



zaro diridte lagurak + turismoa eta enpresa



DIRECCIÓN DE PLANIFICACIÓN TERRITORIAL,
URBANISMO Y REGENERACIÓN URBANA
DONOSTIA-SAN SEBASTIAN, 1, LAKUA II, 2ª PLANTA
01010 VITORIA-GASTEIZ (ARABA)

Propuestas de las Plataformas de Comercio de Urbano de las Capitales Vascas, BilbaoDendak, Gasteiz On y San Sebastian SHOPS, a la **MODIFICACIÓN CORRESPONDIENTE A LA REVISIÓN PARCIAL DEL PLAN TERRITORIAL SECTORIAL DE CREACIÓN PÚBLICA DE SUELO PARA ACTIVIDADES ECONOMICAS Y DE EQUIPAMIENTOS COMERCIALES DE LA CAP, EN LO RELATIVO A LOS GRANDES CENTROS COMERCIALES.**

Bilbao, a 26 de marzo de 2018



2018 MAR. 27

SARRERA	IRTEERA
Zk. 262270	Zk.



PROPUESTAS AL AVANCE DE LA MODIFICACIÓN CORRESPONDIENTE A LA REVISIÓN PARCIAL DEL PLAN TERRITORIAL SECTORIAL (PTS) EN LO RELATIVO A LOS GRANDES CENTROS COMERCIALES.

INTRODUCCIÓN

El comercio ha contribuido a modelar unas ciudades más vitales, más aptas para convivencia y más seguras. No podemos olvidar tampoco que el comercio local - urbano constituye un elemento básico de nuestro modelo social, impulsa las economías locales, favorece las relaciones sociales y potencia la vida ciudadana.

Este modelo local – urbano, característico de los países de La Unión Europea, es propio de nuestro estilo de vida y constituye un factor que nos identifica. Se contrapone a otros formatos de comercio característicos de modelos de ciudades y pueblos que nos son ajenas tanto desde el punto de vista cultural como de ocupación del territorio.

Es preciso, por tanto, mantener el modelo de ciudad compacta y socialmente cohesionada de que hoy disponemos, en la que el comercio local – urbano mantenga la función que históricamente viene desarrollando, contribuyendo a generar empleo, economía, integración social, cohesión social, etc.

A la conveniencia de desarrollar y mantener nuestro propio modelo de ciudades y pueblos se une la exigencia de garantizar la sostenibilidad en el uso del suelo y los edificios, evitando además los efectos nocivos que sobre el medio ambiente y la movilidad de la ciudadanía produce su consumo indiscriminado en implantaciones comerciales interurbanas y periféricas. La propia Unión Europea asume tales planteamientos al recoger en su Estrategia Territorial Europea (Potsdam, mayo de 1999) el control de la expansión urbana como aspecto decisivo para el desarrollo sostenible de las ciudades y pueblos, como también lo hacen la Ley del Suelo Autonómica 2/2006 y la estatal 8/2007, al recoger el principio de sostenibilidad a la hora de abordar el consumo del recurso natural del suelo.

Por otra parte, la tendencia a la tercerización de las economías desarrolladas precisa de una adecuada articulación de sus estructuras y canales de comercialización, que permitan un desarrollo sostenible y equilibrado de las mismas, y de la definición de las estrategias que posibiliten competir en igualdad de condiciones al sector comercial vasco.

El principio de compacidad de las ciudades y pueblos es precisamente el criterio defendido y adoptado como estrategia territorial europea para un desarrollo equilibrado y sostenible, evitando expansiones territoriales indiscriminadas.



AVANCE DE LAS NORMAS DE ORDENACIÓN ASOCIADAS A LA ALTERNATIVA 1 DE INTERVENCIÓN

Si no se establece propuesta alguna de carácter territorial, implica que queda libertad de actuación municipal para el desarrollo terciario - comercial en el municipio.

Esta es la situación actual y las decisiones unilaterales que están tomando algunos Ayuntamientos tienen un impacto sobre el territorio que va más allá de sus competencias.

Son decisiones que se deben tomar con una visión de Territorio incluso en algunos casos de País, no solamente por el impacto comercial, sino por variables como la afección a red viaria, al medio ambiente, movilidad sostenible, impacto en el medio rural, etc.

AVANCE DE LAS NORMAS DE ORDENACIÓN ASOCIADAS A LA ALTERNATIVA 2 DE INTERVENCIÓN

Los principios generales que se establecen en esta alternativa van en contra de lo que debe ser un desarrollo equilibrado entre formatos y espacios y es contraria a la Estrategia Territorial Europea, tal y como hemos expuesto en la introducción.

Favorecer y fomentar la regeneración y recualificación de las áreas centrales de nuestros barrios, pueblos y ciudades, no justifica la implantación de grandes centros comerciales, deben existir estrategias, políticas y líneas de actuación con esos objetivos, al margen de la implantación de los centros comerciales.

Favorecer y fomentar la dinamización social y económica de las áreas centrales de nuestros barrios, pueblos y ciudades no se genera con la presencia de grandes centros comerciales, que con su oferta globaliza, induce a una gentrificación de las zonas en las que se implantan y consecuentemente de las ciudades, con la correspondiente pérdida de identidad comercial de la ciudad y de su capacidad de atracción de consumo.

La regulación propuesta contiene un efecto negativo, al contemplar la recalificación de usos industriales en terciarios comerciales en los polígonos exteriores de los núcleos urbanos, ya que dicho efecto influye negativamente en un desarrollo comercial equilibrado de los núcleos urbanos

Incentivar la movilidad sostenible desarrollando un modelo urbano que elimine o minimice la necesidad de moverse, promoviendo el uso del transporte público, la bici y los modos peatonales, cuando lo que se propone es la implantación de grandes centros comerciales en polígonos industriales que se encuentran en las zonas periurbanas de las ciudades y pueblos, es totalmente incompatible con la movilidad sostenible y conlleva necesariamente la utilización del vehículo.



Generar entornos urbanos funcionalmente mixtos y/o con mezcla de usos distintos compatibles entre sí, así como diversificar la implantación de los grandes centros y actividades comerciales, es fundamental para alcanzar ciudades compactadas y cohesionadas. Es una labor que requiere de una medición y estudios serios, rigurosos y objetivos sobre la balanza comercial, para medir el impacto económico-comercial y definir el mix comercial necesario a implantar; así como estudios que midan el impacto medioambiental sobre el entorno en el que se pueden generar esos nuevos usos.

Fomentar la ordenación y disposición de un medio urbano inclusivo al tiempo que policéntrico, no requiere de un nuevo desarrollo y/o implantación de grandes centros, sino de la apuesta y apoyo por la consolidación y desarrollo de las empresas existentes que ofrecen los servicios que contribuyen a alcanzar el medio urbano inclusivo y policéntrico.

En grandes líneas, los efectos negativos de la implantación de grandes centros en la trama urbana se miden en:

- a. gentrificación de las ciudades y consiguiente pérdida de la personalidad comercial del entorno y disminución de la capacidad de atracción de consumo
- b. desequilibrio con la oferta comercial local
- c. desertización de los barrios: incidencias en el ecosistema social del barrio (asistencia a personas mayores, con limitaciones para abastecerse fuera del barrio / generación de zonas dormitorio /inseguridad en las calles / urbanismo comercial decadente / iluminación insuficiente....
- d. incidencia en el empleo y el emprendimiento
- e. incidencia en el progresivo envejecimiento de nuestra ciudad

También, los efectos negativos de la implantación de grandes centros en la periferia, implican:

- a. Incidencia en la sostenibilidad medioambiental
- b. Desequilibrio con la oferta comercial del resto de la ciudad
- c. Desertización de zonas comerciales, centrales y periféricas

Incentivar la implantación de los grandes centros comerciales en la trama urbana sin haber definido el modelo comercial para esos pueblos y ciudades que defina el equilibrio entre formatos y espacios, solo puede contribuir al generar más desequilibrio que el que actualmente se está generando, y a una ruptura y desequilibrio del modelo de ciudad compacta y cohesionada que actualmente disponemos.



La implantación de grandes formatos comerciales en la trama urbana ya se está produciendo debido a una agresiva estrategia de las grandes empresas de distribución junto con el sector inmobiliario, que implican importantes fuentes de recursos económicos para los ayuntamientos y contribuyen a una pugna supramunicipal que distorsiona el equilibrio territorial tan necesario para la compacidad de las ciudades y pueblos como estrategia territorial para un desarrollo equilibrado y sostenible, evitando expansiones territoriales indiscriminadas.

Por otra parte, las condiciones de implantación de los grandes centros comerciales deben recogerse explícitamente, para garantizar ese equilibrio territorial tan necesario y deseado. El Artículo 4, requiere un análisis detallado:

Artículo 4.1- contempla la posibilidad de implantaciones de forma muy imprecisa: “complementariamente en ámbitos y/o zonas globales destinados a actividades económicas...”

Esta imprecisión puede provocar una gran inseguridad territorial, ya que no se establecen criterios objetivos para definir qué se entiende por “complementario” ni cuándo surge esa complementariedad.

Artículo 4.2- la implantación de los grandes centros comerciales urbanos en la trama urbana no pueden quedar al arbitrio de lo que determine el planteamiento urbano, sino que debe enmarcarse dentro de un marco supramunicipal que garantice un desarrollo territorial equilibrado. Para ello, deben determinarse criterios objetivos que garanticen a través de estudios de impacto socioeconómico y medioambiental que esa implantación es necesaria en ese entorno municipal.

Artículo 4.3-2 no puede vincularse la ampliación de los actuales grandes centros comerciales a la necesidad de rehabilitación y/o recualificación urbana del entorno afectado. Estas intervenciones deben contemplarse en el desarrollo normalizado de políticas municipales para el mantenimiento de las ciudades, al margen de los desarrollos económicos que se produzcan en la misma. No es un criterio objetivo



AVANCE DE LAS NORMAS DE ORDENACIÓN ASOCIADAS A LA ALTERNATIVA 3 DE INTERVENCIÓN

Los principios generales (ya que son los mismos) los hemos expuestos en el AVANCE DE LAS NORMAS DE ORDENACIÓN ASOCIADAS A LA ALTERNATIVA 2 DE INTERVENCIÓN, con las siguientes matizaciones:

Artículo 3.2- “Complementariamente, previa justificación de su conveniencia y necesidad, se autoriza la implantación de nuevos grandes centros comerciales, fuera de la trama urbana actual ordenada en el planeamiento urbanístico.....”

Claramente se genera una gran inseguridad territorial al permitir la implantación de estos grandes centros comerciales sin precisar:

- cómo debe justificarse su implantación
- qué criterios deben considerarse
- en qué momento deben presentarse los informes, quien los debe realizar, entiendo que debe ser una empresa ajena a la promotora
- quien y como se valoran los informes

En lo que respecta a la implantación, identificar ámbitos estratégicos para la implantación de grandes centros comerciales es un error importante a la hora de ordenar los territorios, ya que, dichos ámbitos estratégicos deben de estar reservados para equipamientos que atiendan al interés de la población, tales como, instalaciones de carácter estratégico y logístico, necesarios para el impulso ordenado de la actividad económica general (plataformas de servicio de transporte, centros de distribución de mercancías, hospitales, parques de bomberos, etc.), no se deben ceder estos espacios a la iniciativa privada con ánimo de lucro.

Darle un carácter preferente a la implantación de grandes centros comerciales en la trama urbana y/o en la periferia es un error de fondo, sin tener definido el modelo comercial de las ciudades y pueblos y el respeto al equilibrio de formatos y espacios.

POR TODO ELLO PROPONEMOS:

1.- Los criterios que se deben tener en cuenta a la hora de autorizar el desarrollo de actividades comerciales deben de orientarse hacia una óptica asociada a la aplicación de criterios de ordenación del territorio, urbanísticos, medioambientales y de cohesión social vinculados al interés general. El concepto de “razón imperiosa de interés general” al que se refiere la Directiva Europea de Servicios son entre otros; los ámbitos de conservación del patrimonio histórico cultural, la movilidad sostenible, la protección del medio ambiente y del entorno urbano, incluida la planificación urbana y rural. Todo ello debe orientarse hacia el desarrollo de un territorio sostenible.



2.- Con el fin de conocer la realidad comercial de las comarcas de cada Territorio, es necesario crear un mapa comercial que recoja la ubicación y el dimensionamiento de los diferentes formatos a partir de una superficie de venta superior a 300 m². Dichos formatos deben ser: Alimentación más no alimentario en sus diferentes tramos, equipamiento personal, equipamiento del hogar, superficie especializada en bricolaje y superficie especializada en deportes.

3.- Teniendo en cuenta el impacto global que produce cada una de estas implantaciones, ya que dicha implantación no solo tiene un impacto en el municipio establecido, sino que incluso, dependiendo del proyecto, puede tener un impacto en todo el territorio y en los territorios colindantes, proponemos la creación de un órgano Consultivo Autonómico, que teniendo en cuenta criterios como; el medio ambiente, la accesibilidad, los ámbitos estratégicos, el equilibrio entre formatos y espacios, la ordenación territorial comercial, etc., emita informe sobre la idoneidad de la implantación propuesta. Decisiones de este calado no las pueden tomar los ayuntamientos de forma unilateral. Dicho órgano estará compuesto por:

- Departamento de medio ambiente, planificación territorial y vivienda del Gobierno Vasco.

- Departamento de turismo, comercio y consumo del Gobierno Vasco.

- Eudel

- Representantes del sector comercial

4.- Debido a la tramitación actual del Plan Territorial Sectorial, a la importancia de atender los criterios en los contenidos para mantener e impulsar un territorio ordenado y equilibrado, consideramos necesario, no tramitar, por parte de las administraciones competentes proyectos dirigidos a la implantación y ampliación de estos formatos.

Así mismo, consideramos oportuno obtener un amplio consenso para establecer los criterios de autorizaciones de grandes formatos comerciales, tanto urbanos, periurbanos y de periferia, que nos ayuden a diseñar el modelo territorial que queremos desarrollar.

Gasteiz On

San Sebastian Shops

bilbaoDendak