



El plan de Economía solo permite un 16 % más de superficie de gran comercio

► La vicepresidenta Oltra y el conseller Climent dan por hecho que el Patsecova se aprobará el próximo viernes tras ser frenado por Territorio ► Las patronales Confcomerç y Unió Gremial salen en defensa de Economía y reclaman la aprobación urgente

JOSÉ LUIS GARCÍA VALÈNCIA

El comercio es un sector en constante transformación, suelen decir los responsables autonómicos del ramo. Pero también es una materia en continua eferescencia. No hay plan, ni medida, ni cambio en los últimos años que se haya librado de la polémica. La última: la aprobación abortada a última hora del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana, el Patsecova.

Pese a una larguísima tramitación desde 2015, con dos periodos de consulta pública, la tensión acompaña hasta el final a este decreto. La Conselleria de Economía, de Compromís, quería darle oficialidad en el pleno del Consell de ayer, pero la de Territorio (PSPV) lo frenó en la víspera porque quiere estudiarlo detenidamente.

De nuevo, el fantasma de un choque entre los dos principales socios del Botànic. Además, un órgano consultivo de la Generalitat, el Comité Económico Social (CES), desaconseja aprobarlo ya, al no tener en cuenta los cambios que va a sufrir el sector ante la crisis que se avecina por la pandemia.

Tanto el conseller de Economía, Rafa Climent, como la portavoz Mónica Oltra, dieron por hecho que el próximo viernes sí se aprobará en el pleno del Consell, una vez Territorio haya realizado las revisiones oportunas y hablado con el sector. Economía, con todo, se ha molestado. Explican que el texto está muy trabajado, que cuenta con el beneplácito del sector y que no se piensa cambiar nada. No parecen dispuestos a tolerar más dilaciones. Otro freno sí podría ser entendido como un «problema político», señalan las fuentes consultadas.

De hecho, las patronales del comercio, Confcomerç y Unió Gremial, salieron en defensa de Economía, reivindicando la aproba-



Figuración del proyecto Intu Mediterrani, en Paterna. LEVANTE-EMV

354.516
M2

Nueva superficie comercial en gran formato para los próximos años

- El plan establece como aceptable un aumento del 16,1% en nueva superficie comercial para toda la autonomía.

ción ya del plan como herramienta para reactivar el sector.

Pero no todos los formatos comerciales están contentos. Como telón de fondo aparece el malestar de algunos sectores tan influyentes como los supermercados valencianos (esto es, Mercadona, Consum y otros), incómodos porque la

norma rebaja hasta los mil metros de superficie comercial el umbral de los establecimientos que se consideran de impacto ambiental; y, por tanto, deben sortear más burocracia para instalarse en algunos casos.

Si algún formato puede sentirse interpelado por la nueva normativa es el de las grandes superficies comerciales. El Patsecova es básicamente una herramienta para ordenar una actividad económica siguiendo criterios territoriales y medioambientales. Este ambicioso plan, que mezcla economía y territorio, señala zonas de expansión, áreas donde puede crecer el comercio y declara áreas como saturadas atendiendo a la situación de recursos hídricos o a la intensidad de uso de las vías de acceso, por ejemplo.

El gran comercio están en el punto de mira. Además de vetar los

megaproyectos de más de 120.000 metros de superficie comercial, el plan establece unos índices orientativos máximos de superficie comercial en grandes establecimientos comerciales (hipermercados, medianas y grandes, centro comerciales). Es decir, que desde que el plan esté aprobado, habrá una capacidad limitada para instalar nuevas grandes superficies.

Por ejemplo, a nivel autonómico, la C. Valenciana tenía 2,19 millones de metros cuadrados de superficie en este tipo de establecimientos cuando se redactó el Patsecova. Y se recomienda que el crecimiento en los próximos años no supere un 16,1%, es decir, que no pase de los 2,55 millones de metros.

Es el cómputo total, pero la C. Valenciana con el nuevo Patsecova se divide en áreas y subáreas comerciales. Y cada una, atendiendo a su previsión de crecimiento demográfico, a su vertebración territorial, y a lo que se considera una

El Patsecova establece un índice que limita el crecimiento de grandes superficies, además de vetar los megaproyectos

dotación mínima de acceso a este tipo de oferta comercial, tiene asignado un índice de crecimiento.

En el área metropolitana de València, por ejemplo, según el plan se aceptarían unos 130.751 metros de nueva superficie comercial en estas instalaciones, un 14,5% más. Por poner en contexto, es apenas un tercio de todo lo que prevé el megaproyecto Puerto Mediterráneo, en Paterna.

En el caso del interior de la provincia de València, donde no hay nada de este tipo de oferta, el índice permite instalar algo más de 35.000 m2 en grandes superficies. Más ejemplos: en Xàtiva, donde ya se computan 32.362 metros de gran superficie, se da por buena la dotación. Según el plan, en la áreas en las que el índice ofrezca un valor de «crecimiento cero», se establece como valor de referencia el 50% del índice general de la autonomía, por lo tanto se permitiría un 8% más.

Revisión cada cinco años

El articulado del Patsecova apunta que se trata de un marcador «indicativo», para guiar a las autoridades y a los operadores privados «en el sentido de que el crecimiento de nueva superficie se corresponda a criterios demográficos y territoriales razonables y coadyuve a los objetivos perseguidos en el plan respecto a una ocupación racional y sostenible del suelo». La Dirección General de Comercio deberá actualizar estos índices orientativos cada cinco años.