

BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

Serie D Núm. 431

31 de marzo de 2014

Pág. 18

déficit público, puesto que el ICO adquiriría un activo en procedimientos concursales que, le supone un desembolso real equivalente menor al nominal de los activos que adquiere.

Los parlamentos autonómicos de Galicia (febrero de 2014), la Comunidad Valenciana (noviembre 2013) la Región de Murcia (octubre 2013) y las cortes de Aragón (mayo 2013) han aprobada ya resoluciones en esta línea instando al Gobierno a dar una solución lo mas pronta posible a esta situación. Sin embargo, a día de hoy, todavía se está muy lejos de solucionar de manera definitiva este caso.

Por todo ello, el Grupo Parlamentario de Unión Progreso y Democracia presenta la siguiente

Proposición no de Ley

«El Congreso de los Diputados insta al Gobierno a tomar las medidas necesarias de forma que se arbitren soluciones para las familias afectadas por la estafa de Fórum Filatélico, Afinsa Bienes Tangibles y Arte y Naturaleza Gespart, valorando la procedencia y, en su caso, aplicando la propuesta planteada por las asociaciones de afectados consistente en la adquisición de la deuda por el Instituto de Crédito Oficial.»

Palacio del Congreso de los Diputados, 18 de marzo de 2014.—**Rosa María Díez González**, Portavoz del Grupo Parlamentario Unión Progreso y Democracia.

161/002588

A la Mesa del Congreso de los Diputados

El Grupo Parlamentario Popular en el Congreso, al amparo de lo dispuesto en el artículo 193 y siguientes del vigente Reglamento del Congreso de los Diputados, presenta la siguiente Proposición no de Ley para instar al Gobierno a impulsar la gestión de áreas comerciales urbanas, para su debate en la Comisión de Economía y Competitividad.

Exposición de motivos

El comercio desempeña un papel trascendental en la vida económica, social y cultural de las ciudades; ya que tiene la capacidad para crear riqueza y empleo, generar zonas de convivencia social y contribuir a mejorar la calidad urbana. Es además un instrumento vertebrador de la ciudad, puede equilibrar y estructurar la trama urbana.

Así mismo, contribuye en gran medida a la dinamización de los espacios urbanos, generando entornos agradables en los que coexisten actividades económicas, sociales y residenciales que se refuerzan y se apoyan mutuamente, constituyendo un aliado estratégico para el pequeño y mediano comercio.

Actualmente, podemos clasificar los diferentes modelos comerciales en tres grupos básicamente: centros comerciales cerrados, calles/zonas comerciales y, de aparición más recientes, los centros comerciales abiertos.

Este último tipo de espacios, en los que participan de forma directa una multitud de grupos de interés que se relacionan entre ellos de forma interactiva —con objetivos no siempre coincidentes— necesitan para ser efectivos un modelo de gestión conjunta que les permita desarrollar todas sus potencialidades y adoptar estrategias de promoción y gestión de modo similar al de cualquier centro comercial y disponer de un sistema propio de financiación.

En este modelo, además del papel de los operadores privados, resulta clave el papel de la Administración Local tanto por sus competencias y como por ser el titular del espacio público, así como la Administración Autonómica por sus competencias en materia de comercio interior y de promoción económica y empresarial.

La gestión del centro urbano desde esta perspectiva se basa fundamentalmente en implantar un modelo comercial, para lo cual deben aplicarse todas las técnicas de marketing existentes, y en la necesidad de desarrollar un modelo urbanístico que mejore el atractivo y la funcionalidad del espacio así como un modelo económico financiero que asegure su rentabilidad.

En España hay actualmente dos modelos genéricos de gestión de los espacios comerciales urbanos. Por una parte nos encontramos el modelo basado gestión privada exclusivamente, tradicionalmente desarrollado por asociaciones de comerciantes, que con el apoyo de las administraciones públicas ponen

BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

Serie D Núm. 431

31 de marzo de 2014

Pág. 19

en marcha los denominados Centros Comerciales Abiertos. Cabe destacar los casos de Valencia, Gandía, Orihuela, Villena, Ontinyent, Torrevieja, Castellón Centre Ciutat y Vila-real, Gasteiz-on; Bilbao Casco Viejo, Gijón, Terrassa, Teruel, Barrio de las Letras en Madrid y Barna-centre.

Por otra parte, existe una nueva forma de colaboración público-privada en el ámbito de la administración local que ha proliferado en las ciudades de Estados Unidos en las últimas tres décadas. Se trata de los Business Improvement Districts (BID), en castellano, «distritos de mejora empresarial».

Estos distritos operan en la intersección entre lo público y lo privado. Son organizaciones dirigidas privadamente y autorizadas públicamente que prestan servicios públicos adicionales dentro de un área geográfica específica, gracias a la generación de ingresos anuales provenientes del pago de un impuesto por parte de los propietarios y/o comerciantes. En ellos, los propietarios comerciales pagan tasas «extra» para recibir servicios «extra».

Esta iniciativa conjunta del sector privado ha servido para revitalizar y mejorar los centros urbanos mediante la provisión de servicios adicionales en las calles públicas. Plantean al ciudadano la opción de un entorno de compra agradable en el centro de las ciudades y contribuyen a mitigar los efectos del fenómeno de la descentralización urbana, evitando que empresarios y consumidores abandonen sus actividades en los centros de las ciudades en favor de la periferia urbana.

Pero los BIDs no son sólo una estrategia del pequeño comercio frente a la instalación de los «Malls» o los Centros Comerciales en el extrarradio urbano, sino que ofrecen a la administración local un eficaz mecanismo de financiación y de mejora de los servicios prestados en el área sin necesidad de elevar los impuestos generales.

Nos encontramos en un momento económico en el que abordar la colaboración público privada sin injerencias en ambos espacios es un reto cada vez más necesario y se plantea como una solución ante las dificultades de financiación.

Apostar por estas fórmulas mixtas resulta ahora sumamente beneficioso para ambas partes. En este sentido, los beneficios en términos de mejora de limpieza, mantenimiento de las calles, vigilancia y seguridad, diseño urbano, regulación de los espacios públicos, organización del transporte e incremento de las ventas que producen los BIDs son incuestionables.

Por todo lo expuesto anteriormente, el Grupo Parlamentario Popular formula la siguiente

Proposición no de Ley

«El Congreso de los Diputados insta al Gobierno a avanzar en la implantación de modelos de gestión conjunta en las Áreas Comerciales Urbanas de España, tomando como referencia el modelo de los Business improvement district (BID), desarrollando los programas de incentivos y propiciando todos los cambios normativos que para ello fuese necesario.»

Palacio del Congreso de los Diputados, 20 de marzo de 2014.—**Alfonso Alonso Aranegui**, Portavoz del Grupo Parlamentario Popular en el Congreso.

Comisión de Hacienda y Administraciones Públicas

161/002565

A la Mesa del Congreso de los Diputados

El Grupo Parlamentario Unión Progreso y Democracia, a instancia de su portavoz doña Rosa María Díez González y al amparo de lo dispuesto en los artículo 193 y siguientes del vigente Reglamento de la Cámara, presenta la siguiente Proposición no de Ley sobre las grandes líneas que debería respetar la reforma fiscal, para su debate en Comisión de Hacienda y Administraciones Públicas.

Exposición de motivos

El Grupo Parlamentario de Unión Progreso y Democracia considera que las siguientes medidas contribuirían a la mejora del sistema tributario español en términos de eficiencia y equidad: