

Las políticas de apoyo al comercio urbano del Principado de Asturias.



GOBIERNO DEL
PRINCIPADO DE ASTURIAS

CONSEJERÍA DE INDUSTRIA
Y EMPLEO

Evolución del comercio interior en Asturias en los últimos años

- **Anterior a 1.970:**

- Comercio tradicional minifundista y almacenes populares.

- **Años 70:**

- Apertura primer hipermercado, conviviendo con el pequeño comercio.

- **Años 80:**

- Primer centro comercial y difusión de los supermercados, combinándose con el comercio tradicional.

- **Años 90:**

- Consolidación de los centros comerciales y modernización de pequeño y mediano comercio.

- **Primera década del siglo XXI:**

- Parques comerciales y de ocio y especialización y consolidación en el comercio de proximidad.

Introducción: Líneas de intervención.



■ **Ordenación territorial y urbanística del equipamiento comercial.**

1. Ley 10/2002, 19 de noviembre, de Comercio Interior.
2. Decreto 137/2005, de 15 de diciembre, por el que se aprueban definitivamente las Directrices Sectoriales de Equipamiento Comercial.

■ **Medidas de promoción y apoyo al comercio urbano.**

1. Ayudas públicas.
2. Estudios e informes sectoriales.



Instrumentos de ordenación territorial y urbanística: Directrices Sectoriales de Equipamiento Comercial (I).

Objetivo Básico

- Fomentar la modernización de forma progresiva y armónica del comercio urbano y de proximidad, con medidas correctoras que palien los efectos negativos que sobre él ejercen los grandes desarrollos comerciales periféricos o desconectados de la trama urbana.

Criterios de actuación

- Preservación del centro urbano, favoreciendo las implantaciones en la trama urbana, y limitando las periféricas.
- Ordenar los aspectos relativos a la movilidad (accesos, estacionamiento y servicios requeridos para su implantación, contaminación...).
- Garantizar el equipamiento en las zonas de nueva urbanización.
- Tratamientos diferenciados, en cuanto a localización, de los equipamientos comerciales en función de los productos (bienes de consumo diario frente a bienes del hogar y ocio...).

Instrumentos de ordenación territorial y urbanística: Directrices Sectoriales de Equipamiento Comercial (II).

Criterios orientadores del uso urbanístico comercial: líneas de trabajo de adaptación a la Directiva de Servicios

- I. Considerar al equipamiento comercial (y en todo caso, al gran equipamiento comercial) como **elemento básico y estructurante del sistema general del equipamiento urbano**.
- II. El **equilibrio entre los distintos usos**: favorecer la mezcla de usos y actividades, huyendo de la excesiva especialización.
Riesgo de desertización por especialización en:
 - Usos residenciales: espacios suburbanos que entran en la marginalidad.
 - Usos terciarios de oficinas y comercio: ¿qué ocurre fuera del horario laboral?.
 - Usos vinculados al ocio y al turismo de carácter estacional y baja rentabilidad.
- III. El **equilibrio entre el propio uso comercial**:
 - **Centro Comercial Urbano** tiende a especializarse en cierto tipo de compras y ocio, expulsando los usos comerciales cotidianos y universales (sector alimentación).
 - **Centro Comercial Periférico**, especializado en un principio en las compras cotidianas, tiende en la actualidad a incorporar el ocio (cines, restaurantes, zonas de juegos, etc.).

Instrumentos de ordenación territorial y urbanística: Directrices Sectoriales de Equipamiento Comercial (III).



- **Acción 1ª. Crecimiento urbano y crecimiento comercial paralelo.**
Toda nueva implantación debe dar continuidad a la trama urbana (Art.10.3.d DSEC)
- **Acción 2ª. Comercio urbano como revitalizador de la trama urbana.**
Los grandes y medianos equipamientos comerciales deben adoptar formatos (superficie) que permitan su integración en el comercio urbano, y servir de dinamizadores y de elementos de reestructuración y recuperación del espacio urbano (Art.10.3.b, e y f DSEC).
- **Acción 3ª. Urbanismo comercial.**
La necesidad de dotar a las zonas comerciales urbanas de elementos urbanos capaces de atraer consumidores (zonas peatonales, mobiliario urbano uniforme, zonas de aparcamiento, transporte público). Creación de zonas comerciales de carácter peatonal o circulación restringida (Centros Comerciales Abiertos) y potenciación del papel de los mercados municipales.

Medias de promoción y apoyo al comercio urbano: Ayudas públicas.

■ **Acción 1ª. Corporaciones Locales.**

- Proyectos que fomenten la recuperación de la actividad comercial en los mercados municipales y su entorno y en las zonas o sectores comerciales deficitarios.
- Elaboración y ejecución de los Planes Locales o Planes Sectoriales de Ordenación Comercial. Estudios de viabilidad sobre implantación de Centros Comerciales Abiertos

■ **Acción 2ª. Asociaciones de Comerciantes.**

- Promoción de centros comerciales abiertos y zonas comerciales.
- Promoción de ventas y sistemas de fidelización de clientes.
- Homogeneizar la imagen de los comercios, etc..
- PLANES ESTRATEGICOS DEL COMERCIO

■ **Acción 3ª. Comerciantes.**

- Reforma y modernización de los establecimientos comerciales (excepto contenido).
- Dotación de nuevas tecnologías que permitan dar un mejor servicio a los clientes (sistemas informáticos), etc. Plan de Nuevas Tecnologías en el Comercio (PIATIC).

Medias de promoción y apoyo al comercio urbano: Calidad, Innovación y Estudios.

- ■ ***Accion 4ª. Programa de Calidad UNE 175001.***
 - Implantación de la marca de Calidad para el comercio urbano a través de las asociaciones de comerciantes y Cámaras de Comercio.
- ***Accion 5ª. Fomento de la Innovación.***
 - Fomento de la Innovación relacionada con la gestión, productos, servicios al cliente e imagen comercial, en colaboración con los agentes sociales.
- ***Accion 6º. Estudios sobre el sector comercial (SECA).***
 - Estudio de comercio rural (2006).
 - Estudio sobre las rebajas y los horarios comerciales en Asturias (2006).
 - Estudio de ocupaciones en el Sector del comercio en Asturias (2006).
 - Informe Anual Actividad Comercial 2006 (2007).
 - Estudio de los Mercados Municipales Minoristas en Asturias (2007).
 - Informe Anual Actividad Comercial 2007 (2008)