



CONSELL INSULAR
DE MENORCA

***PLA DIRECTOR SECTORIAL
D'EQUIPAMENTS COMERCIALS DE
MENORCA***

**DOCUMENTO DE ANÁLISIS
DIAGNOSTICO Y AVANCE**

**BLOQUE 2.- DIAGNÓSTICO Y LÍNEAS DE
ACTUACIÓN**





ÍNDICE

1. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL	5
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA ESTRUCTURA TERRITORIAL DE LA OFERTA COMERCIAL.....	5
FACTORES DETERMINANTES	5
DESCRIPCIÓN ESTRUCTURADA DE LA DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DEL COMERCIO Y SU EVOLUCIÓN RECIENTE ..	5
MAÓ	6
CIUTADELLA	8
ENTORNO DE MAÓ.....	10
LOCALIDADES DEL INTERIOR	12
LOCALIDADES Y ZONAS COSTERAS	16
TENDENCIAS: EVOLUCIÓN RECIENTE DE LOS EQUIPAMIENTOS COMERCIALES.....	18
SOBRE LA ESTACIONALIDAD	18
1.2. CONCLUSIONES DE DIAGNÓSTICO GLOBAL.....	19
1.3. DETERMINACIÓN DE LAS ZONAS BÁSICAS DE COMERCIO Y LAS ZONAS DE ANÁLISIS.	20
1.4. COMERCIO URBANO Y TURÍSTICO.....	25
1.5. LA UBICACIÓN DE LOS POLÍGONOS INDUSTRIALES DE EQUIPAMIENTOS COMERCIALES	26
1.6. ASPECTOS DE DIAGNOSTICO IDENTIFICADOS EN LAS MESAS DE TRABAJO.....	28
1.7. ASPECTOS DE DIAGNOSTICO: CONCLUSIONES DE LOS CUESTIONARIOS DE LOS CIUDADANOS.....	30
2. LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE ACTUACIÓN Y DEL MODELO TERRITORIAL COMERCIAL.....	32
2.1. IDENTIFICACIÓN DE SUELOS NO APTOS O CON LIMITACIONES PARA LA INSTALACIÓN DE NUEVOS GRANDES EQUIPAMIENTOS COMERCIALES.....	32
2.2. IDENTIFICACIÓN Y CATEGORIZACIÓN DE LAS EXTERNALIDADES GENERADAS	32
2.3. PROCEDIMIENTOS Y MODOS DE EVALUAR ESOS IMPACTOS Y EXTERNALIDADES.....	33
2.4. DEFINICIÓN DE TIPOLOGÍAS DE GRANDES EQUIPAMIENTOS COMERCIALES.	33
2.5. CONDICIONES DE DISEÑO.	35
2.6. SOBRE EL COMERCIO TRADICIONAL Y LOS EQUIPAMIENTOS COMERCIALES PÚBLICOS.	35
2.7. ESTUDIO DE PROPUESTAS DE ORDENACIÓN COMERCIAL.....	35
ESTABLECIMIENTO DE UNA CLASIFICACIÓN TIPOLOGICA DE LOS DIFERENTES EQUIPAMIENTOS COMERCIALES. 35	
ZONIFICACIÓN COMERCIAL INSULAR.....	36
3. ESTUDIO DE ALTERNATIVAS DE LAS PROPUESTAS DE ORDENACIÓN.....	37





1. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

Tras el proceso de recogida de información y datos de la situación actual y de su análisis pormenorizado, se elabora un diagnóstico cuyo objetivo será proporcionar **conocimiento de la realidad actual** del sector comercio en sus diferentes facetas, dentro del ámbito territorial de la isla de Menorca.

El diagnóstico es el resultado del análisis realizado de la realidad territorial y social del comercio en la isla, y descrito en los puntos anteriores (Bloque 1).

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA ESTRUCTURA TERRITORIAL DE LA OFERTA COMERCIAL.

FACTORES DETERMINANTES

Los **principales factores** que determinan el marco territorial de la oferta comercial de Menorca, son la estructura territorial del **sistema de poblamientos** y la distribución territorial de la demanda, de los **clientes**, así como sus características: estacionalidad y movilidad.

La evolución histórica ha conformado a las **poblaciones como los lugares de intercambio comercial** en los que la acumulación de la población ha permitido un alto grado de especialización; son las poblaciones los lugares en los que se prestan los servicios en proximidad (entre los cuales estaría la dotación comercial). Por lo tanto la estructura territorial comercial está íntimamente ligada a la **distribución de la población y a sus características**.

En el caso de Menorca, el concepto de población entendido como clientes y consumidores, está fuertemente condicionado al **carácter intensamente turístico y estacional de la isla**. Esto implica la existencia de una importante variabilidad en la distribución temporal de la demanda. Estos visitantes se concentran en cuatro meses y especialmente en determinadas localidades.

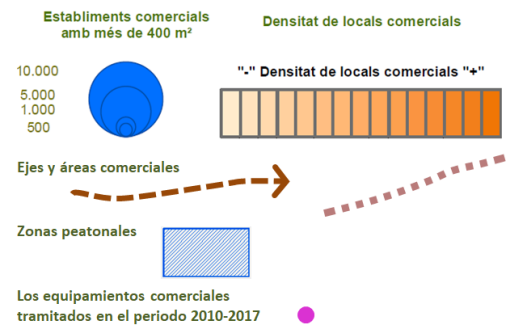
Otro factor es la **accesibilidad**, entendida como la capacidad de acceder por los ciudadanos a determinadas localizaciones en las que se ofrecen los diferentes productos. La mejora a lo largo de las últimas décadas, de las capacidades de desplazamientos, tanto por la disponibilidad de infraestructuras - carreteras, transporte público- que lo faciliten , como la disponibilidad de medios por los ciudadanos – fundamentalmente de vehículos privados a motor, ha modificado las posibilidades de acceder. La frecuencia y las posibilidades reales. Para la compra de un producto hoy se pueden recorrer mayores distancias. La acumulación de población -acumulación de la demanda- ha generado procesos de acumulación de la oferta. Asimismo las posibilidades de desplazamiento pueden hacer desaparecer determinadas estructuras comerciales de proximidad en localidades poco pobladas, pudiendo quedar desabastecidas – en proximidad.- Este es un factor crítico para entender la evaluación del sistema comercial territorial.

DESCRIPCIÓN ESTRUCTURADA DE LA DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DEL COMERCIO Y SU EVOLUCIÓN RECIENTE

La **estructura territorial** de la oferta comercial puede ser leída a escalas diferentes: a escala municipal o de núcleo de población y a escala territorial o insular, en función de las nuevas relaciones de accesibilidad.

Para caracterizar esa estructura en este bloque se describen someramente las dinámicas comerciales espaciales en las poblaciones más significativas de la isla.

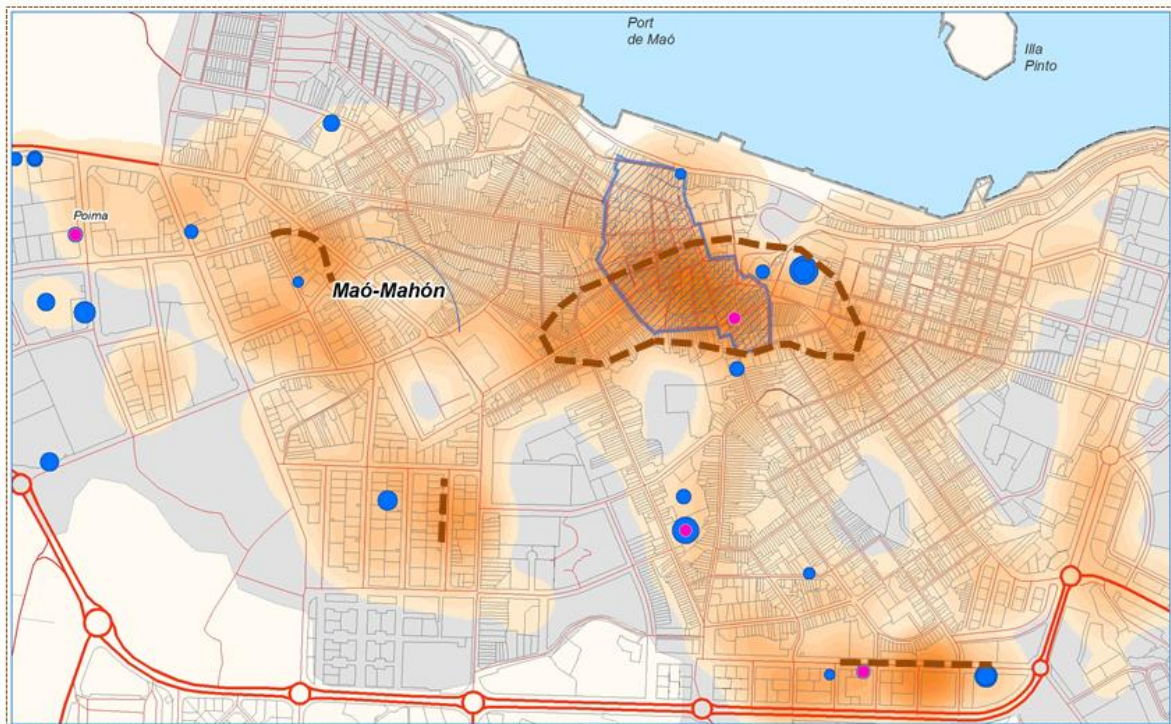
Las imágenes del análisis se muestran con los siguientes códigos gráficos



MAÓ

El centro histórico pervive como centro de actividad comercial, si bien el desarrollo del Mercat des claustre, y el Mercat des Peix en la Plaça d'Espanya impulsaron su extensión hacia el este.

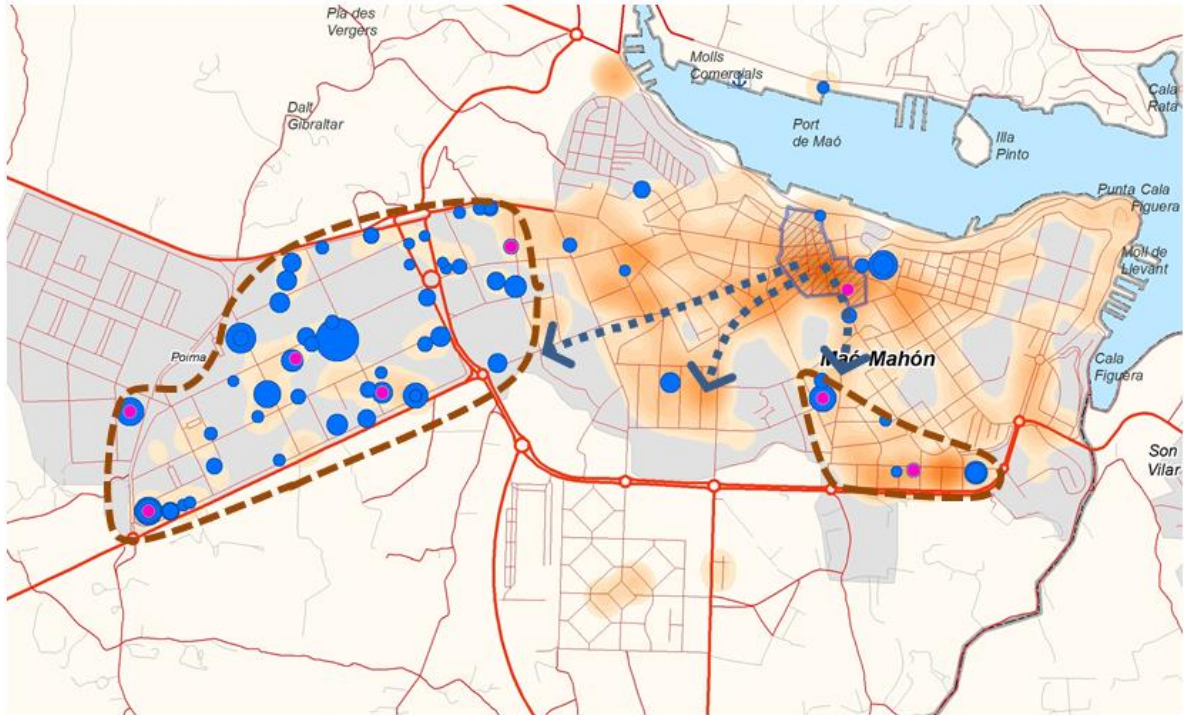
Se ha consolidado una zona comercial central, muy en el entorno de dicha plaza y la Plaça Real, Plaça del Príncipep. Además se han desarrollado otros áreas de centralidad local comercial sobre determinados ejes: carrer de Borja Moll, Avda Menorca, Av Josep M^a Quadrado, etc. (ilustración 1)



1 Maó. Zonas comerciales urbanas. Centro histórico y su entorno peatonal comercial. Ejes de centralidad local. Equipamientos comerciales y nuevas implantaciones, cada vez más periurbanas.

El proceso de ubicación en el POIMA de nuevas equipamientos comerciales de mayor superficie es evidente. Forma parte de la tendencia de “exteriorización” de dichos equipamientos comerciales que encuentran en posiciones periurbanas parcela de mayor tamaño, en situaciones de proximidad y accesibilidad en vehículo privado desde otras poblaciones. (Ilustración 2).

Estas ubicaciones periféricas insertas en el sistema de movilidad territorial y las facilidades de desplazamiento hacen que el conjunto de poblaciones (territorio) en condiciones de “proximidad” se hayan ampliado. Esas áreas que en muchos casos tienen menor grado de dotación comercial o de menor especialización comercial, quedan sujetas a una “órbita de dependencia” (ilustración 3)



2 . Maó y su periferia. Polígono industrial POIMA donde se concentran gran parte de los equipamientos comerciales y los más recientes. Es la tendencia reciente.



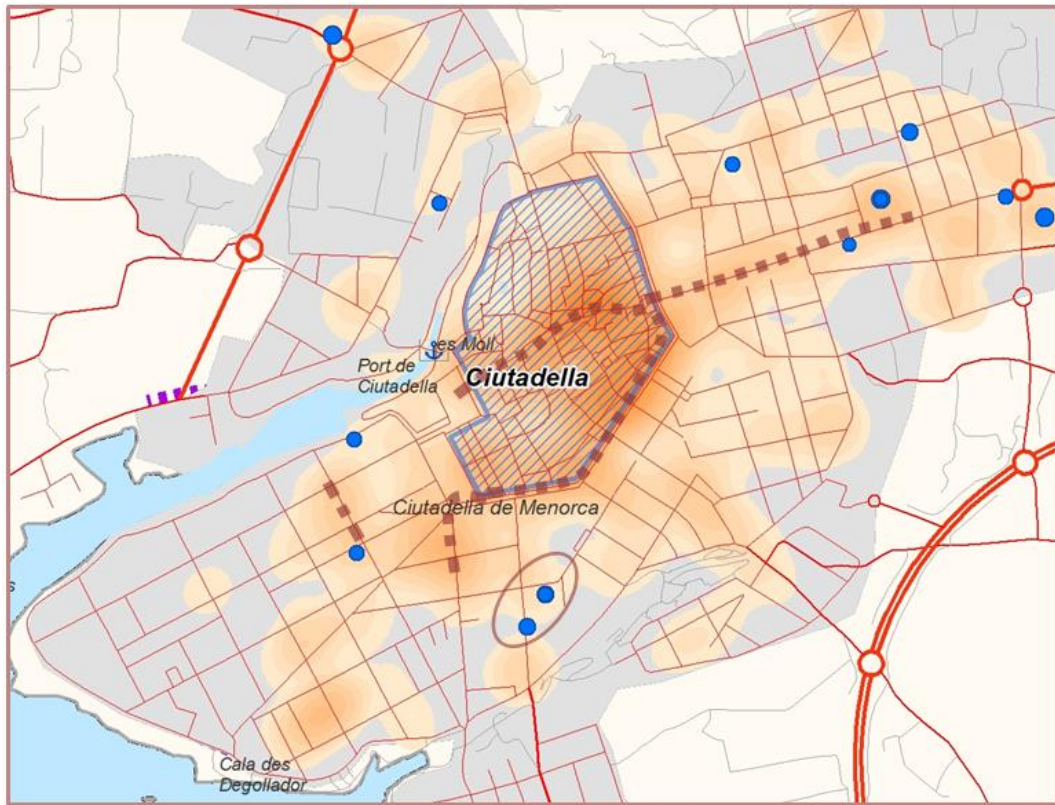
3 Entorno insular de Maó. En verde isocronas de distancia en tiempo por carretera. En azul los EC y en Fucsia los EC recientes (tendencia), Áreas de influencia y localización buscando impacto insular.

CIUTADELLA

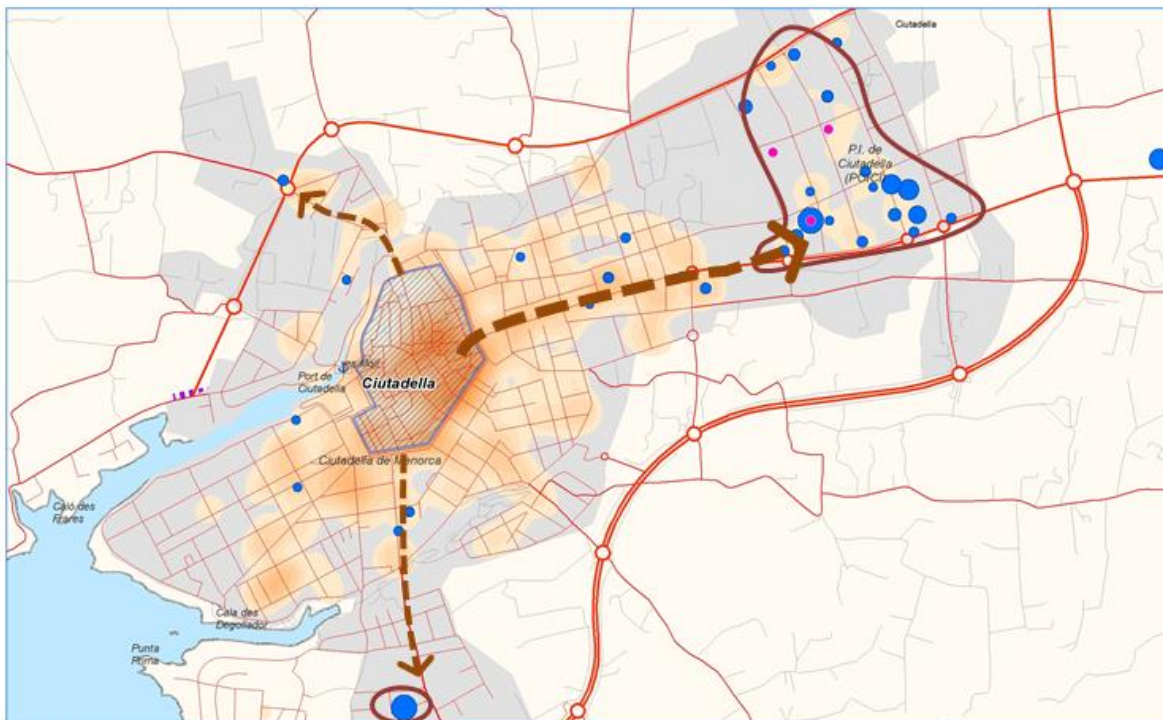
El centro histórico pervive como centro de actividad comercial, si bien con una clara evolución hacia una orientación de despliegue turístico: hostelería y venta de productos turísticos. La ronda (Avenida San Jaume...) ha asumido un papel comercial importante para la ciudad, así como el carrer Maó y otras calles con centralidad local para los diferentes barrios de la ciudad. (Ilustración 4)

Sin embargo es significativo que gran parte de los equipamientos comerciales (establecimiento de más de 400m²) se sitúan en la periferia, especialmente en punto de alta accesibilidad desde la red de carreteras y en el polígono industrial, de acuerdo con el desarrollo por el eje del carrer de Maó. (Ilustración 5).

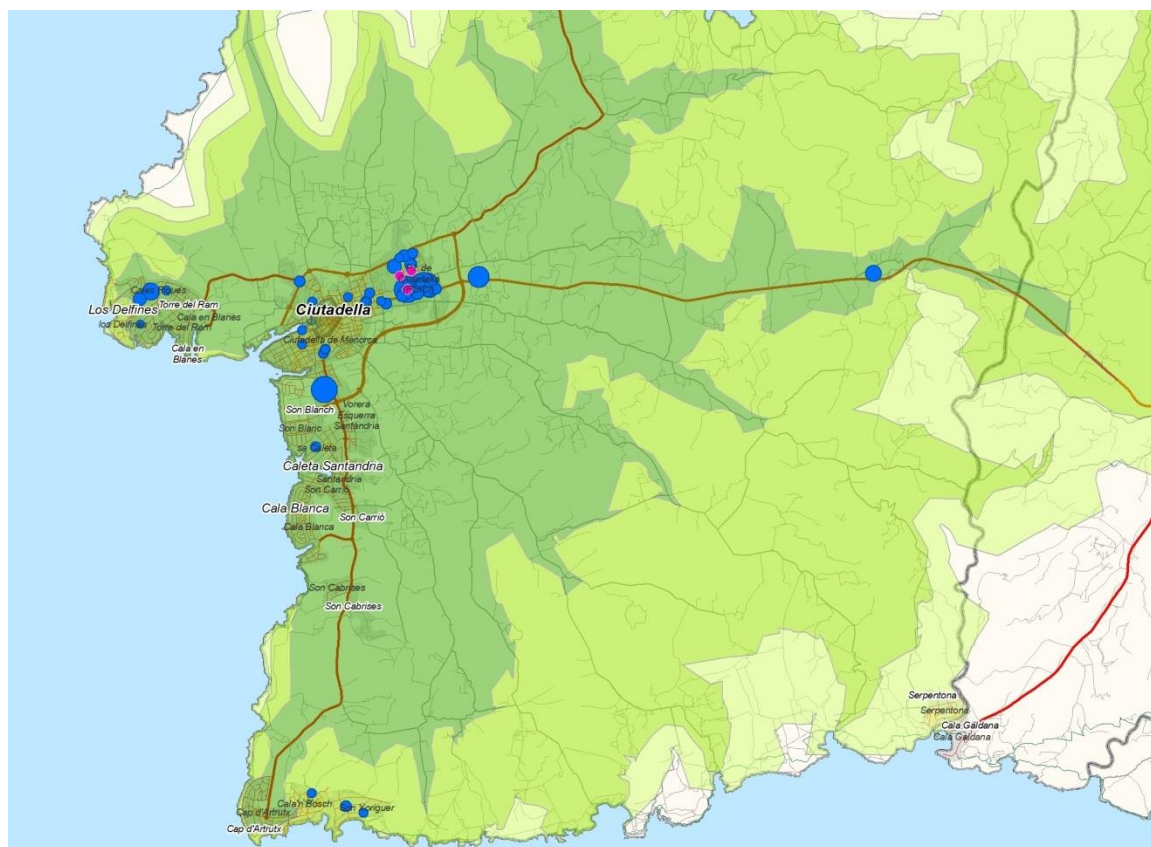
Todo el área occidental de la isla (sistema de poblaciones costeras del entorno de Ciutadella o al sur (Cap d'Antrutx), están situadas a una distancia – tiempo en vehículo privado- de las nuevas ubicaciones asequible y por lo tanto de alguna forma están supeditadas a su órbita de influencia de oferta comercial. (Ilustración 6)



4 Imagen de Ciutadella. Zonas comerciales: centro histórica y peatonal como localización de comercio tradicional y turístico. La Avda. Jaume Conquistador, y otros lugares de centralidad local. El eje del Carrer de Maó



5 Ciutadella y su entorno. Desarrollos comerciales recientes y de mayor tamaño. Tendencias: periférica, sobre el eje del carrer de Maó en el polígono industrial buscando grandes parcelas con accesibilidad territorial.



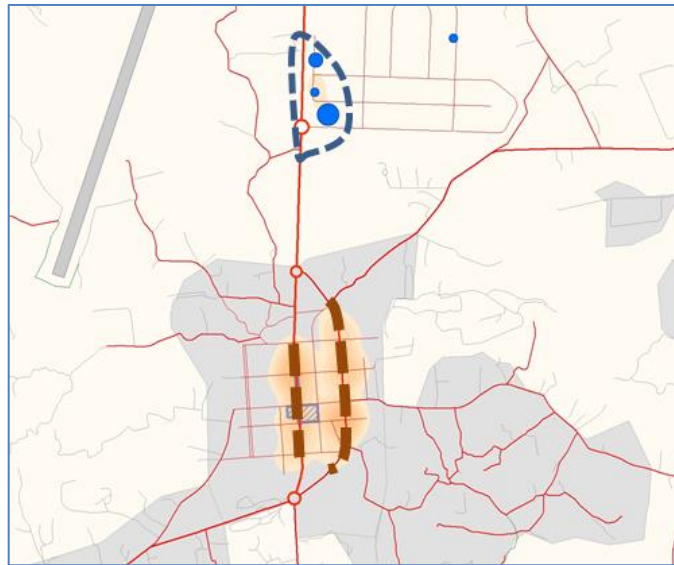
6 Entorno insular de Ciutadella. En verde isocronas de distancia en tiempo por carretera. En azul los EC y en Fucsia los EC recientes (tendencia), Áreas de influencia y localización buscando impacto insular

ENTORNO DE MAÓ

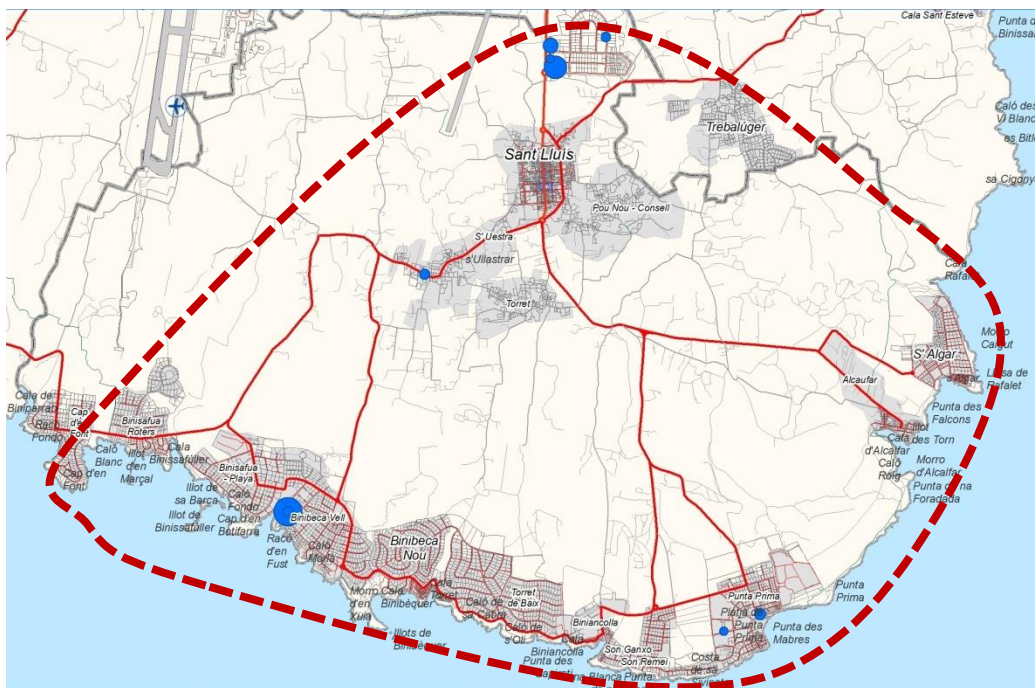
SANT LLUIS

En centro histórico de Sant Lluís es el entorno del carrer de Sant Lluís (eje norte-sur de Maó a la costa). La Av. de Sa Pau, (ronda) asume hoy un papel relevante comercial en la población. Por último el polígono industrial al norte más próximo a Maó da cobijo a algún equipamiento comercial significativo casi en la periferia de Maó. (Ilustración 7).

El municipio de Sant Lluís dispone de una zona costera de fuerte desarrollo turístico. En toda la franja costera existe un número limitado de equipamientos comerciales y de alta estacionalidad. (Ilustración 8)



7 Sant Lluís y su polígono industrial

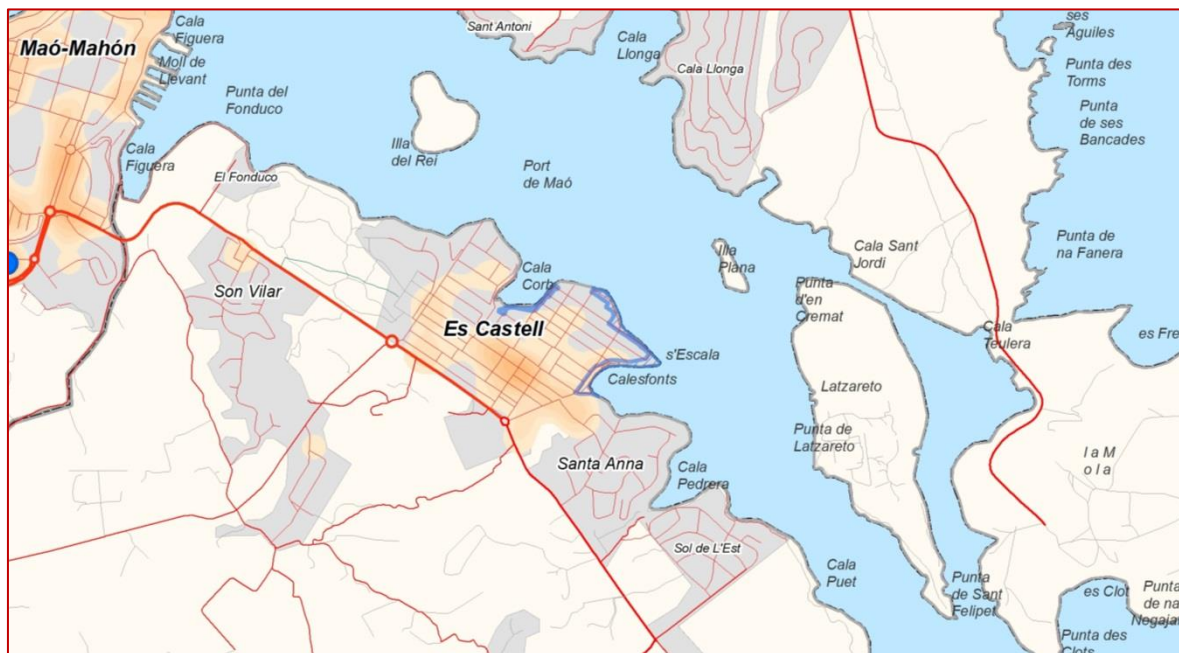


8 Sant Lluís y su polígono industrial. Zonas costeras turísticas de influencia



ES CASTELL

La población de Es Castell tiene gran proximidad a Maó y a su oferta comercial. Su origen e historia profundamente militar ayuda a entender su carácter regular. En sus calles centrales carrer Gran y carrer Stuart se concentra un comercio de proximidad y de diario.



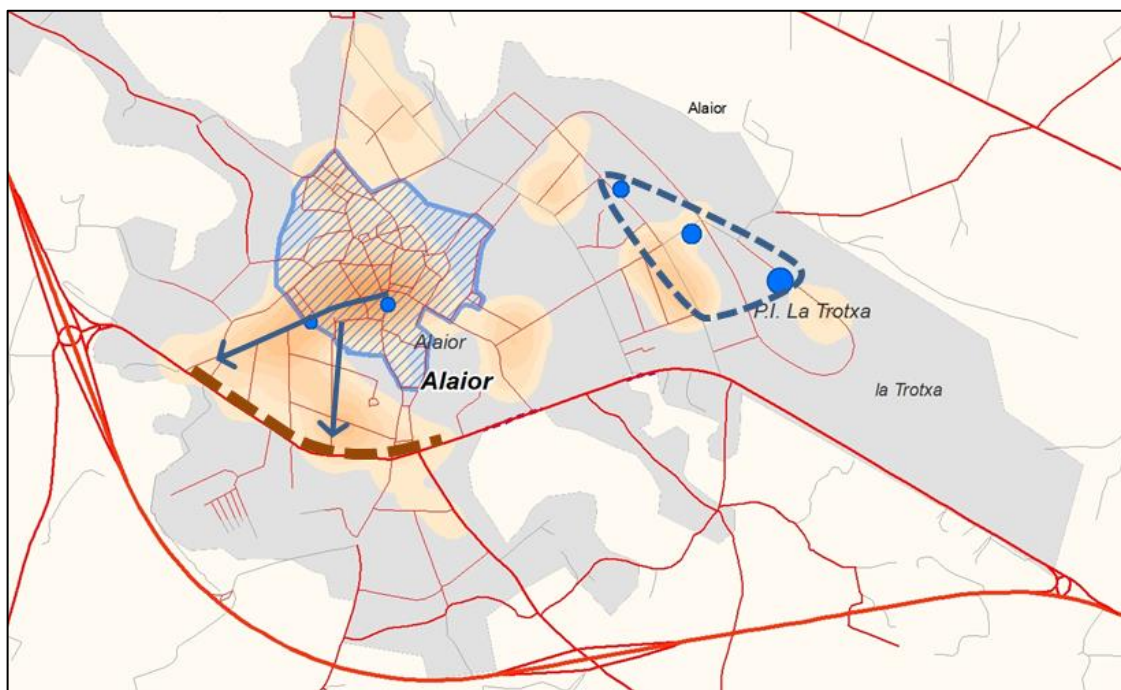
9 Plano de intensidad comercial de Es Castell

LOCALIDADES DEL INTERIOR

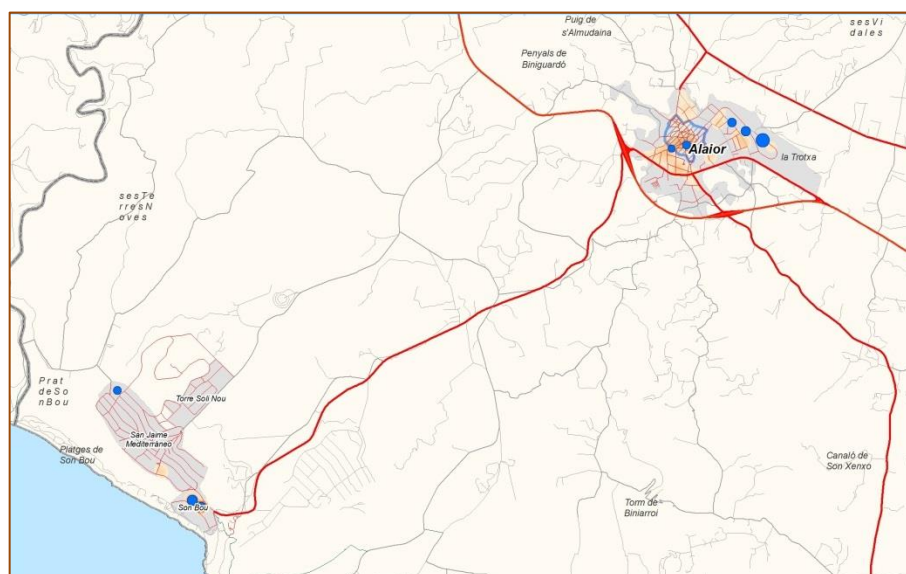
ALAIOR

La población de Alaior tiene un centro histórico de cierto tamaño. Su callejero y parcelario muy ajustado es hoy casi en su totalidad peatonal. El crecimiento de la población descendiendo hacia la carretera (al sur) ha ido desplazando el comercio en esa dirección. Más recientemente el polígono industrial está albergando los grandes equipamientos comerciales. (Ilustración 10)

Alaior por su posición en la isla sobre el eje de la Me-1, sigue teniendo una función territorial de segundo nivel, con dependencia directa de algunas poblaciones turísticas costeras. (Ilustración 11).



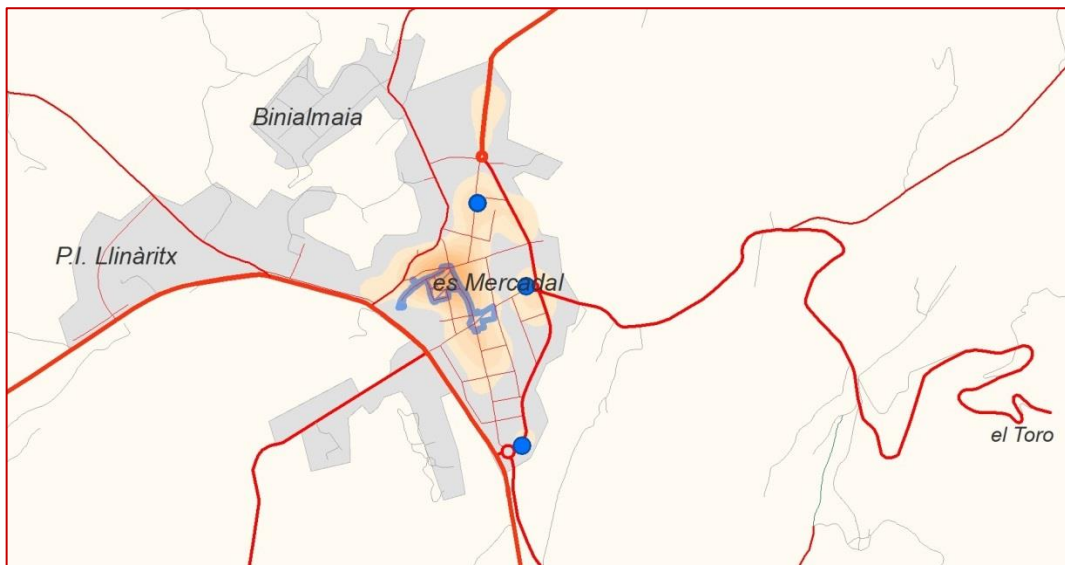
10 Alaior áreas histórica. Descenso a la travesía y desarrollos en el polígono industrial



11 La población costera turística de Son Bou, si bien dispone de cierto equipamiento comercial tiene relación directa con Alaior

ES MERCADÁL

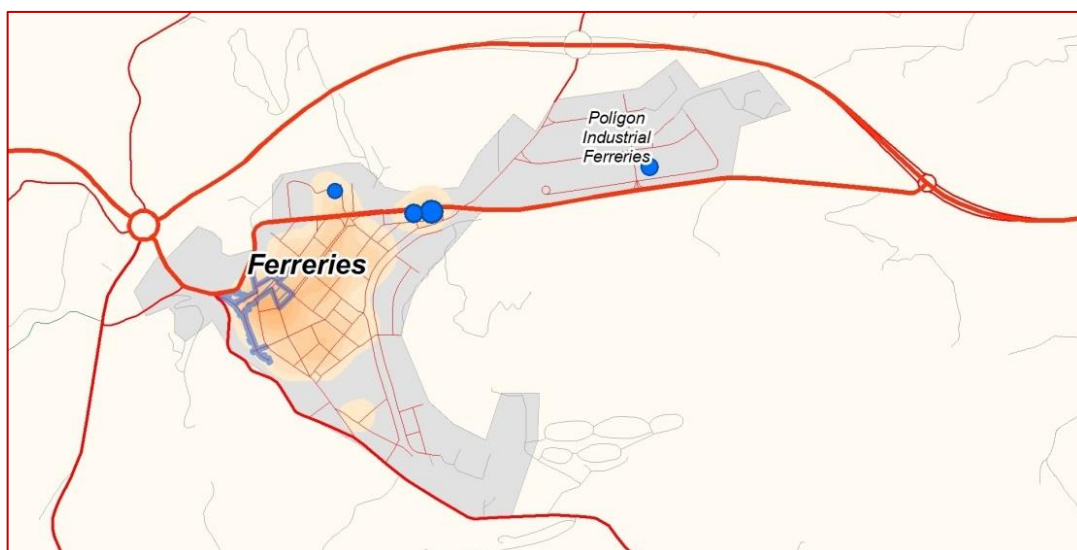
Localidad en el área central sobre la Me-1. Su centro histórico tiene una infraestructura comercial de pequeño tamaño en un espacio de calidad y proximidad. Los equipamientos comerciales se sitúan ahora en su borde buscando locales de mayor tamaño y accesibilidad rodada.



12 Mapa de intensidad comercial de Es Mercadal

FERRERIES

El núcleo histórico está situado en la parte alta de la localidad, e históricamente ha ido descendiendo hacia el Torrent de Son Granot. En la parte alta existe un pequeño comercio artesano en un conjunto de callejuelas peatonales. El “ensanche” alberga estructuras comerciales de proximidad y de cierto tamaño. En el acceso desde el este y en el polígono industrial se han situado varios equipamientos comerciales.



13 Mapa de intensidad comercial de Ferreries



MIGJORN GRAN

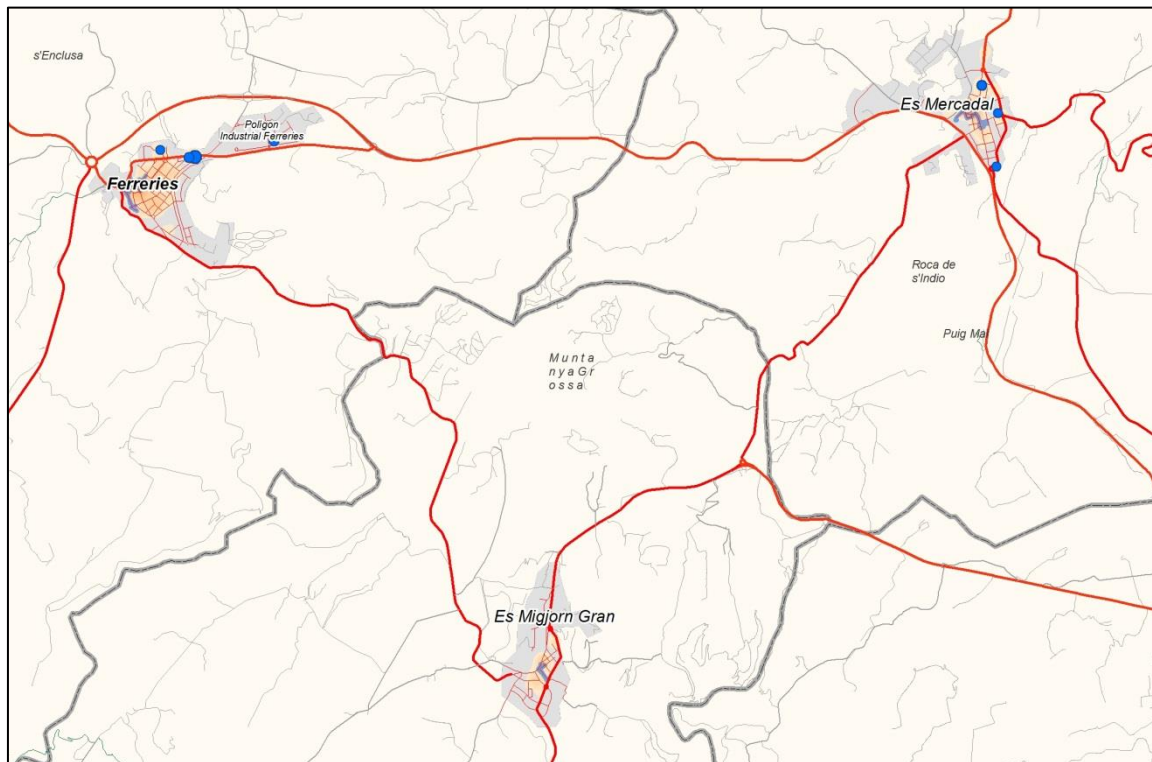
Capital del municipio menos poblado de la isla, con menos de 1300 habitantes. Tan solo a 6 km de la costa. Dispone de equipamiento comercial de proximidad en el interior de la población en condiciones de proximidad.

RELACIONES

El conjunto de estas poblaciones tienen algunas características comunes relevantes para entender su papel comercial:

Una posición sobre la espina central de la isla, apoyadas sobre el eje central insular (Me-1) (si bien en menor medida Migjorn gran, algo más desplazado).

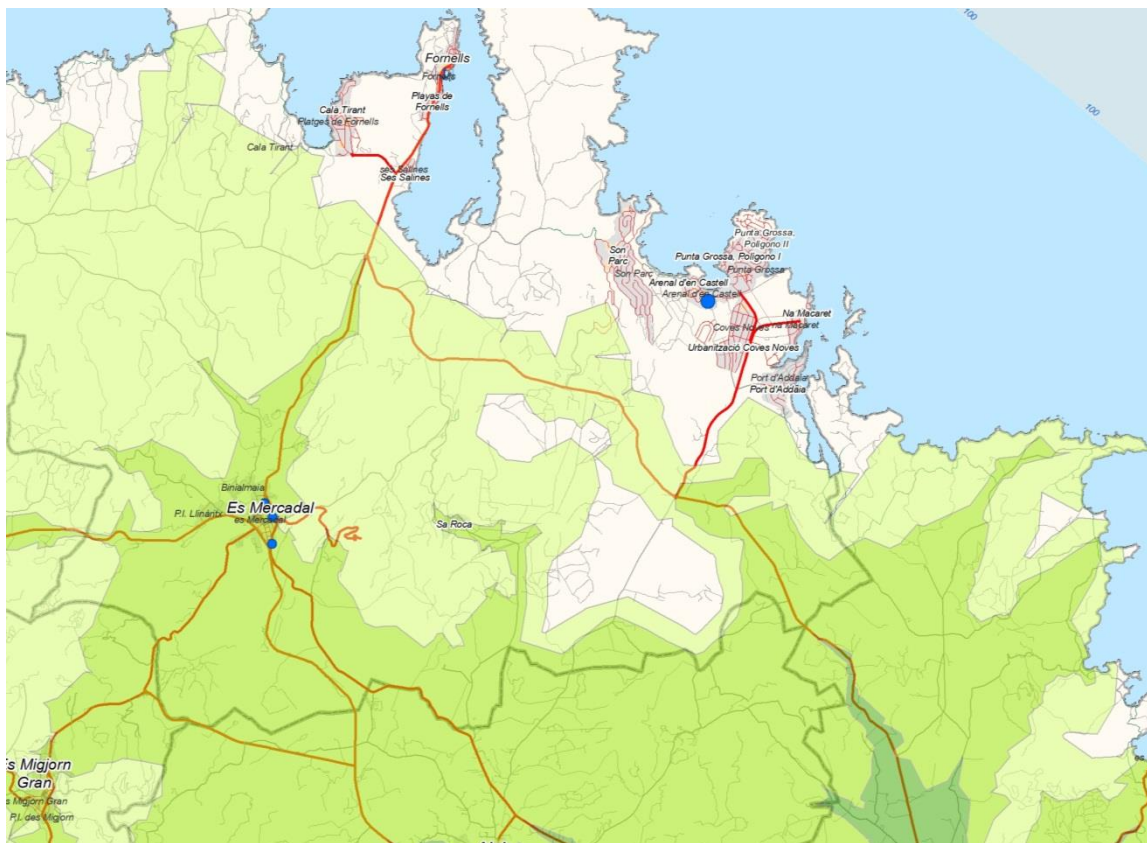
Desde el punto de vista administrativo y funcional tienen fuertes relaciones con las poblaciones costeras turísticas, tanto en la costa norte y como al sur de la isla.



14 relaciones territoriales entre Es Mercadal, Ferreries y Es Migjorn Gran



15 Sistema de localidades en el área central (al sur arriba y al norte abajo). El fondo verde son la isocronas (distancias en tiempo) desde Maó o bien desde Ciutadella, Si bien las localidades están todavía próximas a las dos ciudades, las zonas costeras no lo están..





LOCALIDADES Y ZONAS COSTERAS

El conjunto de poblaciones costeras tiene ciertas características singulares, si bien no son homogéneas.

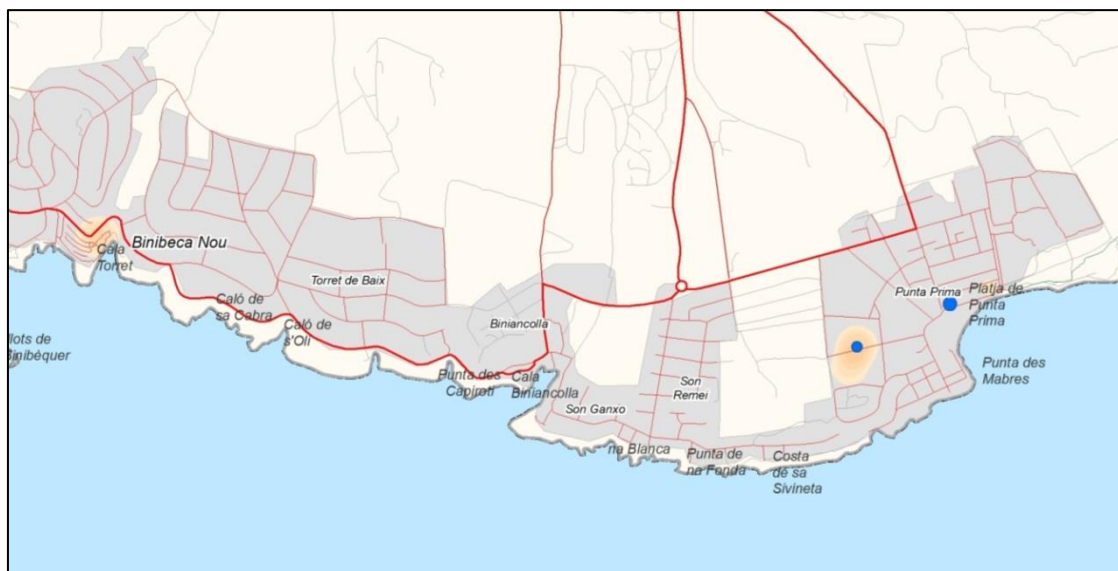
En principio se trata de poblaciones turísticas, muchas de ellas exclusivamente turísticas.

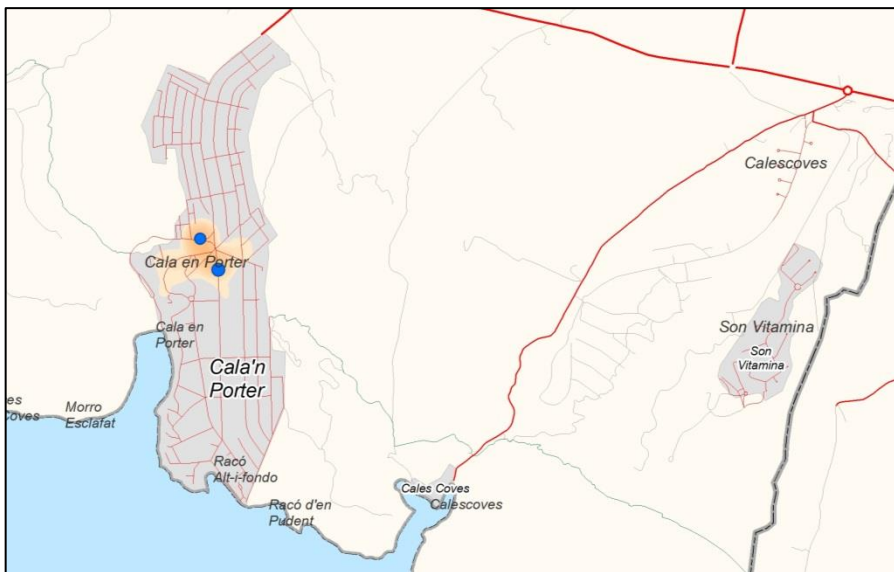
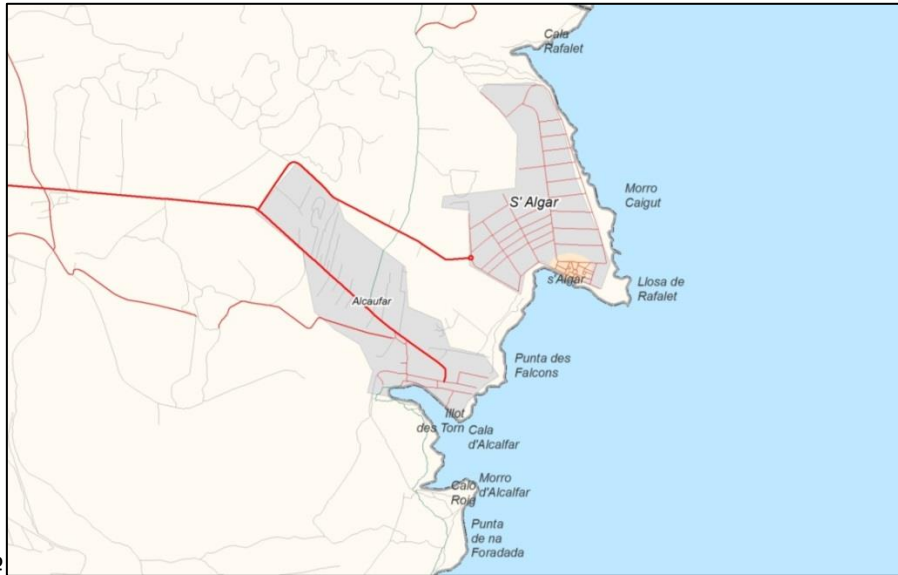
Su naturaleza de localidad histórica (por ejemplo Fornells) o de promoción turística reciente, tiene consecuencias sobre los tejidos edificados existentes, la combinación de usos; así como la magnitud de la población censada. No obstante algunas zonas de origen turístico pero muy próximas a las ciudades han tenido ciertas modificaciones (por ejemplo en proximidad con Ciutadella, como Santandria, Cales Piques o Cala Blanca). En ellas el hecho de que se incremente la población censada (supuestamente permanente), altera ese carácter mono funcional y demanda unos servicios durante todo el año, entre ellos el interés de la proximidad comercial.

No obstante en su mayor parte las poblaciones costeras son áreas de complejos hoteleros o de unifamiliares en las que su densidad y en algún caso localización puntual de locales comerciales y sus distancias hace que sea casi necesario un desplazamiento motorizado.

Veamos algunos ejemplos en mapas de densidad comercial

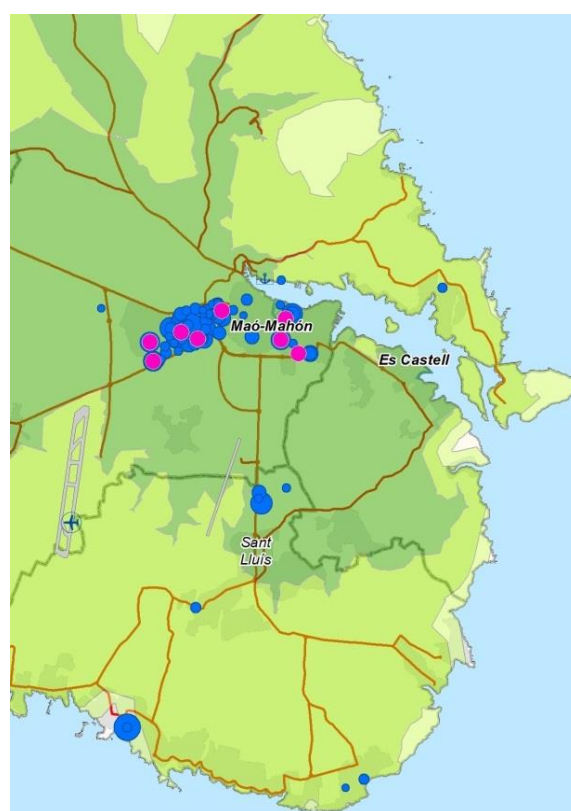
Costa de Sant Lluís





TENDENCIAS: EVOLUCIÓN RECIENTE DE LOS EQUIPAMIENTOS COMERCIALES

Del trabajo con las licencias concedidas por el Govern de grandes equipamientos comerciales en el periodo 2010-2015, se concluyen algunos aspectos: son doce, mayoritariamente de alimentación, solamente se sitúan en Maó (9) y Ciutadella (3). En fucsia todos los equipamientos comerciales del último periodo: se concentran en dos localizaciones en toda la isla: en el Polígono industrial de Ciutadella, y en el POIMA y en localizaciones periurbanas de Maó.



SOBRE LA ESTACIONALIDAD

Las variaciones de afiliación a la SS en el periodo estival son una clara muestra de la influencia del turismo en el sistema económico, y con consecuencias en el sistema comercial. Ese punto fue descrito en el punto 2.5 de bloque de información.

Así, en Mercadal se producen una mayor oscilación estacional, con variaciones de hasta el 146% en las afiliaciones totales y del 91% en el sector comercial.

En Migjorn se producen las mayores variaciones en afiliaciones en el sector comercial. La oscilación estacional es muy intensa y casi alarmantes cifras respecto al sector comercial (373%), lo que se puede



traducir en que la actividad comercial en enero se reduce a menos de un 25% de lo que representa en agosto.

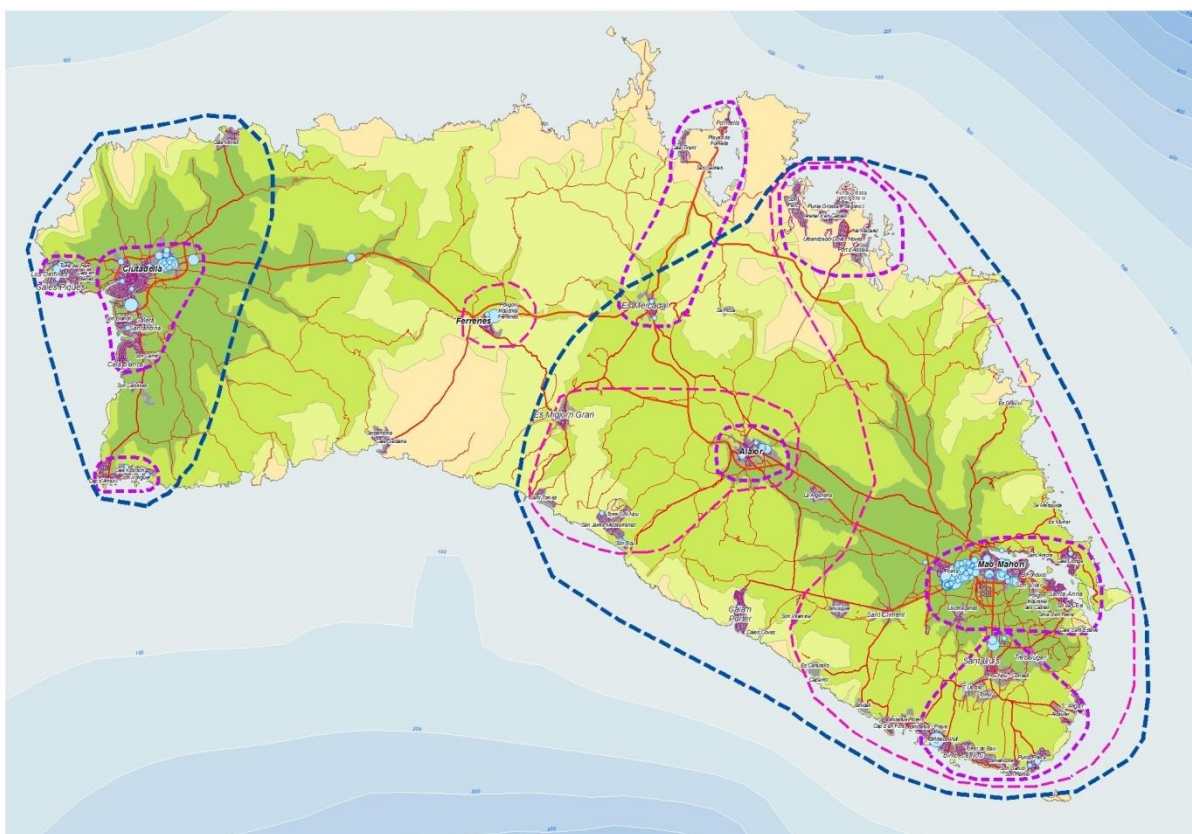
A partir de los datos de afiliación es fácil decidir una intensa reducción de la actividad comercial.

1.2. CONCLUSIONES DE DIAGNÓSTICO GLOBAL

- **La fuerte focalización urbana que se produce en Maó y Ciutadella** tiene un reflejo en la estructura comercial, y son lugares en los que se condensa la mayor oferta comercial de la isla. Son las poblaciones más significativas de la Isla, en las que se concentra lo urbano. **Sus centros históricos asumen un relevante papel comercial**, con un importante sistema comercial.
- **El importante papel que están desempeñando en la localización de la oferta comercial, los polígonos industriales.** Este aspecto ya es muy importante en el sector de comercio de primera necesidad y hace que gran parte de los habitantes se desplacen en vehículo privado para hacer su compra, si bien preferirían mayor proximidad y poderla hacer la andando.
- Las dificultades **en la dotación de comercio en las localidades costeras de clara identidad turística.** Es debida en gran medida en la alta estacionalidad, y a la fuerte dependencia de la motorización, que induce a una alta movilidad por la isla y por lo tanto a acudir a otros lugares de compra. Su importante extensión, baja densidad edificatoria y bajo número de residentes (empadronados) son factores muy negativos para la estabilidad de la oferta comercial permanente.
- La importante variación que se da en el sector comercial en función de la prevalencia turística de temporada. Este fenómeno de **“turistización”** de orientación del comercio de proximidad hacia el turismo, puede tener un impacto negativo sobre la población residentes, especialmente intensa en temporada baja, ya que en ciertos casos el comercio se cierra en temporada baja. Este fenómeno es especialmente gravoso en localidades tradicionales menores en las que el cierre del comercio fuera de la temporada turística tiene una incidencia negativa en el abastecimiento de la población residentes (Fornells, Migjorn Gran, etc.).

1.3. DETERMINACIÓN DE LAS ZONAS BÁSICAS DE COMERCIO Y LAS ZONAS DE ANÁLISIS.

La identificación de estas zonas está en clara relación con las distintas tipologías de establecimientos y evolución explicada de forma pormenorizada en el punto anterior. Este análisis permite que se sintetice mediante un mapa zonal las relaciones comerciales descritas, así como determinar las áreas de análisis detallado que se incluirán en el PDSECMé.



16 Modelo territorial comercial identificado

Se han identificado **dos grandes zonas que polarizan la isla**: el **área de influencia de Maó** y el **entorno de Ciutadella**. Además hay un **espacio intermedio** en el que el peso de Ferreries es más significativo por la cierta distancia, mientras que Es Mercadal y Alaior tienen relaciones más intensas con Maó.

Veamos las zonas establecidas:

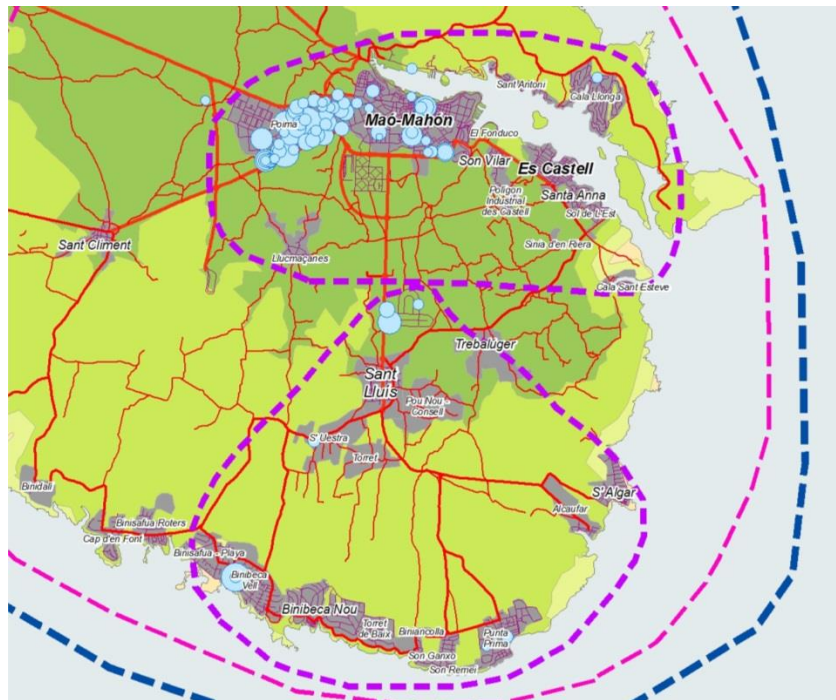
A.- MAÓ Y SU IMPORTANTE ÁREA DE INFLUENCIA.

Con una relación territorial a tres niveles:

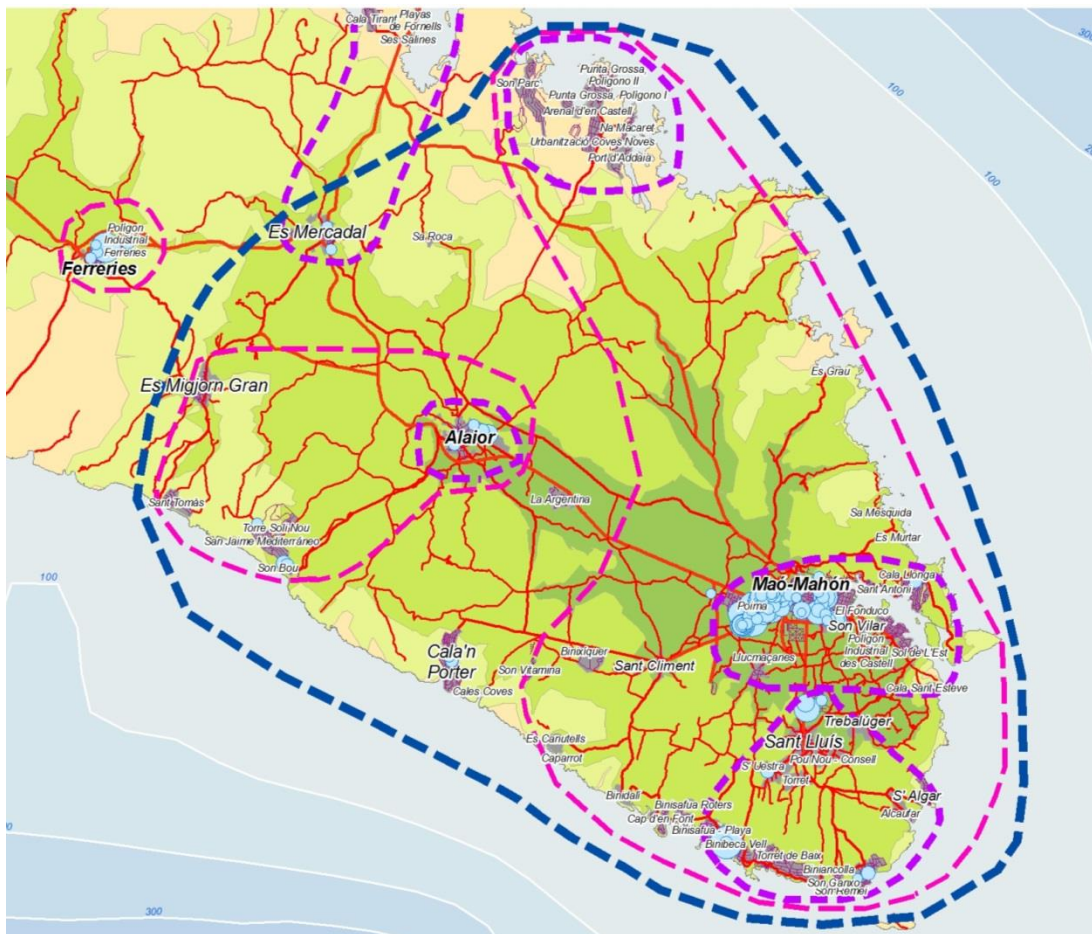
- La ciudad de Maó y las localidades colindantes en una situación casi continua (Es Castell).
- El área de Sant Lluís, que presta desde la propia localidad y desde el comercio situado en el polígono industrial servicio a las poblaciones costeras de su municipio. Si bien estas poseen estructuras comerciales de nivel primario.



- Por último una gran cantidad de poblaciones, algunas relativamente lejanas que establecen una relación de dependencia en lo relativo a la compra., y que engloba tanto a Alaior, como poblaciones costeras distantes, como Addaia, Arenal d'en Castell, etc.



17 Maó y sus zonas dependientes: nivel 1 y 2

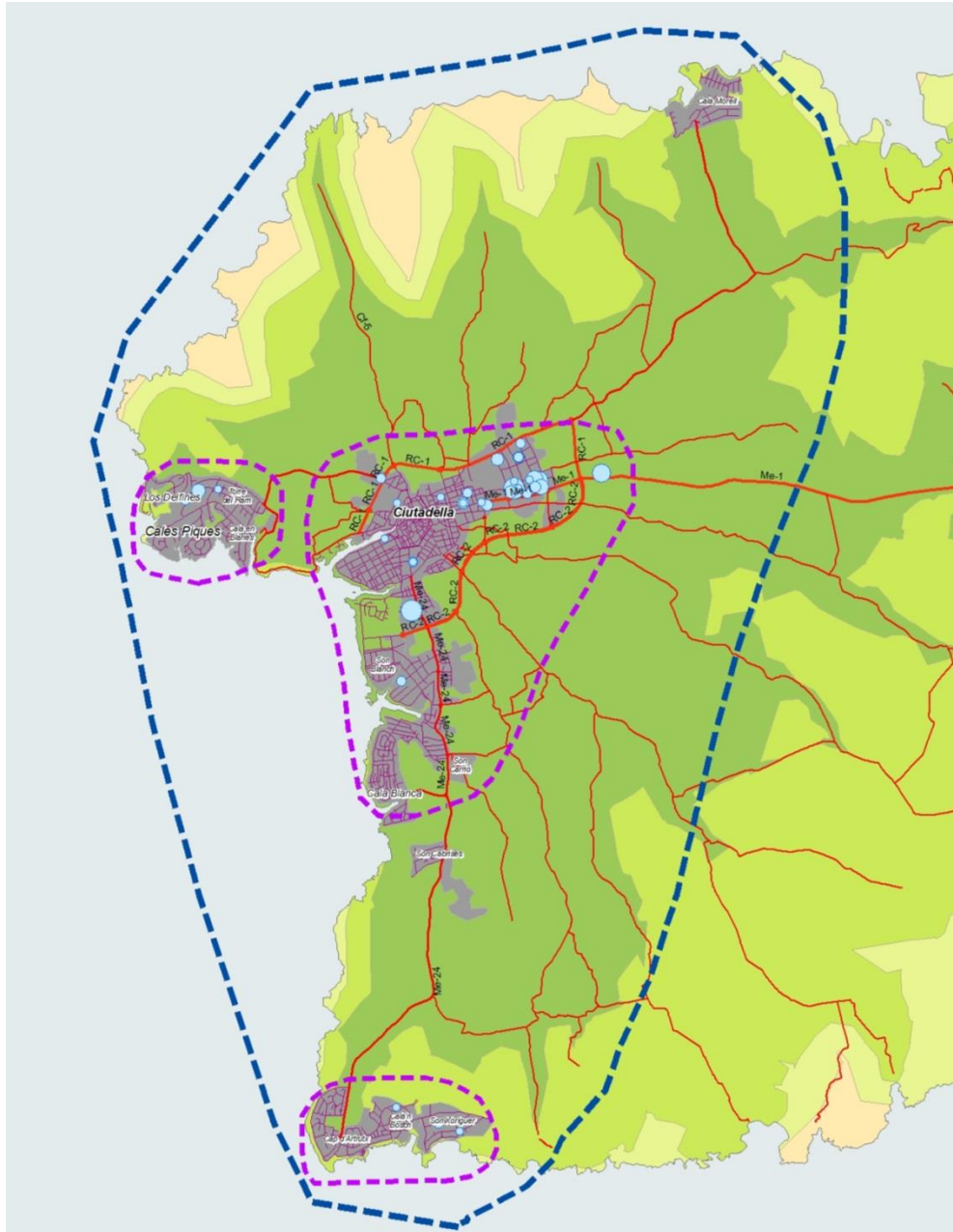


18 Zona de influencia de Maó. Nivel 3



B.-CIUTADELLA Y SU ENTORNO

- El ámbito de influencia abarca el complejo urbano que se extiende por tramos de la costa oeste desde cales Piques al oeste, y Sa Caleta y Cala Blanca al sur.
- Un segundo nivel lo conforman las poblaciones costeras en los extremos del término municipal al norte Cala Morrell, y al sur Cala en Bosc.

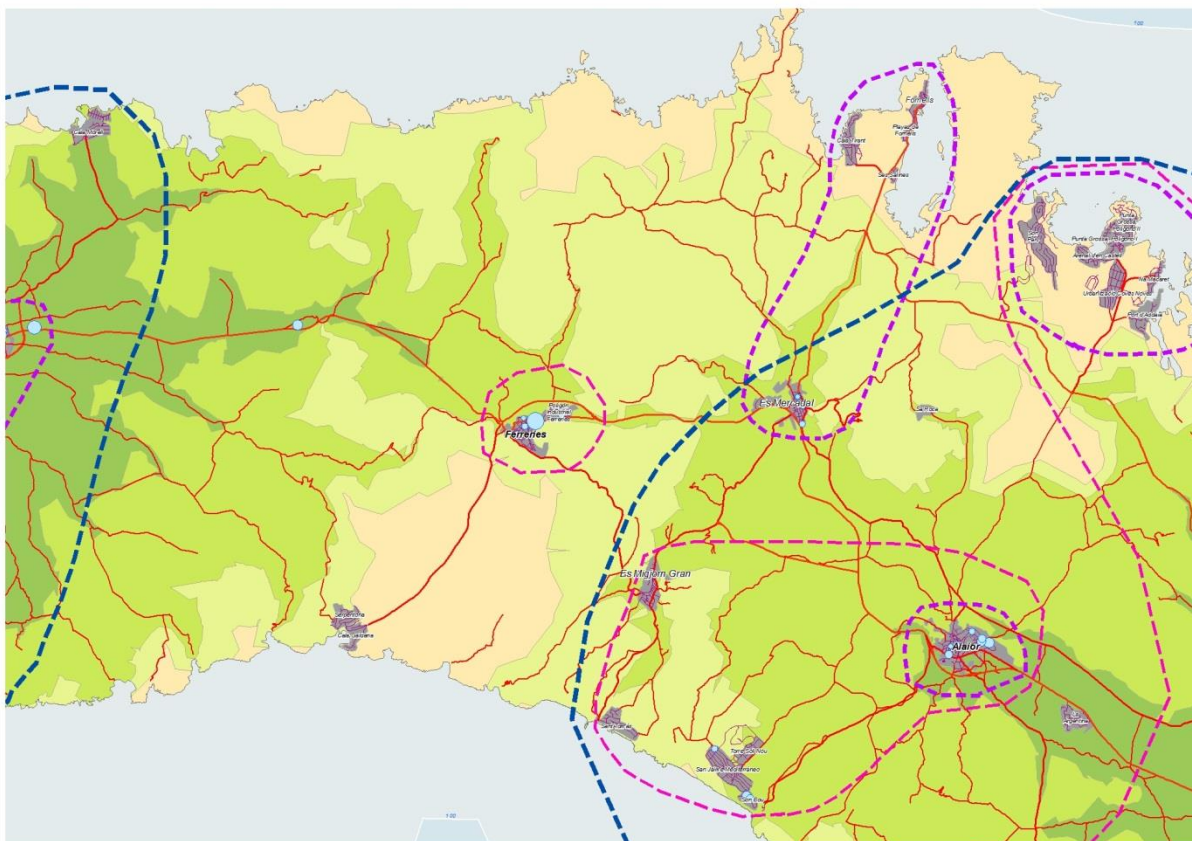


19 Zona de influencia de Ciutadella



C.-LA ZONA CENTRAL INTERMEDIA

- Como se percibe en las isocronas esta área es equidistante a ambos focos (Ciudadella y Maó).
- El tamaño de las poblaciones (Ferrerries, es Mercadal y Alaior) y encrucijadas viarias con el eje de la Me-1 desde las carreteras perpendiculares que enlazan las poblaciones turísticas o tradicionales, costeras, dota a algunas poblaciones de la zona central de cierta autonomía y autosuficiencia.



20 Zona central intermedia



1.4. COMERCIO URBANO Y TURÍSTICO.

Las áreas comerciales urbanas tienen el interés de la integración que se produce en ellas de residencia, espacios urbanos de referencia y de identidad y en el conjunto de relaciones de proximidad. Los centros urbanos de Menorca –especialmente Ciutadella y Maó– son asimismo lugares de afluencia turística, en las que la actividad comercial se complementa con la hostelería.

En esos entornos, la calidad del espacio público induce a un uso peatonal. No obstante los espacios peatonales cualificados generan algunos problemas como la llegada y aparcamiento de los visitantes y las intervenciones de carga y descarga, aspectos que deben ser afrontados.

El comercio es una actividad fundamental en las áreas urbanas que se encuentra integrada con otras funciones y actividades. Desde siempre uno de los factores más valorados por los comercios y actividades de las ciudades es la localización, que contrasta con la carencia de accesibilidad que presentan, en muchas ocasiones, los centros urbanos o los puntos turísticos, frecuentemente relegados a un comercio de proximidad, de alcance peatonal.

En todo caso parece necesario que el Plan aborde los siguientes aspectos:

- **Incentivar que se desarrollen fórmulas de gestión de mejora de la accesibilidad** hacia y dentro de las áreas urbanas y turísticas. Si bien el PDSECMé no es un instrumento que regule una actividad económica, puede establecer criterios de planificación de aspectos básicos de movilidad, las directrices para la ubicación de aparcamientos.
- **Cualificación del espacio urbano como estrategia para atraer más ciudadanos y visitantes.**
El PDSECMé puede encuadrar algunos aspectos urbanísticos que ayuden a esa gestión, como los criterios o intervenciones de reurbanización y cualificación formal del espacio público.
- **Refuerzo de modelos de gestión comercial integrados.**
Las asociaciones y agrupaciones de comerciantes tienen la capacidad de generar una imagen común. La administración pública puede acompañarlas en el establecimiento de reglas de respetos y no agresión para reforzar identidades compartidas en aras a la calidad del paisaje urbano y a una mejor calidad en el servicio.
- **Integración del turismo como parte de la reactivación comercial.**
Control formal de la oferta orientada al turista, mediante la regulación de los espacios turísticos, en su ocupación del espacio público y en la coordinación de la imagen unitaria y no agresiva.
- **Preservación de la identidad de las áreas tradicionales.**
Mediante el desarrollo de una regulación de la relación adecuada del comercio con el tejido urbano y sus características formales y constructivas (ordenanza comercial de referencia).



1.5. LA UBICACIÓN DE LOS POLÍGONOS INDUSTRIALES DE EQUIPAMIENTOS COMERCIALES

La recopilación de datos, las experiencias anteriores y las mesas de trabajo, han puesto de relieve que uno de los aspectos a abordar es la tendencia de los últimos años a ubicar los grandes establecimientos comerciales (GEC) del sector de alimentación (de gran afluencia) en los polígonos industriales. Esta situación se concentra especialmente en Maó y en Ciutadella, pero se da también en el Polígono de Sant Lluís e incluso en Alaior y Ferreries.

La tendencia de implantación de GEC en zonas industriales, ampliamente consolidada, **se debe a varios factores:**

- La disponibilidad de suelo urbanizado, en parcelas de gran tamaño, a precio asequible.
- Son parcelas de características adecuadas para la movilidad en carga y descarga
- Los polígonos están situados sobre el eje de la Me-1, excepto el de Sant Lluís muy próximo a Maó. Estas posiciones les dotan de alta accesibilidad territorial.
- Los polígonos están situados en contigüidad a las ciudades (POI de Maó y POI de Ciutadella).
- En las áreas urbanas más consolidadas no se dan con facilidad esas circunstancias de disponibilidad de suelo en dimensiones adecuadas, precios asequibles y alta accesibilidad territorial.

Sin embargo la implantación de este tipo de comercio de primera necesidad **plantea algunos problemas significativos** (más allá de competencia espacial):

- La distancia entre las zonas residenciales y estos establecimientos. Ya no se trata de lugares de proximidad lo que quiere decir que exigen algún medio de desplazamiento y un esfuerzo en la movilidad, mediante el uso del vehículo privado.
- La falta de calidad de los espacios destinados a usos productivos o de almacenaje, acordes a un uso más ligado a lo funcional, dimensionamiento pensado en el tránsito de vehículos pesados, escasa consideración de la movilidad peatonal, etc. frente al carácter social y representativo del espacio público en otros ámbitos urbanos.
- La competencia que está ejerciendo estos usos con los usos industriales o de almacenaje, propios de esos lugares especializados, al ofrecer mayores rentas.
- Las potenciales graves situaciones de conflictividad entre usos colindantes. En ese sentido se pueden diferenciar los conflictos y molestias por incompatibilidad que se pudieran producir con los usos cotidianos de los polígonos industriales (ruidos, contaminación ambiental, tránsito de camiones de gran tonelaje, etc.).
- La existencia de usos industriales productivos y de almacenaje de cierta peligrosidad (materiales inflamables, tóxicos, etc.) debe ser estudiada con detalle a la hora de implementar sobre estos espacios usos de gran potencial de afluencia de personas y familias.

Desde el punto de vista regulatorio la situación es:

- El suelo industrial de los polígonos está ya regulado por los respectivos planes parciales industriales (PPI), que -en general- son muy permisivos con el uso comercial y su compatibilidad.
- Las asociaciones empresariales de los PI defienden la libertad de establecimientos y consideran que el marco regulatorio les avala. Asimismo consideran que la evolución y transformación de usos en zonas empresariales o de servicios es positiva.



- En ese sentido incluso comparten y reclaman la calidad del espacio público en los PI, y canalizan hacia los ayuntamientos las potenciales exigencias de mejoras en la urbanización de estos espacios que necesitarían recualificación para esa nueva orientación de usos.
- La modificación de los usos detallados en ellos es competencia municipal.

Potencial orientación de este tema en el PDSECM

Estrategia:

- Es necesario profundizar sobre la permisividad o no de determinados niveles de uso comercial para grandes establecimientos comerciales en polígonos industriales, especialmente los de gran afluencia –alimentación– o los especializados de gran tamaño.
- Parece que la **potencial permisividad podría admitirse** siempre que el PPI cumpla las condiciones adecuadas para ello (accesibilidad, continuidad e inserción, calidad del espacio público, regulación de usos precisa en zonas, garantía de no expulsión de usos productivos, especificidad por zonas, etc.).
- Se propone la necesidad de evaluar esas características de forma previa a la implantación de un equipamiento comercial. Por lo tanto, será necesario exigir un análisis que identifique los déficits, y en su caso que proponga los ajustes e intervenciones necesarias para poder desarrollar el equipamiento comercial solicitado.
- Si se desea que un polígono industrial asuma usos comerciales de cierto nivel de afluencia, se debe garantizar que se haga en condiciones de movilidad blanda y de seguridad con respecto a otros usos colindantes. Este tipo de autorizaciones, o en su caso de modificaciones de la regulación de usos existentes, o de cualificación del espacio público, o de mayor disponibilidad de transporte público, o de ejecución de carriles bici o mejoras en los trayectos que garanticen la continuidad peatonal, deben desarrollarse bajo la tutela de la administración.
- En ese caso se deberá estudiar con atención cual es el instrumento adecuado para ellos en función de los aspectos que se necesite ajustar. Desde el punto de vista regulatorio, podría tratarse de una modificación de la regulación de usos, o de un proyecto de reurbanización. En algunos casos podría llevar aparejada la modificación de la regulación urbanística de referencia (plan parcial o instrumento similar).
- La admisión de determinados usos comerciales de gran afluencia en polígonos industriales, debería sujetarse a que estos estuvieran regulados con precisión.
- Esa potencial orientación o admisibilidad de usos comerciales en suelos industriales debería tener en cuenta los siguientes aspectos:
 - Consideración como usos de gran afluencia a determinados equipamientos comerciales (en función de su superficie de venta y/o otras condiciones de singularidad).
 - Las superficies máximas de equipamiento comercial posible.
 - La localización de los usos comerciales al por menor que generen gran afluencia.
 - Las exigencias de accesibilidad.
 - La exigencia de calidad en el espacio público y en todos los modos de movilidad y continuidad en la accesibilidad desde la población circundante.
 - La capacidad de las vías de acceso (y evitar el grado de saturación que se pueda derivar de los mismos).
 - La generación de movilidad que integraría esta diversidad de usos de gran afluencia.



1.6. ASPECTOS DE DIAGNOSTICO IDENTIFICADOS EN LAS MESAS DE TRABAJO

En el documento de Anexo se desagregan los participantes y metodología empleada.

Se extraen los aspectos más significativos aportados

CONCLUSIONES DE LA MESA DE TRABAJO DE ASOCIACIONES COMERCIALES

Destacan las siguientes aportaciones, agrupadas por temas clave:

CRISIS DEL COMERCIO EN LOS NÚCLEOS TRADICIONALES

- El pequeño comercio se encuentra en una situación de gran dificultad. El empresario no es capaz de generar más empleo que el suyo propio, lo que conlleva jornadas de trabajo muy amplias, etc. Esta situación se da de manera especial en los núcleos tradicionales.
- La estacionalidad y el enfoque turístico está afectando al comercio. Los cierres en temporada baja afectan a la imagen de los restantes comercios e inciden en ellos de manera negativa.
- Existe cierto escepticismo ante las herramientas que pueda facilitar el PDSECMé para la promoción del comercio de proximidad.
- Se señala, como un aspecto fundamental, la necesidad de facilitar la accesibilidad a los centros urbanos comerciales. Se cita el ejemplo de Sant Lluís, donde se considera que la peatonalización la calle principal ha provocado cierres comerciales.
- La movilidad es un aspecto que afecta de manera determinante al comercio urbano, especialmente en los núcleos tradicionales. La accesibilidad en vehículo privado y el aparcamiento son aspectos que se señalan como fundamentales, si bien también se solicitan actuaciones de peatonalización y aceras más amplias.
- El comercio electrónico es una amenaza para el comercio tradicional, especialmente en los núcleos menores.

EL COMERCIO DE PROXIMIDAD COMO SERVICIO A LA POBLACIÓN

- Es necesario preservar en los cascos urbanos el comercio como un servicio a la población. No todo el mundo dispone de coche.

REGULACIÓN DEL COMERCIO EN LOS POLÍGONOS INDUSTRIALES

- Desde las asociaciones de los polígonos industriales se solicita que no se impongan limitaciones a la actividad comercial en los Polígonos industriales. Deben ser los consumidores quienes decidan qué tipo de comercio es el más adecuado. Así mismo ven con preocupación las medidas de fomento de los centros comerciales urbanos en tanto en cuanto supongan limitaciones a la actividad comercial en los polígonos.
- Los propios Planes Generales ya incluyen limitaciones a la actividad comercial en los polígonos por lo que solicitan que desde el PDSECMé no se incluyan más.
- La compra en los centros urbanos tiene un componente de “compra lúdica” mientras que la compra en los polígonos tiene un componente de “compra funcional”. El cliente solicita facilidad de aparcamiento, variedad de oferta en un mismo comercio, etc. Los polígonos proporcionan lo que está demandando el cliente.
- Debe modificarse la consideración de los polígonos como industriales y avanzar hacia la consideración de polígonos empresariales (comercio y servicios).



- Ante los posibles problemas por conflictos entre usos comerciales e industriales se señala que, en general, las industrias implantadas son ligeras con escasa incidencia y conflictividad.
- Se señala que los polígonos industriales tienen escasa calidad urbana y se solicitan actuaciones por parte de las administraciones municipales.
- El comercio de los polígonos responde a las necesidades de poblaciones alejadas de los centros urbanos.

SITUACIÓN EN LOS PRINCIPALES CENTROS COMERCIALES URBANOS: EL CASO DE CIUTADELLA.

- Se trata de un casco urbano de calidad y atractivo.
- En la isla existe un uso generalizado del coche, dado que el transporte público no es eficaz. Debe facilitarse la accesibilidad y el aparcamiento en el centro urbano.
- También debe mantenerse la residencia en el casco urbano. Una excesiva implantación de usos turísticos (comercio, hospedaje) provoca que éste se convierta en un decorado.
- También hay un problema de mala imagen generado por la estacionalidad de muchos comercios que cierran en temporada baja.
- En el caso antiguo existe una sobreoferta de locales comerciales.
- Las franquicias han provocado la subida de los precios de los alquileres, incluso en la época de crisis.
- Existen regulaciones que luego no se aplican (por ejemplo publicidad exterior con banderolas) y que no son capaces de recoger la realidad social.

INCIDENCIA DE LA DISPERSIÓN RESIDENCIAL

- En los últimos tiempos existe población residente que se ha trasladado a los núcleos turísticos. Es una población que utiliza de modo fundamental el vehículo privado.

LA AMENAZA COMERCIO ELECTRÓNICO

- El comercio electrónico es la mayor amenaza al comercio tradicional. Está ya afectando.

LIMITACIÓN DE SUPERFICIES MÁXIMAS COMO VÍA DE PROTECCIÓN AMBIENTAL

- Ante la limitación territorial de la isla de Menorca se solicita una limitación de la superficie máxima de los comercios, por el impacto medioambiental de un comercio de gran tamaño, que generaría impactos notables por la movilidad generada.

ESPECIALIZACIÓN COMO VÍA DE APOYO AL COMERCIO URBANO

- Mercadal ha podido mantener cierto comercio gracias al fomento de la restauración y a la facilidad de aparcamiento. Se expone como ejemplo de una posible vía a explorar para apoyar el comercio de proximidad.
- Otra vía para el fomento del comercio en los núcleos tradicionales es la especialización. Alaior podría especializarse en comercios de artesanía.



CONCLUSIONES DE LA MESA DE TRABAJO DE AGENTES INSTITUCIONALES.

Se señalan a continuación las principales conclusiones e ideas fuerza de la mesa de trabajo:

- Proceso de estacionalización y enfoque hacia el turismo de numerosos comercios.
- Esta situación tiene una fuerte incidencia en los núcleos menores, donde únicamente se mantiene comercios de compra básica (alimentación, droguería, etc.). Las restantes tipologías de compra se realizan en Maó o Ciutadella.
- La estacionalidad también perjudica la imagen en temporada baja de los centros urbanos comerciales.
- Se apunta a la necesidad de regular el comercio en los polígonos industriales.
- Los principales problemas del comercio en los centros urbanos son sus dificultades de accesibilidad y aparcamiento.
- Se reclama la limitación del tamaño máximo de los establecimientos comerciales, el desarrollo de figuras del tipo BID y que el PDSECM no suponga nuevos trámites burocráticos.

1.7. ASPECTOS DE DIAGNOSTICO: CONCLUSIONES DE LOS CUESTIONARIOS DE LOS CIUDADANOS

Los cuestionarios lanzados vía web a la ciudadanía y que han sido respondidos de forma puntual por algunos de ellos, no suponen una aportación de calidad estadística. No se han realizado de forma científica, no se ha realizado un diseño muestral, ni en el número de encuestas, ni en su segmentación por género, localización, ni edad. Por lo tanto se aportan aquí a modo de miscelánea de opiniones de los ciudadanos que ha querido participar.

Desde ese encuadre sobre su valor desarrollamos los aspectos más relevantes.

RELATIVOS A LOS TRES NIVELES DE COMPRA

La denominada como **compra de consumo básico** (que engloba alimentación y droguería)

- **La frecuencia** con la que se realiza este tipo de compras, es mayoritariamente semanal (más del 50%), un 23% realiza compra de algunos productos de forma diaria.
- El **modo de desplazamiento** para ese tipo de compra es de forma relevante en coche (el 50%), siempre a pie el 19%, y el resto se distribuye en a veces andando y a veces en coche el 25%, o en bicicleta (7%).
- El **tipo de establecimiento elegido por la mayoría es el Hipermercado** (56%), y para un tercio el supermercado próximo.
- Una parte importante de los encuestados hacen sus compras en Maó (47%), un tercio en su localidad, y un 11% en Ciutadella.

La compra de **otros productos**, que engloba aquellas compras de otros elementos de consumo necesario (como ropa, juguetes, ferretería, pequeño electrodomésticos, etc.)

- El **modo de desplazamiento** para ese tipo de compra es siempre en coche para un tercio, y siempre a pie una cantidad ligeramente inferior (29%); el mayoritario es mezcla ambos modos (48%), o en bicicleta (7%).



- El **tipo de establecimiento**, para el 56% compra en la tienda o en el supermercado del barrio, un 20% en el hipermercado, y un 12% compra por internet estos productos.
- La **localidad** en la que se realiza ese tipo de compras es mayoritariamente Maó (53%), el 25% en su localidad de residencia, y en Ciutadella un 11%.

La denominada **compra singular o excepcional** (que se refiere a compras excepcionales o singulares de objetos de larga duración (electrodomésticos, muebles, vehículos, etc.).

- El **modo de desplazamiento** para ese tipo de compra es, siempre en coche para un 56%, siempre a pie el 11%, y el resto responde a veces andando y a veces en coche, y otros.
- El tipo de **establecimiento** es la tienda o en el supermercado del barrio para el 37%, un 25% en el hipermercado, y casi un 14% compra por internet estos productos.
- Respecto a la localidad, para el 47% es Maó, para el 19% en su localidad, en Ciutadella un 7%, siendo un significativo 10% fuera de Menorca.

OTROS ASPECTOS CUALITATIVOS Y DE LIBRE ELECCIÓN

- Respecto a una pregunta más cualitativa “si pudiera elegir, ¿dónde le gustaría hacer la compra?”. Es significativo que el 62% erigiría la proximidad al hogar y ir andando. Un 31% está satisfecho con su modo de compra.
- Respecto a una valoración de los aspectos que considera importante o necesario para sus compras. Destaca la relevancia de los criterios: “buen precio”, “proximidad” y del “trato personal”.
- Respecto a la relación **entre compras y ocio**. Resulta significativo que el 50% de los cuestionarios responden que no establecen esa relación, el 49% introducen el factor de que esto sucede a veces, en algunos tipos de compra.
- Respecto a la relevancia de los productos locales y de proximidad. manifiesta su alta implicación el 41%, y otra implicación menor el 54%.



2. LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE ACTUACIÓN Y DEL MODELO TERRITORIAL COMERCIAL

De forma coherente con los aspectos clave señalados en el diagnóstico y de forma acorde con las posibilidades legales de regulación en este instrumento, se establecen unas posibles líneas de actuación acerca de las situaciones que se podrán regular desde el PDSECMc.

2.1. IDENTIFICACIÓN DE SUELOS NO APTOS O CON LIMITACIONES PARA LA INSTALACIÓN DE NUEVOS GRANDES EQUIPAMIENTOS COMERCIALES

- En primer lugar el Plan deberá establecer que suelos no son aptos por sus valores para el desarrollo de actividades comercial.
- **El suelo rústico**, en base a la regulación vigente, está excluido de la ubicación de equipamientos comerciales. Por lo tanto aquellos suelos que en base a sus valores ambientales haya sido clasificados y categorizados con alguna protección específica no están sujetos a la presión de estas actividades.
- Respecto al **potencial impacto paisajístico**. La situación es más compleja. En primer lugar deberíamos establecer si se han definido criterios de protección paisajística, para garantizar los mismos.
- Asimismo parece necesario realizar una reflexión sobre los equipamientos comerciales que por sus características y/o ubicación van a generar la necesidad de una alta movilidad. Esa demanda de nueva movilidad para unas actividades que al día de hoy se establecen en relación de proximidad puede ser inasumible. Por lo tanto se podrían establecer limitaciones en aquellos suelo en los que la ubicación en ellos de determinados equipamientos comerciales pudieran generar una demanda de movilidad inasumible por las infraestructuras existentes, o bien que fueran totalmente desaconsejables por lo insostenible desde el punto de vista ambiental y de la lucha contra el cambio climático, en base a los desplazamientos generados.

2.2. IDENTIFICACIÓN Y CATEGORIZACIÓN DE LAS EXTERNALIDADES GENERADAS

- El proceso de creación de equipamientos comerciales de mayor tamaño y de su localización en zonas periurbanas tiene consecuencias sobre el nivel de dotación en proximidad y sobre los modos de compra que realiza el ciudadano.
- El principal impacto que generan muchos equipamientos comerciales es **la exigencia de mayor movilidad o desplazamientos** de los residentes. La ubicación, la inserción o relación con los lugares de residencia son aspectos significativos sobre externalizadas generadas.
- Los equipamientos comerciales son instalaciones de alta afluencia, por lo que generan importante flujos de entradas y salidas de desplazamientos por sus visitantes. Asimismo, el número de empleados que trabajen en ellos puede ser significativo (en función de los diferentes formatos comerciales). Estos dos niveles producen demandas de nueva accesibilidad, y nuevos desplazamientos



- En relación con la movilidad generada y las características de sus infraestructuras, se trata de equipamientos que requieren Necesidades en el acceso de mercancías /proveedores
- Las necesidades de refrigeración y calefacción en superficies de cierto tamaño, pueden ser importantes y requieren una significativa **demanda de energía**.
- Asimismo los centros de consumo y de venta al por menor de cierta superficie generan cierta cantidad de residuos, tanto en embalajes como en desperdicios de su procesado. Por ello estos centros deben participar en el proceso de **gestión de residuos** (reducción, reciclaje y recuperación), de la forma adecuada.

2.3. PROCEDIMIENTOS Y MODOS DE EVALUAR ESOS IMPACTOS Y EXTERNALIDADES.

- La imposibilidad de definir la totalidad y diversidad de posibilidades sobre la totalidad del territorio, lleva a la conveniencia de desarrollar una regulación orientada a la definición de procedimientos y exigencia de evaluación de impactos.
- Por ello se considera que cada solicitud de equipamiento comercial deberá realizar un trabajo de documentación y evaluación de sus impactos, que deberá presentarse con la solicitud para su consideración por las administraciones.
- En tanto en cuanto la documentación va a ser elaborada por los solicitantes, deberá estar claramente estructurada y se debe establecer un guion de contenidos preciso. Todo ello de forma acorde con el tipo de equipamientos que se pretenda desarrollar.
- Cualquier intervención urbanística de cierto calado tiene el mandato de asumir los impactos externos que genera: implementación de sistemas generales, redes de servicios y conexiones necesarias o ampliación de las mismas. Los equipamientos comerciales de cierto impacto tienen la obligación de asumirlos. Por ello se deberán exigir los estudios y documentación justificativa suficiente para evaluar las externalidades generadas, y en su caso como se resuelven y quien las asume.

2.4. DEFINICIÓN DE TIPOLOGÍAS DE GRANDES EQUIPAMIENTOS COMERCIALES.

Existen múltiples clasificaciones de los establecimientos comerciales realizadas en base a sus respectivos objetivos e iniciativa. En el caso de elaboración del PDSECM el objetivo es regulatorio, y orientado desde el punto de vista de un instrumento urbanístico y de ordenación del territorio. Por ello no interesan aquellos aspectos ligados a la lógica de diseño y gestión de actividad comercial (tipos de productos, modos de servicios comercial, número de empleados, rotación de mercancías, modos de exposición y venta, etc.).

Los parámetros que puedan ser de interés se refieren a aquellos de tipo urbanístico o de impacto urbano.

- **Ubicación urbana** del equipamiento comercial: inserto en tejido urbano o no.
- **Posición del comercio en la edificación:** bajo de edificio de viviendas, edificio propio entre medianeras, edificio propio exento, o incluso conjunto de edificios sobre la misma parcela.



- **Tamaño del equipamiento.** Evaluado por superficie máxima de venta, estableciendo necesariamente escalones de superficie.
- **Relación con el espacio público y modo de acceso.** La necesidad de cualificar al máximo el entorno en el que se implanten se debe a las exigencias de paisaje urbano y calidad exigibles a cualquier intervención. Pero además en este caso se trata de centros de afluencia y el objetivo es facilitar al máximo su acceso peatonal o en transporte público. Para lograr la calidad de los espacios y su accesibilidad peatonal es necesario realizar esfuerzos y e imponer condiciones que garanticen su inserción en el sistema de espacio público de calidad y recorridos peatonales, recorridos ciclistas y disponibilidad del sistema de transporte público.

Como consecuencia del análisis de los equipamientos existentes se desarrolla una clasificación de situaciones tipo enfocadas a caracterizar el tipo de soluciones a regular:

- Son significativas las siguientes categorías de equipamientos comerciales:
 - Equipamiento comercial de tamaño pequeño: Establecimiento individual comercial de superficie comercial de 400 a 700 m².
 - Equipamiento comercial de tamaño medio: Establecimiento comercial individual de superficie comercial de 700 a 1.200 m².
 - Equipamiento comercial de tamaño grande: Establecimiento comercial individual con superficie comercial mayor de 1.200 m².
 - Mercado Municipal (EC MM): Equipamiento conformado por varios establecimientos comerciales destinados preferentemente a la venta de productos frescos. Su titularidad es municipal bajo diferentes formas de gestión y su funcionamiento está regulado por reglamentos municipales.
 - Centro Comercial (EC CC): Conjunto de establecimientos comerciales situados en uno o varios edificios comunicados entre sí por zonas comunes, abiertas o cerradas, con una superficie conjunta comercial mayor de 1.500 m².
- Asimismo este Plan debe regular las condiciones para otras potenciales situaciones en las que la acumulación de establecimientos comerciales pueda producir repercusiones significativas, y que son las siguientes:
 - Centro urbano comercial: Son ámbitos urbanos donde existe una acumulación representativa de establecimientos comerciales en un área urbana, delimitada con el objeto de desarrollar una estrategia conjunta de mejora (funcional, ambiental, etc.). Se diferencian dos zonas con esas características y potencial: los centros de Maó y Ciutadella.
 - Áreas de acumulación de equipamientos comerciales: Ámbitos urbano, de uso global distinto al residencial o turístico, en el que se encuentra implantada o puede llegar a implantarse una acumulación de equipamientos comerciales. Se distinguen dos situaciones:
 - Área de acumulación planificada: situaciones en las que esté prevista esa posibilidad de acumulación.
 - Área de acumulación informal: situaciones con uso predominante distinto del comercial en las que exista varios equipamientos comerciales cuya acumulación multiplique sus efectos.



2.5. CONDICIONES DE DISEÑO.

El plan debe establecer para los diferentes equipamientos comerciales, unos criterios y condiciones sobre su ubicación, implantación y adecuación a los respectivos entornos.

El PDSECM debe establecer unos criterios generales de diseño para la ejecución de los equipamientos comerciales. Estos criterios serán de carácter obligatorio y deben de ir orientados a garantizar:

- Una integración adecuada en su territorio, minimizando el impacto paisajístico. Esta integración se debe conseguir tanto mediante una regulación de ordenanzas de integración urbanas, como en la regulación de algunos elementos de alto impacto territorial como los elementos y tótems publicitarios.
- Que faciliten e incentiven el acceso andando o en transporte público al equipamiento comercial. Deberán garantizar una posición en parcela que facilite y priorice siempre el acceso peatonal y/o en bici o transporte público frente a otros modos de desplazamiento.
- Que aporten calidad al espacio público circundante. Mediante el respeto de los elementos existentes de interés (ambientales, construidos, etc.) y que realicen aportaciones positivas e integradas en el paisaje en el que se implantan.

2.6. SOBRE EL COMERCIO TRADICIONAL Y LOS EQUIPAMIENTOS COMERCIALES PÚBLICOS.

- Es necesario analizar qué posibilidades existen de establecer medidas específicas de control o refuerzo del comercio tradicional dentro de las competencias insulares, así como de establecer medidas que supongan un refuerzo de los mercados y lonjas públicos.
- Este Plan Sectorial por su naturaleza de instrumento de ordenación del territorio no puede desarrollar políticas activas de dinamización económica comercial. Sin embargo sí que es una herramienta para orientar y exigir una calidad del espacio público y del paisaje urbano, así como el desarrollo de una planificación orientada a la minimización del impacto generado por nuevas demandas de movilidad,

2.7. ESTUDIO DE PROPUESTAS DE ORDENACIÓN COMERCIAL.

En base a las líneas estratégicas que se definen, se realiza unas líneas de propuesta de ordenación comercial sobre la que se fundamente la normativa del Plan Director Sectorial de Equipamientos Comerciales. La propuesta se apoya en los siguientes contenidos y líneas de trabajo:

ESTABLECIMIENTO DE UNA CLASIFICACIÓN TIPOLÓGICA DE LOS DIFERENTES EQUIPAMIENTOS COMERCIALES.

De acuerdo a lo ya expuesto, se proponen las siguientes categorías tipológicas orientadas al desarrollo de una regulación específica de las mismas:

- Equipamiento comercial de tamaño pequeño: Establecimiento individual comercial de superficie comercial de 400 a 700 m².
- Equipamiento comercial de tamaño medio: Establecimiento comercial individual de superficie comercial de 700 a 1.200 m².



- Equipamiento comercial de tamaño grande: Establecimiento comercial individual con superficie comercial mayor de 1.200 m².
- Mercado Municipal (EC MM): Equipamiento conformado por varios establecimientos comerciales destinados preferentemente a la venta de productos frescos. Su titularidad es municipal bajo diferentes formas de gestión y su funcionamiento está regulado por reglamentos municipales.
- Centro Comercial (EC CC): Conjunto de establecimientos comerciales situados en uno o varios edificios comunicados entre sí por zonas comunes, abiertas o cerradas, con una superficie conjunta comercial mayor de 1.500 m².
- Asimismo este Plan debe regular las condiciones para otras potenciales situaciones en las que la acumulación de establecimientos comerciales pueda producir repercusiones significativas, y que son las siguientes:
 - Centro urbano comercial: Son ámbitos urbanos donde existe una acumulación representativa de establecimientos comerciales en un área urbana, delimitada con el objeto de desarrollar una estrategia conjunta de mejora (funcional, ambiental, etc.). Se diferencian dos zonas con esas características y potencial: los centros de Maó y Ciutadella.
 - Áreas de acumulación de equipamientos comerciales: Ámbitos urbano, de uso global distinto al residencial o turístico, en el que se encuentra implantada o puede llegar a implantarse una acumulación de equipamientos comerciales. Se distinguen dos situaciones:
 - Área de acumulación planificada: situaciones en las que esté prevista esa posibilidad de acumulación.
 - Área de acumulación informal: situaciones con uso predominante distinto del comercial en las que exista varios equipamientos comerciales cuya acumulación multiplique sus efectos.

ZONIFICACIÓN COMERCIAL INSULAR

La regulación lleva a una zonificación de la isla en ámbitos capaces de soportar determinadas instalaciones comerciales en función de la proximidad de residentes o turistas.

Se pretende desarrollar una zonificación del uso comercial en función de los distintos tipos de suelo: tamaño de las poblaciones por residentes, protecciones ambientales de contacto o de proximidad con espacios de valor patrimonial, ambiental, etc. y su capacidad para acoger este uso de forma exclusiva o compatible con otros usos.

Asimismo para cada zona el Plan podrá desarrollar:

- Las condiciones y criterios para que el planeamiento urbanístico de los municipios pueda determinar la localización concreta de los equipamientos comerciales, así como definir una ordenación pormenorizada del uso comercial.
- Las determinaciones y los contenidos mínimos que deberán tener los estudios de implantación para establecimientos comerciales.
- El régimen de autorización y los órganos competentes.



3. ESTUDIO DE ALTERNATIVAS DE LAS PROPUESTAS DE ORDENACIÓN

En base a las características de este plan, para su análisis en este documento, se plantean las siguientes alternativas:

Alternativa 0. El no desarrollo de este Plan.

- Los procesos que se están dando en la evolución en la localización del comercio, y sus impactos ambientales (demanda de nueva movilidad rodada privada, alto consumo de suelo, y alteración de paisajes) son claramente negativos desde el punto de vista ambiental. Estos procesos son tendencia.
- Esta alternativa es negativa desde el punto de vista ambiental.
- La redacción de este plan viene impuesta por la obligación reiterada desde varios documentos legales, y de ordenación del territorio, de desarrollar este plan. Por lo tanto:
- Esta alternativa no es aceptable desde el punto de vista normativo.

Alternativa del Avance.

- Se concreta en el desarrollo de un Plan que:
 - Sea coherente con el marco legal.
 - Establezca las condiciones de regulación propias de un instrumento de ordenación territorial.
 - Se enfoque hacia minimizar las consecuencias negativas que genera la ubicación de determinadas grandes actividades comerciales sobre el incremento de la movilidad.
 - Minimice el consumo del suelo, especialmente de aquellos que sean valiosos.
 - Introduzca la mejora y reducción de los impactos paisajísticos tanto a escala territorial como a escala de paisaje urbano, para toda la isla.