



## **INFORME D'AVALUACIÓ DE L'IMPACTE DE GÈNERE EN EL PROJECTE DE DECRET DEL CONSELL, PROMOGUT PER LA DIRECCIÓ GENERAL DE COMERÇ I CONSUM, PEL QUAL S'APROVA EL PLA D'ACCIÓ TERRITORIAL SECTORIAL DE LA COMUNITAT VALENCIANA (PATSECOVA)**

La Llei Orgànica 3/2007, de 22 de març, per a la igualtat efectiva de dones i homes, estableix en el seu article 19, l'obligatorietat que els projectes de disposicions de caràcter general incorporen un informe sobre el seu impacte per raó de gènere. L'article 4.bis de la Llei 9/2003, de 2 d'abril, de la Generalitat, per a la Igualtat entre Dones i Hòmens, en la redacció donada per la Llei 13/2016, de 29 de desembre, estableix que els projectes normatius hauran d'incorporar un informe d'impacte per raó de gènere que s'elaborarà pel departament o centre directiu que proposa l'avantprojecte de llei o projecte de norma, pla o programa d'acord amb les instruccions i directrius que dicte l'òrgan competent en la matèria, i haurà d'acompanyar la proposta des de l'inici del procés de tramitació.

Així mateix, l'article 26.f) de la Llei 50/1997, de 27 de novembre, del Govern, en la redacció donada per la Llei 40/2015, d'1 d'octubre, imposa la realització d'un informe que analitze l'impacte de gènere de les disposicions normatives elaborades, a fi d'assegurar la igualtat entre homes i dones. Cal assenyalar que aquesta previsió és exigible a l'elaboració de disposicions administratives de caràcter autonòmic per aplicació de la clàusula de supletòria prevista en l'article 149.3 de la Constitució Espanyola.

Mitjançant el Reial Decret 1.083/2009, de 3 de juliol, es regula la memòria de l'anàlisi d'impacte normatiu i en el seu article 2, 1, i), el contingut de l'informe d'impacte per raó de gènere, establint que en aquest s'analitzaran i valoraran els resultats que es puguen seguir de l'aprovació del projecte des de la perspectiva de l'eliminació de desigualtats i de la seua contribució a la consecució dels objectius d'igualtat d'oportunitats i de tracte entre dones i homes, a partir dels indicadors de situació de partida, de previsió de resultats i de previsió d'impacte arreplegats en la Guia Metodològica al fet que es refereix la disposició addicional primera.

### **1. Descripció general del projecte, norma, pla o programa**

El Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana (PATSECOVA) respon al mandat establert en l'article 31 de la Llei 3/2011, de 23 de març, de la Generalitat, de Comerç de la Comunitat Valenciana i és un instrument d'ordenació que es redacta conforme al que es disposa en l'article 16 de la Llei 5/2014, de 25 de juliol, de la Generalitat, d'ordenació del territori, urbanisme i paisatge.

El Pla d'Acció Territorial defineix criteris, directrius i orientacions territorials perquè l'ordenació comercial es desenvolupe de forma coherent amb la planificació territorial.



### **1.1. Denominació del projecte o normativa**

Projecte de decret del Consell, pel qual s'aprova el Pla d'Acció Territorial Sectorial de la Comunitat Valenciana (PATSECOVA)

### **1.2. Òrgan administratiu que el promou**

Direcció General de Comerç i Consum.

### **1.3. Context o àmbit d'actuació de la norma**

La transposició de la Directiva 2006/123/CE, va suposar la supressió dels requisits que subordinaven la concessió de l'autorització comercial a una valoració de l'impacte de la implantació dels nous establiments comercials sobre l'oferta comercial ja existent. Aquest canvi d'orientació en la regulació de la implantació d'establiments comercials atén, en línia amb la norma comunitària, a raons d'interés general amb base en criteris d'ordenació del territori, urbanisme, medi ambient i protecció del patrimoni artístic i cultural i la protecció de les persones consumidores.

Per tant, amb caràcter general, la instal·lació d'establiments comercials no està subjecta a règim d'autorització comercial. No obstant això, tant la Llei estatal 1 com la LECOVA (art. 33) estableixen que l'impacte supramunicipal de la implantació de determinats establiments (que compten amb una part de 2.500 m<sup>2</sup>) obliga a conciliar la planificació urbanística amb la territorial i justifica, en aquests casos, l'exigència d'una autorització comercial autonòmica, prèvia a la concessió de les llicències municipals corresponents.

Els factors que van associats a la localització suburbana i perifèrica dels grans equipaments comercials és rellevant si s'analitzen els impactes i problemes urbanístics i mediambientals que aquests generen. En primer lloc, l'auge en la motorització massiva de la població. En segon terme, l'adopció de noves formes urbanes que creixen més en expansió territorial que en població. A aquest avanç de la superfície urbana, s'uneix, en tercer lloc, la separació en el territori de funcions i usos específics que abans se solapaven. Aquesta especialització extrema dels usos i funcions assignats a les diferents parts del territori són causa, al seu torn, de majors necessitats de mobilitat i d'infraestructures viàries en un procés de casualitats que es reforcen mútuament. La conseqüència immediata de tot això és una urbanització difusa.

Des del punt de vista mediambiental, els grans centres comercials es qüestionen especialment en la mesura en què la seua ubicació i grandària poden agreujar els problemes ambientals derivats de l'actual model de transport centrat en el vehicle privat (congestió, contaminació, sorolls, acotació del territori mitjançant infraestructures viàries i consum balafador de grans quantitats de materials, energia i sòl). Els nous espais comercials s'han convertit en l'actualitat en un dels principals generadors de trànsit metropolità.

Factors com la localització perifèrica d'aquests equipaments comercials, la densa xarxa viària i l'àmplia disponibilitat de superfície d'aparcament gratuït, la pràcticament inexistent alternativa de transport de caràcter públic i els canvis en els hàbits de compra de les persones consumidores han propiciat aqueix considerable increment de la mobilitat motora. En la Comunitat Valenciana al voltant d'un 85% dels desplaçaments als nous formats comercials es realitzen mitjançant automòbil.



Als problemes ambientals que genera la dependència de l'automòbil en l'ús de les grans superfícies perifèriques se suma el problema social de la dificultat d'accés i fins i tot de l'exclusió a aquests establiments de la població amb menys mobilitat (per raons d'edat, manca de cotxe, etc.) o hàbits diferents condicionats pel seu gènere.

En aquest sentit, el Pla Territorial ha d'ajudar a aclarir i perfeccionar els criteris d'autorització en les implantacions subjectes a regulació autonòmica. Els criteris sobre la base dels quals s'estableix l'aptitud d'una proposta de nou equipament comercial amb impacte territorial i, per tant, la seua Autorització Comercial Autonòmica, han de fonamentar-se en la capacitat de cada proposta per a adaptar-se al seu entorn immediat, minimitzant els impactes generats.

#### **1.4. Objectius generals del projecte**

Els objectius que es pretenen aconseguir través del Pla d'Acció Territorial que s'aprova mitjançant el decret són els següents:

- a) Incrementar la importància del sector comercial detallista en l'economia valenciana.
- b) Impulsar la creació de nova ocupació de qualitat en el sector del comerç.
- c) Propiciar la diversitat comercial, el servei i la proximitat del comerç a les persones consumidores i usuàries.
- d) Fomentar un desenvolupament comercial intel·ligent, sostenible i coherent amb la resta dels instruments i plans urbanístics i territorials.
- e) Crear un marc d'actuació més transparent, objectiu i participatiu que facilite la iniciativa empresarial.
- f) Reduir la petjada mediambiental del comerç.
- g) Estimular el consum responsable entre la població valenciana.

#### **1.5.- Objectius per a promoure la igualtat entre dones i homes**

Com veurem de l'estudi de l'anàlisi de situació, els hàbits de consum i de desplaçament de dones i homes són diferents, condicionats en gran part per l'assignació de rols a unes i altres i l'assumpció majoritàriament per les dones dels treballs de cura de les persones. En aquest sentit, propiciar la diversitat comercial, el servei i la proximitat del comerç a les persones consumidores i usuàries és un objectiu del projecte per a promoure la igualtat entre homes i dones.

## **2. Anàlisi pertinença de gènere**

La norma és susceptible de tenir impacte de gènere, per tal com algunes de les mesures de foment d'un desenvolupament comercial intel·ligent, sostenible i coherent amb la resta dels instruments i plans urbanístics i territorials incidiran en la situació de partida (un ús majoritari dels vehicles privats en l'accés als grans establiments comercials, que estadísticament són utilitzats molt més per homes que per dones), permetent un accés més igualitari i respectuós amb el medi natural i urbà.



### 3. Anàlisi de la situació

La norma afecta totes les persones residents, visitants o turistes que consumisquen al territori valencià. Pràcticament totes les persones són consumidors, per la qual cosa a totes afecta la distribució dels establiments comercials pel territori. No obstant això, són les persones adultes les que realitzen la immensa majoria de les compres i, entre els dos sexes, hi ha una diferència de tres quints a dos a favor de les dones en la distribució del temps per a compres (0,31 hores les dones per 0,20 hores els homes), segons l'última Enquesta d'ús del temps (*Instituto Nacional de Estadística -INE- 2009-2010*).

		TIEMPO DEDICADO AL HOGAR Y FAMILIA SEGÚN TIPO DE ACTIVIDAD	
		última Encuesta de empleo del tiempo 2009-2010	
		2009-2010	2002-2003
Ambos sexos	TOTAL	3h 2'	2h 59'
	Actividades no especificadas	0h 10'	..
	Actividades culinarias	0h 55'	1h 1'
	Mantenimiento del hogar	0h 33'	0h 35'
	Confección y cuidado de ropa	0h 12'	0h 15'
	Jardinería y cuidado de animales	0h 13'	0h 11'
	Construcción y reparaciones	0h 3'	0h 5'
	Compras y servicios	0h 26'	0h 29'
	Gestiones del hogar	0h 1'	0h 1'
	Cuidado de niños	0h 25'	0h 17'
	Ayudas a adultos miembros del hogar	0h 3'	0h 3'
Mujeres	TOTAL	4h 7'	4h 24'
	Actividades no especificadas	0h 15'	..
	Actividades culinarias	1h 24'	1h 38'
	Mantenimiento del hogar	0h 49'	0h 56'
	Confección y cuidado de ropa	0h 23'	0h 29'
	Jardinería y cuidado de animales	0h 7'	0h 7'
	Construcción y reparaciones	0h 1'	0h 1'
	Compras y servicios	0h 31'	0h 32'
	Gestiones del hogar	0h 1'	0h 0'
	Cuidado de niños	0h 32'	0h 24'
	Ayudas a adultos miembros del hogar	0h 4'	0h 4'
Varones	TOTAL	1h 54'	1h 30'
	Actividades no especificadas	0h 4'	..
	Actividades culinarias	0h 26'	0h 22'
	Mantenimiento del hogar	0h 17'	0h 13'
	Confección y cuidado de ropa	0h 1'	0h 1'
	Jardinería y cuidado de animales	0h 18'	0h 15'
	Construcción y reparaciones	0h 6'	0h 6'
	Compras y servicios	0h 20'	0h 18'
	Gestiones del hogar	0h 1'	0h 1'
	Cuidado de niños	0h 18'	0h 10'
	Ayudas a adultos miembros del hogar	0h 2'	0h 2'

Fuente: Encuesta de empleo del tiempo. Instituto Nacional de Estadística. Más información en: [http://www.ine.es/vyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736176815&menu=resultados&idp=1254735976608](http://www.ine.es/vyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176815&menu=resultados&idp=1254735976608)

Nota: Los datos expresan la duración media diaria de tiempo utilizada para cada una de las variables pudiendo resultar un tiempo superior a 24 horas debido a que se pueden solapar las actividades.

Tabla actualizada a 7 de febrero de 2012.

w15



b) Informació qualitativa:

A l'estudi «Dones, mobilitat, temps i ciutats<sup>1</sup>», de Carme Miralles-Guasch, publicat al número 14 de la col·lecció Quaderns de l'Institut per l'Institut Català de les Dones de la Generalitat de Catalunya, podem llegir unes reflexions que s'adiuen amb els objectius del decret:

*«La mobilitat de les dones, un model a reivindicar*

*Diferents estudis han demostrat que els desplaçaments realitzats per les dones, a causa de situacions que s'han esmentat més amunt, tenen característiques diferents dels del món masculí. Així, les dones viuen per terme mitjà més a prop del lloc de treball, fet que possibilita un recorregut i un temps més curts, permet anar a peu i utilitzar més el transport públic. Aquestes característiques, a més, es donen en ciutats molt distants culturalment, cosa que reforça el valor estructural de la diferència. Encara que també cal subratllar que aquestes divergències entre les pautes de mobilitat femenina i masculina s'estan escurçant perquè les dones incrementen cada vegada més la seva presència en la motorització privada, en l'augment de la velocitat i en un increment de la distància dels desplaçaments. Canvis que, cal no oblidar, apropen els models femenins als que han caracteritzat els masculins.*

*Molta de la literatura feminista sobre mobilitat i gènere valora aquests canvis com a positius sota el supòsit que aquestes noves pautes de mobilitat garanteixen més llibertat individual i més inserció laboral i social, i poden impedir la marginació i l'exclusió que han sofert les dones. De tota manera, aquesta valoració positiva implica que el model masculí (més velocitat, llargs recorreguts, més vehicle privat) es percep com el model de desplaçament òptim i, per tant, a imitar. Les dones incrementaran la seva participació en el món exterior en la mesura que adoptin les pautes de desplaçament que han caracteritzat els homes al llarg del segle xx.*

*Tanmateix, per valorar amb més profunditat els dos models de mobilitat, cal preguntar-se per què ens movem i per què necessitem incrementar les velocitats individuals. D'aquesta manera, si els desplaçaments serveixen per arribar als llocs on es volen desenvolupar les activitats quotidianes, la mobilitat no és una finalitat en ella mateixa, sinó un mitjà a través del qual s'accedeix als diferents espais i temps de la ciutat. No és el desplaçament sinó l'accessibilitat el que cal optimitzar per evitar segregacions i exclusions, objectiu que no està directament relacionat amb una velocitat més elevada, ni amb els mitjans de transport privats ni amb distàncies més llargues, sinó amb el fet d'arribar a una hora determinada a un lloc concret amb un esforç raonable. (...)*

*Des del paradigma de la sostenibilitat, les necessitats d'accés a les activitats urbanes amb menys costos energètics i de temps són una variable que està canviant el concepte de mobilitat urbana actual.*

*La mobilitat de les dones, des dels valors de la sostenibilitat*

*Aquestes reflexions enllacen amb les esferes mediambientals que inclouen les despeses energètiques i altres recursos no renovables, entre altres, el temps. Des d'aquesta perspectiva s'aposta per la ciutat compacta, multifuncional i diversa, que redueixi distàncies entre activitats urbanes i permeti a la ciutadania tornar a ser, en bona part dels seus recorreguts, vianants, fet que significa reduir el consum energètic i la contaminació.*

1 Miralles-Guasch, Carme (2010) Dones, mobilitat, temps i ciutats, Quaderns de l'Institut 14, perspectives des del feminisme. Institut Català de les Dones, Barcelona. Carme Miralles-Guasch és membre del Departament de Geografia de la Universitat Autònoma de Barcelona.



Aquest model de ciutat allunyat de la ciutat funcional i suburbana també és un model reivindicat des de la literatura feminista que tracta de la ciutat. Les dones volen espais urbans on les activitats estiguin pròximes les unes de les altres, perquè són espais que els permeten compatibilitzar les diferents activitats que la vida quotidiana requereix. Una ciutat amb desplaçaments curts i planificada per a la vida quotidiana de la seva ciutadania, incloent-hi les necessitats dels diferents grups que la integren, siguin infants, persones adultes o persones grans; siguin homes o dones. Són ciutats, aquestes, on els espais públics, els carrers i les places són llocs d'unió i no de dispersió, són espais on es pot viure la ciutat de forma transversal i no només longitudinal.

Així, les propostes sobre la ciutat i la mobilitat urbana que s'elaboren des del nou paradigma de la sostenibilitat, definidor del segle XXI i ben allunyat del de la modernitat, definidor del segle XX, a partir dels costos socials, econòmics i mediambientals, i també reivindicades des de la teoria feminista, que demana que les activitats reproductives estiguin valorades al mateix nivell que les productives, coincideixen en la proposta d'un mateix model de ciutat.

En aquest punt és on les característiques de la mobilitat atribuïbles a les dones (menys temps, més proximitat i transport més sostenible) passen a ser el model òptim que dibuixen les tendències actuals del pensament urbà. Des d'aquest punt de vista no podem menysprear el model de mobilitat femenina, ja que són elles les que, amb unes pautes de desplaçament més racionals, indiquen que la llibertat individual es crea a través d'espais urbans que creïn possibilitats de proximitat i d'accés. I això no significa ni més velocitat, ni més transport privat, ni més contaminació.

Així, des de la perspectiva del gènere i des del nou paradigma de la sostenibilitat es pot reivindicar una anàlisi de la mobilitat que no posi només èmfasi en els models masculins, on la mobilitat de les dones sempre té unes valoracions negatives, com la lentitud o la proximitat.

Els nous valors del paradigma de la sostenibilitat s'aproximen als models femenins i a partir d'aquests cal reivindicar ciutats més accessibles i no més ràpides, més pròximes i no més distants, més caminables i menys contaminades.»

Igualment, la professora Sánchez de Madariaga explica en l'article «*Infraestructuras para la vida cotidiana y calidad de vida*<sup>2</sup>», que

«Las mujeres realizan movimientos poligonales (a diferencia de los hombres que los hacen pendulares), son las principales usuarias del transporte público, encadenan más viajes, se mueven por mayor variedad de motivos, hacen recorridos más cortos y gran parte de los desplazamientos son en el entorno residencial y hacen muchos viajes acompañando a otras personas que carecen de autonomía personal.

Aunque las mujeres se mueven más, su movilidad suele estar limitada por la dependencia de las necesidades de otras personas y de los horarios de los servicios públicos. Esta reducción de su movilidad afecta a su capacidad de acceso al empleo y a otros servicios como el ocio.

Integrar la perspectiva de género a la movilidad significa priorizar la movilidad peatonal. Para ello deben concebirse las calles como el elemento vertebrador de los desplazamientos de la vida cotidiana. Que las calles tengan las condiciones y el mobiliario adecuado para que todas las personas puedan moverse autónomamente sin que la configuración urbana sea un impedimento.»

2 Sánchez de Madariaga, Inés (2004). *Infraestructuras para la vida cotidiana y calidad de vida*. Ciudades, N° 8, Revista del IUU, Universidad de Valladolid.



En el cas valencià, no es disposa d'un estudi d'àmbit autonòmic, però hi ha un de la ciutat de València, realitzat per la Regidoria de Benestar Social i Integració, Secció de les Dones i Igualtat de l'Ajuntament de València<sup>3</sup>, que per la seua magnitud (una cinquena part de la població de la Comunitat en el municipi i fins a un terç en la seua àrea metropolitana) és bastant significatiu del model de desplaçament d'homes i dones:

*«Si bien más de la mitad de los desplazamientos diarios de las mujeres son realizados a pie, en concreto el 53,31%, en los hombres este porcentaje se reduce significativamente, representando solamente un 37,26%. Precisamente, son los desplazamientos en coche privado los que muestran la dinámica contraria. Mientras que en la población masculina, el coche privado es el medio de transporte más utilizado (38,70%) seguido de los desplazamientos a pie (37,26%). La frecuencia en el uso del coche es considerablemente menor en las mujeres (19,68%). El transporte público, y en concreto, el autobús urbano constituye el tercer modo de desplazamiento preferido en ambos sexos. La brecha de género en este caso también es significativa, llegando al 7% a favor de las mujeres (18,33% de los desplazamientos diarios de las mujeres son en autobús urbano frente al 11,35% de los hombres). Estas diferencias pueden ser explicadas por varias razones. De un lado, las distancias por las que las mujeres son más cortas, y por ello, más fácilmente realizables a pie o en transporte público. Esto se debe principalmente al mantenimiento del rol reproductivo de la mujer que supone la realización de tareas como hacer la compra, acompañar a hijas e hijos a los centros educativos, el cuidado de las personas mayores, las cuales se desarrollan principalmente cerca de la vivienda familiar. Otras razones interrelacionadas son la menor disponibilidad y uso de coche propio de la población femenina, así como del carné de conducir, la menor capacidad económica (se mantiene la brecha negativa salarial de las mujeres), la existencia de menores oportunidades laborales y la dificultad de conciliar la vida familiar y laboral.»*

#### 4.- Previsió d'efectes sobre la igualtat

##### a) Resultats directes de l'aplicació de la norma:

Es preveu que l'aplicació en els instruments urbanístics de desenvolupament de les normes contingudes en el PATSECOVA que a continuació s'assenyalen contribuiran a modificar la situació de partida, tot reforçant el model «femení» de mobilitat i estenent-lo a tots dos sexes i ampliant-ne la freqüència:

##### *«Article 36. Aplicació de principis de mobilitat sostenible*

*1. En les actuacions d'ús dominant terciari comercial i en la instal·lació de nous equipaments comercials s'han de preveure esquemes de mobilitat que permeten un repartiment modal del transport incentivador de models sostenibles basats en l'ús del transport col·lectiu, els desplaçaments per als vianants i l'ús de la bicicleta. El disseny dels accessos, viaris i la dotació d'aparcament ha de prioritzar l'ús d'aquests sistemes de transport i la dissuasió en l'ús dels automòbils privats.*

*2. Els nous establiments comercials, individuals o col·lectius, en els quals es done alguna de les següents condicions, s'han d'emplaçar en localitzacions pròximes a parades o estacions existents o previstes d'una xarxa accessible de transport públic:*

3 La movilidad urbana de mujeres y hombres en la ciudad de Valencia, 2014. Ángela Mena Ponce: Técnica D.U.T.S Secció Dones i Igualtat (Licenciada en sociologia), i Marta Soler Gastón: Prácticas de sociología de la Universidad de Valencia



- a) Quan es preveja el desenvolupament d'una superfície construïda de més de 10.000 metres quadrats, sense incloure zones d'aparcament.
- b) Quan es preveja que es generarà una aflluència anual superior a 1,5 milions de visitants.
- c) Quan es preveja en l'establiment una plantilla superior a 300 treballadors i treballadores.
- d) Si es classifiquen com a projectes Tipus 4, segons la tipificació establida en l'article 46.

3. A l'efecte de la present norma, s'entén com a xarxa accessible de transport públic la que, simultàniament, complisca els següents tres requisits:

- a) Temps d'accés a peu des de l'accés principal de l'establiment comercial fins a la parada d'autobús no superior a 5 minuts o de 10 minuts en cas d'estacions de metro o ferrocarril.
- b) Freqüència de, almenys, un servei cada quinze minuts.
- c) Capacitat suficient per a atendre almenys el 50 per cent de la demanda de transport associada al nou equipament comercial.

4. El requisit establert en el punt segon és exigible en municipis amb una població superior a 50.000 habitants o en aquells que compten amb una població de més de 20.000 habitants en els quals existisca servei públic de transport col·lectiu, almenys, en l'àmbit municipal. En la resta dels casos, s'han de preveure mesures específiques que garantisquen un repartiment modal dels desplaçaments en el qual predominen els que es realitzen en sistemes de transport alternatius a l'automòbil privat.

5. Conforme al que s'estableix en l'article 12.1 de la Llei 6/2011, d'1 d'abril, de la Generalitat, de la Mobilitat de la Comunitat Valenciana, s'ha de formular, un pla de mobilitat sostenible quan es preveja la construcció d'establiments que compten amb més de 10.000 metres quadrats de superfície edificada, sense incloure zones d'aparcament. També s'ha de formular pla de mobilitat sostenible quan es tracte d'implantacions comercials de més de 5.000 metres quadrats de superfície edificada situades fora de les trames urbanes consolidades.

#### Article 37. Estàndards urbanístics

1. En l'ordenació d'actuacions urbanístiques d'ús dominant terciari comercial s'estableixen els següents estàndards en relació a la seua ordenació detallada: (...)d) Les voreres han de tenir una amplària mínima de 3 metres. Les voreres de més de 3 metres d'amplària han d'incorporar arbratge d'alineació, amb la limitació que l'amplària efectiva de pas no siga inferior a 2 metres i sempre que siga compatible amb les xarxes de serveis. Les de més de 4 metres d'amplària han de disposar sempre d'arbratge d'alineació.

e) En el cas de parcs comercials, s'han d'incorporar àrees per als vianants separades del trànsit rodat per a la connexió entre els diferents edificis i zones d'aparcament. (...)

f) S'ha d'implantar un recorregut de carril bici que discórrega, almenys, pels eixos principals de l'ordenació i que connecte, si escau, amb la xarxa de carril-bici ja implantada en les àrees urbanitzades i amb l'estructura de camins del medi rural, quan l'actuació siga confrontant a terrenys no urbanitzats. Les bandes específiques de carril-bici han de tenir una amplària mínima de 2 metres i estar segregades de les calçades de circulació de vehicles.

#### Article 38. Estàndards d'aparcament (...)

4. En les zones d'aparcament vinculades a usos comercials s'han de complir les següents normes: (...)

h) Han de comptar, almenys, amb un espai reservat per a l'estacionament de tres o més bicicletes per cada 80 metres quadrats de sostre o fracció. Aquestes places s'han de situar el més a prop possible als punts de control.»





*b) Incidència general sobre rols i estereotips de gènere.*

S'espera que el desenvolupament de les previsions del PATSECOVA transforme els hàbits de les persones consumidores fent que aquestes preferisquen, en primer lloc, comprar en centres comercials oberts en trames urbanes consolidades (cascs històrics o de nova centralitat) o bé en zones regenerades (per antics usos industrials); en segon lloc, aquells establiments situats en zones immediatament annexes a les trames consolidades, deixant per al tercer lloc els grans centres comercials externs. A més, en aquests darrers casos, que es consolide el transport públic, així com l'accés a peu o en bicicleta, com a alternativa al transport privat.

S'espera que els efectes es noten significativament a mig termini (10 anys).

*c) contribució als objectius de les polítiques d'igualtat d'oportunitats: identificació dels objectius del punt 1.5 que es compleixen.*

Amb la implementació d'aquestes mesures, s'aconseguiria complir amb els objectius següents:

- Propiciar la diversitat comercial, el servei i la proximitat del comerç a les persones consumidores i usuàries.
- Fomentar un desenvolupament comercial intel·ligent, sostenible i coherent amb la resta dels instruments i plans urbanístics i territorials.

També, en la mesura que un consum responsable inclou de forma àmplia la forma en què es consumeix, es compliria el tercer objectiu anomenat en el punt 1.5:

- Estimular el consum responsable entre la població valenciana.

## **5.- Valoració de l'impacte de gènere**

En relació amb l'eliminació de desigualtats entre dones i homes i el compliment d'objectius de les polítiques d'igualtat, la valoració s'estima positiva, ja que la norma tindrà un impacte sensible al gènere: incorpora la perspectiva de gènere a la norma i inclou elements correctors que ajudaran a promoure la igualtat de dones i homes

Aquest informe ha sigut elaborat amb l'assessorament de la Unitat d'Igualtat de la Subdirecció General del Gabinet Tècnic de la Conselleria d'Economia Sostenible, Sectors Productius, Comerç i Treball. El llenguatge utilitzat en el text de la norma i en tota la documentació relacionada amb ella és inclusiu i no sexista.

València, el director general de Comerç i Consum,

Firmat per Natxo Costa Pina el 28/06/2019  
11:02:46

