

**CENTROS URBANOS  
FRENTE A  
NUEVAS CENTRALIDADES COMERCIALES  
Un análisis del sur metropolitano de Madrid**

El presente trabajo es un resumen de la investigación realizada en el Seminario de Planeamiento y Ordenación del Territorio, del Instituto Juan de Herrera, de la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid, para el Ministerio de Obras Públicas, Transportes y Medio Ambiente en 1995, mediante una beca obtenida por los autores.

Director por parte del MOPTMA:  
FÉLIX ARIAS GOYTRE Y LUIS CLIMENT SOTO

Coordinador de la investigación:  
RAMÓN LÓPEZ DE LUCIO

Equipo de trabajo:  
FRANCISCO JAVIER GONZÁLEZ, EMILIO PARRILLA GORBEA,  
JAVIER RUIZ SÁNCHEZ, TERESA RUIZ SÁNCHEZ.

**RAMÓN LÓPEZ DE LUCIO  
FRANCISCO JAVIER GONZÁLEZ  
EMILIO PARRILLA GORBEA  
JAVIER RUIZ SÁNCHEZ  
TERESA RUIZ SÁNCHEZ**

**CUADERNOS DE INVESTIGACIÓN URBANÍSTICA**

Director	José Fariña Tojo
Coordinadora de producción	Ester Higuera
Diseño y diagramación	Ricardo Alvira baeza
Selección de trabajos	Comisión de Doctorado del Departamento de Urbanística y Ordenación del Territorio de la ETSAM (DUyOT)
Edición	Instituto Juan de Herrera
Redacción y distribución	Sección de Urbanismo del Instituto Juan de Herrera (SPyOT), Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid, Avenida Juan de Herrera, s/n 28040 Madrid

**© COPYRIGHT 1996**

**FRANCISCO JAVIER GONZÁLEZ**

**RAMÓN LÓPEZ DE LUCIO**

**EMILIO PARRILLA GORBEA**

**JAVIER RUIZ SÁNCHEZ**

**TERESA RUIZ SÁNCHEZ**

2ª edición

Depósito Legal:

I.S.B.N.: 84 - 89977 - 80 - 1

Edita: Instituto Juan de Herrera

Xerocopiado y Encuadernado:

## ÍNDICE

1	Introducción .....	7
2	La región urbana de Madrid .....	12
3	El comercio en la periferia sur metropolitana .....	14
4	Conclusiones y recomendaciones .....	54
	Referencias bibliográficas .....	57

**RESUMEN** El texto que presentamos a continuación es un resumen de un trabajo de investigación del mismo título, cuyo subtítulo es “Integración espacial V.S. segregación funcional en el suministro de servicios privados a las periferias metropolitanas”. Se ha estudiado el proceso progresivo de implantación de grandes superficies comerciales (hipermercados, centros comerciales, etc.), en un espacio representativo de la región urbana de Madrid, el Sur Metropolitano integrado por 9 municipios en el que viven cerca de 1 millón de habitantes. Estas implantaciones, cada vez de mayor tamaño, con más espacio de aparcamiento y mayor dependencia de la red arterial viaria, suponen un elemento de estructuración del conjunto del Sur Metropolitano, a la vez que un importante elemento de distorsión de la estructura comercial tradicional y un potencial riesgo para la supervivencia del espacio urbano tradicional.

**ABSTRACT** *The present paper summarises a research work under the same title and subtitled is “Spatial Integration V. S. functional segregation in the provision of private services to the metropolitan peripheries”. It has studied the progressive implantation process of commercial big surfaces (malls, etc.), in a representative space of Madrid urban region, the Metropolitan South. This area is integrated by nine municipalities where almost one million of inhabitants live. These implantations, each time of bigger size, with more space for parking and greater dependence on the arterial roadway network, suppose a structuring element of the whole Metropolitan South, and at the same time act as an important element of distorsion of the traditional commercial structure and, it is argued, presents potential risk for the survival of the traditional urban space.*



**“El «mall» es la tienda de todos los desertores urbanos (..) El «mall» es el reverso de la cultura ciudadana o de la cultura. La negación del espacio público (..) El «mall» es consecuencia y causa de la muerte de la débil ciudad americana- Pero, ¿es este modelo funerario el que está eligiendo Europa?”(Vicente Verdú, El País, 10-XII-1995)**

**“We recommend that no proposals for superstores or large retail developments in or around market towns should be considered, unless they are accompanied by a comprehensive study of the possible retail effects over the whole of each proposal’s catchment area (..). We recommend that local planning authorities be encouraged to place restrictions on retail warehouse parks to prevent town centre comparison goods such as clothes and accessories being sold out of town (..). We believe there is a need for a finer national policy framework on out-of-town retail parks (..)” (Informe de la Secretaría de Estado para el Medio Ambiente, Londres, Febrero 1995, HMSO)**



## **1 INTRODUCCIÓN**

### **Las transformaciones del espacio urbano contemporáneo**

Expansión, dispersión, suburbanización, conurbación, rururbanización y otros vocablos, tratan todos de describir gráficamente un proceso, común desde la segunda posguerra -aunque con antecedentes que se remontan a finales del siglo pasado- a todos los países desarrollados. F. CHOAY lo definía bien en 1994: se ha acabado la era de las entidades urbanas discretas y ha dado comienzo la de "una urbanización universal, difusa y fragmentada"

Evidentemente la precondition necesaria para el funcionamiento del nuevo modelo es el incremento y generalización de la movilidad mecanizada privada medida en niveles de motorización, número de viajes, distancias recorridas, etc. La anticipadora formulación de MAC KAYE (1930), su "Townless highway" se hará realidad a partir de la década de los sesenta.

La descentralización de un número creciente de actividades a las periferias de las ciudades, a los límites de las regiones urbanas, es el mecanismo concreto a través del cual se construye el nuevo espacio urbano. Si en primer lugar se trató de una suburbanización residencial selectiva, enseguida le llegó el turno a la industria, que emigra masivamente en las primeras décadas de posguerra y más tarde a extensos sectores de las clases medias acompañadas de los equipamientos locales correspondientes. En las últimas dos décadas se asiste sobre todo en EEUU, a la descentralización de importantes segmentos del empleo terciario y en Europa a la generalización de las grandes superficies comerciales suburbanas así como de grandes equipamientos públicos o privados.

Los efectos de este proceso sobre el territorio se pueden describir a través de una triple caracterización: fragmentación espacial (ruptura de la continuidad en el proceso urbanizador), especialización funcional (cada fragmento, más o menos aislado, se constituye en soporte de una actividad exclusiva) y segregación social a escalas inéditas en las estructuras urbanas tradicionales (los fragmentos de uso residencial -incluyendo los tejidos densos de la ciudad central y sus inmediatas periferias- tienden a homogeneizarse como locus de estratos sociales bien diferenciados, a la vez que se distancian espacialmente y se rompen las antiguas proximidades). La eclosión de LULU's y NIMBY's que se vive en EEUU (CERVERO, 1990) expresa una nueva instrumentación, frecuentemente racista, de las técnicas de zonificación; en el fondo una nueva forma de intolerancia extendida al mosaico del nuevo territorio urbano disperso.

La excesiva homogeneidad, unifuncionalidad y baja densidad de los nuevos asentamientos residenciales provoca, paradójicamente, la crisis del barrio y del factor "proximidad" como uno de los principios organizadores de la vida social urbana. A la vez que modifica radicalmente el status del la "casa" que, de refugio para el desarrollo de algunas actividades esenciales e íntimas, se convierte en el microcentro de una vida familiar azarosamente ramificada en el espacio regional, crecientemente dependiente del vehículo privado para las actividades de todos y cada uno de sus miembros. El barrio se convierte de unidad funcional compleja e interdependiente en recinto de exclusión y hasta en baluarte defensivo.

Las "nuevas centralidades" periféricas -lugar donde se concentran las actividades comerciales redimensionadas (grandes superficies) así como ciertos servicios personales y ofertas de ocio, restauración, etc.- se convierten en el complemento indispensable para el mosaico de fragmentos residenciales o laborales especializados. En la ciudad tradicional los barrios ofrecían (y ofrecen todavía en tantas ciudades europeas) un elevado número de servicios comerciales y de todo tipo, accesibles peatonalmente. Como complemento, los centros y subcentros urbanos clásicos ofrecen servicios y actividades especializadas en lugares próximos, de máxima accesibilidad mediante el transporte público. Las "nuevas centralidades", que en muy escasas ocasiones coinciden con los centros de los pueblos o de las ciudades pequeñas englobadas en las grandes regiones urbanas, suponen lugares de máxima accesibilidad motorizada privada y de escasa facilidad para acceder mediante el transporte público. Asimismo incorporan notables restricciones conceptuales y prácticas en el uso de unos espacios que han dejado de ser "públicos" en sentido estricto.

De hecho, tres problemas básicos -y graves- afectan a los espacios públicos de nuestras ciudades: redundancia, especialización y privatización. *Redundancia* en cuanto crecientes fragmentos de los tejidos urbanos centrales, e incluso periféricos, se ven vaciados de significado y de actividad debido a su creciente especialización/homogeneización, en particular a la *crisis comercial* inducida por la competencia de las nuevas fórmulas. *Especialización*, en cuanto el único espacio público que conserva indudablemente su significado y funcionalidad es el que sirve de soporte al tráfico rodado (autovías, carreteras y calles colectivas). *Privatización*, en razón de que el espacio de uso de los nuevos Centros Comerciales, Hipermercados, etc. es, en realidad, un espacio de propiedad, gestión, conservación y vigilancia privados, abierto al uso público en franjas horarias determinadas y mediando reglamentaciones particulares (nada que ver con las Ordenanzas Municipales).

Los nuevos espacios "públicos" representan un significativo alejamiento de las concepciones originales de lo "público" en toda la tradición política y cultural de Occidente. Suponen un recorte en el sector público de la economía y un espacio básicamente no participativo -vedado a toda actividad política individual u organizada-; pero también un retroceso en las pautas de las "sociabilidad difusa", típica de las calles y plazas de la ciudad, abierta a la improvisación y a los ejercicios de libertad responsable. En los nuevos espacios se intercambian, precisamente, grados de libertad por niveles de *seguridad*: de ahí la "voluntaria" aceptación de las restricciones impuestas por una organización gerencial atenta sobre todo a la eficacia del objetivo básico, el consumo ordenado y lo más intenso posible. De ahí a la calificación como "*no lugares*" de tales espacios (M. AUGÉ, 1992), sólo media un paso. Horizontes de la dispersión y la descentralización comercial en algunos países europeos.

### **Horizontes de la dispersión espacial de la población y la descentralización comercial en algunos países europeos**

La primera expansión residencial inglesa moderna, el "mass-transit-suburb" producido entre 1900 y 1940, tiene poco que ver con la ciudad-jardín preconizada por HOWARD, autónoma y equilibrada; de la misma manera que la "región natural" entrevista por GEDDES o MUMFORD y toda la escuela del Regional Planning americano, -con acusadas características de autarquía, descentralización y conservacionismo- tendrán poco que ver con el "urban sprawl" que se

produce en la segunda posguerra. En todo caso los cuatro millones de viviendas que se generan entre 1918-1941 en Inglaterra van a formar un suburbio relativamente cercano a las ciudades, y muy condicionado por las restricciones que supone la geometría y la eficacia de los transportes públicos. Los cinturones verdes impuestos por la ley de 1947 contendrán en buena medida los fenómenos de dispersión de baja densidad durante las décadas de los cincuenta y sesenta e impulsarán las "New Towns" exteriores (cuyas intenciones de autosuficiencia y equilibrio residencia/trabajo, sólo se cumplirán parcialmente).

La situación dará un giro significativo en las décadas siguientes (1970-89). Con una población total prácticamente estabilizada, las grandes áreas urbanas -los antiguos "metropolitan counties"- pierden población, sobre todo durante los setenta: 1,5 millones en el período 1971-1985, para Inglaterra y Gales (P. HALL, 1988). El Gran Londres perdió un 6,8% de su población durante los sesenta, cerca de un 10% en los setenta y un moderado 0,8% entre 1981-86; las pérdidas fueron mucho más considerables en la ciudad central; pero incluso el Area Metropolitana exterior disminuye drásticamente su ritmo de crecimiento (del 18,6% en los sesenta a un moderado 2,4% en los ochenta). Sólo la zona más externa de la región South-East (y su borde exterior) presentan ritmos de crecimiento sostenidos y comparables con los de las regiones más favorecidas; pero en su conjunto se mantiene casi estacionaria. El fenómeno realmente nuevo es el crecimiento demográfico de todo el Sur exterior a la región Sureste, (las llamadas "Golden Belt" y "Golden Horn"), a distancias comprendidas entre los 90 y los 180 km de Londres; el Cuerno Dorado ha incrementado su población en 1,35 millones de habitantes entre 1971 y 1986. Ya no se trata sólo de fenómenos de suburbanización a distancias crecientes sino de auténticos movimientos de descentralización de población y actividades a una escala espacial muy dilatada.

En paralelo a este proceso ha sido muy rápido el crecimiento de las grandes superficies periféricas, durante la década de los setenta y los ochenta; si, según HILLIER y PARKER (1987), en 1980 había en Gran Bretaña 2,62 millones de m<sup>2</sup>, esta cifra se cuadruplica a lo largo de la década, alcanzando los 10 millones de m<sup>2</sup> en 1987. En paralelo el número de los locales comerciales ha disminuido en más de un tercio (36,4%) entre 1961 y 1984, pasando de 540 mil locales a 343 mil. Este proceso de cierres ha afectado profundamente a las zonas consolidadas de las ciudades y se ha extendido incluso a cadenas en expansión pertenecientes al denominado "sector moderno de la distribución" (por ejemplo TESCO pasó de contar con 722 establecimientos en 1977 a 395 en 1986, a la vez que el tamaño medio de estas se ha triplicado, SEEDS 1987).

Los numerosos estudios empíricos (TEST, 1989) referentes a la pérdida de cifra de negocios por el comercio local subsiguiente a la apertura de grandes superficies más o menos próximas, recogen cifras muy dispares que oscilan desde mínimos en torno al 1,5% hasta máximos del orden del 33%. La paradoja, subrayada por HALL (1988), de amplios terrenos vacantes o subutilizados en posiciones centrales y la permanente presión sobre el suelo agrícola exterior, se puede perfectamente extrapolar al proceso de degradación y cierre del comercio urbano y la eclosión de nuevas iniciativas de grandes dimensiones en las periferias regionales.

En Francia, los trabajos de G. M. ROUX (1989) y otros muestran un panorama que ofrece indudables similitudes con el británico. Desde 1970 se acelera un éxodo urbano que supone fenómenos crecientes de suburbanización y periurbanización en torno a las grandes ciudades,

a distancias siempre crecientes, y también de repoblación de regiones olvidadas por la primera revolución industrial. Mientras la aglomeración parisina disminuye progresivamente su ritmo de crecimiento hasta situarse en una tasa negativa del 0,6% en 1975-82 ( París y su primera corona ya registran pérdidas desde la década de los sesenta), los mayores crecimientos se registran en los municipios urbanos del escalón más bajo ( 2 a 5 mil habitantes) y , sobre todo, en los municipios rurales en Z.P.I.U. ("Zones du peuplement industriel or urbain"); el 1,5 % anual. El resto de las grandes ciudades ( más de 200 mil habitantes ) también habían empezado a decrecer desde finales de los sesenta.

El fenómeno periurbano/rururbano alcanza radios de hasta 100 km en torno a Paris y se extiende como una mancha a lo largo del litoral mediterráneo o suratlántico, de ciertas zona fronterizas y de ejes de comunicación (Paris-Lyon-Marsella). La construcción de viviendas unifamiliares alcanza cuotas entre el 60% y 70% del total desde finales de los setenta y durante los ochenta, invirtiendo las proporciones de la década de los sesenta. En 1988 más de la mitad de las familias francesas viven ya en casas unifamiliares y son propietarios de su vivienda.

En este contexto se va a producir en Francia el desarrollo de las grandes superficies comerciales con mucha rapidez a partir de la segunda mitad de los sesenta y durante las dos décadas posteriores. Si en 1968 sólo existían 22 grandes superficies, en 1980 ya había 359 y 747 en 1989 (99 en la región de Paris en 1982) que representan más de 4 millones de m<sup>2</sup> de superficie de venta. En 1989 el 10% de los municipios del país disponían al menos de una gran superficie; los que no la tenían se encontraban a una distancia media tan sólo 9,3 km de alguna, reducción significativa en relación con la cifra de 1980 (13,4 km).

Las cuotas de mercado del comercio tradicional se han reducido muy sensiblemente en las dos últimas décadas: en 1987 sólo significaban un 34% en el medio rururbano y un 23% en el urbano (frente al 44% y 39%, respectivamente, en supermercados y el 22%/38% en hipermercados).

El primer y quizá principal, efecto significativo de los procesos en marcha de concentración/descentralización de los servicios de distribución comercial, supone *la crisis del espacio urbano tradicional*. Las ciudades europeas, sus calles, sus barrios son indisociables de la actividad comercial. El comercio de calle es una presencia indispensable dentro de la cultura ciudadana europea. El espacio público de plazas, calles y avenidas es difícilmente concebible sin el soporte funcional, el paisaje y la animación que le aportan unos zócalos comerciales más o menos continuos. La posible crisis de parte de este patrimonio entrañaría, sin duda una degradación progresiva del medio urbano, (deterioro físico, escasa frecuentación, inseguridad, etc). Y el problema es más grave -por más extenso y con menores alternativas- en las zonas urbanas consolidadas "normales" que en los centros históricos, representativos o administrativos.

Desde el punto de vista económico (del consumidor) existe el riesgo de consolidación de monopolios espaciales de oferta -subrayado por el informe TEST para la Anglo-German Foundation (1989). Se asistiría a la formación de áreas dominadas por un gran establecimiento que, en las etapas iniciales de su implantación, ha sido capaz de deshacerse de su competencia a través de una política muy agresiva de precios. En etapas posteriores esta política puede modificarse hacia otra que prime la financiación del proceso de expansión de la cadena, aún más peligrosa si se considera el riesgo añadido de la formación de oligopolios de oferta entre las

principales y escasas firmas del sector en cada país.

El incremento en el uso del automóvil es un efecto bien documentado en todos los países, que corre en paralelo a los fenómenos de dispersión/descentralización, si bien la incidencia específica de los hábitos de compra en grandes superficies es más difícil de cuantificar. De las 52 ciudades analizadas en 1990 por la OCDE/CE, sólo en 6 ciudades (5 de ellas europeas) el automóvil representaba menos del 50% de todos los viajes mecanizados, en las americanas superaba índices del 80% o el 90%. En la región de Madrid en 1988 representaba el 60% de todos los viajes, cifra similar a la de París seis años antes. Pero en la corona metropolitana de Madrid sólo ascendía al 25% (el 14,3% de los viajes en las periferias de la región de Ile-de-France, cuya movilidad ya significa el 63% del total de la región). En los municipios "rurales" franceses en ZPIU (BENOIT-IRRMANN, 1989) la movilidad en automóvil de los activos se dispara a 360 km/semana, cifra que triplica el dato de París. Para que la región de París alcanzara el standard en km de autovía per cápita del A.M. de Minneapolis-St.Paul, debería añadir 3.120 km a su sistema actual (650 km).

La movilidad peatonal, ligada con las altas densidades, la multifuncionalidad y las estructuras de comercio tradicional urbano, es importantísima en las ciudades europeas, aunque frecuentemente se ignore o menosprecie en las estadísticas. Justamente lo contrario de lo que sucede en el acceso a las grandes superficies; de los 12 casos recogidos por TEST en la mitad los viajes en automóvil representaban del 70 al 90% del total realizados. Los mínimos, en localizaciones más centrales y bien servidas por el transporte público, no descienden del 50%.

El único estudio empírico disponible, realizado sobre 500 centros comerciales americanos, (INSTITUTO CERDÁ, 1995), ofrecía unas cifras importantes de viajes atraídos en automóvil en función del tamaño del centro: cerca de 5.000 viajes/día para superficies de 18.600 m<sup>2</sup> y por encima de 38.000 viajes/día para superficies de 111.600 m<sup>2</sup>.

Las grandes superficies periféricas basan una de sus principales ventajas comparativas en instalarse sobre suelos baratos, frecuentemente no calificados siquiera inicialmente como urbanizables. No suelen asumir -o sólo en una pequeña parte- los costes directos e indirectos de las grandes infraestructuras de transporte y otros servicios básicos que requieren. Y sobre todo no pagan ninguna de las externalidades permanentes que generan: agravación de la congestión de tráfico, incrementos en la contaminación atmosférica y acústica, pérdida de puestos de trabajo, etc.

La OCDE/CE (1994) estima entre el 5% y el 15% del Producto Nacional Bruto los costes indirectos del transporte (congestión, accidentes, contaminación local y global). Un reciente informe de la CE calcula que el transporte es responsable del 90% de las emisiones de plomo, 50% de las de NOx, 30% de las de COV y 22% de las de CO<sub>2</sub>; en las áreas urbanas el tráfico provoca el 100% de las emisiones de CO, el 60% de las de hidrocarburos y NOx, el 50% de las partículas y el 10% de SO<sub>2</sub>. Para la región urbana de Madrid un informe de 1990 (CORINE-AIRE) ha estimado que el transporte es responsable del 82% de las emisiones de CO, 80,6% de las de NOx, 59% de los hidrocarburos y 42% de las de CO<sub>2</sub>. Cualquier actividad que, como los centros comerciales periféricos, induzca a la utilización del automóvil y la generación de viajes, no puede sino agravar este panorama ya de por sí preocupante.

## **2 LA REGIÓN URBANA DE MADRID**

### **Dispersión/descentralización en España. El caso de Madrid.**

En España el proceso de dispersión permanente de población y vivienda es más tardío, está menos avanzado y afecta a segmentos más estrechos de la población que en otros países europeos. En cambio se ha popularizado extraordinariamente la posesión de vivienda secundaria nueva o rehabilitada dentro del extensísimo patrimonio semiabandonado del mundo rural español.

Refiriéndonos al caso de la región urbana de Madrid -y haciéndola coincidir con los límites de la Comunidad- podemos observar que el sistema urbano denso, relativamente compacto y plurifuncional de la región (que reúne cuatro subsistemas: el municipio/ciudad central, y los subsistemas polinucleares del SW, N y E) suma 4,5 millones de habitantes, casi el 91% de la población total de la región. Además de el 86% del patrimonio total de las viviendas y más del 90% de los empleos industriales y terciarios. De los 1,65 millones de viviendas existentes en este sistema, sólo el 6% son de tipo unifamiliar. De ahí su densidad y compacidad.

Como contraste el sistema suburbano del W/NW de la región (eje N-VI), pese a ocupar una extensión de suelo casi equivalente a la del conjunto del sistema urbano, sólo alberga una población residente cercana al cuarto de millón (5% del total regional), un 7% del total de las viviendas (140 mil) de las cuales cerca de la mitad son de carácter unifamiliar. Este sistema constituye la avanzadilla del modelo de dispersión/fragmentación/especialización funcional descrito arriba. Su importancia estriba en su carácter de "referencia", de espejo de las imágenes y deseos colectivos. De hecho el resto de la región, mucho más puntualmente tocada por los fenómenos de dispersión (sistema periurbano), no deja de ser una aproximación tendencial hacia aquel.

### **Grandes superficies comerciales en la región urbana**

En paralelo con esta situación la aparición de las grandes superficies periféricas en España es tardía; en 1973 aparece el primer hipermercado (en Castelfellds) y en 1980 sólo se cuentan 29 en todo el país con poco más de 200 mil m<sup>2</sup> de superficie de venta total. La expansión es rápida durante los ochenta: 87 nuevos hipermercados. En 1991 se contaban hasta un total de 126 con más de 900 mil m<sup>2</sup> de superficie de venta (MUGICA,1993). Como era de esperar durante los ochenta también comienza el declive del comercio minorista; tan sólo en 8 años (1980-88) se pierden 75.500 establecimientos (un 13% del total). En algunas ramas el descenso ha sido incluso mucho más pronunciado: 34% en alimentación general, 31% en frutas verduras, 41% en lácteos y huevos, 23% en muebles, etc. La incidencia de las cadenas de supermercados urbanos también ha sido determinante en este sentido. Pese a todo ello a finales de los ochenta (1988) es innegable la importancia que todavía reviste el sector minorista con sus 517 mil establecimientos y control sobre el 81% del total de ventas. La pérdida total estimada en empleos se cifra cercana a los 300 mil.

En el sector de la alimentación, donde la situación ha evolucionado mucho más rápidamente, el reparto de cuota de mercado en 1992 es el siguiente (NIELSEN, 1993): tiendas tradicionales 17% (36% en 1984); autoservicios de 40 a 120 m<sup>2</sup>, 13% (16% en 1984); supermercados, 39% (32% en 1984); hipermercados, 31% (14% en 1984); observese el espectacular crecimiento de estos últimos paralelo al no menos espectacular declive del comercio tradicional y mediano, incluso del incorporado a las fórmulas modernas (autoservicios).

En la Comunidad de Madrid en 1992 había 92 grandes superficies repartidas de este modo: 5 almacenes populares (abiertos entre los cincuenta y pimeros setenta); 12 grandes almacenes (de los cuales 7 inaugurados antes de 1981) y 67 centros comerciales (8 inaugurados en los setenta y 58 entre 1981-92).

## **Estructura de la movilidad y formas comerciales**

Los comportamientos referidos a la movilidad en relación con la estructura comercial son similares en Madrid a las pautas ya establecidas en otros países europeos. Un reciente estudio (EMER, 1991) efectuado para 18 hipermercados y centros comerciales madrileños, sitúa en un 73,5% la proporción de viajes en automóvil privado para los hipermercados y en un 45,5% para los centros comerciales, en situaciones más centrales. Sorprende las bajísimas cifras de acceso en transporte público: 4,8% de media para los hiper y tan sólo un 15% de media para los centros comerciales (aunque en alguno, como El Corte Inglés de AZCA, sube hasta el 40%). Algo más significativo es el acceso peatonal: 21,6% para los hiper y 39,2% para los centros comerciales.

Un estudio de 1994 (J.FARIÑA, J.POZUETA) para el corredor de la N-VI confirma estos datos generales y corrobora la elevada utilización del vehículo privado para las compras y muchas otras actividades en el medio suburbano de baja densidad: un 76% usa el coche para las compras diarias, un 69% para la adquisición de bienes de elección y un 77% para acudir al cine. Estas cifras subirán todavía bastante (al 92%, 80% y 89% respectivamente) para la submuestra de renta más elevada y hábitat menos denso.

La elevada disponibilidad de aparcamiento gratuito (y la alta accesibilidad proporcionada por los recientes sistemas de autovías urbanas) explica este desplazamiento hacia el automóvil en los viajes de compras. Un estudio del Instituto CERDÁ (1995) para 21 grandes superficies europeas ha mostrado que la dotación media alcanza las 10/12 plazas de aparcamiento (200-250 m<sup>2</sup> de superficie) por cada 100 m<sup>2</sup> de superficie de venta; dotación que en algunos puede llegar a doblarse: 450/500 m<sup>2</sup> de superficie de parking cada 100 m<sup>2</sup> de superficie de venta.

### 3 EL COMERCIO EN LA PERIFERIA SUR METROPOLITANA

#### Formación y evolución del subsistema urbano del Sur Metropolitano

El estudio se centra en los 9 municipios que constituyen el "subsistema polinuclear del suroeste madrileño" (R. LÓPEZ DE LUCIO, 1995). Sector circular comprendido entre las radiales N-IV (Andalucía) y N-V (Extremadura) y los círculos de radio 10 km y 20 km aproximadamente. Su superficie total es de 410 km<sup>2</sup> y su población en 1993 cercana a los 940 mil habitantes. El conjunto está formado por una apretada malla de núcleos residenciales densos y compactos, alternados con polígonos industriales y con desarrollos no planeados de actividades productivas y de distribución implantadas a lo largo de una serie de ejes viarios radiales y transversales.

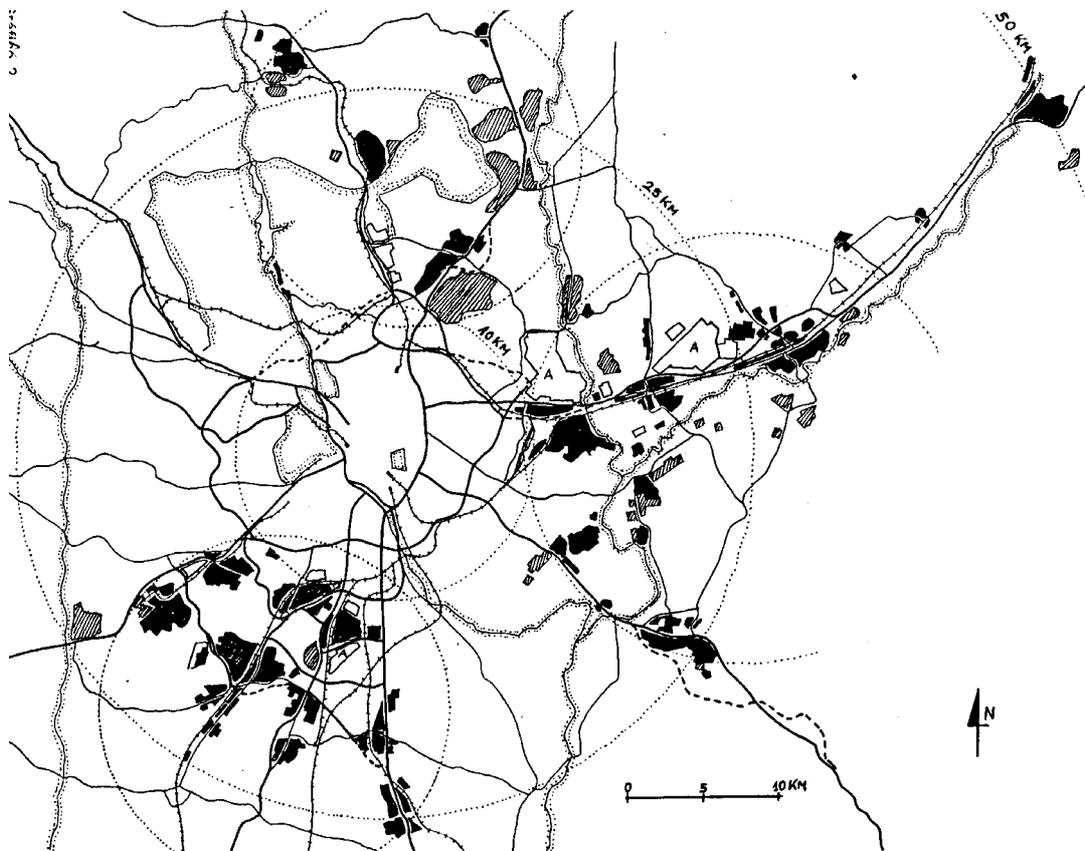
El crecimiento fuerte comienza en la década de los sesenta (en 1960 la población total sólo ascendía a 52 mil habitantes; poco más del doble que a comienzos de siglo) y, sobre todo, en los setenta. En esta década triplica su población pasando de 225 mil habitantes a 750 mil habitantes; a partir de 1981 el crecimiento se hace más lento, pero sostenido. En 1991 el Sur metropolitano representaba el 18% de la población de la Comunidad (5 millones). Este espacio representa la aglomeración industrial más importante de la región: 60 mil empleos, el 23% del total en 1992. En la década de los ochenta se asiste a una intensa labor de equipamiento urbano, urbanización, construcción de infraestructuras viarias subregionales, mejora de los sistemas de transporte público (red de cercanías), etc. que convierte al desarticulado mosaico de polígonos residenciales e industriales de los sesenta y setenta en un subsistema urbano relativamente integrado y de creciente complejidad.

#### Dinámica y efectos de la implantación de las grandes superficies

A principios de los setenta no existe ninguna gran superficie generalista en el Sur; en 1973 la estructura comercial minorista está ya bien asentada; 3.770 locales cerca de 290 mil m<sup>2</sup> de superficie de venta y un standard de 0,60 m<sup>2</sup>/hab, no mucho menor que el del propio municipio de Madrid (0,68 m<sup>2</sup>/hab), que, en aquel momento concentra, sin embargo, buena parte de la oferta especializada en sus distritos centrales.

El Plan Especial del Gran Equipamiento Comercial Metropolitano de Madrid, redactado por COPLACO en 1975, estipula, no obstante, un standard de referencia muy elevado: 1,88 m<sup>2</sup> por habitante de superficie comercial, con arreglo al cual se estiman unos importantes déficits de dotación comercial: 4 millones de m<sup>2</sup> en el municipio capital y medio millón de m<sup>2</sup> en el Sur. Este standard, muy superior al establecido por el Reglamento de Planeamiento en 1978 (4 m<sup>2</sup>/viv. o 1 m<sup>2</sup>/hab), va a abrir la espita legal a la implantación en la región de las grandes superficies; el propio Plan Especial propone la localización de 5 grandes Centros Comerciales Metropolitanos en la periferia del continuo urbano del municipio central (1 a 1,5 millones de m<sup>2</sup> de superficie edificable) y cuatro centros exteriores de menor tamaño, ninguno de ellos localizado en el Sur, quizás en atención al ambivalente criterio de implantarlos en áreas donde "no ejerzan competencia excesiva con centros urbanos incipientes o en áreas con núcleos

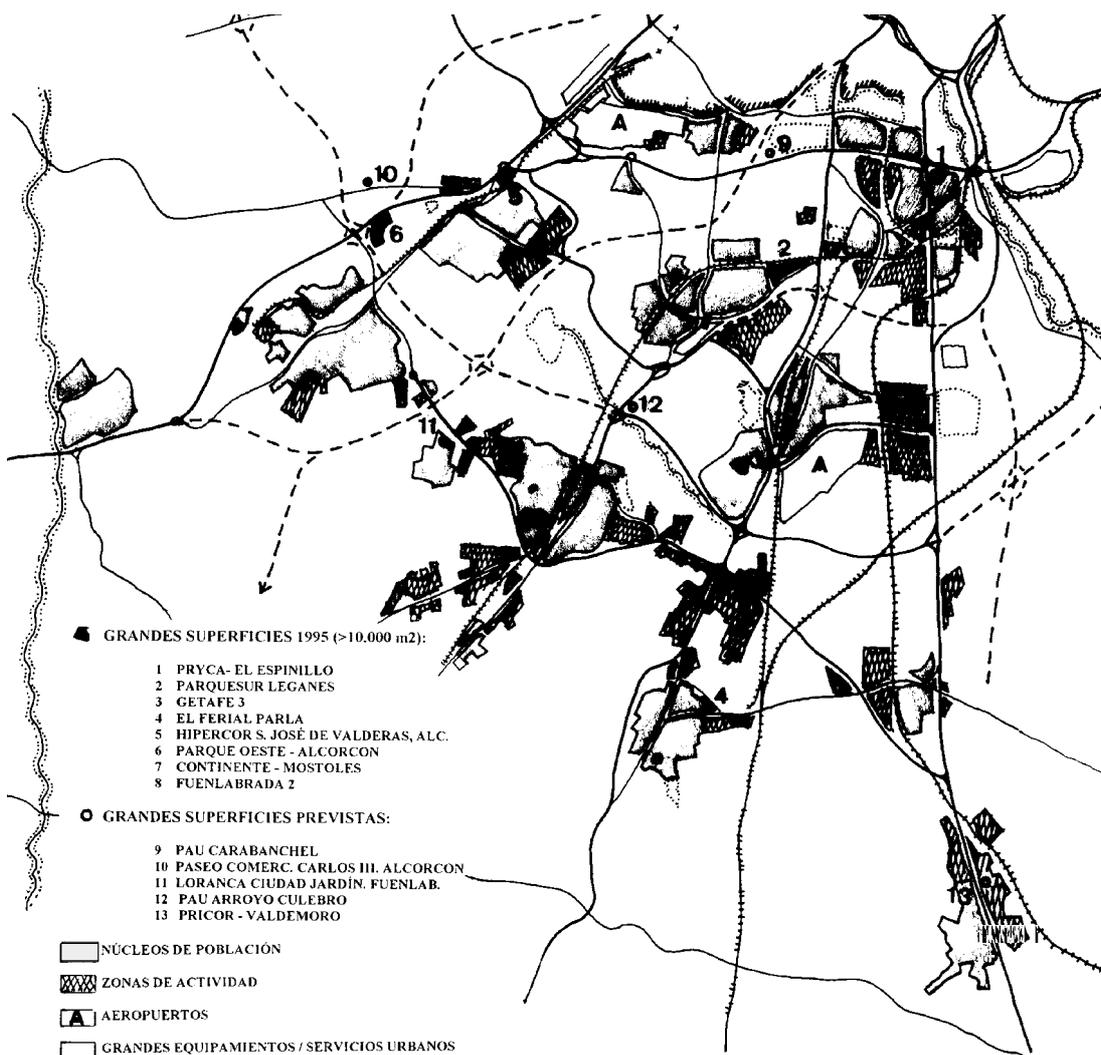
urbanos importantes que ofrezcan la oportunidad de localización de grandes centros comerciales a largo plazo".



**Los subsistemas polinucleares densos del Sur, Este y Norte metropolitanos en relación con las redes hidrográfica y viaria arterial.**

En 1992 la situación se ha modificado por completo. El número de establecimientos comerciales casi se ha quintuplicado (la población sólo se ha multiplicado por 3,5 entre 1971-1991); ahora hay 17.620 locales, su superficie total supera el millón de m<sup>2</sup> y el standard se ha elevado a 1,11 m<sup>2</sup>/hab, doblando casi el valor de 1973. El sector genera 35 mil empleos (11,5% de la población ocupada total). Los establecimientos pequeños (1 a 2 empleados) o medianos (3 a 9 empleados: aquí entrarían la mayor parte de los supermercados de barrio) representan el 96% del total y ocupan el 80% de la población activa en el sector.

En 1995 existen en el Sur Metropolitano 29 grandes superficies (superficie de venta superior a 2.500 m<sup>2</sup>) que suman un total estimado cercano a los 300 mil m<sup>2</sup> de superficie de venta: 3 galerías de alimentación, 3 almacenes populares, 3 hipermercados independientes y 13 centros comerciales -la mayoría integrando un hipermercado o supermercado grande- y 6 grandes superficies especializadas. Un análisis temporal de las implantaciones en los 5 mayores municipios del Sur permite establecer la siguiente periodización: una primera fase (1973-1984) en que se instalan 9 grandes superficies comerciales de tamaño limitado (3.700 m<sup>2</sup> de media), discreta oferta de plazas de aparcamiento (cerca de 100 de media) y carácter frecuentemente urbano; una segunda fase (1985-1988) en la que se inauguran 5 centros de tamaño bastante más alto (8.300 m<sup>2</sup> de media; entre ellos está Getafe-3) así como de plazas de aparcamiento (cerca de 500 de media); finalmente una tercera fase (1989-94) en la que aparecen 6 centros -entre ellos Parque Sur, Hipercor, Alcampo y Continente- de superficie muy superior (casi 30 mil m<sup>2</sup> de media) lo mismo que de facilidades de aparcamiento (casi 1.400 plazas de media).



**El Sur Metropolitano y el sistema de grandes superficies comerciales**

Ante esta rapidísima evolución de las grandes superficies periféricas -sobre todo en el último decenio- se podría esperar un paralelo declive de las estructuras comerciales tradicionales, como ha sucedido a nivel del Estado y de otros países europeos. Sin embargo el estudio detallado de la evolución entre 1985 y 1992 de 4 municipios (Getafe, Alcorcón, Móstoles y Fuenlabrada) no confirma esta hipótesis: el número total de establecimientos comerciales sigue creciendo, (9.187 locales en 1992 frente a 7.127 en 1985) si bien a un ritmo bastante más reducido en los últimos años: 29% de incremento en el período 1985-89 y tan sólo 8,4% en 1989-1992. En el sector de la alimentación/hogar la tendencia es aún más clara: 22,5% y un 4,4% respectivamente. Y descendiendo al análisis municipal se comprueba que en Getafe, el más tempranamente afectado por la implantación de una gran superficie que incluye un hiper (Getafe-3/Alcampo, en total 19 mil m<sup>2</sup> de superficie de venta), se ha llegado en los últimos 3 años a una situación prácticamente estacionaria e incluso ligeramente regresiva en el sector de la alimentación. También es llamativa la fuerte caída del "comercio mixto en régimen de autoservicio" -categoría que incluye los supermercados pequeños y medianos- que desciende más de un 40% entre 1985-1992 (con una ligera y todavía no suficientemente comprobada, tendencia a recuperarse durante los últimos 3 años).

En resumen, parece puede afirmarse que la incidencia de las nuevas formas comerciales todavía no se han traducido claramente en la estructura comercial convencional del Sur Metropolitano. En primer lugar por lo reciente de su implantación (1985, 1989, 1992-94 como fechas claves), así como por la capacidad de resistencia de aquella. El pequeño comercio, igual que otros sectores donde la mano de obra familiar se contabiliza incompletamente, tiene una alta posibilidad de resistir los primeros envites de las nuevas formas de competencia. Se disminuyen los márgenes de beneficios e incluso se puede sobrevivir un cierto tiempo con pérdidas. Pero, indudablemente, buena parte de esta estructura tradicional va a desaparecer en la próxima década. Las posibilidades de especialización o de diversificación tantas veces aludidas, en realidad son bastante reducidas; quizás podrán explicar la supervivencia de un cierto comercio de élite o, a la inversa, muy barato, en algunos centros urbanos, pero difícilmente podrá generalizarse a las estructuras existentes en las amplias periferias de vivienda colectiva de los años sesenta y setenta. Su cierre parcial y degradación progresiva acelerará el deterioro del conjunto de las zonas que suponen en la actualidad el lugar de asentamiento de 3/4 partes de la población del Sur Metropolitano. Los censos comerciales de dentro de 10 o 15 años informarán sobre la verosimilitud de esta previsión, por otra parte ampliamente confirmada a nivel internacional.

Se podría producir la paradoja de que la creciente integración y complejidad del subsistema urbano del Sur Metropolitano -y su relativa mayor independencia, salvo en desplazamientos de trabajo, respecto al centro de la región- pueda acarrear la degradación del medio ambiente de la subregión (incremento del tráfico, ruidos y contaminación) pero también de los microambientes locales: es decir, de los centros urbanos y de importantes sectores de las periferias residenciales densas. Lo que se gana en complejidad e interdependencia del conjunto (Universidad Carlos III, grandes hospitales, grandes centros comerciales) se puede perder en empobrecimiento real y funcional de cada una de las grandes piezas residenciales que lo componen.

Resumen de grandes superficies del suroeste clasificadas por municipios, tamaño y tipo de instalación

	Superf. Grandes (1000-2500 m <sup>2</sup> )	Grandes Superficies (> 2.500 m <sup>2</sup> )						Muy Grandes (> 25.000 m <sup>2</sup> )	Total		
		Medianas (2.500-10.000 m <sup>2</sup> )		Grandes (10-25.000 m <sup>2</sup> )							
		Galería Alim.	Aliment Pop.	Hiper	Centro Com. con/sin Hiper	Especializadas	Hiper	C. Comercial con/sin Hiper	C. Comercial con Hiper		
ALCORCÓN	6 SIMAGO (2) (2200 m <sup>2</sup> )	---	---	HIPERCAS (3300 m <sup>2</sup> )		DECATIION (7) LEONVAERLIN (7) NOBAUTO (7)	ALCAMPO (14000 m <sup>2</sup> )		S. JOSE VAADERA/SUPERCOR (28300 m <sup>2</sup> )	4	
MÓSTOLES	8 (1)	---	SIMAGO (2) (2727 m <sup>2</sup> )	---	ARCE (2720 m <sup>2</sup> ) VILLA FONTANA (1890 m <sup>2</sup> ) MERCASO (4050 m <sup>2</sup> ) (3)	MUEBLES LENZA (3) (2500 m <sup>2</sup> )	CONTINENTE (14500 m <sup>2</sup> )			6	
LEGANÉS	6 (1)	---	SIMAGO (2) (2500 m <sup>2</sup> )	---	MERCACENTRO/ KANGURO (2580 m <sup>2</sup> ) LEGANES I (4500 m <sup>2</sup> )				PAQUESUR ALCAMPO/GALENIAS (110000 m <sup>2</sup> )	4	
GETAFE	4 (1)	1	SIMAGO (2) (2702 m <sup>2</sup> )	---	GETAFE II (4788 m <sup>2</sup> )		GETAFE 3/ALCAMPO (19000 m <sup>2</sup> )			4	
FUENLABRADA	6 (1)	1	---	---	EUROPA (2600 m <sup>2</sup> ) PRECO (8500 m <sup>2</sup> )	ARTIMUEBLE (3) (2800 m <sup>2</sup> )		FUENLABRADA II (13000 m <sup>2</sup> )		5	
HUMANES DE M.	---	---	---	---						---	
PARLA	6 (1)	1	---	---	MENCA 2/ HIPERPARLA (5300 m <sup>2</sup> )			EL FERIAL/CONTINENTE (4) la di		3	
PINTO	---	---	---	---						---	
VALDEMORO	1	---	---	---		MUEBLES GONZALEZ (3) (2500 m <sup>2</sup> )				(5)	
Nº TOTAL	37 (6)	1	3 (6)	3	1	6	2	3	2	29	
SUP. VENTA TOTAL	(59850 m <sup>2</sup> )	(2200 m <sup>2</sup> )	(10050 m <sup>2</sup> )	(7928 m <sup>2</sup> )	(3300 m <sup>2</sup> )	(8800 m <sup>2</sup> )	(13800 m <sup>2</sup> )	(28900 m <sup>2</sup> )	(48000 m <sup>2</sup> )	(138300 m <sup>2</sup> )	(290590 m <sup>2</sup> )

- NOTAS:
- (1) Incluye 1 ó más galerías de alimentación agrupadas en el intervalo 2000-3000 m<sup>2</sup> por la GUIA de la CAM (1994)
  - (2) Figuran como SIMAGO en el Directorio de la P.G. de Comercio Interior de 1989; los de GETAFE y MOSTOLES figuran también en la Guía de Grandes Superficies de la CAM de 1991. Ninguno figura en el listado-Registro de la CAM de fecha 4 de Abril de 1995.
  - (3) Solo figuran en el Directorio de 1989. No aparece en la Guía de 1991 ni en el Registro de Abril de 1995.
  - (4) Inaugurado a mediados de 1995 en parcela de 30.000 m<sup>2</sup>, sin datos de superficie construida y superf. de venta; a efectos de cálculo total se estima esta en 14000 m<sup>2</sup>.
  - (5) En 1997 se inaugurará un Hiper dedicado al Bricolaje (PRICOR) con 40.000 m<sup>2</sup> de superficie construida.
  - (6) Superficie total estimada tomando como media 1350 m<sup>2</sup> para las galerías comprendidas entre 1000 y 2000 m<sup>2</sup> y 2350 m<sup>2</sup> para las que se sitúan entre 2 y 3000 m<sup>2</sup> y 3350 para las mayores a 3000 m<sup>2</sup>.
  - (7) Superficie desconocida; estimada en 2000 m<sup>2</sup> por unidad.

FUENTES:

- "Guía de galerías de Alimentación de la Comunidad de Madrid". CAM, Consejería de Economía, D.G. Comercio y Consumo, 1994.
- "Guía de Grandes Superficies Comerciales de la Comunidad de Madrid". CAM, Consejería Economía, D.G. Comercio y Consumo, 1991.
- "Centros Comerciales y Mercados Minoristas. Informe y Directorio". Ministerio de Economía y Hacienda, D.G. Comercio Interior, 1989
- Registro CAM, 4 de Abril de 1995.

Resumen de grandes superficies del suroeste

Conviene subrayar el creciente tamaño de los centros comerciales y de sus playas de aparcamiento así como su progresiva dependencia respecto a la red arterial viaria. El primer centro comercial que es Parque Sur -el mayor de la región urbana y quizás del Estado- con sus 110 mil m<sup>2</sup> de superficie de venta y 3.000 plazas de aparcamiento, supone un fuerte impacto sobre la red viaria y el distrito urbano en que se asienta (Zarzaquemada-El Carrascal en Leganés). Pese a que la línea de cercanías C-5 es tangente a su perímetro, la lejanía de la estación, las condiciones topográficas y el propio diseño del centro, hacen que sea el acceso motorizado la forma básica de alcanzarlo. Su recinto -"calles" y "plazas" abiertas, jardines, lago y terrazas, etc- es un depurado y completo ejemplo de las nuevas fórmulas de espacio "público-privado"; en él se conjuga la aparente libertad de movimientos con un estricto código de conducta y unas no tan visibles restricciones que se justifican bajo el lema de la "seguridad" (por ejemplo, a este equipo redactor le fue vedada la realización de una discreta evaluación del "mix" comercial del centro, que finalmente hubo de ser realizada en condiciones de cuasi-clandestinidad).

Pero las instalaciones más recientes se sitúan todas ellas directamente sobre el eje de la N-V, buscando el carácter de charnela de esta vía entre el Sur y el Oeste Metropolitano, con mayor nivel de renta este último. A excepción del centro Hipercor de San José de Valderas, que cuenta con una estación de cercanías inmediata, el resto de las implantaciones comerciales se aleja ostensiblemente del trazado del ferrocarril (todo Parque Oeste de Alcorcón, el Continente de Móstoles, etc). Particularmente grave y sintomático, por cuanto procede de una actuación pública, es el caso de Parque Oeste. Diseñado dentro de la Estrategia para el Sur Metropolitano (Comunidad de Madrid 1988) como "área de oportunidad", se desarrolla como Área de Centralidad por un PAU de iniciativa pública en 1989. Se intenta promover un "parque de actividad terciaria" centrado en un "parque empresarial", de alta calidad ambiental, combinado con un extenso campo de golf de 45 Has y con algunas dotaciones públicas. La primera (y grave) concesión es localizar en el PAU la zona comercial (26 ha, 65 mil m<sup>2</sup> de superficie construida), en el emplazamiento más alejado del trazado ferroviario, "casualmente" en la confluencia de la N-V con la futura M-50. Esta zona, con la que se compensa a los propietarios del suelo, la promueve Areas Parque S.A. y en ella se han instalado Alcampo, Decathlón, Norauto, Mac Donalds, minicines, etc; por supuesto el área denominada de "servicios de carretera" se ha interpretado como zona de implantación de algunas de las grandes superficies especializadas citadas arriba. Pero lo más grave es que la última modificación de las previsiones del PAU, efectuado por la sociedad pública ARPEGIO S.A., gestora del resto de la actuación, -se recalifica como zona comercial y residencial buena parte del non nato "parque empresarial de élite". En total, otros 62 mil m<sup>2</sup> de superficie edificable que sumados a los 65 mil iniciales totalizan una superficie superior a la del propio PARQUE SUR. Otras grandes superficies como Leroy-Merlin, Porcelanosa, Toys-R-Us o Bernal se acaban de instalar o están en trance de hacerlo. En conjunto se originará el mayor parque de superficies especializadas de la región y del país, todo ello de la mano de la iniciativa pública. ¿Qué sucederá con las estructuras comerciales de Móstoles, Alcorcón o Leganés?, ¿es este tipo de "espacio urbano" -que más adelante analizaremos en detalle- el prototipo canónico de las "nuevas centralidades", reequilibradoras y armoniosas, pretendido desde las instancias de planificación públicas?

Para acabar este apartado, considerese que el standard actual que suponen las 26 grandes superficies existentes en el Sur Metropolitano es 0,30 m<sup>2</sup>/hab, suponen nada menos que la mitad del existente en los ámbitos más "evolucionados" y "modernos" de la región urbana: en el Oeste

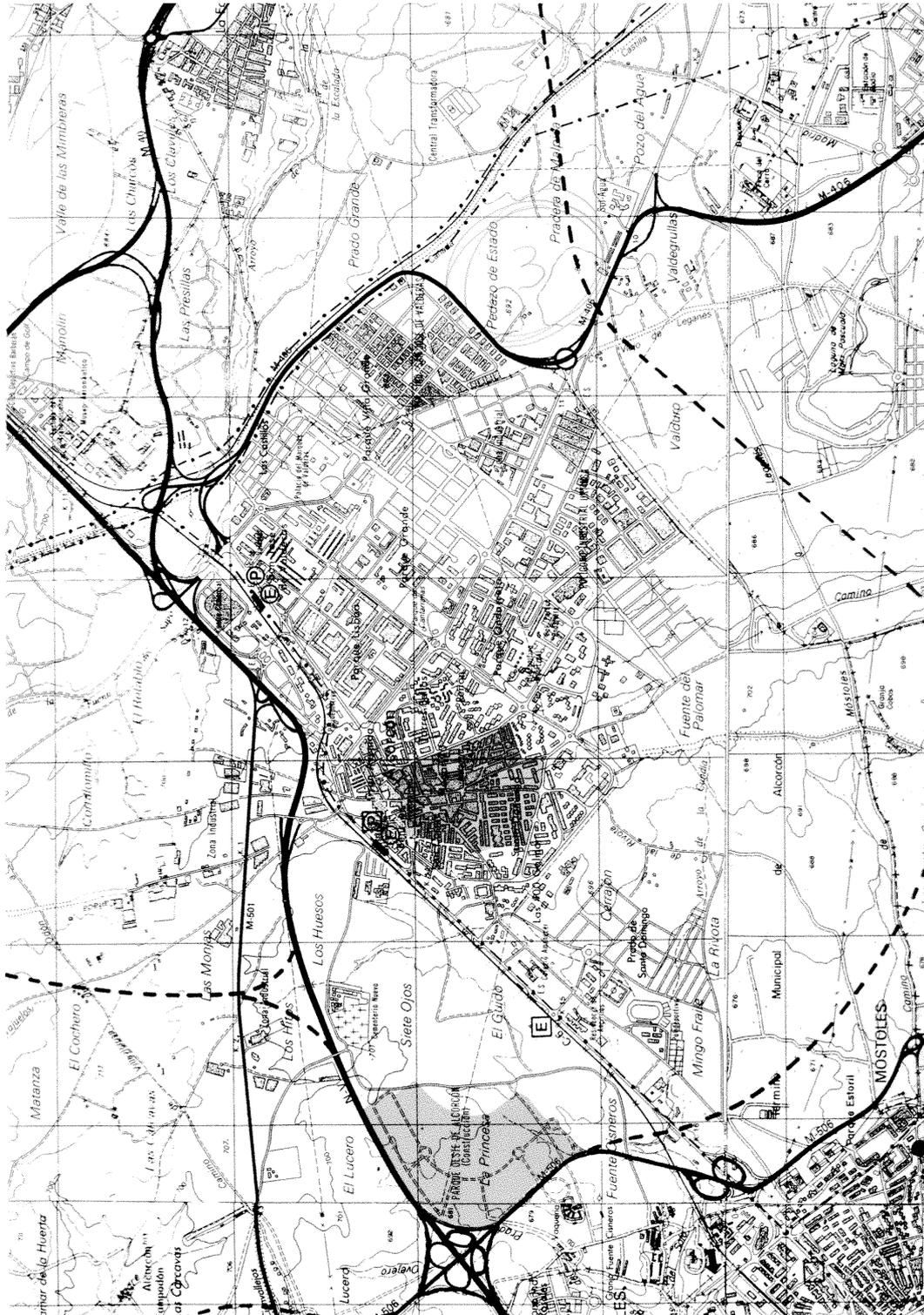
metropolitano se eleva a 0,654 m<sup>2</sup>/hab (Plan General de Madrid, Avance del 93). Lo que avala la opinión de los principales promotores de este tipo de centros de que aun queda "mucho terreno por conquistar en la región, y desde luego en el Sur Metropolitano. Sin embargo es ya notablemente más elevado que la media del país (0,09 m<sup>2</sup>/hab) y del mismo orden del contabilizado en países como Inglaterra o Francia (0,25 m<sup>2</sup>/hab) aunque, por supuesto, todavía este lejos del standard americano (1,80 m<sup>2</sup>/hab).

## **Espacio urbano, barrios-ciudad y lógicas comerciales en los núcleos del Sur Metropolitano**

Se ha realizado una subdivisión del Sur Metropolitano en zonas, fundamentalmente residenciales, de acuerdo a criterios de tamaño, desarrollo, población, continuidad-discontinuidad y otros de tipo funcional, con el objeto de estudiar, tanto sus características como lugar habitual de compra y prestación de servicios, como la influencia que los centros comerciales ejercen sobre los mismos. Se pretende de este modo contraponer dos tipos distintos de estructura comercial, analizando desde la óptica de barrio y desde la metropolitana el efecto que puede tener el funcionamiento conjunto de ambos modelos. Se agrupan por municipios los distintos barrios-ciudad analizando sus principales características, el crecimiento de los mismos, su equipamiento comercial y la presencia y localización de las grandes superficies comerciales.

*Alcorcón* es uno de los municipios que más ha crecido en los años setenta-ochenta, pasando una gran parte del suelo urbanizable a urbano. La población presenta uno de los índices más altos de ocupación en el sector servicios de la zona Sur, junto con la industria que es la segunda ocupación por importancia. Alcorcón se reducía, hasta 1960, a un núcleo rural alejado de la influencia de Madrid y de su área metropolitana. A partir de 1960 comienza el proceso de influencia metropolitana de Madrid. Se desarrolla la primera fase de San José de Valderas y las primeras extensiones del Casco: el Ensanche Sur y el límite Oeste del Casco. En 1967 se inician las grandes promociones que la van a transformar en ciudad-dormitorio de Madrid. En 1969 se inicia Parque Lisboa (entre San José de Valderas y el Casco) y los polígonos Oeste y Torres Bellas. En 1970 se crea el polígono Industrial de San José de Valderas y posteriormente, el polígono Urtinsa. A partir de 1972 se inicia la construcción de Ondarreta; sucesivamente, y con las mismas características, se construirán las promociones de Parque Grande, Parque Oeste y Alcorcón I y II.

El Plan General de Ordenación Urbana se revisa en 1987 estando actualmente en vigor. En 1989 entra en funcionamiento al Norte del municipio el centro comercial San José de Valderas, el primero de los centros comerciales que se abrirán en los años noventa. En esta década comienza el desarrollo del PAU denominado Area de Centralidad de Alcorcón, entre la vía de ferrocarril y la nueva circunvalación del municipio. Respecto a las implantaciones comerciales en el municipio hay que destacar: el citado núcleo de San José de Valderas con el hipermercado Hipercor, el centro comercial San José de Valderas y los cines Séptimo Arte. El otro gran núcleo de superficies comerciales es el Area de Centralidad de Alcorcón donde la dependencia de la red viaria es total. Allí se localizan el hipermercado Alcampo, el gran almacén especializado Decathlón y los cines Parque Oeste. El hipermercado Hiperca se encuentra desligado del municipio al localizarse en un polígono industrial de las afueras en la carretera M-501 a San Martín de Valdeiglesias. El resto de los establecimientos, las Galerías de Alimentación y



El núcleo urbano de Alcorcón

un local de Simago se sitúan en el interior del municipio, fundamentalmente en las proximidades del Casco. Sólo uno de los barrios, el de Parque-Grande, carece de galerías y de otro tipo de centros.

**Fuenlabrada** es un municipio con una gran cantidad de suelo potencialmente urbanizable, cuya urbanización y consolidación ha sido muy fuerte en los años ochenta. La población presenta un índice de ocupación fuerte en la industria y bastante elevado en los servicios, con una mínima presencia de la agricultura. El desarrollo de Fuenlabrada como municipio del Área Metropolitana de Madrid viene dado por el salto del crecimiento metropolitano a la segunda corona, producido a mediados de los años setenta. En el Plan General del Área Metropolitana de 1963 no se incluía a este municipio, por lo que quedó sin un mínimo control urbanístico y fue sometido a un crecimiento desmedido y desequilibrado. Durante este período se lleva a cabo la construcción de los polígonos industriales en la carretera N-401 denominados La Albarreja, Sonsoles y Cobo-Calleja.

El Plan General de Ordenación Urbana de 1987 intentó mejorar la situación. Se pretende revitalizar el centro tradicional y crear un área nueva, Centro-CAESI, en torno a la estación central con actividades terciarias, comerciales y de equipamiento. En la década de los noventa destaca la revisión del área de El Cerro de la Cantueña, Arroyo Culebro y Tajapiés. Actualmente se está desarrollando al Oeste del término municipal en el límite con Móstoles la actuación denominada Loranca-Ciudad Jardín.

En Fuenlabrada dos de los grandes centros comerciales del municipio se localizan en el interior del núcleo con sus propias reservas de aparcamientos. El Centro Comercial Europa se encuentra en el barrio de El Camino-Europa perfectamente integrado en la trama urbana. El otro gran centro, Fuenlabrada II y los minicines Fuenlabrada, se sitúan en el barrio de El Molino junto a la variante que conduce a Móstoles. Por el contrario, el Centro Comercial Preco y el almacén especializado Artimueble se localizan en polígonos industriales ligados a los bordes de las carreteras que conducen a Móstoles y a Parla, con sus correspondientes reservas de aparcamiento. Por lo demás, las Galerías de Alimentación son escasas, pero están repartidas por todo el municipio sin que ningún barrio se encuentre sin la presencia de alguna.

En **Getafe** el crecimiento del municipio ha sido más continuo y constante desde principios de siglo. La población presenta uno de los índices de ocupación en el sector industrial más altos de la primera corona, con un nivel de servicios importante, aunque algo menor que en los demás casos. Getafe ha sido un municipio marcado por una proximidad relativa a Madrid. Esto va a suponer el temprano comienzo en la industrialización del municipio en la primera mitad de este siglo. Por su accesibilidad y proximidad, comienzan a asentarse industrias en lo que posteriormente sería el polígono de Industrial de Los Angeles. Este período, entre los cuarenta y los sesenta de primera industrialización a cargo del Estado, será continuado en la siguiente década por la iniciativa privada. En el Plan General del Área Metropolitana de 1963 se concibe a los municipios del Sur como ciudades satélites de vivienda e industria, separadas de Madrid por un Anillo Verde y atravesadas por una red de grandes y numerosas infraestructuras viarias (Red Arterial). En la época de mayor actividad edificatoria, entre 1966 y 1969, se construye la mayor parte del barrio de Juan de La Cierva, la totalidad del Parque de Las Margaritas y comienza la edificación en la zona de La Alhóndiga, el Ensanche de San Isidro, el barrio de Nuestra Señora de Fátima y El Bercial. Hasta la década de los setenta se desarrollan tres planes

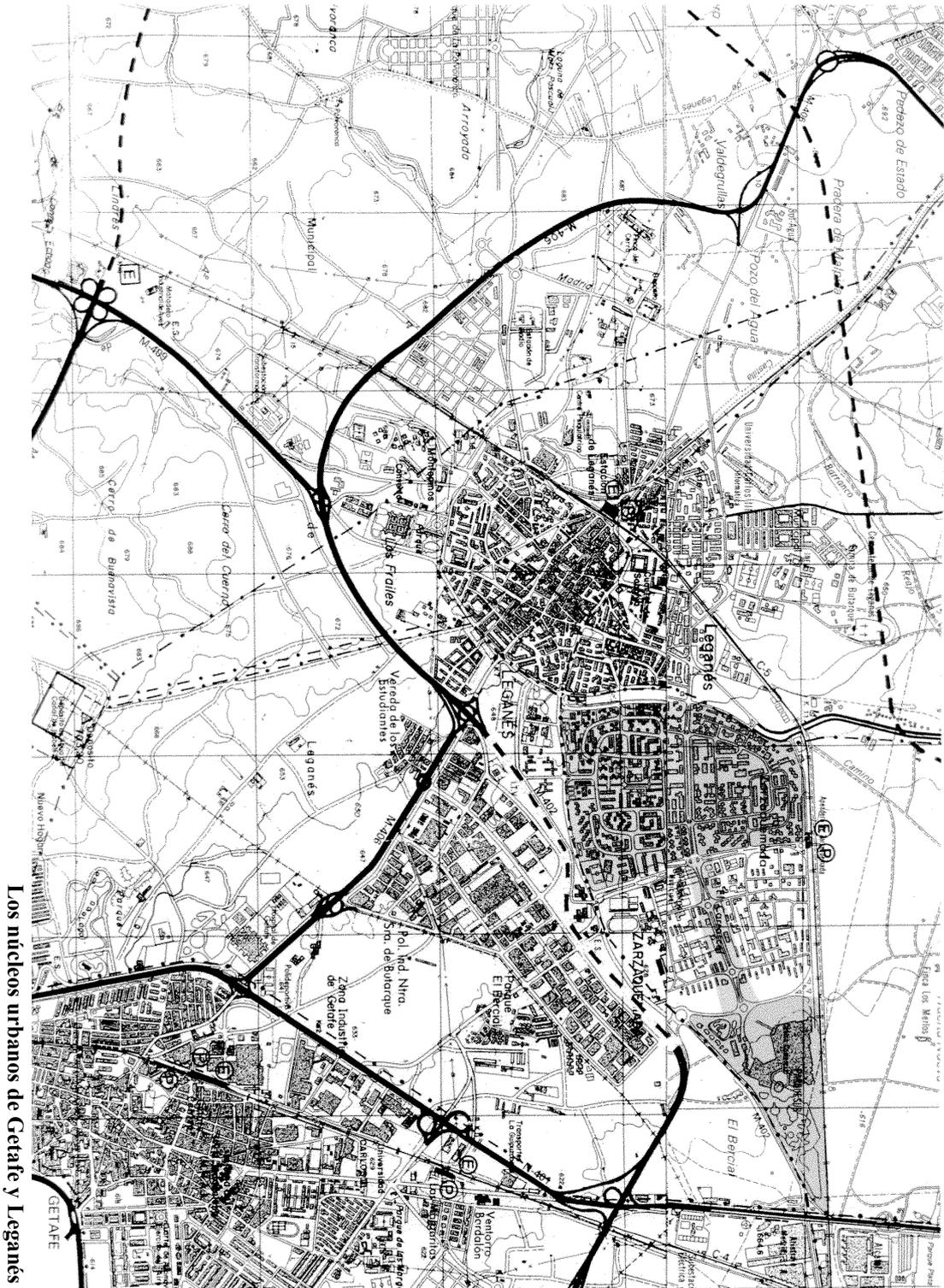
parciales: el Plan de El Ventorro (1966-1970), el Plan Parcial del Gurullero (1966-68) y el Plan Parcial del polígono Industrial de Los Angeles. En 1969 se desarrolla al norte el área residencial de El Greco.

En los años ochenta, se desarrolla una de las mayores actuaciones de vivienda unifamiliar de todo el sur metropolitano, el denominado Sector III. En los años noventa, se consolidan los desarrollos residenciales al Norte denominadas El Casar y El Gurullero. Junto a estos dos se está gestando Getafe Norte, una actuación de vivienda social colectiva y unifamiliar.

Respecto al equipamiento comercial existente destaca el hipermercado Alcampo del sector III que se encuentra apartado del resto del núcleo municipal, dando servicio a este polígono, lo mismo ocurre con el centro Getafe III. Las otras dos superficies, el almacén Simago y el centro Getafe II, se localizan en la trama urbana del núcleo aunque relativamente alejados de las estaciones de ferrocarril. Las Galerías Comerciales y el único mercado del área sirven a todos los barrios teniendo con una presencia importante el Las Margaritas y Universidad.

En **Humanes de Madrid** el crecimiento del municipio ha sido muy fuerte en la última década, con niveles del 53% en el período 81-86 y del 20% en el 86-91. La población presenta uno de los índices de ocupación más alto en la industria y bastante menor en el de servicios. Destacan unos porcentajes mayores en la agricultura y construcción, llegando entre ambos apenas a un 16,7%. Se trata de un municipio con un tardío desarrollo industrial, siendo anteriormente un municipio eminentemente agrícola y de escasa población. Hasta los años sesenta el crecimiento es moderado manteniendo prácticamente los límites del casco antiguo y extendiéndose hacia el Este. En la siguiente década aparecen las primeras industrias dispersas por el territorio municipal. A partir de los años setenta el crecimiento es espectacular, se implantan numerosas industrias, en pequeños polígonos, que se localizan en los márgenes de las carreteras de Fuenlabrada a Moraleja de Enmedio y de Fuenlabrada a Humanes de Madrid. Las naves acogen actividades industriales diversas en un tejido urbano con servicios deficientes y carentes de dotaciones. Estos crecimientos implican la afluencia de población y la construcción de viviendas. Los polígonos en la carretera de Fuenlabrada a Moraleja de Enmedio son numerosos: Valdonaire, Los Llanos, Hermanos Díaz Velasco, Solanilla, Hermanos San Valentín, Martín y Vicioso, la Albarreja II, La Fraila, Candelas, Los Calahorros, Los nuevos Calahorros y El Lomo. En la carretera de Fuenlabrada a Griñón se sitúan Wells, Martinsa, El Alamo, Montesol, Monterral, Los Linares, Codein y Prado de los Caballos. Las nuevas urbanizaciones, Parque de Tebas y barrio Picasso, se desarrollan con edificios en bloque, con alturas de cuatro y cinco plantas al Norte del núcleo urbano. La promoción más reciente, Pryconsa I, presenta alturas mayores, por lo que se aleja del modelo tradicional del municipio. En octubre de 1992 se aprueban las Normas Subsidiarias de Humanes de Madrid. Humanes de Madrid sólo cuenta con Galerías de Alimentación en el interior del núcleo, no tiene Grandes Superficies comerciales por lo que la mayor parte de los desplazamientos hacia el comercio municipal son peatonales.

En **Leganés** el crecimiento físico del municipio ha sido muy importante en los últimos años. Esto sólo se traduce en crecimientos de población del 2% en los períodos 81-86 y en el 86-91. La población se ocupa principalmente en el sector servicios y en la industria, destacando la construcción con un 13% y la baja presencia de la agricultura. Hasta los cincuenta la evolución



Los núcleos urbanos de Getafe y Leganes

conjunto edificado de Leganés apenas si sufre variaciones, manteniéndose como un núcleo rural de la zona centro. La expansión se produce a finales de los cincuenta. Surgen asentamientos espontáneos y segregados en La Fortuna, Los Estudiantes y Los Frailes. A partir de los años sesenta comienza con fuerza el desarrollo exógeno, ocupándose las zonas del Ensanche iniciadas anteriormente, aparecen los primeros bloques de edificación abierta y las primeras industrias fuera del Casco. En 1963 se aprueba el Plan General del Area Metropolitana que concibe a Leganés como una ciudad-satélite, asignándole las funciones de residencia e industria. El polígono industrial de Nuestra Señora del Butarque va a ser la única área de estas características. El poblado de La Fortuna requería un nuevo planeamiento de ordenación, a pesar de tener su origen en 1959. Algo parecido ocurre con los poblados de Los Estudiantes y Los Frailes en 1978. El Plan General de Leganés se aprueba en enero de 1966 viniendo a responder a las necesidades de suelo residencial. El polígono residencial de Zarzaquemada se desarrolla según un Plan de 1968. El polígono de El Carrascal se aprueba en 1974. En 1985 se revisa el Plan General de Leganés, intentando paliar los efectos negativos del planeamiento anterior. Actualmente se encuentra en pleno desarrollo Leganés Norte y el Campo de Tiro.

El Plan de Actuación Comercial que realizó la Dirección General de Comercio de la Consejería de Economía de la C.A.M. introdujo tres grandes superficies comerciales: Parque Sur al Oeste en 1989, Leganés Uno al Norte y Mercacentro al Sureste, siendo la primera la de mayor tamaño. El primero cuenta con el Hipermercado Alcampo, el Centro Comercial Parque Sur, Los grandes almacenes Galerías Preciados, actualmente El Corte Inglés, y ocho salas de cine. Los otros dos centros Leganés I y Mercacentro son accesibles a pie y en coche al situarse en vías importantes. También existe un centro de Simago en el barrio de San Nicasio, junto al Casco, pero con problemas de accesibilidad al encontrarse al otro lado de las vías del ferrocarril.

**Móstoles** es el municipio con mayor población del área metropolitana después de Madrid. Los ritmos de crecimiento de la población han sido del 16% en el periodo 1981-86 y del 9% en el 86-91. A partir de los años cincuenta se construye la variante de la carretera N-V que evita el paso por el interior del Casco. En 1970, se produce el primer asentamiento industrial denominado Móstoles Industrial. Posteriormente, se configuran nuevos polígonos industriales: Arroyomolinos y Fuensanta. Móstoles no estaba incluido en el Plan General de Ordenación Urbana del Area Metropolitana de 1963. La construcción de las sucesivas variantes de la N-V fue una de las directrices de crecimiento de Móstoles. Anteriormente a la redacción del Plan General de Ordenación Urbana de 1985 existían unas Normas Complementarias y Subsidiarias de Planeamiento de 1976. El desarrollo del municipio se basó en el desarrollo de una serie de Planes Parciales denominados: Ensanche y Extensión de 1978, Pinares Llanos de 1967, Santo Cristo de Lezo de 1968, Cotochico de 1966 y los polígonos 1,2,6,12 y 19; aprobados entre 1967 y 1982. Además se redactó el Plan Especial de Reforma Interior del Casco Antiguo de 1975. Tras la revisión de PGOU en 1985 se aprueban los planeamientos del área residencial de Los Rosales-I, al Norte del núcleo, rematando el borde de éste con la nueva variante y creando un nuevo acceso desde la misma. Actualmente se desarrolla Los Rosales-II.

La mayor parte de los centros comerciales del municipio, Villafontana, Arce y Merca 80 se localizan en los barrios periféricos del núcleo y con acceso peatonal y rodado. El almacén popular Simago y el especializado Muebles Lenza se sitúan cerca del centro junto a una de las vías principales, la antigua carretera nacional a Extremadura. Sólo el nuevo Hipermercado

Continente se localiza en la periferia, junto a la nueva variante de la Nacional de Extremadura. Las Galerías de Alimentación son pocas en comparación con la cantidad de población.

En **Parla** el crecimiento de la población ha sido del 13% en el período 81-86 y del 9% en el 86-91. El índice de ocupación en el sector industrial es de los más altos de la zona. Los servicios tienen una presencia algo menor que la media. Destaca el alto índice de la construcción que llega al 16%. Entre mediados de los años sesenta y los ochenta Parla conoce un crecimiento basado en las grandes promociones inmobiliarias: Villa Juventus al Norte y Pryconsa al Sureste. En 1984 se aprueba el Plan General de Parla. Los objetivos de éste reconocían que el crecimiento del núcleo actual no demandaba, por su estructura y morfología, grandes inversiones al ser el crecimiento compacto.

En 1985 se inicia el polígono industrial de la carretera de Pinto. Posteriormente, en los años noventa se amplía de la zona industrial en Cerro del Rubal. Los nuevos desarrollos residenciales se producen en La Ermita, en la Virgen-Canto Loco y Laguna Park. Actualmente se está gestando Futura Parla, un área de residencia fundamentalmente unifamiliar con algo de vivienda colectiva. Respecto a las grandes superficies existen dos en los bordes del núcleo. Una de ellas, El Ferial, y la otra, Hiperparla. La segunda se encuentra en la vía de circunvalación Norte que lleva a Pinto y al polígono industrial "Parla". En este caso el acceso peatonal es difícil por la distancia al Centro. Las Galerías son abundantes pero desigualmente repartidas, con especial presencia en Villa Juventus-San Ramón, sin que exista ninguna en Inlasa-La Ermita.

**Pinto** ha tenido un crecimiento de la población del 7% en el período 1981-86 y del 10% en el 86-91. La población ocupada en la industria alcanza el límite más alto para toda el área. Los servicios suponen un proporción importante aunque no de las más altas. La construcción y la agricultura muestran índices más bajos que la media. Pinto ha sido hasta los años sesenta un asentamiento rural de dinámica muy baja. En los años cuarenta-cincuenta aparecen algunas localizaciones industriales dispersas cuya instalación se realiza tomando como soporte las carreteras de Parla y Fuenlabrada y la de San Martín de la Vega a la Marañosa. En la revisión del Plan General del Área Metropolitana de Madrid de 1963 no se incluía a Pinto dentro del mismo, por lo que no existían previsiones de ningún tipo para el municipio. Los polígonos industriales se caracterizan por su gran número, desconexión, deficiente urbanización y cierto predominio de las industrias dispersas. Destacan los polígonos industriales de La Estación y el de la carretera de Fuenlabrada.

El Plan General de Ordenación Urbana se revisa en 1987 y en 1990. En los años 90, la Estrategia Territorial de la Comunidad de Madrid se traduce en la creación de un proyecto para los municipios del Sur Metropolitano. A Pinto le afecta básicamente al crearse un área de industria al Norte del municipio dedicada a usos industriales y que se sitúa en la intersección de la autovía del Arroyo Culebro con la de Andalucía. Además, las Estrategias previeron una zona de expansión urbana residencial que se denomina Pinto Norte. El municipio sólo cuenta con Galerías de Alimentación en el interior de los núcleos, sin presencia de Grandes Superficies comerciales.

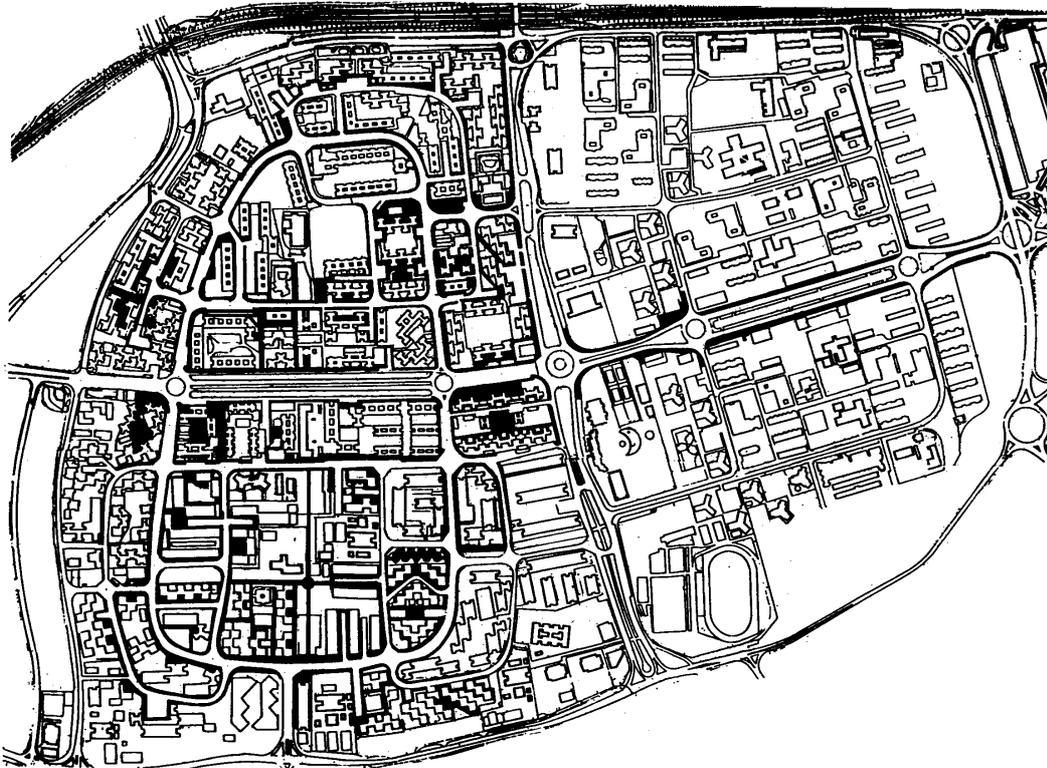
En **Valdemoro** el crecimiento de la población ha sido negativo en las dos pasadas décadas, del (-2%) en el período 1981-86 y del (-7%) en el 86-91. La población presenta un índice de ocupación en el sector servicios alto y con la industria bastante elevado, el de la agricultura es

muy reducido y el de la construcción algo menor de la media. Las primeras Normas Subsidiarias del municipio fueron aprobadas por COPLACO en 1977.

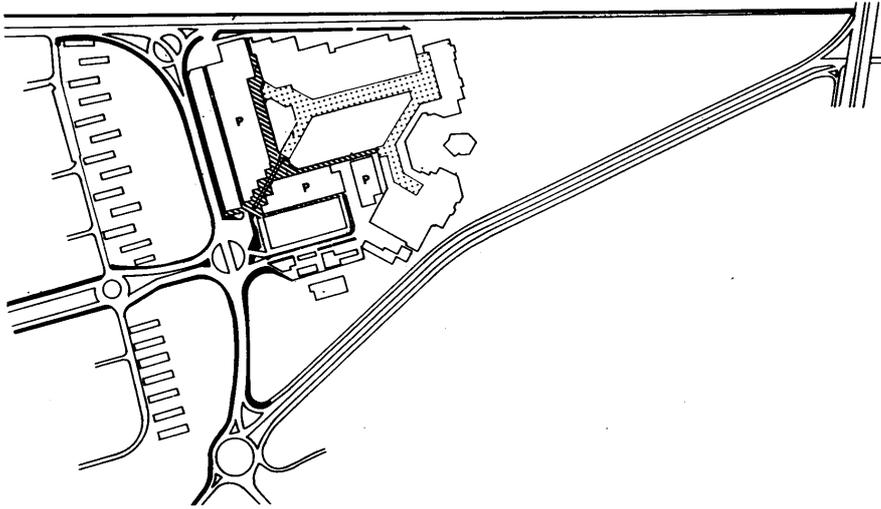
Estas vienen a ser sustituidas en 1987 por otras nuevas, cuyos objetivos eran la reurbanización y consolidación de los crecimientos existentes y de otras implantaciones ilegales. Por otro lado, se pretendía controlar los usos urbanos diseminados por el municipio evitando su expansión y proliferación. El esquema de ordenación consagra la carretera de Andalucía como eje de los crecimientos existentes y los suelos urbanos y aptos para urbanizar futuros. La mayor parte de los suelos urbanos se sitúan al Oeste de la autovía. Los suelos aptos para urbanizar se localizan al Oeste del pueblo, el primero entre El Brezo y la ciudad y el segundo entre el barrio de Figueras y el Cementerio. Respecto a los equipamientos, se trata de responder a los déficits detectados, la oferta tiende a un reparto homogéneo que se conjuga con la creación de ejes o áreas dotacionales. Los áreas industriales se concentran en dos polos, uno al Norte clasificado como urbano y otro al Sur con un aparte urbana y otra urbanizable. La primera se encuentra en avanzado estado de consolidación con las instalaciones de El Corte Inglés, Nuasa y el polígono Albresa. Al Sur las industrias están más dispersas y espacialmente desorganizadas, destaca el polígono Valmor. En el año 1993 El Corte Inglés solicita la ampliación de sus instalaciones que llegan a duplicar la superficie edificable existente. En el caso de Valdemoro sólo cuenta con Galerías de Alimentación en el interior de los núcleos, sin presencia de Grandes Superficies comerciales. Existe una superficie especializada en mobiliario en uno de los polígonos industriales y próximamente se va instalar un gran almacén de bricolaje. En 1991 había en Valdemoro 315 locales, de los que un 90% era menores de 120 m<sup>2</sup> y sólo 2 mayores de 1.200 m<sup>2</sup>. La mayoría (90%) comienzan su actividad con posterioridad a 1970, se trata por tanto de un comercio de pequeño tamaño y relativamente joven.



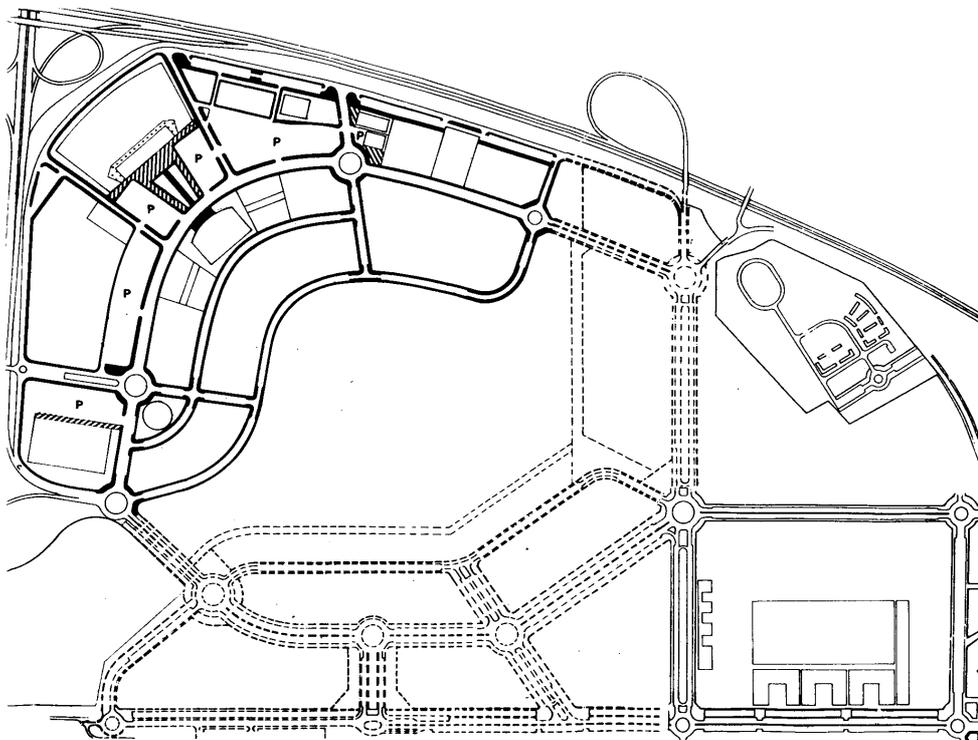
ALCORCON



ZARZAQUEMADA-EL CARRASCAL

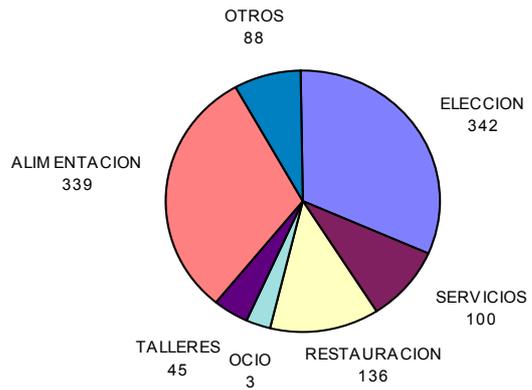


PARQUESUR

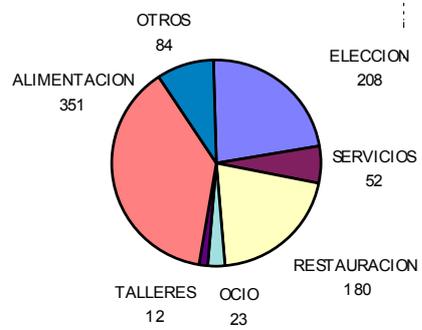
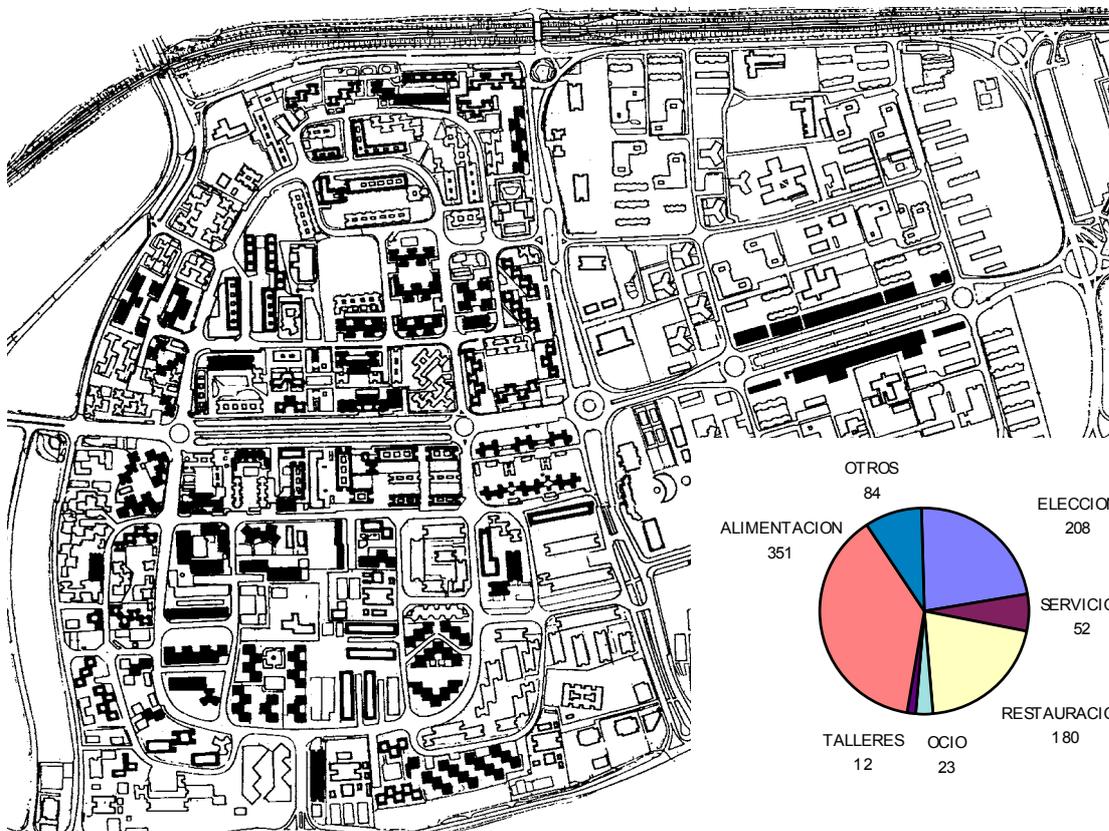


PARQUE OESTE

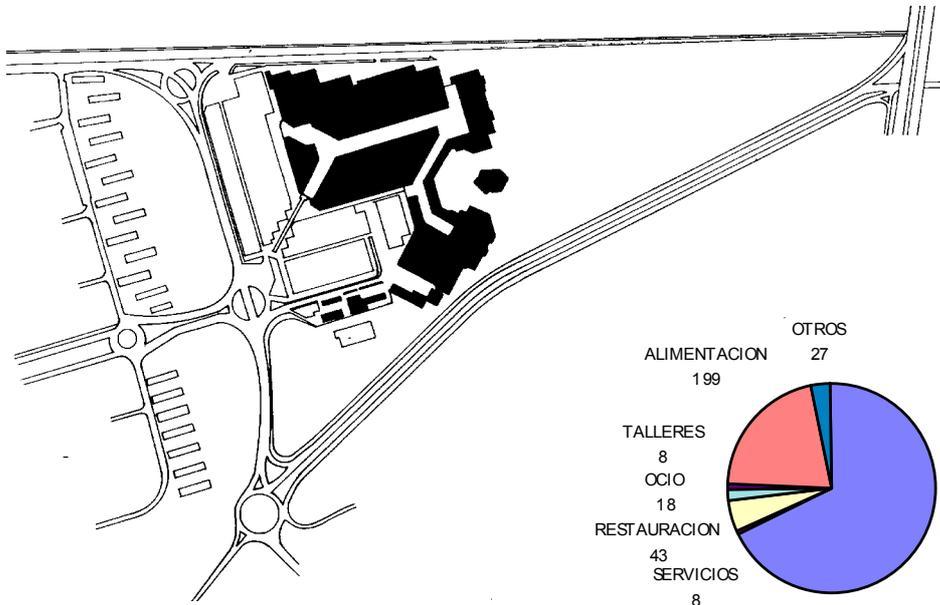
**Estructura comparada de los espacios público y comercial (esquema de accesibilidad peatonal)**



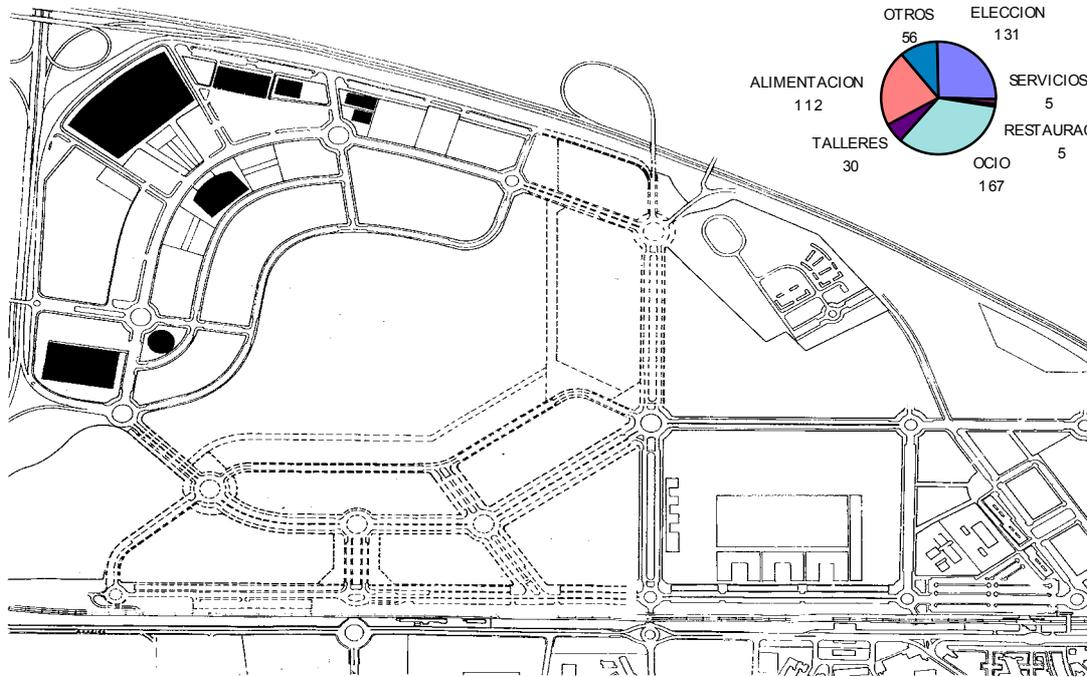
ALCORCON CENTRO



ZARZAQUEMADA-EL CARRASCAL



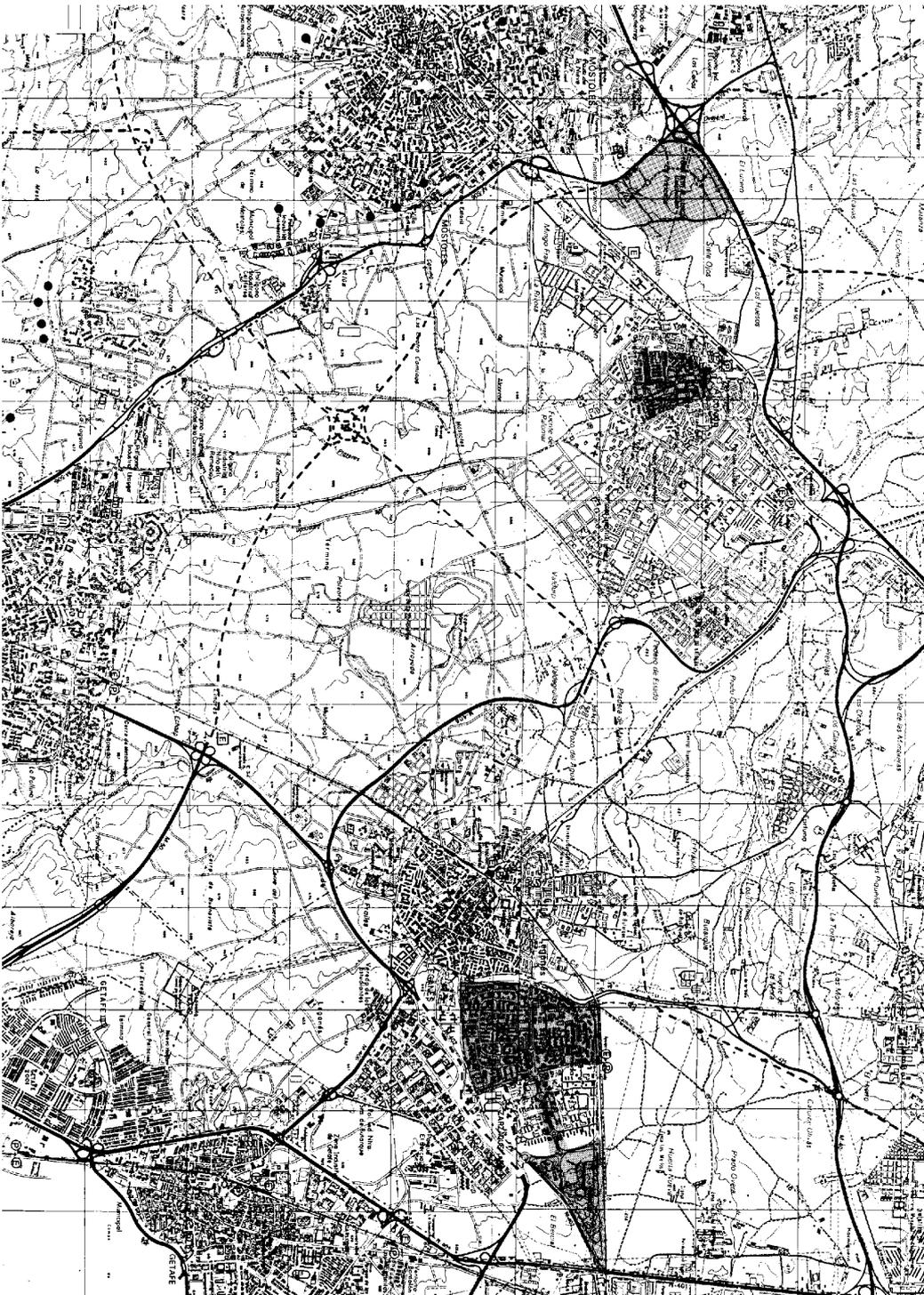
PARQUESUR



PARQUE OESTE

Morfología comparada del espacio comercial. Gráficos de importancia y variedad de la oferta comercial

Los espacios comerciales analizados en detalle: Parque Oeste, casco viejo de Alcorcón, Zarzaguemada -El Carrascal y Parque Sur (de izquierda a derecha)



## **Espacios centrales tradicionales y nuevos. Las formas de implantación comercial, estudio de casos**

Se han estudiado detalladamente cuatro espacios con fuerte presencia comercial que se corresponden con formas de implantación y de gestión muy diferenciadas: el casco antiguo de Alcorcón, como ejemplo de espacio central clásico, foco del antiguo tejido urbano de la ciudad, parcialmente peatonalizado; la zona de Zarzauemada-El Carrascal, periferia urbana densa desarrollada durante las últimas 3 décadas al este de Leganés, con frecuentes bajos comerciales y abigarrada estructura urbanística; Parque Sur (Leganés) como ejemplo de gran centro comercial integrado de nueva planta en posición urbana periférica; finalmente Parque Oeste (Alcorcón), el único representante en el Sur Metropolitano de la nueva fórmula de Parque de grandes superficies especializadas, en este caso promovido por la iniciativa pública en su concepción original y estadios iniciales.

La implantación comercial en el *casco de Alcorcón* es un claro ejemplo de distribución jerarquizada a partir de un elemento que, tanto desde el desarrollo histórico como desde la geometría del propio espacio urbano, supone un referente claro de centralidad. Este elemento, el eje bífido formado por las calles Mayor y Fuenlabrada, queda dividido en dos tramos, de desigual importancia, lo que polariza aún más esta jerarquización hacia una parte concreta de la trama urbana. En el tramo de la calle Mayor que va desde el Ayuntamiento hasta su confluencia con la calle Fuenlabrada observamos que coinciden un buen nivel de urbanización, -acorde con el carácter peatonal que tiene-, con el hecho de que la mayor parte de la línea de fachada en planta baja esté ocupada por escaparates comerciales, albergando tiendas de un nivel comercial alto y medio-alto, que ofrecen los productos de mayor calidad de todo el casco, generalmente englobables dentro del epígrafe de bienes de elección. Es significativo constatar cómo las firmas bancarias se implantan con preferencia en esta pieza central.

A partir de ella el comercio de menor calidad se distribuye por los espacios urbanos contiguos que gozan de cierto carácter central, ya sea porque suponen una prolongación de la pieza descrita antes, (como es el caso de la calle Fuenlabrada, el segundo tramo de la calle Mayor o las calles Huertas, Nueva y Virgen de Iciar), o bien porque reúnen unas determinadas características espaciales, como ocurre con la Plaza de los Caídos. Esta distribución se realiza aprovechando una aceptable urbanización ligada a un tipo de edificación que permite la ubicación de locales comerciales en planta baja.

El resto del comercio que da servicio a la población del casco, se localiza en los intersticios dejados por los dos niveles comerciales anteriores. Se trata, pues, de un comercio de barrio, fundamentalmente basado en el equilibrio entre la venta de bienes de elección y de alimentación, con una importante presencia de la restauración y de “otros”. En este caso los locales comerciales se albergan tanto en bloques con bajos comerciales como en edificios de planta baja compartida con vivienda o usos ligados a ella. La calidad de la urbanización desciende respecto a los casos anteriores siendo frecuentes las calles con aceras muy estrechas y en algunos casos con pavimentación deficiente. En zonas más periféricas con respecto a la calle Mayor observamos un comercio degradado, que va ligado a una calidad más baja, tanto de la edificación como de la urbanización. También aparecen un cierto número de locales cerrados.



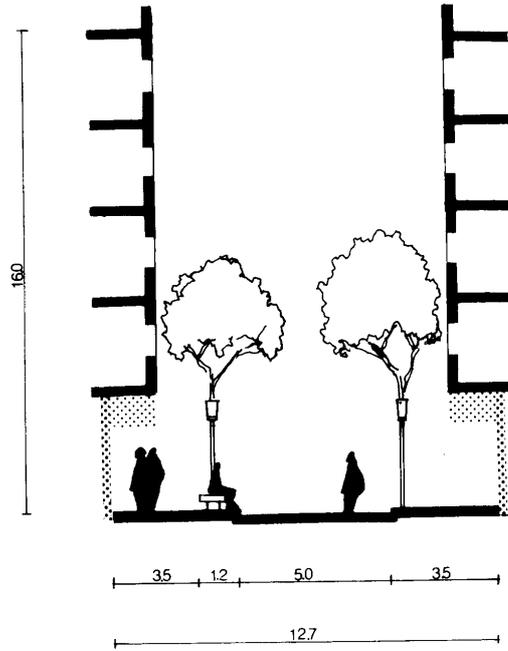


**Espacios urbanos peatonalizados (eje comercial principal -calle Mayor) de Alcorcón centro**

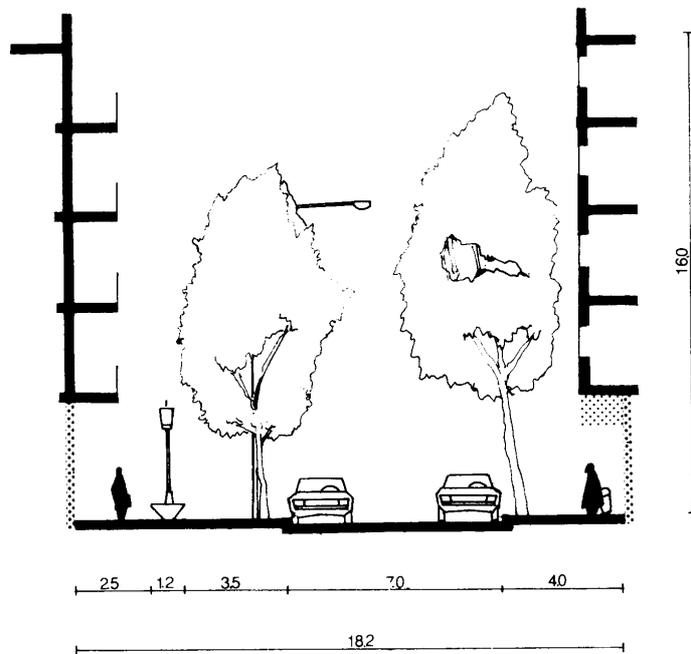


urbano-comerciales de Alorcón centro (calle Mayor, tramo abierto al tráfico)

**Espacios**



MAYOR (tramo peatonal).



MAYOR.

Secciones de la calle Mayor en Alcorcón centro en el tramo peatonal y en el abierto al tráfico

El casco de Alcorcón, dentro de un perímetro relativamente reducido, reúne una notable cantidad y variedad de oferta comercial: 1088 locales. Los bienes de elección representan el 30% (328 locales) con una distribución a su vez muy diversificada, que incluye amplias representaciones de moda-confección (casi 100 locales), zapatería, muebles y tiendas de decoración y tapizados, perfumerías-objetos de regalo; así como un número apreciable de establecimientos de fotografía-óptica, joyería-relojería y electrodomésticos-sonido-imagen (entre 17 y 18 de cada categoría). Especialmente bien representados están los servicios de todo tipo (banca, inmobiliarias, academias-enseñanza, viajes-turismo, peluquería-belleza) con sus 109 establecimientos; por supuesto la restauración (136 locales) y la alimentación (339 locales, el 31% del total, incluyendo 19 supermercados y galerías de alimentación). Otro tipo de locales comerciales (farmacias, droguerías, ferreterías, mercerías, etc.), una nutrida representación de locales destinados al ocio juvenil y talleres completan esta oferta.

Se debe subrayar la total ausencia de aparcamientos rotatorios o de parquímetros en este recinto. La accesibilidad está garantizada por la alta densidad residencial de la zona y de su entorno próximo y por los servicios de transporte público (autobuses).

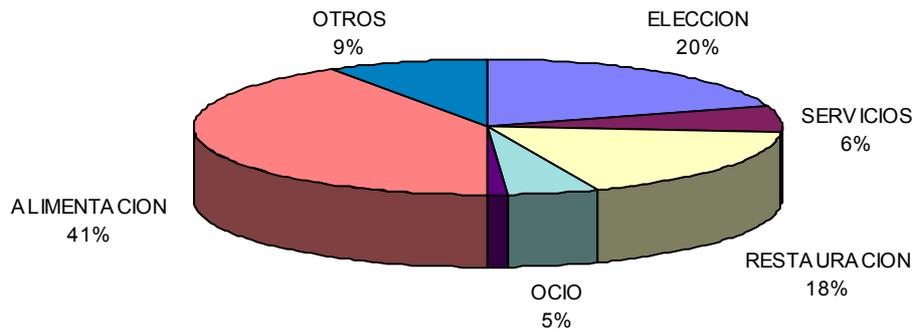
Los barrios de *Zarzaquemada y el Carrascal* en Leganés se encuentran asociados a un eje, la calle Juan Carlos Primero, que divide a cada uno de ellos en dos mitades análogas. Salvo por el hecho de compartir este elemento de conexión ambos barrios no presentan más puntos de contacto en lo que a distribución del espacio comercial se refiere. Mientras que el barrio del Carrascal concentra su exiguo comercio en torno a dicho eje, en Zarzaquemada los locales comerciales se organizan alrededor del anillo que estructura el barrio, así como de las calles paralelas a la calle Juan Carlos Primero. El acceso directo a los locales viene en gran medida proporcionado por las plazas y el viario peatonal interior a las manzanas definidas por el viario general. Otros puntos comerciales se encuentran, formando grupos, en edificaciones contiguas a los límites del barrio.

Los locales comerciales se albergan en las plantas bajas de edificios organizados en bloque abierto, asociados por promociones en las que se diseña cada edificio en relación al conjunto; en algunos casos los locales ocupan toda la planta baja y en otros la comparten con la vivienda. También hay edificios sin bajos comerciales.

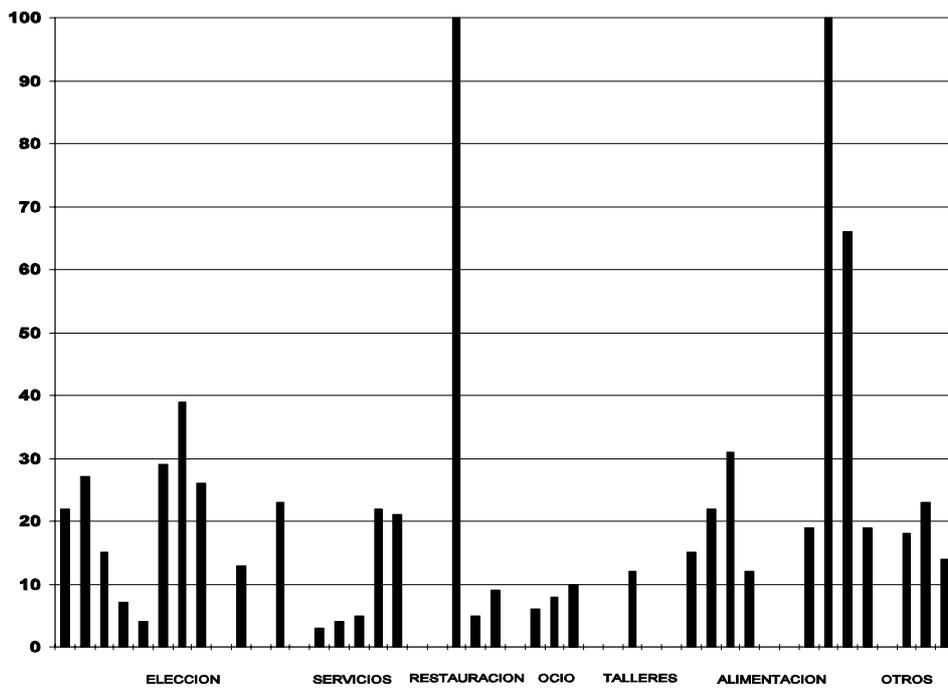
Aquellos bajos comerciales situados en interiores de manzana con una lectura del espacio poco clara y un acceso al local comercial no inmediato respecto a los tránsitos principales suelen ser de baja calidad con claros indicios de obsolescencia. En cuanto a la oferta también cabe una distinción entre la que se presenta a lo largo del eje Juan Carlos Primero y la del resto del tejido, especialmente en el tramo correspondiente al Carrascal. Aquí la oferta está orientada a dar servicio a las oficinas que se han implantado en él, por lo que los apartados de servicios y restauración constituyen casi la mitad del total del comercio existente.

En todo caso, la geometría de los espacios públicos de acceso a los servicios comerciales (aceras, plazas, espacios pavimentados) y la propia distribución, formas y combinaciones de los edificios residenciales que albergan en sus bajos locales comerciales, nos refieren a un prototipo de espacio muy diferente al del centro de Alcorcón.

**VARIEDAD COMERCIAL  
ZARZAQUEMADA- EL CARRASCAL  
GRAFICO 3**

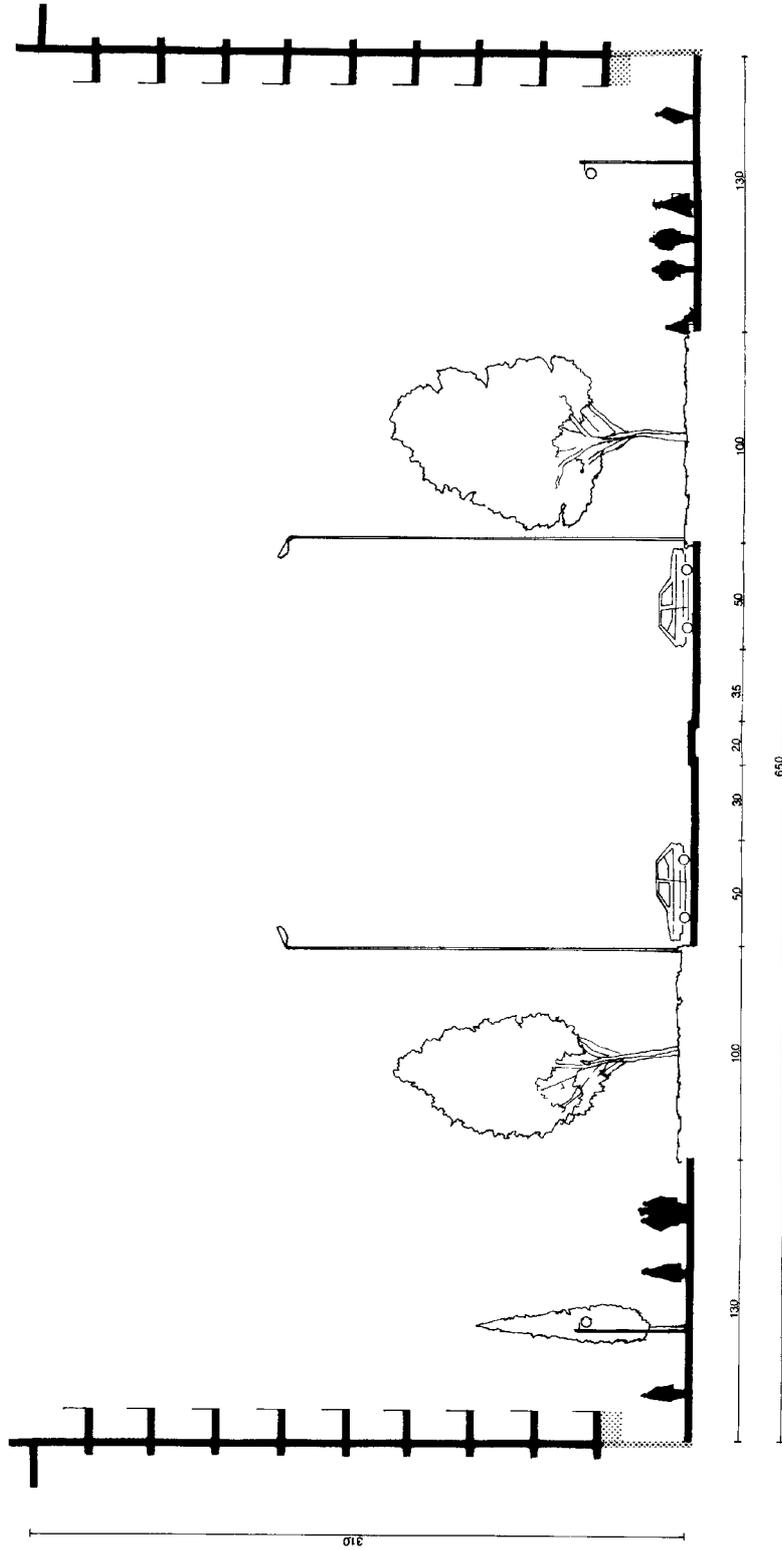


**GRAFICO 4**



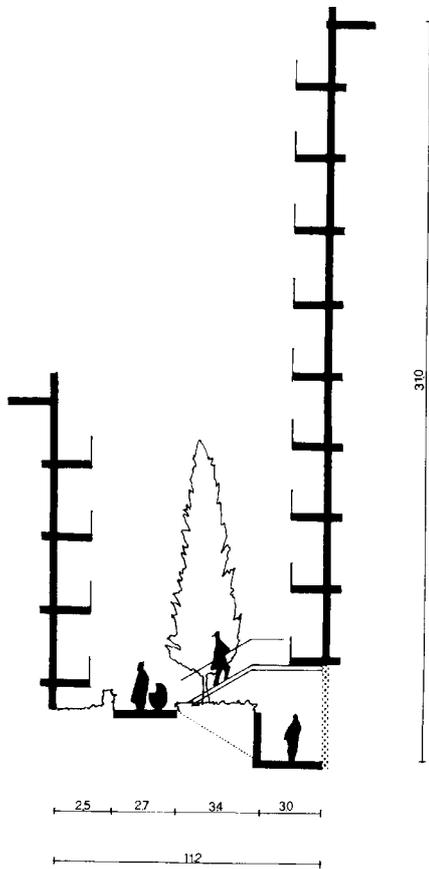


**Espacios viarios del bulevar Juan Carlos I atravesando El Carrascal (foto superior) y Zarzaquemada (foto inferior)**



AVENIDA JUAN CARLOS I.

Sección de la Avenida Juan Carlos I atravesando el barrio de Zarzalema



Sección de un espacio interior de un polígono de vivienda en Zarzaquemada y relación con el comercio existente (foto inferior)

Este está mucho mejor organizado espacialmente y más jerarquizado. Sin embargo en Zarzaquemada, típico barrio de bloques multiformes, arbitrariamente distribuidos en manzanas de diferente forma y tamaño, el espacio comercial se fragmenta, se “esconde” en multitud de vericuetos, placitas y plazas interiores, carece de una organización clara y de una jerarquía explícita. Es extremadamente “local”, solo disponible para el consumo de conocedores que sepan orientarse en este tipo de espacio. En este sentido es representativo que el propio eje central -la Avda. de Juan Carlos I, con sus múltiples secciones, interrupciones, tamaños de acera y soluciones edificatorias, tampoco presente unidad ni suponga de ninguna manera un auténtico eje comercial representativo de la oferta más sofisticada del barrio.

Sin embargo, numéricamente, la teórica potencia comercial de Zarzaquemada-El Carrascal es elevada: 888 locales, sólo ligeramente inferior a la de Parque Sur. La composición de la oferta refleja ese carácter local al que aludíamos arriba: el 41% se concentra en el sector alimentación con una altísima representación de supermercados y galerías. Otro 18% son servicios de restauración con un muy elevado número de bares y cafeterías (147 en total).

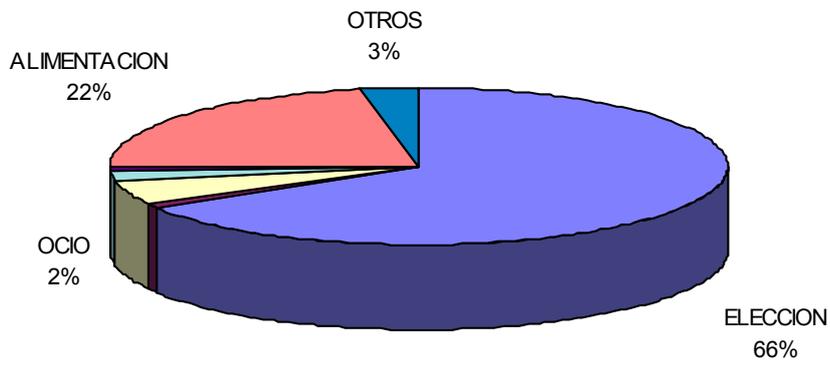
Los bienes de elección sólo representan el 20% del total (182 locales) con muy escasa representación de los epígrafes de mayor valor añadido (fotografía-óptica, joyería-relojería, etc.). Existen, curiosamente, escasos talleres (12) y un número no muy elevado (52) de servicios, concentrados en el sector bancario y de enseñanza (academias).

**Parque Sur (Leganés)** representa el extremo opuesto al que acabamos de analizar: la máxima concentración y claridad de imagen, unido a los máximos niveles de confort y simplicidad. Ocupa una gigantesca parcela de forma triangular de 42'5 Has. Con sus 420 mil m<sup>2</sup> construidos y sus 110 mil m<sup>2</sup> de venta, ha representado hasta hace escasos meses el mayor centro comercial de la región urbana de Madrid, puesto que perderá por la competencia de su gemelo, el Parque Corredor inaugurado recientemente en el corredor del Henares (N-II).

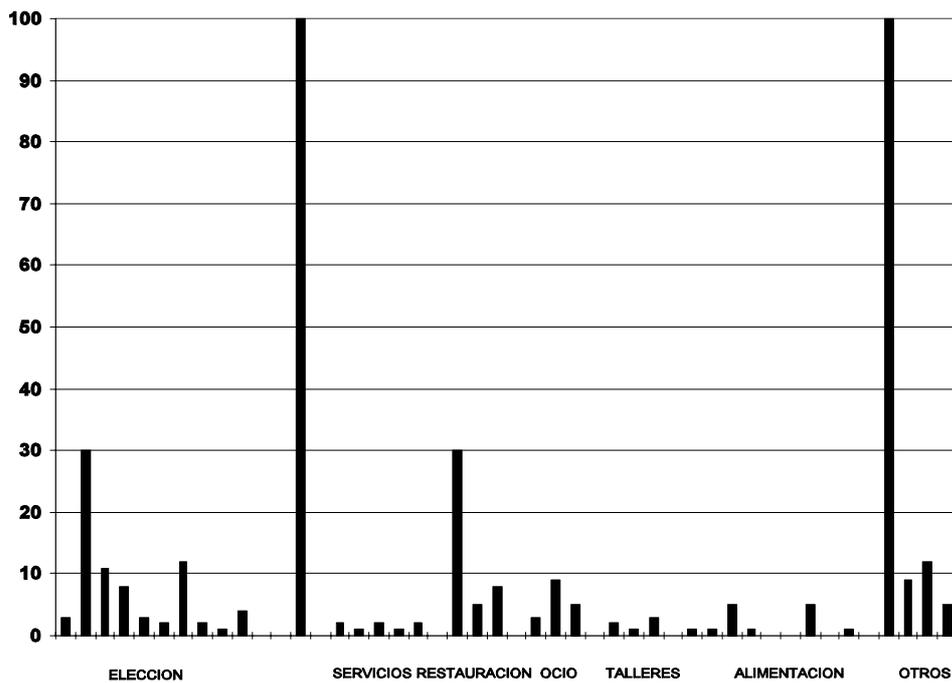
La lógica espacial de Parque Sur estriba en concentrar una serie de superficies comerciales de diferentes tamaños bajo un mismo techo, articulándose a lo largo de una calle interior. El acceso, tanto a estos puestos de venta como al edificio en sí, nunca se realiza directamente desde el espacio público, sino a través de espacios privados exteriores destinados a aparcamiento. Se facilita el acceso rodado disponiendo a tal efecto de dos playas de aparcamiento (3000 plazas en total) entre espacio público y edificaciones.

Parque Sur simula una estructura comercial tradicional, la “calle” con locales comerciales a ambos lados, incluso la galería comercial cubierta decimonónica. Los distintos tramos tienen nombres diferentes y reivindican la denominación de “calle” (calle de las Barcas, ..). Son posibles algunos recorridos particulares y se busca intencionadamente la diferenciación de los itinerarios y los ambientes “urbanos” de cada parte del conjunto. Incluyendo las “terrazas” de bares y pizzerías abiertas al parque con lago artificial. Pero la concentración de la oferta comercial -pese a situarse toda a nivel de planta baja- es máxima, con el objeto de acortar las distancias y potenciar las sinergias de proximidad entre las “locomotoras” (Alcampo y el antiguo Galerías) y el resto de los locales. Y todo ello en un ambiente controlado climáticamente, iluminado de forma natural y artificial combinadas, estrictamente vigilado y seguro para las familias. Y desde luego accesible mediante el vehículo privado gracias a sus 3000 plazas de aparcamiento que, en fines de semana, se duplican inundando los alrededores.

**VARIEDAD COMERCIAL  
PARQUESUR  
GRAFICO 5**



**GRAFICO 6**





**Acceso al Centro Comercial Parque Sur en Leganés desde el bulevar Juan Carlos I (El Carrascal) y vista del aparcamiento interior del Centro Comercial**

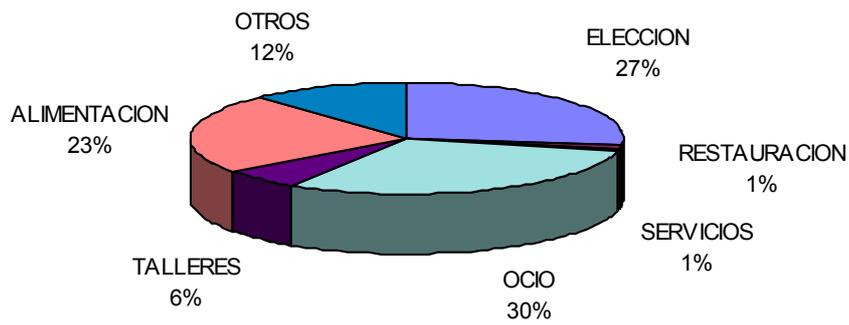
El "mix" inicial preveía además de un hipermercado (11 mil m<sup>2</sup>) y unos grandes almacenes por secciones (10'8 mil m<sup>2</sup>), otros 223 establecimientos distribuidos así: 34 de comercio de diario (galería de alimentación), 109 de comercio ocasional (bienes de elección), 25 destinados a los servicios, 10 al ocio y 45 a la restauración. En la elaboración efectuada para este trabajo -donde las grandes superficies se convierten a unidades equivalentes de establecimientos en torno a la superficie media local, a fin de poder realizar comparaciones- la potencia comercial total es de 926 locales; algo por debajo del casco central de Alcorcón pero superior al barrio vecino de Zarzauemada-El Carrascal. Bienes de elección (619 unidades, 66%) y de alimentación (199, 22%), son los renglones fuertes del centro. En el primer caso sobrepasan claramente la potencia de cualquiera de sus competidores, doblando casi la oferta de Alcorcón y más que triplicando la de Zarzauemada. La comparación con Parque Oeste no es todavía significativa dado el no total desarrollo de éste.

Desde luego el nivel de todos los locales de Parque Sur es medio-alto y no existe ninguno cerrado, síntoma indudable de su vitalidad (pese a los altos precios del alquiler por parte de los propietarios-gestores del centro).

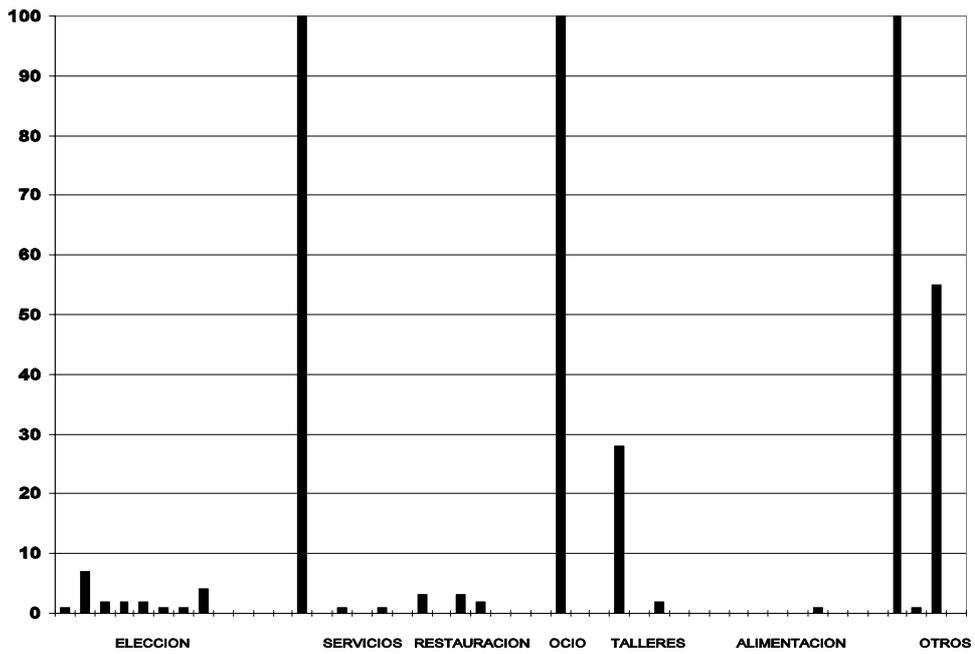
**Parque Oeste** corresponde a un modelo de implantación comercial en el que grandes contenedores aislados ocupan parcelas de gran superficie separadas por un viario estructurador del conjunto. Si bien es posible un acceso peatonal a los puestos de venta las amplias distancias entre contenedores y la desconexión del conjunto de tramas urbanas cercanas hacen preponderante el acceso rodado. Es significativo comprobar que la pavimentación de las aceras del viario público está realizada con alquitrán, como ocurre con la capa de rodadura de las calzadas. Delante de cada una de las parcelas existen una o varias playas de aparcamiento y desde ellas un acceso peatonal privado al interior de los contenedores. La urbanización de estos accesos peatonales está mucho más cuidada que la de las aceras públicas. Ante esta organización espacial la oferta que se perfila en Parque Oeste viene muy condicionada por la especialización y tamaño de cada uno de los contenedores, de aquí que ésta se perciba como poco homogénea. El nivel comercial de los puntos de venta es alto, y en algunos casos muy alto.

Parque Oeste corresponde a una estructura comercial donde ya no se tolera la subordinación de los pequeños locales a los gestores-promotores del centro. En Parque Oeste cada una de las grandes superficies especializadas son propietarias de su parcela -que incluye el aparcamiento en superficie- y responsables de la gestión, conservación y seguridad al interior de sus límites. En este sentido se transige con la supervivencia de un espacio público -se supone que municipal- de acceso y comunicación a/entre cada uno de los centros. Pero ese espacio público es relativamente marginal, su carácter es instrumental como medio necesario de acceder a los aparcamientos de cada centro. El verdadero "espacio público" -que es estrictamente privado- es el del interior de cada uno de éstos, el espacio de exposición, contemplación y adquisición de las amplísimas variedades en venta dentro de cada especialidad. La concentración y variedad dentro de un mismo epígrafe comercial -muebles de jardín o azulejería- suponen aquí los sustitutos, al interior de cada contenedor, de las sorpresas y abigarramiento del espacio comercial tradicional.

**VARIEDAD COMERCIAL  
PARQUEOESTE  
GRAFICO 7**

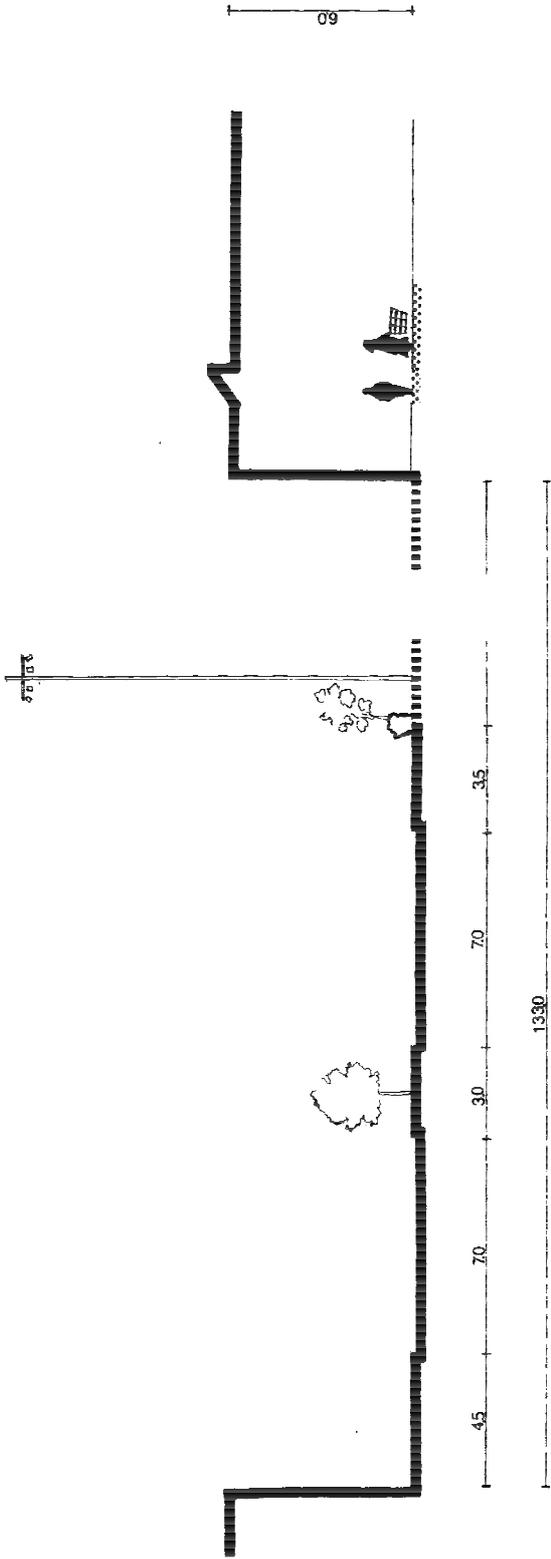


**GRAFICO 8**





**Playas de aparcamiento de acceso a los centros Alcampo y Decathlon en Parque Oeste**



Playa de aparcamiento y espacio urbano exterior a las grandes superficies comerciales de Parque Oeste (Alcorcón)