirla en muchos de los mercados existentes en la CV
  - **No estimar la alegación al Artículo 62, actual artículo 58 (Zonas donde se desarrolla la venta no sedentaria)** ya que los Consejos Locales de comercio, pueden actuar como órgano consultor, pero no pueden participar en decisiones que afecten a la competencia

- **Desestimar la alegación realizada al Artículo 63 (Fomento del comercio rural) actual artículo 56** toda vez que se entiende que los Consejos Locales de Comercio, son órganos consultivos u no ejecutivos
- **No estimar las alegaciones la Artículo 65, actual artículo 59 (Catálogo de establecimientos comerciales históricos o emblemáticos)** ya que la determinación de su singularidad no va ligada a las peculiaridades del municipio sino del propio establecimiento
- **No estimar la alegación planteada al Artículo 66 (Fomento del comercio de proximidad en ámbitos de baja dotación comercial) actual artículo 52,** toda vez que se entiende que los Consejos Locales de Comercio, son órganos consultivos u no ejecutivos
- **Respecto a las alegaciones al Artículo 67 (Medidas para la reducción del impacto ambiental del comercio)** se entiende que las mismas quedan subsumidas en la nueva redacción del actual artículo 60, recogiendo el plazo propuesto de 2 años para la redacción de Planes de Movilidad Sostenible en aquellas áreas que hayna sido declaradas como saturadas, por lo cual se consideran **Estimadas**
- **En lo relativo a las sugerencias efectuadas a los Artículos 69 (Prioridades de las ayudas públicas) y 70 Medidas de apoyo,** aunque dichos artículos ha quedado eliminado en el nuevo texto, las mismas quedan de alguna manera en los distintos artículos de "Título 9 : Actuaciones dinamizadoras del comercio y de mejora de las infraestructuras comerciales"
- **En cuanto a las alegaciones al Artículo 71 (Colaboración con las asociaciones empresariales),** se estima eliminar del texto el concepto de más representativas referido a las asociaciones y no estimar, a través de los mecanismos legalmente establecidos, toda ves que la administración necesariamente ha de cumplir con este precepto.
- **No estimar las alegaciones la Artículo 72 (Red de Agentes para la innovación comercial),** pues no creemos necesario redundar en algo que es un principio básico del funcionamiento de esta red, como es la colaboración con las asociaciones de comerciantes
- **No estimar la la propuesta realizada al artículo Artículo 73 (Investigación comercial), actual artículo 69,** ya que se sobreentiende que las líneas de investigación han de contemplar las variables sociales y económicas a las que hace referencia la alegación
- **En lo relativo a las alegaciones y sugerencias planteada al Artículo 74 (Principios de actuación) y** aunque dicho artículo ha sido eliminado del nuevo texto, las mismas queda recogidas a lo largo de la redacción del Título 10: Desarrollo, ejecución y gestión del Plan de Acción comercial
- **No estimar las alegaciones al Artículo 79 (Observatorio del Comercio de la CV) ahora artículo 68,** toda vez que las mismas no añaden contenido significativo al mismo
- **Estimar** la propuesta realizada al Artículo 80 (Comunicación y visibilidad del plan)
- **Estimar** las sugerencias efectuadas al Artículo 81 (Oficina Técnica del Plan) actualmente artículo 64, ya que las mismas quedan recogidas en la nueva redacción

#### **DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN**

Los artículos de la Normativa cuyas alegaciones se han estimado serán revisados, modificándolos conforme a las sugerencias efectuadas

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>017</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>3 de octubre</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>Asociación de Técnicos de Comercio de la Comunidad Valenciana (ATECOM)</b>
Departamento/Área	
<b>RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>En los Artículos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ <b>22.- Proyectos de urbanismo comercial</b></li> <li>◦ <b>24.- Programas y planes de calidad imagen zonas comerciales</b></li> <li>◦ <b>25: Figuras para la gestión de zonas comerciales</b>  Incorporar un punto nuevo: “Los proyectos deberán estar informados por una comisión de técnicos de comercio y urbanismo, además de un político con competencias en materia de comercio, mercados y consumo”</li> </ul> </li> <li>• <b>Artículo 26: Áreas comerciales estratégicas</b>  <b>Nuevo punto:</b> que cite la existencia de un equipo de técnicos en comercio a nivel público</li> <li>• <b>Artículos 32, 33, 34 y 35</b>  <b>Añadir un punto</b> que especifique que estas áreas contarán con un equipo de expertos públicos o privados en materia de comercio</li> <li>• <b>Artículo 59 .- Centros comerciales urbanos</b>  Incorporar la necesidad de existencia de un técnico en comercio para la realización de de planes de mejora urbana <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Artículo 61.- Mercados</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Puntos adicionales que abarquen la innovación en los mercados alineados a mercados inteligentes a medio plazo y potenciar la aportación de estudios de investigación</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• Desarrollar artículos nuevos que contemplen la figura del técnico de comercio</li> </ul>	
<b>OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>No Estimar</b>, la alegación <b>presentada a los artículo 22, 24 y 25</b> toda vez que el procedimiento para la solicitud y declaración le corresponde al ayuntamiento y la Generalitat en función de la misma, y ya incorpora la consulta pública en los términos que establece la Ley, pero no prevé el dictamen de una comisión de técnicos ni de políticos a modo particular</li> <li>• <b>No estimar</b> la alegación a los artículos 32, 33, 34 y 35 , dado que éstos determinan el procedimiento para su declaración, pero no establecen los criterios de funcionamiento</li> <li>• <b>No estimar</b> la propuesta al artículo 61 (mejora de mercados municipales), ya que no es objetivo de este Plan</li> </ul>	
<b>DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
No hay determinaciones que se modifiquen	

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>018</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>3 de octubre</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>Intu Eurofund Valencia SL</b>
Departamento/Área	
<b>RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que el PATSECOVA, una vez que se apruebe, sólo se aplicaría a las ATEs cuya tramitación no se haya iniciado, ya que <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ el artículo 44 del Documento Normativo en el apartado 1 utiliza el futuro para indicar que las ATEs se desarrollarán ajustándose a las directrices del PATSECOVA...</li> <li>◦ Se indica que las ATEs sólo se podrán desarrollar en “áreas comerciales estratégicas de nueva centralidad y/o de oportunidad comercial”, tipos de áreas definidas por primera vez en el PATSECOVA</li> <li>◦ En el apartado 2 se vuelve a utilizar el futuro al referirse a la documentación que se debería aportar</li> <li>◦ Lo mismo en el apartado 3 para indicar qué aspectos deberá justificar el promotor</li> </ul> </li> <li>• Puerto Mediterráneo, ha sido declarada como Ate por acuerdo del Consell y ha sido sometida en dos ocasiones a información pública, por lo que no le es de aplicación lo establecido en el artículo 7,1 del documento normativo</li> <li>• En cuanto a determinadas limitaciones a la implantación de nuevos equipamientos comerciales: <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ En este sentido hay que estar a lo que determinan los artículos 33,2, 128 y 131 de la Constitución</li> <li>◦ En este sentido hay que hacer referencia a la Directiva de Servicios del Parlamento Europeo en lo relativo a <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ No exigencia de prueba económica para la autorización de actividad</li> <li>▪ Las razones imperiosas de interés general, limitadas a la protección del medio ambiente y del entorno urbano</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• El principio económico de unidad de mercado que constituye un principio esencial para el funcionamiento competitivo de la economía española</li> <li>• En lo relativo a las limitaciones a implantación de nuevos equipamientos comerciales en las “Áreas comercialmente saturadas” entendemos que la figura tiene como finalidad la limitación de nuevas implantaciones comerciales bajo el prisma de unos pretendidos efectos ambientales negativos cuya determinación y verificación no quedan adecuadamente justificados, produciendo por tanto una situación de indefensión a los promotores de actividades comerciales interesados en establecerse en ese ámbito</li> <li>• Grandes equipamientos y capacidad de acogida del territorio <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Cómo se justifica la limitación de los 120,000 m2, ¿Qué motivo hay para pensar que estos proyectos, sí o sí, tienen efectos negativos de carácter medioambiental, social, territorial y sobre las infraestructuras difícilmente mitigables? La administración de nuevo incurre en falta de motivación y en arbitrariedad</li> </ul> </li> <li>• El PATSECOVA no es de aplicación a la ATE Puerto Mediterráneo Shopping Resort” ya que la Conselleria se estaría extralimitando al entrar a regular un sector, el de ocio, respecto al cual no tiene competencia alguna</li> </ul>	

- Finalmente se está produciendo una discriminación en función de quién sea el promotor, permitiéndose que se pueda acoger, no un gran establecimiento comercial de superficie superior a 120.000 m2, pero sí a una gran cantidad de actividades comerciales de reducido tamaño impulsadas por PYMES y micropymes.
- Como conclusión:
  - Se recogen en el Documento Normativo determinadas previsiones que atentan contra el principio de libertad de empresa y de unidad de mercado, siendo el único motivo que estas limitaciones obedecen no a motivos medioambientales, sociales y territoriales, sino a motivos económicos y políticos.
  - Se hace un abuso de conceptos jurídicos indeterminados, lo que genera indefensión e inseguridad jurídica
  - Se aprecian aspectos respecto a los cuales la Conselleria de Economía sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, se ha extralimitado al no tener competencias sobre tales materias

#### OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN

- No entrar en la observación de la alegante sobre inaplicabilidad del proyectado PATSECOVA a la actuación territorial estratégica "Puerto Mediterráneo Shopping Resort" por haber sido declarada la actuación como estratégica por el Consell previamente a la futura aprobación del Plan. No es propio del trámite de participación pública dilucidar eventuales conflictos singulares. Ciertamente los actos se rigen por el derecho vigente en el momento en que se producen y ciertamente el citado proyecto de centro comercial y de ocio ha sido declarado actuación territorial estratégica.

- No estimar la alegación de que las limitaciones impuestas por el Plan al establecimiento de nuevas instalaciones comerciales vulneran el principio de libertad de empresa, de unidad de mercado y la Directiva Europea de Servicios.

La Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior, a la que se refiere la alegación establece, por una parte, en su artículo 15 que los Estados examinarán si supeditan el acceso o ejercicio de una actividad de servicios a los siguientes requisitos no discriminatorios: "1. Límites que obedezcan a razones demográficas o de ordenación geográfica o territorial." Por otra parte el PATSECOVA tiene naturaleza urbanística según el artículo 31.4 de la ley 3/2011 de comercio y la LOTUP, que define los planes de acción territorial y la Directiva ha sido interpretada por la Sentencia del Tribunal de Justicia de 30 de enero de 2018, en el sentido de que la Directiva "solo se aplica a los requisitos que afecten al acceso a una actividad de servicios o a su ejercicio", lo que excluye, en consecuencia, "requisitos tales como (...) normas relativas a la ordenación del territorio, urbanismo y ordenación rural (...) y las sanciones administrativas impuestas por no cumplir dichas normas, que no regulan específicamente o no afectan específicamente a la actividad del servicio pero que tienen que ser respetadas por los prestadores en el ejercicio de su actividad económica al igual que por los particulares en su capacidad privada. "

- No estimar las alegaciones relativas a limitaciones a la implantación de nuevos establecimientos comerciales, la regulación de áreas comercialmente saturadas, y la limitación a 120.000 metros cuadrados de superficie máxima para nuevos grandes establecimientos comerciales, por razón de inaplicabilidad de la Directiva de Servicios invocada a las materia de ordenación del territorio y urbanismo; y porque esta directiva, en su artículo 4.8, considera razón imperiosa de interés general justificativa de la imposición de requisitos tanto la protección del medio ambiente como del entorno urbano. Respecto de la limitación de superficie para los grandes establecimientos comerciales, parece claro que el factor de la dimensión afecta o puede afectar al medio ambiente y al entorno urbano, limitación de superficie que está muy por encima de la media de tamaño de los hoy existentes, de modo que puede considerarse una medida de ordenación territorial prudente y razonable.

- No estimar la alegación de que la limitación de superficie para grandes establecimientos comerciales implica una discriminación entre empresarios grandes y pequeños pues la limitación se basa en un criterio objetivo, no subjetivo o relativo a la persona que lo promueva. Un grupo de pequeños y medianos empresarios que promovieran un centro comercial mayor al permitido también verían rechazada su propuesta.

- La alegación está en la línea de las efectuadas por ANGED, D. José Manuel Palau Navarro y D. Antonio Viedma Guillamón, por lo que además de lo anteriormente expuesto nos remitimos a las mismas.

**DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN**

No hay determinaciones que se modifiquen

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>0019</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>4 de octubre de 2016</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>Ayuntamiento de Manises</b>
Departamento/Área	

#### RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN

- Agregar al Artículo 3 (Principios inspiradores)
  - a. *“Evitar la fuga de compra del comercio local a las áreas metropolitanas”*
  - b. *“Evitar la concentración de la oferta”*
  - c. *“Potenciar la conciliación familiar y respetar el descanso semanal de los trabajadores”*
  - d. *Revertir el cambio de costumbres de los consumidores*
  - e. *Evitar la extinción del tejido comercial de la ciudad*
  - f. *Corregir la tendencia aperturista de grandes superficies y centros comerciales*
- Añadir en el Artículo 4 (Objetivos del Plan) *“La defensa y respeto al pequeño comercio”*
- Dentro del Artículo 6 (Vigencia, seguimiento, revisión y modificación del plan), incorporar a las asociaciones de comerciantes en el proceso de revisión y seguimiento del mismo
- Artículo 12(Cooperación con las Cámaras de Comercio para el seguimiento del Plan)
  - Encomendar labores de seguimiento a las asociaciones de comerciantes
- En los artículos, 16 (Criterios de delimitación) y 17 (Modificación del Sistema Nodal de Referencia y de las Áreas Funcionales Comerciales), solicita el Ayuntamiento de Manises, que los ayuntamiento, junto con las asociaciones tengan un papel determinante
- En idéntico sentido alegan respecto a la participación en la realización de las Directrices de Ordenación Comercial cuyo procedimiento se desarrolla en el Título 4
- También es aplicable esta petición al Artículo 21 (Planes de Acción comercial); Artículo 22 (Proyectos de Urbanismo comercial); Artículo 23 (Planes de dinamización comercial); Artículo 24 (Programas de calidad imagen comercial) y Artículo 25 (Figuras para la gestión de zonas comerciales)
- Respecto a la determinación de las Áreas Comerciales Estratégicas, que regula el título 6, sugiere el ayuntamiento que las Asociaciones de comerciantes participen en el procedimiento.
- En Título 8 (Desarrollo de nuevo suelo para usos comerciales minoristas) solicitan la participación de los ayuntamiento limítrofes y de las Asociaciones de comerciantes como organismo consultivo
- Artículo 65 (Catálogo Establecimientos comerciales emblemáticos) incorporar a su elaboración a los ayuntamientos

#### OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN

- **No estimar las propuestas realizadas al artículo 3 (principios inspiradores)** ya que *“Evitar la fuga de compra del comercio local a las áreas metropolitanas y la concentración de la oferta”* no son principios inspiradores, sino que hacen referencia a comportamiento de los consumidores y reglas de mercado. Igualmente no se puede estimar *“Potenciar la conciliación familiar y respetar el descanso semanal de los trabajadores”*, dado que esta propuesta no es competencia de este tipo de Planes
- **No se puede estimar la alegación planteada al artículo Artículo 4 (Objetivos del Plan)**, actualmente

artículo 5, toda vez que la misma queda implícita a lo largo de todo el PATSECOVA

- **En lo relativo a lo alegado al Artículo 6 (Vigencia, seguimiento, revisión y modificación del plan)**, actual artículo 8, aunque no se estime el literal, el procedimiento legal para su aprobación ya recoge la participación de todos las agentes implicados
- **En cuanto a encomendar labores de seguimiento a las asociaciones de comerciantes dentro del Artículo 12 (Cooperación con las Cámaras de Comercio para el seguimiento del Plan)**, esta propuesta queda recogida en el actual artículo 67 (Colaboración con las asociaciones empresariales)
- **No se estiman las alegaciones a los artículos, 16 (Criterios de delimitación) y 17 (Modificación del Sistema Nodal de Referencia y de las Áreas Funcionales Comerciales)**, toda vez que el procedimiento para ambas cuestiones va ligado a aspectos macroeconómicos, urbanísticos e instrumentales
- En idéntico sentido, **se desestima la alegación planteada al procedimiento de las Directrices de Ordenación Comercial** cuyo procedimiento se desarrolla en el Título 4, ahora título 3
- **Estimar parcialmente** las alegaciones realizadas en conjunto a los Artículos 21 (Planes de Acción comercial); Artículo 22 (Proyectos de Urbanismo comercial); Artículo 23 (Planes de dinamización comercial); Artículo 24 (Programas de calidad imagen comercial) y Artículo 25 (Figuras para la gestión de zonas comerciales) ) quedan reflejadas en la nueva redacción de los actuales artículos 20, 21, 22, 23 y 24
- Respecto a la alegación relativa a la participación de las asociaciones en la determinación de las Áreas Comerciales Estratégicas, que regula el título 6 (actual título 5) **no se estiman** ya que el procedimiento está centrados en aspectos urbanísticos y estratégicos.
- En Título 8 (Desarrollo de nuevo suelo para usos comerciales minoristas) con el número 6 en el nuevo documento normativo, **no se estima la alegación** planteada, por corresponder estas decisiones de forma individual a cada ayuntamiento
- **Estimar** la alegación al Artículo 65 (Catálogo Establecimientos comerciales emblemáticos) actual artículo 59 ya que es a través de los ayuntamientos como se va a realizar este catálogo

#### **DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN**

Los artículos de la Normativa cuyas alegaciones se han estimado serán revisados, modificándolos conforme a las sugerencias efectuadas.

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>020</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>4 de octubre</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>Ayuntamiento de Peñíscola</b>
Departamento/Área	
<b>RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<p>1. <b>Artículos 26 a 35:</b> áreas comerciales estratégicas</p> <p><b>Declarar como Área de oportunidad comercial</b> los terrenos situados a ambos márgenes de la N-340, entre la glorieta de acceso al nuevo desvío de la nacional y el término municipal de Benicarló</p>	
<b>OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<p><b>No Estimar</b>, la alegación toda vez que la declaración de área estratégica la debe instar el ayuntamiento y la declara la Generalitat</p>	
<b>DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
No hay determinaciones que se modifiquen	

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>021</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>4 de octubre de 2016</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>Ayuntamiento de Paterna</b>
Departamento/Área	
<b>RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>En el Anexo III</b> (Delimitación de las Áreas y Subáreas Funcionales Comerciales) incorporar el municipio de Paterna como Subcabecera de área comercial de Valencia</li> <li>• Plantea el Ayuntamiento de Paterna la posibilidad de articular mecanismo legales destinados a garantizar la participación de los operadores comerciales en el mantenimiento de la obra urbanizadora de los suelos que se incorporen al proceso edificatorio para la implantación de superficies comerciales.</li> <li>• Incorporar criterios de asignación de recursos públicos en materia de subvenciones en urbanismo, en función del cumplimiento de objetivos del PATSECOVA</li> </ul>	
<b>OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>No estimar</b> la alegación al anexo III</li> <li>• <b>No estimar</b> la propuesta de obligatoriedad de mantenimiento de los costes a los operadores, ya que no hay norma legal que lo permita</li> <li>• <b>No estimar</b> la alegación referente a la asignación de recursos públicos en materia de subvenciones en urbanismo, ya que en es objeto de este Plan</li> </ul>	
<b>DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
No hay determinaciones que se modifiquen	

Nº alegación/sugerencia/dictamen:	022
Fecha de entrada:	4 de octubre de 2016
Entidad que la presenta:	Ayuntamiento de Villena
Departamento/Área	

RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN

- **En el punto 3 del Artículo 7, (Relaciones Y coordinación con la normativa de planeamiento) suprimir En caso contrario, el informe se entiende desfavorable y tiene carácter vinculante.**
- **En el Artículo 18.5 (Directrices de ordenación comercial), en su elaboración participarán ... añadir, en su defecto, de las entidades de comercio más representativas ...**
- **En el punto 7 del Artículo 21, (Planes de acción comercial de carácter) Las ayudas de la Generalitat en materia de dinamización comercial... suprimir” y priorizarán las actuaciones contempladas en los mismos.”**
- **Artículo 27,(Criterios para la delimitación de las áreas comerciales estratégicas) En el punto 2, añadir un punto e) A través de los PGOU, excepto en el caso de las áreas de nueva centralidad comercial, donde será necesario su delimitación previa a través de algunos de los instrumentos anteriores**
- **En el Artículo 41 (Usos comerciales en suelo industrial.)**
  - a. se propone incrementar la limitación del 30 al **40%** en términos generales y hasta un **60%** cuando lo establezca en el instrumento urbanístico
  - b. Excluir de estas limitaciones las actividades de comercio al por mayor
- **Se propone una redacción alternativa al Artículo 59 (Centros Comerciales Urbanos.)**
  - a. A efectos del Plan y conforme a la Ley 3/2011, de Comercio de la Comunitat Valenciana, tendrán la consideración de centro comercial urbano, a los efectos de su reconocimiento por la Generalitat, aquellos ámbitos urbanos donde existe una agrupación concentrada y diversa de empresas comerciales y servicios que, en un área urbana delimitada y vinculados a través de una entidad con personalidad jurídica, desarrollan profesionalmente una estrategia conjunta de mejora socioeconómica de su entorno, especialmente a través de acciones de promoción, gestión de servicios, mejora del entorno y dinamización económica.
  - b. Los centros comerciales urbanos se desarrollarán en espacios urbanos caracterizados por albergar altas concentraciones de comercios y servicios, coincidiendo con ámbitos de reconocida tradición en el desarrollo de la función comercial. La delimitación de los centros comerciales urbanos responderá a criterios de tipo económico, comercial, social, histórico, urbanístico y medioambiental, siempre teniendo en cuenta las características y particularidades de cada área comercial estratégica
  - c. La Generalitat, en cooperación con los Ayuntamientos y las Asociaciones Empresariales de comercio impulsarán y potenciará la creación y mantenimiento de los centros comerciales urbanos a través de las siguientes iniciativas
- **Artículo 65 (catálogos de establecimientos comerciales históricos o emblemáticos) se propone añadir al final del texto lo siguiente: **atendiendo a las particularidades de cada municipio.****
- **Artículo 67 (medidas para la reducción del impacto ambiental del comercio.):**
  - a. añadir un nuevo apartado 4. **c) Para el resto de establecimientos que voluntariamente se sometan a auditorías energéticas contarán con incentivos o ventajas fiscales de los**

**Ayuntamientos o de la Generalitat**

- b. **Añadir un punto e) Cuando los Centros Comerciales Urbanos cuenten con un Plan de Movilidad**
- a. **Urbana Sostenible con una vigencia no superior a un año, se tomara este como referencia para determinar las acciones que se deberán llevar a cabo en esas áreas. Entre las acciones a llevar a cabo se contemplarán planes de concienciación de los comerciantes y de los ciudadanos así como el desarrollo de acciones que potencien el desplazamiento no motorizado.**
- **En el Artículo 69 (Prioridades de las ayudas públicas.)**
  - a. **Añadir “en un plazo no superior a los dos años desde la aprobación del Patsecova”**
  - b. **En el apartado c), modificar el texto “La creación y consolidación de la Red de Centros Comerciales Urbanos de la Comunitat Valenciana en cooperación con las Asociaciones empresariales de comercio que estén llevando a cabo la gestión de los Centro Comerciales Urbanos y con las asociaciones empresariales de comercio de ámbito autonómico. Así como los planes de actuación que lleven a cabo”**
  - c. **Añadir un nuevo apartado que diga: “Otros Planes o instrumentos de planificación y ordenación comercial que prevé el Patsecova pueden desarrollarse si se consideran necesarios y así se solicitan con anterioridad a la Directriz de Ordenación Comercial a la que se debieran sin perjuicio de que posteriormente se someta a las adaptaciones necesarias que le marque la Directriz “.**
- **En el Artículo 72, (Red de Agentes para la Innovación Comercial) añadir un punto 4- La Red de Agencias para el Fomento de la Innovación Comercial (Red AFIC) impulsará la colaboración con las asociaciones empresariales para la implementación de actuaciones de dinamización comercial, formación, innovación y su divulgación y promoción de las diferentes acciones que inciden en el desarrollo del sector.**

**OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN**

- **No Estimar las alegaciones al Artículo 18 – (Directrices de Ordenación Comercial) artículo 15 en el nuevo texto**
  - **En el procedimiento para su elaboración se prevé un sistema de consulta participación pública que ya integra la demanda realizada en la alegación**
- **Estimar las alegaciones al Artículo 21 - (Planes de Acción comercial), actual artículo 20, incorporando a las asociaciones de comerciantes como posibles promotoras, así como se recoge la priorización de las actuaciones contempladas en los mismos en las ayudas que convoque la Generalitat**
- **No Estimar Alegación al punto 3 del Artículo 27, (Relaciones y coordinación con la normativa de planeamiento) pues se pretende regular el carácter de los informes con prescripciones cuando no sean atendidas evitando la transmisión de posibles vicios al documento sujeto a aprobación.**
- **No estimar la alegación planteada al Artículo 27 (Criterios para la delimitación de las áreas comerciales estratégicas), actual artículo 26, ya los PGOU son instrumentos urbanísticos, posibilidad que ya está recogida en la letra f del punto 2.**
- **No Estimar la alegación al artículo 41 (actual artículo 36 del documento normativo) ya que se trata de compatibilizar el uso comercial con el industrial de baja intensidad. Mientras no se pase de uso industrial a comercial, para no desvirtuar esta calificación, el porcentaje de suelo comercial no podrá ser en ningún caso superior al 50%. Si la determinación de uso industrial queda obsoleta lo que procedería es la modificación del uso para hacer efectiva la reconversión.**
- **Las alegaciones y sugerencias presentadas al anterior Artículo 59 (Centros comerciales Urbanos) quedan asumidas en la nueva redacción de este artículo, ahora n.º 53**

- No estimar las alegaciones al Artículo 65, actual artículo 59 (Catálogo de establecimientos comerciales históricos o emblemáticos) ya que la determinación de su singularidad no va ligada a las peculiaridades del municipio sino del propio establecimiento
- **Respecto a las alegaciones al Artículo 67 (Medidas para la reducción del impacto ambiental del comercio)** se entiende que las mismas quedan subsumidas en la nueva redacción del actual artículo 60, recogiendo un plazo de 2 años para la redacción de Planes de Movilidad Sostenible en aquellas áreas que hayan sido declaradas como saturadas, por lo cual se consideran parcialmente **Estimadas**
- **En lo relativo a las sugerencias efectuadas a los Artículos 69 (Prioridades de las ayudas públicas) y 70 Medidas de apoyo**, aunque dichos artículos ha quedado eliminado en el nuevo texto, las mismas quedan de alguna manera en los distintos artículos de "Título 9 : Actuaciones dinamizadoras del comercio y de mejora de las infraestructuras comerciales"
- **No estimar las alegaciones la Artículo 72 (Red de Agentes para la innovación comercial)**, pues no creemos necesario redundar en algo que es un principio básico del funcionamiento de esta red, como es la colaboración con las asociaciones de comerciantes

#### **DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN**

Los artículos de la Normativa cuyas alegaciones se han estimado serán revisados, modificándolos conforme a las sugerencias efectuadas.

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>023</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>4 de octubre de 2016</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>Ayuntamiento de Gandía</b>
Departamento/Área	
<b>RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Art 36.- Criterios generales para la planificación de nuevo suelo comercial</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ El art 35,1 d) de la Ley 5/2014 de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje de la CV establece: forma parte de la ordenación detallada, tanto en la planificación urbanística como en la territorial, y por tanto son de competencia exclusiva local, la regulación detallada de los usos de cada subzona, entre la que obviamente ha de incluirse los usos terciarios, comerciales y de servicios</li> </ul> </li> <li>• <b>Art 41.- Usos comerciales en suelo industrial</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Que se respete la autonomía municipal a la hora de decidir los usos más convenientes para los polígonos industriales y terciarios ya implantados o en vías de aprobación, siendo el Plan Urbanístico el que determine los criterios, directrices y las orientaciones territoriales para que la política comercial se desarrolle de manera coherente con la planificación territorial</li> </ul> </li> </ul>	
<b>OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<p><b>Alegación al art. 36.- No estimar.</b> Los criterios contenidos en el citado artículo no constituyen regulación detallada de usos. Además, el art. 30.4 de la Ley 3/2011, de Comercio de la Comunidad Valenciana requiere informe preceptivo de la Conselleria competente en materia de comercio para cualquier instrumento de planeamiento urbanístico que prevea o posibilite la implantación de actividades comerciales.</p> <p><b>No Estimar</b> la alegación al artículo 41 (actual artículo 36 del documento normativo) ya que se trata de compatibilizar el uso comercial con el industrial de baja intensidad. Mientras no se pase de uso industrial a comercial, para no desvirtuar esta calificación, el porcentaje de suelo comercial no podrá ser en ningún caso superior al 50%. Si la determinación de uso industrial queda obsoleta lo que procedería es la modificación del uso para hacer efectiva la reconversión.</p>	
<b>DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
No hay determinaciones que modificar	

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>024</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>4 de octubre de 2016</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>Ayuntamiento de Alcoi</b>
Departamento/Área	
<b>RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El hecho de sacar las poblaciones de Castalla, Ibi y Onil del área de influencia de Alcoi, no contribuye al refuerzo de las poblaciones del interior frente al poder de atracción comercial de la zona costera o urbes de mayor tamaño, en este caso Alicante</li> <li>2. Por tanto deben incluirse en el Área Funcional de Alcoi que figura en el Anexo III (Delimitación de las Áreas y Subáreas Funcionales Comerciales) a las poblaciones mencionadas</li> </ol>	
<b>OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<b>No estimar</b> estas alegaciones, dado que la inclusión o no de estos municipios en una u otra área de influencia, no está ligado a razones territoriales, sino a criterios comerciales y de movilidad.	
<b>DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
No hay determinaciones que modificar	

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>025</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>4 de octubre de 2016</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>Ayuntamiento de Algemesí</b>
Departamento/Área	
<b>RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<p>1. Dentro de las Medidas para la reducción del impacto ambiental que recoge el Artículo 67, Considerar el impacto que puede generar el reparto de los productos adquiridos por internet y proponer medidas correctoras</p>	
<b>OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Estimar el punto 1.</b> El artículo 60.3. h) de la nueva versión del texto normativo incorpora requisitos vinculados a la movilidad urbana generada por la compra online.</li> </ul>	
<b>DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
No hay determinaciones que modificar	

Nº alegación/sugerencia/dictamen:	026
Fecha de entrada:	4 de octubre de 2016
Entidad que la presenta:	Asociación de Supermercados de la Comunidad Valenciana (ASUCOVA)
Departamento/Área	

#### RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN

1. **Artículo 2** .- Definiciones
  1. **Modificar redacción apartado d) "Ampliación"**: El aumento del (al menos) 25% de la superficie comercial de un establecimiento
2. **Artículo 7.- Relaciones y coordinación con la normativa de planeamiento**
  1. **Modificar título**: Relaciones y coordinación con la normativa de planeamiento y ordenanzas municipales
  2. **Modificar punto 1**: La adaptación del planeamiento supeditada a una **modificación específica de los "objetivos e indicadores de sostenibilidad y capacidad territorial y directrices estratégicas del desarrollo previsto" contenido en el art 21.1.a) de la Ley 5/2014, o en su defecto a que estemos ante modificaciones sustanciales**
  3. **Añadir punto 4**: En el plazo de 2 años desde la aprobación del PATSECOVA, los ayuntamientos deberán adaptar el contenido de sus ordenanzas y reglamentos municipales al contenido del mismo
3. **Artículo 40 índices orientativos máximos de superficie en GEC**
  1. **Incluir**: Ese índice no se tendrán en cuenta para los supuestos consistentes en el cierre de un local ya instalado por la apertura de uno nuevo de la misma enseña en el área comercial de referencia
4. **Artículo 41 - Usos comerciales en suelo industrial**
  1. **Modificar punto 1**: No limitación (usos comerciales en suelo industrial) cuando dicha implantación sea consecuencia de un cambio de ubicación de la actividad comercial
  2. **Modificar punto 2**: El límite del 30% condicionarlo a cada plan parcial con supervisión de la DG Comercio E Incrementar el límite al 50%
  3. **Cambiar punto 3**: Incluir establecimiento de alimentación, limpieza e higiene (Supermercados) que no encuentren cabida en otros emplazamientos del término municipal
5. **Artículo 45 Clasificación establecimientos comerciales en base a su afección territorial**
  1. Suprimir el tipo 3 por entender que este tipo de (supermercados) no generan impactos medioambientales
6. **Artículo 47: Estándares de aparcamientos**
  1. **Modificar el apartado 2**: En el desarrollo de actuaciones urbanísticas por **"actuaciones de nueva urbanización"** donde al menos la mitad de su techo edificable se destine a uso comercial, se establecen los siguientes normas y estándares de obligado cumplimiento:
  2. **Modificar en el apartado 2b)**: *"metros cuadros construidos"*, por *"Metros de sala de venta"*

3. Añadir: Eximir del requisito cuando el establecimiento se ubique a en edificios ya existentes que no permiten cumplir este requisito
4. **Añadir:** Deberían quedar excluidos de este requisito los establecimientos de tipo 1

**7. Artículo 48 Requisito de carga y descarga**

1. Establecer medidas de excepción para los establecimientos ya implantados o que quieran ampliarse
2. **Modificar punto 2:** Ampliar los requisitos de dimensión de las zonas de carga y descarga de 3x8 metros **a 20x30 metros en la vía pública**
3. **Añadir nuevo punto:** “Previa elaboración de un estudio de tráfico, destinado a minimizar los efectos sobre las zonas de aparcamiento público del entorno, podrá admitirse la realización de descarga exterior. En el supuesto descrito, el operador comercial que pretenda instalar un nuevo supermercado, o realizar obras de reforma integral y/o ampliación, estará exento de cumplir con el número de dársenas exigidas”

**8. Artículo 55 Autorización comercial autonómica**

1. Añadir: En todo caso la autorización de los establecimientos de tipo 3 sólo para nuevas aperturas, NO para reformas y traslados

**9. Artículo 62 Zonas donde se desarrolla la venta no sedentaria**

1. En el punto 2 e) añadir; “zonas donde los puestos de venta se sitúen en los accesos a los edificios de uso público, establecimientos comerciales y sus respectivos accesos a los aparcamientos”
2. **Suprimir el punto 62,2 f) in fine: Vías públicas cortadas al tráfico rodado**
3. **Añadir punto 4:** Que los ayuntamientos informen con antelación de la implantación de mercadillos que supongan cortes de calle, para prever el abastecimientos a los supermercados

**10. Artículo 64 Actuaciones en municipios turísticos**

1. **Añadir punto nuevo:** “priorizar que las acciones promocionales se realicen es espacios públicos que no suponga un corte de calle y calzadas que supongan cortes de calles que dificulten el acceso a los supermercados

**11. Artículo 67: Medidas para la reducción del impacto ambiental del comercio**

1. Añadir requisitos que deberían incorporar los ayuntamientos en sus Ordenanzas
  1. *Abastecimiento con camiones de grandes dimensiones:reducción CO2*
  2. *Reserva de espacios en la vía pública de dimensiones adecuadas para este tipo de camiones, próximas a la entrada de mercancías*
  3. *Horarios adecuados de carga y descarga para evitar molestias*
  4. *Uso de medidas de seguridad apropiadas*
  5. *Uso de maquinaria eficiente para el traslado de las mercancías al establecimiento*
  6. *Permitir la regulación adicional semafórica para dirigir el tráfico rodado mientras se abastece el supermercado*

**OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN**

- **Estimar parcialmente la alegación al Artículo 2** (Definiciones) Anexo I en el nuevo documento, siempre que se entienda que el incremento del 25% es sobre la superficie construida

- Artículo 7.- Relaciones y coordinación con la normativa de planeamiento.

**No estimar la sugerencia de modificar el título** de “Relaciones y coordinación con la normativa de planeamiento” añadiendo “y ordenanzas municipales”, pues el Plan no tiene por objeto la regulación de ordenanzas municipales.

- **No estimar la sugerencia de modificación del punto 1** en el sentido de limitar la necesidad de adaptación al Plan al supuesto de que haya habido “una modificación de los objetivos e indicadores de sostenibilidad y capacidad territorial y directrices estratégicas de desarrollo”, lo que haría perder eficacia al Plan.
- Artículo 40 (índices orientativos máximos de superficie en GEC) este artículo ha sido eliminado
- Artículo 41 (Usos comerciales en suelo industrial) actual artículo 36.
  - **No estimar** la alegación al punto 1, dado que se pretende es racionalizar el uso comercial en industrial
  - Respecto a la alegación planteada al punto 2, **no se estima (en el nuevo texto se ha eliminado el %)**
  - **Estimar** siempre que la superficie máxima cumpla lo establecido en este artículo
- **No estimar** la alegación al **artículo 45, excluir del tipo 3** (supermercados), por entender que este tipo de establecimientos no generan impactos medioambientales, puesto que la sugerencia carece de fundamento. No hay razón para hacer una distinción dado que se trata de un establecimiento comercial con condicionamientos similares a todas las grandes superficies. Implicaría una discriminación injustificada.
- **Artículo 47: Estándares de aparcamientos (actual art. 40. 2 c)**
- **No estimar la sugerencia de cambiar en el apartado 2** la expresión “en el desarrollo de actuaciones urbanísticas” por “actuaciones de nueva urbanización”, pues la exigibilidad de los estándares señalados dependerá de la índole y alcance de cada actuación y no se ve razón para excluirlos en actuaciones sobre suelo previamente urbanizado cuando la actuación por su magnitud o naturaleza lo requiriera.
- **No estimar la sugerencia de sustituir en el apartado 2b** la expresión “una plaza por cada 25 metros cuadrados construidos” por la expresión “una plaza por cada 25 metros cuadrados de sala de ventas”, por cuanto, independientemente de constituir una rebaja material del estándar significativa, el parámetro que la LOTUP, en su anexo IV, utiliza para definir estándares de calidad de urbanización es el de superficie edificable con determinado uso genérico (terciario, industrial o residencial) y es conveniente mantener homogeneidad en la aplicación del estándar.
- **Estimar** la sugerencia de eximir del estándar cuando el establecimiento se ubique en edificios ya existentes. La finalidad de la sugerencia se recoge en el art.40.3.b) de la nueva normativa.
- **No estimar** la sugerencia de no requerir el indicado ratio de aparcamiento a los establecimientos comerciales de tipo 1 (sin impacto territorial, en general aquellos de superficie comercial inferior a 2.500 mts.2 y en determinadas áreas, de superficie comercial inferior a mil mts2). No se estima por considerar que también los establecimientos inferiores a 2.500 metros cuadrados de superficie de ventas requieren estacionamiento de vehículo para sus clientes, si bien se podría eximir o aceptar otras soluciones al aparcamiento cuando a juicio de los servicios municipales concurren circunstancias que lo aconsejen.
- **Art. 48 (actual 41). No estimar** la sugerencia de adoptar medidas de excepción para establecimientos ya implantados o que quieran ampliarse. Se podrá considerar que quedan eximidas del requisito de disponer de un muelle de carga y descarga las pequeñas ampliaciones de locales existentes.

- **No estimar** la sugerencia de exigir adicionalmente una zona de carga y descarga de 20x30 metros en vía pública, por ser una pretensión desorbitada en relación con los fines que se pretenden.
- **No estimar** la sugerencia de añadir nuevo punto “ previa elaboración de un estudio de tráfico, destinado a minimizar los efectos sobre zonas de aparcamiento público del entorno, podrá admitirse la realización de descarga exterior”... “el operador comercial estará exento de cumplir con el numero de dársenas”. Se estimará la exención del requisito de muelle de carga para pequeñas obras de ampliación.
- **Art. 55 (nuevo art. 46.3). No se estima.** En cuanto a la sugerencia de añadir que los establecimientos del tipo 3 solo requieran autorización para apertura y no para reformas o traslados, se considera oportuno remitir el régimen de autorización de nuevos proyectos y ampliación de establecimientos existentes a una posterior normativa autonómica sectorial de ordenación comercial en función de su ámbito territorial y de las condiciones de cada proyecto.
- **Art. 65, Estimar parcialmente** la sugerencia como localización inadecuada para mercadillos zonas donde los puestos de venta se sitúen en la entrada de aparcamiento a establecimientos comerciales. Se recoge de forma parcial en el art.58.2.e) del nuevo texto normativo.
- **Artículo 65.2. f) No se estima** la pretensión de supresión de este apartado puesto que las vías sin circulación o cortadas al tráfico rodado son ubicaciones adecuadas para esta práctica comercial.
- Se propone añadir un apartado 4 en el que se imponga la obligación de informar por los ayuntamientos cuando se pretenda establecer un mercadillo que suponga corte de calle. **No se estima** por considerarse que los acuerdos municipales de alcance general, y no solo los relativos a mercadillos, deben ser publicados por los ayuntamientos con la antelación suficiente para menguar las posibles molestias. Los mercadillos, que normalmente son periódicos y conocidos, no requieren una norma especial al respecto.
- **Art. 67. No estimar** la sugerencia de añadir en el citado artículo relativo a actuaciones en municipios turísticos, el dar prioridad a que las acciones comerciales se realicen en espacios que no supongan cortes de calles que dificulten el acceso a supermercados. Esta materia debe dejarse al criterio de cada municipio que podrá, si lo estima conveniente, establecer la regulación oportuna en sus ordenanzas.
- **Art. 67. No estimar** la sugerencia de que el Plan establezca la obligatoriedad de que las ordenanzas municipales regulen determinadas medidas relativas al avituallamiento de supermercados (uso de grandes camiones y reserva de espacios adecuados en la vía pública para éstos; horarios de descarga; uso de maquinaria para la descarga y acomodación de semáforos al trabajo de descarga). La sugerencia trata materia relativa a la administración del demanio municipal, competencia de cada ayuntamiento, que podrá establecer la regulación que juzgue conveniente en sus ordenanzas municipales.
- **Art. 70. Estimar parcialmente** la sugerencia de que los ayuntamientos incorporen en sus ordenanzas nuevas medidas para la reducción del impacto ambiental del comercio por considerarse que se trata de competencias municipales que no procede regular desde este instrumento jurídico. El objetivo de esta sugerencia se recoge en el artículo 60.3.h) del nuevo texto normativo.

#### **DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN**

Los artículos de la Normativa cuyas alegaciones se han estimado serán revisados, modificándolos conforme a las sugerencias efectuadas

En concreto para la estimación parcial de la sugerencia de establecer medidas de excepción para los establecimientos ya implantados o que se amplíen, se añadirá el siguiente inciso al final del número 1 del art. 48 (ahora 41.1 in fine):

(...) 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.

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>027</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>4 de octubre de 2016</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>Federación de Organizaciones de Comercio de Autónomos de la Provincia de Valencia (COVACO Valencia)</b>
Departamento/Área	

#### RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN

- **Artículo 3 Principios Inspiradores**

**Cambiar redacción punto q):** Promover la integración de los principios directores de la ocupación racional y sostenible del suelo, establecidos en la Directriz 92 de la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana, en las políticas y actuaciones que las Administraciones locales desarrollen en el ejercicio de sus competencias con proyección sobre el territorio en materia de ocupación de suelo para actividades comerciales, con pleno respeto al principio de autonomía del artículo 137 de la Constitución y del 63 del Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana

**Modificar la redacción del apartado q):** Promover un desarrollo equilibrado y sostenible en todo el territorio valenciano de acuerdo con los principios de solidaridad y respeto a la autonomía local que deben regir las relaciones económico financieras entre la Generalitat y las entidades locales, en cumplimiento de lo previsto en la Ley 8/2010, de 23 de junio, de la Generalitat, de Régimen Local de la Comunitat Valenciana.

- **Artículo 4 – Objetivos del Plan**

**Modificar la redacción del apartado a):** Incrementar la importancia del sector comercial minorista en la economía valenciana atendiendo en todo caso a la capacidad de acogida del territorio en función de la conservación de los valores ambientales, paisajísticos, económicos y culturales de la infraestructura verde y de la integridad de sus procesos.

- **Artículo 5.- Estrategias del Plan**

**Modificar redacción apartado b) Estrategia 1:** Desarrollar los objetivos y criterios en la ocupación racional y sostenible del suelo para actividades comerciales que están establecidos en la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana, a fin de contribuir a la vertebración de la Comunitat Valenciana y de adaptarlos a la dinámica socioeconómica y medioambiental del sector comercial.

**Modificar redacción apartado a) Estrategia 2:** Concretar y modular los criterios territoriales y medioambientales previstos en la Directriz 106 de la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana sobre implantación de grandes superficies comerciales de impacto supramunicipal y para la implantación de los Equipamientos Comerciales con Impacto Territorial (ECITs).

- **Artículo 7.- Relaciones y coordinación con la normativa de planeamiento**

**Modificar redacción punto 1:** En el plazo de un año desde la entrada en vigor del presente Plan, los ayuntamientos incorporarán, en los instrumentos de planificación urbanística, en aquello que afecta a la planificación del suelo para uso comercial, las normas establecidas en el artículo 32 de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana o norma que la sustituya y los criterios, directrices y normas incluidas en el presente Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana.

- **Artículo 10 Principios de actuación de la administración**

**Cambiar la redacción punto 3:** La Generalitat y los Ayuntamientos simplificarán los procedimientos administrativos y urbanísticos y la reducción de las limitaciones existentes, en el ámbito de sus competencias y conforme a la normativa aplicable, para el inicio y el libre

ejercicio de la actividad comercial **así como para facilitar la actividad de las asociaciones empresariales del comercio minorista en defensa de los intereses que les son propios.**

- **Artículo 11 -Cooperación con EELL**

**Cambiar la redacción del punto 2:** En el marco de la atribución de competencias a las entidades locales por la legislación correspondiente, la Generalitat cooperará con los ayuntamientos, los entes locales supramunicipales **y las asociaciones de comercio local** en la ordenación comercial y en la ejecución del Plan, cuando con ello se garantice la proximidad de la gestión a la ciudadanía y se alcance una mayor participación de los mismos, asegurándose, en todo caso, la debida coordinación y eficacia en la prestación de los servicios.

- **Artículo 12 Cooperación con las Cámaras de Comercio para el seguimiento del Plan**

**Cambiar la redacción del título:** Cooperación con las Cámaras de comercio y las Asociaciones empresariales para el seguimiento del Plan

**Modificar el artículo:** Sin perjuicio de las funciones del Observatorio del Comercio Valenciano, La Generalitat podrá, en el marco de las previsiones de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana, colaborar con las cámaras oficiales de comercio, industria y navegación y con las asociaciones empresariales de comercio para el desarrollo de acciones de seguimiento, actualización, revisión, modificación, comunicación y supervisión del Plan, en el marco de las competencias que éstas tienen encomendadas.

- **Artículo 18 – Directrices de Ordenación Comercial**

**Modificar redacción punto 4:** *La dirección general competente en materia de comercio, a través de la Oficina Técnica del Plan, dentro de los seis meses siguientes a la aprobación del PATSECOVA, llevará a cabo la realización de las Directrices de ordenación comercial de cada área funcional comercial*

**Modificar redacción punto 5:** *En su elaboración se adoptarán las medidas necesarias para que participen las entidades locales y los principales agentes públicos y privados del sector comercial que actúan en el territorio a través, en su caso, de las Consejos Locales de Comercio, o, en su defecto, de las entidades de comercio más representativas del sector de ámbito autonómico, tanto en la fase de redacción como en su aplicación posterior.*

- **Artículo 21 - Planes de Acción comercial**

**Modificar redacción punto 2:** Dichos planes podrán ser promovidos por la Generalitat, los ayuntamientos y las asociaciones empresariales

**Modificar redacción punto 5:** *Para su elaboración se deberá contar con la participación de las asociaciones empresariales de comercio, las asociaciones de consumidores y otros agentes públicos o privados involucrados en la promoción del comercio local, especialmente mediante los consejos locales de comercio previstos en el artículo 90 de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana.*

**Modificar redacción punto 7:** Las ayudas de la Generalitat en materia de dinamización comercial, mejora de equipamientos comerciales y urbanismo comercial **incluirán el criterio de existencia de un plan de acción comercial y priorizarán las actuaciones contempladas en los mismos**

- **Artículo 24: Programas de calidad imagen comercial en zonas comerciales**

**Modificar redacción punto 1:** Las administraciones promoverán la realización de planes y programas de mejora paisajística cuyo objetivo sea mejorar la calidad y el atractivo de los espacios comerciales urbanos y sus entornos inmediatos. Dichos programas **que deberán contar con la aprobación del Consejo Local de Comercio, o en su defecto de la asociación empresarial de comercio que gestione el área de actuación,** concretarán las medidas, actuaciones y proyectos necesarios para cumplir objetivos de calidad paisajística, que serán determinados en función del contexto de cada ámbito.

- **Artículo 25: Figuras para la gestión de zonas comerciales**

**Modificar redacción punto 1:** Para la gestión de zonas comerciales urbanas, **tanto** las administraciones **como las asociaciones empresariales**, podrán promover la puesta en marcha de organismos mixtos **con participación mayoritaria del sector empresarial** y cuyo objetivo sea liderar la formulación, elaboración y gestión de los programas y proyectos que se desarrollen para la promoción, dinamización y mejora de dichas zonas.

**Modificar redacción punto 2:** En los Centros Comerciales Urbanos se estimulará la creación de entidades de gestión, promovidas por los empresarios de la zona, de carácter asociativo privado **o consolidación de las figuras preexistentes que ya desarrollan actividad activa en estos espacios**, que cuenten con un estatuto jurídico propio, desde las que se puedan desarrollar una gestión avanzada, con el soporte y supervisión de las administraciones públicas **y las asociaciones empresariales de comercio de la zona**. Dichas entidades deberán contar con formas de funcionamiento democrático, en las que participen los empresarios de la zona y formas de gestión profesionalizadas. Tendrán la función de desarrollar proyectos transformadores en las áreas de actuación, prestar servicios básicos complementarios a los de naturaleza pública y desarrollar acciones de promoción y dinamización comercial.

- **Artículo 26: Objetivos de las Áreas comerciales estratégicas**

**Modificar redacción punto 4:** Las actuaciones a desarrollar en las áreas estratégicas se realizarán de forma coordinada entre las administraciones, **las asociaciones empresariales de comercio** y en concertación con los agentes sociales y económicos.

- **Artículo 27: Criterios para la delimitación de las áreas comerciales estratégicas.**

**Añadir en el punto 2 un nuevo apartado e): A través de los PGOU, excepto en el caso de las áreas de nueva centralidad comercial, donde será necesario su delimitación previa a través de algunos de los instrumentos anteriores.**

- **Título 7 Tipos de áreas comerciales estratégicas (artículos 30,31,32,33,34 y 35)**

Reducir de 6 a 4 las áreas comerciales estratégicas:

De nueva centralidad comercial

De oportunidad comercial

De dinamización comercial

Comercialmente saturadas

**Reunificar los criterios para la definición y aprobación de las 4 áreas estratégicas designadas de los mencionados artículos**

- **Artículo 37.-Definición del modelo comercial en los planes urbanísticos.**

**Modificar redacción apartado d):** Justificación de la dimensión del suelo terciario comercial previsto, según las previsiones de crecimiento demográfico y urbanístico propuesto y el área territorial de influencia del municipio **y su distribución entre comercio mayorista y minorista.**

- **Artículo 39.- Dotación mínima de suelo comercial en sectores residenciales.**

**Cambiar redacción punto 3:** Los ayuntamientos procurarán que los sectores de uso residencial cuenten con un mínimo de edificabilidad terciaria para usos comerciales minoristas. Cada ayuntamiento en función de su realidad podrá optar por fijar en su plan urbanístico un índice de edificabilidad al respecto, o bien regular en su normativa la compatibilidad de los usos terciarios comerciales minoristas que se prevean en el sector con el uso residencial predominante

- **Artículo 45 (el texto propuesto como alternativo es idéntico al que pretende sustituir)**

- **Artículo 46.- Estándares de urbanización, la accesibilidad y movilidad en proyectos comerciales**

**Modificar redacción del apartado a) del punto 3;** Las implantaciones de grandes establecimientos comerciales se emplazarán preferentemente junto a paradas o estaciones de los elementos básicos del sistema de transporte público de la Comunitat Valenciana o del

municipio correspondiente, entendiéndose como tales los que simultáneamente cumplan los siguientes tres requisitos **y siempre que no suponga un perjuicio de las áreas estratégicas comerciales que ya hubiera**

- **Artículo 49, Integración paisajística**

**Modificar redacción punto 7** Los ayuntamientos, a través del Consejo Local de Comercio, y en cooperación con las asociaciones empresariales de comercio de la localidad, impulsarán la realización de Planes de calidad paisajística en las zonas comerciales urbanas, a través de los cuales se fijan objetivos y directrices para la mejora de la imagen urbana respecto a los zócalos y fachadas comerciales de plantas bajas y de los distintos elementos de información y publicidad aplicados tanto en esos frentes comerciales como en otras partes de la configuración exterior de los edificios, tales como fachadas, medianeras y coronaciones o cubiertas, así como de tratamiento de los espacios públicos.

- **Artículo 50.- Integración paisajística de elementos de comunicación y publicidad exterior**

**Eliminación del punto 1 este artículo por estar contemplado en 49,7**

- **Artículo 51.- condiciones de accesibilidad universal a los establecimientos comerciales**

**Cambiar redacción:** Los Ayuntamientos deberán desarrollar una normativa que atendiendo a las particularidades de cada entorno urbano, permita que los establecimientos comerciales y los espacios urbanos de alta concentración comercial cumplan con las normas y condiciones básicas que garanticen la accesibilidad y no discriminación, en el acceso y uso de los mismos, de las personas que cuenten con cualquier tipo de discapacidad. Para ello deberá, de acuerdo con lo establecido por la normativa vigente en la materia y en particular, por la Ley 1/1998, de 5 de mayo, de la Generalitat, de accesibilidad y supresión de barreras arquitectónicas, urbanísticas y de la comunicación, y disposiciones que la desarrollan.

- **Artículo 55 Supuestos en los que es obligatoria la obtención de autorización comercial autonómica**

**Eliminar el punto 8**

**Añadir un punto 9:** *La no exigencia de autorización comercial autonómica en la implantación de equipamientos Comerciales superiores a los 2.500 m2. estará supeditada al Desarrollo de las Directrices de las quince áreas funcionales y el Pac del municipio donde se pretende implantar*

- **Artículo 56, Criterios técnicos de evaluación del impacto territorial de los proyectos comerciales**

**Añadir un nuevo apartado VI:** "para garantizar que la nueva implantación no supone una saturación del área

- **Artículo 59 – Centros comerciales Urbanos**

Modificación total del artículo

1. A efectos del Plan y conforme a la Ley 3/2011, de Comercio de la Comunitat Valenciana, tendrán la consideración de centro comercial urbano, a los efectos de su reconocimiento por la Generalitat, aquellos ámbitos urbanos donde existe una agrupación **concentrada y diversa** de empresas comerciales **y servicios** que, en un área urbana delimitada y vinculados a través de una entidad con personalidad jurídica, desarrollan profesionalmente una estrategia conjunta de mejora socioeconómica de su entorno, especialmente a través de acciones de promoción, gestión de servicios, mejora del entorno y dinamización económica.

2. Los centros comerciales urbanos se desarrollarán en espacios urbanos caracterizados por albergar altas concentraciones de comercios y servicios, coincidiendo con ámbitos de reconocida tradición en el desarrollo de la función comercial. La delimitación de los centros comerciales urbanos responderá a criterios de tipo económico, comercial, social, histórico, urbanístico y medioambiental, **siempre teniendo en cuenta las características y particularidades de cada área comercial estratégica**

3. La Generalitat, **en cooperación con los Ayuntamientos y las Asociaciones Empresariales de Comercio** impulsarán y potenciará la creación y mantenimiento de los centros comerciales

urbanos a través de las siguientes iniciativas:

- a) Apoyando la regeneración de los espacios urbanos donde se ubican las mayores concentraciones comerciales de las ciudades.
- b) *Promoviendo inversiones públicas y privadas en dichos espacios urbanos.*
- c) *Impulsando marcos de referencia que permitan formular, desarrollar y aplicar fórmulas profesionales de autogestión y financiación en las zonas comerciales urbanas de las ciudades.*
- d) Priorizando y ejecutando actuaciones de urbanismo comercial en los Centros Comerciales Urbanos reconocidos.
- e) *Desarrollo de planes de señalética e imagen de Centro Urbano.*
- f) *Desarrollo de Planes de comunicación, promoción del CCU y las Zonas Comerciales de trama urbana fidelización y captación de nuevos clientes*
- g) *Adaptación y cualificación del sector comercial. Acciones de modernización y formación*
- h) *Adecuación de establecimientos y servicios. Líneas de ayudas para la modernización de comercios en trama urbana consolidada estableciendo criterios de valoración puntuación adicional para los comercios de los Centros Urbanos*
- i) Implantación de nuevas tecnologías, redes telemáticas, acciones de innovación, de incremento de la competitividad del sector
- j) Facilitar espacios públicos para la (Acciones de) animación y dinamización del entorno, convertir las calles en punto de encuentro, que se organicen actividades de todo tipo que generen público al área y provoquen el hábito de acudir allí
- k) Acciones de difusión, dinamización y promoción del centro Urbano en las poblaciones del área de influencia
- l) Promoviendo junto a las asociaciones de comercio acciones que contribuyan (Potenciando acciones para la contribución) a la mejora del medio ambiente
- m) Potenciando la labor social del sector. Acciones de concienciación del consumidor
- n) Acciones que potencien la relación comercio-entorno-sociedad, la responsabilidad social corporativa y la vinculación de las pymes y autónomos de pequeño comercio con su ciudad
- o) Favorecer la prestación de servicios conjuntos
- p) *Elaboración preferente de Planes de Acción Comercial*
- q) Apoyo de proyectos piloto

4. La Generalitat en colaboración con las asociaciones empresariales de comercio elaborará una norma para el reconocimiento de los centros comerciales urbanos en la Comunitat Valenciana, en el que se fijarán los criterios para su delimitación **y obtención del reconocimiento siempre teniendo en cuenta las características y particularidades de cada centro, atendiendo a los criterios establecidos en el punto 2, así como y las consecuencias y compromisos del mismo** El reconocimiento del Centro Comercial Urbano comportará la declaración automática como área comercial estratégica de dinamización.

5. La Generalitat en colaboración con los Ayuntamientos, **las asociaciones empresariales de comercio local** y otras administraciones podrá promover la realización de planes de mejora urbana y revitalización comercial en los Centros Históricos de carácter comercial. A tal efecto, la dirección general competente en materia de comercio podrá establecer las condiciones históricas, comerciales y urbanísticas necesarias para contar con esta calificación.

● **Artículo 61.- Mejora de los mercados municipales**

**Modificar redacción punto 2:** Los Ayuntamientos deberán hacer públicas a través de sus portales electrónicos las normas y condiciones que regulan los regímenes de explotación y concesión de los mercados sujetos titularidad pública, además de las paradas disponibles y de los procesos de concesión de las mismas **en las que se priorizará el criterio de la mejora del mix comercial y la**

**experiencia.**

**Añadir un punto 3:** Los Ayuntamientos garantizaran plazas de aparcamientos en los mercados municipales ya sea con aparcamientos públicos o con plazas de rotación en superficie

- **Artículo 62 Zonas donde se desarrolla la venta no sedentaria**

**Modificar redacción punto 1: Los ayuntamientos a través de los Consejos Locales de Comercio,** determinarán la localización de las zonas donde se van a desarrollar mercadillos o actividades de venta no sedentaria y **las fechas de su desarrollo.** Para ello se deberá considerar que en su desarrollo no impacte negativamente sobre la movilidad y funcionalidad urbana. Los Ayuntamientos estudiarán las localizaciones más adecuadas considerando su integración, accesibilidad, condiciones de aparcamiento, riesgos, condiciones de seguridad y disponibilidad de servicios urbanos básicos como agua, electricidad y equipamientos para la recogida de residuos.

- **Artículo 63, Fomento del comercio rural**

**Modificar el punto 1 c).-** En colaboración con las Diputaciones Provinciales, entidades Locales y Cámaras de Comercio, impulsará, con la participación de las asociaciones empresariales y, en su caso, los Consejos Locales de Comercio, la realización de acciones de modernización y formación dirigidas a las pymes comerciales del ámbito rural

- **Artículo 64.- Actuaciones en municipios turísticos**

**Modificar el inicio del artículo.-** La Generalitat, en colaboración con los Ayuntamientos y con la participación de las asociaciones empresariales, y en su caso de los Consejos Locales de Comercio, desarrollará y apoyará actuaciones dirigidas a la promoción del turismo de compras en la Comunitat Valenciana a través de las siguientes actuaciones:

- **Artículo 65 .- Catálogo de establecimientos comerciales históricos o emblemáticos**

**Modificar redacción punto 1:** Con el objetivo de proteger, conservar y restaurar, en su caso, los elementos patrimoniales que los conforman, así como estimular la continuidad de su actividad comercial, los Ayuntamientos podrán establecer un catálogo de comercios emblemáticos o históricos en el cual se determinará su carácter extraordinario y singular **atendiendo a las particularidades de cada municipio y en cooperación con los agentes implicados del sector**

- **Artículo 67.- Medidas para la reducción del impacto ambiental del comercio.**

**Modificar la redacción del punto 3:** Los establecimientos comerciales **de alimentación** de nueva apertura o en los que se realice una reforma en profundidad deberán disponer, siempre que las características físicas del local lo permitan sin menoscabar su funcionalidad comercial, ya sea en el interior de cada una, o bien en un espacio comunitario, de un sistema adecuado a los usos previstos que permita el almacenaje por separado de los diferentes tipos de residuos que se originen, sin perjuicio de lo que disponga la normativa sectorial de aplicación

**Añadir un apartado c) al punto 4:** Para el resto de establecimientos que voluntariamente se sometan a auditorias energéticas contarán con incentivos o ventajas fiscales de los Ayuntamientos o de la Generalitat.

**Añadir un apartado e) al punto 5:** Cuando los Centros Comerciales Urbanos cuenten con un Plan de Movilidad Urbana Sostenible con una vigencia no superior a un año, se tomara este como referencia para determinar las acciones que se deberán llevar a cabo en esas áreas. Entre las acciones a llevar a cabo se contemplarán planes de concienciación de los comerciantes y de los ciudadanos así como el desarrollo de acciones que potencien el desplazamiento no motorizado

- **Artículo 69.- Prioridades de las ayudas públicas**

**Modificar la redacción del apartado a):** El desarrollo y ejecución de cuantos planes y proyectos de desarrollo y concreción del PATSECOVA sean necesarios y se soliciten

**Modificar la redacción del apartado b):** La ejecución de actuaciones de mejora, rehabilitación, dinamización o reactivación comercial en las áreas comerciales estratégicas, en colaboración con los Ayuntamientos, **las asociaciones empresariales de comercio** y otras administraciones públicas.

**Modificar la redacción del apartado c):** La creación y consolidación de la Red de Centros Comerciales Urbanos de la Comunitat Valenciana **en cooperación con las Asociaciones empresariales de comercio que estén llevando a cabo la gestión de los Centro Comerciales Urbanos y con las asociaciones empresariales de comercio de ámbito autonómico. Así como los planes de actuación que lleven a cabo.**

**Añadir un apartado h):** Acciones, realizadas por las asociaciones de comerciantes que fomenten la innovación, introducción de nuevas tecnologías y la mejora de la competitividad del sector

- **Artículo 70.- Medidas de apoyo**

**Modificar redacción apartado d) del punto 1:** Impulsar la cooperación, el asociacionismo **territorial** y sectorial y la integración empresarial

**Añadir un apartado h) al punto 1:** Ayudar a la consolidación de los Centros Comerciales Urbanos apoyando planes anuales de actuación

- **Artículo 71.- Colaboración con las asociaciones empresariales**

**Modificar la redacción del punto 1:** Quitar “más representativas”

**Modificar la redacción del punto 2:** **A través de los mecanismos de participación previstos legalmente**, se establecerán canales de comunicación bidireccionales para facilitar el intercambio de información, divulgar experiencias, conocimientos técnicos y buenas prácticas así **como para el fortalecimiento del tejido asociativo comercial, su profesionalización y reconocimiento social.**

**Añadir un punto 3:** De acuerdo con las disponibilidades presupuestarias concurrentes se establecerán convenios de colaboración para impulsar los anteriores fines en el marco del comercio asociado de las asociaciones empresariales.

**Añadir un punto 4:** La cooperación entre la Dirección General y las Asociaciones empresariales de comercio será tanto para el desarrollo del presente plan como de otro tipo de acciones y medidas así como recogida de información del sector se trabajará codo con codo con las asociaciones empresariales, así como las locales en función de las afecciones de los temas que se estén tratando.

- **Artículo 72.- Red de Agentes para la innovación comercial**

**Añadir un punto 4:** La Red de Agencias para el Fomento de la Innovación Comercial (Red AFIC) cooperará con las asociaciones empresariales de comercio para la implementación de actuaciones de dinamización comercial, formación, innovación y su divulgación y promoción de las diferentes acciones que inciden en el desarrollo del sector.

- **Artículo 73 Investigación comercial**

Modificar: La Generalitat potenciará líneas estratégicas de investigación para ampliar el conocimiento científico sobre las dinámicas territoriales, económicas o sociales del comercio de la Comunitat Valenciana, mediante su incentivo económico de acuerdo con las posibilidades presupuestarias y la colaboración con otras entidades, asociaciones empresariales de comercio y organismos cualificados.

- **Artículo 74.- Principios de actuación.**

**Modificar la redacción del punto 1:** La Generalitat **dispondrá los medios y sistemas necesarios** para facilitar la participación de los ciudadanos en la acción pública, a través de sus respectivos grupos de interés, en todos aquellos asuntos que afecten al desarrollo y ejecución del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana y a la ordenación territorial del comercio

**Modificar la redacción del apartado c) del punto 2:** Las decisiones **administrativas adoptadas** en el desarrollo y ejecución del Plan deberán ser motivadas y estar debidamente justificadas en el cumplimiento de los objetivos, principios y estrategias del Plan, prevaleciendo las razones imperiosas de interés público de primer orden establecidas en el artículo 9 **sin perjuicio del derecho de los entes locales a intervenir en la planificación comercial de su territorio, de conformidad con los principios de descentralización y de máxima proximidad de la gestión**

**administrativa a los ciudadanos.**

**Cambiar la redacción del apartado d) del punto 2:** El Observatorio del Comercio de la Comunitat Valenciana y los Consejos locales de comercio o en su defecto las Asociaciones de comercio son los órganos de participación a lo largo de todo el periodo de vigencia del Plan, que permitirán conocer las opiniones e inquietudes del sector, agentes, expertos, empresas y de los ciudadanos en general.

**Modificar la redacción del apartado e) del punto 2:** Los planes, proyectos o documentos que desarrollen, complementen o actualicen el Plan deberán identificar los problemas que perciben los agentes y expertos del sector así como el conjunto de los ciudadanos, y tomar en consideración las soluciones que estos sugieren, articulando su participación a través de sesiones, reuniones y encuestas, planteando distintas propuestas abiertas al debate público y propiciando alcanzar escenarios de consenso, **de acuerdo con las previsiones en materia de participación ciudadana de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana**

- **Artículo 79.- Observatorio del Comercio de la CV**

**Modificar la redacción del punto 1:** En cumplimiento de lo previsto en el Decreto 55/2001, de 13 de marzo, del Gobierno Valenciano, por el que se regula el Observatorio del Comercio Valenciano, éste órgano colegiado, consultivo y asesor en materia de comercio impulsará y realizará el seguimiento de la ejecución y desarrollo del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana.

**Modificar la redacción del punto 2:** El Observatorio del Comercio de la Comunitat Valenciana será la principal vía de comunicación para informar sobre las iniciativas, demandas y sugerencias que en materia de ordenación comercial y en relación a la ejecución y desarrollo del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana, que **se formulen por los Consejos locales de comercio.**

- **Artículo 81.- Oficina Técnica del Plan**

**Modificar la redacción del punto 1:** En un plazo no superior a un mes desde la finalización del proceso de participación se creará la Oficina Técnica del Plan como órgano de apoyo y asesoramiento técnico en el desarrollo y ejecución del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana.

**Agrupar en un sólo apartado los b y c:** La elaboración de cuantos documentos, planes, directrices e instrumentos que desarrollen, completen o concreten los contenidos del Plan se consideren necesarios en cada momento

**Modificar la redacción del punto 4:** La Generalitat creará un departamento interno que dotará con el personal suficiente para el seguimiento, desarrollo y ejecución del plan y que podrá cooperar con Asociaciones empresariales de comercio, profesionales, agentes, otras administraciones o el Consejo de Cámara en función de las necesidades y requerimientos de cada momento y acción del Plan

#### OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN

- **TODAS LAS ALEGACIONES CORRESPONDEN AL DOCUMENTO NORMATIVO**

- **Las alegaciones al Artículo 2 Definiciones de Centro Comercial Urbano, Centro de Fabricantes, Comercio de Atracción y Establecimiento Comercial**, quedan recogidas en la nueva redacción de dicho artículo que ha pasado a numerarse como **ANEXO I Definiciones**

- **Artículo 3 Principios Inspiradores,**

- **Se estima la alegación relativa a la letra m):** incorporando la propuesta realizada

**No se estima la alegación relativa a la letra q):** toda vez que en el concepto de "agentes" incluye a las a las asociaciones empresariales de comercio

- **No estimar la alegación presentada al artículo 4 (objetivos del Plan) actual artículo 5**, ya que las condiciones que propone se dan por sobreentendidas
- **Se estiman parcialmente las propuestas al Artículo 5.- (Estrategias del Plan) actual artículo 6**, ya que el PATSECOVA está claramente alineado con la Estrategia Territorial de la CV
- **No se estiman las alegaciones al Artículo 7 (Relaciones y coordinación con la normativa de planeamiento) cuyas disposiciones se recogen en el actual artículo 1 y en nuevo artículo 7.**
- No se estima puesto que la previsión legal del artículo 32.1 de la Ley de Comercio y del futuro texto refundido de la ley de Comercio ya establece la obligatoriedad de que los instrumentos de planificación urbanística contemplen la determinación del uso comercial de forma diferenciada. La incorporación en el plazo de 1 año se hace innecesaria existiendo la citada referencia en norma de rango de ley, más allá de que cada ayuntamiento realice dentro de sus posibilidades las modificaciones en el plazo que sea oportuno.
- **Las alegaciones al Artículo 10 punto 3 (Principios de actuación de la administración) y el Artículo 11, (Cooperación con EELL)**, quedan recogidas en la redacción del nuevo artículo 4, que integra también el anterior artículo 74
- No estimar la alegación planteada al punto 2 del Artículo 11 (Cooperación con EELL), pues el propio enunciado del artículo deja claro que se trata del marco de cooperación entre administraciones, por lo que no cabe incluir referencia a las asociaciones de comerciantes
- **El Artículo 12 (Cooperación con las Cámaras de Comercio para el seguimiento del Plan) se ha suprimido en el nuevo texto**, quedando integrado en el actual TÍTULO 10 Desarrollo, ejecución y gestión del Plan de Acción territorial
- **No Estimar las alegaciones al Artículo 18 – (Directrices de Ordenación Comercial) artículo 15 en el nuevo texto**
  - Se elimina el plazo máximo de ejecución estableciéndose el procedimiento para su elaboración el cual prevé un sistema de consulta participación pública que ya integra la demanda realizada en la alegación
- **Estimar las alegaciones al Artículo 21 - (Planes de Acción comercial), actual artículo 20**, incorporando a las asociaciones de comerciantes como posibles promotoras, así como se recoge la priorización de las actuaciones contempladas en los mismos en las ayudas que convoque la Generalitat
- **No estimar la alegación al Artículo 24: (Programas de calidad imagen comercial en zonas comerciales) actual artículo 23**, ya que no puede ser preceptiva la aprobación de dichos programas por parte de un organismo, como es el Consejo Local de Comercio, cuya existencia no es obligatoria
- **Estimar la alegación al Artículo 25 (Figuras para la gestión de zonas comerciales) actual artículo 24**, incorporando la posibilidad de que sean las asociaciones empresariales las posibles promotoras de estas entidades de gestión
- **Estimar la alegación presentada al Artículo 26 (Objetivos de las Áreas comerciales estratégicas) actual artículo 26**, ya que se establece que las mismas se realizarán de forma coordinada y en concertación con los agentes sociales y económicos.
- **No estimar la alegación planteada al Artículo 27 (Criterios para la delimitación de las áreas comerciales estratégicas), actual artículo 26**, ya los PGOU son instrumentos urbanísticos, posibilidad que ya está recogida en la letra f del punto 2
- **Estimar las alegaciones al Título 7 (Tipos de áreas comerciales estratégica artículos 30 a 35) artículos 28 a 31 del nuevo documento, reduciendo de 6 a 4 las áreas comerciales estratégicas:** que quedan como sigue
  - Áreas de nueva centralidad comercial

- Áreas de oportunidad comercial
- áreas de dinamización comercial
- Áreas comercialmente saturadas
- Se reunifican los criterios para la definición e las 4 áreas estratégicas designadas de los mencionados artículos y se establece un nuevo procedimiento para su aprobación
- **Estimar la alegación planteada al Artículo 37 (Definición del modelo comercial en los planes urbanísticos), que se convierte en el Artículo 32 "Consideraciones del uso terciario comercial en los planes urbanísticos,** ya que la redacción del punto 1 se contempla la obligatoriedad de diferenciar entre comercio minorista y mayorista en la zonificación del suelo destinado a uso comercial
- **Estimar la alegación al Artículo 39.- (Dotación mínima de suelo comercial en sectores residenciales.) nuevo artículo 35,** recogiendo las consideraciones planteadas
- **No estimar la alegación al artículo 45 (Clasificación de los establecimientos comerciales en base a su afección territorial)** ya que el texto propuesto es idéntico al alegado
- **No estimar la alegación planteada al Artículo 46. (Estándares de urbanización, la accesibilidad y movilidad en proyectos comerciales) nuevo artículo 38 (Aplicación de principios de movilidad sostenible en nuevos proyectos comerciales) ,** ya que la Directiva de Servicios , no permite la realización de test económicos para determinar la autorización o no de una implantación comercial.
  - **No estimar la alegación presentada al Artículo 49 (Integración paisajística de nuevos establecimientos comerciales),** toda vez que los Consejos Locales de Comercio y las asociaciones empresariales de comercio de la localidad, pueden ser órganos consultivos, pero es al ayuntamiento al que le corresponde el diseño y ejecución de estos planes
- **No estimar la alegación que plantea la eliminación del anterior Artículo 50 (Integración paisajística de elementos de comunicación y publicidad exterior), actualmente artículo 43, ya que su eliminación supondría una merma del propósito buscado.**
- **No estimar la alegación planteada al Artículo 51.-** en el sentido de que los ayuntamientos desarrollen normas sobre las condiciones de accesibilidad universal a los establecimientos comerciales, toda vez que la misma ya está regulada por normativa Estatal y autonómica
- **No estimar las alegaciones al Artículo 55 (Supuestos en los que es obligatoria la obtención de autorización comercial autonómica)** ya que el mismo se ha suprimido en el nuevo texto
- **No estimar lo propuesto en el artículo 56 (Criterios técnicos de evaluación del impacto territorial de los proyectos comerciales)** ya que el mismo ha sido suprimido del nuevo documento
- **Las alegaciones y sugerencias presentadas al anterior Artículo 59 (Centros comerciales Urbanos) quedan asumidas** en la nueva redacción de este artículo, ahora n.º 53
- **No estimar las alegaciones al anterior artículo 61, ahora 57 (Mejora de los mercados municipales)** toda vez que los procesos de concesión administrativa de los puestos de mercados deben basarse en baremos objetivos en los que no puede intervenir criterios económicos. Asimismo se desestima la alegación que se realiza para que los mercados dispongan de plazas de aparcamiento, dado que dicha condición no es posible cumplirla en muchos de los mercados existentes en la CV
- **No estimar la alegación al Artículo 62, actual artículo 58 (Zonas donde se desarrolla la venta no sedentaria)** ya que los Consejos Locales de comercio, pueden actuar como órgano consultor, pero no pueden participar en decisiones que afecten a la competencia
- **Desestimar la alegación realizada al Artículo 63 (Fomento del comercio rural) actual artículo 56** toda vez que se entiende que los Consejos Locales de Comercio, son órganos consultivos u no ejecutivos
- **No estimar las alegaciones la Artículo 65, actual artículo 59 (Catálogo de establecimientos**

**comerciales históricos o emblemáticos)** ya que la determinación de su singularidad no va ligada a las peculiaridades del municipio sino del propio establecimiento

- **No estimar la alegación planteada al Artículo 66 (Fomento del comercio de proximidad en ámbitos de baja dotación comercial) actual artículo 52**, toda vez que se entiende que los Consejos Locales de Comercio, son órganos consultivos u no ejecutivos
- **Respecto a las alegaciones al Artículo 67 (Medidas para la reducción del impacto ambiental del comercio)** se entiende que las mismas quedan subsumidas en la nueva redacción del actual artículo 60, recogiendo el plazo propuesto de 2 años para la redacción de Planes de Movilidad Sostenible en aquellas áreas que hayna sido declaradas como saturadas, por lo cual se consideran **Estimadas**
- **En lo relativo a las sugerencias efectuadas a los Artículos 69 (Prioridades de las ayudas públicas) y 70 Medidas de apoyo**, aunque dichos artículos ha quedado eliminado en el nuevo texto, las mismas quedan de alguna manera en los distintos artículos de "Título 9 : Actuaciones dinamizadoras del comercio y de mejora de las infraestructuras comerciales"
- **En cuanto a las alegaciones al Artículo 71 (Colaboración con las asociaciones empresariales)**, se estima eliminar del texto el concepto de más representativas referido a las asociaciones y no estimar, a través de los mecanismos legalmente establecidos, toda ves que la administración necesariamente ha de cumplir con este precepto.
- **No estimar las alegaciones la Artículo 72 (Red de Agentes para la innovación comercial)**, pues no creemos necesario redundar en algo que es un principio básico del funcionamiento de esta red, como es la colaboración con las asociaciones de comerciantes
- **No estimar la la propuesta realizada al artículo Artículo 73 (Investigación comercial), actual artículo 69**, ya que se sobreentiende que las líneas de investigación han de contemplar las variables sociales y económicas a las que hace referencia la alegación
- **En lo relativo a las alegaciones y sugerencias planteada al Artículo 74 (Principios de actuación)** y aunque dicho artículo ha sido eliminado del nuevo texto, las mismas queda recogidas a lo largo de la redacción del Título 10: Desarrollo, ejecución y gestión del Plan de Acción comercial
- **No estimar las alegaciones al Artículo 79 (Observatorio del Comercio de la CV) ahora artículo 68**, toda vez que las mismas no añaden contenido significativo al mismo
- **Estimar** la propuesta realizada al Artículo 80 (Comunicación y visibilidad del plan)
- **Estimar** las sugerencias efectuadas al Artículo 81 (Oficina Técnica del Plan) actualmente artículo 64, ya que las mismas quedan recogidas en la nueva redacción

#### **DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN**

Los artículos de la Normativa cuyas alegaciones se han estimado serán revisados, modificándolos conforme a las sugerencias efectuadas

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>028</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>4 de octubre</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED)</b>
Departamento/Área	
<b>RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que el PATSECOVA, <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Tiene por objeto la ordenación comercial, es decir la ordenación de un sector económico de carácter privado</li> <li>◦ Pretende implantar una regulación que afecta a la libertad de establecimiento que proclama el artículo 49 TFUE y a la libertad de empresa, garantizada por el artículo 38 CE</li> <li>◦ Incide de manera indudable en la libertad de apertura de los establecimientos comerciales en las diversas áreas en que se divide el territorio valenciano, estableciendo restricciones de carácter territorial</li> <li>◦ La invocación a de razones urbanísticas o territoriales no ampara la imposición de cualquier tipo de restricciones, puesto que ello no excluye la necesidad de acreditar la adecuación y la proporcionalidad de la restricción</li> <li>◦ No contiene una justificación suficiente de la medida que en ella se contiene, es más, se incluyen argumentos de clara naturaleza económica, como el análisis de la demanda comercial o de la estructura comercial, o la masa crítica generadora de atractividad comercial que resultan notoriamente contrarios a derecho, al resultar específicamente proscritos los criterios económicos</li> </ul> </li> <li>• En cuanto a determinadas limitaciones a la implantación de nuevos equipamientos comerciales: <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ En este sentido hay que estar a lo que determinan los artículos 33,2, 128 y 131 de la Constitución</li> <li>◦ En este sentido hay que hacer referencia a la Directiva de Servicios del Parlamento Europeo en lo relativo a <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ No exigencia de prueba económica para la autorización de actividad</li> <li>▪ Las razones imperiosas de interés general, limitadas a la protección del medio ambiente y del entorno urbano....</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• El Principio económico de unidad de mercado que constituye un principio esencial para el funcionamiento competitivo de la economía española</li> <li>• En lo relativo a las limitaciones a implantación de nuevos equipamientos comerciales en las “Áreas comercialmente saturadas” entendemos que la figura tiene como finalidad la limitación de nuevas implantaciones comerciales bajo el prisma de unos pretendidos efectos ambientales negativos cuya determinación y verificación no quedan adecuadamente justificados, produciendo por tanto una situación de indefensión a los promotores de actividades comerciales interesados en establecerse en ese ámbito</li> <li>• Grandes equipamientos y capacidad de acogida del territorio <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Cómo se justifica la limitación de los 120,000 m2, ¿Qué motivo hay para pensar que estos proyectos, sí o sí, tienen efectos negativos de carácter medioambiental, social, territorial y sobre las infraestructuras difícilmente mitigables? La administración de nuevo incurre en falta de motivación y en arbitrariedad</li> </ul> </li> </ul>	

- El PATSECOVA no es de aplicación a la ATE Puerto Mediterráneo Shopping Resort” ya que la Conselleria se estaría extralimitando al entrar a regular un sector, el de ocio, respecto al cual no tiene competencia alguna
- Finalmente se está produciendo una discriminación en función de quién sea el promotor, permitiéndose que se pueda acoger, no un gran establecimiento comercial de superficie superior a 120.000 m2, pero sí a una gran cantidad de actividades comerciales de reducido tamaño impulsadas por PYMES y micropymes.
- Como conclusión:
  - Se recogen en el Documento Normativo determinadas previsiones que atentan contra el principio de libertad de empresa y de unidad de mercado, siendo el único motivo que estas limitaciones obedecen no a motivos medioambientales. Sociales y territoriales, sino a motivos económicos y políticos.
  - Se hace un abuso de conceptos jurídicos indeterminados, lo que genera indefensión e inseguridad jurídica
  - Se aprecian aspectos respecto a los cuales la Conselleria de Economía sostenible, Sectores Productivos, comercio y Trabajo, se ha extralimitado al no tener competencias sobre tales materias

#### OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN

**No Estimar**, la alegación toda vez que la declaración de área estratégica la debe instar el ayuntamiento y la declara la Generalitat

**No se estima** la primera alegación, dirigida contra el Plan en su conjunto del que pretende que es contrario a la libertad de establecimiento y que se basa en criterios económicos (análisis de la demanda o de la estructura comercial o masa que genera atractivo comercial), prohibidos por la normativa de la Unión Europea. La Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior, a la que se refiere la alegación establece en su artículo 15 que los Estados examinarán si supeditan su acceso o ejercicio de una actividad de servicios a los siguientes requisitos no discriminatorios: 1. Límites que obedezcan a razones demográficas o de ordenación geográfica o territorial.” La Directiva ha sido interpretada por la Sentencia del Tribunal de Justicia de 30 de enero de 2018, que señala que el considerando 9 de la Directiva indica que ésta “solo se aplica a los requisitos que afecten al acceso a una actividad de servicios o a su ejercicio”, lo que excluye, en consecuencia, “requisitos tales como (...) normas relativas a la ordenación del territorio, urbanismo y ordenación rural (...) y las sanciones administrativas impuestas por no cumplir dichas normas, que no regulan específicamente o no afectan específicamente a la actividad del servicio pero que tienen que ser respetadas por los prestadores en el ejercicio de su actividad económica al igual que por los particulares en su capacidad privada. “

**No estimar** las alegaciones relativas a limitaciones a la implantación de nuevos establecimientos comerciales, la regulación de áreas comercialmente saturadas, y la limitación a 120.000 metros cuadrados de superficie máxima para nuevos grandes establecimientos comerciales, debe entenderse que por la misma razón de inaplicabilidad de la Directiva invocada y porque esta directiva, en su artículo 4.8, considera razón imperiosa de interés general justificativa de requisitos tanto la protección del medio ambiente como del entorno urbano , no es estimable.

Respecto de la limitación de superficie para los grandes establecimientos comerciales debe decirse, además, que la limitación está muy por encima de la media de tamaño de los hoy existentes, de modo que puede considerarse una medida de ordenación territorial prudente y razonable. No ha lugar a entrar en la alegación relativa a determinado proyecto en particular (PUERTO MEDITERRANEO) por ser el PATSECOVA un proyecto de norma general.

#### DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN

No hay determinaciones para modificar



Nº alegación/sugerencia/dictamen:	029
Fecha de entrada:	4 de octubre
Entidad que la presenta:	Asociación Independiente de comerciantes de Benidorm y Provincia (AICO)
Departamento/Área	

#### RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN

- **Artículo 2 .- Definiciones**

- **Modificar Letra q) Establecimiento comercial colectivo planificado:** Establecimiento integrado por un conjunto de establecimientos comerciales individuales o de puntos de venta diferenciados, ubicados en uno o varios edificios, comunicados o no, que se hayan proyectado de modo conjunto, organizado y planificado en polígonos urbanizados con independencia de que las respectivas actividades comerciales se desarrollen de forma empresarialmente independiente. **Se excluye de esta categoría a los hoteles y actividades económicas cuya actividad principal no sea la venta menor o mayor de artículos**
- **Modificar Letra z) Superficie comercial o superficie de venta:** Se entiende por superficie comercial de los establecimientos comerciales de carácter individual o colectivo, la superficie total de las áreas, **incluidas las que están al aire libre**, o locales donde se exponen los productos con carácter habitual y permanente, o los destinados a tal finalidad con carácter eventual o periódico, a los cuales pueda acceder el cliente, así como los escaparates y los espacios internos destinados al tránsito de las personas y a la presentación o dispensación de los productos. Cuando ésta no esté claramente definida, se considerará como tal el 60% de la superficie construida prevista del establecimiento, sin considerar accesos y espacios destinados a aparcamiento y almacenaje

- **Artículo 3 Principios Inspiradores**

- **Modificar letra c):** Asegurar el mantenimiento de las condiciones de proximidad, accesibilidad, diversidad, servicio y adaptación de la oferta comercial a las **necesidades reales** y preferencias de los consumidores, una mayor competencia empresarial basada en la diversidad, **equilibrio entre los** de formatos y tipologías.
- **Modificar letra f:** Favorecer, **potenciar e impulsar** 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.
- **Modificar letra g:** Implicar, **asesorar y formar** a las Administraciones locales en la planificación comercial territorial y fortalecer las competencias que ostenta la Generalitat en la ordenación comercial.

- **Artículo 9.- Razones imperiosas de interés público de primer orden**

- **Modificar punto 1 d):** La preservación de la actividad comercial en los centros urbanos, que garanticen su conservación y el mantenimiento de sus valores patrimoniales, culturales y sociales, **e históricos**

- **Artículo 10.-Principios de actuación de la administración**

- **Modificar punto 3:** La Generalitat y los Ayuntamientos simplificarán los procedimientos administrativos y urbanísticos y la reducción de las limitaciones existentes, en el ámbito de sus competencias y conforme a la normativa aplicable, para el inicio y el libre ejercicio de la actividad comercial. **Crear un departamento para la inspección y control velando por el cumplimiento de todos y cada uno de los artículos de este Plan**

- **Artículo 12 Cooperación con las Cámaras de Comercio para el seguimiento del Plan**

- **Cambiar título:** Cooperación con las Cámaras de comercio y las **Asociaciones empresariales** para el seguimiento del Plan
- **Modificar redacción artículo:** La Generalitat podrá encomendar a las Cámaras Oficiales de Comercio de la Comunitat Valenciana y a su Consejo Autonómico, **Confederaciones, Federaciones y Asociaciones**, las funciones de colaboración en el desarrollo de acciones de seguimiento, actualización, revisión, modificación, comunicación y supervisión del Plan, en el marco de las competencias que éstas tienen encomendadas. **Que se les pueda encomendar en cada caso**
- **Artículo 16 Criterios de delimitación.**
  - **Modificar punto:** 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 y **demográficos**
- **Artículo 18 – Directrices de Ordenación Comercial**
  - **Modificar punto 4:** La dirección general competente en materia de comercio, una vez aprobado el Plan promoverá e **instará** la realización de las Directrices de ordenación comercial de cada área funcional comercial.
  - **Modificar punto 6:** Las Directrices de ordenación se sujetarán a las especificaciones contenidas en el PATSECOVA, 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, **mediante los informes pertinentes y realizados por empresas o entidades de contrastada solvencia.**
- **Artículo 21 - Planes de Acción comercial**
  - **Modificar punto 3:** Las ciudades consideradas, dentro del Sistema Nodal de Referencia Comercial, como cabeceras o subcabeceras comerciales, deberán elaborar un plan de acción comercial en un periodo máximo de **cuatro años** desde la aprobación del PATSECOVA.
  - **Modificar punto 6:** Los planes de acción comercial incluirán un plan de actuaciones que contemple un escenario de actuación máximo de siete años. Transcurrido este periodo, **obligatoriamente**, se procederá a su revisión o actualización.
- **Artículo 26: Objetivos de las Áreas comerciales estratégicas**
  - **Modificar punto 4:** Las actuaciones a desarrollar en las áreas estratégicas se realizarán de forma necesaria y coordinada entre las administraciones y en concertación con los agentes sociales y económicos
- **Artículo 32.- Área de intensificación comercial**
  - **Modificar punto 3 e)** La recualificación de determinados edificios sin uso que podrían albergar usos comerciales, **siempre y cuando su impacto no repercuta negativamente al equilibrio comercial de la zona, población y/o territorio**
  - **Modificar punto 3 f)** La creación, por iniciativa pública, de nuevas infraestructuras comerciales, tales como mercados y galerías comerciales y mercados de venta no sedentaria, **siempre y cuando su impacto no repercuta negativamente al equilibrio comercial de la zona, población y/o territorio**
- **Artículo 33.- Áreas Comerciales saturadas**
  - **Modificar punto 1 h) :** La delimitación de estas áreas estará justificada cuando **Cuando los estudios demográficos indiquen un descenso cualitativo tanto de población activa como flotante**
- **Artículo 35 Áreas de dinamización comercial**
  - **Modificar punto 4:** En aquellos ámbitos donde no exista una figura de gestión, las

administraciones públicas impulsarán la creación de entidades voluntarias conforme a lo establecido en el artículo 25. **o en su defecto apoyándose en las asociaciones de comerciantes existentes**

- **Artículo 36.- Criterios generales para la planificación de nuevo suelo comercial**
  - **Modificar punto 2 i):** Promover la descongestión de entornos saturados, donde una alta concentración de usos terciarios produce fenómenos de aglomeración, deterioro medioambiental y urbanístico **y de seguridad ciudadana**
- **Artículo 41 - Usos comerciales en suelo industrial**
  - **Añadir un punto 7:** Estos cambios se realizarán siempre en la superficie declarada terciaria, no aplicable a parcelas y/o polígonos adyacentes aunque se hayan declarado “zona terciaria” con posterioridad
- **Artículo 45 Clasificación establecimientos comerciales en base a su afección territorial**
  - **Modificar Punto 1 b)iii:** Se desarrollen en actuaciones vinculadas a infraestructuras de transporte de altas prestaciones, **teniendo en cuenta el volumen de pasajeros y su influencia real en el comercio urbano**
- **Artículo 47: Estándares de aparcamientos**
  - **Modificar punto 2 a:** Como mínimo deberá reservarse para aparcamiento público una plaza por cada 100 metros cuadrados, o fracción, de edificabilidad comercial, **debiendo de estar en las parcelas incluidas en la zona terciaria, siempre** 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 durante, al menos, el horario de funcionamiento comercial, sea o no gratuito su uso.
  - **Modificar punto 2 b) :** La reserva mínima de plazas de aparcamiento en espacio arreglo a lo especificado en el punto a) de este artículo parcela privada deberá ser de una plaza por cada 25 metros cuadrados construidos. A estos efectos no computará la edificabilidad destinada a aparcamientos sobre rasante.
  - **Modificar punto 3:** Los Ayuntamientos planificarán y gestionarán los aparcamientos localizados en los centros y zonas comerciales urbanas con criterios de sostenibilidad, evitando que incentiven el uso abusivo del automóvil privado. Igualmente promoverán la creación de aparcamientos disuasorios del uso del vehículo privado en los accesos a las ciudades y en las estaciones de transporte **y adecuar el espacio de los aparcamientos cuya concesión sea municipal para uso mixto (coches, motos...) eliminando espacios en la vía pública a favor del peatón**
- **Artículo 52.- Planes de autoprotección**
  - **Añadir un punto 3:** Estos planes serán igualmente exigibles para aquellos mercados de venta no sedentaria cuya explotación sea municipal, concesión o explotación privada e implantados actualmente en la CV y que deberán aplicarse en un período no superior a 12 meses, con perjuicio de ser sancionado e incluso retirar la licencia correspondiente en el caso de explotación privada o concesión municipal, quedando nula la retroactividad para una nueva licencia
- **Artículo 57.- Evaluación ambiental estratégica**
  - **Añadir punto 3:** Se revocará la licencia en el caso de que se demuestre mediante los órganos judiciales y legales competentes en la materia, si el proyecto comercial ha estado manipulado bajo criterios e intereses estrictamente particulares, ya sea por parte de entidades públicas como privadas
- **Artículo 59 – Centros comerciales Urbanos**
  - **Modificar punto 5:** La Generalitat en colaboración con los Ayuntamientos y otras administraciones deberá podrá promover la realización de planes de mejora urbana y revitalización comercial en los Centros Históricos de carácter comercial. A tal efecto, la

dirección general competente en materia de comercio deberá establecer las condiciones históricas, comerciales, turísticas y urbanísticas necesarias para contar con esta calificación.

- **Artículo 62 Zonas donde se desarrolla la venta no sedentaria**
  - **Añadir punto 4: Se hacen extensibles estas localizaciones y requisitos a los mercadillos privados y/o cuya explotación municipal se ha externalizado a empresas externas.**
  - **Añadir un punto 5: Serán exigibles para aquellos mercados de venta no sedentaria cuya explotación sea municipal, concesión o explotación privada e implantados actualmente en la Comunidad Valenciana y que deberán aplicarse en un periodo no superior a los 12 meses, con perjuicio de ser sancionado e incluso retirar la licencia correspondiente en el caso de la explotación privada o concesión municipal, quedando nula la retroactividad para una nueva licencia.**
- **Artículo 63.- Fomento del comercio rural**
  - **Añadir punto 3: Cuando los índices sociales y económicos indiquen un peligro inminente de destrucción del tejido comercial, los Ayuntamientos deberán iniciar planes y acciones conjuntas con la Generalitat para promover la continuidad del comercio rural evitando su desaparición.**
- **Artículo 64.- Actuaciones en municipios turísticos**
  - **Añadir letra i): Actuaciones en cuanto a control, inspección y seguimiento sobre formatos ilícitos que actúan al margen de las normativas estatales, autonómicas y locales en relación a la venta ambulante en la vía pública, manteros, prácticas anti comerciales que vulneren la buenas prácticas, etc..**
  - **Añadir letra j): Prohibición, control y sanción ante la venta directa en establecimientos hoteleros y que no posean locales comerciales en su interior y/o estén habilitados para realizar la venta minorista.**
  - **Añadir letra k): Los Ayuntamientos y la Generalitat dotará los medios humanos, técnicos y de cualquier índole para garantizar una correcta aplicación de la norma**

#### OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN

- **No estimar las propuestas realizadas al Artículo 2 (Definiciones) ahora Anexo I**
  - **q) Establecimiento comercial colectivo planificado**, ya que los hoteles tienen su normativa específica y no son objeto de este plan
  - **Modificar Letra z) Superficie comercial o superficie de venta**, pues el término "superficie total" se entiende que incluye también las que están al aire libre, siempre que lo estén de forma legal
- **No estimar las alegación presentada a las letras c) y f) del Artículo 3 (Principios Inspiradores)**
  - C) el concepto "necesidades reales del consumidor" ya que no es un valor universal. La diversidad expresa todas las opciones del mercado
  - f) Favorecer, potenciar, impulsar, son adjetivos muy similares y añadir dos más no aporta valor al punto
- **El Artículo 9 (Razones imperiosas de interés público de primer orden) ha sido eliminado del nuevo documento**
- **No estimar las alegaciones presentadas al punto 3 del Artículo 10 (Principios de actuación de la administración) artículo 4 en el actual documento**, ya que la administración ya cuenta con organismo de control del cumplimiento de sus propios preceptos
- **El Artículo 12 (Cooperación con las Cámaras de Comercio para el seguimiento del Plan) ha sido suprimido**

- **No estimar la propuesta realizada al punto 2 de Artículo 16 Criterios de delimitación (de las áreas comerciales funcionales), actual artículo 12,** ya que los criterios expuestos son los que usa la Estrategia Territorial de la Comunidad Valenciana
- **Respecto a la alegaciones planteadas a los puntos 4 y 6 del Artículo 18 (Directrices de Ordenación Comercial), ahora n.º 15, no se estiman** ya que incluir en el punto 4 el término “instar” es similar al usado “Promover” y respecto a la solicitud de que las modificaciones de las Directrices de Ordenación Comercial lo sean “*mediante los informes pertinentes y realizados por empresas o entidades de contrastada solvencia*”, se **desestima**, ya que el procedimiento está regulado y el mismo cumple con todas las garantías jurídicas y técnicas, lo que hace innecesaria esa coletilla
- **No estimar las propuestas presentadas al Artículo 21 (Planes de Acción comercial) ahora 20,**
  - ya que plantear un escenario obligatorio a cuatro años para la realización de los PAC desde la aprobación del PATSECOVA puede causar problemas de ejecución, teniendo en cuenta el número de localidades donde había que llevarse a cabo
- **No estimar la alegación propuesta al Artículo 26 (Objetivos de las Áreas comerciales estratégicas) actual artículo 25,** ya que al añadido (necesaria) no aporta más valor al propósito del mismo
- **Las alegaciones a los artículos 32, 34 y 35** quedan subsumidas en la nueva redacción del Título 5 Áreas comerciales estratégicas
- **No estimar la alegación al punto 2 i) Artículo 36 (Criterios generales para la planificación de nuevo suelo comercial) actual punto 2 g) del artículo 34,** ya que la seguridad ciudadana, no es sino una posible consecuencia de esta situación de saturación, pero en ningún caso es objeto de este Plan
- **No estimar la alegación al Artículo 41, actual 36 (Usos comerciales en suelo industrial)**
  - **Añadir un punto 7: Estos cambios se realizarán siempre en la superficie declarada terciaria, no aplicable a parcelas y/o polígonos adyacentes aunque se hayan declarado “zona terciaria” con posterioridad. No procede** porque en estos casos conviene hacer una previsión específica para parques comerciales no planificados ( actual art.54)
- **No estimar la alegación al Punto 1 b)iii del Artículo 45 (Clasificación establecimientos comerciales en base a su afección territorial) actual artículo 46,** ya que en la nueva redacción se han eliminado dichos requisitos
- **Respecto a lo planteado al artículo Artículo 47 (Estándares de aparcamientos) ahora n.º 40**

**No estimar la propuesta al punto 2 a: debiendo de estar en las parcelas incluidas en la zona terciaria, siempre.** Es innecesario

**No estimar la propuesta al punto 2 b) :** La reserva mínima de plazas de aparcamiento en espacio arreglo a lo especificado en el punto a) de este artículo parcela privada deberá ser de una plaza por cada 25 metros cuadrados construidos. A estos efectos no computará la edificabilidad destinada a aparcamientos sobre rasante. Es innecesaria la mención

- **No estimar la propuesta de añadir un punto 3 al Artículo 52, actual 45, ( Planes de autoprotección)** ya que la propuesta se encuentra recogida en el punto 2 del mencionado artículo, donde no hace distinción al régimen de explotación del mercado de venta no sedentaria, por lo que se supone que incluye la demanda del alegante
- **Artículo 57.- Evaluación ambiental estratégica**
  - **Añadir punto 3: Se revocará la licencia en el caso de que se demuestre mediante los órganos judiciales y legales competentes en la materia, si el proyecto comercial ha estado manipulado bajo criterios e intereses estrictamente particulares, ya sea por parte de entidades públicas como privadas**

- **Artículo 62 Zonas donde se desarrolla la venta no sedentaria (n.º 58 del nuevo texto)**
  - **Añadir un nuevo punto: Se hacen extensibles estas localizaciones y requisitos a los mercadillos privados y/o cuya explotación municipal se ha externalizado a empresas externas.**
  - **Añadir un nuevo punto: Serán exigibles para aquellos mercados de venta no sedentaria cuya explotación sea municipal, concesión o explotación privada e implantados actualmente en la Comunidad Valenciana y que deberán aplicarse en un periodo no superior a los 12 meses, con perjuicio de ser sancionado e incluso retirar la licencia correspondiente en el caso de la explotación privada o concesión municipal, quedando nula la retroactividad para una nueva licencia.**
- **Artículo 63.- Fomento del comercio rural**
  - **Añadir punto 3: Cuando los índices sociales y económicos indiquen un peligro inminente de destrucción del tejido comercial, los Ayuntamientos deberán iniciar planes y acciones conjuntas con la Generalitat para promover la continuidad del comercio rural evitando su desaparición.**

**No se estima** por ser una alegación que no procede incluir en este instrumento normativo

**DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN**

No hay determinaciones que modificar salvo aquellas que se ya han sido recogidas en el documento normativo

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>30</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>4 de octubre de 2016</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DEL CENTRO HISTÓRICO DE VALENCIA</b>
<b>Departamento/Área</b>	
<b>RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<p>Art. 3 m) Principios inspiradores del PATSECOVA.</p> <p>-Promover la consolidación de los los proyectos de Centros Comerciales Urbanos o pueta en marcha de los que se considere oportuno.</p> <p>- Introducir a las asociaciones empresariales de comercio como sujetos activos de la planificación y gestión territorial comercial.</p> <p>Art. 11, 2) cooperación de las asociaciones de comercio local con los Ayuntamientos y entidades locales</p> <p>Art. 12. Cooperación con la Cámaras de Comercio y asociaciones empresariales para el seguimiento del Plan.</p> <p>Art 18,4) Introducción de directrices de ordenación comercial de área funcional comercial en los dos años siguientes ala aprobación del Plan.</p> <p>Art. 21,7) Sugiere que en los Planes de acción comercial se consensuarán las ayudas de dinamización comercial con las asociaciones empresariales.</p> <p>Art. 22. 1) punto b) y ampliación punto j). Proyectos de Urbanismo comercial. Se sugierela moderación de tráfico en las zonas comerciales y la protección del patrimonio comercial, arquitectónico, decorativo.</p> <p>Art. 24. 1) Programas y planes de calidad de la imagen en zonas comerciales. Sugiere que se dé voz a la ala organización empresarial territorial afectada y no aotros entes de intermediación (los consejos locales de comercio no garantizan la real interlocución).</p> <p>Art. 25.2 ) Figuras para la gestión de de zonas comerciales. Sugiere que en los centros comerciales urbanos la gestión sea promovida por los empresarios de la zona de carácter asociativo privado con estatuto jurídico propio. Crear esta figura.</p> <p>Art. 26,4) Objetivo de las áreas comerciales estratégicas. Introduciión de la asociaciones empresariales territoriales de comercio más representativas como colaboradores en las actuaciones a desarrollar en las áreas estratégicas.</p> <p>Art. 30 2b) y 4c) Áreas de oportunidad y nueva centralidad comercial. Se sugiere incluir la sobredotación comercial como supuesto de exclusión de delimitación de una área de oportunidad o centralidad comercial.</p> <p>Art. 31,3 c) Áreas de oportunidad comercial. Confusión conceptos “nueva centralidad” y “oportunidad”</p> <p>Art. 34, 3 y 4). Áreas de regeneración comercial. Propuesta de actuación conjunta con asociación de comerciantes territoriales, conservación del patrimonio comercial y estímulo del asociacionismo.</p> <p>Art. 35,2 g). Áreas de dinamización comercial. Incorporar a las organizaciones empresariales para liderar los proyectos de dinamización.</p> <p>Art. 59, 39, 49 y 59. Centros Comerciales Urbanos. Potenciación y consolidación. Consenso con las a sociaciones empresariales</p> <p>Art. 62,1 y 2). Zonas donde se desarrolla venta no sedentaria. Y ampliar punto 2. j) y k).</p> <p>Valoración pormenorizada por los ayuntamientos de las condiciones de localización seguridad e higiene, que no se perjudique el comercio sedentario, no situarlos en zonas sobresaturadas de comercio.</p>	

Art. 65. Catalogos de establecimientos comerciales históricos o emblemáticos. Sugiere una pormenorización de los elementos a proteger o salvaguardar en cada caso.

Art. 67. 1), 3) y 5) a) y d). Medidas para la reducción del impacto ambiental del comercio. Sugiere la colaboración con las asociaciones empresariales que impulsen la conciencia social. Incidencia en establecimientos comerciales de alimentación

Art. 69 b) y c). Prioridad de las ayudas públicas. Inclusión de las asociaciones de comercio.

Art. 70, a),d),e),g). Medidas de Apoyo al asociacionismo y al espíritu empresarial del sector. Eliminar la palabra "sectorial" respecto al asociacionismo (mantener solo territorial). Incluir consideraciones logísticas.

Art. 71, 1) y 3). Colaboración con las entidades empresariales. Eliminar la palabra "valenciano" referente al comercio por posibilidad de tener carácter excluyente. Nuevo párrafo con propuestas de planes innovadores de comunicación para trasladar a la sociedad la envergadura de un proyecto.

Art 72. Red de agentes para la innovación comercial (Red AFIC). Cooperación con las asociaciones empresariales.

Art. 74, 1) y 2) a), b) c) y d) Principios de actuación. Introducir la participación de los actores del sector comercial a través de los grupos de interés y principios que garanticen la información, comunicación y participación.

Art. 79, 2) Observatorio del Comercio de la C.V. Introducir la consideración de principal vía de comunicación en el desarrollo y ejecución del Plan. Necesaria presencia de las asociaciones territoriales del comercio.

Art. 81. Oficina técnica del Plan. Sugiere la cooperación de la oficina con las asociaciones empresariales de comercio.

**OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN**

**No estimar las alegaciones propuestas** por referirse en su conjunto a la idea de introducir en cada precepto del articulado la mención a las asociaciones empresariales territoriales como agentes esenciales en la planificación y ejecución de las políticas de comercio. Esta mención se hace innecesaria por ser cuestiones que no procede incluir en un instrumento normativo de este carácter y que están resueltas ya en otras normas. Por otro lado, en otras ocasiones se trata imponer actuaciones que son de competencia municipal y en las que esta norma de planificación no puede inmiscuirse.

**DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN**

No hay determinaciones que se modifiquen

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>31</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>6 de octubre de 2016</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>Presidencia de la Generalitat</b>
<b>Departamento/Área</b>	<b>Agencia Valenciana de Turismo.</b>
<b>RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
-En general plantea valoraciones positivas y la necesidad de estrechar la colaboración entre las distintas administraciones actuantes sobre comercio en destinos turísticos.	
<b>OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
Las alegaciones consisten en la idea de compartir la filosofía del texto normativo.	
<b>DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
No hay determinaciones que se modifiquen	

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>32</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>7 de octubre de 2016</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente</b>
<b>Departamento/Área</b>	
<b>RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<p>- Se advierte que deben quedar a salvo todas las competencias que la legislación vigente atribuye al estado en relación con el Dominio Público Hidráulico. Deberá ser compatible con el Plan Hidrológico Nacional y con el Plan Hidrológico de la Demarcación Hidrográfica del Júcar.</p> <p>- En el punto relativo al <i>Estudio de Evaluación Ambiental y Territorial Estratégica</i>, en las relaciones con otros planes y programas, se debería incluir el Plan Hidrológico de la Demarcación Hidrográfica del Júcar y el Plan de Gestión del Riesgo de Inundación de la Demarcación Hidrográfica del Júcar.</p>	
<b>OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
Estimar la alegación	
<b>DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
Modificar el documento de Evaluación Ambiental y Territorial Estratégica en los términos señalados	

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>033</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>17 de noviembre de 2016</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>Ayuntamiento de Torrent</b>
<b>Departamento/Área</b>	
<b>RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<p>1. Dudas respecto a las consecuencias de la clasificación dentro del Sistema Nodal de Referencia Comercial.</p> <p>2. Discrepan de las consecuencias de no considerar la justificación de los criterios del artículo 36.3.</p> <p>3. Proponen que en el artículo 37 se realice el estudio en el plan general estructural y no en el plan de ordenación pormenorizada</p> <p>4. Alegan que en la planificación de nuevo suelo para usos comerciales y artículos 38 y concordantes existe una regulación excesiva</p>	
<b>OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<p><b>No Estimar</b> el punto 1, ya que Torrent, por sus propias características socioeconómicas y comerciales, está correctamente considerada en el Sistema Nodal de Referencia Comercial.</p> <p><b>No Estimar</b> el punto 2 toda vez que lo que se pretende es que quede justificada mediante una motivación suficiente la solución adoptada o descartada.</p> <p><b>No estimar</b> el punto 3 en el sentido de que el artículo 33.2 establece que se realice el estudio en el instrumento normativo que corresponda.</p> <p><b>No estimar</b> el punto 4 ya que el Decreto 1/2011, de 13 de enero, del Consell, por el que se aprueba la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana, en la Directriz 103, estudios de demanda de suelo para actividades económicas con mayor precisión, permite que en la planificación municipal y territorial se podrá proponer justificadamente la evolución de sus demandas de suelo para actividades económicas con mayor precisión.</p>	
<b>DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
No hay determinaciones que modificar	

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>034</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>13 de diciembre de 2016</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>D. José Manuel Palau Navarro</b>
<b>Departamento/Área</b>	
<b>RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<p>1. Discrepan de que la razón por la que se impone una limitación de 120.000 m<sup>2</sup> sea de carácter medioambiental y argumentan que se trata de una medida de planificación y programación económica porque el PATSECOVA está gestionado desde la conselleria con competencias de economía.</p> <p>2. Sobre los argumentos anteriores de carácter económico, no aportan ninguna alegación que refute las razones imperiosas de interés general de carácter medioambiental expuestas en el PATSECOVA, y solo apoyan sus argumentos en las prohibiciones establecidas en la directiva de servicios y en la Ley 17/2009, de 23 de noviembre , sobre libre acceso a actividades de servicios para concluir que las razones medioambientales encubren medidas de programación económica.</p> <p>3. Con los argumentos expuestos entienden que el PATSECOVA impone requisitos de acceso prohibidos por la normativa europea y estatal</p> <p>4. Alegan que en el PATSECOVA al imponer requisitos de acceso debe ser comunicado a la Comisión europea por ser una norma que regula el acceso a servicios.</p>	
<b>OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<p><b>No Estimar</b> el punto 1, la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de Comercio de la Comunitat Valenciana, en el artículo 31 apartado 4 de prevé que <i>El Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana podrá modificar, de forma directa, las previsiones de los planes generales vigentes, en lo concerniente a la planificación del suelo comercial</i>, y el apartado 5 del mismo artículo 31, señala que <i>los planes generales de cada municipio deberán incorporar las determinaciones y normativa del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana. Con esta finalidad, en la documentación del mismo se incorporará, de forma diferenciada, la parte vinculante y dispositiva y sus afecciones sobre la ordenación vigente, de la orientativa y recomendatoria.</i></p> <p>Nos encontramos ante una regulación con el carácter de planificación urbanística, y no de programación o planificación económica, con independencia de la norma en que se ubique el mandato legal, en este caso la Ley de comercio. Referencias semejantes se pueden encontrar en la normativa educativa o sanitaria cuando especifican las características del mapa escolar o sanitario, y dichas previsiones no pueden considerarse como de carácter económico sino de previsión a efectos de la planificación urbanística de reservas para dotaciones comerciales, educativas o sanitarias.</p> <p>La Directiva ha sido interpretada por la Sentencia del Tribunal de Justicia de 30 de enero de 2018, que señala que el considerando 9 de la Directiva indica que ésta “solo se aplica a los requisitos que afecten al acceso a una actividad de servicios o a su ejercicio”, lo que excluye, en consecuencia, “requisitos tales como (...) normas relativas a la ordenación del territorio, urbanismo y ordenación rural (...) y las sanciones administrativas impuestas por no cumplir dichas normas, que no regulan específicamente o no afectan específicamente a la actividad del servicio pero que tienen que ser respetadas por los prestadores en el ejercicio de su actividad económica al igual que por los particulares en su capacidad privada. “</p> <p><b>No Estimar</b> el punto 2, pues el PATSECOVA tiene el carácter de instrumento de planificación urbanístico y en consecuencia no es de aplicación las previsiones de la Directiva 2006/123, de servicios, que específicamente excluye los planes de ordenación urbana del contenido de la propia Directiva de servicios, sin perjuicio de que se deban motivar determinadas decisiones en razones imperiosas de interés general, entre las que se encuentran las de carácter de protección del medio ambiente, medidas de control, intensidad y planificación del tráfico, etc. razones precisamente aducidas en el texto del PATSECOVA para imponer techos al tamaño de determinadas superficies sobre comerciales.</p>	

Tampoco son estimables las alegaciones relativas a limitaciones a la implantación de nuevos establecimientos comerciales, la regulación de áreas comercialmente saturadas, y la limitación a 120.000 metros cuadrados de superficie máxima para nuevos grandes establecimientos comerciales, pues deben entenderse desestimadas por la misma razón de inaplicabilidad de la Directiva invocada y porque esta directiva, en su artículo 4.8, considera razón imperiosa de interés general justificativa de requisitos tanto la protección del medio ambiente como del entorno urbano, la seguridad vial, etc..

Respecto de la limitación de superficie para los grandes establecimientos comerciales debe decirse, además, que la limitación está muy por encima de la media del tamaño de los hoy existentes, de modo que puede considerarse una medida de ordenación territorial prudente, razonable, proporcionada y no discriminatoria, pues con la regulación prevista tendrían acogida todos los grandes establecimientos actualmente operativos. Tampoco ha lugar a entrar en la alegación relativa a determinado proyecto de ocio en particular por ser el PATSECOVA un proyecto de norma general.

**No estimar** el punto 3 pues el PATSECOVA no impone requisitos de acceso, pues como señala la Sentencia del Tribunal de Justicia de 30 de enero de 2018, *en el presente asunto, teniendo en cuenta los datos que obran en poder del Tribunal de Justicia, resulta que el plan urbanístico controvertido en el litigio principal no está comprendido en el ámbito de aplicación de este concepto. En efecto, aunque dicho plan ofrece a los prestadores la posibilidad de desarrollar algunas actividades de comercio minorista en zonas geográficas determinadas, tal posibilidad no proviene de un acto formal obtenido después de un trámite que los prestadores hayan tenido que hacer para ello, sino de la aprobación por la Junta de Gobierno de Appingedam de normas de aplicación general que figuran en dicho plan.*

El Tribunal de Justicia de 30 de enero de 2018, *concluye que de ello se deduce que los artículos 9 y 10 de la Directiva 2006/123, relativos a los regímenes de autorización, no son aplicables a una normativa como la controvertida en el litigio principal, y que por lo que atañe al concepto de «requisito», éste debe entenderse, de acuerdo con el artículo 4, punto 7, de dicha Directiva, en el sentido de que se refiere, en particular, a «cualquier obligación, prohibición, condición o límite previstos en las disposiciones legales, reglamentarias o administrativas de los Estados miembros», y por consiguiente, la Directiva 2006/123 no debe aplicarse a requisitos que no pueda considerarse que constituyen tales restricciones, puesto que no regulan específicamente ni afectan específicamente al acceso a una actividad de servicios o a su ejercicio, si bien deben ser respetados por los prestadores en el ejercicio de su actividad económica, al igual que por los particulares en su capacidad privada.*

**No estimar** el punto 4 ya que como señala el Tribunal de Justicia las normas urbanísticas están excluidas de la aplicación de la Directiva 2006/123, de servicios y por tanto no hay obligación de remitirlas a la Comisión Europea, siendo los tribunales de instancia quienes deben controlar si se cumplen las condiciones enunciadas en el artículo 15, apartado 3, de dicha Directiva.

En consecuencia, dado que el PATSECOVA no establece autorizaciones ni requisitos de acceso a servicios, sino que se trata de una norma de carácter urbanístico no puede causar restricciones a los operadores económicos, ya que los planes urbanísticos al estar excluidos de la Directiva 2006/123, de servicios, y como señala el Tribunal de Justicia, *las normas relativas a la ordenación del territorio, urbanismo y ordenación rural y las sanciones administrativas impuestas por no cumplir dichas normas, que no regulan específicamente o no afectan específicamente a la actividad del servicio tienen que ser respetadas por los prestadores en el ejercicio de su actividad económica al igual que por los particulares en su capacidad privada.*

#### **DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN**

No hay determinaciones que modificar

<b>Nº alegación/sugerencia/dictamen:</b>	<b>035</b>
<b>Fecha de entrada:</b>	<b>14 de diciembre de 2016</b>
<b>Entidad que la presenta:</b>	<b>D. Antonio Viedma Guillamón</b>
<b>Departamento/Área</b>	
<b>RESUMEN DE LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<p>1. Discrepan de que la razón por la que se impone una limitación de 120.000 m<sup>2</sup> sea de carácter medioambiental y argumentan que se trata de una medida de planificación y programación económica porque el PATSECOVA está gestionado desde la conselleria con competencias de economía.</p> <p>2. Sobre los argumentos anteriores de carácter económico, no aportan ninguna alegación que refute las razones imperiosas de interés general de carácter medioambiental expuestas en el PATSECOVA, y solo apoyan sus argumentos en las prohibiciones establecidas en la directiva de servicios y en la Ley 17/2009, de 23 de noviembre , sobre libre acceso a actividades de servicios para concluir que las razones medioambientales encubren medidas de programación económica.</p> <p>3. Con los argumentos expuestos entienden que el PATSECOVA impone requisitos de acceso prohibidos por la normativa europea y estatal</p> <p>4. Alegan que en el PATSECOVA al imponer requisitos de acceso debe ser comunicado a la Comisión europea por ser una norma que regula el acceso a servicios.</p>	
<b>OBSERVACIONES A ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN</b>	
<p><b>No Estimar</b> el punto 1, la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de Comercio de la Comunitat Valenciana, en el artículo 31 apartado 4 de prevé que <i>El Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana podrá modificar, de forma directa, las previsiones de los planes generales vigentes, en lo concerniente a la planificación del suelo comercial</i>, y el apartado 5 del mismo artículo 31, señala que <i>los planes generales de cada municipio deberán incorporar las determinaciones y normativa del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana. Con esta finalidad, en la documentación del mismo se incorporará, de forma diferenciada, la parte vinculante y dispositiva y sus afecciones sobre la ordenación vigente, de la orientativa y recomendatoria.</i></p> <p>Nos encontramos ante una regulación con el carácter de planificación urbanística, y no de programación o planificación económica, con independencia de la norma en que se ubique el mandato legal, en este caso la Ley de comercio. Referencias semejantes se pueden encontrar en la normativa educativa o sanitaria cuando especifican las características del mapa escolar o sanitario, y dichas previsiones no pueden considerarse como de carácter económico sino de previsión a efectos de la planificación urbanística de reservas para dotaciones comerciales, educativas o sanitarias.</p> <p>La Directiva ha sido interpretada por la Sentencia del Tribunal de Justicia de 30 de enero de 2018, que señala que el considerando 9 de la Directiva indica que ésta “solo se aplica a los requisitos que afecten al acceso a una actividad de servicios o a su ejercicio”, lo que excluye, en consecuencia, “requisitos tales como (...) normas relativas a la ordenación del territorio, urbanismo y ordenación rural (...) y las sanciones administrativas impuestas por no cumplir dichas normas, que no regulan específicamente o no afectan específicamente a la actividad del servicio pero que tienen que ser respetadas por los prestadores en el ejercicio de su actividad económica al igual que por los particulares en su capacidad privada. “</p> <p><b>No Estimar</b> el punto 2, pues el PATSECOVA tiene el carácter de instrumento de planificación urbanístico y en consecuencia no es de aplicación las previsiones de la Directiva 2006/123, de servicios, que específicamente excluye los planes de ordenación urbana del contenido de la propia Directiva de servicios, sin perjuicio de que se deban motivar determinadas decisiones en razones imperiosas de interés general, entre las que se encuentran las de carácter de protección del medio ambiente, medidas de control, intensidad y planificación del tráfico, etc. razones precisamente aducidas en el texto del PATSECOVA para imponer techos al tamaño de determinadas superficies sobre comerciales.</p>	

Tampoco son estimables las alegaciones relativas a limitaciones a la implantación de nuevos establecimientos comerciales, la regulación de áreas comercialmente saturadas, y la limitación a 120.000 metros cuadrados de superficie máxima para nuevos grandes establecimientos comerciales, pues deben entenderse desestimadas por la misma razón de inaplicabilidad de la Directiva invocada y porque esta directiva, en su artículo 4.8, considera razón imperiosa de interés general justificativa de requisitos tanto la protección del medio ambiente como del entorno urbano, la seguridad vial, etc..

Respecto de la limitación de superficie para los grandes establecimientos comerciales debe decirse, además, que la limitación está muy por encima de la media del tamaño de los hoy existentes, de modo que puede considerarse una medida de ordenación territorial prudente, razonable, proporcionada y no discriminatoria, pues con la regulación prevista tendrían acogida todos los grandes establecimientos actualmente operativos. Tampoco ha lugar a entrar en la alegación relativa a determinado proyecto de ocio en particular por ser el PATSECOVA un proyecto de norma general.

**No estimar** el punto 3 pues el PATSECOVA no impone requisitos de acceso, pues como señala la Sentencia del Tribunal de Justicia de 30 de enero de 2018, *en el presente asunto, teniendo en cuenta los datos que obran en poder del Tribunal de Justicia, resulta que el plan urbanístico controvertido en el litigio principal no está comprendido en el ámbito de aplicación de este concepto. En efecto, aunque dicho plan ofrece a los prestadores la posibilidad de desarrollar algunas actividades de comercio minorista en zonas geográficas determinadas, tal posibilidad no proviene de un acto formal obtenido después de un trámite que los prestadores hayan tenido que hacer para ello, sino de la aprobación por la Junta de Gobierno de Appingedam de normas de aplicación general que figuran en dicho plan.*

El Tribunal de Justicia de 30 de enero de 2018, *concluye que de ello se deduce que los artículos 9 y 10 de la Directiva 2006/123, relativos a los regímenes de autorización, no son aplicables a una normativa como la controvertida en el litigio principal, y que por lo que atañe al concepto de «requisito», éste debe entenderse, de acuerdo con el artículo 4, punto 7, de dicha Directiva, en el sentido de que se refiere, en particular, a «cualquier obligación, prohibición, condición o límite previstos en las disposiciones legales, reglamentarias o administrativas de los Estados miembros», y por consiguiente, la Directiva 2006/123 no debe aplicarse a requisitos que no pueda considerarse que constituyen tales restricciones, puesto que no regulan específicamente ni afectan específicamente al acceso a una actividad de servicios o a su ejercicio, si bien deben ser respetados por los prestadores en el ejercicio de su actividad económica, al igual que por los particulares en su capacidad privada.*

**No estimar** el punto 4 ya que como señala el Tribunal de Justicia las normas urbanísticas están excluidas de la aplicación de la Directiva 2006/123, de servicios y por tanto no hay obligación de remitirlas a la Comisión Europea, siendo los tribunales de instancia quienes deben controlar si se cumplen las condiciones enunciadas en el artículo 15, apartado 3, de dicha Directiva.

En consecuencia, dado que el PATSECOVA no establece autorizaciones ni requisitos de acceso a servicios, sino que se trata de una norma de carácter urbanístico no puede causar restricciones a los operadores económicos, ya que los planes urbanísticos al estar excluidos de la Directiva 2006/123, de servicios, y como señala el Tribunal de Justicia, *las normas relativas a la ordenación del territorio, urbanismo y ordenación rural y las sanciones administrativas impuestas por no cumplir dichas normas, que no regulan específicamente o no afectan específicamente a la actividad del servicio tienen que ser respetadas por los prestadores en el ejercicio de su actividad económica al igual que por los particulares en su capacidad privada.*

#### **DETERMINACIONES QUE SE MODIFICAN POR LA ALEGACIÓN/SUGERENCIA/DICTAMEN**

No hay determinaciones que modificar