

ACTA REUNIÓN CONSTITUTIVA PANEL DE EXPERTOS - PATSECOVA

GRUPO:	PANEL DE EXPERTOS DEL PATSECOVA
LUGAR:	Centro de Eventos de Feria Valencia
FECHA:	12 de DICIEMBRE 2012
HORA:	13:30 H. – 14:30 H.

ASISTENTES

Personas:		Cargo	Entidad:
1	Silvia Ordiñaga Rigo	Directora General	Dirección General de Comercio y Consumo. Conselleria de Economía, Industria, Turismo y Empleo
2	Eduardo Casanova Duch	Jefe Servicio Planificación del Comercio, Artesanía y Consumo	Dirección General de Comercio y Consumo. Conselleria de Economía, Industria, Turismo y Empleo
3	Miquel Clemades Planells	Jefe Servicio de Promoción del Comercio y Artesanía	Dirección General de Comercio y Consumo. Conselleria de Economía, Industria, Turismo y Empleo
4	David Forés Marzá	Coordinador Técnico. Oficina Comercio y Territorio - PATECO	Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana
5	Gregorio Lleó Alama	Ex Jefe de Servicio	Servicio de Ordenación Comercial. D. G. de Comercio y Consumo.
6	Alejandro Mollá Descals	Catedrático. Director Dpto. de Comercialización e Investigación de Mercados	Universitat de Valencia
7	Agustín Rovira Lara	Director Oficina Comercio y Territorio - PATECO	Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana
8	Josep Sorribes i Monrabal	Profesor Estructura Económica	Universitat de Valencia
9	Juan Valea López	Subdirector General de Comercio y Consumo	Dirección General de Comercio y Consumo. Conselleria de Economía, Industria,

			Turismo y Empleo
10	Teresa M ^a Vallet Bellmunt	Profesora de Comercialización e Investigación de Mercados	Universitat Jaume I
11	Javier Viciano Pastor	Profesor Derecho Mercantil.	Universidad de Valencia

EXCUSAN ASISTENCIA

Personas:		Cargo	Observaciones
1	Joaquín Andrés Berenguer Ramírez	Profesor de Economía Aplicada	Universidad de Alicante
2	Teresa Sánchez Armas	Subdirectora General de Comercio Interior	Ministerio de Economía y Competitividad

ORDEN DEL DÍA

1. Presentación de la reunión.
2. Presentación de los objetivos del PATSECOVA y plazos estimados de elaboración.
3. Ruegos y preguntas.

1. Presentación de la reunión.

Dña. Silvia Ordiñaga Rigo, directora general de Comercio y Consumo, da la bienvenida a los presentes y agradece su participación.

A continuación resalta que el Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio Valenciano, en adelante PATSECOVA, será el primer plan de ordenación territorial de una actividad económica en la Comunitat Valenciana.

Comenta que para su elaboración se firmó un Acuerdo de encomienda de gestión al Consejo de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación de la Comunidad Valenciana cuyos trabajos lleva a cabo su Oficina PATECO.

Alude a que la selección de este panel de expertos se ha realizado en función de su conocimiento y experiencia en el terreno del comercio.

Comenta que el antecedente del PATSECOVA sería el PATECO de 1997 y que la elaboración de este nuevo Plan ya se contempla en el artículo 31 de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana y que su función de planificación territorial del comercio atenderá a aspectos que son de interés general y susceptibles de protección en el desarrollo de una actividad económica según la Directiva 2006/123/CE, relativa a los servicios en el mercado interior, siendo éste el marco de referencia junto con la Ley de Ordenación del Territorio y Protección del

Paisaje y la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana para elaboración del PATSECOVA antes de final de 2013.

Señala la importancia de la actividad comercial en la Comunitat Valenciana indicando que es el 11,3 del PIB con 347.000 ocupados de los que 192.000 corresponden al comercio minorista. Comenta que en el Estado se tiende a conseguir una unidad de mercado estableciendo un marco normativo básico de obligado cumplimiento en cuyos márgenes se deben desarrollar las competencias autonómicas y locales. En ese espacio, lo que se pretende es hacer posible un desarrollo económico que sea compatible con políticas de sostenibilidad e impacto en el territorio.

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

Continúa Dña. Silvia Ordiñaga aludiendo a la orientación del PATSECOVA y comenta que se resume en los siguientes objetivos:

- Frenar la pérdida de empresas y del empleo y facilitar la iniciativa empresarial.
- Mantener la diversidad comercial y el equilibrio entre comercio urbano y comercio periférico.
- Resolver las lagunas existentes en la ordenación urbanística y territorial del comercio.
- Reducir el impacto medioambiental del comercio.
- Mejorar los hábitats del comercio degradados.
- Apoyar al comercio rural.
- Modernizar el tejido comercial.
- Mejorar la arquitectura comercial y su integración paisajística.

A continuación da paso a la intervención de D. Agustín Rovira.

D. Agustín Rovira comenta que la selección de expertos que forman parte de este panel se ha realizado en virtud de diferentes criterios pero que con ello se reúnen diferentes sensibilidades respecto a los objetivos del PATSECOVA y subraya los conocimientos en que están especializados cada uno de los presentes.

Comenta que lo que se solicita es una colaboración en la revisión de los documentos que vayan conformando el Plan y que estarán siempre a su disposición.

Respecto a la elaboración del PATSECOVA, Agustín Rovira dice que se ajusta a lo previsto en la Ley de Ordenación del Territorio y Protección del Paisaje, actualmente en fase de revisión y a la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana.

Agustín Rovira comenta que se trata de establecer objetivos estratégicos, principios directores y criterios en la ordenación territorial del comercio, de forma que esta se realice de forma coherente con el desarrollo sostenible de la Comunitat Valenciana. Este Plan afecta a toda la Comunitat y a todo el comercio minorista y no solo es un Plan para ordenar la implantación de los grandes equipamientos comerciales.

Sus criterios y directrices serán vinculantes para las Administraciones Públicas afectadas y principios deberán incorporarse en los planes, programas o proyectos que afecten al comercio; además incorporará proyectos y un plan de actuaciones concreto. Concreta la referencia a los objetivos estratégicos señalando que serían los siguientes:

- Mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.
- Conseguir una estructura comercial equilibrada y competitiva.
- Establecer las bases para un modelo de planificación territorial del comercio.
- Conseguir un marco que prime la sostenibilidad territorial.
- Identificar y propiciar la mejora de ámbitos comerciales que sufran procesos de degradación.

En cuanto a los contenidos del Plan señala los documentos que lo integran y que son:

- Documentos de información: Memorias informativas y Planos de información.
- Documentos de ordenación: Documento de objetivos y estrategias, Programa de actuación, Directrices y Planos de ordenación.
- Documentos de Evaluación Ambiental: Informe de Sostenibilidad Ambiental y Memoria Ambiental.
- Estudio de Paisaje.
- Documentos de la Participación Pública: Plan de participación, actas, documentos informativos, documentos de alegaciones y Documentos de síntesis

A continuación resume las fases del Plan indicando que el proceso de Evaluación Ambiental Estratégica debe efectuarse en paralelo a la propia

elaboración del Plan Territorial Sectorial, y de forma interactiva a lo largo de todo su procesos de desarrollo y toma de decisiones.

En cuanto al enfoque estratégico señala que el Plan no debe limitar la iniciativa empresarial sino facilitar y planificar la implantación de actividades comerciales en el territorio y que tampoco va a generar un modelo distinto al que contiene la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana sino que irá en paralelo a esta para reforzarla en el ámbito de la ordenación espacial del comercio.

Finalmente, respecto al plan de participación comenta que se pretende que éste sea el "Plan de todos", además de satisfacer los trámites y la consulta por las afecciones legales que se puedan generar. Se pretende hacer partícipes a todos los actores implicados en la elaboración del Plan, de tal forma que puedan aportar sus puntos de vista, inquietudes y soluciones.

Para ello se cuenta con diferentes herramientas como la participación activa a través del grupo consultivo y del panel de expertos, la participación mediante consulta a Administraciones Públicas implicadas, talleres y debates, el Observatorio del Comercio Valenciano y participación informativa con encuestas, foros y blogs en una página web que incorpora toda la documentación del Plan.

Cita a las personas de contacto para cualquier cuestión que pueda surgir e invita al grupo de expertos a que cuando corresponda se muestre crítico.

3. Ruegos y preguntas.

D. Josep Sorribes comenta que el, de partida, aprecia algunos problemas. Apunta a que el todo modelo comercial territorial se debe preocupar por compatibilizar los diferentes formatos comerciales con el control y reducción de la movilidad.

Agustín Rovira se pregunta si se puede hacer algo más para resolver el problema municipal y estima que en algunas cosas sí y alude a la autorización comercial autonómica de los grandes establecimientos como un instrumento que puede servir para fomentar la coordinación y consensuar intereses.

Sobre la movilidad apunta que se puede plantear en el plan que las implantaciones periféricas tengan conexión con el transporte urbano.

D. Gregorio Lleó dice que el Plan debe servir para prevenir efectos no deseados y que el modelo comercial valenciano es una realidad a la que se ha llegado pero no se ha buscado así. Una cosa es que el plan prevea impactos territoriales, sobre todo en la movilidad, pero hay un comercio de barrio que funciona solo y que cambia día a día.

D. Josep Sorribes apunta que la puesta en marcha de un plan de este tipo no deja de ser una entelequia por lo poco dadas que son las propias

Administraciones Públicas a ejecutar lo que ellas mismas han planificado. Comenta que sería un error caer en una planificación del territorio basada en las delimitaciones municipales, que a su entender son muy poco eficientes y explicativas de las dinámicas territoriales. La escala metropolitana es mucho más razonable, así como la posibilidad de que las decisiones se tomen de forma mancomunada.

Propone una forma de funcionamiento del panel de expertos en los que, sobre un tema determinado, se puedan confrontar *bis a bis* dos visiones distintas. Estas sesiones se podrían grabar y poner a disposición del resto de miembros.

Josep indica que el término "sostenibilidad" es ya tan ampliamente utilizado que se ha quedado sin contenido. Hay que ir con ciudadano respecto a el significado que se le de en el Plan. Del mismo modo, el concepto de "ciudad compacta" es discutible.

D. Javier Viciano indica que en el Plan hay que tener claramente identificado cuales son los bienes jurídicos a proteger, ya incorporados en el marco jurídico europeo y nacional y que han inspirado la reforma de la Ley de Comercio: ordenación del territorio, medio ambiente, patrimonio, etc. En este sentido, en el Plan se pueden plantear determinaciones que pueden colisionar con la libertad de empresa, y que, por tanto, deben estar perfectamente justificadas (en el cumplimiento de la defensa de esos bienes jurídicos a proteger o razones de interés general) para que tengan sentido desde un punto de vista jurídico.

Afirma que el Plan debería ser, al menos en su parte dispositiva, sencillo y claro. La panoplia de normas y leyes existentes es ya muy amplia y confusa como para cargar con más normas inescrutables.

D. Alejandro Mollá toma la palabra y comenta que la planificación territorial del comercio es siempre difícil y muchas decisiones que tienen un sesgo político no tienen los efectos deseados o se basan en supuestos falsos. Considera que sí existe un modelo comercial basado en la diversidad que hay que potenciar.

Expresa que hay que utilizar con mucho cuidado términos como "equilibrio", que en comercio puede ir en contra de las propias dinámicas del mercado. De hecho, el sistema funciona mejor por la competencia que generan los desequilibrios.

Es necesario centrar bien el debate en los temas clave del Plan, ya que si no se pueden producir una gran dispersión en las reflexiones que se realicen. El Plan no va a tener incidencia en temas como horarios, etc. Y hay que considerar el periodo de vigencia del Plan.

D. Gregorio Lleó dice que desde su punto de vista el caballo de batalla debe ser el Ayuntamiento y como incorporar determinaciones sobre su modelo comercial a través de sus planes urbanísticos.

Además apunta que la Ley de Comercio valenciana incorporaba claras determinaciones sobre la función de los Ayuntamientos que estos aun no han

interiorizado, por ejemplo, en la identificación de suelo comercial o de los sectores donde pueden ubicarse grandes equipamientos.

Finalmente apunta que hay que estar atentos a los cambios que ya se están produciendo en el tejido comercial, como por ejemplo, el cierre de bazares orientales, que han pasado por un periodo de eclosión en años anteriores.

Por último Teresa Vallet comenta que la función del panel de expertos es aportar una visión objetiva e independiente desde una perspectiva más académica. Esta es la función que debe jugar el panel.

Y siendo las 14.30 horas del día de su comienzo, Dña. Silvia Ordiñaga da por finalizada la reunión del Panel de Expertos agradeciendo nuevamente su presencia y participación.

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

FOTOGRAFIAS DE LA REUNIÓ



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

