



**Plan de acció territorial sectorial del comerç de la  
Comunitat Valenciana (PATSECOVA)**

Versió proposta

**ESTUDIO DE EVALUACIÓN AMBIENTAL Y  
TERRITORIAL ESTRATÉGICA**



## Índice de contenidos

<b>1.</b>	<b>Introducción.</b>	<b>5</b>
1.1.	La Evaluación Ambiental Estratégica.	5
1.2.	El procedimiento de la EAE.	6
1.3.	Alcance y contenido de la EAE.	7
1.4.	Metodología de la EAE.	8
<b>2.</b>	<b>Contenidos y objetivos del PATSECOVA.</b>	<b>9</b>
2.1.	Antecedentes del Plan.	9
2.2.	Alcance del Plan.	10
2.3.	Marco legal.	10
2.4.	Objetivos y estrategias.	11
<b>3.</b>	<b>Proceso de construcción colectiva del Plan: El plan de participación.</b>	<b>15</b>
3.1.	Objetivos del Plan de participación.	17
3.2.	Actividades y herramientas del proceso de participación.	17
<b>4.</b>	<b>Relaciones con otros planes y programas.</b>	<b>20</b>
4.1.	Relación con otros planes y programas de carácter territorial.	20
4.1.1.	Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana.	20
4.1.2.	Plan de Acción Territorial de Carácter Sectorial sobre prevención de Riesgos de inundación de la Comunitat Valenciana (PATRICOVA).	21
4.1.3.	Plan de Acción Territorial de carácter sectorial de corredores de infraestructuras.	21
4.1.4.	Plan de Acción Territorial de la Infraestructura Verde y el Paisaje de la Comunitat Valenciana.	22
4.1.5.	Plan de Acción Territorial de la Infraestructura Verde del Litoral de la Comunitat Valenciana.	23
4.1.6.	Plan de Acción Territorial de Protección de la Huerta de Valencia.	24
4.1.7.	Estrategia de política industrial de la Comunitat Valenciana Visión 2020 (EPI V-2020).	24
4.1.8.	Plan Integral de Residuos de la Comunitat Valenciana.	25
4.2.	Incidencia sobre el planeamiento urbanístico.	25
4.2.1.	Adaptación del Planeamiento Urbanístico General.	26
4.2.2.	Adaptación transitoria.	26
<b>5.</b>	<b>Síntesis del diagnóstico de la situación del comercio valenciano.</b>	<b>27</b>
5.1.	Debilidades	27
5.2.	Amenazas	28
5.3.	Fortalezas	29
5.4.	Oportunidades	29
<b>6.</b>	<b>Situación de los impactos ambientales que genera el comercio.</b>	<b>31</b>
6.1.	Incidencia ambiental sobre la Infraestructura Verde.	31
6.2.	Incidencia en la Infraestructura verde: Medio ambiente, espacios naturales, paisaje, sistema rural y patrimonio cultural.	33
6.2.1.	Efectos sobre el medio ambiente.	34
6.2.2.	Efectos sobre el consumo de energía.	35
6.2.3.	Efectos sobre las emisiones, la contaminación atmosférica y el cambio climático.	37
6.2.4.	Efectos sobre la generación de residuos sólidos.	40
6.2.5.	Efectos sobre la contaminación de las aguas.	41
6.2.6.	Efectos sobre la contaminación lumínica.	41
6.2.7.	Efectos sobre la contaminación acústica.	42
6.2.8.	Incidencia sobre los Espacios naturales.	43
6.2.9.	Incidencia sobre los recursos hídricos y la orografía.	43
6.2.10.	Incidencia en el paisaje.	44
6.2.11.	Incidencia en el sistema rural.	45
6.2.12.	Incidencia en el patrimonio cultural.	46
6.3.	Incidencia sobre otros elementos estratégicos del territorio.	47
6.3.1.	El sistema de asentamientos.	47
6.3.2.	Las infraestructuras viarias.	47

6.3.3.	Los espacios industriales.	49
6.3.4.	Las infraestructuras básicas.	50
6.3.5.	La franja litoral.	50
<b>7.</b>	<b>Elementos ambientales sensibles.</b>	<b>52</b>
<b>7.1.</b>	<b>Los elementos sensibles del territorio.</b>	<b>52</b>
<b>7.2.</b>	<b>Principal normativa de aplicación.</b>	<b>56</b>
7.2.1.	Medio ambiente.	56
7.2.1.1.	Control de la contaminación atmosférica y gestión de residuos.	56
7.2.1.2.	Control de la contaminación acústica.	57
7.2.1.3.	Recursos hídricos	57
7.2.1.4.	Paisaje	57
7.2.1.5.	Patrimonio cultural	57
7.2.1.6.	Sistema de asentamientos	58
7.2.1.7.	Infraestructuras viarias y movilidad	58
7.2.1.8.	Espacios industriales	58
7.2.1.9.	Franja litoral	59
<b>8.</b>	<b>Objetivos ambientales.</b>	<b>60</b>
<b>8.1.</b>	<b>Objetivos de referencia establecidos en normas, tratados, acuerdos y declaraciones.</b>	<b>60</b>
8.1.1.	De ámbito internacional.	60
8.1.2.	De ámbito estatal.	61
8.1.3.	De ámbito autonómico.	61
<b>8.2.</b>	<b>Objetivos ambientales estratégicos.</b>	<b>62</b>
8.2.1.	Utilización racional del suelo.	62
8.2.2.	Protección del medio natural.	62
8.2.3.	Prevención de riesgos naturales e inducidos.	63
8.2.4.	Uso sostenible y protección de los recursos hídricos.	63
8.2.5.	Conservación del patrimonio cultural y revitalización del patrimonio rural.	64
8.2.6.	Adecuada gestión de los residuos.	64
8.2.7.	Implementación de las infraestructuras y consideración de los recursos energéticos.	64
8.2.8.	Mejora del entorno urbano.	65
8.2.9.	Integración de la Infraestructura Verde.	65
8.2.10.	Eficiencia de la movilidad urbana y fomento del transporte público.	66
8.2.11.	Protección del paisaje.	66
8.2.12.	Educación Ambiental y Participación Ciudadana.	67
<b>9.</b>	<b>Medidas preventivas y correctoras.</b>	<b>70</b>
<b>9.1.</b>	<b>Principios generales.</b>	<b>70</b>
9.1.1.	Consumo de energía y contaminación atmosférica.	70
9.1.2.	Contaminación lumínica.	71
9.1.3.	Generación de residuos sólidos.	71
9.1.4.	Contaminación acústica.	72
9.1.5.	Contaminación de aguas y ahorro.	73
9.1.6.	Movilidad generada.	73
9.1.7.	Espacios naturales.	74
9.1.8.	Uso sostenible y protección de los recursos hídricos.	75
9.1.9.	Paisaje.	75
9.1.10.	Conservación del patrimonio cultural y revitalización del patrimonio rural.	75
9.1.11.	Implementación de las infraestructuras y mejora de los recursos energéticos.	75
9.1.12.	Utilización racional del suelo.	76
<b>10.</b>	<b>Alternativas.</b>	<b>77</b>
<b>10.1.</b>	<b>Alternativa 0: El futuro tendencial.</b>	<b>77</b>
<b>10.2.</b>	<b>Alternativa 1: Desarrollo de normativa sectorial.</b>	<b>80</b>
<b>10.3.</b>	<b>Alternativa 2: PATSECOVA.</b>	<b>82</b>

<b>11.</b>	<b>Seguimiento ambiental del Plan.</b>	<b>85</b>
<b>11.1.</b>	<b>Indicadores ambientales.</b>	<b>85</b>
11.1.1.	La movilidad generada por el comercio: personas y mercancías.	85
11.1.2.	La ocupación del suelo y la fragmentación del territorio.	85
11.1.3.	Energía y emisiones atmosféricas.	86
11.1.4.	Generación y tratamiento de residuos.	86
11.1.5.	Consumo de agua.	86
<b>11.2.</b>	<b>Responsables del seguimiento.</b>	<b>87</b>
	<b>Resumen no técnico.</b>	<b>88</b>
<b>12.</b>	<b>Viabilidad económica de las alternativas y de las medidas dirigidas a prevenir los efectos negativos del plan.</b>	<b>90</b>
<b>12.1.</b>	<b>Alternativa 0. No elaboración del Plan y aplicación de la actual política en ordenación comercial.</b>	<b>90</b>
<b>12.2.</b>	<b>Alternativa 1. Desarrollo de normativa sectorial.</b>	<b>91</b>
<b>12.3.</b>	<b>Alternativa 2. PASTECOVA.</b>	<b>91</b>
<b>12.4.</b>	<b>Viabilidad económica de las medidas preventivas.</b>	<b>92</b>

# 1. Introducción.

## 1.1. La Evaluación Ambiental Estratégica.

La Evaluación Ambiental Estratégica es el instrumento de prevención, establecido en la Directiva 2001/42/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de junio, para la integración de los aspectos ambientales en la toma de decisiones de planes y programas públicos. Dicha Directiva se incorpora al derecho interno español mediante la Ley 9/2006, de 28 de abril, sobre evaluación de los efectos de determinados planes y programas en el medio ambiente, y es derogada posteriormente por la Ley 21/2013, de 9 de diciembre, de evaluación ambiental (LEA) que establece las bases para la evaluación ambiental de los planes, programas y proyectos que puedan tener efectos significativos sobre el medio ambiente.

El Real Decreto Legislativo 2/2008, de 20 de junio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Suelo, establece en el artículo 15 que los instrumentos de ordenación territorial y urbanística están sometidos a evaluación ambiental de conformidad con lo previsto en la legislación de evaluación ambiental, la actualmente vigente Ley 21/2013.

El objetivo principal de la LEA es establecer los principios que informarán el procedimiento de evaluación ambiental de los planes, programas y proyectos que puedan tener efectos significativos sobre el medio ambiente, así como el régimen de cooperación entre la Administración General del Estado y las comunidades autónomas en esta materia.

Procede que sea objeto de evaluación ambiental de acuerdo con la LEA puesto que: el Plan ha sido redactado por una administración pública (Conselleria de Economía, Industria, Turismo y Empleo); cuya elaboración viene exigida por una disposición legal (Ley 12/2009 de 23 de diciembre); puede tener efectos significativos sobre el medio ambiente y debe servir como marco obligado de referencia para las Administraciones Locales para autorizar los usos y los equipamientos comerciales, para establecer Planes y Programas de cualquier tipo y los criterios de coordinación con otros sectores de actividad o con otras Administraciones implicadas en el marco del comercio minorista.

Respecto a la necesidad o no de adaptar el procedimiento de evaluación ambiental del Plan que nos ocupa a la Ley 21/2013, ésta recoge, en su Disposición Transitoria Primera que, esta ley es de aplicación a todos los planes cuya evaluación ambiental estratégica se inicie a partir del día de la entrada en vigor de la Ley (11 de diciembre de 2013), así como a las declaraciones de impacto publicadas con anterioridad a la referida fecha si no han comenzado la ejecución de los proyectos o actividades en el plazo máximo de seis años desde la entrada en vigor de esta Ley.

Indica, igualmente, que serán objeto de una Evaluación Ambiental Estratégica Ordinaria los planes que se adopten o aprueben por una Administración pública y cuya elaboración y aprobación venga exigida por una disposición legal o reglamentaria, cuando establezcan el marco para la futura autorización de proyectos legalmente sometidos a evaluación de impacto ambiental y se refieran, entre otros ámbitos, a la ordenación del territorio urbano y rural.

El presente Estudio de Evaluación Ambiental Estratégica ordinaria (en adelante EAE) acompaña a la versión preliminar del PATSECOVA.

## 1.2. El procedimiento de la EAE.

Documentalmente, la evaluación ambiental estratégica ordinaria consta de los siguientes trámites:

- ▶ Solicitud de inicio.
- ▶ Consultas previas y determinación del alcance del estudio ambiental estratégico.
- ▶ Elaboración del estudio ambiental estratégico.
- ▶ Información pública y consultas a las Administraciones públicas afectadas y personas interesadas.
- ▶ Análisis técnico del expediente.
- ▶ Declaración ambiental estratégica.

El promotor presentará ante el órgano sustantivo, junto con la documentación exigida por la legislación sectorial, una solicitud de inicio de la evaluación ambiental estratégica ordinaria, acompañada del borrador del plan y de un documento inicial estratégico.

El órgano sustantivo comprobará que la documentación presentada de conformidad con la legislación sectorial cumple los requisitos en ella exigidos y remitirá al órgano ambiental la solicitud de inicio y los documentos que la deben acompañar.

El órgano ambiental someterá el borrador del plan y el documento inicial estratégico a consultas de las Administraciones públicas afectadas y de las personas interesadas. Tras el plazo establecido para los posibles pronunciamientos, el órgano ambiental elaborará y remitirá al promotor y al órgano sustantivo un documento de alcance del estudio ambiental estratégico.

El documento de alcance del estudio ambiental estratégico se pondrá a disposición del público a través de la sede electrónica del órgano ambiental y del órgano sustantivo.

Teniendo en cuenta el documento de alcance, el promotor elaborará el estudio ambiental estratégico, en el que se identificarán, describirán y evaluarán los posibles efectos significativos en el medio ambiente de la aplicación del plan, así como unas alternativas razonables técnica y ambientalmente viables, que tengan en cuenta los objetivos y el ámbito de aplicación geográfico del plan o programa.

El promotor elaborará la versión inicial del plan teniendo en cuenta el estudio ambiental estratégico, y presentará ambos documentos ante el órgano sustantivo.

El órgano sustantivo someterá dicha versión inicial del plan, acompañado del estudio ambiental estratégico, a información pública, incluyendo también un resumen no técnico del estudio ambiental estratégico, y se consultará de nuevo a las Administraciones públicas afectadas y a las personas interesadas.

El promotor modificará, si es preciso, en base a las posibles alegaciones, tanto el estudio ambiental estratégico como el plan, elaborando la propuesta final del plan.

El órgano sustantivo remitirá al órgano ambiental el expediente de evaluación ambiental estratégica completo, formado por: la propuesta final de plan, el estudio ambiental estratégico, el resultado de la información pública y de las consultas, y un documento resumen en el que el promotor describa la integración en la propuesta final del plan de los aspectos ambientales, del estudio ambiental estratégico y de su adecuación al documento de alcance, del resultado de las consultas realizadas y cómo éstas se han tomado en consideración.

El órgano ambiental, una vez analizado el expediente, formulará la declaración ambiental estratégica y será publicada en el diario oficial correspondiente.

### 1.3. Alcance y contenido de la EAE.

El Anexo I de la Ley 21/2013 establece que la información que deberá contener el estudio ambiental estratégico será, como mínimo, la siguiente:

- a. Un esbozo del contenido, objetivos principales del plan o programa y relaciones con otros planes y programas conexos.
- b. Los aspectos relevantes de la situación actual del medio ambiente y su probable evolución en caso de no aplicar el plan o programa.
- c. Las características ambientales de las zonas que puedan verse afectadas de forma significativa.
- d. Cualquier problema ambiental existente que sea relevante para el plan o programa, incluyendo en concreto los relacionados con cualquier zona de particular importancia ambiental designada de conformidad con la legislación aplicable sobre espacios naturales y especies protegidas.
- e. Los objetivos de protección ambiental fijados en los ámbitos internacional, comunitario o nacional que guarden relación con el plan o programa, y la manera en que tales objetivos y cualquier aspecto ambiental se han tenido en cuenta durante su evaluación.
- f. Los probables efectos (comprendiendo también los secundarios, acumulativos, sinérgicos, a corto, medio y largo plazo, permanentes y temporales, positivos y negativos) significativos en el medio ambiente, incluidos aspectos como la biodiversidad, la población, la salud humana, la fauna, la flora, la tierra, el agua, el aire, los factores climáticos, los bienes materiales, el patrimonio cultural, incluido el patrimonio histórico, el paisaje y la interrelación entre estos factores.
- g. Las medidas previstas para prevenir, reducir y, en la medida de lo posible, contrarrestar cualquier efecto significativo negativo en el medio ambiente por la aplicación del plan o programa.
- h. Un resumen de las razones de la selección de las alternativas previstas y una descripción de la manera en que se realizó la evaluación, incluidas las dificultades (como deficiencias técnicas o falta de conocimiento y experiencia) que pudieran haberse encontrado a la hora de recabar la información requerida.
- i. Un programa de vigilancia ambiental en el que se describan las medidas previstas para el seguimiento
- j. Un resumen no técnico de la información facilitada en virtud de los párrafos precedentes.

## 1.4. Metodología de la EAE.

Los objetivos básicos de la EAE del PATSECOVA se pueden resumir de la siguiente manera:

- ▶ Elaborar un diagnóstico de los efectos ambientales del PATSECOVA de la Comunitat Valenciana que permita adoptar una decisión sobre su aceptabilidad.
- ▶ Proponer medidas y recomendaciones para integrar de forma efectiva las dimensiones ambientales en el diseño del propio PATSECOVA.
- ▶ Verificar que el PATSECOVA incluye un sistema de seguimiento del cumplimiento de objetivos y medidas, que permita adoptar, en su caso, medidas complementarias.
- ▶ Verificar la transparencia y participación pública en el proceso de elaboración del PATSECOVA.
- ▶ Para conseguir estos objetivos la evaluación se efectúa sobre cada una de las fases de elaboración y contenido del Plan, de acuerdo con el proceso metodológico que se resume a continuación:
- ▶ Análisis del PATSECOVA. Como primer capítulo de la evaluación se procede a una descripción del contenido del Plan, sintetizada a la luz de los objetivos de la evaluación ambiental, concluyendo con un análisis de las relaciones con otros planes o programas conexos.
- ▶ Análisis del medio, aspectos relevantes de la situación actual y previsión de escenarios posibles, donde se procede a la identificación y caracterización y priorización de los elementos ambientales y territoriales afectados, así como a la previsión de su evolución en ausencia del Plan.
- ▶ Determinación de los Objetivos de Protección Ambiental del PATSECOVA, fijados en los ámbitos internacional, comunitario, nacional, o autonómico que guardan relación con el Plan.
- ▶ Análisis de los objetivos del PATSECOVA, tanto de la coherencia externa con objetivos de protección ambiental de ámbito nacional e internacional como la coherencia interna entre diagnóstico, objetivos y medidas, la compatibilidad, conflictividad y jerarquía.
- ▶ Análisis del programa de acciones, las actuaciones (coherencia, certidumbre), los efectos significativos de las medidas sobre los elementos ambientales y territoriales (comparando escenarios posibles), la certidumbre de las medidas y su coherencia territorial y sectorial.
- ▶ Análisis del sistema de gestión y financiación, contemplando la operatividad del sistema, la coherencia con las medidas a aplicar y la delimitación de los agentes responsables de la aplicación del PATSECOVA
- ▶ Propuesta de medidas preventivas y de integración ambiental, para contrarrestar en la medida de lo posible cualquier efecto significativo negativo en el medio ambiente por la aplicación del PATSECOVA. Se incluyen recomendaciones derivadas de los análisis anteriores con el objeto de mejorar, en su caso, la integración ambiental del Plan. Estas recomendaciones se referirán especialmente a la inclusión o mayor desarrollo de aspectos que, en su caso, no se hayan contemplado suficientemente en el Plan y a la propuesta de profundizar en el conocimiento y determinación de aspectos con deficiencias al respecto.
- ▶ Análisis del programa de seguimiento, incluye el análisis de la posibilidad de un seguimiento efectivo de los principales problemas y variables ambientales y del Sistema de indicadores establecidos al efecto.
- ▶ Resumen de la información de la EAE: se incluirá un resumen no técnico del contenido de la EAE a efectos de divulgación y conocimiento público.

# 2. Contenidos y objetivos del PATSECOVA.

## 2.1. Antecedentes del Plan.

En el año 2011, el Gobierno Valenciano actualizó la legislación valenciana en materia de comercio interior (Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat Valenciana, de Comercio de la Comunitat Valenciana, en adelante LECOVA). En la exposición de motivos, la LECOVA reconoce que, por exigencias de la Directiva 2006/123/CE, se han suprimido todos los requisitos que subordinaban la concesión de la autorización comercial a una valoración del impacto de la implantación de los nuevos establecimientos comerciales sobre la oferta comercial ya existente, lo que supone un cambio trascendental en la orientación en la regulación de la implantación de establecimientos comerciales que atiende, en línea con la norma comunitaria, a razones de interés general con base en criterios de ordenación del territorio, urbanismo, medioambiente y protección del patrimonio artístico y cultural y la protección de los consumidores.

En esta nueva orientación, la ordenación territorial del comercio se deriva a la realización del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana. La Ley dispone, en el artículo 31.1, que *"La Conselleria competente en materia de comercio promoverá la realización del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana, que definirá los criterios, directrices y orientaciones territoriales para que la ordenación comercial se desarrolle de forma coherente con la planificación territorial, asegurando su coherencia con los objetivos de calidad de vida y desarrollo sostenible contemplados en la legislación valenciana de ordenación del territorio y protección del paisaje, y su contribución eficaz a los mismos."*

En los siguientes apartados de dicho artículo, define y orienta los contenidos concretos del PATSECOVA:

*"2. El plan delimitará las áreas comerciales funcionales de la Comunitat Valenciana en base a criterios de accesibilidad territorial, capacidad y fuerza de atracción que ejercen las ciudades y criterios funcionales, orográficos, urbanísticos, históricos, medioambientales, socioculturales y visuales. En su delimitación se atenderá a la efectuada con carácter general por la estrategia territorial de la Comunitat Valenciana, así como a la infraestructura verde de la Comunitat Valenciana.*

*3. En ningún caso el Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana tomará en consideración el impacto de la implantación de nuevos establecimientos comerciales sobre la oferta comercial ya existente.*

*4. 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.*

*5. 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."*

Igualmente la LECOVA establece en su Disposición Adicional Primera que *"1. La elaboración del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana corresponderá a la Conselleria competente en materia de comercio, en colaboración con la Conselleria competente en materia de ordenación del territorio y urbanismo, debiéndose consultar al Consejo de Cámaras Oficiales de Comercio Industria y Navegación de la Comunitat Valenciana. Elaborado el plan, se remitirá al Consell para su aprobación."* y que *"2. El Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana, que se tramitará conforme a lo dispuesto en los artículos 56 a 60 de la Ley4/2004, de 30 de junio, de la Generalitat, de Ordenación del Territorio y Protección del Paisaje, deberá aprobarse en el plazo máximo de dos años a partir de la publicación de la presente ley."*

Por su parte, el Decreto 1/2011, de 13 de enero, del Consell, por el que se aprueba la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana recoge en el punto primero de su Directriz 106 que “A los efectos de la estrategia territorial, se definen como grandes superficies comerciales de impacto territorial supramunicipal aquellas implantaciones de suelo terciario de uso predominantemente comercial de más de 2.500 metros cuadrados de superficie de venta o las que así considere un futuro Plan de Acción Territorial sobre la Actividad Comercial en la Comunitat Valenciana”.

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

## 2.2. Alcance del Plan.

El ámbito geográfico de actuación del Plan Territorial abarca al conjunto del territorio de la Comunitat Valenciana y por tanto a las tres provincias y los 542 municipios que la componen y que en conjunto suponen una superficie de 23.355 km<sup>2</sup> y una población de 5.113.815 habitantes (en el año 2013). El Plan de Acción Territorial establecerá determinaciones y criterios en todos los ámbitos geográficos de la Comunitat Valenciana, especialmente en la escala intermedia (Áreas Funcionales Comerciales) y a nivel local en base al Sistema Nodal de Referencia (Sistema Nodal de Referencia Comercial).

En cuanto a su aplicación sectorial, el alcance del Plan se circunscribe a la actividad comercial minorista, compuesta en la actualidad por 64.145 puntos de venta y 51.538 empresas. A los efectos del Plan, se entiende por actividad comercial la consistente en ofrecer en el mercado interior productos, naturales o elaborados, por cuenta propia o ajena, así como servicios bajo cualquier forma de comercialización, venta o prestación. La actividad comercial de carácter minorista es la que se desarrolla profesionalmente con ánimo de lucro consistente en la oferta de cualquier clase de productos y/o servicios a los destinatarios finales de los mismos, utilizando o no un establecimiento.

El Plan tendrá una vigencia indefinida, sin perjuicio de su programación temporal y de su revisión o modificación. Cada cuatro años, el departamento de la Generalitat competente en la redacción y seguimiento del PATSECOVA elaborará una memoria que valorará el cumplimiento del mismo y su incidencia en la ordenación territorial sectorial del comercio y en el planeamiento urbanístico municipal y definirá las medidas a adoptar para evitar los desajustes que, en su caso, se detecten. Dicha memoria se elevará a la Conselleria competente en ordenación del territorio para su conocimiento.

La nulidad, anulación o modificación de alguna de las determinaciones contenidas en el Plan no afectará a la validez de las restantes, salvo que alguna de ellas resulte inaplicable por circunstancias de interrelación o dependencia de aquellas.

## 2.3. Marco legal.

El artículo 49.1.35.<sup>a</sup> del Estatuto de Autonomía de la Comunitat Valenciana atribuye a la Generalitat competencia exclusiva en materia de comercio interior y defensa del consumidor y del usuario, sin perjuicio de la política general de precios, la libre circulación de bienes, la legislación sobre la defensa de la competencia y la legislación del Estado.

Los títulos competenciales en materia de comercio interior y defensa de los consumidores facultan para regular de manera amplia y global la ordenación territorial del comercio. Sin embargo, en esta materia inciden otros títulos competenciales que también atribuyen igualmente competencias exclusivas. Respecto a la regulación del comercio y territorio, son relevantes los títulos competenciales contenidos en las reglas 5<sup>a</sup> y 9<sup>a</sup> del artículo 49.1 del Estatuto de Autonomía en materia de ordenación del territorio, urbanismo y protección del patrimonio histórico-artístico. Y también las reglas relativas a infraestructuras y medio ambiente contenidas en las reglas 13<sup>a</sup>, 14<sup>a</sup>, 15<sup>a</sup> y 16<sup>a</sup> del mismo precepto estatutario.

El PATSECOVA se enmarca dentro del conjunto de planes sectoriales de carácter territorial promovidos por la Generalitat y se desarrollará en coherencia con la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana y la Infraestructura Verde de la Comunitat Valenciana. La figura de los Planes de Acción Territorial de carácter sectorial

está recogida en la Sección II de la Ley 4/2014, de 25 de julio, de la Generalitat, de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje de la Comunitat Valenciana, en su artículo 16. Los Planes de Acción Territorial son “instrumentos de ordenación territorial que desarrollan, en ámbitos territoriales concretos o en ámbitos sectoriales específicos, los objetivos, principios y criterios de la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana”.

En el mismo artículo 16 se describe el contenido mínimo de un Plan de Acción Territorial: la definición de objetivos, un análisis territorial de los aspectos relevantes al Plan, un diagnóstico del territorio y la definición de escenarios de futuro, detallando la problemática y oportunidades de su ámbito de actuación, identificando sus causas y los agentes cuya actuación sea relevante para alcanzar los objetivos del plan.

La aplicación de los criterios de ordenación contenidos en el PATSECOVA se coordinará, en la forma que corresponda, con la regulación derivada de la Ley de Comercio de la Comunitat Valenciana (Ley 3/2011), la Ley 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista y demás normas sectoriales que le sean de aplicación.

## 2.4. Objetivos y estrategias.

Como marco de referencia para definir los objetivos del Plan, es necesario considerar los establecidos en la Ley de Comercio valenciana (art.93) respecto a la actuación pública en comercio:

- a. Mejorar la competitividad de las empresas comerciales y del conjunto del sistema de distribución comercial valenciano.
- b. Favorecer la adaptación de las empresas comerciales a los cambios del mercado, en los ámbitos de la mejora de la eficiencia, gestión y productividad, especialmente de las pymes y microempresas.
- c. Impulsar la cooperación, el asociacionismo sectorial y la integración empresarial.
- d. Impulsar la cualificación de los recursos humanos del sector, adaptando la formación profesional de los comerciantes, directivos y empleados a las necesidades del mercado y apoyando a los emprendedores del comercio.
- e. Ordenar la implantación de grandes establecimientos comerciales, en base a criterios de sostenibilidad territorial.
- f. Conseguir un comercio más innovador y extender las nuevas tecnologías.
- g. Implantar la cultura de la calidad y de la excelencia del servicio.
- h. Impulsar una mayor responsabilidad medioambiental del comercio valenciano.
- i. Dinamizar el comercio urbano consolidando las áreas comerciales urbanas, impulsando la realización de planes de desarrollo comercial de carácter local y supramunicipal y apoyando la realización de actuaciones de urbanismo comercial.
- j. Mejorar el conocimiento sobre el sector comercial valenciano y su evolución.

Por su parte, también con incidencia en el Plan Territorial es destacada la mención en el art.96 de la referencia a un comercio sostenible y responsable al indicar que “La Generalitat promoverá el comportamiento socialmente responsable de las empresas que contribuya al desarrollo sostenible, orientando la actividad comercial con actuaciones de fomento capaces de conciliar el crecimiento económico y la competitividad, con la protección del medio ambiente y los valores y demandas sociales”.

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

1. Incrementar la importancia del sector comercial minorista en la economía valenciana.
2. Impulsar la creación de nuevo empleo en el sector del comercio.
3. Propiciar la diversidad comercial, el servicio y la proximidad del comercio a los consumidores.
4. Fomentar un desarrollo comercial inteligente, sostenible y coherente con el resto de instrumentos y planes urbanísticos y territoriales.

5. Impulsar la simplificación administrativa en la implantación comercial.
6. Reducir la huella medioambiental del comercio.

Hacer un uso eficiente y racional de los recursos naturales, energéticos, hídricos, la biodiversidad y del suelo; desarrollar políticas activas de mitigación de los impactos ambientales y especialmente de los determinantes del cambio climático es uno de los principales retos a los que se enfrentan los países desarrollados. Desde un punto más procedimental, el Plan Territorial debe servir como marco obligado de referencia para las actuaciones de las Administraciones Públicas, especialmente las Administraciones Locales, en la materia objeto de regulación, tanto para proceder a autorizar los usos y los equipamientos comerciales, como para establecer Planes o Programas de cualquier tipo. Además debe servir para establecer criterios de coordinación con otros sectores de actividad o con otras Administraciones implicadas, en el marco general y particular de la ordenación territorial del comercio minorista.

Es imprescindible abordar de forma prioritaria la relación entre la planificación territorial y el planeamiento urbanístico. La figura de planificación urbanística fundamental ha quedado reducida, en la práctica al Plan General de Ordenación Urbana o Municipal. El Plan General, tal y como está planteado, se ocupa de delimitar el suelo urbano y urbanizable, pero no de gestionar en régimen de escasez el conjunto de la superficie geográfica municipal, atendiendo a sus orientaciones, valores y servidumbres y urbano-industriales. Además, el Plan General es un instrumento sumamente pesado y muy complicado de modificar, sobre todo en ciudades grandes. De forma que la mayor parte de las ciudades se están limitando a mantener sus planes generales, normalmente muy antiguos, y funcionan mediante modificaciones puntuales de planeamiento. Estas modificaciones puntuales son tan importantes, en muchas ocasiones, que cambian de forma determinante la imagen global del plan sin tener en consideración las implicaciones que se producen en el resto de la ciudad y su área de influencia. Esta situación, tanto en la planificación territorial como en el planeamiento urbanístico, es muy negativa para la ordenación racional del territorio, porque existe una falta de visión global y una escasa implicación de la ciudadanía en procesos que se les escapan, dando lugar a la atención del corto, frente el largo plazo.

Para que la relación entre planificación territorial y planeamiento urbanístico funcione de forma coherente es preciso simplificar el sistema. Una planificación territorial mucho más operativa con determinaciones a corto plazo y otras a largo plazo (las primeras básicamente de carácter económico relacionadas con los períodos de cada gobierno y con los presupuestos anuales, y las segundas con limitaciones de carácter ambiental) que implicasen la necesidad de revisar sólo determinadas partes del plan dejando el resto sin tocar. Y un planeamiento urbanístico con un sistema de revisión mucho más flexible que el vigente y una mayor implicación de la ciudadanía en los procedimientos de cambio, así como un sistema de información que permita analizar en tiempo real la situación de la ciudad o de los territorios afectados y proyectar tendencias y escenarios de futuro. Hay que considerar que la redacción de un Plan General en la mayor parte de los casos, puede necesitar, desde el momento en el que se produce la toma de datos (lo que se conoce como información urbanística), hasta que el plan se aprueba, un mínimo de unos cuatro o cinco años. En estas condiciones, los datos de partida en los que se ha basado la redacción del plan en muchos casos ya no coinciden con los reales. A su vez, la planificación territorial debe contar con instrumentos que permitan hacer de puente con el planeamiento urbanístico, adaptando el planeamiento municipal a determinaciones especificadas a una escala más amplia, pues muchos de los problemas e incidencias territoriales que se producen hoy desbordan los límites municipales y deben contextualizarse en una escala más amplia.

Desde esta perspectiva, el Plan deberá proporcionar un nivel adecuado de equipamiento comercial para todo el territorio de la Comunitat Valenciana. Debe ser un instrumento de reequilibrio territorial en aras a un mejor servicio y la minimización de los desplazamientos de los consumidores, especialmente por motivos de abastecimiento de productos básicos o cotidianos.

El Plan deberá reforzar las estructuras territoriales y el SNR comercial, facilitando la creación y potenciación de centralidades y polaridades que, aumentando la atractividad de cada lugar, aseguren la extensión del equipamiento comercial en el territorio, en base a criterios de proximidad, diversidad y centralidad. Así mismo, se deberá facilitar a los consumidores una accesibilidad cercana a los equipamientos comerciales de mayor tamaño, en función de las infraestructuras de transporte colectivo existente o previsto.

Para la consecución de los objetivos se han establecido 34 directrices, agrupadas en torno a las cinco estrategias establecidas, si bien, como no puede ser de otra forma, algunas directrices inciden en más de una estrategia.

**ESTRATEGIA 1: Establecer un marco de objetivos y criterios en la planificación territorial del suelo comercial que apoye la vertebración de la Comunitat Valenciana y que tenga capacidad de adaptarse a la dinámica socioeconómica y medioambiental del sector comercial.**

**Directriz**

Identificación del Sistema Nodal de Referencia Comercial y las Áreas Urbanas Integradas de las cabeceras y subcabeceras comerciales.

Identificar los ámbitos territoriales a escala intermedia: las áreas funcionales comerciales como ámbitos de referencia en la planificación territorial del comercio.

Directrices de ordenación comercial a escala de área funcional.

Clarificar el concepto de uso comercial.

Definir criterios y directrices para el desarrollo de nuevo suelo comercial.

Establecer metodologías para estudios de demanda de suelo comercial a nivel municipal.

Identificar áreas en el territorio de nueva centralidad, de oportunidad, de intensificación, de regeneración, de dinamización y áreas saturadas.

Establecimiento de criterios territoriales y ambientales para la localización de nuevo suelo comercial.

Limitaciones a usos comerciales en suelo no urbanizable.

**ESTRATEGIA 2: Clarificar los criterios territoriales y medioambientales y definir un nuevo marco procedimental utilizado para la implantación de los Equipamientos Comerciales con Impacto Territorial (ECITs).**

**Directriz**

Clasificación de los establecimientos comerciales en base a su impacto territorial.

Establecimiento de índices orientativos máximos para la implantación de suelo comercial en grandes superficies comerciales en las áreas funcionales comerciales.

Requisitos y condicionantes técnicos para las implantaciones.

Integración paisajística de los ECITs.

Clarificación de supuestos en los que es necesaria la autorización comercial autonómica.

Consideración de los ámbitos estratégicos y de localización preferente de estos equipamientos.

Definir criterios territoriales, ambientales y paisajísticos de localización.

Consideración de usos comerciales en las actuaciones territoriales estratégicas.

**ESTRATEGIA 3: Propiciar la regeneración de ámbitos comerciales de relevancia que sufran procesos de degradación urbanística o medioambiental..**

**Directriz**

Identificar y caracterizar los ámbitos territoriales comerciales degradados del territorio: centros urbanos, espacios suburbanos, parques comerciales, etc.

Plan de actuaciones y medidas de regeneración urbanística, medioambiental y paisajística.

Instrumentos de gestión compartida en las zonas comerciales.

Planes de actuación público-privada para la regeneración de dichos ámbitos.

**ESTRATEGIA 4: Impulsar, a través de la iniciativa pública y privada, la mejora de las infraestructuras comerciales.**

**Directriz**

Incorporar directrices de urbanismo comercial dentro de la planificación urbanística.

Plan de actuaciones en equipamientos comerciales urbanos.

Integración de actuaciones de urbanismo comercial en el ámbito municipal.

Actuaciones en mercados municipales y áreas de venta no sedentaria.

Reconocimiento e impulso a la red de Centros Comerciales Urbanos.

Apoyo al comercio rural.

Actuaciones de mejora medioambiental en el comercio.

**ESTRATEGIA 5: Fomentar la cooperación interadministrativa, el acceso a la información por parte de los operadores y la investigación y el desarrollo en el sector comercial.**

**Directriz**

Coordinación de las distintas Administraciones.

Sistema de Información del Comercio.

Sistema de Información Territorial Comercial.

Nuevos desarrollos normativos.

Simplificación administrativa.

La consecución de estos objetivos debe permitir alcanzar un modelo comercial-territorial que reúna las siguientes características:

- ▶ La actividad comercial debe jugar un papel relevante en la vertebración territorial valenciana.
- ▶ Que favorezca que el comercio contribuya decisivamente en la generación empleo y riqueza al mantener su importancia en la economía valenciana.
- ▶ Un modelo que preste servicios eficaces y competitivos, con una continua adaptación a las necesidades de los usuarios.
- ▶ Que vincule la actividad comercial con conceptos como sostenibilidad, respecto por la identidad y cultura.
- ▶ Que garantice una dotación comercial suficiente, diversa y próxima en todas las zonas del territorio, de forma la población tenga una posibilidad de acceso igualitario a la misma y se reduzcan los desplazamientos.
- ▶ Flexible para poder ser asimilado en las distintas escalas del territorio: áreas, conglomeraciones urbanas, ciudades, barrios, etc.
- ▶ Que prevea los cambios de un sector que está en constante transformación, debido a la creación de nuevos formatos comerciales y a los importantes avances tecnológicos que se producen, sin la creación de tensiones o desequilibrios territoriales.
- ▶ El modelo debe favorecer la creación de herramientas para su desarrollo, el traslado de tecnologías y formas gestión avanzada que funcionan: desarrollo de espacios de innovación, relaciones de concertación entre el sector público y privado, nuevas formas de cooperación a distintas escalas, fortalecimiento de las estructuras organizativas y asociativas de integración, etc.

# 3. Proceso de construcción colectiva del Plan: El plan de participación.

El Plan de Participación Pública define las características del proceso de participación pública y el marco al que debe ajustarse su desarrollo en la elaboración del Plan Territorial. En este Plan de Participación se recogen las actividades que se pretenden llevar a cabo para facilitar el acceso a toda la información del PATSECOVA y conocer las opiniones de los representantes del sector, expertos y la ciudadanía en general respecto a las actuaciones que el Plan prevé, siempre con antelación a la toma de decisiones.

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

La incorporación de los procesos de participación pública está consagrada en un numeroso acervo de normas. Por su parte, el proceso de Evaluación Ambiental Estratégica obliga a la realización de distintos procesos de consulta e información.

El marco legal que regula el proceso de participación se basa en las siguientes leyes y normas:

- ▶ Ley 5/2014, de 25 de julio, de la Generalitat, de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje.
- ▶ Ley 21/2013, de 9 de diciembre, de evaluación ambiental.
- ▶ Ley 27/2006, de 18 de julio, por la que se regulan los derechos de acceso a la información, de participación pública y de acceso a la justicia en materia de medio ambiente (asume el Convenio Europeo de Aarhus y las Directivas 2003/4/CE y 2003/35/CE).
- ▶ Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno.
- ▶ Ley 2/2015, de 2 de abril, de la Generalitat, de Transparencia, Buen Gobierno y Participación Ciudadana de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Ley 2/2016, de 4 de marzo, de la Generalitat, de modificación de la Ley 2/2015, de 2 de abril, de Transparencia, Buen Gobierno y Participación Ciudadana de la Comunitat Valenciana
- ▶ Decreto 76/2009, de 5 de junio, por el que se aprueba el Reglamento de Participación Ciudadana en la Comunitat Valenciana.
- ▶ Decreto 55/2001 de 13 de marzo, del Gobierno Valenciano, por el que se regula el Observatorio del Comercio Valenciano.
- ▶ Ley 37/2007, de 16 de noviembre, sobre reutilización de la información del sector público.
- ▶ Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común (Vigente hasta el 2 de octubre de 2016).
- ▶ Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas (Vigente a partir del 2 de octubre de 2016).
- ▶ Orden de 14 de marzo de 2001, de la Conselleria de Industria y Comercio, por el que se designan las entidades y organizaciones que integran el Observatorio del Comercio Valenciano.

### 3.1. Objetivos del Plan de participación.

Junto a las condiciones que el referido marco legislativo establece sobre la participación pública, se plantean como objetivos específicos del Plan de participación del PATSECOVA:

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

### 3.2. Actividades y herramientas del proceso de participación.

El proceso de participación se estructura en una serie de etapas o fases correlativas que se ajustan a una secuencia, en base al proceso de elaboración y tramitación del Plan y de la Declaración Ambiental Estratégica, conforme a las fases establecidas en el apartado 8 del presente documento. El contenido que se desarrolla a lo largo de estas fases, es el siguiente:

- ▶ Definición de las distintas fases y temas a tratar en cada una de ellas.
- ▶ Definición del público interesado, agentes y Administraciones Públicas afectadas por el PATSECOVA.
- ▶ Definición de las actividades a realizar así como la programación de calendarios y programas de trabajos para asegurar el intercambio de información y consulta.
- ▶ Evaluación del proceso de participación pública del Plan.
- ▶ Incorporación de los resultados obtenidos en un proceso de evaluación del Plan de Participación.
- ▶ Publicidad y seguimiento del Plan.

Las actividades a realizar en cada una de estas fases comprenderán las fases descritas en la siguiente Tabla, conforme a lo establecido en el Capítulo II de la LOTUP (Tramitación de los planes y programas sujetos a evaluación ambiental y territorial estratégica):

Fases en la tramitación del Plan	Actividades relevantes de la tramitación.	Comentarios.
<b>Fase 1: Solicitud de inicio de la evaluación ambiental estratégica ordinaria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ El promotor del Plan presenta ante el órgano sustantivo, una solicitud de inicio de la Evaluación Ambiental Estratégica ordinaria, acompañada del borrador del Plan y de un documento inicial estratégico.</li> <li>▶ El órgano sustantivo comprueba que la documentación presentada cumple los requisitos exigidos y remite al órgano ambiental la solicitud de inicio y los documentos que la deben acompañar.</li> </ul>	

Fases en la tramitación del Plan	Actividades relevantes de la tramitación.	Comentarios.
<b>Fase 2:</b> <b>Consultas a las Administraciones públicas afectadas y a las personas interesadas.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ El órgano ambiental somete el borrador del Plan y el documento inicial estratégico a consultas de las Administraciones públicas afectadas y de las personas interesadas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Las AAPP afectadas y las personas interesadas, se pronuncian en el plazo de cuarenta y cinco días hábiles desde su recepción.</li> </ul>
<b>Fase 3:</b> <b>Elaboración del Documento de Alcance del Estudio Ambiental y Territorial Estratégico.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Una vez recibidas las contestaciones a las consultas, el órgano ambiental elabora y remite al promotor y al órgano sustantivo, el documento de alcance del estudio ambiental estratégico, junto con las contestaciones recibidas a las consultas realizadas.</li> <li>▶ Este documento se pone a disposición del público a través de la sede electrónica del órgano ambiental y del órgano sustantivo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Emitido por el órgano ambiental y territorial (Comisión de Evaluación Ambiental) con fecha de 29 de octubre de 2012.</li> </ul>
<b>Fase 4:</b> <b>Elaboración del Estudio Ambiental y Territorial Estratégico y de la Versión Preliminar del Plan.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ El promotor elabora el Estudio Ambiental y Territorial Estratégico, en el que se identifican, describen y evalúan los posibles efectos significativos en el medio ambiente de la aplicación del Plan, así como unas alternativas que tengan en cuenta los objetivos y el ámbito de aplicación geográfico del Plan.</li> <li>▶ En base a éste, elabora también la Versión Preliminar del Plan.</li> </ul>	
<b>Fase 5:</b> <b>Sometimiento a información pública de la Versión Preliminar del Plan.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ El órgano promotor somete la Versión Preliminar del Plan y el Estudio Ambiental Estratégico a información pública previo anuncio en el Diari Oficial de la Comunitat Valenciana y en prensa escrita de gran difusión.</li> <li>▶ Se pone la documentación a disposición del público y se habilita un sitio web para la consulta de los documentos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ El plazo mínimo es de cuarenta y cinco días hábiles.</li> </ul>
<b>Fase 6:</b> <b>Consulta a las Administraciones públicas afectadas y a las personas interesadas.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Simultáneamente al trámite de información pública, el órgano promotor somete la Versión Preliminar del Plan junto con el Estudio Ambiental Estratégico a consulta de las AAPP afectadas y de las personas interesadas que hubieran sido previamente consultadas.</li> <li>▶ La Conselleria competente para la aprobación del Plan, a través de la dirección general correspondiente, coordinará las acciones para la obtención de los informes sobre las consultas realizadas a órganos de la Generalitat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ El plazo mínimo es de cuarenta y cinco días hábiles.</li> <li>▶ Si, como consecuencia de informes y alegaciones, se introducen cambios sustanciales en la Versión Preliminar del Plan, se someterá de nuevo a información pública, con un plazo de 20 días hábiles tras su publicación en el DOCV. En ese periodo se admitirán nuevas alegaciones referidas a los cambios propuestos.</li> <li>▶ Tras este periodo, se elaborará el Documento de participación pública, sintetizando los resultados y justificando cómo se han tomado en consideración.</li> </ul>
<b>Fase 7:</b> <b>Propuesta final de Plan.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Tomando en consideración las alegaciones formuladas en los trámites de información pública y de consultas, el promotor modifica el Estudio Ambiental Estratégico, y elabora la Propuesta final del Plan.</li> </ul>	

Fases en la tramitación del Plan	Actividades relevantes de la tramitación.	Comentarios.
<b>Fase 8: Análisis técnico del expediente.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ El órgano sustantivo remite al órgano ambiental el expediente de evaluación ambiental estratégica completo para su análisis técnico y de los impactos significativos de la aplicación del Plan.</li> </ul>	
<b>Fase 9: Declaración Ambiental Estratégica.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ El órgano ambiental formula la declaración ambiental estratégica, en un plazo máximo de tres meses contados desde la recepción del expediente completo.</li> <li>▶ La declaración ambiental estratégica se publica en el DOCV y se pone a disposición del público en la web de la Generalitat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ La Declaración Ambiental Estratégica tiene naturaleza de informe preceptivo y determinante, no siendo susceptible de recurso alguno.</li> </ul>
<b>Fase 10: Publicidad de la adopción o aprobación del Plan.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ El promotor incorpora el contenido de la declaración ambiental estratégica en el Plan y, de acuerdo con lo previsto en la legislación sectorial, lo somete a la adopción o aprobación del órgano sustantivo.</li> </ul>	

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

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

La aprobación definitiva del PATSECOVA por parte del Consell de la Generalitat Valenciana conlleva su necesaria publicación mediante anuncio a través de los mismos medios en que se informó acerca del inicio del proceso de participación pública. Los documentos aprobados definitivamente podrán consultarse a través de la página web de las Conselleria de Economía, Industria, Turismo y Empleo y de la Conselleria de Infraestructuras, Territorio y Medio Ambiente.

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

# 4. Relaciones con otros planes y programas.

## 4.1. Relación con otros planes y programas de carácter territorial.

Tal y como se establece en el Art 59.1 de la LOTPP, el Plan Territorial será coherente con el resto de instrumentos de ordenación territorial e integrará lo previsto en los instrumentos de planificación medioambiental en los términos previstos en la Ley de la Generalitat 11/1994, de 27 de diciembre, de Espacios Naturales Protegidos de la Comunitat Valenciana, y en las Directivas 79/409/CEE, de 2 de abril de 1979, relativa a la conservación de las aves silvestres y 92/43/CEE, de 21 de mayo de 1992, relativa a la conservación de los hábitats naturales y de la fauna y la flora silvestres, así como en los de protección del patrimonio cultural conforme a la Ley de la Generalitat, del Patrimonio Cultural Valenciano. Especialmente se tendrá en consideración los siguientes planes e instrumentos:

### 4.1.1. Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana.

Aprobada por el Decreto 1/2011, de 13 de enero, del Consell, y posteriormente modificada por el Decreto 166/2011, de 4 de noviembre, del Consell.

**Conselleria responsable:**

Conselleria de Infraestructuras, Territorio y Medio Ambiente.

**Objetivo y características:**

La Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana es el instrumento que define un modelo territorial de futuro para la Comunitat Valenciana con el máximo consenso entre los agentes sociales que operan en el territorio. Es éste un modelo que integra las políticas sectoriales con proyección territorial, tiene en cuenta las amenazas y oportunidades del contexto exterior, fomenta las acciones impulsoras de cambios en el territorio, establece directrices de planificación y gestión para el suelo no urbanizable, y define los ámbitos adecuados para la planificación de ámbito subregional. Todo ello, en un escenario económico y social complejo en el que se están produciendo cambios trascendentales que van a tener grandes repercusiones en la estructura y posición estratégica de los territorios en el entorno global.

**Ámbito de aplicación:**

Todo el territorio de la Comunitat Valenciana.

**Incidencia en el PATSECOVA:**

- ▶ Será coherentes con los objetivos y criterios de ordenación establecidos en la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Consideración de las unidades de análisis territorial: Ámbitos geográficos, Áreas funcionales y SNR.
- ▶ Consideración de las directrices generales y específicamente en lo que afecta a la ordenación de suelos para actividades económicas.
- ▶ Consideración de lo establecido en la Directriz 106 respecto a grandes superficies comerciales.

#### 4.1.2. Plan de Acción Territorial de Carácter Sectorial sobre prevención de Riesgos de inundación de la Comunitat Valenciana (PATRICOVA).

Aprobado por el Decreto 201/2015, de 29 de octubre, del Consell, el Plan de acción territorial sobre prevención del riesgo de inundación en la Comunitat Valenciana viene a actualizar al anterior Plan de 2003, adaptándolo al nuevo marco europeo en materia de evaluación de riesgos de inundación, a las posibilidades que ofrecen los avances tecnológicos experimentados desde 2003, así como con el objetivo de recoger las determinaciones de la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana.

**Conselleria responsable:**

Conselleria de Infraestructuras, Territorio y Medio Ambiente.

**Objetivo y características:**

Objetivos y principios del PATRICOVA se basan, fundamentalmente, en la obtención de un adecuado conocimiento y evaluación de los riesgos de inundación en el territorio de la Comunitat, por un lado, así como en la fijación de procedimientos administrativos ágiles y rigurosos para incorporar la variable inundabilidad a los planes, programas y proyectos que tengan una proyección sobre el territorio.

También orienta los desarrollos urbanísticos y territoriales hacia las áreas no inundables o, en su caso, hacia las de menor peligrosidad de inundación, y gestiona las zonas inundables dentro del sistema territorial de la Infraestructura Verde, favoreciendo la producción de los servicios ambientales, así como la conservación y mejora de los paisajes naturales y culturales en torno al agua.

**Ámbito de aplicación:**

Todo el territorio de la Comunitat Valenciana.

**Incidencia en el PATSECOVA:**

- ▶ Consideración de criterios generales.
- ▶ Consideración del riesgo de inundación en la identificación de suelos aptos para usos comerciales.

#### 4.1.3. Plan de Acción Territorial de carácter sectorial de corredores de infraestructuras.

DECRETO 78/2005, 15 abril, Conselleria de Infraestructuras y Transporte que aprueba definitivamente el Plan de Acción Territorial de Carácter Sectorial de Corredores de Infraestructuras de la Comunitat Valenciana.

**Conselleria responsable:**

Conselleria de Infraestructuras, Territorio y Medio Ambiente.

**Objetivo y características:**

Su objeto es la reserva de suelo para la ejecución del "Proyecto de Transferencias de recursos hídricos de la cuenca del Ebro a diversas cuencas, autorizadas por el art. 13 de la Ley 10/2001 de 5 de julio (PHN)". Establece la reserva de suelo necesaria para el trazado de las infraestructuras lineales e instalaciones anexas a las mismas, así como las normas para la regulación del uso del suelo y de la edificación en dicha franja de reserva. Esta reserva de suelo se realiza para mantener el potencial del territorio por donde discurre el trazado aprobado, y así evitar que su ejecución pueda verse obstaculizada por la realización de actuaciones que incrementen su dificultad técnica o la hagan más gravosa desde el punto de vista económico.

**Ámbito de aplicación:**

Terrenos comprendidos en una franja de 200 metros a cada lado del trazado denominado “solución base” y “variantes”, y 400 metros en el entorno de los perímetros denominados “elementos de regulación y auxiliares”, definidos en el Proyecto de las Transferencias autorizadas por el artículo 13 de la Ley 10/2001, de 5 de julio, del PHN en el ámbito de la Comunitat Valenciana, aprobado por Resolución de 13 de noviembre de 2003, del Secretario de Estado de Aguas y Costas, del Ministerio de Medio Ambiente.

**Incidencia en el PATSECOVA:**

- ▶ Consideración de los trazados y reservas en la identificación de suelos comerciales.

#### 4.1.4. Plan de Acción Territorial de la Infraestructura Verde y el Paisaje de la Comunitat Valenciana.

En tramitación.

**Conselleria responsable:**

Conselleria de Infraestructuras, Territorio y Medio Ambiente.

**Objetivo y características:**

Uno de los objetivos principales de la Política de Paisaje es definir la Infraestructura Verde de la Comunitat Valenciana, una red interconectada conformada por los paisajes de mayor valor medioambiental, cultural y visual que se convertirá en la estructura básica ecológica de nuestra región. La Infraestructura Verde se consolidará a partir de iniciativas como la red valenciana de espacios naturales protegidos o la red Natura 2000, la incorporación de otros paisajes de valor cultural y visual y las áreas críticas del territorio con restricciones para la urbanización, como puedan ser zonas inundables, áreas con elevado riesgo de erosión, zonas de recarga de acuíferos, etc. El conjunto de estos espacios quedará ligado territorialmente mediante corredores ecológicos y conexiones funcionales que podrán en relación los diferentes paisajes valencianos, permitiendo el uso y disfrute público para toda la población.

Las nuevas actividades que se implanten en el territorio deberán adecuarse a los requerimientos de la Infraestructura Verde. Este sistema de espacios libres de edificación conformará una base sobre la que ordenar los usos que se den en el territorio, salvaguardando los elementos que marcan más profundamente el carácter de cada lugar

Identificar y proteger los paisajes de relevancia regional, y establecer criterios y directrices para la elaboración de los estudios de paisaje, la valoración del paisaje y su consecuente protección. Delimitar los ámbitos territoriales que deban ser objeto de planificación y actuación a escala supramunicipal, y delimitar los recorridos escénicos y las zonas de afección visual desde las vías de comunicación. Además, en coherencia con la Nueva Política de Paisaje identificar la Infraestructura Verde de la Comunitat Valenciana.

**Ámbito de aplicación:**

Todo el territorio de la Comunitat Valenciana.

#### **Incidencia en el PATSECOVA:**

- ▶ Consideración de criterios y directrices generales.
- ▶ Incorporación de protección de los elementos que conforman la IV de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Consideración de criterios y directrices generales.
- ▶ Adopción de criterios de integración paisajística del suelo para actividades económicas.
- ▶ Evitar las afecciones a los espacios de interés natural y paisajístico.
- ▶ Consideración de criterios visuales.
- ▶ Incorporación de criterios de cualificación paisajística para grandes superficies comerciales.

#### **4.1.5. Plan de Acción Territorial de la Infraestructura Verde del Litoral de la Comunitat Valenciana.**

Iniciado por Resolución de 11 de noviembre de 2015, de la consellera de Vivienda, Obras Públicas y Vertebración del Territorio.

##### **Conselleria responsable:**

Conselleria de Vivienda, Obras Públicas y Vertebración del Territorio.

##### **Objetivo y características:**

Tiene una naturaleza específicamente urbanística, orientada a la definición y preservación de la infraestructura verde del litoral, y su objetivo principal recae en la preservación de aquellos suelos de la infraestructura verde que no cuentan con un régimen de protección específico y adecuado a su gran valor territorial.

Como principio general, el PATIVEL definirá esta infraestructura en la franja de 500 metros desde la ribera del mar y tendrá garantizada su permeabilidad y conexión con los espacios que comprenden dicha infraestructura tierra adentro. Como así se determina para este sistema territorial básico en la LOTUP, esta definición de la infraestructura verde siempre será previa a la planificación de nuevos usos en el territorio, los cuales en ningún caso pondrán en peligro su estructura, función y viabilidad. En lo atinente a la utilización del dominio público marítimo-terrestre y sus servidumbres legales se aplicará la legislación vigente en materia de costas.

##### **Ámbito de aplicación:**

Toda la costa de la Comunitat Valenciana, y su zona de influencia.

#### **Incidencia en el PATSECOVA:**

- ▶ Preservación de la infraestructura verde del litoral.
- ▶ Impedir la aparición de conurbaciones no deseadas en el litoral, por consolidación de continuos edificados.
- ▶ Garantizar la conectividad ecológica y funcional.
- ▶ Corregir las disfunciones del planeamiento vigente.

#### 4.1.6. Plan de Acción Territorial de Protección de la Huerta de Valencia.

En tramitación.

**Conselleria responsable:**

Conselleria de Infraestructuras, Territorio y Medio Ambiente.

**Objetivo y características:**

Hacer de la Huerta el elemento vertebrador de la gran infraestructura verde que conecte las ciudades, pueblos, espacios naturales y espacios rurales del Área Metropolitana de Valencia. Definir los programas necesarios para garantizar la continuidad de la actividad agrícola en la Huerta, incorporando la posibilidad de facilitar la puesta en marcha de actividades complementarias a la agricultura y la de revertir en la huerta parte de los beneficios procedentes de las importantes externalidades que ésta genera. La integración y mejora de la relación física y visual de las infraestructuras y los bordes urbanos con la Huerta, la puesta en valor sus recursos culturales y visuales, así como la potenciación del uso público-recreativo de la Huerta.

**Ámbito de aplicación:**

El ámbito geográfico del Plan se extiende sobre una superficie que incluye los 45 términos municipales de las comarcas de l'Horta, así como las áreas que permitirán conectar la Huerta con los espacios naturales de mayor importancia del entorno metropolitano.

**Incidencia en el PATSECOVA:**

- ▶ Consideración de criterios y directrices generales.
- ▶ Consideración de las limitaciones a los usos y tipologías comerciales permitidas en el ámbito de actuación del Plan.

#### 4.1.7. Estrategia de política industrial de la Comunitat Valenciana Visión 2020 (EPI V-2020).

**Conselleria responsable:**

Conselleria de Infraestructuras, Territorio y Medio Ambiente.

**Objetivo y características:**

Establece las actuaciones a realizar en el ámbito industrial basadas en seis ejes: potenciación del capital humano de calidad; el I+D+i empresarial; la modernización y diversificación en busca de nuevos sectores; el crecimiento empresarial, para pasar de pymes a grandes empresas; la internacionalización; y la innovación conjunta con las políticas europeas en la materia.

**Ámbito de aplicación:**

Todo el territorio de la Comunitat Valenciana.

**Incidencia en el PATSECOVA:**

- ▶ Consideración de criterios y directrices generales.
- ▶ Consideración de las previsiones en infraestructuras que pueden tener efectos sobre la movilidad ligada a la actividad comercial y la actividad logística urbana.

#### 4.1.8. Plan Integral de Residuos de la Comunitat Valenciana.

Aprobado mediante Decreto 81/2013, de 21 de junio, del Gobierno Valenciano.

**Conselleria responsable:**

Conselleria de Infraestructuras, Territorio y Medio Ambiente.

**Objetivo y características:**

El Plan Integral de Residuos de la Comunitat Valenciana (PIR) establece un marco estratégico para la gestión integral y coordinada de los residuos, garantizando la protección de la salud humana, la defensa del medio ambiente y la protección de los recursos naturales.

El Plan actual surge como revisión y actualización del Plan Integral de Residuos de la Comunitat Valenciana de 1997, con el fin de evitar que las políticas territoriales en materia de residuos queden obsoletas.

Redefine los objetivos y acciones que se han considerado necesarios para adaptarlo a una situación en continua evolución, constituyendo la estrategia a seguir en materia de residuos en la Comunitat Valenciana, basándose especialmente en el principio «quien contamina paga», en los principios de cautela y acción preventiva y en el principio de corrección de la contaminación en su fuente.

**Ámbito de aplicación:**

Todo el territorio de la Comunitat Valenciana. El Plan afecta a todos los residuos de procedencia domiciliaria, actividades comerciales y de servicios, residuos asimilables a urbanos de las actividades industriales, residuos de jardinería, residuos inertes de cualquier procedencia, residuos industriales de cualquier origen, residuos sanitarios y residuos agropecuarios a excepción de los que se utilizan en el marco de las propias explotaciones agrícolas o ganaderas.

**Incidencia en el PATSECOVA:**

- ▶ Consideración de criterios y estrategias generales.
- ▶ Consideración en lo afecta a la recogida y tratamiento de residuos comerciales.

#### 4.2. Incidencia sobre el planeamiento urbanístico.

El art. 16 de la LOTUP establece que los planes de acción territorial pueden modificar directamente planes de acción territorial o planes urbanísticos aprobados. En tales supuestos, deberán incorporar un anexo en el que, además de concretar las mejoras en la ordenación que se proponen y las razones que las justifiquen, se acompañe un documento de refundición que refleje tanto las nuevas determinaciones como las que queden en vigor.

A su vez, el art.31.4 de la LECOVA establece a su vez 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”. En su punto 5 incide que “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”.

El art. 50 de la LOTUP indica que al inicio del procedimiento de tramitación se redactará un documento inicial estratégico que, entre otros aspectos, estudie la “*incardinación [del Plan] en la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana y su incidencia en otros instrumentos de la planificación territorial o sectorial.*”

#### 4.2.1. Adaptación del Planeamiento Urbanístico General.

Sin perjuicio del cumplimiento de las determinaciones del Plan Territorial, desde su entrada en vigor, los instrumentos de planeamiento urbanístico general deberán adaptarse a su contenido, cuando se proceda a la revisión, modificación o elaboración de los mismos y en sus respectivas tramitaciones, siempre que se haya alcanzado la aprobación inicial a la citada entrada en vigor del Plan.

#### 4.2.2. Adaptación transitoria.

Tal y como se recoge en la Disposición transitoria primera del proyecto de LECOVA, "En tanto no se apruebe el Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio o, una vez aprobado, cuando los Planes Generales de Ordenación Urbana no prevean zonas de uso comercial al por menor como uso específico, la autorización autonómica deberá basarse en los criterios establecidos en el artículo 35 de la Ley, y en los principios establecidos por la legislación valenciana en las materias de ordenación del territorio, urbanismo y protección del medioambiente."

# 5. Síntesis del diagnóstico de la situación del comercio valenciano.

Del documento informativo del Plan se pueden extraer las siguientes conclusiones respecto a la situación del comercio minorista valenciano:

## 5.1. Debilidades

- ▶ Distribución comercial heterogénea de los establecimientos comerciales minoristas, que genera diferencias en términos de densidad comercial.
- ▶ Alrededor de 40 municipios de la Comunitat Valenciana no disponen de un establecimiento comercial minorista.
- ▶ Más de una tercera parte de los municipios disponen de menos de 10 comercios.
- ▶ 49 municipios no disponen de ningún establecimiento de bienes diarios.
- ▶ Los municipios del Sistema Rural disponen de una dotación comercial débil, con un comercio por cada 87 habitantes.
- ▶ Insuficiente modernización de la oferta comercial en las zonas rurales, con un elevado predominio de alimentación y escasa diversificación comercial.
- ▶ Alta estacionalidad de los establecimientos comerciales minoristas localizados en municipios turísticos, sobre todo los situados en el litoral.
- ▶ Elevada edad media de los titulares de establecimientos comerciales tradicionales, que dificulta el relevo generacional.
- ▶ Falta de adaptación a nuevas tecnologías de gestión y escasa implantación de las nuevas tecnologías de venta.
- ▶ Baja participación en estructuras asociativas sectoriales o empresariales.
- ▶ Pequeña dimensión de las empresas con menor capacidad de negociación y de obtener economías de escala.
- ▶ Horarios comerciales poco ajustados a los distintos perfiles de consumidores.
- ▶ Localizaciones inadecuadas de algunos centros comerciales.
- ▶ Ausencia generalizada de integración paisajística de centros comerciales y desarrollos comerciales periféricos.
- ▶ Proliferación de bulevares comerciales deteriorados urbanísticamente.
- ▶ Escasas facilidades para el acceso con medios de transporte no mecanizados.
- ▶ Insuficiencias de las conexiones con transporte público.
- ▶ Falta de sensibilidad medioambiental del sector.
- ▶ Escasas imitativas de planificación supralocal en implantaciones comerciales.
- ▶ Baja calidad de mucha arquitectura comercial e insuficiencia en la urbanización y dotación de algunas zonas.

- ▶ Escaso tratamiento de la actividad comercial por parte de los instrumentos de planeamiento y ordenación del territorio.
- ▶ Inexistencia de una estrategia comercial explícita y diferenciada del resto de funciones urbanas y territoriales.
- ▶ La generación del espacio comercial en la Comunitat se ha realizado de forma espontánea y carente de planificación, en tanto que no ha existido una ordenación territorial adecuada para las funciones comerciales.
- ▶ Incidencia indiscriminada sobre los usos comerciales de ordenanzas orientadas a otras actividades terciarias.
- ▶ Ausencia de una planificación estratégica integrada y de coordinación supramunicipal que evite la aparición de conurbaciones comerciales.
- ▶ El sector comercial posee importantes tasas de ineficiencia en términos energéticos.
- ▶ Importante generadora de residuos sólidos.
- ▶ Algunas grandes superficies comerciales periféricas generan gran impacto visual y paisajístico.
- ▶ Pérdida de competitividad de los espacios comerciales centrales que requieren del planteamiento actuaciones que procuren su recuperación y revitalización.

## 5.2. Amenazas

- ▶ Tamaño empresarial pequeño.
- ▶ Influencia comercial de centralidades comerciales externas.
- ▶ Pérdida de competitividad de los sectores tradicionales y comercio autóctono.
- ▶ Desaceleración del crecimiento poblacional.
- ▶ Envejecimiento de la población, sobre todo en los municipios pertenecientes al Sistema Rural y despoblación en pequeñas poblaciones.
- ▶ Tendencia a la concentración de la población en los municipios pertenecientes al litoral y prelitoral que produce fenómenos de despoblamiento en el interior.
- ▶ Crecimiento de la población derivado de la inmigración, con menor poder adquisitivo y con unos hábitos de compra y de consumo que difieren a los españoles.
- ▶ Reducción del gasto en consumo de los hogares.
- ▶ Estacionalidad del turismo.
- ▶ Precio del suelo en las principales zonas comerciales que favorece la "deslocalización comercial".
- ▶ Constantes cambios en los hábitos de los consumidores.
- ▶ Reducción del presupuesto familiar destinado a la alimentación.
- ▶ La regulación de la actividad comercial de forma subsidiaria a los usos característicos residencial e industrial.
- ▶ La falta de previsión en las ordenanzas municipales de herramientas capaces de garantizar una distribución homogénea de la actividad comercial de proximidad en los suelos de nueva creación.
- ▶ Las fricciones entre el carácter aceleradamente cambiante e innovador del comercio y la vocación de estabilidad y previsibilidad del planeamiento urbano.
- ▶ La indefinición de la normativa municipal que asimila los usos comerciales indiferenciados dentro de las actividades terciarias.
- ▶ El abandono de los usos comerciales en algunos cascos urbanos debido a las limitaciones impuestas por la trama urbana y las tipologías edificatorias.

- ▶ Proliferación de los usos comerciales en entornos industriales.
- ▶ Aparición de corredores comerciales especializados y conurbaciones comerciales en los accesos a los cascos urbanos, que suponen el empobrecimiento de la imagen.
- ▶ La inexistencia de mezcla de usos y de locales comerciales a pie de calle impide la creación nuevos ejes comerciales y reduce la calidad del espacio urbano generado, relegado a las funciones relacionadas con la movilidad.
- ▶ Creación de macromanzanas monofuncionales cerradas al exterior que impiden la existencia de mezcla de usos y de locales comerciales a pie de calle y la creación nuevos ejes comerciales.
- ▶ Aparición de zonas comerciales y de ocio en entornos naturales amparándose en la ausencia de oferta suficiente para dar servicio a los residentes de las áreas rurales.

### 5.3. Fortalezas

- ▶ Sistema de distribución comercial valenciano muy competitivo.
- ▶ La gran diversidad de formatos, productos y de servicios, y la amplia gama de precios y calidades que ofrece el comercio valenciano.
- ▶ Existencia de empresas líderes en la distribución comercial minorista.
- ▶ Importante sector turístico activador de nuevos servicios y productos.
- ▶ Flexibilidad del comercio ante cambios del entorno por el pequeño tamaño de las estructuras empresariales.
- ▶ Buena dotación comercial del comercio cotidiano de proximidad.
- ▶ El comercio urbano juega un papel fundamental en el diseño y construcción de ciudades sostenibles.
- ▶ Cabeceras de áreas comerciales con una dotación comercial equilibrada y que concentran la mitad de la oferta y de la superficie comercial.
- ▶ Recuperación de los Centros Históricos Comerciales.
- ▶ Existencia de clústeres urbanos propicios al desarrollo de Centros Comerciales Urbanos.
- ▶ Existencia de un Plan de Acción Comercial en casi todas las cabeceras comerciales de la Comunitat Valenciana.

### 5.4. Oportunidades

- ▶ Relevancia creciente en el conjunto del sistema económico valenciano.
- ▶ Actualización de las normativas de comercio que se ajusten más a la realidad y situación actual del sector.
- ▶ La llegada de población extranjera como nuevo segmento objetivo.
- ▶ Mejora del sector turístico.
- ▶ Consumidores cada vez más segmentados generándose nuevas oportunidades de negocio.
- ▶ Existencia de sectores productivos tradicionales ligados directamente con el comercio minoristas: muebles, calzados, textil, etc.
- ▶ Presencia en la Comunitat de Institutos Tecnológicos ligados a bienes de consumo.
- ▶ Valoración positiva por parte de los consumidores del producto autóctono.
- ▶ El comercio minorista como generador de empleo.
- ▶ Mayor penetración del Internet en los hogares.

- ▶ El consumidor actual está cada vez más informado y es más exigente.
- ▶ Incremento de las economías de aglomeración para las grandes implantaciones.
- ▶ Las fuentes renovables localizadas pueden producir grandes ventajas para estas instalaciones.
- ▶ Mejora de la eficiencia energética en el sector.
- ▶ Integración creciente de estrategias de movilidad sostenible en la estrategia urbana.
- ▶ Modernización del comercio tradicional en paralelo al diseño de políticas de renovación y rehabilitación de cascos antiguos e históricos.
- ▶ Mejora del posicionamiento de las grandes superficies comerciales amparadas en fórmulas de reequilibrio territorial.
- ▶ Mejora del posicionamiento estratégico y de la competitividad empresarial del comercio gracias a la mejora de la gestión de los impactos sobre el medio ambiente y su minimización.
- ▶ Aprovechamiento turístico y cultural de patrimonio comercial histórico de indudable valor.

# 6. Situación de los impactos ambientales que genera el comercio.

## 6.1. Incidencia ambiental sobre la Infraestructura Verde.

El comercio urbano juega un papel fundamental en el diseño y construcción de ciudades sostenibles, ya que representa una de las formas de comercio menos intensivas en el uso de recursos. Se ha identificado una serie de problemas que puede impedir la evolución hacia un sector del comercio y de la distribución más sostenible; dichos problemas se enumeran a continuación:

- ▶ Un elevado consumo de energía, una producción importante de residuos, una contribución significativa al volumen de tráfico de mercancías y a la congestión de las ciudades.
- ▶ Contabilización insuficiente de los costes ambientales en la cadena de suministro del comercio y de la distribución (logística, eficacia energética de los comercios, marketing, comunicaciones, etc.).
- ▶ Falta de un método común de evaluación del impacto ambiental de los productos y servicios vendidos, de acuerdo con el enfoque del ciclo de vida del producto.

Como consecuencia de la naturaleza transversal del sector del comercio y de la distribución, las medidas previstas tendrán ampliamente en cuenta, tanto en su definición como en la concertación que caracterizará su proceso de adopción y en sus modalidades de aplicación, los diferentes objetivos perseguidos, respetando estrictamente los principios de subsidiariedad y proporcionalidad.

La actividad comercial tiene una incidencia notable sobre el territorio, y por lo tanto también sobre el conjunto de la infraestructura verde y el medio ambiente en particular.

La evaluación del impacto o incidencia se realiza en base al estudio de determinados parámetros, algunos de ellos interrelacionados, como son las emisiones y contaminación atmosférica, la generación de residuos comerciales y la contaminación de las aguas, lumínica y acústica.

Para todas las actividades no residenciales en general, y por lo tanto también para las comerciales, existe la obligatoriedad de control del impacto de las actividades sobre el medio ambiente, el cual se evalúa por medio de un procedimiento administrativo obligatorio sin el cual no se puede iniciar la actividad sometida a control.

El control de las instalaciones y equipos tiene por objeto clasificar el nivel de perturbación y contaminaciones que puede producir el desarrollo de la actividad, comparar dichos niveles con los umbrales legalmente tolerados y establecer las medidas preventivas que sean necesarias para garantizar que no se superarán dichos valores máximos permitidos.

La legislación vigente en la Comunitat al respecto es la Ley 2/2006 de prevención de la contaminación y calidad ambiental que articula su reglamentación en base a tres instrumentos de intervención como medios de control para garantizar un medio ambiente adecuado.

<b>Instrumentos de intervención desarrollados por la Ley de prevención de la contaminación y calidad ambiental.</b>	
<b>Autorización Ambiental Integrada</b>	Para las actividades que prevé el anexo I y II de la Ley y cuya competencia para su concesión corresponde a la Administración Autonómica.
<b>Licencia Ambiental</b>	Para las actividades que no requieran autorización ambiental integrada. La competencia para la concesión de estas licencias corresponde a los ayuntamientos.
<b>Comunicación ambiental</b>	Para aquellas actividades que no se integren ni en las autorizaciones ambientales integradas ni en las licencias ambientales. La competencia para la concesión de este instrumento corresponde a los ayuntamientos.

Esta forma de regular el control de los impactos de las actividades no tiene en cuenta los distintos escenarios planteados por la ETCV para el análisis y consideración territorial, obviando que una misma actividad y de un mismo tamaño, ocasiona impactos muy diferentes en función del ámbito territorial en el que se desarrolle, y por lo que respecta a las actividades comerciales, su incidencia sobre el medio no se puede valorar de igual forma en todos los contextos, ya sean urbanos consolidados, periferia urbana, medio rural o litoral.

En primer lugar debe hacerse una distinción entre comercio de proximidad, comercio local y comercio de atracción, ya que esta clasificación permite identificar los impactos de forma más ajustada a la realidad que la mera distinción entre formatos comerciales en función del tamaño y grupo de actividad.

El comercio de proximidad es aquel que satisface la adquisición de bienes básicos de primera necesidad alimentarios y de consumo cotidiano de reducida entidad, ubicado en el tejido urbano estrechamente relacionado con el resto de funciones urbanas que se desarrollan a su alrededor y de forma complementaria.

El comercio local está formado por establecimientos comerciales minoristas de alimentación y bienes de equipamiento personal y del hogar con mayor capacidad de atracción y tamaño que el comercio de proximidad, y su radio de influencia es mayor, con una cobertura a escala de unidades funcionales urbanas diferenciadas (pequeños municipios, barrios dentro de un centro urbano, en la periferia urbana o suburbana). Suele tratarse de grandes cadenas de distribución que repiten el mismo formato con los mismos servicios en cada una de las unidades funcionales urbanas en las que se localizan.

El comercio de atracción está formado por conjuntos de establecimientos minoristas integrados que gravitan en torno a una gran superficie polivalente que actúa como locomotora, en una localización periférica y de máxima accesibilidad a las redes arteriales urbanas o metropolitanas.

**Caracterización comercial en función del formato comercial y el ámbito territorial en el que se ubica.**

Formatos comerciales	Ámbitos territoriales					
	Medio urbano			Sistema rural		Sistema litoral
	Centro urbano consolidado	Periferia urbana	Periferia suburbana	Polaridad comarcal	Polaridad comarcal complementaria	
<b>Grandes superficies (hipermercados, grandes almacenes, almacenes populares, etc.)</b>	Atracción	Atracción	Atracción	Atracción	-	Atracción
<b>Agrupaciones comerciales (centros comerciales, parques comerciales, grandes superficies especializadas, etc.)</b>	-	Atracción	Atracción	Atracción	-	Atracción
<b>Agrupación de superficies medias (mercados municipales, galerías comerciales, etc.)</b>	Local	Local	Local	Atracción	Atracción	Local
<b>Superficies comerciales medias (supermercados, tiendas de conveniencia, etc.)</b>	Local	Local	Local	Atracción	Atracción	Local
<b>Pequeño comercio (tienda tradicional, autoservicio, etc.)</b>	Proximidad	Proximidad	-	Proximidad	Local	Proximidad

Esta tabla sintetiza la distinta consideración que un mismo formato comercial tiene en función del ámbito territorial en el que se ubica, lo que pone de manifiesto la inoperatividad de la clasificación por formatos comerciales a la hora de evaluar los impactos.

Por lo tanto, debería establecerse una clasificación que tuviera en cuenta estos aspectos a la hora de realizar la evaluación ambiental determinante de las actividades comerciales sobre el territorio. Es por ello que el análisis pormenorizado de la incidencia de la actividad comercial sobre la denominada infraestructura verde del territorio se va a realizar atendiendo a esta triple consideración del comercio: de proximidad, local y de atracción.

## 6.2. Incidencia en la Infraestructura verde: Medio ambiente, espacios naturales, paisaje, sistema rural y patrimonio cultural.

Tal y como indica la Directriz 38 de la ETCV y en desarrollo de la LOTUP, los espacios que integran la infraestructura verde de la Comunitat Valenciana son los siguientes, (art.5):

- Los espacios que integran la Red Natura 2000 en la Comunitat Valenciana.
- Los espacios naturales protegidos, declarados como tales de acuerdo con la legislación sobre espacios naturales protegidos de la Comunitat Valenciana.
- Las áreas protegidas por instrumentos internacionales en la legislación del Estado sobre el patrimonio natural y la biodiversidad.

- d. Los ecosistemas húmedos y masas de aguas, continentales y superficiales, así como los espacios adyacentes a los mismos que contribuyan a formar paisajes de elevado valor que tengan al agua como su elemento articulador.
- e. Los espacios de la zona marina cuya delimitación, ordenación y gestión deba hacerse de forma conjunta con los terrenos litorales a los que se encuentren asociados.
- f. Los espacios costeros de interés ambiental y cultural que, no estando incluidos en los supuestos anteriores, se hayan recogido en el planeamiento urbanístico, en la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana o en los instrumentos que la desarrollan, o en los planes y proyectos promovidos por la administración sectorial con competencias en materia de costas.
- g. Los montes de dominio público y de utilidad pública o protectores que se encuentren incluidos en el correspondiente catálogo, las áreas de suelo forestal de protección, según la normativa sectorial aplicable, y los terrenos necesarios o convenientes para mantener la funcionalidad de las zonas forestales protegidas.
- h. Las áreas agrícolas de elevada capacidad agrológica, que conformen un paisaje cultural identitario de la Comunitat Valenciana, o sean soporte de productos agropecuarios de excelencia.
- i. Los espacios de interés paisajístico incluidos o declarados como tales en la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana, en los instrumentos que la desarrollan.
- j. Los espacios de elevado valor cultural que tengan esa consideración en aplicación de la normativa sectorial de protección del patrimonio cultural, artístico o histórico, incluyendo sus entornos de protección.
- k. Las zonas críticas por la posible incidencia de riesgos naturales, directos e inducidos, de carácter significativo, que estén delimitados y caracterizados por la normativa de desarrollo de la presente ley, por la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana o por los instrumentos que la desarrollen.
- l. Las áreas que el planeamiento territorial, ambiental y urbanístico, en desarrollo de la presente ley y de las respectivas normativas sectoriales, establezca explícitamente como adecuadas, tanto por su valor actual como por su valor potencial, para su incorporación.
- m. Los ámbitos que garanticen la adecuada conectividad territorial entre los diferentes elementos constitutivos de la infraestructura verde, con especial referencia a los cauces fluviales y sus riberas, las vías pecuarias y otras afecciones de dominio público que cumplan esta función, así como los corredores ecológicos y funcionales.
- n. Los espacios ubicados en el suelo urbano y en el suelo urbanizable que la planificación municipal considere relevantes para formar parte.
- ñ. Los espacios que tengan una regulación ambiental, cultural o sectorial específica.

### 6.2.1. Efectos sobre el medio ambiente.

Como ya se ha puesto de manifiesto, la actividad comercial tiene una incidencia notable sobre el territorio, y por lo tanto también sobre el conjunto de la infraestructura verde y el medio ambiente en particular.

La evaluación del impacto o incidencia se realiza en base al estudio de determinados parámetros, algunos de ellos interrelacionados, como son:

- ▶ El consumo de energía.
- ▶ Las emisiones, la contaminación atmosférica y el cambio climático.
- ▶ La generación de residuos comerciales.
- ▶ La contaminación de las aguas.
- ▶ La contaminación lumínica.
- ▶ La contaminación acústica.

Antes de pasar al análisis pormenorizado de cada uno de estos parámetros, cabe recordar que existen una serie de aspectos vinculados al desarrollo de la actividad comercial que representan las principales causas de fricción y desajuste en su relación con el medio ambiente:

- ▶ Proliferación de grandes superficies comerciales periféricas que perpetúan modelos de desarrollo insostenibles y que conducen a la fragmentación del territorio.
- ▶ Incremento de la movilidad generada como consecuencia de los modelos de desarrollo comercial y residencial creados.
- ▶ Impacto de las actividades comerciales sobre el paisaje como consecuencia de la ausencia de una planificación adecuada.
- ▶ Desarrollos urbanísticos comerciales incoherentes con la estrategia de sostenibilidad territorial.
- ▶ Incremento de problemas medioambientales ligados a la actividad comercial: emisiones, consumos, ruido, generación de ruido y residuos.

### 6.2.2. Efectos sobre el consumo de energía.

El sector servicios<sup>1</sup> supuso el 10,9% de la demanda final de energía en la Comunitat Valenciana en el año 2013, con 809 ktep, un valor 3,5 puntos por encima del de 2000 y más de 7 puntos respecto a 1980. La demanda del sector servicios crece anualmente, un promedio de 21,4 ktep anuales desde el año 2000, si bien en el año 2008 alcanzó su máximo (932 ktep) y desde ese año, debido a la contracción del consumo por la crisis económica, los valores se han ido reduciendo o han tenido un crecimiento interanual moderado-

La electricidad supone el 75,5% de la demanda final de energía en el sector servicios, con crecimiento del 25% desde el año 2000. La segunda fuente más importante es el gas natural (17,1%). Por su parte el petróleo representa el 5,9% y las renovables el 1,5%. Por provincias, Valencia supone el 55,4% del consumo final, Alicante el 33,4% y Castellón el 11,2% restante.

Dentro del sector de los servicios, el sector comercial posee un peso importante tanto a nivel económico como a nivel energético, ya que su evolución está íntimamente ligada al nivel del consumo energético y al gasto económico que este le supone, contando, en general, con importantes tasas de ineficiencia en términos energéticos. Los ámbitos donde el comercio puede hacer mayores mejoras en ahorro energético son, sobre todo, en iluminación, acondicionamiento térmico y refrigeración.

La intensidad energética de un comercio al por menor varía según la tipología comercial y está influenciada por distintas condiciones ambientales y específicas del local, tales como el número de horas de trabajo, el número de trabajadores, el número de cajas registradoras, así como los sistemas de climatización (calefacción y refrigeración) utilizados.

La intensidad energética media en un comercio minorista se sitúa entre 0,3 Kwh a 3 Kwh por metro cuadrado de superficie / día. Entre un 20%-25% de la electricidad se usa habitualmente para la iluminación. En este ámbito, las mejoras no sólo reducen el consumo (entre un 30-50%), sino que también suelen mejorar su calidad. En acondicionamiento térmico, los sistemas de calefacción y refrigeración consumen aproximadamente el 38% una energía total, siendo un campo en el que la mejora de la eficiencia reporta importantes ahorros energéticos.

---

<sup>1</sup> Informe "Datos Energéticos de la Comunidad Valenciana 2013" del Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE). El sector servicios engloba, entre otros, las infraestructuras y equipamientos públicos (hospitales, colegios, alumbrado público...), así como los establecimientos comerciales. Ambos subsectores están experimentando fuertes crecimientos en la Comunidad Valenciana. Por ello, este sector pese a la recesión económica del 2008 experimentó un incremento del 2,1% con respecto a 2007. No obstante, este incremento está muy alejado de los valores medios interanuales alcanzados por el sector en el periodo 2000-2006 que se cifró en torno al 8%.

Hasta la entrada en vigor del Código Técnico de la Edificación en 2006 eran muy escasas las iniciativas privadas vinculadas al sector comercial que hubieran incorporado fuentes de energía renovables para generar parte de la energía requerida, aun disponiendo, como consecuencia de su propia ubicación y características formales, de grandes superficies cubiertas planas con condiciones óptimas de asoleamiento en las que poder albergar los paneles fotovoltaicos, así como acumuladores para el calentamiento del agua sanitaria o de apoyo a los sistemas de calefacción.

Desde entonces, tal y como se ha indicado, el CTE en su Documento Básico de Ahorro de Energía (DB-HE) se refiere en sus apartados 4 y 5 a la contribución solar mínima de agua caliente sanitaria y a la contribución fotovoltaica mínima de energía eléctrica, respectivamente.

Respecto a la primera, se indica que es de aplicación a los edificios de nueva construcción y rehabilitación de edificios existentes de cualquier uso en los que exista una demanda de agua caliente sanitaria y/o climatización de piscina cubierta, por lo que puede entenderse que no es de aplicación general para las actividades comerciales, pues la demanda de agua caliente sanitaria en estos casos es despreciable e incluso inexistente.

Por lo que respecta a la segunda, es de aplicación a los edificios comerciales a partir de determinada superficie construida:

- ▶ Hipermercados de más de 5.000 m<sup>2</sup> construidos.
- ▶ Multitienda y tiendas de ocio a partir de 3.000 m<sup>2</sup> construidos.

Los edificios que cumplan estos requisitos deben realizar una instalación solar fotovoltaica conectada a la red, constituida por un conjunto de componentes encargados de realizar las funciones de captar la radiación solar, generar energía eléctrica y adaptarla a las características que la hagan utilizable para los requisitos de consumo último. La potencia que debe instalarse se determina para cada uso en función de la zona climática en la que se emplaza el edificio, de su orientación, grado de exposición, etc.

### **Comercio de proximidad**

Aunque el impacto individual generado por un comercio de proximidad sea muy reducido, en tanto que en muchos casos sus consumos energéticos podrían asimilarse a los de naturaleza doméstica, el impacto conjunto de todo el tejido comercial de proximidad de un área o región territorial puede ser comparable al de las grandes superficies comerciales.

A esto cabe añadir la falta de coordinación existente en muchos casos dentro del tejido comercial de proximidad y que la puesta en marcha de medidas correctoras se hace de forma individual por cada operador comercial minorista, por lo que el resultado global del impacto dependerá del grado de cohesión del entramado comercial y de su nivel de concienciación medioambiental colectivo.

Cabe destacar que el comercio de proximidad, por su más directa vinculación con el espacio público exterior, tiene mayor posibilidad de aprovechamiento de los efectos beneficiosos de la climatología local sobre el control climático del espacio comercial, y puede llevar a cabo correcciones sobre el mismo por medio de medidas bioclimáticas.

### **Comercio local.**

En mayor medida que el comercio de proximidad, el comercio local conoce las ventajas del control del consumo de energía y posee mayores posibilidades de adaptación de las instalaciones e infraestructuras, garantizando soluciones de mayor ahorro y eficiencia energética.

### **Comercio de atracción.**

El comercio de atracción, por sus propias características formales requiere mayores cantidades de energía para la puesta en marcha de sus instalaciones y para garantizar unas condiciones de confort ambiental adecuadas en los espacios interiores que lo conforman. No obstante, las grandes empresas de distribución son conscientes de las

ventajas que supone la correcta gestión ambiental como una herramienta para la mejora de su competitividad, por lo que, a pesar de ser los mayores consumidores de energía, son quienes más ampliamente han comenzado a incorporar medidas para aplacar los impactos generados.

### 6.2.3. Efectos sobre las emisiones, la contaminación atmosférica y el cambio climático.

Si bien se podría pensar que el sector del comercio tiene un impacto limitado sobre la contaminación atmosférica en comparación con otros sectores productivos, el consumo de energía para la iluminación, climatización y refrigeración, así como el uso de transporte para el aprovisionamiento y distribución de mercancías, genera emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)<sup>2</sup> que inciden de forma significativa en el cambio climático<sup>3</sup>. De hecho, a grandes rasgos, se estima que el sector comercial puede ser el responsable de entre el 2 y el 3,5% de las emisiones del dióxido de carbono europeas.

La mayoría de los establecimientos comerciales se abastecen únicamente de electricidad, aunque algunos, como hornos y panaderías, pueden utilizar otro tipo de combustible. Incluso la calefacción de los locales suele realizarse mediante bombas de calor, abastecidas por electricidad, ya que pocos son los que utilizan gasóleo o gas natural para su calefacción.

La electricidad consumida por los locales comerciales se destina, principalmente, a su iluminación, aire acondicionado y calefacción y, en los establecimientos de venta de productos frescos de alimentación, a los equipos frigoríficos, el consumo eléctrico de los cuales puede llegar a representar entre el 60% y el 85% del consumo global de estos establecimientos.

En clara correspondencia con el ciclo económico global, la evolución del índice de emisiones de GEI desde la década de 1990 ha estado marcada por un crecimiento sostenido hasta 2007, y por fuertes descensos en los años posteriores. Pero esta reducción se debe también al cambio en el modelo de generación eléctrica, con descensos muy significativos en la participación de los combustibles fósiles y un aumento compensatorio de las energías renovables y la energía nuclear.

Actualmente, según el Inventario Nacional de Emisiones a la Atmósfera, que incluye en su análisis al sector comercial dentro de la categoría SNAP 02 (actividades potencialmente contaminantes de la atmósfera con combustión estacionaria no industrial) junto a los sectores residencial y agrario, las emisiones contaminantes de esta categoría representan más del 8% del total del inventario.

Para reducir el nivel de contaminación atmosférica, las empresas del sector deben poner en marcha proyectos de reducción de su huella de carbono (HC), basados fundamentalmente en mejorar la eficiencia energética.

La HC cuantifica la cantidad de emisiones de gases de efecto invernadero que son liberadas a la atmósfera como consecuencia del desarrollo de cualquier actividad. El análisis abarca todas las etapas del desarrollo de la actividad y da como resultado un dato que puede ser utilizado como indicador ambiental global de la actividad y como punto de referencia básico, para el inicio de actuaciones de reducción de consumo de energía.

Su cálculo precisa la identificación de todas las fuentes de emisiones de GEI y, una vez analizadas, se pueden definir objetivos y establecer medidas de reducción de energía de forma efectiva. Existen distintas metodologías para establecer la HC, como la norma ISO 14064 o el GhG Protocol, que le dan credibilidad y uniformidad a los cálculos.

---

2 Con el término de gases de efecto invernadero (GEI) se hace referencia a CO<sub>2</sub> equivalente (CO<sub>2</sub> eq), que incluye los seis gases de efecto invernadero recogidos en el Protocolo de Kioto: dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), metano (CH<sub>4</sub>), óxido de nitrógeno (N<sub>2</sub>O), hidrofluorocarburos (HFC), perfluorocarburos (PFC) y hexafluoruro de azufre (SF<sub>6</sub>). Estos gases pueden absorber y re-emitir la radiación infrarroja procedente de la energía solar absorbida por la superficie terrestre, lo que redundará en un calentamiento de la superficie terrestre y de la troposfera, alterando el equilibrio de las condiciones climáticas de la biosfera.

3 El concepto "cambio climático" hace referencia a los cambios de clima atribuidos directa o indirectamente a la actividad humana, que alteran la composición de la atmósfera mundial, y que se suman a la variabilidad natural del clima.

En el caso de la actividad comercial, las fuentes emisoras de GEI son:

- ▶ Equipos que generan electricidad, calor o vapor, como calderas, hornos, turbinas, calentadores, motores, etc.
- ▶ Elementos de transporte, propiedad del comercio, que pueden ser utilizados para el transporte de mercancías, productos, empleados o residuos, ya sean automóviles, furgonetas, motocicletas, camiones, trenes, barcos o aviones.
- ▶ Equipos de aire acondicionado, cámaras frigoríficas o torres de refrigeración.
- ▶ Consumos eléctricos derivados del uso de equipos eléctricos y electrónicos.
- ▶ Consumos eléctricos debidos a la Iluminación.

Para elaborar la HC se establecen tres posibles alcances:

- ▶ Alcance 1: emisiones directas de GEI producidas por las fuentes que son propiedad de la empresa o están controladas por la empresa.
- ▶ Alcance 2: emisiones indirectas de GEI asociadas a la adquisición de electricidad, es decir, son emisiones generadas físicamente en la planta que produce la electricidad, pero dicha energía es consumida en las instalaciones y procesos de la empresa que calcula su HC. La mejora de la eficiencia energética y el establecimiento de medidas de ahorro de energía son las principales medidas para reducir estas emisiones indirectas asociadas a la electricidad por parte del sector comercial.
- ▶ Alcance 3: Las emisiones del alcance 3 son consecuencia de la actividad de la empresa, pero ocurren en fuentes que no son de su propiedad ni están controladas por ella. Abarca el transporte de materias primas, mercancías y residuos, el desplazamiento de los empleados de ida y vuelta al trabajo, etc.

Una vez calculada la HC, cada empresa es conocedora de las principales actividades que contribuyen a generar GEI y en qué áreas puede trabajar para conseguir su reducción. Para ello deben establecerse unos objetivos cuantitativos para la reducción que aporten un horizonte claro de las metas que se pretenden lograr, y que deberán ser revisados periódicamente para garantizar el mínimo consumo energético y la menor emisión de GEI.

### **Comercio de proximidad.**

Tal y como se ha visto respecto al consumo de energía, el impacto del comercio de proximidad debe analizarse, no de forma individual, sino considerando al conjunto del tejido comercial de proximidad de un área o región territorial. Visto de forma agregada y sin atender a las externalidades, sus impactos pueden ser comparables a los de las grandes superficies comerciales.

La HC del comercio de proximidad proviene fundamentalmente del denominado Alcance 2, emisiones indirectas de GEI asociadas a la adquisición de electricidad, ya que el comercio de proximidad, en términos generales, apenas realiza emisiones directas, y las que se derivan del transporte, suministro, movilidad rodada de clientes y empleados, etc., son, en general, muy reducidas.

Los desplazamientos vinculados a este tipo de comercios no son exclusivos, ni los debidos al abastecimiento ni los realizados por los clientes para llegar hasta el punto de venta. Al ser comercios ubicados en tramas urbanas, donde las distintas funciones urbanas están mezcladas, en convivencia, la porción de HC generada por la movilidad urbana atribuible exclusivamente al pequeño comercio es muy reducida.

Para el caso del pequeño comercio localizado en áreas urbanas consolidadas, las medidas fundamentales de ahorro que se pueden implantar están relacionadas fundamentalmente con la mejora de la envolvente térmica de los locales y la racionalización y mejora de la eficiencia energética de los equipos de iluminación y climatización, ya que todo ello conduce a reducir el consumo energético.

Sin embargo, y en términos generales, cuenta con menor capacidad para invertir en mejoras físicas del establecimiento y en la mejora y modernización de equipos e instalaciones que las grandes superficies comerciales.

La Generalitat Valenciana, a través de la Estrategia Valenciana ante el Cambio Climático 2013-2020, ha puesto en marcha una serie de medidas de mitigación, entre las que se encuentra la difusión del concepto de economía hipocarbónica, apoyado en la eficiencia energética y en la generalización de las energías renovables, siendo precisamente el comercio de proximidad uno de los sectores sobre los que se centran las acciones de información que impulsan la reducción del consumo energético y de su HC.

### **Comercio local.**

Las mayores posibilidades de mejora y adaptación del comercio local, de mayor tamaño, en general, que el comercio de proximidad, permiten la adopción de medidas más efectivas para la reducción del consumo de energía en términos generales, así como la sustitución de fuentes de energía contaminantes por energías renovables.

En este tipo de comercio, por sus mayores necesidades de abastecimiento y la atracción de clientes desde localizaciones más lejanas, se produce un aumento de la porción de HC proveniente del denominado Alcance 3, frente a lo considerado para el comercio de proximidad. No obstante, al tratarse de establecimientos vinculados a áreas urbanas, suelen estar bien comunicados con las principales redes de transporte público colectivo, o bien son accesibles a pie o en bicicleta dentro de su área de influencia, por lo que los impactos atribuibles a su movilidad generada son moderados.

### **Comercio de atracción.**

A pesar de ser grandes consumidores de energía, tal y como se ha comentado en el apartado anterior, los grandes establecimientos comerciales son los que pueden llevar a cabo las medidas de mayor calado, ya que un tratamiento global permite desarrollar soluciones de mayor eficiencia que las obtenidas por métodos parciales, circunstancia que no puede darse en el comercio de proximidad, al tratarse de pequeñas empresas ubicadas en edificios independientes.

Además, las grandes superficies tienen, tanto en sus fases de diseño como en posteriores reformas, mayor capacidad de adaptar su diseño y su construcción a las condiciones meteorológicas y climáticas que aquellos comercios que se ubican en edificios residenciales, en tramas urbanas consolidadas, sobre los que pueden ejercer poca mejora o adaptación, tanto de su envolvente térmica como de otros factores formales o de diseño.

Por otra parte, la incorporación de sistemas para generar energías limpias, ya sean fotovoltaicas o geotérmicas, es mucho más sencillo de implementar en grandes superficies comerciales, que disponen tanto de amplias cubiertas como de extensas zonas de aparcamiento en las que poder instalar estos equipos.

Cuentan, como se ha dicho, con mayor capacidad para invertir en mejoras continuas de los equipos e instalaciones, pudiendo desarrollar medidas más innovadoras y eficientes, que permiten a su vez, una mayor rentabilidad de las inversiones efectuadas.

Sin embargo, la HC asociada al comercio de atracción posee gran aportación del Alcance 3, ya que su dependencia del transporte motorizado es muy elevada, tratándose además, en muchos casos, de desplazamientos exclusivos a las zonas comerciales. De hecho, en términos generales, el sector del transporte aporta más de la cuarta parte de las emisiones de GEI anual de España.

Estos asentamientos comerciales periféricos surgen dentro un modelo de planificación territorial que segrega los usos y actividades, aparejado a un modelo de movilidad que impulsa los desplazamientos recurrentes. Los efectos de este modelo sobre el medio ambiente y la propia movilidad son bien conocidos: deterioro de la salud, derroche energético y económico, y pérdida de calidad de vida.

Como muestra de la estrecha relación existente entre la movilidad y los modelos de asentamiento territorial, y su influencia sobre la generación de GEI, cabe destacar que la Estrategia Valenciana ante el Cambio Climático 2013-2020 centra parte de sus objetivos en el fomento de una ocupación racional y sostenible del suelo que prime la culminación de los desarrollos existentes frente a nuevas ocupaciones, que evite los continuos urbanos y que promueva la movilidad sostenible: peatonal, en bicicleta y en transporte público colectivo.

#### 6.2.4. Efectos sobre la generación de residuos sólidos.

La actividad comercial es una importante generadora de residuos en dos de sus vertientes, por un lado, sobre la generación de residuos en el propio comercio (residuos comerciales) y por otro, sobre la generación de residuos en el domicilio de los clientes (residuos domiciliarios).

Los residuos comerciales son una fracción especialmente problemática, principalmente por el gran volumen que ocupan. Así, cuando estos residuos se recogen conjuntamente con los residuos domiciliarios se provocan situaciones de saturación de los circuitos de recogida con impactos negativos sobre la higiene de la vía pública. Sin embargo, los residuos comerciales tienen como ventaja la mayor homogeneidad que el resto de residuos municipales y, por tanto, constituyen una fracción más sencilla de recuperar.

Los residuos comerciales representan más entorno a un 15-20% en peso del total de residuos municipales, pero en zonas urbanas de alta densidad comercial este valor puede incrementarse hasta alcanzar el 30% o más. Dadas las características e importancia de este tipo de residuo, la legislación sectorial define para él una gestión diferenciada.

En cuanto a los plásticos desechables que se usan en embalajes, bolsas de plástico o botellas, representan casi un 40% del consumo europeo. Se estima que, en la Comunitat Valenciana se utilizan más de 1.600 millones de bolsas de plástico al año. Las bolsas de plástico comunes son fabricadas, en su gran mayoría, con polietileno (con emisiones de gases contaminantes a la atmósfera) y no son reciclables ni biodegradables, por lo que perduran intactas durante décadas. El 90% de las bolsas no son biodegradables y acaba en forma de basura en vertederos o, dado su peso liviano, vuelan de forma incontrolada contaminando ríos y mares, bosques y otros espacios naturales en los que provocan un fuerte impacto ambiental y visual. El Ministerio de Medio Ambiente pretende para 2015 que el 70% de las bolsas sean biodegradables.

##### **Comercio de proximidad y local.**

Para el conjunto de España, el comercio de proximidad, junto con las actividades hoteleras y de restauración consume el 17% de los productos papeleros. La mayor deficiencia se encuentra en la recogida del cartón del pequeño comercio, que lejos de ser recogido selectivamente se envía al vertedero. Existen cantidades importantes de cartón del pequeño comercio para las que no existe ningún servicio específico de recogida, siendo recogido en su mayoría junto a la basura orgánica y depositado en los vertederos.

En mayor medida que el comercio de proximidad, que muchas veces opera de forma independiente y no asociada, lo que dificulta la puesta en marcha de iniciativas como la de la recogida selectiva de los residuos sólidos generados, el conjunto de establecimientos que constituyen el comercio a escala local, suelen estar constituidos como cadenas de distribución extendidas por gran parte del territorio en el que operan.

Por este motivo suelen contar con una responsabilidad social y ambiental corporativa en base a la cual han desarrollado mecanismos para la reducción de los impactos sobre el medio ambiente, y disponen de mecanismos para la recogida selectiva de residuos sólidos y su transporte a plantas de gestión de residuos.

##### **Comercio de atracción.**

Las principales empresas de distribución están empezando a adoptar materiales más ecológicos en sus bolsas, como de plástico reutilizable, bioplásticos, bolsas biodegradables, etc. así como poner en marcha medidas para minimizar el uso de bolsas, como facilitar bolsas reutilizables o cobrar por cada bolsa.

Dado el gran volumen de generación de papel y cartón en este tipo de comercio, su concentración y homogeneidad, y su alta calidad, la práctica totalidad del papel y cartón generado en la gran distribución se está recuperando actualmente, existiendo un circuito logístico y económico con un destacable nivel de eficiencia al respecto.

### 6.2.5. Efectos sobre la contaminación de las aguas.

Determinados subsectores y tipologías comerciales (por ejemplo el de la alimentación), son grandes consumidores de agua. Los vertidos asociados a la actividad comercial no suponen un riesgo ambiental de gran envergadura, ya que en la mayoría de los casos se trata de vertidos asimilables a los de naturaleza doméstica, por lo que pueden incorporarse a la red de alcantarillado público sin necesidad de tratamientos previos.

Dentro de la actividad comercial, los vertidos posibles son:

- ▶ Aguas con contaminantes químicos procedentes de las labores de limpieza.
- ▶ Posibles fugas accidentales, que sean recogidas de forma indebida.
- ▶ Aguas sanitarias de los usuarios de las actividades comerciales.
- ▶ Vertido de materia orgánica y grasas, en los comercios dedicados a la alimentación.
- ▶ Vertidos generadores de malos olores.

#### **Comercio de proximidad.**

La ausencia de elementos contaminantes del agua como subproducto de desecho de la actividad comercial de proximidad y su posibilidad de incorporación a la red de alcantarillado sin necesidad de tratamientos previos ha condicionado en buena medida la falta de concienciación en el sector sobre la posibilidad de reutilización de determinados tipos de aguas así como sobre la posibilidad de desdoblar las redes de evacuación de aguas dando diferente destino y tratamiento posterior a los diferentes tipos de aguas sucias.

#### **Comercio local y atracción.**

El mayor control y nivel de exigencia sobre este tipo de comercio, muchas veces implantado en zonas de reciente urbanización donde ya existe una red de alcantarillado público separativo, ha supuesto un mayor grado de preocupación sobre el destino final de las aguas residuales, con la consiguiente minoración de los impactos sobre el medio.

### 6.2.6. Efectos sobre la contaminación lumínica.

El desarrollo de la actividad comercial tiene una fuerte incidencia sobre la contaminación lumínica, debido al efecto de los rótulos, señales, carteles publicitarios, iluminación de escaparates, etc.

La iluminación nocturna es hoy en día imprescindible para la habitabilidad humana; la realización de actividades cotidianas, comerciales, industriales o, simplemente, de ocio y esparcimiento, dependen de una correcta iluminación nocturna. Del mismo modo, una adecuada iluminación nocturna contribuye a garantizar la seguridad ciudadana y el tráfico rodado.

Sin embargo, la iluminación nocturna ha terminado convirtiéndose, en muchos casos, en unos de los principales factores contaminantes en las áreas urbanas comerciales. Esta forma de contaminación dificulta la investigación científica, afecta a la biodiversidad e incluso en casos extremos al descanso de los ciudadanos, o impide, simplemente, la contemplación del cielo estrellado como actividad de esparcimiento.

La legislación desarrollada en esta materia en los ámbitos urbanos tiende a la regulación del régimen horario del alumbrado exterior, estableciendo, igualmente, condiciones sobre las luminarias y su orientación, así como prohibiciones de iluminación en algunos ámbitos concretos.

### **Comercio de proximidad.**

La incidencia del comercio de proximidad sobre este ámbito se limita, casi exclusivamente, a la iluminación de los escaparates y los rótulos comerciales dispuestos sobre las fachadas de los establecimientos, que puede considerarse como un alumbrado de apoyo o complementario al alumbrado público viario, teniendo un impacto limitado sobre la contaminación lumínica global de los cascos urbanos consolidados donde se localiza este tejido comercial.

### **Comercio local.**

Este tipo de comercio, en la medida en que ocupan en muchas ocasiones edificios de uso exclusivo, que su ubicación puede ser periférica o de borde, que cuentan con mayores elementos publicitarios de reclamo e incluso aparcamientos destinados a sus clientes y poseen horarios comerciales más amplios, tienen una incidencia mayor sobre la contaminación lumínica urbana y suburbana.

### **Comercio de atracción.**

Estos tipos de formatos comerciales de atracción son los que más claramente inciden sobre la calidad lumínica del cielo. Se ubican en zonas periféricas, alejadas de núcleos urbanos, allí donde la calidad del cielo nocturno es mayor, por lo que es más evidente la perturbación que generan. Se vinculan en muchas ocasiones a locomotoras de ocio cuyos horarios de funcionamiento son muy amplios e incluso se prolongan hasta bien entrada la noche. Además, poseen grandes aparcamientos en superficie para sus clientes, cuyo alumbrado exterior aumenta la contaminación lumínica general del recinto y suelen contar con grandes elementos de reclamo visual y publicitario que los significan territorialmente desde cierta distancia.

La proliferación de agrupaciones comerciales a lo largo de elementos destacados de la red viaria, tales como algunos parques comerciales (Parque Comercial de Alfafar), generan importantes focos de concentración de elementos lumínicamente contaminantes, con el agravante de que algunos de ellos se encuentran muy próximos a parajes naturales de gran valor o incluso de Parques Naturales, como la Albufera, lo que supone un destacable impacto para la fauna de estos ecosistemas.

## **6.2.7. Efectos sobre la contaminación acústica.**

Los principales elementos causantes de contaminación acústica en el comercio son:

- ▶ Las actividades de transporte y manipulación de mercancías.
- ▶ El funcionamiento de equipos y maquinaria.
- ▶ La megafonía o hilo musical del establecimiento.
- ▶ El ruido producido por los usuarios de los establecimientos, incluso el ruido generado por los medios de transporte, tanto de los usuarios como de las mercancías.

### **Comercio de proximidad y local.**

La contaminación acústica derivada de estas actividades comerciales está muy limitada por la normativa existente, que establece importantes limitaciones al ruido producido por tratarse de actividades que se desarrollan en convivencia con el uso residencial. Lo que las normativas no tienen en cuenta es el impacto sonoro de las actividades logísticas asociadas al desarrollo de las actividades comerciales, si bien se realizan en horario diurno, que posee mayor nivel de permisividad.

### **Comercio de atracción.**

Por lo que respecta al comercio de atracción, debe hacerse una distinción entre aquellas superficies comerciales localizadas fuera del ámbito urbano pero asociadas a desarrollos industriales y aquellas que se desarrollan vinculadas a infraestructuras viarias pero dentro de ámbitos rurales.

En el primero de los casos la normativa es más permisiva, pues se trata de zonas productivas industriales alejadas de entornos residenciales urbanos y de enclaves naturales protegidos, mientras que en el segundo de los casos deben ser los instrumentos para la prevención de la calidad ambiental los que establezcan los límites en función de la localización concreta y los posibles valores naturales que se deban proteger.

### **6.2.8. Incidencia sobre los Espacios naturales.**

La Directriz 42 de la ETCV establece los elementos que forman parte de la red de espacios naturales de la Comunitat Valenciana, formada por:

- ▶ Espacios naturales protegidos: reserva natural, parque natural, paisaje protegido, monumento natural y paisaje natural municipal.
- ▶ Espacios protegidos de la Red Natura 2000: Lugares de Importancia Comunitaria (LIC), Zonas Especiales de Conservación (ZEC) y Zonas de Especial Protección para las Aves (ZEPA).
- ▶ Áreas protegidas por instrumentos internacionales.
- ▶ Zonas húmedas catalogadas y cavidades subterráneas catalogadas.
- ▶ Zonas periféricas de protección de los espacios naturales protegidos.
- ▶ Conectores ecológicos.

### **Comercio de proximidad y local.**

El comercio de proximidad y el local no generan impacto alguno sobre los espacios naturales ya que se desarrollan en entornos urbanos consolidados y en la periferia de los mismos, por lo que no tienen contacto alguno sobre estos espacios.

### **Comercio de atracción.**

El comercio de atracción desarrollado en grandes áreas comerciales periféricas puede encontrarse en localizaciones limítrofes con los espacios naturales, aunque su incidencia estará muy limitada ya que estos cuentan con áreas de amortiguación de impactos en las que se aplican medidas específicas destinadas a mitigar los efectos negativos sobre los espacios protegidos.

### **6.2.9. Incidencia sobre los recursos hídricos y la orografía.**

El territorio Valenciano posee tres grandes cuencas hidrográficas, Turia, Júcar y Segura, además de muchos otros ríos pequeños y de barrancos que vierten directamente al mar.

La Comunitat presenta un déficit estructural de recursos hídricos que se centraliza fundamentalmente en las comarcas del sur. El balance entre recursos y demandas del último Plan Hidrológico Nacional, sitúa el déficit entre 300 y 350 Hm<sup>3</sup>, en un año pluviométrico medio, al que habría que añadir no menos de 500 hm<sup>3</sup> de necesidades de caudal ambiental, gran parte de éste sin satisfacer, explicando el balance hídrico negativo del territorio valenciano.

### **Comercio de proximidad y local.**

El comercio de proximidad y el local no generan impacto alguno sobre los recursos hídricos ya que se desarrollan en entornos urbanos consolidados y en la periferia de los mismos, en los que existen mecanismos para minimizar el impacto de las diferentes funciones urbanas en el caso de que núcleo de población se encuentre junto a un elemento del sistema hídrico.

### **Comercio de atracción.**

El comercio de atracción desarrollado en grandes áreas comerciales periféricas puede encontrarse en localizaciones limítrofes a elementos que formen parte del sistema hídrico. En cualquier caso, los responsables del control sobre las distintas cuencas hidrográficas ya han definido una serie de limitaciones y condicionantes a la ocupación de los espacios limítrofes, similares a las áreas de amortiguación de impactos antes comentadas.

Por todo ello se puede considerar que la incidencia general de este comercio sobre los recursos hídricos es muy limitada.

## **6.2.10. Incidencia en el paisaje.**

La Comunitat cuenta con una gran riqueza paisajística que es la expresión de la biodiversidad de su territorio, legado de su historia y recurso para su desarrollo socioeconómico.

La identificación y catalogación del paisaje integra la identificación y valoración de los elementos naturales, culturales y humanos que lo definen. En este sentido, dentro de nuestro territorio pueden distinguirse diferentes tipos de paisaje: urbanos, hortícolas- cítricos, agrícola de secano, forestal y litoral.

Por lo que respecta al paisaje urbano, la consolidación de un tejido comercial de proximidad cohesionado y en sintonía con el modelo de ciudad compacta que defiende la mezcla de las diferentes funciones en mismo espacio altamente cualificado y complejo ha contribuido a la puesta en valor y el enriquecimiento de la escena urbana y de los valores paisajísticos y ambientales que representa y aglutina.

En este sentido cabe destacar la defensa y potenciación que se ha llevado a cabo en las áreas comerciales urbanas de la Comunitat del comercio minorista de proximidad y las acciones paralelas en materia de urbanismo comercial como medida complementaria para la mejora de las condiciones de este tejido comercial.

Por medio de los 76 Planes de Acción Comercial puestos en marcha conjuntamente entre los ayuntamientos y la administración autonómica hasta el año 2014 se ha logrado salvaguardar las características propias del espacio urbano multifuncional propio del modelo mediterráneo de ciudad compacta como instrumento para el fomento del comercio cohesionado y respetuoso con el entorno en el que se desarrolla.

En este sentido, merecen mención ciudades como Gandía, Benicarló, Vinaròs, Xàtiva o Dénia, que poseen cascos urbanos con un tejido comercial minorista muy cohesionado y competitivo, y que han sabido conjugar el desarrollo empresarial y económico local con el respeto y la puesta en valor del entorno urbano en el que se ubican, al cual protegen y potencian desde el desarrollo de su actividad comercial.

### **Comercio de proximidad y local.**

El mantenimiento de un tejido comercial de proximidad y local capaz de satisfacer las necesidades y demandas de los residentes de un área funcional supone un impacto positivo sobre el paisaje urbano, ya que conlleva la puesta en valor del espacio público urbano, accesible, cómodo y atractivo, respetuoso con los valores propios y distintivos del lugar que contribuyen a hacer del comercio urbano algo único y diferenciado.

### **Comercio de atracción.**

Por un lado, las dinámicas de ocupación del territorio propias de este tipo de comercio han supuesto un gran impacto negativo sobre los paisajes agrícola, forestal y litoral. La falta de planificación ha llevado a la proliferación de grandes áreas comerciales especializadas localizadas de forma concentrada a lo largo de las redes de transporte viario, o en nodos concretos, generando fricciones con los valores propios y originales de los paisajes en los que se asientan. Además, muchos de estos enclaves poseen grandes valores paisajísticos pero de una gran fragilidad, tales como la fachada o frente litoral, los espacios portuarios históricos, etc.

La falta de atención y la generalmente escasa calidad de la arquitectura comercial generada suponen un gran impacto visual y paisajístico, pues bajo los criterios del ahorro económico y la rapidez de ejecución muchos de estos complejos comerciales desarrollan soluciones más propias del tejido industrial, sin atender a consideraciones estéticas, funcionales o de adaptación al entorno y respeto del mismo.

En otros casos, la asociación entre arquitectura comercial y ocio ha supuesto la creación de espacios artificiales que, por medio de la recreación y la simulación de un espacio idealizado, buscan incrementar las ventas y el nivel de gasto del consumidor, induciendo confort, seguridad y disfrute.

Estos mismos mecanismos, que desprecian los signos distintivos y los valores únicos de cada localización y su cultura local, tienden a la uniformización y globalización de los productos, los formatos y los espacios de relación, con la consiguiente pérdida de valores culturales y patrimoniales.

### **6.2.11. Incidencia en el sistema rural.**

El ámbito que conforma el Sistema rural interior (definido en la ETCV) está conformado por 160 municipios (36% del territorio), que acogen una población de 8 86.553 habitantes (1,7%) (con una media de 541 habitantes por municipio). Este sistema cuenta con 1.032 comercios (1,6%) y 53.263 m<sup>2</sup> (0,8%) de suelo comercios. Frente a los 78 valencianos por comercio de media, en este ámbito existen 84. El índice de dotación comercial es dos puntos por debajo de la media y su índice de superficie comercial es prácticamente la mitad.

Los territorios rurales de la Comunitat son espacios caracterizados por los déficits de accesibilidad, equipamientos y los marcados procesos de envejecimiento y despoblación.

Existen municipios de mayor tamaño, que gozan de mejor accesibilidad y que actúan como centros de prestación de servicios para sus entornos inmediatos. En estos entornos se confirma la tendencia al abandono de las explotaciones agrarias y el aumento de la superficie forestal, si bien las tendencias globales confirman el carácter estratégico de la actividad agraria como modelo productivo y garante del mantenimiento del paisaje.

Sin embargo se ha despertado un interés creciente por el medio rural, por la puesta en valor de sus signos definitorios y tradicionales, lo que puede servir para la protección de este medio de forma compatible con su modernización y desarrollo, garantizando la permanencia de la población residente estable, necesaria para la cohesión del resto de funciones.

### **Comercio de proximidad y local.**

Este tipo de comercio forma parte de la tradición funcional de estos asentamientos, por lo tanto su impacto es positivo ya que garantiza la existencia de unos servicios básicos de abastecimiento de bienes de consumo.

### **Comercio de atracción.**

Independientemente de la incidencia sobre el medio ambiente y el paisaje, la existencia de comercio de atracción dentro del sistema rural contribuye a la creación de polaridades dentro del territorio gracias al carácter de equipamiento que comparte, en ciertas ocasiones, con otras dotaciones comunitarias. Por ello tienen un papel estratégico, como elemento vertebrador de regeneración y refuerzo de la cohesión social.

Además, permiten el acceso a bienes de consumo a poblaciones por lo general desabastecidas debido a la precariedad del comercio de proximidad y local, reduciendo la necesidad de realizar grandes desplazamientos hasta áreas funcionales urbanas donde poder encontrar estos servicios.

## 6.2.12. Incidencia en el patrimonio cultural.

La Comunitat alberga una amplia muestra de culturas históricas que tienen su reflejo en el patrimonio cultural y en el paisaje, muestra de ellos son los 955 Bienes de interés cultural declarados, cifra que la sitúa en el quinto lugar nacional. No obstante, esta riqueza patrimonial no constituye un factor de dinamización del territorio, ya que la dispersión de los activos patrimoniales obliga al diseño de redes regionales tematizadas para tener una masa crítica y entidad suficiente que genere una oferta integrada y atractiva.

### **Comercio de proximidad y local.**

La incidencia de la actividad comercial de proximidad y local sobre el patrimonio cultural es escasa. Sin embargo, la obsolescencia y la pérdida de funcionalidad de algunos equipamientos comerciales históricos tradicionales que formaban parte del patrimonio cultural tales como mercados municipales, lonjas, molinos, almaceras, etc. han supuesto, en muchos casos, el abandono de tales instalaciones, la degradación y el declive de las mismas, llevando a la pérdida de parte de sus valores originarios o a su desaparición.

Por lo tanto, atendiendo a la necesidad constante de mejoras, modernización y adaptación a nuevos escenarios más competitivos, puede entenderse la actividad comercial en general como incompatible con los valores de respeto, perdurabilidad y mínima intervención que se asocian al patrimonio cultural edificado.

Desde el punto de vista del valor patrimonial ambiental de los conjuntos urbanos históricos, la normativa en materia de protección establece restricciones sobre las actividades que se ubican en dichos entornos protegidos, fomentando aquellas de marcado carácter tradicional y que contribuyen a la puesta en valor del lugar.

En este sentido, la actividad comercial de proximidad, a pie de calle, posee un conjunto de elementos complementarios de la escena urbana tales como los escaparates, la rotulación, los toldos, los expositores exteriores, la señalética comercial, el mobiliario, etc. cuyo impacto sobre la protección ambiental de algunas localizaciones debe ser corregido mediante el desarrollo de ordenanzas que establezcan las condiciones estéticas y formales que deben cumplir estos elementos.

Enclaves urbanos patrimoniales de la Comunitat, como son Peñíscola o Morella, han desarrollado planes especiales de protección en los que se recogen, dentro de sus normas urbanísticas, un conjunto de restricciones relacionadas con la imagen y proyección exterior de los comercios y actividades de restauración que se encuentran en estos ámbitos protegidos. Este conjunto de normas pretenden armonizar los elementos distintivos, publicitarios o de reclamo de los establecimientos con la imagen urbana general protegida o puesta en valor, estableciendo condiciones formales, dimensionales, materiales y estéticas sobre todos los elementos que ocupan la vía pública o resultan visibles desde ella.

### **Comercio de atracción.**

Por lo que respecta a este tipo de comercio, la incidencia sobre el patrimonio cultural es prácticamente nula.

## 6.3. Incidencia sobre otros elementos estratégicos del territorio.

### 6.3.1. El sistema de asentamientos.

Por su función estratégica en la organización del espacio, el sistema de ciudades resulta una variable básica tanto en el estudio del territorio como en la política regional. Su interés radica en su función vertebradora del espacio a través de las áreas de influencia, los flujos funcionales, las relaciones socioculturales y los flujos de información que definen las relaciones de las ciudades entre sí y con su contorno.

En una sociedad mayoritariamente urbana, el objetivo fundamental de la calidad de vida se concreta, además de en un medio ambiente adecuado, en una mayor accesibilidad de la población a los equipamientos y servicios que se estructuran en torno a lo que se denomina el Sistema Urbano.

Uno de los activos territoriales más importantes de la Comunitat es la elevada presencia de ciudades medias, muchas de las cuales han mantenido un modelo urbanístico compacto propio de las ciudades mediterráneas, que es conveniente preservar y potenciar.

#### **Comercio de proximidad y local.**

El impacto del comercio de proximidad y local sobre el sistema general de asentamientos es claramente positivo en tanto que la existencia de un tejido comercial competitivo y homogéneo vertebrado dentro del sistema policéntrico de ciudades contribuye a la mejora de los entornos urbanos, la eficiencia de la movilidad urbana y mayor vertebración del territorio que permita el reequilibrio económico, social y sostenible.

#### **Comercio de atracción.**

El comercio de atracción, por su parte, tiene un impacto igualmente positivo en la medida en que contribuya al enriquecimiento del sistema multifuncional de los asentamientos sobre el territorio, sin embargo, su proliferación indiscriminada y no reglamentada puede llevar a la aparición de desequilibrios dentro del sistema y a potenciación de sistemas de asentamiento difusos que se han demostrado claramente ineficientes desde el punto de vista de la movilidad e insostenibles desde el punto de vista medioambiental.

### 6.3.2. Las infraestructuras viarias.

La Comunitat no dispone de una red de infraestructuras de vertebración externa que permita la difusión territorial adecuada de su enorme potencial. En cuanto a la vertebración interna se ha conseguido, entre otros, que los nodos de cabeceras de las áreas funcionales del sistema urbano estén unidos por vías de alta capacidad. El siguiente paso es mallar este sistema de forma que existan diversas alternativas de conexión y reducción de tiempos en estas relaciones.

La consecución de una movilidad sostenible en el conjunto del territorio es uno de los grandes objetivos de la planificación territorial, entendida como la compatibilización de las mejoras de accesibilidad y la minimización de los impactos negativos del transporte.

Por su vocación turística y de predominio del transporte por carretera, las emisiones de CO procedentes del sector transporte han crecido de forma extraordinaria en las últimas décadas.

En 2005 estas emisiones suponían el 32% del total, sólo por detrás de la del sector industrial (43%). Por tanto, es imprescindible la puesta en marcha de planes de movilidad sostenible para promover el uso del transporte público del ferroviario y marítimo de mercancías.

La actividad comercial es altamente generadora de movilidad, por lo que tiene un impacto muy destacado sobre el conjunto de las infraestructuras viarias.

### **Comercio de proximidad.**

El impacto del comercio de proximidad sobre las infraestructuras viarias es escaso, puesto que los hábitos de compra asociados a esta clase de comercio no suponen, en la mayoría de los casos, la necesidad de hacer uso de medios de transporte motorizado, ya sean públicos colectivos o privados por parte de los clientes.

Impacto mayor tienen el conjunto de actividades logísticas de distribución y abastecimiento de mercancías vinculadas a esta clase de comercio. Su localización dentro de tramas urbanas consolidadas y la prestación de estos servicios de forma individualizada por parte de cada intermediario mayorista a cada comercio minorista supone grandes impactos sobre las redes de comunicación locales, que deben de dar servicio simultáneamente al resto de funciones urbanas generadoras de movilidad.

Estos impactos son mayores en las ciudades de mayor tamaño, como Valencia, Alicante o Castellón, y se encuentran más sistematizadas y, por lo tanto, con menor impacto, en los centros urbanos donde existe una labor de gerencia más desarrollada, como es el caso de Gandía.

En la medida en que se logre la sistematización de estas operaciones y el aumento de su eficiencia, creando mecanismos que permitan dar servicios integrados dentro de un tejido comercial minorista cohesionado, se podrá reducir el impacto de las operaciones logísticas sobre las redes locales de comunicación.

### **Comercio local.**

Para la valoración del impacto del comercio local debe distinguirse entre la carga ejercida por los usuarios o clientes y la ejercida por las operaciones de logística o abastecimiento.

La mayor capacidad de atracción de esta clase de comercio, su mayor radio de influencia y su mayor vinculación con el concepto de "compra fuerte" o "compra semanal" supone un mayor volumen real de compra y una dependencia mucho mayor de medios de transporte motorizados y, casi exclusivamente, privados.

Además, la tendencia a concentrar esta actividad de compra en momentos muy localizados de la semana e incluso en franjas horarias muy concretas, puede llegar a generar problemas de congestión de determinadas vías de comunicación local que dan acceso a estos establecimientos, localizados preferentemente en centros urbanos o en la periferia urbana.

Merece la pena analizar, utilizando datos del Plan de Acción Comercial para la ciudad de Valencia, los medios de transporte utilizados preferentemente por los usuarios de distintos entornos y polaridades comerciales de la ciudad.

Tomando como ejemplo de comercio local uno de los mercados municipales de la ciudad, se estima que el 60% de la movilidad generada por los usuarios es peatonal, aproximadamente el 15% se realiza en vehículo privado y un 20% en transporte público, correspondiéndose esta última fracción con la cierta capacidad de atracción de este comercio sobre la población del entorno.

Si se analiza la movilidad generada por unos grandes almacenes, la forma en que se distribuye es la siguiente: 40 % en vehículo privado, 40% en transporte público y 20% a pie. Su doble consideración como comercio local y de atracción viene significada por gran dependencia de los medios de transporte motorizados, ya que sólo la quinta parte de los usuarios accede a pie, correspondiéndose con la población residente en las inmediaciones.

Por lo que respecta a los principales ejes comerciales de la ciudad, que cuentan con una destacada capacidad de atracción, se puede destacar que únicamente un 15 % de la movilidad generada se realiza en vehículo privado, un 14 % a pie y un 5 % en bicicleta y motocicleta. El resto de la movilidad se realiza por medio de transporte público (36 % en metro; 28 % en autobús y el resto entre el tren y el taxi).

Las operaciones de logística asociadas a este tipo de comercio tienen un impacto más contenido sobre las redes de comunicación, ya que se suele tratar de cadenas de distribución que poseen plataformas logísticas que realizan estas operaciones de forma mucho más eficiente e integrada que en el caso del comercio minorista de proximidad.

### **Comercio de atracción.**

El impacto sobre las infraestructuras viarias generado por las grandes superficies comerciales de atracción es muy elevado, puesto que condicionan los hábitos de movilidad de sectores importantes de población que acuden a estos establecimientos para satisfacer sus necesidades de abastecimiento familiar semanal o mensual y para disfrutar de las ofertas de ocio y esparcimiento vinculadas a estas áreas.

En este tipo de comercio, con mayor incidencia incluso que en el local, existe una marcada concentración de movilidad en franjas horarias muy determinadas que suponen, en la mayoría de los casos, la congestión de las vías de acceso a estas áreas y de las de salida de las zonas urbanas y residenciales que se encuentran en su área de influencia.

Esta situación de congestión de las infraestructuras viarias se hace evidente en puntos concretos de la red viaria de la Comunitat tales como la autovía A3 en la periferia de la ciudad de Valencia; la Vega Baja alicantina, cerca del límite con la Región de Murcia y bajo la influencia de IKEA; el acceso sur a la ciudad de Valencia a través de la Pista de Silla en la zona de concentración comercial Silla-Alfajar.

La tendencia a la localización periférica genera la absoluta dependencia del vehículo privado para poder acceder a estos espacios, que en el caso de ubicarse en suelos cuyo destino original era industrial, producen fricciones con las necesidades de movilidad generadas por este sector, ubicado preferentemente junto a importantes nodos o elementos de la red viaria con la intención de evitar interferencias con flujos de tráfico propio de otras funciones urbanas o territoriales.

Tomando de nuevo los datos recogidos por el Plan de Acción Comercial de Valencia, la movilidad generada por los centros comerciales se distribuye de la siguiente manera: casi un 70% en vehículo privado y apenas un 15% a pie, repartiéndose el resto entre los diferentes servicios de transporte público.

Estas cifras muestran la absoluta dependencia de la movilidad rodada y un dato igualmente significativo, que indica que en muchos casos estos centros son más accesibles a pie que mediante transporte público, debido a la proliferación de asentamientos residenciales unifamiliares en las inmediaciones de los grandes centros comerciales periféricos y a la ausencia de una oferta de transporte público colectivo que pueda considerarse como alternativa al vehículo privado.

### **6.3.3. Los espacios industriales.**

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

Se detecta una localización selectiva de estas actividades en forma de grandes ejes industriales, en espacios contiguos a las grandes áreas metropolitanas o a los núcleos industriales más tradicionales.

Los procesos de deslocalización en busca de suelo abundante para actividades económicas, con menores costes y de mejor accesibilidad, sin embargo, supone, en general, la perpetuación de modelos de expansión difusa y monofuncional, en las que no se da la mezcla de usos y su continuidad respecto al tejido urbano como forma de mejora de la eficiencia y sostenibilidad territorial.

### **Comercio de proximidad y local.**

Su impacto sobre estos suelos es nulo, ya que desarrollan sus funciones en condiciones de incompatibilidad con la actividad industrial.

### Comercio de atracción.

La dinámica ya analizada de localización preferente de grandes superficies comerciales especializadas y centros comerciales en suelos de destino industrial genera importantes impactos negativos sobre este sector estratégico.

Amparándose en la compatibilidad de usos y en la ausencia de mecanismos de control sobre el grado de terciarización de las zonas industriales, muchos sectores desarrollados por las administraciones locales para el fomento de la actividad industrial local y la deslocalización de las mismas de los entornos urbanos, se han convertido en continuos comerciales que han supuesto incluso la aparición de conurbaciones monofuncionales a lo largo de redes viarias de comunicación entre distintas áreas urbanas.

Ello supone una pérdida de disponibilidad de suelo industrial y una pérdida de competitividad general del sector, cuyas cuotas de ocupación teórica de suelo a lo largo del territorio de la Comunitat no se corresponden con el índice de desarrollo real de estas actividades productivas.

Ejemplo de todo ello son, entre otros:

- ▶ El polígono industrial Masía de la Cova de Manises, que ha pasado de albergar actividades industriales y logísticas de apoyo al aeropuerto, a convertirse en uno de los principales núcleos de comercio asiático, mayorista y minorista, a nivel nacional.
- ▶ La “ciudad del transporte” de Castellón y la de Gandía, ambas creadas como áreas industriales relacionadas con el mundo del motor y con usos comerciales vinculados a la venta de vehículos, que se han convertido en parques comerciales donde proliferan las grandes cadenas de venta de electrodomésticos, bricolaje, deportes, etc.
- ▶ En el caso de Torrent, ha sido el Ayuntamiento el que ha decidido modificar el Plan General para poder albergar comercios en sus polígonos industriales “Masía del Juez” y “El Molí”, además de promover la creación de un sector industrial y empresarial, “El Alter”, en el que también se permiten los usos comerciales.
- ▶ Por lo que respecta a Dénia, en este caso se ha producido una proliferación de medianas superficies comerciales a lo largo de la carretera de acceso al casco urbano desde Ondara, en el polígono industrial “Partida de Madrigueres”, apoyándose en la compatibilidad de usos y aprovechando las ventajas de una ubicación más económica, con facilidad de accesos y gran visibilidad.
- ▶ En ciudades con mayor tejido productivo, como las relacionadas con el calzado, han proliferado los establecimientos que venden al por menor excedentes de producción, destacando el Parque Industrial de Elche, que se ha posicionado como zona de concentración de “outlet” de productos elaborados por la industria local.

### 6.3.4. Las infraestructuras básicas.

La implantación de infraestructuras de transporte, agua, energía y telecomunicaciones tienen que hacerse desde el máximo respecto a la protección de los valores ambientales, paisajísticos y culturales del territorio, valorando y minimizando los riesgos y garantizando un suministro equitativo sin ningún tipo de discriminación territorial.

Puede entenderse que la incidencia de la actividad comercial sobre estas infraestructuras es, al menos de forma directa y cuantificable, despreciable, ya que se han analizado de forma independiente las repercusiones sobre las infraestructuras viarias.

### 6.3.5. La franja litoral.

La Comunitat Valenciana tiene una longitud de costa de 470 kilómetros, de los cuales más del 75% son costas bajas arenosas, de cantos o de restinga y albufera, siendo el resto costas altas o acantiladas. En los 60 municipios del

litoral, que suponen el 14% de la superfície de la Comunitat, viven més de 2,6 milions de habitants, un 55% de la població total que se eleva hasta el 80% cuando se considera la cota 100 metros de altitud sobre el nivel del mar.

El espacio litoral se ha convertido en uno de los activos territoriales más importantes para la Comunitat. Según los expertos, hasta el 15% del PIB regional se genera en la franja de los 500 metros costeros. Pero, además de su importancia desde el punto de vista económico, destacan igualmente sus valores sociales, ambientales y paisajísticos.

Tal y como expresa el estudio de impacto ambiental recogido en el Plan de Acción Territorial del Litoral de la Comunitat Valenciana, desde el punto de vista paisajístico, el litoral debe valorarse “como de calidad media, por las numerosas intervenciones antrópicas que han producido su degradación y pérdida de calidad intrínseca.”

Esta pérdida de calidad, continúa diciendo, “viene asociada tanto a los procesos de vulgarización y estandarización de la edificación en los municipios litorales como a otras actuaciones que producen un impacto negativo en el medio.” Se refiere al conjunto de actuaciones urbanísticas que han supuesto la pérdida de identidad de algunos núcleos tradicionales, con crecimientos de muy baja calidad en la urbanización y la edificación desarrollada, entre las que se encuentran gran parte de los edificios de medianas y grandes superficies comerciales desarrollados en el entorno de las poblaciones litorales.

La misma consideración puede hacerse respecto del comercio de proximidad vinculado a las zonas residenciales turísticas y en pleno contacto con la costa. Su ubicación en paseos marítimos y bordes urbanos que concentran buena parte del pequeño comercio estacional vinculado al “turismo de playa” genera impactos negativos sobre los valores paisajísticos y ambientales de la franja litoral, los cuales, precisamente, le sirven de sustento.

Matriz general de impactos				
Infraestructura verde		Comercio de proximidad	Comercio local	Comercio de atracción
Medio ambiente	Emisiones y contaminación atmosférica	-	-	--
	Generación de residuos comerciales	--	-	-
	Contaminación de las aguas	=	=	=
	Contaminación lumínica	=	=	-
	Contaminación acústica	=	-	-
Espacios naturales		=	=	=
Recursos hídricos		=	=	=
Paisaje		+	=	-
Sistema rural		+	+	-
Patrimonio cultural		=	-	+
Sistema de asentamientos		++	++	-
Infraestructuras viarias		++	+	--
Espacios industriales		=	-	--
Infraestructuras básicas		=	=	=
Franja litoral		-	=	=

Leyenda:

-- Impacto muy negativo. - Impacto moderadamente negativo. = Impacto despreciable.

+ Impacto moderadamente positivo. ++ Impacto muy positivo.

# 7. Elementos ambientales sensibles.

## 7.1. Los elementos sensibles del territorio.

Se han identificado una serie de afecciones tanto legales, como ambientales de relevancia como son:

- ▶ **Espacios Naturales protegidos.** La Comunitat Valenciana, con una superficie de 2.326.900 ha., es un territorio de gran valor ambiental en el que ya se ha protegido el 31% de la superficie, unas 720.000 ha. Hay que destacar que en el territorio de la comunidad se encuentran salpicado de diferentes tipos de espacios naturales protegidos como: Parques Natural, Reservas Naturales, Paisajes Protegidos, Parajes Monumentos Naturales, biotopos protegidos, humedales,... y encontramos alguno de ellos en todas las áreas funcionales comerciales. En la Comunitat hay un total de 169.566 ha de Parque Natural, 27.000 ha de Parajes 37.187 de paisaje protegido, 2.188 de mircorreservas. Deberán tenerse en cuenta los PORNs, PRUGs y Planes Especiales para la elaboración del Plan así como la zonificación que proponen.
- ▶ **Espacios de Red Natura 2000.** Esta red es definida por la Directiva 92/43/CEE que surge para atender la necesidad de la protección de los principales hábitats y especies interesantes de conservación a nivel comunitario. Está formada los LIC (Lugar de Interés Comunitario), las ZEPAS (Zonas de Especial Protección de las Aves) y ZEC (Zonas Especiales de Conservación). La lista de LIC de la Conselleria recoge 94 espacios, con una superficie total 685.527 ha. Éstos pueden ser marinos o terrestres. Hay 43 ZEPAS que abarcan una superficie de 779.985 ha. Las Normas de Gestión de las diferentes ZEC que pueden ser afectadas se encuentran en tramitación y se deberán tener en cuenta a la hora de realizar el documento final.
- ▶ **Biodiversidad.** El 3 de agosto de 2012 el Servicio de Espacios Naturales y Biodiversidad emite informe en el que señala el peligro que supone el comercio de especies exóticas invasoras de flora y fauna, además del de especies amenazadas que si contempla el documento. Debe incluirse en el Anexo XII de la Estrategia el comercio de especies exóticas invasoras de flora y fauna además de especies amenazadas.
- ▶ **Paisaje.** De conformidad con el Capítulo II de la Ley 5/2014, de 25 de julio, de la Generalitat, de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje, de la Comunitat Valenciana, el paisaje actuará como criterio condicionante en la planificación territorial y urbanística. Los estudios de paisaje serán preceptivos en los planes sometidos a evaluación ambiental y territorial estratégica, como es el caso de los Planes de Acción Territorial.

La Comunitat Valenciana tiene un total de cuarenta Paisajes de Relevancia Regional que vienen recogidos en la ETCV. Deberá de tenerse en cuenta a la hora de redactar el Plan, pudiendo considerar para ello la delimitación, caracterización y objetivos de calidad paisajística definidos en el mencionado PAT de Infraestructura Verde y Paisaje. En el Plan se ha utilizado la caracterización y valoración del paisaje de la Comunitat Valenciana contenidos en el Plan de Acción Territorial de Infraestructura Verde y Paisaje, sometido a información pública por la Conselleria de Medio Ambiente, Infraestructuras y Territorio y que permite valorar la idoneidad de las localizaciones previstas. Se han analizado las actuaciones con incidencia en el paisaje, se ha caracterizado y valorado el mismo y se recogen las medidas y acciones necesarias para la adecuada implantación de las mencionadas actuaciones. Asimismo, para el desarrollo y ejecución posterior de las distintas propuestas, será necesaria la redacción de su correspondiente instrumento de paisaje.

- ▶ **Suelo Forestal y patrimonio arbóreo monumental.** Según el inventario nacional la superficie forestal de la Comunitat es de 1.215.077 ha, suponiendo el 5% de la superficie forestal nacional, siendo casi el 70% público. De acuerdo con el Inventario de Suelo Forestal de la Comunitat Valenciana, la superficie forestal asciende a 1.319.798 ha. Esta superficie, que se concentra sobre todo en la provincia de Valencia, supone un 56,43% de la superficie total de la comunidad autónoma (datos PATFOR). El Plan no hace previsiones de reclasificación de suelo forestal en urbano. En cualquier caso, deberá aplicarse la normativa Forestal de la Comunitat Valenciana (Ley 3/1993, de 9 de diciembre) y el Decreto 98/1995, de 16 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley Forestal de la CV.

- ▶ **Vías pecuarias.** La Ley 3/1995, de 23 de marzo regula las vías pecuarias, indicándose que son bienes de dominio público de las Comunidades Autónomas. El 18 de enero de 2012 se ha publicado en el DOCV una Instrucción sobre el tratamiento y consideración de las mismas. En todas las áreas funcionales comerciales existen vías pecuarias (ya sean cañadas, cordeles, veredas, coladas o combinaciones de éstas). De la misma forma existen un número importante de senderos (grandes recorridos, pequeños recorridos, senderos locales o Vía Augusta) que deben ser respetados en las nuevas implantaciones comerciales.

Riesgos ambientales y territoriales.

- ▶ **Inundación:** El Plan de Acción Territorial sobre Prevención del Riesgo de Inundación (PATRICOVA), sometida su actualización y revisión a información pública el 31 de octubre de 2013, indica que, el SNU afectado por riesgo de inundación no podrá ser objeto de reclasificación como suelo urbano o urbanizable, excepto en aquellos municipios de elevado riesgo en los que deberá justificarse, tendrá restricciones de implantación y deberá orientarse hacia lugares con menor riesgo. Los usos contemplados en el art 22 tienen limitaciones para su implantación en el SNU si este tiene riesgo de 2 a 6.

En la Comunitat Valenciana se localizan aproximadamente 400 zonas con riesgo de inundación apreciable. Estas zonas inundables son de tamaño dispar: desde las inundaciones masivas del Júcar y Segura, hasta las desapariciones de pequeños barrancos. Las áreas con mayor número de superficies con riesgo son la provincia de Valencia y de Alicante.

- ▶ **Erosión y deslizamientos:** En la Comunitat Valenciana están localizadas aquellas zonas en las que existe riesgo de deslizamiento, desprendimiento y erosión. Se han tenido en cuenta en las determinaciones del Plan.
- ▶ **Contaminación de las aguas.** El "grado medio" es el dominante en la Comunitat Valenciana. Será necesario un estudio pormenorizado en cada caso.
- ▶ **Riesgo Sísmico.** Se deberá aplicar el Decreto 44/2011, de 29 de abril, del Consell, por el que aprueba el Plan Especial frente al Riesgo Sísmico en la Comunitat Valenciana, así como la normativa de ámbito estatal NCSR-02. El mayor riesgo frente a terremotos lo encontramos al sur de la Comunitat Valenciana, en la provincia de Alicante ( $a_b > 0.16$ ), en Castellón el riesgo es de poca relevancia ( $a_b < 0.04$ ) y medio en la de Valencia ( $a_b < 0.08$ ).
- ▶ **Riesgo de incendio forestal:** Por su posición meridiana respecto a Europa, España es uno de los países con un mayor Riesgo Potencial de Sequía y, la Comunitat Valenciana es una de las regiones con mayor riesgo por a las condiciones climáticas y su compleja configuración del relieve. Consecuentemente y debido a esta potencial sequía, el peligro de incendios forestales, es también "Muy Alto".
- ▶ **Dominio Público Hidráulico.** En la Comunitat Valenciana se encuentran tres confederaciones hidrográficas distintas. La mayoría del territorio pertenece a la CH del Júcar, al norte una pequeña zona de la provincia de Castellón pertenece a la del Ebro y la zona meridional de la provincia alicantina a la CH del Segura. Según el artículo 4 de la Ley 10/2004 de la Generalitat Valenciana de Suelo No Urbanizable, los bienes de dominio público hidráulico se clasificarán como Suelo No Urbanizable Protegido. Según los artículos 2 y 4 del Texto Refundido de la Ley de Aguas, pertenecen al dominio público hidráulico los cauces de corrientes naturales, ya sean continuas o discontinuas. El Dominio Público Hidráulico es inalienable, imprescriptible e inembargable.

Estos cauces se encuentran protegidos por una franja lateral de 5 metros de anchura, que constituye la zona de servidumbre, y por una franja lateral de 100 metros de anchura, que conforma la zona de policía. La zona de servidumbre debe mantener expedita para cumplimiento de los fines previstos en el artículo 7 del Reglamento del Dominio Público Hidráulico. Cualquier actividad de las comprendidas en el artículo 9 del Reglamento de DPH y que se pretenda realizar en zona de policía del cauce público, deberá tener la autorización de la Confederación Hidrográfica de la cuenca a la que pertenezca.

Según el artículo 9 del Reglamento de DPH en la zona de flujo preferente de los cauces no puede autorizarse actividades vulnerables frente a las avenidas ni actividades que supongan una reducción significativa de la capacidad de desagüe de la citada zona de flujo preferente. El derecho al uso privativo, sea o no constitutivo, del dominio público hidráulico se adquiere por disposición legal o por concesión administrativa según los artículos 52, 54 y 59 del TR de la Ley de Aguas (RDL 1/2001)

- ▶ **Accesibilidad acuíferos.** El 60% de la superficie de la Comunidad está ocupada por afloramientos muy permeables y solo el 15% por materiales con permeabilidades extraordinariamente bajas. El decreto 13/2000, de 25 de enero, del Gobierno Valenciano, por el que designa, en el ámbito de la Comunitat Valenciana, determinados municipios como zonas vulnerables a la contaminación de las aguas por nitratos procedentes de fuentes agrarias.
- ▶ **Aguas Residuales.** Queda prohibido el vertido directo o indirecto de aguas y productos residuales susceptibles de contaminar las aguas continentales o cualquier otro elemento del Dominio Público Hidráulico salvo que se cuente con la debida autorización administrativa (art 100 TR Ley de Aguas).Será necesario saber la entidad de Aguas Residuales de cada área así como solicitar el informe que recoja la capacidad de ésta y sus características.
- ▶ **Dominio Público Marítimo Terrestre.** Por su condición de autonomía costera, se encuentra afectada por el Dominio Público Marítimo Terrestre y/o sus Zonas de Servidumbre, Ley 22/1988 de Costas y su Reglamento RD 1471/1989 de 1 de diciembre, y por el dominio público portuario, Ley 27/1992 de Puertos. El suelo de Dominio Público Marítimo Terrestre de debe clasificar como SNU de Protección Especial.
- ▶ **Riesgos asociados al litoral.** Se trata del riesgo relacionado con los temporales marinos, la subida del nivel del mar y la regresión costera.
- ▶ **Contaminación acústica.** Los estudios realizados sobre contaminación acústica en la Comunitat Valenciana evidencian la existencia de unos niveles de ruido por encima de los valores recomendados por los organismos internacionales y en particular por la Unión Europea, al superar los 65 dB(A) de nivel equivalente diurno y los 55 dB(A) durante el período nocturno. Aunque los resultados indican que las ciudades grandes son más ruidosas que las pequeñas, muestran también, sin lugar a dudas, que la contaminación acústica es un fenómeno generalizado en todas las zonas urbanas, y que constituye un problema medioambiental importante en nuestro territorio. Ante esta situación y anticipándose a la Ley Estatal del ruido, el 3 de diciembre de 2002 se publicó la Ley 7/2002, de la Generalitat Valenciana, de Protección Contra la Contaminación Acústica.

Con objeto de mejorar la calidad acústica de nuestras ciudades la Conselleria de Infraestructuras, Territorio y Medio Ambiente, ha llevado a cabo el desarrollo de los preceptos establecidos en la Ley 7/2002, de 3 de diciembre, mediante tres decretos:

- ▶ Decreto 19/2004, de 13 de febrero, en el que se establecen las normas para el control de ruido producido por vehículos a motor.
- ▶ Decreto 266/2004, de 3 de diciembre, se establecen las normas y prevención y corrección de la contaminación acústica, en relación a actividades, instalaciones, edificaciones, obras y servicios.
- ▶ Decreto 104/2004, de 14 de julio, de Planificación y Gestión en materia de Contaminación Acústica.

El informe de la DG de Calidad Ambiental considera que en el caso en el que la delimitación de las áreas comerciales funcionales suponga una modificación del uso del suelo se deberá aportar un estudio que permita evaluar su impacto acústico y adoptar las medidas adecuadas para su reducción.

- ▶ **Contaminación lumínica.** Respecto a estos efectos sobre el territorio el Plan debe recoger que el alumbrado exterior se ajuste a la normativa en materia de eficiencia energética, y en concreto, el Real Decreto 1890/2008, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de eficiencia energética en instalaciones de alumbrado exterior y sus instrucciones técnicas complementarias (de la EA-01 a la EA-07), según recoge el informe de la DG d'Energia.
- ▶ **Calidad del Aire:** En el supuesto de que el Área Funcional Comercial esté situada en una zona de calidad del aire que supere algún valor límite de los contaminantes regulados en la normativa al respecto, y por tanto se esté tramitando un plan o programa de mejora de calidad del aire, se emitirá un informe específico desde el Servicio de Protección del Ambiente Atmosférico señalando si el área objeto de la consulta está afectada o no por el Plan o Programa correspondiente, con objeto de que las medidas o

actuaciones que se deriven del mismo se cumplan en cualquier actuación que se lleve a cabo en el planeamiento urbanístico y la ordenación del territorio del municipio.

- ▶ **Gestión de Residuos.** Según el artículo 24 de la LOTPP, los instrumentos de planificación territorial y urbanística adoptarán las medidas necesarias para facilitar instalaciones que contribuyan a la gestión de los residuos, tales como puntos de recogida selectiva, ecoparques, plantas de tratamiento y valorización. Cada una de las Áreas Funcionales Comerciales debe garantizar la recogida de los residuos generados por el sector del comercio minoritario. Por ello el PATSECOVA regulará la gestión de éstos y solicitará informe a las diferentes zonas de gestión de los residuos.
- ▶ **Riesgo de accidentes graves en el que intervengan mercancías peligrosas.** La situación de la Comunitat Valenciana, centrada en el Este de España, atravesada por la autopista del Mediterráneo, la configura como territorio de tránsito de muchas de las mercancías peligrosas movilizadas desde los polígonos industriales del Norte y Sur de España. Además, la propia actividad industrial de la Comunitat y la de los puertos requieren un transporte notable. La configuración de la red ferroviaria es similar a la red principal de carreteras, aunque su tráfico de mercancías es notablemente inferior. Cabe, pues, hacer frente a las emergencias que puedan darse en caso de accidente en el transporte de mercancías peligrosas.

Existen 73 empresas en el ámbito de la Comunitat Valenciana en la actualidad que se ven afectadas por el Real Decreto 1254/1999, de 16 de julio, por el que se aprueban las medidas de control de los riesgos inherentes a los accidentes graves en los que intervengan sustancias peligrosas. Las políticas de asignación del suelo tendrán en cuenta la necesidad de mantener las distancias adecuadas entre, por una parte, los establecimientos contemplados en el Real Decreto 1254/1999, de 16 de julio, y, por otra, las zonas de vivienda, las zonas frecuentadas por el público y las zonas que presenten un interés natural, así como, para los establecimientos existentes, las medidas técnicas complementarias a que se refiere el artículo 5, a fin de no aumentar los riesgos para las personas.

- ▶ **Infraestructuras lineales.** El vasto territorio de la Comunitat Valenciana se encuentra atravesado por una densa red de infraestructuras lineales: carreteras, ferrocarriles, líneas eléctricas, gaseoductos, etc. Éstas pueden ser estatales, autonómicas o comarcales. Cada una de ellas establecerá unas condiciones y afecciones que deberán ser recogidas y estudiadas para una correcta planificación.

Según el informe de la Secretaria de Estado de infraestructuras, transporte y vivienda, conforme se vaya avanzando la tramitación del PATSECOVA se deberá tener en cuenta la legislación sectorial y respetar las zonas de afección y servidumbres de las infraestructuras competencia de la Administración General del Estado.

El informe expedido por el Área de Carreteras de la Diputación de Valencia recoge que, durante el desarrollo del Plan y cuando se concrete la ubicación de las implantaciones y si éstas afectan a la red viaria de la Diputación, se deberá realizar un exhaustivo estudio de tráfico de donde se deduzcan las actuaciones en materia viaria o implementaciones de la red existente a realizar. Se trabajará en coordinación con esta Área de Carreteras y se solicitará informe según la legislación vigente.

La documentación remitida por el Servicio de Carreteras de la Diputación de Castelló, indica que deberá tenerse en cuenta la estructura actual del Sistema Viario y su capacidad según las estrategias a desarrollar por el PATSECOVA. Se planificarán las actuaciones necesarias para compatibilizar el sistema actual con los objetivos del Plan y establecer las exigencias necesarias para una adecuada integración del nuevo suelo comercial.

- ▶ **Energía.** En la documentación remitida por la DG de Energía de la Conselleria de Economía, Industria, Turismo y Empleo se indica que según la LOTPP se debe promover el incremento de la eficiencia de los recursos energéticos, apostando por tanto por el modelo de ciudad compacta y la planificación territorial establecerá el marco para la implantación de instalaciones de aprovechamiento de las fuentes de energía especialmente renovables para satisfacer las necesidades presentes y futuras de la CV.
- ▶ **Patrimonio Cultural Valenciano.** La CV alberga una amplia muestra de culturas históricas que tienen su reflejo en el patrimonio cultural y en el paisaje. El informe del Servicio de Patrimonio Cultural de la Conselleria de Turismo, Cultura i Esport, dice que se deberán prever las fórmulas adecuadas para la identificación, valoración y protección de elementos del patrimonio cultural valenciano que pudieran ser afectados por el Plan. Deberá cumplirse la Ley 4/1998, de 11 de junio, del Patrimonio Cultural Valenciano

## 7.2. Principal normativa de aplicación.

### 7.2.1. Medio ambiente.

#### 7.2.1.1. Control de la contaminación atmosférica y gestión de residuos.

- ▶ DIRECTIVA 2008/50/CE relativa a la calidad del aire ambiente y a una atmósfera más limpia en Europa.
- ▶ REGLAMENTO (CEE) 86/3528 del Consejo, de 17 de noviembre sobre protección de los bosques.
- ▶ Directiva 2008/50/CE relativa a la calidad del aire ambiente y a una atmósfera más limpia en Europa.
- ▶ DIRECTIVA 2000/76/CE relativa a la incineración de residuos.
- ▶ DIRECTIVA 89/429/CEE relativa a la reducción de la contaminación procedente de instalaciones existentes de incineración de residuos municipales.
- ▶ DIRECTIVA 89/369/CEE relativa a la contaminación procedente de nuevas instalaciones de incineración de residuos municipales.
- ▶ REAL DECRETO 508/2007 por el que se regula el suministro de información sobre emisiones del Reglamento E-PRTR y de las autorizaciones ambientales integradas.
- ▶ REAL DECRETO 117/2003 sobre limitación de emisiones de compuestos orgánicos volátiles debidas al uso de disolventes en determinadas actividades.
- ▶ Ley 16/2002 de prevención y control integrados de la contaminación.
- ▶ DECRETO 161/2003 por el que se designa el organismo competente para la evaluación y gestión de la calidad del aire ambiente en la Comunitat Valenciana y se crea la Red Valenciana de Vigilancia y Control de la Contaminación Atmosférica.
- ▶ DECRETO 127/2006 por el que se desarrolla la Ley 2/2006, de 5 de mayo, de la Generalitat, de Prevención de la Contaminación y Calidad Ambiental.
- ▶ LEY 2/2006 de Prevención de la Contaminación y Calidad Ambiental.
- ▶ LEY 10/2000 de Residuos de la Comunitat Valenciana.
- ▶ DECRETO 317/1997 por el que se aprueba el Plan Integral de Residuos de la Comunitat Valenciana.
- ▶ ORDEN de 14 de julio de 1997 por la que se desarrolla el Decreto 240/1994, de 22 de noviembre, del Gobierno Valenciano, por el que se aprueba el Reglamento Regulador de la Gestión de Residuos de la Comunitat Valenciana.
- ▶ DECRETO 32/1999 por el que se aprueba la modificación del Plan Integral de Residuos de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Decreto 127/2006 por el que se desarrolla la Ley 2/2006 de 5 de mayo de la Generalitat, de prevención de la Contaminación y Calidad Ambiental.
- ▶ Decreto 40/2004 por el que se desarrolla el régimen de prevención y control integrados de la contaminación en la Comunitat Valenciana.
- ▶ Directiva 94/62/CE, relativa a los envases y residuos de envases. Directiva 2004/12/CE por la que se modifica la anterior Directiva.
- ▶ Ley 10/1998, de residuos.
- ▶ R.D. 252/2006, de 3 de marzo, por el que se revisan los objetivos de reciclado y valorización establecidos en la Ley 11/1997.
- ▶ Orden de 5 de diciembre de 2002, de la Conselleria de Medio Ambiente, por la que se regula el modelo de la Declaración Anual de Envases y Residuos de Envases.

### 7.2.1.2. Control de la contaminación acústica.

- ▶ Directiva 2002/49/CE sobre evaluación y gestión del ruido ambiental.
- ▶ REAL DECRETO 1675/2008 por el que se modifica el Real Decreto 1371/2007, de 19 de octubre, por el que se aprueba el Documento Básico «DB-HR Protección frente al ruido» del Código Técnico de la Edificación y se modifica el Real Decreto 314/2006, de 17 de marzo, por el que se aprueba el Código Técnico de la Edificación.
- ▶ REAL DECRETO 1371/2007 por el que se aprueba el documento básico «DB-HR Protección frente al ruido» del Código Técnico de la Edificación y se modifica el Real Decreto 314/2006, de 17 de marzo, por el que se aprueba el Código Técnico de la Edificación
- ▶ REAL DECRETO 1367/2007 por el que se desarrolla la Ley 37/2003, de 17 de noviembre, del Ruido, en lo referente a zonificación acústica, objetivos de calidad y emisiones acústicas.
- ▶ REAL DECRETO 1513/2005 por el que se desarrolla la Ley 37/2003, de 17 de noviembre, del ruido, en lo referente a la evaluación y gestión del ruido ambiental Ley 37/2003, de 17 de noviembre, del Ruido.
- ▶ Ley 37/2003 del Ruido.
- ▶ Real Decreto 1513/2005 por el que se desarrolla la Ley 37/2003, de 17 de noviembre, del Ruido, en lo referente a evaluación y gestión del ruido ambiental.
- ▶ Real Decreto 1367/2007 por el que se desarrolla la Ley 37/2003, de 17 de noviembre, del Ruido, en lo referente a zonificación acústica, objetivos de calidad y emisiones acústicas.
- ▶ Ley 7/2002 de protección contra la contaminación acústica de la Generalitat Valenciana.
- ▶ Decreto 104/2006 de planificación y gestión en materia de contaminación acústica.

### 7.2.1.3. Recursos hídricos

- ▶ Decreto 94/1984 por el que se establecen las directrices del Plan de Actuación de Infraestructura Hidráulica Urbana de la Generalitat Valenciana.
- ▶ DECRETO 78/2005 por el que se aprueba definitivamente el Plan de Acción Territorial de Carácter Sectorial de Corredores de Infraestructuras de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Real Decreto 849/1986 por el que se aprueba el Reglamento del Dominio Público Hidráulico.
- ▶ Real Decreto 1315/1992 por el que se modifica parcialmente el Reglamento del Dominio Público Hidráulico.
- ▶ Real Decreto 484/95 sobre medidas de regularización y control de vertidos.
- ▶ Real decreto Legislativo 1/2001 texto refundido de la Ley de Aguas.

### 7.2.1.4. Paisaje

- ▶ LEY 5/2014, de 25 de julio, de la Generalitat, de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje, de la Comunitat Valenciana.

### 7.2.1.5. Patrimonio cultural

- ▶ DECRETO 208/2010. Se establece el contenido mínimo de la documentación necesaria para la elaboración de los informes a los estudios de impacto ambiental a los que se refiere el artículo 11 de la Ley 4/1998, de 11 de junio, del Patrimonio Cultural Valenciano.

- ▶ DECRETO 169/2007. Culmina la primera fase de actualización y adaptación de la Sección Primera del Inventario General del Patrimonio Cultural Valenciano con la declaración como Bienes de Interés Cultural de determinados bienes inmuebles.
- ▶ LEY 5/2007. Modificación de la Ley 4/1998, de 11 de junio, del Patrimonio Cultural Valenciano.
- ▶ LEY 7/2004. Modificación de la Ley 4/1998, de 11 de junio, del Patrimonio Cultural Valenciano.
- ▶ LEY 4/1998. Ley del Patrimonio Cultural Valenciano.

#### 7.2.1.6. Sistema de asentamientos

- ▶ LEY 5/2014, de 25 de julio, de la Generalitat, de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje, de la Comunitat Valenciana.
- ▶ DECRETO 6/2004. Se establecen normas generales de protección en terrenos forestales incendiados.
- ▶ LEY 10/2004. Ley de Suelo No Urbanizable.
- ▶ DECRETO 161/2004. Regulación de los Parajes Naturales Municipales.
- ▶ DECRETO 78/2005. Aprueba definitivamente el Plan de Acción Territorial de Carácter Sectorial de Corredores de Infraestructuras de la Comunitat Valenciana.

#### 7.2.1.7. Infraestructuras viarias y movilidad

- ▶ LEY 6/2011, de 1 de abril, de la Generalitat, de Movilidad de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Resolución de 10 de marzo del 2010, de la Conselleria de Infraestructuras y Transporte, por la que se crea el ámbito integrado de transporte de Alicante.
- ▶ LEY 9/2009, de Accesibilidad Universal al Sistema de Transportes de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Orden de 31 de julio de 2009, relativa a la prestación de servicios de transporte intermodal de acceso a los recintos aeroportuarios de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Proyecto de Ley, de accesibilidad universal al sistema de transportes de la Comunitat Valenciana.
- ▶ ORDEN FOM/734/2007, por la que se desarrolla el Reglamento de la Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres en materia de autorizaciones de transporte de mercancías por carretera.
- ▶ Real Decreto 1225/2006, por el que se modifica el Reglamento de la Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres, aprobado por Real Decreto 1211/1990, de 28 de septiembre.
- ▶ Real Decreto 1211/1990, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres.
- ▶ Ley 16/1987, de Ordenación de los Transportes Terrestres.

#### 7.2.1.8. Espacios industriales

- ▶ REGLAMENTO (CE) No 761/2001 por el que se permite que las organizaciones se adhieran con carácter voluntario a un sistema comunitario de gestión y auditorías medioambientales.
- ▶ Real Decreto 2200/1995 por el que se aprueba el Reglamento de la Infraestructura para la Calidad y la Seguridad Industrial.
- ▶ Real Decreto 411/97 por el que se modifica el Real Decreto 2200/95, de 28 de diciembre, por el que se aprueba el reglamento de la Infraestructura para la Calidad y Seguridad Industrial.

### 7.2.1.9. Franja litoral

- ▶ Ley 2/2014, de 13 de junio, de Puertos de la Generalitat Valenciana.
- ▶ DECRETO 92/1985, de 25 de junio, del Consell de la Generalitat Valenciana, por el que se regula el ejercicio de competencias en materia de puertos.
- ▶ Real Decreto 1112/1992 por el cual se modifica parcialmente el Reglamento General de Costas.

# 8. Objetivos ambientales.

## 8.1. Objetivos de referencia establecidos en normas, tratados, acuerdos y declaraciones.

### 8.1.1. De ámbito internacional.

- ▶ DECLARACIÓN de Estocolmo Sobre El Medio Humano (1972). Principios y objetivos desarrollados en la Cumbre de Río (1992), documento de referencia mundial para el desarrollo sostenible.
- ▶ Comisión Mundial sobre el Medio y el Desarrollo. Declaración de TOKIO (1987). Normas de actuación para consecución de posprincipios de Desarrollo Sostenible.
- ▶ DECLARACIÓN de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo (1992). Documento de referencia internacional en cuanto a desarrollo sostenible. Se desarrollan los principios básicos acordados en dicha Cumbre.
- ▶ Informe de la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible (ONU; Johannesburgo, 2002). Partiendo de los principios y programa de acción establecidos en la cumbre anterior de Río de Janeiro, se presenta un Plan de Aplicación para apoyar y acelerar la consecución de los objetivos y metas perseguidos.
- ▶ CARTA de las ciudades europeas hacia la sostenibilidad (Carta de Aalborg, Dinamarca, 27 de Mayo de 1994).
- ▶ CARTA de Lisboa. (Suscrita por los participantes en la Segunda Conferencia Europea de Pueblos y Ciudades Sostenibles, 1996). Tomando como punto de partida la Carta de Aalborg, se revisan y ponen en común las experiencias obtenidas, se adhieren nuevos municipios a los objetivos perseguidos, y se desarrollan los principios y estrategias para la implementación de Agendas 21 Locales.
- ▶ DECLARACIÓN de Hannover de los líderes municipales en el umbral del sigloXXI (Tercera Conferencia Europa sobre Ciudades y Municipios Sostenibles, 2000). Se desarrollan principios y valores para la consecución de los objetivos perseguidos para un Desarrollo Sostenible desde el ámbito local (Agenda 21) arrastrados desde la Conferencia de Río, asumiendo las Ciudades su papel de Liderazgo (como centros de desarrollo económico).
- ▶ DECLARACIÓN de Sevilla (adoptada el 23 de enero de 1999 por los participantes de la Conferencia Euro-mediterránea de Ciudades Sostenibles, en Sevilla, España). Nuevo foro para la adición de nuevos ámbitos municipales a los principios de desarrollo sostenible.
- ▶ CONVENCIÓN de las Naciones Unidas para la Lucha contra la Desertificación (UNCCD) - Ginebra, Suiza. El objetivo de la presente Convención es luchar contra la desertificación y mitigar los efectos de la sequía en los países afectados por sequía grave o desertificación, en particular en África, mediante la adopción de medidas eficaces en todos los niveles, apoyadas por acuerdos de cooperación y asociación internacionales, en el marco de un enfoque integrado acorde con el Programa 21, para contribuir al logro del desarrollo sostenible en las zonas afectadas.
- ▶ CONVENCIÓN de las Naciones Unidas sobre cambio climático.
- ▶ CONVENIO MARCO de las Naciones Unidas sobre El Cambio Climático. El objetivo último de la presente Convención y de todo instrumento jurídico conexas que adopte la Conferencia de las Partes, es lograr, de conformidad con las disposiciones pertinentes de la Convención, la estabilización de las concentraciones de gases de efecto invernadero en la atmósfera a un nivel que impida interferencias antropógenas peligrosas en el sistema climático.
- ▶ PROTOCOLO DE KIOTO DE LA CONVENCION MARCO DE LAS NACIONES UNIDAS SOBRE EL CAMBIO CLIMATICO.
- ▶ CONVENIO sobre la Diversidad Biológica convenio de RIO. Los objetivos del presente Convenio, que se han de perseguir de conformidad con sus disposiciones pertinentes, son la conservación de la diversidad

biológica, la utilización sostenible de sus componentes y la participación justa y equitativa en los beneficios que se deriven de la utilización de los recursos genéticos, mediante, entre otras cosas, un acceso adecuado a esos recursos y una transferencia apropiada de las tecnologías pertinentes, teniendo en cuenta todos los derechos sobre esos recursos y a esas tecnologías, así como mediante una financiación apropiada.

- ▶ CONVENCIÓN sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES). Se regula el comercio internacional de especies de fauna y flora amenazadas, clasificando dichas especies en tres niveles, en función del peligro de extinción que presentan.
- ▶ CONVENCIÓN sobre Especies Migratorias.
- ▶ Convención sobre Humedales: Declaración de Ramsar. RECOMENDACIONES aprobadas por la Conferencia Internacional sobre la Conservación de los Humedales y las Aves Acuáticas.
- ▶ INSTRUMENTO DE RATIFICACIÓN de 19 de mayo de 1987, del protocolo de enmienda de 3 de diciembre de 1982 del Convenio de 2 de febrero de 1971 relativo a los humedales de importancia internacional, especialmente como hábitat de aves acuáticas, hecho en París. No modifica los principios de conservación de humedales ya promulgado el Convenio original de Ramsar de 1971.
- ▶ INSTRUMENTO DE RATIFICACIÓN, de 22 de enero de 1985, de la Convención de 23 de junio de 1979 sobre conservación de especies migratorias. (BOE núm. 259, de 29.10.85).
- ▶ INSTRUMENTO DE RATIFICACIÓN del Tratado de la Carta de la Energía y del Protocolo de la Carta de la Energía sobre la eficacia energética y los aspectos medioambientales relacionados, hechos en Lisboa el 17 de diciembre de 1994 (BOE núm. 65, de 17.3.98).
- ▶ INSTRUMENTO DE RATIFICACIÓN del Protocolo sobre las zonas especialmente protegidas y la diversidad biológica en el Mediterráneo y anexos, adoptado en Barcelona el 10 de junio de 1995 y en Montecarlo el 24 de noviembre de 1996, (BOE núm. 302, de 18.12.99).
- ▶ VI Programa de acción en materia de Medio Ambiente. En la actualidad, el VI Programa comunitario en materia de medio ambiente titulado: "Medio Ambiente 2010: el futuro está en nuestras manos", vuelve a incidir en la necesidad de continuar integrando consideraciones ambientales en otras políticas: "Hay que profundizar en la integración de las preocupaciones medioambientales en las demás políticas, por ejemplo, una evaluación exhaustiva, desde el punto de vista del medio ambiente, de todas las iniciativas de la Comisión. Los resultados deben medirse con indicadores y evaluaciones comparativas".
- ▶ Estrategia de la Unión Europea para un desarrollo sostenible. Los Consejos Europeos de Lisboa, Niza y Estocolmo ya han decidido objetivos y medidas para resolver dos de los seis temas que mayores problemas suponen para el desarrollo sostenible en Europa: luchar contra la pobreza y la exclusión social y tratar las implicaciones económicas y sociales del envejecimiento de la población. Esta estrategia no propone acciones nuevas en estos ámbitos.
- ▶ Convenio Europeo del Paisaje. El presente Convenio tiene por objetivo promover la protección, gestión y ordenación de los paisajes, así como organizar la cooperación europea en ese campo.

### 8.1.2. De ámbito estatal.

- ▶ Estrategia española de desarrollo sostenible. Marca como bases para una estrategia de desarrollo sostenible las siguientes: cohesión y progreso social, una economía para un desarrollo sostenible, uso y gestión responsable de los recursos naturales y del patrimonio natural y cultural estructura y dinámica territorial, contribución de España al desarrollo sostenible global.

### 8.1.3. De ámbito autonómico.

- ▶ EDS Comunitat Valenciana. Ya en un ámbito autonómico, la aplicación de los principios de sostenibilidad marcados en ámbitos territoriales más amplios, se concretan y adaptan a la problemática específica de La Comunitat Valenciana. Tras una perspectiva halagüeña del crecimiento económico de la Comunitat Valenciana, se exponen las principales incertidumbres o problemas, y limitantes, derivados del mismo y que

“conviene despejar cuanto antes para no comprometer, a medio y largo plazo, tan excelentes perspectivas”.

- ▶ DECLARACIÓN de Xàtiva: Red de Municipios Valencianos hacia la Sostenibilidad. Carta de Xàtiva. Foro de ámbito autonómico para la adición de nuevos ámbitos municipales a los principios de desarrollo sostenible.
- ▶ Estrategia Valenciana ante el Cambio Climático, 2013-2020.

## 8.2. Objetivos ambientales estratégicos.

El Documento de Referencia establece doce objetivos ambientales para cuya consecución se deberán adoptar una serie de criterios ambientales estratégicos:

### 8.2.1. Utilización racional del suelo.

**Objetivo:** Los crecimientos urbanísticos deben producirse según los criterios de generación del menor impacto sobre el territorio y menor afección a valores, recursos o riesgos naturales de relevancia presentes en el territorio.

**Criterios:** El planeamiento deberá, como mínimo, considerar los siguientes aspectos:

- ▶ Se debe evitar la ocupación innecesaria del suelo por usos urbanos y por las infraestructuras necesarias vinculadas a estos usos. En este sentido, se garantizará la protección de los elementos singulares, mediante la regulación coherente de los usos y de las edificaciones.
- ▶ Se deben evitar las expansiones innecesarias de las áreas urbanas y los modelos urbanos dispersos y/o difusos, fomentando las estructuras urbanas compactas y plurifuncionales, y respetando la morfología del tejido urbano originaria. De este modo, se debe priorizar la utilización de las viviendas y solares vacantes en suelo urbano para satisfacer las necesidades previstas. Asimismo, se deberán ajustar los crecimientos propuestos a la demanda de suelo estudiada, priorizando la colmatación del suelo urbano.
- ▶ Los nuevos usos y desarrollos, así como las infraestructuras vinculadas a los mismos, deben proponerse en aquellas zonas del territorio que presenten una mayor capacidad de acogida.
- ▶ En suelo no urbanizable protegido sólo se podrán realizar aquellas actuaciones que siendo compatibles con las normas de protección correspondientes, tenga previstas el planeamiento por ser necesarias para el mejor aprovechamiento, cuidado y restauración de los recursos naturales o para su disfrute público y aprovechamiento colectivo.

### 8.2.2. Protección del medio natural.

**Objetivo:** El planeamiento debe integrar la protección, conservación y regeneración del medio natural para garantizar el mantenimiento del equilibrio ecológico, preservando del desarrollo urbano suelos destinados a usos propios de su naturaleza rústica, ya sea por los valores y riqueza que en él residen, ya sea por ser inadecuados de conformidad con los objetivos y criterios establecidos en la legislación sobre ordenación del territorio o en los instrumentos de ordenación del territorio previstos así como en la correspondiente legislación sectorial.

**Criterios:** El planeamiento deberá adoptar como mínimo los siguientes aspectos:

- ▶ Aquellos terrenos que, aun no habiendo sido objeto de medida o declaración expresa dictada conforme a la LSNU o a la legislación sectorial correspondiente, alberguen valores naturales, agrológicos, paisajísticos o culturales cuya restauración, conservación o mantenimiento convenga al interés público local, deberán clasificarse como Suelo No Urbanizable de Protección.

- ▶ Siempre que sea posible, se orientarán los futuros desarrollos hacia zonas que no linden con espacios que presenten valores y riquezas significativos.
- ▶ En torno a los cauces, públicos como privados, se establecerá una franja de protección que recoja sus características geomorfológicas y las ecológicas, garantizado de esta forma su función como corredor verde.
- ▶ Los usos previstos en el entorno de los suelos de protección deberán ser compatibles con los valores o recursos objeto de protección, de manera que no produzcan efectos significativos sobre los mismos.

### 8.2.3. Prevención de riesgos naturales e inducidos.

**Objetivo:** Aquellas zonas que presenten algún riesgo natural de relevancia por los efectos de un incendio, riesgos sísmicos, erosión, riesgo de inundación o de accidente grave en que intervengan sustancias peligrosas, deben respetarse y/o protegerse.

**Criterios:** Al respecto el planeamiento deberá adoptar como mínimo a los siguientes aspectos:

- ▶ Deberá orientar los futuros desarrollos, siempre que sea posible, a aquellas zonas que no presenten riesgo grave, dejando siempre, fuera del proceso urbanizador las zonas con vulnerabilidad muy alta y riesgo de erosión muy alto.
- ▶ Cualquier Área Funcional Comercial que afecte a masas arbóreas, arbustivas o formaciones vegetales de interés deberá compatibilizar su presencia con el desarrollo previsto.
- ▶ Se identificarán los suelos forestales que hayan sufrido los efectos de un incendio, con el fin de no minorar su protección. A la totalidad de las superficies incendiadas se les aplicará el artículo 50.1 de la Ley 43/2003, de 21 de noviembre, de Montes, que prohíbe el cambio de uso forestal de los terrenos forestales incendiados durante 30 años, mismo criterio que utiliza la LOTUP, determinando que los terrenos forestales clasificados como suelo no urbanizable que hayan sufrido los efectos de un incendio forestal no podrán clasificarse o reclasificarse como urbano o urbanizable, ni se podrán minorar las protecciones derivadas de su uso y aprovechamiento forestal.
- ▶ Para aquellas que vean incrementado dicho riesgo a causa de los desarrollos tanto existentes como propuestos, las normas urbanísticas deberán contemplar que en éstos deberán aplicarse todas las medidas establecidas en el Documento Básico de Seguridad en caso de Incendio, sección SI 5, del Código Técnico de Edificación.
- ▶ En lo que al riesgo sísmico se refiere, el planeamiento deberá incluir normativa específica que regule edificaciones, infraestructuras, servicios urbanos y otras construcciones e instalaciones análogas, asumiendo las determinaciones establecidas en el NCSE-02.
- ▶ El planeamiento urbanístico deberá orientar los futuros crecimientos hacia zonas no inundables.

### 8.2.4. Uso sostenible y protección de los recursos hídricos.

**Objetivo:** El planeamiento debe establecer medidas para la consecución de una adecuada protección del agua, con el fin de prevenir el deterioro, mejorando los ecosistemas acuáticos y terrestres y los humedales, así como conseguir un uso sostenible del agua que garantice su ahorro y un suministro suficiente y en buen estado a la población.

**Criterios:** El planeamiento será acorde, al menos, a las siguientes cuestiones:

- ▶ Deberá estar a lo dispuesto en los artículo 9 de la Ley 5/2014, de 25 de julio, de la Generalitat, de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje, de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Deberá coordinarse las actuaciones previstas en lo que a la EDAR se refiere con los desarrollos urbanísticos según vayan teniendo lugar éstos, con el fin de que se pueda llevar a cabo un adecuado tratamiento de las aguas residuales que se generen.

- ▶ Se establecerán un sistema de saneamiento separativo, con sistema de almacenamiento y reutilización de las aguas de lluvia.

### 8.2.5. Conservación del patrimonio cultural y revitalización del patrimonio rural.

**Objetivo:** Con el fin de conservar el patrimonio cultural se deben establecer medidas que favorezcan la conservación y recuperación del patrimonio arqueológico, los espacios urbanos relevantes, los elementos y tipos arquitectónicos singulares y las formas tradicionales de ocupación del territorio.

**Criterios:** Con tal fin, el planeamiento contendrá:

- ▶ Las medidas necesarias para proteger las construcciones y edificaciones tradicionales existentes, así como la actividad agrícola ligada a las mismas en las zonas, como mínimo, con los suelos agrícolas de mayor valor, garantizando la continuidad de la actividad agrícola en la Comunitat Valenciana.

### 8.2.6. Adecuada gestión de los residuos.

**Objetivo:** La gestión de los residuos se debe basar en su reducción, reutilización, valoración, aprovechamiento energético y, en última instancia, su eliminación.

**Criterios:** Se deberá garantizar la adecuada gestión de los residuos previstos para los desarrollos tanto existentes como previstos, estableciendo, además, medidas para prevenir su generación y para evitar o reducir los impactos adversos sobre la salud humana y el medio ambiente asociados a la generación y gestión de los mismos.

- ▶ Se garantizará la correcta gestión de los residuos que se generen por lo crecimientos previstos en el planeamiento propuesto.
- ▶ Se deben prever y regular los espacios necesarios para la gestión de los residuos, así como la reserva de terrenos para ecoparque (si fueran necesarios).

### 8.2.7. Implementación de las infraestructuras y consideración de los recursos energéticos.

**Objetivo:** La planificación urbanística debe tener en cuenta que la implantación de infraestructuras demandadas por el crecimiento urbanístico (de transporte, accesibilidad y movilidad) debe lograr:

- ▶ Atender a las necesidades de desarrollo de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Dotar al territorio de vías de comunicación, niveles de dotaciones y equipamientos que incrementen su competitividad.
- ▶ Reducir al mínimo sus posibles efectos ambientales, culturales y territoriales negativos.
- ▶ Establecer condiciones que permitan la equidad territorial y la igualdad de los ciudadanos en el acceso a los bienes y servicios públicos esenciales.
- ▶ Aplicar criterios de rentabilidad social y proporcionalidad en la asignación de los recursos.
- ▶ Contribuir a la seguridad y calidad del suministro energético de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Impulsar el desarrollo de las zonas rurales de la Comunitat Valenciana.

### 8.2.8. Mejora del entorno urbano.

**Objetivo:** Los procesos de regeneración urbana no deben convertirse en un proceso generalizado de sustitución de usos económicos del suelo por usos residenciales, sino que deben establecerse los mecanismos necesarios para que las actividades económicas ocupen zonas más aptas.

**Criterios:** El planeamiento deberá establecer criterios y determinaciones que garanticen la mejora de la calidad del espacio urbano. Para lo cual, como mínimo, el planeamiento deberá prever:

- ▶ La intervención en el núcleo histórico y en las zonas degradadas potenciando, como mínimo, la edificación en solares vacantes, la rehabilitación y la creación de espacios libres de calidad.
- ▶ La integración del paisaje periférico en el suelo urbano, articulando la transición entre ésta y el entorno rural mediante un adecuado tratamiento del borde urbano.
- ▶ Disminuir la contaminación acústica y lumínica.
- ▶ Dividir el territorio en zonas diferenciadas por su uso global o dominante evitando la disposición en zonas colindantes de usos incompatibles entre sí, en caso de no ser posible y siempre que quede adecuadamente justificado se establecerán las medidas necesarias para garantizar una adecuada transición y queden eliminadas las molestias que pudiesen producirse.

### 8.2.9. Integración de la Infraestructura Verde.

**Objetivo:** La planificación territorial y urbanística deberá integrar de forma adecuada y eficaz la protección, conservación y regeneración del medio natural, cultural y visual, integrando las áreas y elementos que conforman la Infraestructura Verde, de acuerdo con lo dispuesto en el Capítulo I de la Ley 5/2014, de 25 de julio, de la Generalitat, de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje, de la Comunitat Valenciana.

**Criterio:** El planeamiento deberá definir todos los elementos integrantes de la infraestructura verde, base del modelo territorial de la propuesta de planeamiento, que servirá de marco en la definición de la planificación urbanística, articulando la totalidad de las Áreas Funcionales Comerciales y desarrollos propuestos.

### 8.2.10. Eficiencia de la movilidad urbana y fomento del transporte público.

**Objetivo:** La planificación urbanística dispondrá de los medios adecuados que favorezcan la eficiencia de la movilidad urbana, tanto peatonal y en bicicleta como motorizada. Estudiará alternativas que fomenten el empleo de un transporte público que disuada de otros medios de transporte privados.

**Criterio:** El planeamiento deberá proponer recorridos peatonales o no motorizados, separados del tránsito rodado y seguros, que permitan la conexión interurbana y el acceso a los equipamientos y dotaciones que conformen la ordenación estructural y urbanística en los ámbitos donde la intensidad del tráfico motorizado así lo requiera.

### 8.2.11. Protección del paisaje.

**Objetivo:** Establecer directrices que favorezcan el mantenimiento del paisaje rural. En todas las etapas de elaboración del plan han de considerarse los siguientes objetivos:

- ▶ Delimitar la infraestructura verde a escala municipal identificando los paisajes de mayor valor y de las conexiones entre ellos.
- ▶ Orientar el crecimiento urbano sostenible de forma compatible con la protección de los paisajes de mayor valor del Área Funcional Comercial.
- ▶ Proteger y poner en valor los paisajes de mayor valor ecológico, cultural y visual.
- ▶ Favorecer el uso, acceso y disfrute público del paisaje a partir de una ordenación integral.
- ▶ Mejorar y restaurar los paisajes deteriorados.
- ▶ Preservar el carácter visual estableciendo criterios y directrices para la mejora visual de los accesos a los núcleos urbanos y para la protección de las vistas hacia los paisajes de mayor valor.

**Criterios:** Las alternativas de planeamiento que acompañen al ISA tendrán como finalidad, en materia de paisaje, alcanzar los objetivos de paisaje mencionados, concretados en los siguientes criterios estratégicos:

- ▶ Compatibilidad de los nuevos desarrollos con la infraestructura verde del territorio. La localización e implantación de nuevos usos y actividades en el territorio estará limitada por la conservación de la infraestructura verde, definida con carácter previo a cualquier propuesta.
- ▶ Adecuación de los nuevos crecimientos de suelo a las demandas reales de la población y el empleo, debiéndose ajustar al umbral de sostenibilidad para el consumo de suelo previsto en la ETCV, desarrollando estrategias que acoten el crecimiento urbano, preservando la identidad del lugar y conciliando, en todo caso, los nuevos desarrollos con la Infraestructura Verde del territorio.
- ▶ Crecimiento racional y sostenible. La planificación territorial y urbanística deberá definirse bajo los criterios de generación del menor impacto sobre el territorio y el paisaje y menor afección a valores, recursos o riesgos de relevancia.
- ▶ Preservación de la singularidad paisajística y la identidad visual del lugar. El modelo territorial y urbanístico deberá preservar y potenciar la calidad de los distintos paisajes y de su percepción visual, manteniendo el carácter de los mismos.
- ▶ Favorecer la movilidad sostenible y el acceso y disfrute de los paisajes de mayor valor. La planificación territorial contribuirá a la consecución de esta movilidad, planificándola de manera conjunta con los usos en el territorio, tendiendo a la reducción del modelo disperso, del consumo de recursos próximos, de la huella ecológica y de las emisiones de CO<sub>2</sub>, e incrementando la participación del transporte público y del no motorizado. La potenciación de la movilidad sostenible debe ir aparejada de la mejora de la accesibilidad, funcional y visual, a los paisajes de mayor valor.

## 8.2.12. Educación Ambiental y Participación Ciudadana.

**Objetivo:** Implicación de la ciudadanía en la gestión cotidiana y en los procesos de tomas de decisiones, de manera que se acumule más conocimiento sobre el mismo y mayor consenso, evitando los conflictos y ajustándose a la legalidad vigente.

- ▶ Evaluación del cumplimiento de los objetivos ambientales.

En este apartado se pretende evaluar la afección ambiental del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de Comunitat Valenciana, comprobando como las directrices del plan afectan a los objetivos ambientales fijados en el documento de referencia.

Se describe de modo cualitativo como se concilian las directrices del plan, desglosadas en medidas, y los objetivos ambientales que el documento de referencia plantea al plan, para su control. Esto se valora analizando la coherencia y la compatibilidad o conflictividad entre los objetivos y las directrices.

Como método de evaluación final de esta afección se emplearán los mismos indicadores ambientales destinados al control los efectos y consecuencias sobre el medioambiente, del plan en funcionamiento, tras su puesta en marcha. Así, en función de cómo se concilian directrices y objetivos ambientales, y de los resultados calculados en el PATSECOVA, se estiman los valores esperados de los indicadores ambientales una vez esté el Plan en funcionamiento.

Estrategia 1	
Establecer un marco de objetivos y criterios en la planificación territorial del suelo comercial que apoye la vertebración de la Comunitat Valenciana y que tenga capacidad de adaptarse a la dinámica socioeconómica y medioambiental del sector comercial.	
Directriz del Plan	Objetivo Ambiental
Identificación del Sistema Nodal de Referencia Comercial y las Áreas Urbanas Integradas de las cabeceras y subcabeceras comerciales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Racionalización en el consumo de suelo, en el uso del agua (en todo su ciclo completo), el ahorro energético, la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero y de la contaminación a los distintos elementos que componen los ecosistemas físicos.</li> <li>▶ Reducir el número y la distancia de los desplazamientos, con las consecuencias positivas respecto a reducción de emisiones.</li> </ul>
Identificar los ámbitos territoriales a escala intermedia: las áreas funcionales comerciales como ámbitos de referencia en la planificación territorial del comercio.	
Directrices de ordenación comercial a escala de área funcional.	
Clarificar el concepto de uso comercial.	
Definir criterios y directrices para el desarrollo de nuevo suelo comercial.	
Establecer metodologías para estudios de demanda de suelo comercial a nivel municipal.	
Identificar áreas en el territorio de nueva centralidad, de oportunidad, de intensificación, de regeneración, de dinamización y áreas saturadas.	
Establecimiento de criterios territoriales y ambientales para la localización de nuevo suelo comercial.	Uso racional del suelo.
Limitaciones a usos comerciales en suelo no urbanizable.	Evitar las afecciones a los espacios de interés natural, paisajístico y visual.

### Estrategia 2

**Clarificar los criterios territoriales y medioambientales y definir un nuevo marco procedimental utilizado para la implantación de los Equipamientos Comerciales con Impacto Territorial (ECITs).**

Directriz del Plan	Objetivo Ambiental
Clasificación de los establecimientos comerciales en base a su impacto territorial.	Minimizar el impacto medioambiental, sobre el consumo de suelo, energía y recursos que generan los equipamientos comerciales con capacidad de atracción sobre amplias zonas del territorio.
Establecimiento de índices orientativos máximos para la implantación de suelo comercial en grandes superficies comerciales en las áreas funcionales comerciales.	Hacer patente que la protección y salvaguarda del medio ambiente son valores clave en la definición de los modelos de implantación territoriales.
Requisitos y condicionantes técnicos para las implantaciones.	
Integración paisajística de los ECITs.	Evitar las afecciones a los espacios de interés natural, paisajístico y visual.
Clarificación de supuestos en los que es necesaria la autorización comercial autonómica.	Evitar los impactos medioambientales y sobre el paisaje como consecuencia de la indefinición normativa.
Consideración de los ámbitos estratégicos y de localización preferente de estos equipamientos.	Protección de los elementos integrantes de la Infraestructura Verde de la Comunitat Valenciana.
Definir criterios territoriales, ambientales y paisajísticos de localización.	Evitar las afecciones a los espacios de interés natural, paisajístico y visual.
Consideración de usos comerciales en las actuaciones territoriales estratégicas.	

### Estrategia 3

**Propiciar la regeneración de ámbitos comerciales de relevancia que sufran procesos de degradación urbanística o medioambiental.**

Directriz del Plan	Objetivo Ambiental
Identificar y caracterizar los ámbitos territoriales comerciales degradados del territorio: centros urbanos, espacios suburbanos, parques comerciales, etc.	Mejora, reconversión y puesta en valor del espacio urbano y la ciudad ya existentes.
Plan de actuaciones y medidas de regeneración urbanística, medioambiental y paisajística.	Mejorar la gestión ambiental de zonas de especialización funcional.
Instrumentos de gestión compartida en las zonas comerciales.	Potenciar el comercio de proximidad como característico del modelo de ciudad compacta, minimizadora de impactos, accesible y territorialmente equilibrada.
Planes de actuación público-privada para la regeneración de dichos ámbitos.	

#### Estrategia 4

**Impulsar, a través de la iniciativa pública y privada, la mejora de las infraestructuras comerciales.**

Directriz del Plan	Objetivo Ambiental
Incorporar directrices de urbanismo comercial dentro de la planificación urbanística.	Minimizar el impacto de estas actividades sobre la movilidad, el paisaje y la gestión de residuos.
Plan de actuaciones en equipamientos comerciales urbanos.	Puesta en valor de edificios dotacionales funcionalmente obsoletos, con mejora de su rendimiento energético y de su estado de conservación.
Integración de actuaciones de urbanismo comercial en el ámbito municipal.	Minimizar el impacto del sector sobre la movilidad, el paisaje y la gestión de residuos.
Actuaciones en mercados municipales y áreas de venta no sedentaria.	Mejora de la accesibilidad, el impacto sobre el paisaje y la gestión de residuos.
Reconocimiento e impulso a la red de Centros Comerciales Urbanos.	Optimización de los recursos existentes para la mejora medioambiental del conjunto del sector.
Apoyo al comercio rural.	Potenciación del desarrollo uniforme de las actividades en el territorio, reduciendo los desplazamientos.
Actuaciones de mejora medioambiental en el comercio.	Reducir el impacto medioambiental del comercio minorista.

#### Estrategia 5

**Fomentar la cooperación interadministrativa, el acceso a la información por parte de los operadores y la investigación y el desarrollo en el sector comercial.**

Directriz del Plan	Objetivo Ambiental
Coordinación de las distintas Administraciones.	Mejora de la eficiencia en los trámites y en el acceso a la información, para optimizar el conocimiento y la planificación sobre el territorio y sus actividades productivas.
Sistema de Información del Comercio.	
Sistema de Información Territorial Comercial.	
Nuevos desarrollos normativos.	
Simplificación administrativa.	

# 9. Medidas preventivas y correctoras.

## 9.1. Principios generales.

### 9.1.1. Consumo de energía y contaminación atmosférica.

**Objetivo:** Reducir la emisión de CO<sub>2</sub> producida por la actividad comercial minorista. Racionalizar el consumo energético y fomentar la eficiencia energética en los locales comerciales. Reducir al máximo las emisiones contaminantes y el consumo de recursos no renovables.

**Principal estrategia:** Las estrategias deben dirigirse hacia la eficiencia energética de las instalaciones comerciales, la facilitación de sistemas de vehículo compartido entre trabajadores, y la reducción de la huella de carbono mediante la incorporación de energías renovables. Actuar sobre el pequeño comercio.

Medidas correctoras relativas al comercio de proximidad:

- ▶ Potenciar el máximo aprovechamiento de la luz natural.
- ▶ Promover la rehabilitación energética de los establecimientos comerciales para garantizar un uso eficiente de los recursos energéticos.
- ▶ Fomento de la realización de auditorías energéticas sobre el alumbrado para evitar la iluminación excesiva y optimizar el consumo.
- ▶ Promover la incorporación de sistemas inteligentes para el control de la iluminación de los escaparates y rótulos, así como detectores de presencia u otros mecanismos para evitar consumos innecesarios.
- ▶ Promover el uso racional y responsable de los dispositivos de calefacción y aire acondicionado, maximizando, a su vez, la eficiencia de sus prestaciones.
- ▶ Optimizar el comportamiento pasivo del edificio.
- ▶ Minimizar las pérdidas térmicas.
- ▶ Promover la elección de materiales, productos y proveedores en posesión de certificación ambiental según ISO 14001.
- ▶ Difundir la catalogación y etiquetado ecológico, las certificaciones y todas aquellas indicaciones con respecto a los posibles peligros que entraña el uso de determinados productos.

Medidas correctoras relativas al comercio local y de atracción:

- ▶ Realizar un análisis de los puntos de consumo que permita analizar las necesidades energéticas del edificio y así poder optimizar el consumo.
- ▶ Adecuar el aislamiento de los edificios a las condiciones del clima local, empleando tecnologías y prácticas que no creen problemas de ventilación, evitando consumos energéticos innecesarios.
- ▶ Realizar un seguimiento y sensibilización de los distintos comercios agrupados mediante campañas de sensibilización e información de los empresarios para conseguir una mejora de la ecoeficiencia energética.
- ▶ Informar a los responsables de las empresas sobre tecnologías eficientes de energía, así como de las ayudas y subvenciones de las distintas administraciones públicas a las que pueden acceder en materia de energías renovables.
- ▶ Promover el uso de formas de energía renovables.

- ▶ Promover la instalación de placas solares fotovoltaicas.
- ▶ Promover la instalación de captadores solares térmicos.
- ▶ Zonificar el edificio en función de las necesidades energéticas.
- ▶ Emplear equipos de alto rendimiento y alta calificación de eficiencia energética que permitan disminuir el consumo de energía.
- ▶ Identificación de las emisiones globales.
- ▶ Identificación del balance de carbono de las instalaciones y servicios.
- ▶ Compensación de las emisiones de CO2 por medio de entidades que gestionan iniciativas de compensación.

### 9.1.2. Contaminación lumínica.

**Objetivo:** Reducir la intensidad del flujo luminoso utilizado en el desarrollo de la actividad comercial.

**Principal estrategia:** Fomento de las iniciativas sobre eficiencia energética de forma combinada a las medidas formales y de diseño que tienen una incidencia directa sobre la reducción de la contaminación lumínica.

Medidas correctoras relativas al comercio:

- ▶ Promover la realización de auditorías lumínicas sobre la calidad de la iluminación y sus instalaciones, en términos de eficiencia energética y control de la contaminación lumínica.
- ▶ Puesta en marcha de un plan de renovación de las luminarias y las lámparas, y de adecuación de los cuadros eléctricos al Reglamento Electrotécnico de Baja Tensión (REBT).

### 9.1.3. Generación de residuos sólidos.

**Objetivo:** Reducir la cantidad y la peligrosidad de los residuos, fomentar el reciclaje y su reutilización y facilitar la disponibilidad de instalaciones adecuadas para su tratamiento.

**Principal estrategia:** Puesta en marcha de acciones de gestión eficiente y sostenible, especialmente dirigidas al pequeño comercio.

Medidas correctoras relativas al comercio de proximidad:

- ▶ Promover la elección de materiales, productos y proveedores en posesión de certificación ambiental según ISO 14001.
- ▶ Difundir la catalogación y etiquetado ecológico, las certificaciones y todas aquellas indicaciones con respecto a los posibles peligros que entraña el uso de determinados productos.
- ▶ Promover la formación ambiental del personal y la concienciación de la importancia de la segregación de los residuos (cartón-papel, vidrio, plástico, pilas, etc.) contribuyendo a una mejor gestión de los mismos.
- ▶ Colaborar con los sistemas de recogida selectiva de basuras implantados en cada municipio.
- ▶ Fomento de la utilización de bolsas reciclables para la venta de productos, o bien bolsas de materiales biodegradables o reutilizables.
- ▶ Reducción del consumo de papel en cartas publicitarias y folletos. Utilización de cartón y papel reciclados.
- ▶ Fomentar las buenas prácticas de prevención, recogida selectiva y compactación en origen.
- ▶ Evitar el exceso de embalaje de los productos.

- ▶ Fomentar el uso de envases retornables.
- ▶ Utilizar bolsas biodegradables.
- ▶ Utilización de envases funcionales y respetuosos con el medio ambiente
- ▶ Utilizar combustible ecológico para la distribución de mercancías.
- ▶ Evaluar la eficiencia de los recursos públicos para llevar a cabo la gestión de residuos en zonas no abastecidas.
- ▶ Asesoramiento al cliente como medida para fomentar la prevención de residuos.

Medidas correctoras relativas al comercio local y de atracción:

- ▶ Minimizar en origen, limitando la producción de residuos.
- ▶ Fomentar la reutilización de los residuos generados y el reciclado de aquellos que no se puedan Reutilizar, reintroduciéndolos en el proceso como materias primas, a fin de preservar los recursos naturales.
- ▶ Depositar en vertedero controlado todos aquellos residuos que no tengan valor económico, erradicando conductas irresponsables como el abandono, el vertido y la eliminación incontrolada de residuos.

#### 9.1.4. Contaminación acústica.

**Objetivo:** Contribuir una reducción de la contaminación acústica y, consecuentemente, a una integración social. Mantener a la población expuesta a niveles acústicos inferiores a los recomendados para la salud humana recogidos por la legislación sectorial.

**Principal estrategia:** Cumplimiento estricto normativa sobre contaminación acústica.

Medidas correctoras relativas al comercio de proximidad:

- ▶ Identificar el origen de los ruidos y cuantificarlos efectuando mediciones con sonómetro.
- ▶ Insonorización de los locales o áreas donde el nivel de ruido sea más alto.
- ▶ Instalar dispositivos de limitación de potencia sonora en los equipos de música y sonido para controlar los niveles acústicos emitidos.

Medidas correctoras relativas al comercio local y de atracción:

- ▶ Establecer franjas horarias de trabajo para realizar actividades con un fuerte impacto sonoro. Se aconseja realizar estas actividades en horario diurno, estudiando los intervalos de tiempo donde el ruido generado sea menos molesto.
- ▶ Efectuar mediciones del nivel de ruido exterior con el objeto de determinar el nivel de ruido emitido y conocer si se cumplen los valores límites establecidos por la ordenanza municipal correspondiente.
- ▶ Realizar análisis periódicos del nivel de ruido, ya que permiten comprobar tanto la evolución de los niveles de emisión de ruido como la efectividad de las medidas adoptadas para reducir el mismo. En función de los datos obtenidos se evaluará si es necesario aplicar medidas correctoras más eficaces o por el contrario si las medidas adoptadas hasta el momento son suficientes para cumplir los límites de nivel de ruido establecidos en la ordenanza municipal correspondiente.
- ▶ Considerar las siguientes medidas preventivas para reducir el nivel sonoro generado:

- ▶ Medidas primarias o preventivas: selección y/o modificación de equipos adecuados, instalación y/o mantenimiento para evitar vibraciones y control de la salida de gases de climatización, calefacción, etc.
- ▶ Medidas secundarias o correctivas: alejamiento del foco emisor, sistemas de absorción acústica, cabinas de aislamiento acústico, silenciadores de absorción y barreras acústicas.
- ▶ Llevar a cabo acciones de sensibilización al personal y responsables de limpieza, mantenimiento, abastecimiento, etc.
- ▶ Fomentar la utilización de pavimentos fonoabsorbentes en aquellos puntos más sensibles y en los aparcamientos y muelles de carga.

### 9.1.5. Contaminación de aguas y ahorro.

**Objetivo:** Compatibilizar el planeamiento territorial y los usos del suelo con el ciclo natural del agua y racionalizar el uso de este recurso en el marco de un modelo territorial globalmente eficiente. Preservar y mejorar la continuidad de los flujos y la calidad de las aguas. Fomentar el ahorro y la reutilización del agua en el espacio rural y urbanizado, adecuando la calidad de la misma a los usos. Optimizar el consumo de agua en los establecimientos comerciales.

**Principal estrategia:** Exigir medidas de ahorro de agua en los establecimientos.

Medidas correctoras relativas al comercio de proximidad:

- ▶ Incorporar dispositivos que minimicen el consumo de agua que innecesariamente se incorpora a la red de alcantarillado.
- ▶ Fomentar la reutilización de aguas grises siempre que sea posible, antes de su eliminación definitiva.
- ▶ Incorporar sistemas de detección de fugas.
- ▶ Promover la incorporación de redes interiores separativas de aguas, a nivel de cada usuario, para su posterior conexión a las redes separativas municipales.

Medidas correctoras relativas al comercio local y de atracción:

- ▶ Diseñar redes separativas de aguas (pluviales, negras y de proceso), ya que estas permiten reciclar el agua residual en puntos donde no se requiere una elevada calidad del agua, minimizando el consumo de la misma.
- ▶ Diversificación de los consumos de agua mediante un estudio que analice fuentes, formas de captación de agua y volúmenes de agua captados.
- ▶ Promover la incorporación de sistemas de gestión integrada y tratamiento de las aguas para su reutilización en procesos internos, previamente a su incorporación a la red de alcantarillado.
- ▶ Prever la recogida de agua de lluvia para su reutilización, mediante tratamientos simples, para usos no sanitarios.
- ▶ Minimizar la escorrentía en las zonas exteriores de las grandes superficies comerciales y recoger el agua para su reutilización.

### 9.1.6. Movilidad generada.

**Objetivo:** Minimizar el impacto ambiental de la movilidad de personas y mercancías generadas por los establecimientos comerciales. Reducir al máximo las emisiones contaminantes a la atmósfera y el consumo de recursos no renovables. Plantear un nuevo concepto de movilidad que permita construir municipios y reduciendo el más habitables, favoreciendo la movilidad por medios ambientalmente menos agresivos número de desplazamientos motorizados de carácter urbano.

**Principal estrategia:** Una política de movilidad sostenible en el transporte de clientes es la medida que tendría un efecto más notable en la reducción del consumo energético y de su impacto ambiental.

Medidas correctoras relativas al comercio de proximidad:

- ▶ Garantizar la plena accesibilidad al equipamiento comercial.
- ▶ Introducir un sistema de transporte público u otros sistemas de movilidad en la ubicación del equipamiento comercial.
- ▶ Introducir el uso de vehículos ecológicos para el transporte de las mercaderías.
- ▶ Establecer plataformas logísticas urbanas.
- ▶ Localizar los equipamientos comerciales de forma que se adecue a la red viaria y a las infraestructuras existentes.
- ▶ Distribuir las mercaderías en horas valle para optimizar la distribución y reducir la congestión urbana.
- ▶ Establecer zonas de carga y descarga que eviten la congestión del tráfico.
- ▶ Señalizar las zonas de carga y descarga.
- ▶ Prever una dotación de aparcamiento tanto para vehículos y bicicletas.
- ▶ Promover la incorporación progresiva de vehículos eco-eficientes, libres de emisiones de gases de efecto invernadero, en diferentes fases de la cadena de distribución.
- ▶ Promover la creación de itinerarios libres de la presencia de vehículos motorizados en las proximidades de las zonas comerciales.

Medidas correctoras relativas al comercio local y de atracción:

- ▶ Desincentivar el uso de transporte privado.
- ▶ Potenciar el transporte colectivo frente al individual por todos los problemas asociados al mismo con el objeto de descongestionar espacios y reducir la contaminación atmosférica y acústica.
- ▶ Realizar un estudio de las condiciones de acceso de los trabajadores a los centros de trabajo con el objeto de diseñar un plan de acción para reducir el impacto medioambiental del transporte sobre el entorno.
- ▶ Garantizar la compatibilidad entre los horarios comerciales y los de los transportes públicos colectivos.
- ▶ Negociar con las autoridades locales la creación de vías peatonales y carriles bici desde los núcleos de población más próximos.

### 9.1.7. Espacios naturales.

- ▶ Establecer mecanismos técnicos y administrativos dirigidos a mantener el funcionamiento de los ecosistemas de forma compatible con las funciones comerciales con las que pueda entrar en fricción.
- ▶ Garantizar la prevalencia de la protección de los valores naturales significativos sobre otras estrategias sectoriales que puedan entrar en conflicto con dicha protección, especialmente en materia de ordenación territorial y gestión de los recursos naturales.
- ▶ Fomentar modelos innovadores de desarrollo rural basados en el uso sostenible de los recursos ambientales, entendidos como motor de la actividad socioeconómica de las comunidades locales.
- ▶ Impulsar el establecimiento y desarrollo de incentivos para la conservación del patrimonio natural, mediante programas de fomento y dinamización de la actividad económica, priorización de la ejecución de actuaciones públicas y otras iniciativas públicas, privadas o mixtas.

- ▶ Impulsar la implicación de los agentes económicos en la conservación de los recursos ambientales.
- ▶ Los usos comerciales vinculados a los espacios naturales y que puedan afectar a los valores objeto de la protección, deberán integrarse paisajísticamente, emplazarse preferentemente en la zona de amortiguación de impactos y ser compatible, en su caso, con el plan de uso público del espacio natural protegido permitiendo el disfrute de la naturaleza por el público en general sin amenazar las características del sistema.

### 9.1.8. Uso sostenible y protección de los recursos hídricos.

- ▶ Identificar todas las masas de agua, tanto superficiales como subterráneas, con el fin de establecer unos perímetros de protección frente a la posible contaminación.
- ▶ Identificar las zonas vulnerables a la contaminación de las aguas subterráneas.
- ▶ Estudio de los recursos hídricos.
- ▶ Determinar los sistemas de depuración existentes.
- ▶ Conservación del patrimonio cultural y revitalización del patrimonio rural.

### 9.1.9. Paisaje.

- ▶ Estudio para la evaluación ambiental generada por la implantación del comercio teniendo en cuenta la dimensión, la localización y la oferta.
- ▶ Buscar la integración paisajística de las arquitecturas comerciales creadas en cuanto a volumetrías, materiales y colores. Cualquier excepción a este criterio se deberá justificar adecuadamente en el marco de la estrategia territorial.
- ▶ Ubicar las áreas comerciales, de forma preferente, en zonas de sombra visual. Se priorizará la ubicación de estas áreas en las zonas de menor exposición visual y, en especial, fuera de los principales accesos a los núcleos urbanos respetando franjas de afección visual de al menos 100 metros en estas áreas, y dotándolas de un adecuado tratamiento paisajístico.
- ▶ Implantar un sistema de iluminación exterior que no contamine y se integre con el paisaje.
- ▶ Establecer medidas obligatorias para integrar los equipamientos comerciales en el entorno.
- ▶ Integrar la señalización del comercio y el mobiliario urbano en la estructura paisajista.
- ▶ Evitar la fragmentación del territorio como consecuencia de implantaciones comerciales dispersas.

### 9.1.10. Conservación del patrimonio cultural y revitalización del patrimonio rural.

- ▶ Buscar la recuperación y revitalización del patrimonio rural.
- ▶ Identificar los bienes y espacios protegidos.
- ▶ Fomento de medidas para el desarrollo del sector comercial de proximidad contribuyendo al sostenimiento y permanencia de la población o, en su caso, la recuperación y consolidación de núcleos residenciales permanentes.

### 9.1.11. Implementación de las infraestructuras y mejora de los recursos energéticos.

- ▶ Proponer las infraestructuras necesarias para que se garantice la equidad territorial.
- ▶ El trazado de las reservas para las nuevas infraestructuras será respetuoso con el medio natural y cultural.

- ▶ Impulsar acciones que conlleven una reducción del consumo de recursos energéticos.
- ▶ Impulsar el uso de nuevas fuentes de energía, especialmente, aquellas provenientes de energías renovables.

### 9.1.12. Utilización racional del suelo.

- ▶ Los nuevos desarrollos deben proponerse en aquellas zonas del territorio que, tras un detallado estudio de los valores, recursos y riesgos, presenten una mayor capacidad de acogida.
- ▶ Definir los valores propios para cada suelo y su capacidad de acogida.
- ▶ Identificar los asentamientos rurales-históricos para protegerlos de forma diferenciada de los núcleos típicamente urbanos.

# 10. Alternativas.

## 10.1. Alternativa 0: El futuro tendencial.

La alternativa o escenario cero pretende llevar a cabo una descripción del escenario futuro previsto de la actividad comercial en la Comunitat, desde el punto de vista de los impactos que genera, y basado en las tendencias actuales, suponiendo la no entrada en vigor del futuro Plan de Acción Territorial.

Actualmente, con datos del sector referidos al año 2012, en la Comunitat Valenciana una de cada cuatro empresas desarrolla su actividad en el sector del comercio (25,7%), lo que supone la existencia de 88.246 empresas comerciales. El comercio es la actividad que concentra un mayor número de empresas, superando a la actividad industrial, con 20.431 empresas y a la construcción con 47.697 empresas. La oferta comercial minorista valenciana la componen 65.163 puntos de venta y 6.809.232 de metros cuadrados de superficie comercial<sup>4</sup>, situando a la Comunitat Valenciana como la 4ª autonomía en metros cuadrados de superficie de venta por detrás de Andalucía, Cataluña y Madrid. La aportación del comercio al PIB regional valenciano se situó en el año 2012 en el 12,4% y genero 188.210 empleos.

Desde el año 2000 se observan dos etapas claramente diferenciadas en lo que a la evolución del sector comercio minorista se refiere. La primera abarca hasta el año 2008 y estuvo caracterizada por tasas de crecimiento positivas, tanto en España como a nivel autonómico, con incrementos entorno al 8% anual. Se trata de una etapa expansiva del comercio minorista en la que el número de establecimientos se incrementó un 7,4% en la Comunitat Valenciana hasta alcanzar aproximadamente 70.000 establecimientos comerciales, frente al 2,7% de incremento a nivel nacional. La apertura de nuevos puntos de venta y el incremento de la actividad en los comercios ya existentes la creación de 59.515 puestos de trabajo directos en la Comunitat Valenciana y 421.889 en a nivel nacional.

La segunda etapa ha quedado marcada por el estallido de la burbuja inmobiliaria y el inicio de una crisis sin precedentes en la economía española. Desde el año 2008 han desaparecido más de 275.000 empresas en España de la cuales 38.900 eran de la Comunitat Valenciana. Esto ha provocado el incremento exponencial del desempleo y por tanto de la renta de las familias y de la confianza de los consumidores. Con ello, el consumo de los hogares ha disminuido hasta tal punto que las ventas del comercio minorista se han desplomado un 12,5% en España y un 14,7% en la Comunitat Valenciana.

La reducción de las ventas, el ajuste a la baja de los precios de venta al público y la consecuente reducción de los márgenes comerciales ha dado lugar a una situación insostenible para muchos comercios, viéndose abocados al cierre definitivo de sus puertas. Desde el inicio de la crisis económica la oferta comercial minorista se ha reducido un 8,5% en España y un 9% en la Comunitat Valenciana, lo que ha supuesto la destrucción de prácticamente 180.000 puestos de trabajo directos en España y 28.000 en la Comunitat Valenciana.

El sector de la distribución comercial se encuentra en un momento de muchas dudas. Las nuevas innovaciones asociadas a la compra on-line están transformando totalmente los modelos de negocio y hace que las marcas y comerciantes tengan evolucionar en sus estrategias. En este contexto es muy difícil predecir cómo van a evolucionar los formatos comerciales y cuáles van a ser sus estrategias de implantación. Las necesidades del cliente evolucionan a un ritmo como antes nunca se ha producido y las tecnologías posibilitan retos inimaginables hace tan solo unas décadas.

Un gran número de modelos de negocio, que en la actualidad todavía configuran la amplia oferta comercial de la que los consumidores pueden disfrutar, van a sufrir un intenso proceso de revisión y aquellos modelos que no aporten lo que el cliente espera o que no están sabiendo evolucionar de manera apropiada desaparecerán. Por contra, los modelos y las organizaciones que sepan aprovechar las oportunidades que se presentan en estos tiempos inciertos saldrán fortalecidos.

---

<sup>4</sup> Datos a 1 de Enero de 2013.

Las previsiones hasta el 2020 apuntan a que la lenta salida de la crisis económicas y las altas tasas de paro existentes producirán que la recuperación de los niveles de consumo sea lenta ligados a crecimientos moderados de la economía. A su vez, las proyecciones de población que se han manejado apuntan a una reducción de la población de entre el 4,94% (escenario tendencial) al 8,39% (escenario pesimista) entre los años 2013 y 2020, datos que tampoco alientan un crecimiento del consumo interno. Las buenas perspectivas del sector turístico y la potenciación del turismo de compras pueden compensar ligeramente las malas perspectivas para el consumo por parte de los valencianos.

En la Comunitat Valenciana se localizan 133 grandes superficies comerciales de impacto territorial supramunicipal, es decir, aquellas implantaciones de más de 2.500 metros cuadrados de superficie de venta agrupan 904.215 m<sup>2</sup> de superficie comercial, el 13,28% de la superficie comercial total y con un tamaño medio de 6.800 m<sup>2</sup> de superficie comercial. El 69% de los establecimientos y el 78,4% de la superficie se localiza en las cabeceras y subcabeceras comerciales.

Es previsible que las grandes implantaciones comerciales sigan un ritmo de lenta recuperación. Durante el período 2000-2008 el sector de los centros comerciales experimentó una etapa de expansión, con tres aperturas anuales de media; posteriormente, se produjo una ralentización de su implantación habiendo años en que no se ha producido ninguna apertura. En la actualidad, la Comunitat Valenciana con 63 centros comerciales, es la séptima autonomía por densidad de metros cuadrados de SBA por cada 1.000 habitantes, con 355 m<sup>2</sup> frente a los 325 del conjunto del Estado. Muy por encima se sitúan Comunidades como Madrid (463), Murcia (471), Asturias (448) o Aragón (475). La tasa de cobertura media es de 88.169 habitantes por centro, valor muy similar a la media nacional. La progresiva estabilización de la situación financiera puede poner a poner a los Centros Comerciales en el punto de mira de los inversores internacionales que buscan inversión en activos a precios relativamente bajos y con posibilidad de altos rendimientos si la recuperación de la situación económica y comercial se consolida.

Los proyectos conocidos hasta la fecha, planteados para los próximos años, apuntan al desarrollo de equipamientos de gran dimensión, a partir de 15.000 m<sup>2</sup> y hasta de 300.000 m<sup>2</sup> de SBA. Por una parte, se proponen, en los proyectos de mayor dimensión y vocación regional, localizaciones suburbanas -23 GEIT ya se sitúan en estas localizaciones- y desarrollos a través de la figura de las actuaciones territoriales estratégicas (Puerto Mediterráneo en Paterna y en la zona de Rabassa en Alicante). Proyectos estos que pueden generar los mayores problemas ambientales y territoriales, especialmente por la generación directa de miles de desplazamientos motorizados y por efectos más difusos relacionados con su capacidad de tensionar tejidos urbanos comerciales próximos, que ayudan a mantener el modelo de ciudad compacta y diversa y que se verán claramente amenazados.

En otros casos se proponen ampliaciones de centros comerciales ya existentes (CC Gran Turia en Xirivella) o desarrollos situados en zonas ya comerciales (Alfagar Parc). También localizaciones periurbanas, en localizaciones preferentes para este tipo de equipamientos. En estos casos, las localizaciones selectivas y las medidas correctoras o de mitigación no hacen previsible grandes impactos ambientales.

Los nuevos proyectos supondrán en torno a medio millón de metros cuadrados de nueva SBA, lo que supondría, en caso de que se desarrollarán en su totalidad, que el ratio de SBA se situaría en 480 m<sup>2</sup> por cada 1.000 habitantes, un ratio relativamente alto que hace pronosticar que no vayan a ser numerosos nuevos proyectos en este ámbito. Incluso es posible el progresivo deterioro de algunos centros comerciales que han perdido actividad en estos años entrando en un proceso de continuo declive que solo es reversible a través de fuertes inversiones que los reposicionen. Este fenómeno que ya se está produciendo en otros países puede extenderse a la región valenciana en algunos casos.

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

En un escenario tendencial, la implantación de los GEIT tendrá un tratamiento y consideración por parte de los instrumentos de planeamiento y ordenación muy limitada. Si bien se ha ido evolucionando hacia una mayor capacidad legal y una mayor voluntad política en la ordenación comercial, también es cierto algunas autoridades locales han negociado en el "mercado" de la compraventa de localizaciones para grandes complejos comerciales, amparándose en un marco normativo poco claro, diverso o que permite una toma de decisiones discrecional. La arbitrariedad ante la falta de planificación y la toma de posiciones de ciertas empresas que negocian implantaciones de impacto regional con autoridades locales que no consideran las externalidades negativas que estas pueden

suponer en localizaciones inadecuadas, es otro de los principales riesgos que se corren en un escenario tendencial. Por ejemplo, posibilitando que determinados municipios adquirieran una relevancia comercial poco acorde con las funciones que desarrollan en el territorio, conforman nuevos nodos o polos artificiales que tensionan el territorio. En definitiva, la no realización del Plan supondría que la consideración territorial de las grandes implantaciones quedaría pendiente, incluso teniendo en cuenta que la propia Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana establece la necesidad de elaborar un Plan de Acción Territorial de la Actividad Comercial en la Comunitat Valenciana.

En cuanto al mediano y pequeño comercial, el comercio urbano y de proximidad ha sufrido un intenso proceso de ajuste y redimensionamiento desde el año 2008, fruto de la crisis económica y de un cierto sobredimensionamiento que respondía al consumo masivo que se ha producido en esos años. Así el tejido comercial valenciano ha pasado de contar con 76.422 establecimientos en el año 2007 a 64.145 en el año 2013, pasando de una dotación de 22,4 actividades comerciales por cada 1000 habitantes (22,2 de media en España) a 16,6 en el año 2012 (16,7 de media en España). La debilidad del tejido comercial urbana puede generar problemas de desertificación comercial en muchos barrios y zonas, asociados a la proliferación de bajos comerciales vacíos, con los consiguientes problemas de seguridad, deterioro de la imagen urbana, ocupación ilegal, etc. Estos problemas se pueden agravar en el sistema rural, especialmente en los municipios más pequeños, cuyas poblaciones envejecidas no generan un mercado suficiente para mantener una actividad comercial básica si no cuentan con estímulos o ayudas públicas.

Para potenciar los impactos positivos de este comercio sobre los tejidos urbanos consolidados será necesario que pasen algunos años, además de atraer a los centros urbanos nuevos comercios de atracción que sirvan como locomotoras, así como fortalecer a las asociaciones empresariales que operan en las ciudades y los barrios y desarrollar nuevos modelos de gestión urbano comercial.

Los campos sobre los que el desarrollo de la actividad comercial puede generar mayores impactos negativos son, por una parte, los relacionados con las emisiones y contaminación atmosférica asociados a la movilidad generada, ya que las dinámicas de creación y ocupación de suelo comercial han venido perpetuando modelos expansivos y dispersos altamente dependientes de la movilidad motorizada. A su vez, también son destacables las emisiones generadas por el consumo energético, tanto eléctrico como de gas y otros combustibles. El comercio valenciano es un gran consumidor de energía (sólo en electricidad, 173 Ktep al año), especialmente en climatización y alumbrado además de usos específicos como la refrigeración de productos de alimentación. Las medidas para el ahorro y la eficiencia energética son cada vez más frecuentes entre los grandes operadores de la distribución comercial, y de generación a través de energías no contaminantes pero no tanto entre el pequeño y mediano comercio.

Por otra parte, son destacables los impactos que esta actividad tiene sobre la generación de residuos, ya que no existe concienciación suficiente ni normativa que imponga el cumplimiento de medidas encaminadas a la reducción de la generación de residuos. La reducción en la generación de residuos y valorización, en un contexto en el que se ha incrementado la tendencia a comprar productos menos duraderos y más envasados, es uno de los grandes retos ambientales del sector.

Respecto al impacto sobre la infraestructura verde, el desarrollo de una consideración proteccionista sobre los espacios de mayor valor ambiental y los valores paisajísticos del territorio, desde una muy amplia consideración, conducirá en un futuro a minimizar el impacto de las infraestructuras del comercio y a corregir las agresiones que los asentamientos comerciales han ocasionado durante los años de mayor crecimiento, tal y como indican los instrumentos de protección.

En los casos puntuales en los que la actividad comercial haya podido ejercer efectos negativos sobre el patrimonio cultural, la irreversibilidad de las perturbaciones ocasionadas sobre los bienes patrimoniales imposibilita que la existencia en la actualidad de una legislación y protección al respecto pueda recuperar los bienes o valores dañados. En este sentido, únicamente puede afirmarse que en el futuro, el impacto negativo del comercio sobre estos elementos será cada vez menor, llegando incluso a cambiar de signo, convirtiéndose en favorecedor y potenciador de los valores de los elementos patrimoniales.

En definitiva, los principales y más previsibles impactos del comercio sobre el territorio estarán relacionadas con la proliferación de grandes superficies comerciales ubicadas en espacios suburbanos, el conjunto de las actividades, servicios e infraestructuras que van asociadas a las mismas y la movilidad motorizada que genera. La no existencia de limitaciones puede propiciar que una parte de los GEICs se localicen fuera de los municipios o áreas urbanas integradas que constituyen los sistemas urbanos metropolitanos así como de los nodos complementaria del Sistema

Nodal de Referencia Comercial. Esto generará la pérdida de compacidad territorial y el aumento de la movilidad generada, así como la disgregación del tejido comercial.

Este modelo territorial supone, además, impactos negativos sobre el empleo, la riqueza territorial y una merma de las condiciones de vida y la cohesión social. Los impactos negativos sobre las infraestructuras viarias pueden suponerse tendencialmente mayores en la medida en que no se desarrollen herramientas de control ni una verdadera concienciación social sobre la necesidad de reducir la movilidad motorizada en términos absolutos. Por lo tanto, el escenario previsto está marcado por la saturación de las vías de acceso a las grandes polaridades comerciales y de ocio.

En relación con esto, la localización indiscriminada de actividades comerciales de atracción en suelo industrial, aumenta el impacto negativo sobre las infraestructuras viarias y sobre el tejido industrial local, y no ayuda a las estrategias de reindustrialización tan necesarias para recuperar el protagonismo del sector secundario en la economía valenciana.

El marco de gobernanza y el reparto competencial, el ejercicio de las competencias autonómicas tiene que compatibilizarse con los marcos de actuación básica de carácter estatal, de corte liberalizador, en sintonía con las políticas europeas y de unidad de mercado, y que no tienen en cuenta las posibles singularidades de cada territorio. Esto genera problemas en aplicación de normas relacionadas con la regulación de los ECITs, la declaración de las Zonas de Gran Afluencia Turística y la regulación de los horarios comerciales.

La escasez presupuestaria y la falta de inversión privada, el escaso interés de las entidades locales en una gestión más activa de su modelo comercial, la descomposición del tejido asociativo y el seguimiento de principios liberalizadores en la implantación territorial, hacen que se pueda establecer un escenario 0, en el que el papel de las administraciones serán cada vez menos relevante, lo que generará mayores riesgos medioambientales.

Por su parte, los principales agentes del sector demandan y esperan el Plan, tal y como ha quedado demostrado en las reuniones, talleres y encuestas realizadas. No solo para garantizar un mayor control en la instalación de nuevas grandes superficies, sino como estímulo para poner en marcha iniciativas a favor del comercio urbano, el comercio de proximidad y el comercio rural que fortalezcan las virtudes del modelo comercial mediterráneo, propio de la Comunitat Valenciana.

## 10.2. Alternativa 1: Desarrollo de normativa sectorial.

Una de las alternativas posibles sería el despliegue y desarrollo de la normativa autonomía sectorial en la ordenación comercial. A principios de los años 80 del siglo pasado, los primeros traspasos de competencias de la administración central del Estado a las comunidades autónomas incluyeron dos disciplinas en este ámbito: las competencias sobre la ordenación territorial y urbanística, y las competencias sobre la ordenación de las actividades comerciales.

En este nuevo marco competencial está en la base de las primeras legislaciones autonómicas en materia de equipamientos comerciales y la intervención de las Comunidades Autónomas en la autorización de nuevas implantaciones de grandes establecimientos comerciales. El argumentario para la autorización (o denegación) de nuevas autorizaciones, pasó del análisis de impactos territoriales a centrarse en el análisis económico de los efectos sobre la estructura comercial preexistente. Con ello las licencias pasaron de ser un acto reglado a ser un acto en el que se atendía a "razones de oportunidad".

La Ley 8/1986, de 29 de diciembre, de la Generalitat, de Ordenación del Comercio y Superficies Comerciales, fue una ley moderna y de las primeras en España en regular la actividad comercial y la implantación de grandes establecimientos comerciales, anticipándose, incluso, a la intervención normativa estatal, que no se produjo hasta la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista. Posteriormente, con la aprobación de 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 (Directiva de Servicios), tanto a nivel estatal como a nivel autonómico, se realizó una profunda revisión del marco regulatorio del sector comercial español.

Ambas directivas condujeron a una modernización de la regulación del comercio, liberalizando las condiciones del ejercicio de la actividad comercial, la apertura de establecimientos y la organización de las ventas fuera de establecimiento comercial y promocionales, mediante la eliminación de los obstáculos normativos a la libertad de establecimiento y al ejercicio de la actividad comercial que no se justifiquen en el interés general y que no sean necesarios y proporcionales para alcanzar dicho interés general. En el caso valenciano, la actualización de la norma de 1986 por la *Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana* supuso la supresión de todos los requisitos que subordinaban la concesión de la autorización comercial a una valoración del impacto de la implantación de los nuevos establecimientos comerciales, sobre la oferta comercial ya existente. Este cambio de orientación en la regulación de la implantación de establecimientos comerciales, atendió, en línea con la norma comunitaria, a razones de interés general con base en criterios de ordenación del territorio, urbanismo, medioambiente y protección del patrimonio artístico y cultural y la protección de los consumidores.

Además, la Ley incorporó la obligación de que los instrumentos de planeamiento urbanístico incluyeran, en la calificación del suelo, el uso comercial de forma diferenciada dentro de la calificación global de suelo terciario, así como distintos criterios para el desarrollo equilibrado del suelo comercial a escala local. Sin embargo, transcurridos más de tres años desde su aprobación, se puede convenir que lo recogido en la norma respecto a la relación entre el comercio y el territorio no ha tenido una aplicación plena como tampoco los ayuntamientos han ejercido el protagonismo que la norma les otorga en la definición de los modelos comerciales locales. Cierto es que la dinámica urbanística ha estado muy ralentizada en este periodo.

La Ley valenciana también realizó una apuesta decidida por el comercio urbano, impulsando la dinamización y mejora de los entornos comerciales urbanos, comprometiéndose a impulsar y apoyar los planes de acción comercial de carácter municipal, planes directores de comercio de carácter supramunicipal y la realización de proyectos de urbanismo comercial. Por primera vez en la legislación valenciana se reconocía la figura de los centros comerciales urbanos, como figuras desde la que desarrollar proyectos de mejora en entornos comerciales urbanos. Sin embargo, la inversión pública ha sido muy escasa, tanto la procedente de la Generalitat como de las administraciones locales. El presupuesto de la Generalitat en políticas de ordenación y promoción comercial (transferencias para el apoyo de asociaciones del comercio, modernización de las pymes, actuaciones de urbanismo comercial, modernización de mercados, etc.) ha pasado de 281 € por establecimiento comercial en el año 2008 a 68,8 € en el año 2013. Por su parte, la inversión privada en activos materiales por parte de las empresas del comercio al por menor (excepto venta de vehículos de motor y motocicletas), paso de 633,13 millones en el año 2008 a 341,03 millones en el año 2012<sup>5</sup>.

Por último, si como se ha apuntado, las Comunidades Autónomas tienen conferidas las competencias en comercio interior, sigue existiendo un marco legal básico de carácter nacional y europeo que afecta y limita las regulaciones regionales, generando conflictividad judicial entre el Estado y algunas Comunidades Autónomas. Lo cierto es que las orientaciones normativas que se ha ido aprobando no se ha dirigido a la dinamización o estímulo de la actividad económica y comercial, acción muy necesaria en el actual contexto económico, sino que se ha centrado en la eliminación de las numerosas trabas administrativas que dificultan la actividad comercial y afectan de manera directa al comercio minorista, apostando por un régimen de control ex post basado en la declaración responsable para los pequeños y medianos comercios y hacia una mayor liberalización de los horarios comerciales.

Por tanto, bajo este escenario, se plantearía un horizonte focalizado en la centralización de las actuaciones por parte de las administraciones, especialmente la Generalitat pero en un marco de baja inversión pública y poca capacidad para desarrollar estímulos en la dinamización comercial. Se podrían establecer normas dirigidas favorecedoras de una mayor descentralización hacia los Ayuntamientos, pero que sería estéril sin un marco general de actuación que estableciera unas directrices de aplicación coherentes con el modelo de desarrollo del territorio.

Habría que confiar en que la ETCV y en desarrollo de normas complementarias a la Ley de comercio valenciana, y su aplicación fuera instrumento suficiente para garantizar un marco razonable para la ordenación de las futuras implantaciones comerciales. Pero si hasta el año 2011 la Comunitat Valenciana no ha contado con una planificación territorial aprobada formalmente -ni una Ley de Comercio que incluyera criterios territoriales-, situación resultado de una opción política liberal contraria a la intervención pública en la ordenación del territorio, pero también de una actitud de pragmatismo y de cierta discrecionalidad que ha permitido evitar los conflictos con los municipios. Por tanto, este escenario supone asumir riesgos en cuanto a la inaplicabilidad y efectos de la norma de comercio valenciana, con consecuencias ambientales añadidas.

<sup>5</sup> Encuesta Anual del Comercio. Años 2008 y 2012. INE, 2014.

### 10.3. Alternativa 2: PATSECOVA.

La propuesta del PATSECOVA, que se puede considerar como una opción atrevida e incluso anacrónica en este momento, tiene sus raíces en la cuestión sobre hasta qué punto el territorio debe jugar un papel pasivo en la reactivación y transformación de la economía regional. Para generar empleo de nuevo no es posible recurrir al proceso seguido por la economía valenciana entre 1996 y 2008, basada en una fuerte presencia del sector de la construcción. Los desequilibrios estructurales de nuestra economía (altas tasas de desempleo, déficit exterior, sobreendeudamiento privado y público, pérdida de competitividad frente a los países emergentes, estancamiento de la productividad, elevados costes de producción, bajo nivel de eficacia y eficiencia de la administración pública, etc.) necesita de una economía competitiva en la que la reactivación parta de las exportaciones, la internacionalización y la inversión productiva (capital humano, innovación, infraestructuras inteligentes, conocimiento, capital organizativo y relacional). Si, tal y como se apunta fruto de un amplio consenso social, es realmente necesario cambiar de modelo productivo, el territorio, lejos de ser una variable pasiva, también debe contar, porque está en el origen de numerosas economías de localización, aglomeración y red, y también porque en las políticas microeconómicas de oferta (como por ejemplo el fomento de la innovación y el desarrollo de territorios inteligentes, economías creativas y espacios urbanos de tecnología, talento y tolerancia), las políticas de los gobiernos regionales y locales son determinantes.

En esta transición hacia otro modelo económico, se debe ser más respetuoso con el medio ambiente y con el propio territorio, se impone la codecisión y la colaboración entre las administraciones, las empresas y la sociedad civil. Se trata de articular un renovado modelo de gobernanza sobre el territorio, basada en una nueva cultura del territorio" que lo considere como un bien no renovable, esencial y limitado, una realidad compleja y frágil que contienen valores ecológicos, culturales y patrimoniales que no pueden reducirse al precio del suelo.

El territorio de la Comunitat Valenciana conforma un ámbito de pequeñas dimensiones en relación a otras regiones europeas con las que tiene que competir. Además, una tercera parte del mismo está conformado por un espacio ruralizado, sin soporte urbano ni demográfico y muy escaso tejido productivo. Esto se compensa con unas inmejorables condiciones medio ambientales, calidad de vida y paisaje, un sistema de ciudades medio muy equilibrado y una posición privilegiada en el centro del espacio euromediterráneo (45% del PIB español y 25 millones de toneladas de tráfico potencial en el 2020), que le confiere unas óptimas condiciones como lugar de paso de flujos de personas y mercancías y escenario idóneo para la atracción de actividades productivas de alto valor añadido y capital humano talentoso. Sin embargo, existe un claro déficit en la calidad de la gestión territorial, en la colaboración entre los agentes y los actores y en la puesta en marcha de fórmulas de gobernanza del territorio que permitan poner en valor todos los recursos y oportunidades que este ofrece.

Será necesario, en primer lugar, reequilibrar los desmanes y excesos producidos en pasados años fruto de la denominada "burbuja inmobiliaria". El crecimiento del suelo artificial o sellado en el periodo 1987-2006 (último dato disponible) en la Comunitat Valenciana fue del 84%. Un 65% de ese suelo se destinó a usos residenciales y un 16% de usos para actividades comerciales, tanto industriales como terciarias. En el periodo 1987-2006 el suelo sellado se ha incrementado un 169% y en el periodo 2006 a 2012 los bienes inmuebles para uso comercial se incrementaron un 11,9%. En el conjunto de la Comunitat Valenciana, el crecimiento del suelo discontinuo se situó en el 7% en el periodo 1987-2006, provocando disfunciones en el territorio, dispersión y desarticulación urbana, crecimientos de baja densidad y elevado consumo de suelo, concentración de los nuevos tejidos comerciales en zonas alejadas de los corredores de transporte público, problemas de suministro hídrico y energético y destrucción de suelos con valores ambientales o paisajísticos relevantes.

El sector comercial tiene un papel clave en el nuevo modelo productivo valenciano. El modelo comercial valenciano está basado en la coexistencia de diversas tipologías y formatos, de diversos tamaños y modos de operar. Un elevado número de establecimientos supone el principal activo de un modelo comercial diversificado en muchas pequeñas y medianas empresas, la mayoría familiares, que aseguran la proximidad y el servicio a los consumidores valencianos y a los visitantes, la generación de riqueza y empleo y un menor impacto ambiental. La atomización en el comercio, lejos de ser una rémora para la eficacia y eficiencia del modelo, es un valor y un atractivo que hay que preservar y fomentar, modernizándola y potenciando el asociacionismo, la cooperación y la integración, así como estimulando su transición hacia la economía digital. Los pequeños negocios son la principal base de riqueza para la mayoría de las economías locales y son la mayor garantía de un buen servicio cercano y humano para el consumidor.

Con el PATSECOVA se pretende desarrollar una planificación subregional en la ordenación comercial a través de las Áreas Funcionales Comerciales. Por su parte, el sistema de ciudades en la Comunitat Valenciana es el soporte sobre el que se asienta la actividad comercial y es prioritario fortalecer ese modelo territorial equilibrado y competitivo de ciudades y de áreas funcionales. El Plan potenciará el sistema de ciudades medias mediante el fortalecimiento del Sistema Nodal de Referencia Comercial, con lo que se pretende conseguir una adecuada distribución de los equipamientos -y de la distribución de la riqueza y del empleo- a través del soporte físico que son las ciudades.

No se puede obviar que el comercio debe servir como elemento de vertebración territorial y la sociedad valenciana no puede tolerar que los grandes equipamientos comerciales se propongan en una liza por las localizaciones que ponen en peligro el funcionamiento eficaz y eficiente de ese sistema de ciudades basado en una tupida pero frágil red de relaciones entre el territorio, el comercio y el servicio al ciudadano, donde la modernidad se equilibra con la tradición y la competencia se garantiza por la diversidad. Este es el marco en que debe entenderse cualquier enfoque sobre la eficiencia de nuestro modelo comercial.

A través del PATSECOVA se pretende que los promotores de los equipamientos comerciales con impacto territorial asuman las externalidades negativas que este tipo de proyectos generan y que, hasta el momento, deben ser soportados básicamente por el conjunto de los ciudadanos y las empresas. También es el caso de los riesgos ambientales generalmente ligados a la generación de nueva movilidad motorizada, con los consecuentes efectos en la generación de contaminación atmosférica, acústica, lumínica, la congestión de viales y la necesidad de realizar nuevas infraestructuras financiadas con recursos públicos.

A pesar de la desaparición de una buena parte del tejido comercial en los últimos años, el acceso igualitario de los consumidores a la oferta se puede considerar, hoy por hoy, garantizada por la variedad, cantidad y calidad de los equipamientos comerciales existentes. Sin embargo, es necesario modular el crecimiento futuro, apostando por modelos de proximidad y una mayor competencia entre marcas y localizaciones. Un ritmo de crecimiento que debe estar equilibrado con las demandas que se vayan generando por el crecimiento urbano y la evolución del consumo.

El Plan pretende incorporar los valores ecológicos, paisajísticos y culturales del territorio, los nuevos valores sociales y las preferencias de los consumidores -más concienciados con el medioambiente y la preservación del territorio-, así como la aparición de intereses legítimos colectivos ligados al territorio, que deben cambiar la noción de interés general desde una posición puramente mercantilista, lo que supone, en parte, una usurpación interesada que condiciona las decisiones públicas.

Se pretende igualmente conseguir una potenciación del tejido asociativo y una mayor exigencia y dedicación de los Ayuntamientos en el fomento de su actividad comercial. Las ciudades evolucionan hacia la dispersión pero también a reforzar su centralidad. El conflicto entre centro y periferia es la manifestación de una competencia entre espacios para el trabajo, para la residencia, para el ocio y para el consumo. En esa competencia entre lugares que potencian sus atractivos para atraer residentes, compradores e inversores, la ordenación y la planificación deben saber anticiparse y dar respuesta a los nuevos hábitos de consumo y a los nuevos estilos de vida sin perder de vista que el principal activo de una ciudad es su espacio construido.

En este sentido, desde el Plan se pretende actuar para revitalizar, rehabilitar y para aportar calidad a los espacios, equipamientos e infraestructuras comerciales. La creación de una sólida red de Centros Comerciales Urbanos, promovida por las asociaciones empresariales y que cuenten con gerencias profesionalizadas, es una asignatura todavía pendiente en la Comunitat Valenciana, que está en una posición retrasada respecto a otras Comunidades Autónomas.

También se estimulará la puesta en marcha de iniciativas para la reducción del impacto medioambiental del comercio y el aumento de su responsabilidad ambiental en la mejora en la gestión y del agua corriente en los establecimientos mediante la instalación y uso avanzado de dispositivos de reducción de consumo de agua, la realización de auditorías energéticas y la puesta en marcha de medidas de eficiencia energética, el uso de productos químicos ecológicos, biodegradables y que contengan cloro ni fosfatos, la minimización al máximo en la generación de residuos y su separación valorización, el uso exclusivo de papel reciclado y bolsas biodegradables o reutilizables y la promoción y orientación de la compra de productos ecológicos o de menor impacto por parte de los clientes.

Igualmente a través del Plan se pretende propiciar un mayor conocimiento del sector. En la sociedad de la información, los operadores privados y las Administraciones Públicas necesitan de estos instrumentos no sólo como herramientas de ordenación y planificación sino como herramientas de conocimiento y de actuación estratégica. La

toma de decisiones de la Administración Autonómica deber ser también más rápida, transparente y participativa y basarse en instrumentos adecuados que aporten neutralidad e independencia en la toma de decisiones.

Para dinamizar, simplificar y acercar el sector a las personas, el PATSECOVA propone una serie de herramientas de planeamiento. Directrices que indican qué hacer, y medidas de cómo llevarlo a cabo un plan de actuaciones y un articulado normativo donde quedan recogidas las que son de obligado cumplimiento, que acompañará la norma que aprobará el Consell. En definitiva, la visión de futuro que propone el PATSECOVA, se sustenta en el cambio de paradigma que se apoya en los siguientes ejes:

- ▶ Que el comercio juegue un papel relevante en la vertebración territorial valenciana.
- ▶ Mantener la importancia del comercio en la economía valenciana y jugar un papel relevante como protagonista de su transformación.
- ▶ Fortalecer el modelo comercial valenciano, caracterizado por ofrecer servicios eficaces y competitivos a los consumidores con un menor coste ambiental.
- ▶ Facilitar la iniciativa empresarial y contribuir a la generación empleo en el sector.
- ▶ Fortalecer el papel de las Administraciones locales y la Generalitat, en el marco de sus competencias.
- ▶ Adaptar los equipamientos e infraestructuras comerciales a las nuevas necesidades de los consumidores.
- ▶ Propiciar nuevas formas de funcionamiento e iniciativas en el territorio entre los actores privados y las Administraciones Públicas.
- ▶ Estimular la investigación, la participación y la simplificación administrativa.

En base a lo anterior, se ha valorado la alternativa de realización del PATSECOVA, que pretende establecer un marco de actuación que respete las características del modelo comercial valenciano y que sea diverso, concertado, proactivo, facilitador, innovador, equilibrado territorialmente y medioambientalmente respetuoso.

# 11. Seguimiento ambiental del Plan.

## 11.1. Indicadores ambientales.

Los indicadores de sostenibilidad permiten realizar una evaluación y seguimiento sobre el nivel de cumplimiento de los objetivos y efectos del Plan, de forma que la elaboración periódica de los mismos permita comprobar si la realidad territorial se aproxima cada vez más a estos objetivos y si sus efectos sobre el medio ambiente son los previstos.

En concreto, se proponen indicadores de sostenibilidad para los siguientes seis aspectos:

### 11.1.1. La movilidad generada por el comercio: personas y mercancías.

Se establecen indicadores para evaluar la evolución de la movilidad generada por la actividad comercial. También se deben establecer indicadores relacionados con el transporte y distribución de mercancías. En este ámbito se proponen los siguientes indicadores:

- ▶ Distribución modal de los desplazamientos por motivos de compra (%): vehículo privado, transporte público, a pie y bicicleta.
- ▶ Tipo de vehículo utilizado para acceder los equipamientos comerciales.
- ▶ Frecuencia de compra por productos cotidianos y no cotidianos.
- ▶ Tn de CO<sub>2</sub> generada por la afluencia en vehículos privados a establecimientos comerciales que cuenten con una superficie comercial superior a 5.000 m<sup>2</sup>.
- ▶ Km. de itinerarios peatonales en zonas comerciales en ciudades de más de 25.000 habitantes.
- ▶ Km. de itinerarios ciclistas en zonas comerciales en ciudades de más de 25.000 habitantes.
- ▶ Tasa de motorización por tipo turismo y cada 1.000 habitantes.
- ▶ Equipamientos comerciales que cuentan con servicio de transporte público / una parada de transporte público a menos de 15 km.

Existen pocas fuentes de información al respecto. La fuente de información fundamental será los trabajos de investigación de PATECO y la realización periódica de encuestas de movilidad en los centros comerciales.

### 11.1.2. La ocupación del suelo y la fragmentación del territorio.

Se determinarán las superficies ocupadas por cada formato comercial de nuevos equipamientos comerciales durante el período de vigencia del PATSECOVA.

- ▶ Superficie transformada y total acumulada.
- ▶ Suelo de uso terciario.
- ▶ Evolución de la superficie comercial localizada en los polos estratégicos para actividades económicas.
- ▶ Índice de accesibilidad de los nuevos formatos comerciales (>2.500 m<sup>2</sup>) expresados en minutos.
- ▶ Densidad residencial (viviendas) y poblacional (habitantes) entorno a un buffer de 500 metros en torno a los nuevos formatos comerciales (>2.500 m<sup>2</sup>).

- ▶ Valoración del efecto de atracción de nuevos desarrollos por la proximidad los equipamientos comerciales.
- ▶ Distancia de los equipamientos comerciales en espacios naturales.

### 11.1.3. Energía y emisiones atmosféricas.

A partir de los datos sobre la movilidad, se pueden hacer valoraciones relativas a la emisión de gases por motivos de transporte en desplazamientos comerciales. También se pueden valorar los efectos provocados por el aprovisionamiento y la distribución de productos de cada centro así como los provocados por los establecimientos (calefacción, refrigeración, facturación eléctrica...).

- ▶ Consumo de energía primaria del sector servicios. Consumo anual de energía primaria expresada en toneladas equivalentes de petróleo (tep) expresada en % respecto al total
- ▶ Porcentaje del consumo de energía procedente de fuentes renovables respecto al consumo total de energía primaria.
- ▶ Consumo energético de los equipamientos comerciales (kWh/m<sup>2</sup>) según formato comercial.
- ▶ Emisiones totales de Gases de Efecto Invernadero (GEI) del sector servicios, expresadas como CO<sub>2</sub> equivalente y presentadas en forma de índice referido a la cantidad asignada del Protocolo de Kioto.
- ▶ Nº de establecimientos comerciales de más de 2.500 m<sup>2</sup> de superficie comercial que desarrollan acciones de eficiencia energética.
- ▶ Nº de establecimientos comerciales de más de 2.500 m<sup>2</sup> de superficie comercial utilizan sistemas de energía renovable.

### 11.1.4. Generación y tratamiento de residuos.

El objetivo de la gestión de residuos es la de reducir la cantidad y la peligrosidad de los residuos, fomentar el reciclaje y su reutilización y facilitar la disponibilidad de instalaciones adecuadas para su tratamiento:

- ▶ Generación de residuos sólidos urbanos y comerciales (Tn/año).
- ▶ Generación de residuo por superficie de venta (Kg. residuos/m<sup>2</sup>).
- ▶ Generación de residuo papel y cartón por el comercio (Tn/año).
- ▶ Generación de residuo por facturación (kg residuo / €.).
- ▶ Gestión reciclaje de plásticos y embalajes (Tn/año).
- ▶ Gestión papel y cartón por el comercio (Tn/año).
- ▶ Valorización o compostaje de los residuos biodegradables (Tn/año)
- ▶ Disponibilidad de espacios para el tratamiento de residuos de tipo urbano (eco parques y áreas de aportación).

### 11.1.5. Consumo de agua.

Se trata de compatibilizar el planeamiento territorial y los usos del suelo con el ciclo natural del agua y racionalizar el uso de este recurso en el marco de un modelo territorial globalmente eficiente. Para ello es necesario fomentar el ahorro y la reutilización del agua, adecuando la calidad de la misma a los usos

- ▶ Demanda total de agua.
- ▶ Distribución de la demanda y calidad (% urbana y de servicios).

## 11.2. Responsables del seguimiento.

La Dirección General de Comercio y Consumo, como ente promotor del PATSECOVA actuará como ente responsable del seguimiento de las afecciones ambientales producidas en el desarrollo del plan. Para ello se creará una Oficina Técnica del Plan, en colaboración con otras entidades y organismos especializados.

En la medida que se aseguren mecanismos que permitan revisar no sólo los efectos concretos sobre el medio ambiente, sino además el enfoque con el que se está incidiendo sobre ellos, el Plan podrá garantizar la mejora de la sostenibilidad ambiental de la actividad comercial. El sistema de seguimiento se apoyará en los instrumentos de participación, lo que permite ajustar el plan a las dinámicas y problemáticas de un entorno ambiental cambiante.

Las fuentes de datos que sirven de base para el cálculo de los indicadores son al procederán de la base de datos de biodiversidad de la Comunitat Valenciana, inventarios incluidos en Instrumentos de planificación aprobados por la administración, estadísticas e informes de distintos departamentos de la Generalitat e intuiciones y de las investigaciones desarrolladas por la Oficina PATECO. Para cubrir las carencias actuales, el Plan diseñará una red de recogida de datos, buscando la máxima compatibilidad con las anteriores, que conformará el Sistema de Información Territorial Comercial.

# Resumen no técnico.

El Estudio de Evaluación Ambiental y Territorial Estratégica (en adelante EAE) forma parte del proceso de Evaluación Ambiental Estratégica, y acompaña al PATSECOVA. La Evaluación Ambiental Estratégica es el instrumento de prevención, establecido en la Directiva 2001/42/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de junio, para la integración de los aspectos ambientales en la toma de decisiones de planes y programas públicos y está incorporada en la Ley 21/2013, de 9 de diciembre, de evaluación ambiental en la que se establece que serán objeto de esta evaluación los planes y programas que puedan tener efectos significativos sobre el medio ambiente.

En la Evaluación Ambiental Estratégica, el órgano promotor, en este caso la Dirección General de Comercio y Consumo, debe identificar, describir y evaluar los probables efectos significativos sobre el medio ambiente que pueden derivarse de la aplicación del plan o programa, así como unas alternativas razonables, técnica y ambientalmente viables, incluida entre otras la alternativa cero, es decir, la no realización del Plan.

El Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana define criterios, directrices y orientaciones territoriales para que la ordenación comercial se desarrolle de forma coherente con la planificación territorial, asegurando su coherencia con los objetivos de calidad de vida y desarrollo sostenible contemplados en la legislación valenciana de ordenación del territorio y protección del paisaje, y su contribución eficaz a los mismos.

El ámbito geográfico de actuación del Plan Territorial abarca al conjunto del territorio de la Comunitat Valenciana y por tanto a las tres provincias y los 542 municipios que la componen y que en conjunto suponen una superficie de 23.355 km<sup>2</sup> y una población de 5.113.815 habitantes. En cuanto a su aplicación sectorial, el alcance del Plan se circunscribe a la actividad comercial minorista, compuesta en el año 2013 por 51.538 empresas y 64.145 puntos de venta y que dan empleo a 188.917 personas en la región.

Los objetivos básicos del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana son cuatro: Conseguir en el territorio de la Comunitat Valenciana una estructura comercial equilibrada y competitiva; Establecer las bases para un modelo de planificación territorial sostenible del comercio; Conseguir un marco de implantaciones comerciales que prime la sostenibilidad territorial e; Identificar y propiciar la mejora de ámbitos comerciales de relevancia que sufran procesos de degradación.

El Plan Territorial será coherente con el resto de instrumentos de ordenación territorial, especialmente con la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana e integrará lo previsto en los instrumentos de planificación medioambiental. La actividad comercial tiene una incidencia notable sobre el territorio, y por lo tanto también sobre el conjunto de la infraestructura verde y el medio ambiente. Se han identificado como principales problemas medioambientales del comercio, los siguientes:

1. La generación de un elevado número de desplazamientos motorizados, los que realizan los consumidores cuando se desplazan hacia zonas comerciales fuera de las ciudades, y en las que generalmente no existen alternativas para el desplazamiento en transportes colectivos de suficiente capacidad o frecuencia. Estos desplazamientos generan emisiones contaminantes, exigen la construcción de infraestructuras y producen fenómenos de congestión y ruido. A esto hay que añadir el importante volumen de tráficos de mercancías que genera el comercio y que es una de las causas de la congestión de las ciudades.
2. Falta de cultura energética en el pequeño y mediano comercio, sector que, a pesar de presentar un consumo energético moderado frente a otros, como el gran comercial tiene unos potenciales relativos de ahorro muy grandes, constituidos por ineficiencias fácilmente subsanables con inversiones moderadas y periodos de retorno de la inversión cortos,, por lo que las actuaciones en estos comercios son una opción muy interesante para el empresario para conseguir reducir sus costes operativos de una manera barata, rápida y fiable.
3. Una producción importante de residuos, especialmente orgánicos y embalajes, con niveles de reciclaje y valorización mejorables.
4. Una contabilización insuficiente de los costes ambientales en la cadena de suministro del comercio y de la distribución (logística, eficacia energética de los comercios, marketing, comunicaciones, etc.).

El plan establece doce objetivos ambientales para cuya consecución se deberán adoptar una serie de criterios ambientales estratégicos:

1. Utilización racional del suelo.
2. Protección del medio natural.
3. Prevención de riesgos naturales e inducidos.
4. Uso sostenible y protección de los recursos hídricos.
5. Conservación del patrimonio cultural y revitalización del patrimonio rural.
6. Adecuada gestión de los residuos.
7. Implementación de las infraestructuras y consideración de los recursos energéticos.
8. Mejora del entorno urbano.
9. Integración de la Infraestructura Verde.
10. Eficiencia de la movilidad urbana y fomento del transporte público.
11. Protección del paisaje.
12. Educación Ambiental y Participación Ciudadana.

# 12. Viabilidad económica de las alternativas y de las medidas dirigidas a prevenir los efectos negativos del plan.

Para lograr el cumplimiento de los objetivos marcados por el Plan, se proponen un conjunto de actuaciones que se han de llevar a cabo durante el periodo de vigencia del mismo. Son actuaciones que deben promover la Administración autonómica competente en comercio interior, las Administraciones locales y los operadores privados.

En este apartado se analizan los costes de aplicación de cada una de las alternativas evaluadas en este Informe de Estudio de Evaluación Ambiental y Territorial Estratégica, valorando la valorando la viabilidad económica de cada uno de ellos, así como la viabilidad de las medidas de prevención.

## 12.1. Alternativa 0. No elaboración del Plan y aplicación de la actual política en ordenación comercial.

De los presupuestos de los últimos ejercicios destinados a la Ordenación y promoción del comercio de la Dirección General de Comercio y Consumo, se puede comprobar el radical descenso del presupuesto destinado, que entre los años 2012 a 2013 se redujo en un 56,8%.

Evolución del presupuesto de la DG Comercio y Consumo destinado a la ordenación y promoción comercial (solo actuaciones dirigidas al comercio minorista). En miles de euros.					
Ejes de actuación	Año 2008	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Proyecto Año 2015
<b>Ayudas a las pymes y emprendedores</b>	3.590,00	4.050,00	1.415,00	1.402,00	1.552,00
<b>Apoyo a la gestión de áreas urbanas / áreas de excelencia comercial</b>	900,00	2.500,00	1.350,00	1.400,00	1.400,00
<b>Apoyo federaciones, agrupaciones empresariales y Cámaras de Comercio</b>	3.157,40	1.080,25	1.000,00	800,00	800,00
<b>Red de Agencias para el fomento de la Innovación Comercial.</b>	400	800	600	670	660
<b>Mejora de entornos comerciales y equipamientos comerciales urbanos.</b>	6.184,28	500	300	300	620
<b>Ayudas y colaboraciones con otras entidades en acciones para el comercio</b>	90,00	2.090,00	245,00	36,00	36,00
<b>Gestión y difusión del conocimiento</b>	400	700	200	200	50
<b>Investigación y formación comercial</b>	601,90	340	110	139,24	0
<b>Otras actuaciones</b>	740	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>16.063,58</b>	<b>12.060,25</b>	<b>5.220,00</b>	<b>4.947,24</b>	<b>5.118,00</b>

Fuente: Conselleria de Hacienda y Administraciones Públicas, 2014.

El futuro tendencial más probable es que la inversión pública se mantenga en niveles similares o incluso siga disminuyendo debido a la reducción de recursos públicos disponibles. Por su parte, las administraciones locales, sin la cofinanciación pública autonómica presentarán la misma atonía que en los últimos años en la ejecución de actuaciones de cierta relevancia, en un contexto de clara contracción de la inversión privada empresarial. La finalización del Plan Confianza, que ha permitido la construcción de algunos equipamientos y actuaciones en zonas comerciales también supondrá un freno para la realización de actuaciones.

Esto conllevará a una previsible degradación de las zonas comerciales y periodos más largos para la ejecución de obras de renovación de infraestructuras comerciales. Por su parte, las asociaciones empresariales no tienen prácticamente capacidad de acometer proyectos, en un momento en que el nivel de asociacionismo se ha reducido y la infrafinanciación de estas entidades ha afectado a su influencia sectorial.

## 12.2. Alternativa 1. Desarrollo de normativa sectorial.

Lo indicado en el escenario tendencial es aplicable a la alternativa 1. El desarrollo de más normativa sectorial no irá necesariamente vinculado a la incorporación de más recursos por parte de las administraciones, por lo que los efectos sobre el territorio serán los mismos.

## 12.3. Alternativa 2. PASTECOVA.

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

A falta de una mayor concreción de los distintos programas, se ha establecido un presupuesto total en inversión para el periodo 2016-2021 de 49,46 millones de euros, lo que supone una inversión media anual de 9,89 millones de euros.

<b>Presupuesto estimado para la ejecución del Plan en el periodo 2016-2021.</b>	
<b>Programas de actuación</b>	
Actuaciones de regeneración, mejora, conservación y gestión de áreas comerciales estratégicas	18.650.000
Programa "Centros Históricos Comerciales"	4.608.000
Programa "Centros Comerciales Urbanos"	5.925.000
Programa de reactivación y reconversión de los mercados municipales.	6.010.000
Programa impulso al comercio de proximidad y comercio rural	1.030.000
Programa "Clústeres turístico-comerciales".	1.500.000
Acciones de catalogación, protección y conservación de establecimientos comerciales históricos o emblemáticos.	1.025.000
Estrategia Green Commerce	2.600.000
Elaboración de Planes de Ordenación Comercial en las AFC	1.200.000
Red AFIC	5.400.000
Impulso a la actividad de investigación y desarrollo en el sector comercial.	540.000
Estudios de detalle derivados del Plan	180.000
Desarrollos normativos	75.000
<b>Gestión del Plan</b>	<b>580.000</b>
<b>Acciones de comunicación y divulgación</b>	<b>141.000</b>
<b>TOTAL</b>	<b>49.464.000</b>

Respecto a las fuentes de financiación, el 53,2% del presupuesto correspondería a las aportaciones de la Generalitat, con una media anual de 5,26 millones de euros anuales. De estos aproximadamente un 80% podrían corresponder a la aportación de la DG Comercio, cifra que se considera coherente con la evolución de los presupuestos asignados a este departamento y perfectamente asumibles. Este escenario se considera como el más adecuado a las necesidades del sector y a la coyuntura económica existente y sus perspectivas de futuro.

<b>Fuentes de financiación para la ejecución del Plan en el periodo 2016-2021.</b>	
<b>Fuentes de financiación</b>	<b>%</b>
Generalitat. DG de Comercio y Consumo y otros departamentos.	53,2%
Ayuntamientos y entidades locales.	29,8%
Fondos de la Unión Europea, especialmente PO 2015-2020.	7,7%
Sector privado.	7,4%
Otros (Gobierno Central...).	1,9%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

## 12.4. Viabilidad económica de las medidas preventivas.

Se ha estimado un gasto en actuaciones de prevención del 2,5% sobre el presupuesto total del periodo, lo que supone un presupuesto anual de unos 250.000 €, que tanto se emplearan para prevenir afecciones ambientales negativas del plan, como para realizar el seguimiento y control del mismo. Esta doble función hace que este coste quede doblemente amortizado. Por todo esto se considera que las medidas preventivas son viables económicamente.