

Centro Comercial Los Santos-Pilarica Valladolid

Informe técnico sobre cuotas de mercado, efectos económicos y criterios urbanísticos y medioambientales

Plan Regional de Ámbito Sectorial de Equipamiento Comercial de Castilla y León

Calderón Calderón, B.; Delgado Urrecho, J. M^a.; García Cuesta, J. L

Centro comercial Los Santos-Pilarica Valladolid

Informe técnico sobre cuotas de mercado, efectos
económicos y criterios urbanísticos y medioambientales
*Plan Regional de Ámbito Sectorial de Equipamiento Comercial de
Castilla y León*

José Luis García Cuesta
José M^a Delgado Urrecho
Basilio Calderón Calderón

Valladolid, Noviembre 2006



Universidad de Valladolid - Departamento de Geografía

INTRODUCCIÓN

La ley 16/2002, de 19 de diciembre, el Plan Regional de Ámbito Sectorial de Equipamiento Comercial de Castilla y León, señala en su artículo **41.1.f** que el solicitante –de licencia comercial autonómica- deberá aportar un informe suscrito por profesionales independientes no vinculados laboralmente a la empresa relativos a:

1. Informe de la viabilidad económica y financiera tanto de la ejecución del proyecto como del posterior ejercicio de la actividad.
2. Informe de las cuotas de mercado resultantes de la implantación del proyecto en su zona de influencia comercial, analizando la oferta comercial existente tanto de establecimientos propios como ajenos.
3. Informe sobre los efectos económicos de la implantación del proyecto en la oferta al consumidor, así como en el empleo de la zona.
4. En las solicitudes de licencia comercial específica de grandes establecimientos comerciales, informe del cumplimiento de los criterios de instalación establecidos en el **artículo 29** de este Plan -Criterios ambientales, criterios de acceso e infraestructura y criterios urbanísticos- al margen de la necesidad o no de un instrumento de planeamiento habilitante

El presente informe se refiere exclusivamente a los puntos 2 al 4 (ambos inclusive) del mencionado artículo 41.1.f, tomando como referencia para ello los indicadores comerciales objetivos que la ley contiene en el **anexo 2**: áreas comerciales y zonas básicas de comercio: indicadores básicos, en su **anexo 3**: tabla de síntesis: el equipamiento comercial de Castilla y León por zonas básicas de comercio, el **anexo 4**: valoración de los efectos de los establecimientos sujetos a licencia comercial y el **anexo 5**: tabla de cálculo: valoración de los efectos socioeconómicos de los establecimientos comerciales por zonas básicas de Comercio. Y valorando por otra parte los diversos

aspectos recoge la ley, entre otros, en sus artículos **23.1**, **25.2.b**, **28.b** y **28.d**; una valoración que nos ha llevado a constar la idoneidad del emplazamiento para el nuevo centro comercial propuesto por Geinsol, a la vista de las expectativas de crecimiento residencial ya confirmadas, de la diversidad funcional que recomienda la ley de Equipamientos Comerciales y que en cierta medida exige el PGOU de Valladolid 2004.

Además de los artículos señalados se ha hecho un análisis de una cuestión a la que ciertamente se presta poca atención en el Plan Regional de Ámbito Sectorial de Equipamiento Comercial de Castilla y León, como es la demanda comercial; una variable que medida en función del incremento demográfico de la ciudad no tendrá un efecto inmediato apreciable en el actual equilibrio, dado que no se espera ni a corto ni a medio plazo un espectacular crecimiento de la población; pero si se espera en cambio una **redistribución** de la misma, ya que el potencial de los nuevos planes parciales del este de la ciudad y de las áreas homogéneas del mismo sector, así como el crecimiento esperado de los municipios del norte noreste –Santovenia, Cigales y Cabezón-, asegura una radicación de los efectivos más dinámicos y con cierto poder de compra en el este de Valladolid, en el entorno del nuevo centro comercial.

Todo ello nos lleva a concluir, como demostraremos en el informe, que, estando pendiente una reforma de la legislación en materia de comercio para acomodarla a la nueva directiva de Servicios de la UE, que eliminará los obstáculos a la concurrencia para dar más valor a otro tipo de impactos de tipo urbanístico y que la ley castellano leonesa ya supo anticipar, de todas las expectativas abiertas en materia de dotación comercial para los próximos años, la que nos ocupa es sin duda la que reúne mayor número de cualidades al menos por las siguientes razones¹.

1.- Porque viene a **regenerar** un sector de la ciudad tradicionalmente postergado en los proyectos de desarrollo y reforma urbanos.

¹ Nuevo criterio en las licencias tras el adiós a las moratorias
http://www.cincodias.com/articulo/empresas/Industria/impulsara/competencia/sector/comercio/cdscdi/20051024cdscdiemp_7/Tes/

2.- Porque se enclava en un sector –el este- en el que las **carencias comerciales-dotacionales son muy altas** en relación a otros sectores de la ZBC y especialmente del entorno o alfoz de Valladolid.

3.- Porque, como ya ha sucedido con el centro comercial Vallsur, al finalizar el siglo pasado, su presencia contribuirá a **dinamizar el proceso urbanístico-constructivo** que desembocará en la formación de un nuevo barrio de dimensión superior a los nuevos barrios del sur –Parque Alameda, Paula López, Villas Sur, El Pato etc...-, más compacto y por lo tanto más el línea con los nuevos postulados favorables al desarrollo de la ciudad compacta y sostenible frente a la ciudad dispersa y extremadamente cara dominante en el sur.

4.- Porque la estructura de actividad que se propone y la tipología de establecimientos –pequeño comercio tradicional y medianas superficies especializadas- que tendrán cabida en él, **contribuirá a la creación de empleo** en el sector comercial en una cifra que estará en el entorno de los 600 trabajadores directos y no menos de 300 indirectos.

5.- Y, finalmente, porque en consonancia con ese nuevo y más sostenible paradigma, el nuevo centro comercial se inserta y **completa tramas** en un sector en el que **lo dominante será la diversidad funcional**, la equilibrada mezcla de usos residenciales e industriales, y de equipamientos educativos y comerciales que, junto a las extensas zonas verdes y espacios públicos previstos, aseguren el salto de calidad que la población del este de la ciudad tradicionalmente ha demandado.

Con esta dotación se da cumplimiento por otra parte a lo dispuesto en el Título I, Artículo 3, apartado c que señala que el Plan Regional de Ámbito Sectorial de Equipamiento Comercial de Castilla y León –y por extensión todas las acciones de él derivadas- tiene como fin *“lograr el **necesario equilibrio** de la oferta comercial presente y futura, tanto en la estructura comercial existente como dentro de la **libre competencia** que ha de presidir el mercado.”*

Valladolid, Noviembre 2006

1.- Cumplimiento de lo dispuesto en los artículos 23, 25 y 28 del Plan Regional de Ámbito Sectorial de Equipamiento Comercial de Castilla y León: los desequilibrios territoriales de la actual oferta en la ZBC de Valladolid y la oportunidad del proyecto para subsanar la infradotación del este de la ciudad.

En lógica consonancia con el artículo 24 de la Ley 16/2002, de 19 de diciembre, el Plan Regional de Ámbito Sectorial de Equipamiento Comercial de Castilla y León tiene entre sus fines el logro de una adecuada y correcta distribución territorial de los establecimientos comerciales, así como “*alcanzar el necesario **equilibrio de la oferta comercial presente y futura, tanto en la estructura comercial existente como dentro de la libre competencia que ha de presidir el mercado***”.¹ Un equilibrio que a tenor de lo dispuesto en diversos artículos del mencionado plan ha de entenderse en una doble vertiente: la puramente **económica** y la **espacial**, considerando que, en el primer caso, los nuevos emplazamientos sujetos a licencia autonómica no debe generar efectos negativos en la estructura comercial de la zona y en particular sobre el pequeño comercio (**art. 23.1**) y que en el segundo caso deben primar criterios relacionados con la capacidad de los nuevos establecimientos para “*revitalizar zonas urbanas no integradas próximas*” (**art. 25.2.b**), o con las “*ubicaciones que completen tramas ya existentes y a las que colmaten los espacios intersticiales urbanos frente a aquellas ubicaciones que creen procesos de extensión discontinua exteriores a los núcleos*” (**art. 28.b**)

En lo más inmediato, el artículo **28.d** señala que “*se evitará una localización excesivamente focalizada de establecimientos sujetos a licencia comercial que incida negativamente en la estructura funcional del municipio; para ello el planeamiento urbanístico velará porque la instalación del equipamiento comercial se desarrolle en el marco de estrategias de mezcla*

¹ Decreto 104/2005, de 29 de diciembre, por el que se aprueba el Plan Regional de Ámbito Sectorial de Equipamiento Comercial de Castilla y León. BOCyL, 30 Diciembre 2005. Suplemento 1 al nº 251.

equilibrada de usos y actividades compatibles, tanto en áreas urbanas de nuevo desarrollo como en las ya existentes, fomentando también dicha diversidad en los entornos de los nuevos establecimientos sujetos a licencia comercial.

1.1.- Los desequilibrios territoriales de la actual oferta en la ZBC de Valladolid y la oportunidad del proyecto para subsanar la infradotación del este de la ciudad y de la ZBC de Valladolid

En la valoración de las propuestas de implantación de cualquier tipo de equipamiento se tiene en cuenta, se debe tener en cuenta, no sólo la situación presente, sino la **situación futura en la que la propuesta tendrá todo su sentido**. En consonancia con esta lógica operativa, y en coherencia con las previsiones del planeamiento urbanístico, los viejos y nuevos barrios del este de Valladolid tienen, por agravio histórico, y por peso demográfico esperado -cerca de 19.000 nuevas viviendas sólo en sectores asumidos y sin desarrollar en suelo urbanizable delimitado del PGOU 2004-, una fundada expectativa de alcanzar, por fin, el equipamiento comercial varias veces anunciado y hasta ahora siempre frustrado. Por otra parte, el peso de la población de la ciudad en la Zona comercial de Valladolid es de tan naturaleza que, por lógica y rentabilidad, los grandes equipamientos acabarán emplazándose en ella, por lo que, asumido este principio, no cabe duda de que la opción más razonable no es otra que optar por aquella implantación que procure una mejor equilibrio del espacio –la ciudad- receptora de todos los flujos de su entorno, de la ZCB, del área Comercial de Valladolid e incluso, según sea el tipo de equipamiento, de toda la Región.

Partiendo de estas consideraciones la valoración que puede hacerse de la solicitud de Licencia comercial autonómica en la parcela 26-28 del plan parcial del sector IA-16 Los Santos-Pilarica, que presenta Geinsol, no puede ser sino **muy positiva** no sólo porque el proyecto se localiza en núcleo urbano, por lo que es previsible su contribución a la dinamización de su entorno

próximo y la fijación poblacional en el este de Valladolid, sino también por las siguientes razones.

1.1.a.- El proyecto tiene por objeto inmediato la **dotación comercial de un sector de la ciudad de alto valor estratégico -el este-, tradicionalmente infradotado**. Y la falta de equipamiento comercial se acentuará no sólo con el desarrollo del plan parcial Los Santos-Pilarica, y con la demanda cercana del plan parcial Los Santos II –Sector 50-, sino que también habrá que contar con el próximo desarrollo de las áreas residenciales entre rondas: Residencial Las Arenas –Sector 51- y Conde Reinoso 2 –Sector 52-, cuya densidad y tipología de urbanización-ocupación todavía no está definida. En lo más inmediato, el espacio al que está asociado este equipamiento, el Plan Parcial de ordenación denominado **Los Santos (Pilarica)** afecta a los terrenos del término municipal de Valladolid, en la zona situada en el entorno de la Vereda de Los Santos, situada entre la VA-100, Carretera de Renedo, y el cauce del Río Esgueva, que constituye, con una superficie de 551.072 m², la totalidad del Sector señalado con el nº 16 en el Plan General de Ordenación Urbana de Valladolid. Esta actuación se integra dentro de la trama urbana creada recientemente por otras actuaciones de esta Sociedad en los Sectores de Campo de Tiro, El Pato y La Esperanza, y junto a ellas conforma la gran apuesta municipal por la regeneración de la zona este de la ciudad a la que hoy en día se la suma la iniciativa privada con el desarrollo del Plan Parcial Los Santos II, colindante con el primero².

1.1.b.- A mayor abundamiento, el emplazamiento previsto es, en cierto modo, el **epicentro de las áreas homogéneas de mayor potencial de crecimiento residencial**; en breve será aprobado el desarrollo residencial de las Áreas Homogéneas nº 4 Arroyo Velilla (residencial), nº 5 Páramo de San Isidro (residencial en PGOU) y nº 6 Fuente Amarga (residencial), área esta última ubicada en el borde exterior de la futura Ronda Exterior Este, en la que está prevista la construcción de 8.000 viviendas, momentáneamente paralizadas a

² <http://www.smviva.com/>

la espera de acuerdo entre el Partido Popular y los grupos de la oposición³. En objetivo que se persigue es materializar un propósito y aspiración histórica de la ciudad que clama por equilibrar el crecimiento residencial y terciario respecto a las zonas sur y oeste que han sido las privilegiadas en ambos aspectos en las dos últimas décadas.



Figura 1.- Propuesta base del parque científico de la Uva en Los Santos II

1.1.c.- La instalación del centro comercial Los Santos-Pilarica se desarrolla en un entorno en el que será muy sobresaliente la **mezcla equilibrada de usos y actividades compatibles. (residencial, docente, industrial, terciario I+D+I)**

–**art. 28.d-**. Aseguran este carácter: la proximidad –

apenas a 200 m.- al pequeño enclave industrial de la Cuesta del Tomillo en el que está prevista la instalación de un micro polígono empresarial, la proximidad al Campus Miguel Delibes, de la Universidad de Valladolid, en el que están ubicadas las facultades de Ciencias, la ETS de Ingenieros de Telecomunicación, la ETS de Ingenieros Informáticos, la Facultad de Educación, el Centro de Idiomas de la Universidad de Valladolid, el edificio I+D que aloja los institutos de investigación punteros de la universidad, el Instituto de Oftalmobiología aplicada (IOBA) y la sede del Centro de tecnologías de la Información (C.T.I) e incubadora de empresas –spin off- del Parque Científico de la Universidad de Valladolid⁴.

³ El Partido Popular ha decidido posponer la aprobación del proyecto para la construcción de ocho mil viviendas (el 30% de protección oficial) en el Área Fuente Amarga. El Norte de Castilla, 9 Febrero 2006.

⁴ En coherencia con la estrategia de mezcla de usos que contempla la normativa urbanística y comercial en Castilla y León, el propio plan parcial Los Santos Pilarica reserva nada menos que seis parcelas para la instalación de industria compatible con los usos residenciales. Son las parcelas 18, 22.1, 23.1, 29^a, 29B y 30.

<http://www3.cic.es/demoviva/Ficheros/0/Documentos/plano-situacion-lossantospilarica.jpg>

Parque Empresarial Vereda de Palomares

Propuesta de ordenación del Sector 16 Los Santos-Pilarica de la Sociedad Municipal de Suelo y Vivienda, VIVA, S.L.

Campus M. Delibes

Cuesta de Tomillo

Residencial Las Arenas

E. L. Deportivo Cuesta Tomillo

Bº Belen

Centro Comercial Los Santos-Pilarica

Los Santos-Pilarica

Los Santos II

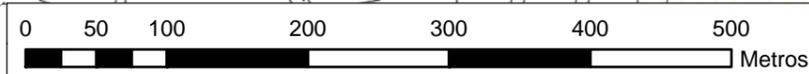
Bº Pilarica

Pajarillos Bajos

- Parcela Centro Comercial
- Manzanas de suelo urbano
- Sectores de Suelo Urbanizable Delimitado
- Áreas Homogéneas de Suelo Urbanizable No Delimitado
- Equipamientos públicos
- Zonas Verdes
- Zonas Peatonales
- Cauces y cursos de agua
- Ferrocarril
- Rondas

Redacción de Informe Técnico para evaluar los criterios de implantación y cumplimiento de los requisitos propuestos por el Plan Regional de Ámbito Sectorial de Equipamiento Comercial de Castilla y León, exigidos para la obtención de segunda licencia para la apertura de un Centro Comercial

© Calderón Calderón, B.; Delgado Urrecho, J. M^a; García Cuesta, J. L.



Departamento de Geografía - Universidad de Valladolid

a

Coadyuvan a esta notable diversidad la ubicación del citado parque científico de la UVA en el contiguo plan parcial de Los Santos II, la consolidación del enclave industrial de Casasola –Sector 30 - y la proximidad al futuro Parque Empresarial de Vereda de Palomares, e Industrial Arenal, a los que se accede de forma directa por el vial paralelo a la vía del fcc. –prolongación del paseo de Juan Carlos I- que salva la barrera urbana de la Ronda Interior. Y confirman el carácter integrado de la industria de futura ubicación en este sector, la adjudicación por parte de la sociedad VIVA, el día 23 de octubre de 2006, de una parcela a la empresa Iralma, un centro industrial para profesionales jóvenes autónomos.⁵

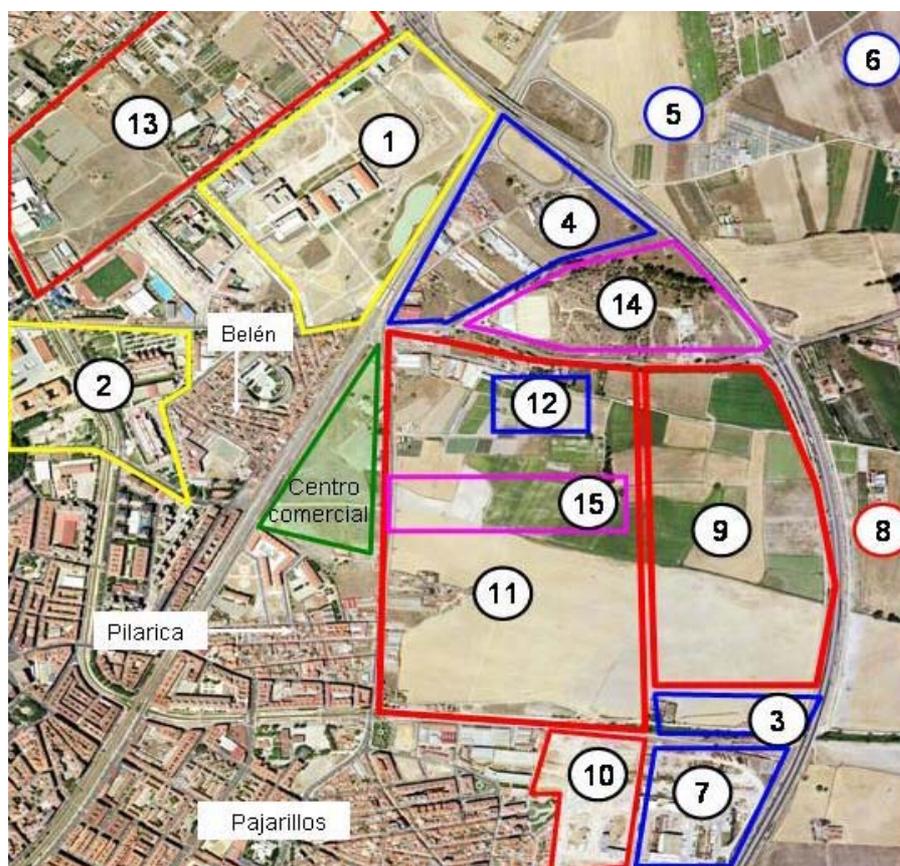


Figura 2.- Una gran diversidad de usos existentes y previstos, tributarios del nuevo Centro Comercial de Los Santos-Pilarica. Fuente: PGOU Valladolid 2004.

1: Campus Miguel Delibes. 2: Campus Esgueva. 3: Parque científico Uva. 4: Industrial Cuesta de Tomillo. 5: Parque empresarial Vereda de Palomares. 6: Industrial Arenal. 7: Industrial Casasola. 8: Residencial Conde Reinoso y Arenal. 9: Plan Parcial Los Santos II. 10: Plan Parcial el Pato y Campo de Tiro. 11: Plan Parcial Los Santos-Pilarica. 12: Industrial-Pilarica 13: Residencial Los Viveros. 14 y 15: áreas verdes

⁵ Viva adjudica 43 parcelas industriales a 29 empresas en cuatro nuevas zonas. El Norte de Castilla. 23-10-2006, pág. 8.

1.1.d.- El proyecto se inserta en un vacío de la trama urbana manifiestamente degradado. No irrumpe por lo tanto en un espacio ocupado o saturado, sino que, al igual que sucedió en la década de los años noventa del siglo pasado con los planes parciales de Parque-Alameda-Covaresa-Villas Sur, El Peral, el Torreón y Paula López, puede constituir –ver figura 2- un **incentivo-atractivo para la más rápida y sistemática edificación-ocupación** de los dos planes parciales de desarrollo más inmediato: Los Santos-Pilarica y Los Santos II. El paralelismo es de tal naturaleza que, al igual que en el sur, la urbanización de Parque Alameda empieza con anterioridad a la construcción del centro comercial, exactamente igual que sucede en los Santos-Pilarica, cuya urbanización ya ha empezado, respecto al centro comercial de nueva construcción.

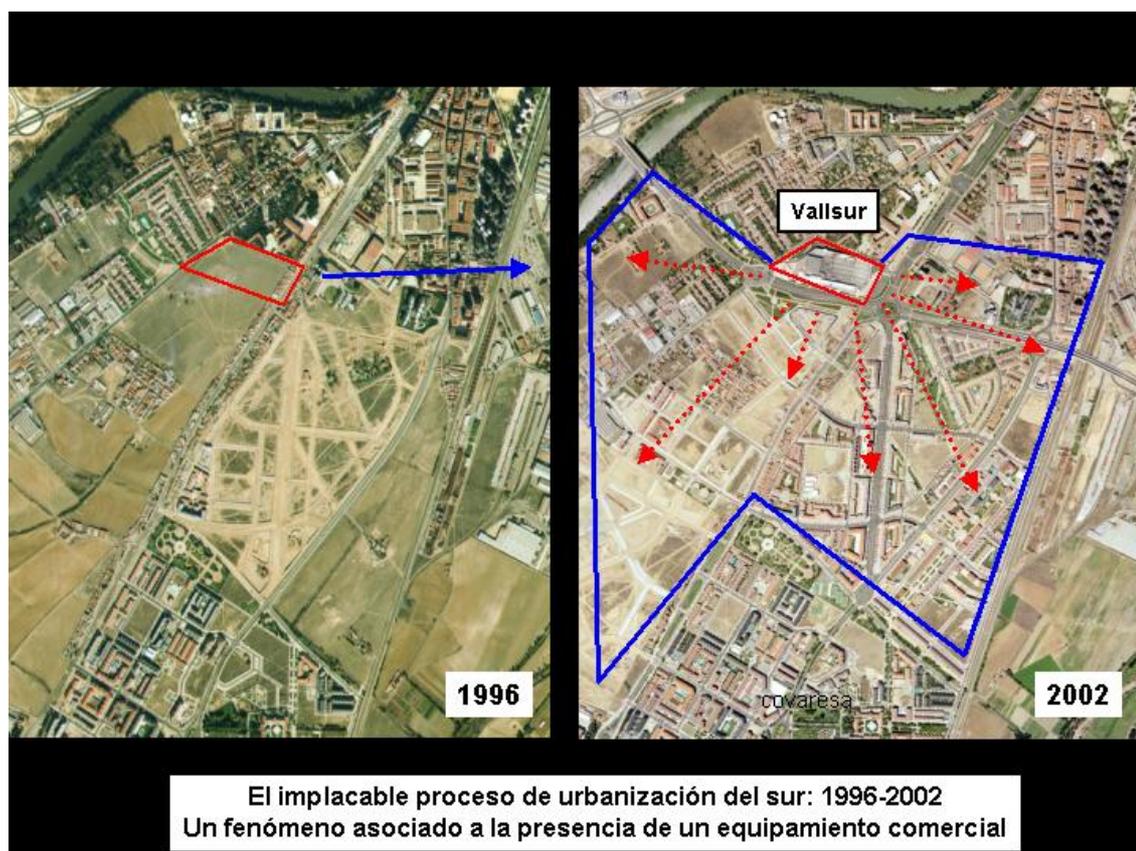


Figura 3.- Transformación del suelo asociada a la presencia de un centro comercial inaugurado en 1998: Vallsur.

1.1.e.- El potencial demográfico y de actividad que el futuro desarrollo de las tres áreas homogéneas citadas representa, unido al fuerte **desarrollo residencial de alguno de los municipios próximos, especialmente Renedo y La Cistérniga**, y en general del este-noreste, pueden justificar la implantación en el Sector IA-16 Los Santos-Pilarica de un centro comercial y de ocio que cubra el déficit de este sector de la ciudad, contribuya a la mejora del paisaje urbano en el mismo y equilibre no sólo la ciudad sino el conjunto de la ZBC de Valladolid.

1.1.f.- Se trata de una propuesta apoyada en **tres características –en realidad carencias- que justifican plenamente la implantación:** en primer lugar porque el nuevo centro se inserta en un espacio de tradicional ocupación residencial que carece de equipamiento comercial –salvo el pequeño comercio de esquina- (barrios de Belén-Pilarica, Pajarillos y Las Flores), en segundo lugar porque se emplaza en un enclave estratégico dentro de las nuevas áreas de crecimiento residencial (planes parciales en el este de Los Santos-Pilarica, Los Santos II, Pato, Campo de Tiro, La Esperanza) para los cuales será referencia dotacional casi exclusiva y en tercer lugar porque la conversión del actual pasillo ferroviario en vía urbana tras el soterramiento contribuirá a la mejorar de la accesibilidad de los barrios allende así como a la cohesión de los viejos y nuevos barrios –planes parciales- señalados⁶.

1.1.g.- Los efectos del soterramiento, contabilizados por las altas **plusvalías que se generen, deben redistribuirse a lo largo de los barrios que durante**

⁶ El Plan Parcial Campo de Tiro fue aprobado con fecha 10/06/1998, el Proyecto de Urbanización se aprueba el 14/04/1999 y el Proyecto de Actuación el 01/1999. Dicho Plan contempla la construcción de 800 viviendas. El Plan Parcial El Pato fue aprobado con fecha 14/09/1999, Proyecto Urbanización aprobado el 13/03/2001 y Proyecto de Actuación aprobado 3/07/2000. Este Plan contempla la construcción de 300 nuevas viviendas El Plan Parcial Los Santos-Pilarica fue aprobado el 2/10/2001 y el proyecto de Urbanización aprobado inicialmente el 13/08/2003. La modificación del Estudio de Detalle APE 20 La Esperanza fue aprobada el 1/07/2003. La Sociedad municipal está tramitando el Proyecto de Urbanización y el Proyecto de Actuación. El Ayuntamiento es propietario mayoritario de los terrenos, aunque está pendiente la formalización de la cesión por parte de la Junta. Está prevista la construcción de 150 viviendas. El Plan Parcial Los Viveros, de iniciativa particular aprobado por el Ayuntamiento de Valladolid el 14/03/2000, el Proyecto de Urbanización fue aprobado inicialmente el 25/07/2002 y se halla pendiente de tramitación el Proyecto de Actuación. Ayuntamiento de Valladolid – VIVA- : *Plan municipal de vivienda y suelo 2004-2007*.

decenios han soportado la vía y no sólo en el suelo liberado por los talleres y nueva estación que sin duda concentrará la mayor parte de los beneficios de la operación ferroviaria en Valladolid. Fomentar el comercio, el desarrollo, de los barrios del este dotándoles de un comercio de escala ciudad-ZBC y mejorar el paisaje urbano del mismo, debería ser absolutamente prioritario para la administración municipal y en la medida que le corresponde regional. NO es admisible, como quieren algunos responsables institucionales que toda la teórica capacidad comercial del plan de equipamientos en la ZBC de Valladolid se concentre en el suelo liberado por los talleres de RENFE, en un área de centralidad y alto estandig, que, por su proximidad al centro histórico y por la sobrefinanciación pública que recibirá para su desarrollo, ya estará suficientemente promocionada⁷. Y no es admisible condenar nuevamente al Este de la ciudad a jugar un papel secundario y marginal en el futuro de la ciudad, incumpliendo, entre otros, los artículos **23.1**, **25.2.b**, **28.b** y **28.d** del Plan Regional de Ámbito Sectorial de Equipamiento Comercial de Castilla y León relativos al equilibrio espacial y revitalización e zonas degradadas.

1.1.h.- La ordenación del nuevo barrio de Los Santos-Pilarica, y dentro de él el nuevo centro comercial, **se inserta adecuadamente en la trama viaria** a través del Paseo Juan Carlos I, siguiendo el trazado actualmente existente, y la prolongación del vial denominado 'Quinta Cuerda', que atraviesa todos los Sectores que se desarrollan al ESE de la ciudad (Florida, Canterac, San Isidro, Campo de Tiro, El Pato, Los Santos-Pilarica y Santos II). Estos viales confluyen paralelamente en la Carretera de Renedo, creando dos puntos de conexión o intersección y, por tanto, de acceso al Sector⁸. El PGOU de Valladolid ya contempla por lo tanto la vertebración de un conjunto de viejos y nuevos barrios del Este que pueden ser inicialmente servidos desde el nuevo centro comercial, si bien por su potencial puede perfectamente operar como equipamiento de escala ciudad y ZBC de Valladolid.

⁷ El soterramiento del ferrocarril generará 72.00 m² de superficie comercial... la misma superficie que fija como tope el plan de comercio de la Junta” Diario de Valladolid-El Mundo. Martes, 31 de octubre de 2006, pág. 5

⁸ <http://www.smviva.com/>

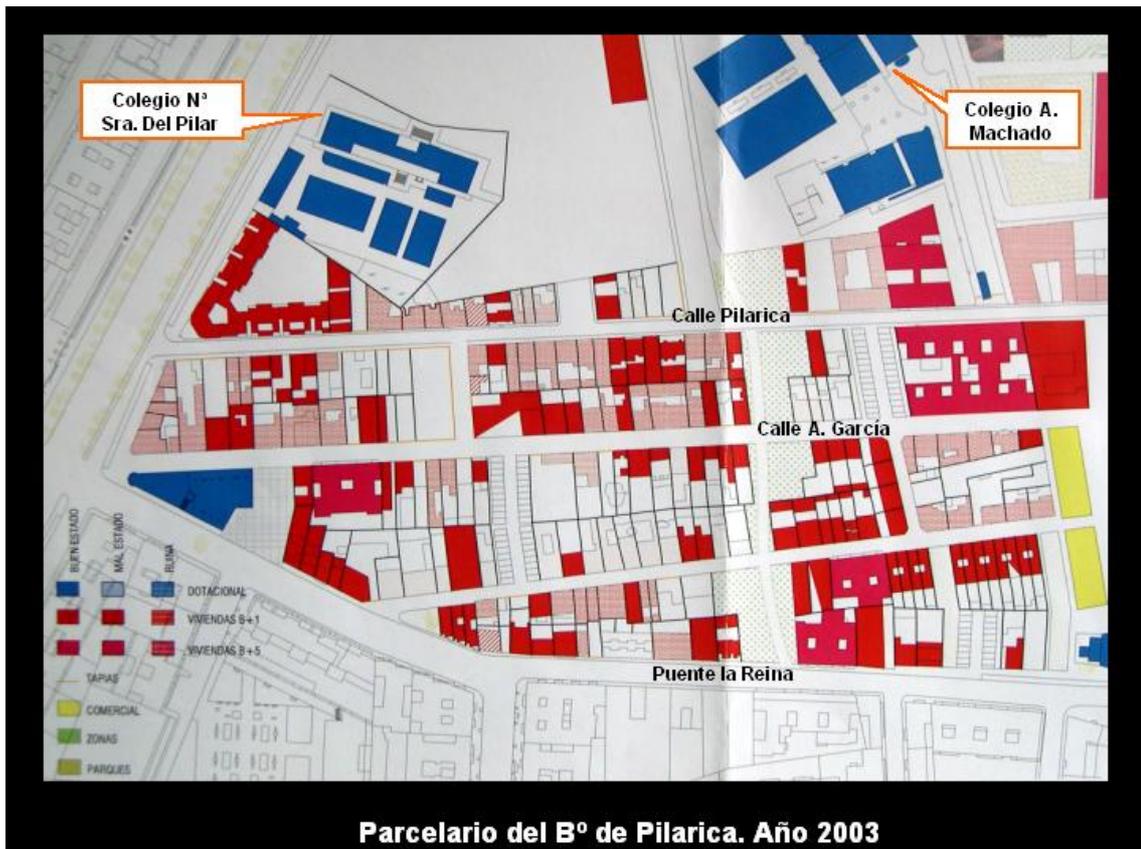


Figura 4.- Casco histórico del viejo suburbio de la Pilarica.: parcelario de principios del siglo XX. Fuente.. Trabajo de campo de la asignatura de Geografía urbana. Curso 2002-03

1.1.i.- El centro contribuirá a la **apertura a la ciudad de un nuevo sector tradicionalmente marginado**. El entorno más cercano al nuevo centro propuesto es el viejo suburbio de La Pilarica, cercado históricamente por tres barreras urbanas: el vía del ferrocarril, el río Esgueva, que hasta la intervención de finales de los noventa fue una auténtica cloaca urbana, y el tramo final del Juan Carlos I en que se apoyaba, de antiguo, una industria mal integrada – almacenes, talleres etc... y que en algunas ocasiones fue un entorno favorable al desarrollo de actividades ilegales como prostitución y tráfico de drogas. Como se puede apreciar en la figura 5, en 2002 todavía permanecía en la trama del barrio histórico de la Pilarica una elevadísima proporción de viviendas de una planta –molineras- en estado de ruina avanzado, inminente, o ya declarada. En consonancia con ello, el barrio de la Pilarica soporta una alarmante carencia dotacional, parcialmente corregida merced a la acción

desplegada por la Asociación de Vecinos e incluso la Parroquia; un fenómeno que se reproduce en el barrio de Pajarillos, en el barrio de las flores (del otro lado de la Ronda Interior, e incluso en los nuevos planes parciales del este, particularmente en el Pato y Campo de Tiro.

1.1.j.- El proyecto de nuevo centro comercial **reproduce un proceso ya desarrollado en la ciudad y resuelto con un notable grado de éxito y eficacia transformadora** desde la apertura del centro comercial Vallsur en 1998. En los últimos años del pasado siglo 1995-2000 se dio un impulso definitivo para urbanizar la llamada zona sur, completando el vacío existente entre el viejo barrio de la Rubia y Covaresa, teniendo como eje un espacio notablemente degradado como era el suburbio de los años cincuenta del siglo XX de la Cañada de Puente Duero. Como se puede apreciar en la figura 6 – ortofoto de la izquierda- en 2002 se había completado o estaba a punto de completarse la ocupación de sectores que representan además un salto de calidad considerable en la estructura urbana de Valladolid: Parque Alameda, Villas Sur, Valparaíso, Piensos Cía, Paula López, El torreón, el Peral, Santa Ana.... Desde cualquiera de ellos puede accederse a pie al centro comercial Vallsur –de formato similar al que se propone para Los Santos-Pilarica, ya que no es preciso emplear un tiempo superior a 10-15 minutos para acceder a él.

Pues bien, reproduciendo este modelo, el nuevo centro comercial está íntimamente asociado al desarrollo residencial del este, tanto al ya iniciado – Los Santos-Pilarica- como a los de próximo desarrollo como Los Santos II, Conde Reinoso, Residencial Arrenal, Viveros etc., que además de contener un mayor porcentaje de vivienda protegida, son proyectos más densos, con mayor número de viviendas y por lo tanto de población en el entorno más inmediato al nuevo centro comercial, que representan el inicio del giro copernicano que la ciudad en general y la de Valladolid en particular debe experimentar en consonancia con las estrategias de movilidad y accesibilidad sostenibles por las que se apuesta en su Agenda Local 21.

Al igual que en el caso de Vallsur, el nuevo centro de la Pilarica ocupa un extremo del nuevo vial de alta capacidad que se va a trazar sobre el actual pasillo ferroviario y da frente a un espacio -el viejo suburbio de Belén- de

similares rasgos paisajístico-tipológicos al de la Cañada de Puente Duero, próximo al centro Comercial Vallsur, en el sur, que en 2006 esta ya a punto de desaparecer por completo.

Se trata en definitiva de dos *vidas paralelas*, separadas por apenas una década, que pueden asemejarse no sólo en la génesis del proceso –ya lo están de hecho- sino también en los resultados, particularmente en lo relativo a la creación de una nueva área de centralidad en un borde urbano necesitado de impulso e integración, lo que sin duda vendrá a redundar en una sustancial mejora del grado y calidad de la ocupación del suelo y paisaje urbano del históricamente degradado borde este de la ciudad de Valladolid

Dos procesos similares

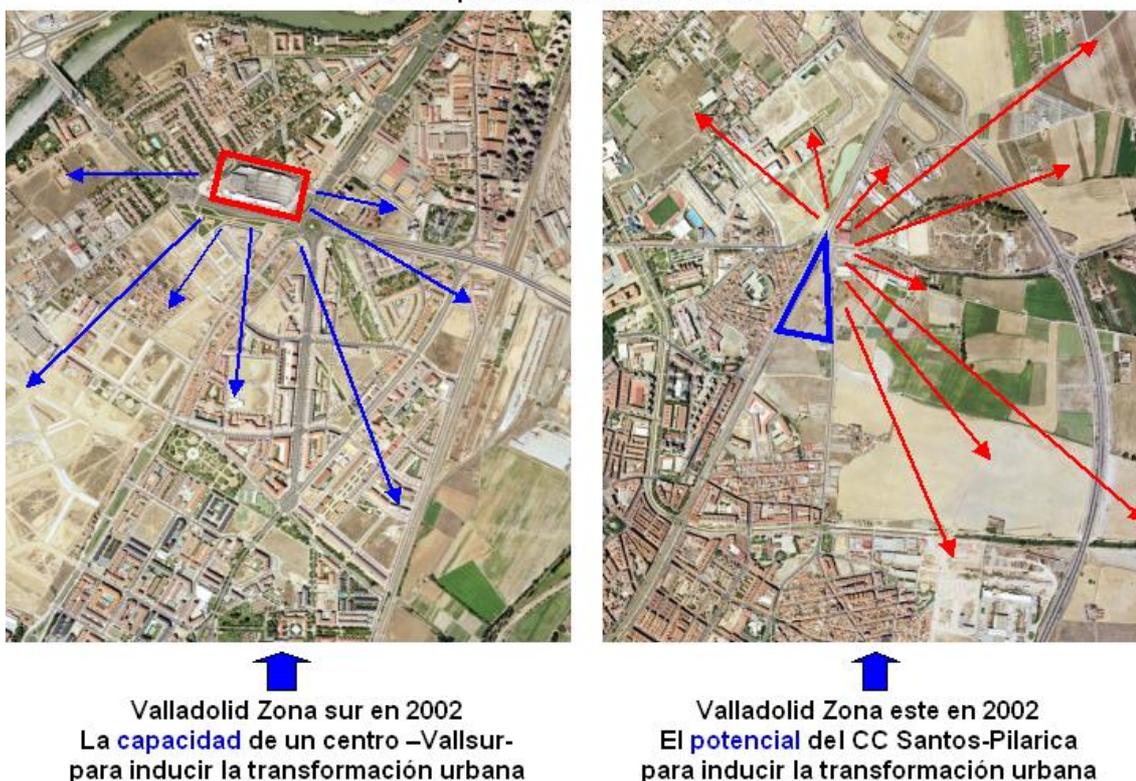


Figura 5.- La sorprendente similitud de dos procesos de desarrollo urbano asociados a la presencia de un equipamiento comercial: Vallsur en el Sur y Los Santos-Pilarica en el este de la ciudad.

1.2.- Equipar el futuro: necesidad de un nuevo centro comercial en los Santos-Pilarica y sectores y áreas homogéneas de mayor desarrollo residencial en Valladolid

La ciudad de Valladolid está registrando de manera continua y desde hace una década –al igual que el resto de los núcleos urbanos españoles-, un importante crecimiento inmobiliario que además de estar suponiendo una fuerte incorporación de suelo urbano, contribuye al aumento hasta el momento indefinido del parque de viviendas cuya dinámica parece que se orienta en cinco direcciones:

- a) en primer lugar, nos encontramos con la creación de nuevas áreas residenciales situadas en la periferia, generalmente desarrolladas a través de la promoción de suelo público, situadas en el sur y este de la ciudad –Campo de Tiro, Los Santos-Pilarica, Los Santos II, Conde Reinoso, Las Arenas, Cenicero, San Isidro, La Florida, San Juan y Valdezoño, Pinar de Jalón, Arcas Reales, Zambrana, Villas Norte y Sur y El Peral- y el desarrollo de antiguos sectores programados –Viveros-
- b) desarrollo y colmatación de antiguos espacios urbanos, como puede ser el caso de Parquesol, El Palero, Villa del Prado –aunque sea de desarrollo reciente-, La Victoria-Puente Jardín o Fuente Berrocal
- c) la creación de nuevas áreas de centralidad a partir de la remodelación de viejos espacios urbanos –Ariza, Azucarera, Cuarteles, CAMPSA, Enertec y Talleres de Renfe-
- d) la remodelación o recalificación de espacios urbanos periféricos – Callejón de la Alcoholera, Cº Viejo de Simancas, Ribera de San Antonio, Subestación La Olma, La Cumbre, Cuesta Las Flores o La Silleta-
- e) la clasificación de importantes paquetes de suelo urbanizable no delimitado (Áreas Homogéneas).

El análisis pormenorizado de todas las actuaciones, siguiendo la clasificación de las figuras de planeamiento en función del ámbito en el que se encuentran, nos permitirá conocer con mayor profundidad las características del mercado de suelo y vivienda, la oferta potencial para los próximos años

tanto de la capital como de los municipios vecinos, y las expectativas de crecimiento futuro.

A tenor de los datos de que disponemos procedentes del Ayuntamiento de Valladolid y de los municipios del alfoz que han contestado a nuestras demandas, y de información dispersa obtenida de medios de comunicación, estudios técnicos de consultoras, bases de datos del Instituto Nacional de Estadística e informes del Ministerio de Fomento, podemos analizar la dinámica de la actividad inmobiliaria de los últimos años, y más concretamente las expectativas de desarrollo de suelo urbanizable donde está previsto el próximo crecimiento urbano y la construcción de las futuras viviendas .

El primero de los aspectos que debemos señalar es el intenso ritmo de producción de vivienda que ha registrado la ciudad de Valladolid en los últimos nueve años, dando lugar a un total de 25,736 viviendas. Y es que si tenemos en cuenta que según datos del propio Ayuntamiento, la ocupación es de 3,4 habitantes por vivienda –a pesar de que el planeamiento municipal considere que el tamaño familiar era de 2,63 hab/viv. en 1997 y de 2,27 hab/viv. en 2003-, se ha construido una oferta para alojar a 87.502 personas, que evidentemente es una cifra muy superior a la demanda prevista de la capital. Pero además, según datos del Plan Director de Vivienda y Suelo 2002-2009 de la Junta de Castilla y León, la demanda del conjunto de la región se cifraba en 47.136 unidades para toda la Comunidad, siendo 28.838 las que corresponderían al conjunto de las capitales de provincia. Una extrapolación de estas cifras a la ciudad de Valladolid nos arrojaría la necesidad de crear unas 8.800 viviendas para todo el periodo –ocho años-, con una media de 1.100 viviendas por año. Pues bien, entre 2002 y 2005, sólo Valladolid capital ha puesto en el mercado una cantidad muy superior a las previsiones de todo el periodo –11.315 viviendas-, a las que hay que añadir la oferta de todos los núcleos de la periferia.

El actual Plan General de Ordenación Urbana de 2004, resultado de la necesidad de adaptarse a la Ley 5/99, de 8 de abril, de Urbanismo de Castilla y León, distingue dentro del suelo urbano entre el suelo urbano consolidado (SUC) y no consolidado (SUNC), y dentro del urbanizable se considera el delimitado (SUD) y no delimitado (SUND). En este análisis vamos a centrar

nuestra atención en el suelo urbanizable delimitado, en el no delimitado y en el urbano no consolidado, puesto que en ellos tienen cabida las actuaciones más relevante en materia de vivienda y las que se pueden desarrollar en un futuro. Un análisis pormenorizado de cada una de las actuaciones en curso y de aquellas que se encuentran en una fase de desarrollo (aunque sea inicial) de las que hemos podido obtener información fidedigna, nos dará una previsión del futuro crecimiento urbano que se contempla en el actual PGOU .

ACTIVIDAD CONSTRUCTIVA 1997-2005		
Año	Nº licencias	Nº viviendas
1997	125	2226
1998	176	4115
1999	156	2161
2000	183	4032
2001	120	1887
2002	144	2069
2003	112	2781
2004	161	4539
2005	138	1926
Total	1.315	25.736

Cuadro 1: Actividad constructiva en Valladolid (1997-2005)

El primero de los ámbitos a analizar va a ser el suelo urbanizable delimitado, que contempla aquellos sectores programados con anterioridad al PGOU-2004 y que han sido asumidos por éste, y aquellos otros que han sido propuestos por él. De entre los primeros podemos encontrar algunos que se han desarrollado en su totalidad o a falta de una pequeña proporción –como es el caso de Fuente Berrocal, La Victoria-Puente Jardín, Soto de Medinilla, Parquesol, El Palero, Canterac y La Flecha (además de Covaresa, Parque Alameda y Paula López) ; otros que se están desarrollando en la actualidad a un ritmo constante como son los casos de Villa del Prado, El Pato, Campo de Tiro, Zambrana, Villas Norte, Pinar de Jalón, Villas Sur y El Peral; mientras que otros, por diversas circunstancias, apenas se han desarrollado o no han iniciado su actividad. Entre éstos podemos citar La Galera, Viveros, Los Santos (Pilarica), Arcas Reales y Los Doctrinos. En su conjunto, todos estos sectores plantean la posibilidad de construir 29.802 viviendas, de las que ya se han

ejecutado 19.477 (lo que supone un 65,4%), quedando pendientes de construcción otras 10.325, que suponen un 34,6%.

SUELO URBANIZABLE DELIMITADO				
Sector es Asumidos por el PGOU-2004				
Nº Sector	Denominación	Viviendas previstas	Viviendas construidas	Viviendas pendientes
1	Fuente Berrocal	676	616	60
2	La Galera	415	0	415
8	La Victoria	1417	1417	0
9	Soto de Medinilla	289	286	3
12	Viveros	939	0	939
16	Los Santos (Pilarica)	2233	0	2233
18	Villa del Prado	3601	2822	779
19	El Pato	322	287	35
21	Campo de Tiro	800	590	210
22	Parquesol (parte)	11837	10417	1420
23	El Palero	359	302	57
25	Canterac	845	702	143
29	Zambrana	650	376	274
32	La Flecha	107	99	8
34	Arcas Reales	1032	0	1032
36	Villas Norte	487	153	334
38	Pinar de Jalón (mixto)	1465	680	785
41	Villas Sur	499	337	162
42	El Peral	1749	393	1356
47	Los Doctrinos	80	0	80
Totales Sector es Asumidos		29.802	19.477	10.325
Sector es sin desarrollar				
4 bis	Cenicero	416	0	416
5	Ctra. Burgos (mixto)	567	0	567
13	Conde Reinoso	1145	0	1145
24	San Isidro	394	0	394
26	San Juan y Valdezoño	2725	0	2725
28	La Florida	2058	0	2058
50	Los Santos II	1305	0	1305
51	Residencial Las Arenas	3437	0	3437
52	Conde Reinoso II	3456	0	3456
Totales Sector es sin desarrollar		15.503	0	15.503
TOTALES SUELO URBANIZABLE DELIMITADO		45.305	19.477	25.828

Cuadro 2.- Suelo Urbanizable Delimitado. Valladolid.

A estos sectores asumidos, debemos añadir la propuesta de desarrollo de otros nueve sectores en los que se pretenden construir otras 15.503 viviendas, hasta alcanzar un total de 45.305 viviendas en suelo urbanizable que ya se encuentra en fase de desarrollo urbanístico muy avanzado. Por tanto, y a pesar de que la actividad constructiva en Valladolid en los últimos años ha sobrepasado con creces las estimaciones de necesidad de vivienda para los próximos años, hasta la actualidad solo hemos producido un 43% de las viviendas propuestas, quedando todavía 25.828 viviendas (un 57%) por desarrollar con el suelo que ya tenemos programado.

A todas las anteriores debemos añadir aquellas propuestas de desarrollo de suelo urbano no consolidado que vienen a colmatar los espacios intersticiales que han ido quedado, de forma residual o interesada, en el marco de la anterior delimitación de suelo urbano. En este caso, el desarrollo es más heterogéneo y la información disponible está muy condicionada por los diferentes niveles de desarrollo o ejecución en los que se encuentra cada ámbito. A tenor de los datos que nos han suministrado, podemos cuantificar entre 3.736 y 4.188 las viviendas inicialmente previstas en éstas Áreas de Planeamiento Específico, pero debemos tener en cuenta que todavía hay varias que están iniciando las gestiones y que por lo tanto esta cifra puede incrementarse sustancialmente.

Tampoco hemos considerado los futuros desarrollos urbanísticos derivados de la llegada del tren de alta velocidad a Valladolid y que llevarán aparejado el cambio de calificación para el suelo ocupado por los Talleres de RENFE –480.000 m²– y los Talleres de Argales –otros 90.000 m²–, que servirá para financiar una parte de las obras del soterramiento de las vías a su paso por la ciudad y de la urbanización de los terrenos liberados por el actual trazado ferroviario, y que según algunas estimaciones darán lugar a otras 2500 viviendas.

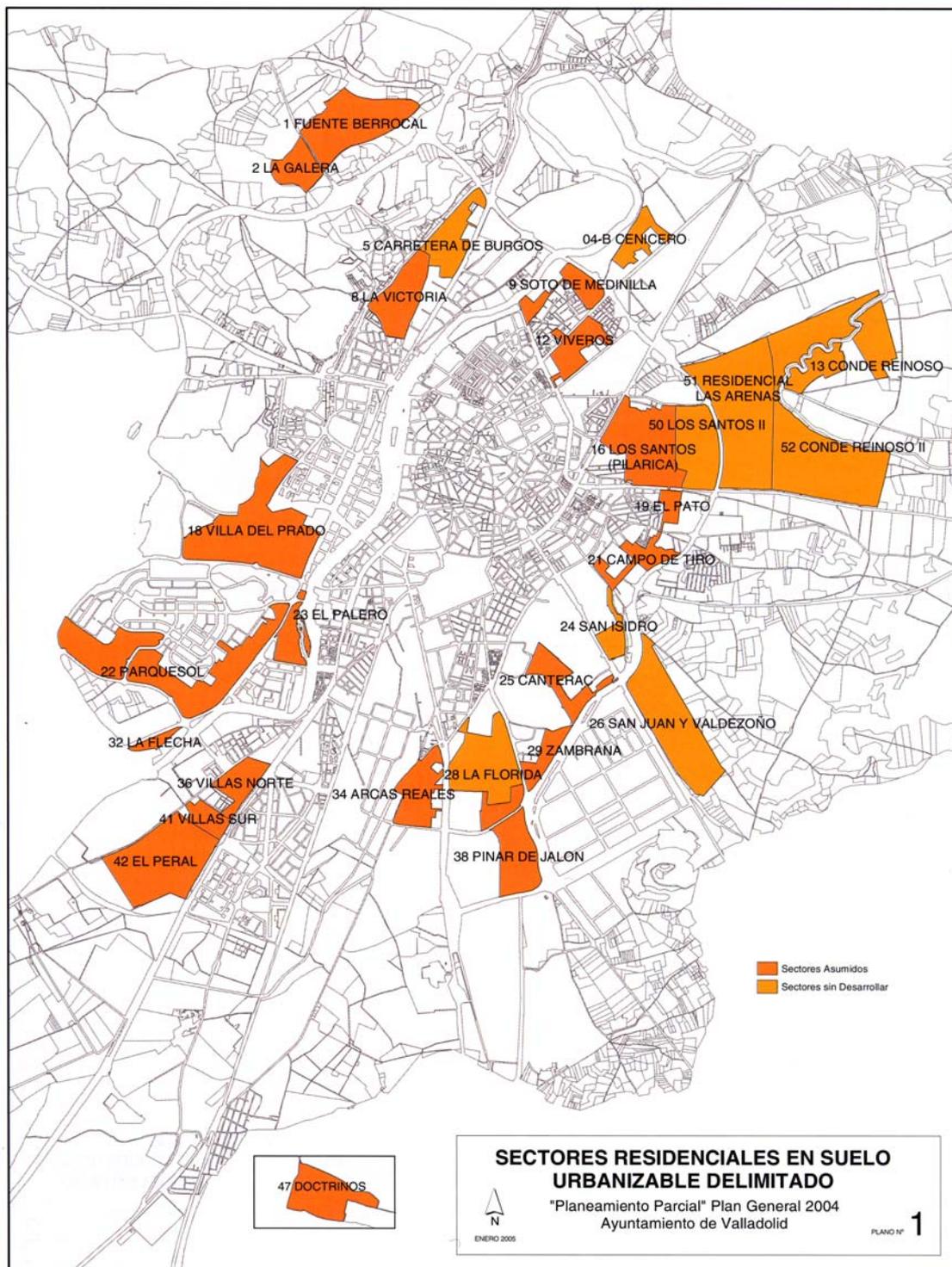


Figura 6.- Suelo Urbanizable Delimitado. Valladolid.

Por tanto, y a tenor de los datos anteriores, la ciudad tiene dispuesto suelo apto para la construcción de 32.516 viviendas en los próximos años. Esto supone que sumadas a las 25.736 que se han construido en los últimos nueve años,

nos resultará una oferta de 58.252 unidades si algún día llegan a desarrollarse en su totalidad, lo que supondrá una capacidad de acogida de entre 151.455 y 198.056 habitantes (oscilando entre una amplia horquilla de 2,6 y 3,4 habitantes por vivienda), lo que parece a todas luces extremadamente sobredimensionado para las previsiones de crecimiento de la población de nuestra ciudad.

SUELO URBANO NO CONSOLIDADO		
Áreas de Planeamiento Específico (APE) PGOU-2004		
Nº APE	Denominación	Viviendas previstas
4	Margen W Canal Castilla	
5	Cañada de Villanueva	200
7	La Maruquesa	110
10	La Cumbre	260
13	Avda. Valle Esgueva	
18	Almacenes Cámara	238
19	Subestación La Olma	293
20	La Esperanza	150
21	Cuesta de las Flores	
22	La Silleta	278
25.1	Ariza (CICOVA)	448-900
25.2	Campsá	212
32	Callejón de la Alcoholera	106
33	Cº Viejo de Simancas	
34	Pinar de Villanueva	
36	Pinar de Villanueva	
46	Azucarera Santa Victoria	333
47	Enertec Residencial	
57	Esgueva – Los Santos	
58	Ribera de Santo Domingo	168
59	Cuarteles Artillería y Conde Ansúrez	940
Total viviendas previstas		3736 - 4188

Cuadro 3 .- Suelo urbano no consolidado áreas de planeamiento específico (APE) PGOU-2004⁹

Es más llamativa aún la propuesta de desarrollo urbanístico para los grandes paquetes de suelo urbanizable no delimitado que quedan dentro del término municipal. Con excepción de aquellas áreas de especial protección y

⁹ No se han incluido las 8 APE's correspondientes a Puente Duero, ni las que ya se han ejecutado en su totalidad

que por tanto se consideran no urbanizables, el resto del municipio es potencialmente urbanizable tanto para uso residencial como industrial –además de los usos dotacionales y sistemas generales que contempla el planeamiento para cada ámbito–. Según la Memoria del PGOU “la finalidad a que responde el establecimiento de la categoría de Suelo Urbanizable No Delimitado, no es otra que la de facilitar el aumento de la oferta de suelo, haciendo posible que todos los terrenos que todavía no se han incorporado al proceso urbanizador, y en los que no concurren razones para su preservación, puedan considerarse como susceptibles de ser urbanizados. Éste es el objetivo perseguido tanto por la Ley Estatal como por la Autonómica, y, expresada en los términos de la Exposición de Motivos de la primera de ellas, debe enmarcarse en el proceso de liberalización del suelo iniciado en 1997. Se traduce, en sus efectos prácticos, en la atribución a los propietarios de esta categoría de suelo del derecho a promover su transformación, previo cumplimiento de las condiciones y requisitos establecidos por el Plan General, o en su defecto por la Comunidad Autónoma. (...) Se puede entender así que en el Plan se clasifiquen grandes superficies de terrenos como Suelos Urbanizables No Delimitados, con independencia de que el análisis efectuado de la realidad demográfica, económica, urbanística etc., permita concluir, con escaso margen de error, su innecesariedad (sic) dentro del horizonte temporal propio de un Plan General” .

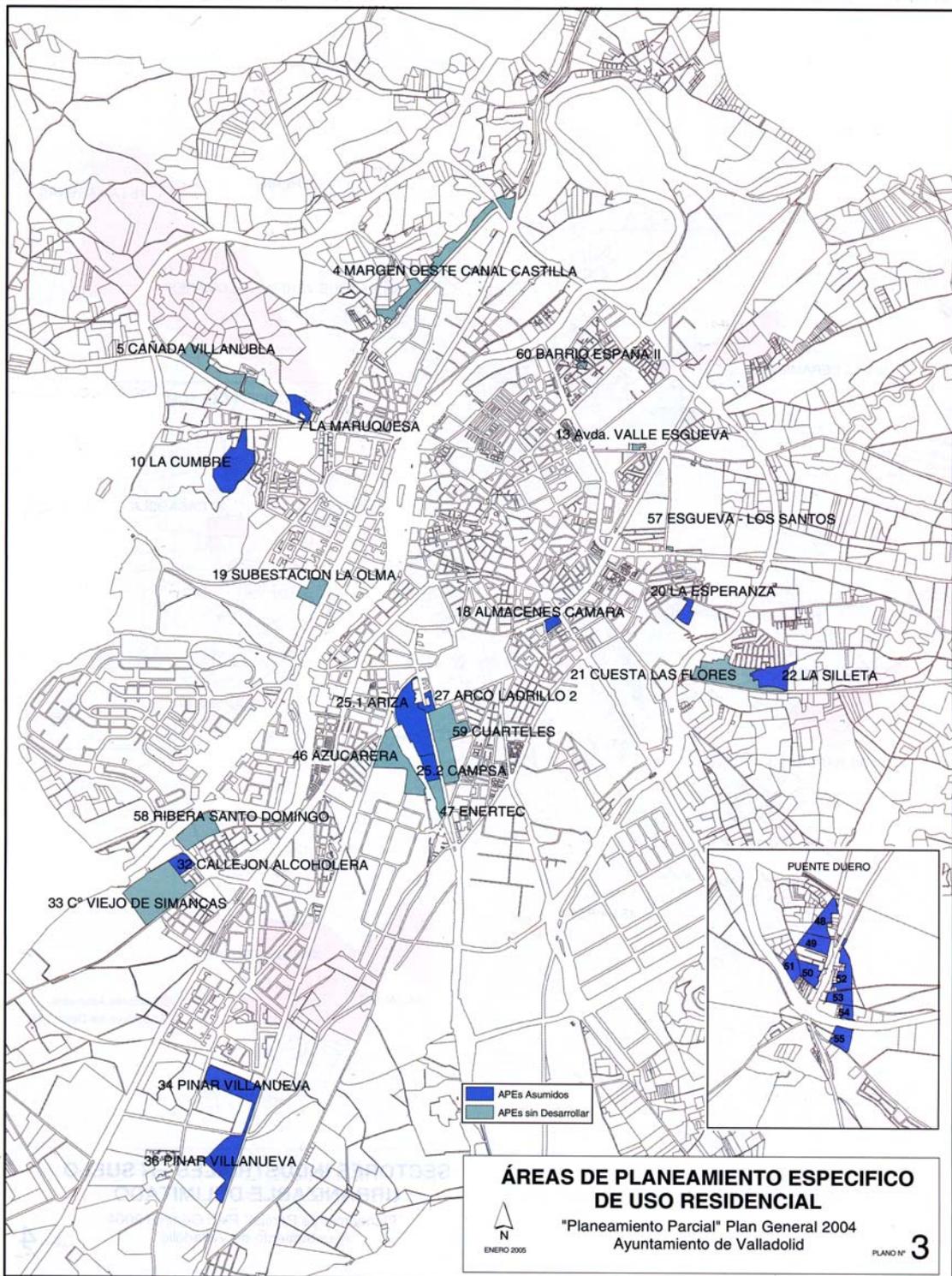


Figura 7.- Áreas de planeamiento específico (APEs) de uso residencial PGOU Valladolid. 2004.

SUELO URBANIZABLE NO DELIMITADO					
Áreas Homogéneas PGOU-2004					
Nº A.H.	Denominación	Superficie (Ha.)	Uso Predominante	Edificabilidad	Viv. previstas (aprox.)
1	Prado Palacio	614,99	Residencial CJ	0,36 m ² /m ²	15000
2	Las Cañadas	337,30	Residencial CJ	0,36 m ² /m ²	8000
3	La Lámpara	69,60	Residencial	0,36 m ² /m ²	1600
4	Arroyo Velilla	221,14	Industrial	0,50 m ² /m ²	- -
5	Páramo San Isidro	287,95	Residencial	0,50 m ² /m ²	4000
6	Fuente Amarga	318,73	Residencial	0,50 m ² /m ²	6000
7	Las Riberas	365,95	Residencial CJ	0,36 m ² /m ²	8500
8	Los Argales	362,75	Residencial CJ	0,36 m ² /m ²	8500
9	La Vega	95,83	Residencial	0,50 m ² /m ²	1500
10	Valdechivillas	311,97	Residencial	0,50 m ² /m ²	4500
11	Palacio-Berrocal	152,43	Residencial	0,50 m ² /m ²	2000
12	La Varga-Berrocal	102,95	Industrial	0,50 m ² /m ²	- -
13	Navabuena	85,65	Industrial	0,50 m ² /m ²	- -
14	La Mangadilla	37,23	Residencial CJ	0,36 m ² /m ²	900
15	Zamadueñas	10,86	Industrial	0,50 m ² /m ²	- -
Total viviendas previstas en el desarrollo de A.H. Residenciales					60.500

Cuadro 4.- Suelo Urbanizable NO Delimitado. Áreas Homogéneas. Valladolid.

Como podemos observar en la tabla anterior, el PGOU-2004 propone quince nuevas Áreas Homogéneas de suelo urbanizable no delimitado, de las que cuatro son netamente industriales, cinco con una ocupación residencial preferente de ciudad jardín, y el resto de uso mixto con predominio del residencial. En su conjunto se trata de 3.375,33 Has. (según datos del PGOU son 3.342 Has) que podrían dar lugar a la construcción de 60.500 viviendas aproximadamente. De todas éstas Áreas Homogéneas, por el momento solo parece que Páramo de San Isidro y Fuente Amarga, en el entorno del emplazamiento previsto para los nuevos talleres de RENFE, y Palacio-Berrocal, han comenzado algunas gestiones para su futuro desarrollo.

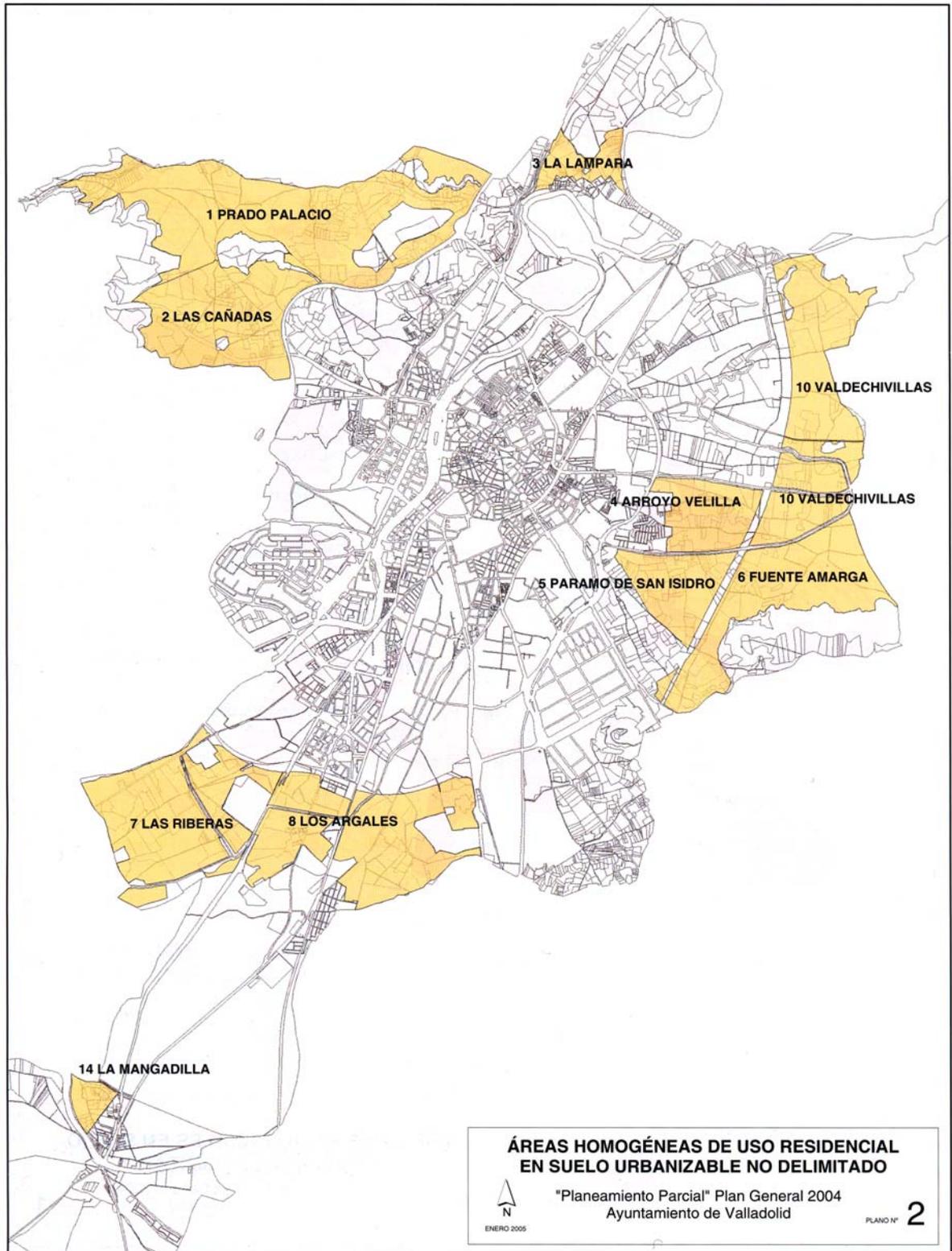


Figura 8.- Áreas homogéneas de uso residencial en suelo urbanizable no delimitado. PGOU Valladolid. 2004.

Evidentemente, se trata de una oferta de suelo que sobrepasa con creces no solo las necesidades reales de crecimiento de la ciudad, sino de la capacidad de producción de vivienda del sector inmobiliario y absorción por parte del mercado. Se trata, por tanto, de una oferta de suelo que pretende facilitar el proceso urbanizador a los promotores inmobiliarios, aumentar la oferta para que el precio del suelo no siga subiendo y, sobre todo, poner el mercado suelo suficiente que entre en competencia con la oferta de los municipios próximos a la capital. Sin embargo, a nuestro juicio, estas pretensiones no se van a producir como se plantea. Por un lado, la abundancia de suelo clasificado como urbanizable no garantiza que su desarrollo sea fácil y rápido. La estructura de la propiedad del suelo –dependiendo de lo fragmentado o no que se encuentren determinados sectores propuestos para su desarrollo– está en la base de los primeros problemas que deben afrontarse cuando se pretenden iniciar procesos de desarrollo urbano.

Por otro lado, podemos comprobar cómo a los largo de los últimos años –al menos analizando los datos del periodo intercensal 1991-2001– podemos comprobar que el resto de los municipios del alfoz se han lanzado también a una importante producción de suelo. El incremento del número de viviendas construidas en ellos es ciertamente importante, suponiendo, en su conjunto, algo más de un tercio de las que ofrece la capital de Valladolid. Y es que, algunos municipios de la periferia, como es el caso de Arroyo-La Flecha, La Cistérniga o Laguna de Duero, han registrado unos desarrollos inmobiliarios muy destacados. El caso de Laguna de Duero es diferente a los demás por tratarse de una pequeña ciudad con una dinámica propia, y por tanto, el crecimiento registrado responde en buena medida a su propia dinámica de crecimiento, si bien es cierto que está directamente inducida por la capital.

Los casos de Arroyo y La Cistérniga responden, sin embargo a una apuesta que han emprendido ambos municipios por buscar una forma de crecimiento rápido, en franca competencia con la capital, que se ha basado en la promoción de suelo urbanizable en cantidad suficiente como para generar un mercado apetecible a los promotores al encontrar cantidad suficiente y precio competitivo en unas condiciones favorables para realizar el desarrollo urbanístico en unos plazos razonables, como así se ha demostrado. Una

dinámica algo diferente la muestra Tudela de Duero, que ha experimentado también un crecimiento importante en los últimos años, a pesar de no encontrarse tan próxima a la capital, pero a la que ha beneficiado claramente el desdoblamiento de la carretera nacional N-340 justo hasta esa localidad, y al atractivo que el municipio siempre ha representado para los residentes en Valladolid.

Viviendas construidas 1991-2001	
47007-Aldeamayor de San Martín	375
47010-Arroyo de la Encomienda	1565
47023-Boecillo	552
47027-Cabezón de Pisuerga	438
47044-Castronuevo de Esgueva	41
47050-Cigales	921
47051-Ciguñuela	25
47052-Cistérniga	1186
47066-Fuensaldaña	253
47071-Geria	52
47076-Laguna de Duero	3493
47111-Pedraja de Portillo (La)	114
47133-Renedo de Esgueva	223
47161-Simancas	943
47175-Tudela de Duero	1151
47182-Valdestillas	96
47186-Valladolid	21475
47193-Viana de Cega	298
47217-Villanubla	200
47218-Villanueva de Duero	104
47231-Zaratán	441
TOTAL	33946

Cuadro 5.- Viviendas construidas en el alfoz de Valladolid entre 1991 y 2001

Y es que la promoción inmobiliaria de los núcleos del alfoz registrada en estos últimos años, debe ser considerada en toda su magnitud por la importancia que ha tenido en el crecimiento de sus volúmenes de población, y en el lento incremento –incluso descenso en algunos momentos– de la población de la capital. Ésta se explica por la inicial diferencia de precio de la vivienda a favor de los núcleos periféricos, motivada por la menor incidencia del valor de repercusión del precio del suelo sobre el precio final de la vivienda, que hacía más competitivos éstos productos que los que se estaban ofreciendo en aquél momento en la capital. De este modo, fueron principalmente las parejas jóvenes las que accedieron a este tipo de viviendas y las que se trasladaron a vivir a los núcleos periféricos. Su menor nivel de rentas les

impedía el acceso a una vivienda digna en la capital y por tanto tomaron la decisión de empadronarse en otro municipio. Los datos que muestran las tablas y gráficos siguientes, muestran claramente este proceso y la intensidad con la que se ha producido.

Los siete municipios de los que disponemos de información fiable, tienen una previsión de construcción de casi 33.000 nuevas viviendas, lo que viene a suponer una tasa de crecimiento esperada de entre 80.000 y 115.000 personas. A ellas deben añadirse los crecimientos planificados para el resto de los municipios, por lo que podemos concluir que se trata de una propuesta sobredimensionada que no responde, de modo alguno, con una demanda real de vivienda. Una primera aproximación a estos datos, aunque sea de forma poco rigurosa, nos muestra el exceso de oferta con el que nos encontraremos en los próximos años: si a estas 33.000 viviendas le sumamos otras 7.000 que pueden proponer el resto de los municipios del alfoz, y las 30.000 que actualmente tiene programadas la capital, nos encontraremos con 70.000 nuevas viviendas que podrían albergar a una población de entre 170.000 y 240.000 habitantes. Para terminar con esta elucubración, sólo cabría añadir las 60.500 viviendas que se pueden llegar a construir sobre las Áreas Homogéneas de suelo urbanizable no delimitado que se proponen en la capital.

¿En alguna ficción posible puede parecer verosímil que Valladolid y su alfoz puedan incorporar otros 400.000 habitantes? A tenor de todo lo expuesto en los apartados anteriores, la situación del mercado de suelo y vivienda pasará a una nueva etapa que no mostrará los mismos aspectos y tendencias que la actual. Todo parece indicar que nos encontramos en el principio de un cambio de ciclo que vendrá marcado por una saturación del mercado de la vivienda, con un parque inmobiliario sobredimensionado y en el que la oferta de suelo y vivienda sobrepasa con creces la capacidad de ocupación de la población. Una población que aunque está previsto que crezca en los próximos años, no lo hará en cantidad suficiente como para ocupar todas las viviendas construidas.

Viviendas en ejecución y previstas en nuevos desarrollos en algunos núcleos del alfoz	
Municipio	Nº de viviendas
Aldeamayor de San Martín	6070
Arroyo – La Flecha	12546
Boecillo	3095
La Cistérniga	4700
Laguna de Duero	3255
Villanueva	1700
Zaratán	1600
Total viviendas en ejecución y previstas	32.966

Cuadro 6: Viviendas en ejecución y previstas en nuevos desarrollos en algunos núcleos del alfoz

La provincia todavía puede aportar algún contingente de población a la capital y los pueblos de la periferia; la llegada del AVE puede frenar la marcha de población a Madrid –no estamos tan seguros de que consiga devolver a la capital algunos de los que se fueron hace unos años-; y la llegada de inmigrantes todavía se espera que sea creciente en los próximos años, nada parece indicar, por el contrario, que en su conjunto aporten un volumen de población suficiente como para ocupar todas las viviendas que se han construido y se están construyendo en estos años.

1.3.- Conclusiones. Un entorno de intenso crecimiento residencial: Adecuación a los art. 25 y 28

Una vez analizados los efectos territoriales, queda fuera de toda duda que el centro comercial para el que se solicita la licencia comercial autonómica en la parcela 26-28 del plan parcial del sector IA-16 Los Santos-Pilarica, que presenta Geinsol tendrá un efecto altamente positivo para el conjunto de la ciudad y de la ZBC correspondiente ya que:

1.- Revitalizará zonas urbanas no integradas próximas –art. 25.2.b-, en particular el viejo suburbio de los años sesenta del Barrio de Belén, las tramas resistentes del viejo suburbio de principios del siglo XX del barrio de la Pilarica,

el barrio de Pajarillos, el tramo de conexión con la ronda interior del Camino Viejo de Renedo, la carretera Valladolid-Tórtoles, y los restos del enclave industrial del Camino de Palomares-Cuesta del Tomillo, que a pesar de estar parcialmente desmantelado, todavía conserva alguna empresa –quemadero de grasas- en un entorno especialmente degradado, contaminado y contaminante.

2.- El nuevo centro comercial **contribuirá de forma notable a completar tramas ya existentes y a colmatar el espacio intersticial** generado tras la urbanización ya iniciada del sector 16. Asimismo, se constituirá en nexo de unión y solución de continuidad entre el irregular callejero del barrio de Belén y Pilarica y la trama ortogonal del nuevo plan parcial residencial Los Santos-Pilarica.

3.- Al mismo tiempo *el Centro comercial propuesto por Geinsol no está vinculado a los nuevos e insostenibles procesos de extensión discontinua de la ciudad -art.. 28.b-*, sino que por el contrario **contribuirá notablemente al desarrollo y cohesión de la actividad y vida urbana en un barrio de nueva creación** que surge materialmente soldado al casco ya consolidado de la ciudad y que junto con el Plan Parcial Los Santos II completará la trama urbana hasta el borde interior de la Ronda Interior este.

4.- El nuevo centro comercial se halla en el extremo opuesto a –Vallsur-, un centro comercial de formato similar al de Los Santos-Pilarica que cumplió en su día un papel similar al que ahora se propone: la revitalización urbana y soldado de tramas. Con ello **se evita una localización excesivamente focalizada de establecimientos sujetos a licencia comercial que incida negativamente en la estructura funcional del municipio –art. 28.d-**

5.- La instalación del centro comercial Los Santos-Pilarica se desarrolla en un entorno en el que será muy sobresaliente la **mezcla equilibrada de usos y actividades compatibles. (residencial, docente, industrial, terciario I+D+I) –art. 28.d-**. Particularmente atractiva es la combinación de usos altamente

compatibles –residencial, terciario, industrial I+D+I- como los que inducirá la presencia del parque científico de la Universidad de Valladolid o las parcelas industriales insertas en el plan parcial Los Santos-Pilarica

6.- La propuesta del Centro Comercial en el PP Los Santos Pilarica cumple asimismo con el criterio señalado en el **artículo 47.2**¹⁰ ; al igual que el conjunto del nuevo barrio, se inserta ésta en la trama viaria a través del Paseo Juan Carlos I, siguiendo el trazado actualmente existente, y la prolongación del vial denominado 'Quinta Cuerda', que atraviesa todos los Sectores que se desarrollan al Eje de la ciudad (Florida, Canterac, San Isidro, Campo de Tiro, El Pato, Los Santos-Pilarica y Santos II). El PGOU de Valladolid ya contempla por lo tanto la vertebración de un conjunto de viejos y nuevos barrios del Este que pueden ser inicialmente servidos desde el nuevo centro comercial, si bien por su potencial puede perfectamente operar como equipamiento de escala ciudad-ZBC de Valladolid.

7.- Los efectos del soterramiento, contabilizados por las altas **plusvalías que se generen, deben redistribuirse a lo largo de los barrios que durante decenios han soportado la vía**. Fomentar el comercio, el desarrollo, de los barrios del este dotándoles de un comercio de escala ciudad-ZBC y mejorar el paisaje urbano del mismo debería ser absolutamente prioritario para la administración municipal y en la medida que le corresponde regional.

8.- Consideramos que la cifra de viviendas previstas en el este de Valladolid en suelo urbanizable delimitado en el PGOU 2004 -un 20,4 por 100 en los Sectores asumidos y un 82 por 100 en sectores sin desarrollar- asegura un

¹⁰“...conforme a lo establecido en el artículo 21 de la Ley 16/2002, de 19 de diciembre, se tendrá en cuenta la integración del proyecto presentado en el entorno urbano y su impacto sobre el medio ambiente, así como la incidencia del proyecto sobre la red viaria de la zona y los sistemas de transporte de viajeros, garantizando la adecuación de los flujos de tráfico a los niveles óptimos de utilización de las vías de comunicación” Plan **DECRETO 104/2005, de 29 de diciembre, por el que se aprueba el Plan Regional de Ámbito Sectorial de Equipamiento Comercial de Castilla y León..Art. 47.2**

muy alto potencial de demanda de nueva generación, –18.956 viviendas–, vertebrado por la ronda interior que en pocos años, cuando se construya la ronda exterior-este, verá reforzado su carácter de vía urbana. El porcentaje de vivienda ya construida es todavía pequeño, apenas un 12 por 100, pero los proyectos de construcción de gran parte de los restantes sectores – particularmente Los Santos-Pilarica (16) y en Los Santos II (50) se encuentran en fase muy avanzada y previsiblemente pueden empezar a ocuparse en paralelo a la puesta en uso del centro comercial que propone Geinsol –ver cuadro 7-

SUELO URBANIZABLE DELIMITADO				
Nº Sector	Denominación	Viviendas previstas	Viviendas construidas	Viviendas pendientes
Sectores Asumidos por el PGOU-2004				
9	Soto de Medinilla	289	286	3
12	Viveros	939	0	939
16	Los Santos (Pilarica)	2.233	0	2.233
19	El Pato	322	287	35
21	Campo de Tiro	800	590	210
25	Canterac	845	702	143
29	Zambrana	650	376	274
Total sectores este		6.078	2241	3.837
Sectores sin desarrollar				
4 bis	Cenicero	416	0	416
13	Conde Reinoso	1.145	0	1.145
24	San Isidro	394	0	394
26	San Juan y Valdezoño	2.725	0	2.725
50	Los Santos II	1.305	0	1.305
51	Residencial Las Arenas	3.437	0	3.437
52	Conde Reinoso II	3.456	0	3.456
Total sectores este		12.878	0	12.878

Cuadro 7.- Estado de ocupación en suelo urbanizable delimitado (sectores asumidos y sectores sin desarrollar) PGOU 2004

2.- Informe de las cuotas de mercado resultantes de la implantación del proyecto en su zona de influencia comercial, analizando la oferta comercial existente tanto de establecimientos propios como ajenos.

2.1.- Informe de las cuotas de mercado resultantes de la implantación del proyecto en su zona de influencia comercial

Los planteamientos de base que subyacen en el Título IV del Plan Regional, se asientan sobre la pretensión de encontrar una fórmula que asegure el equilibrio del equipamiento comercial conforme a un desarrollo urbano y territorial sostenible, al tiempo que debe proponer los instrumentos de planificación necesarios para una adecuada ordenación del equipamiento comercial. En síntesis, debe garantizar la existencia de una oferta suficiente, equilibrada y accesible en todo el territorio autonómico, que garantice la suficiencia comercial de la demanda al tiempo que respete y defienda la estructura comercial existente, especialmente del pequeño comercio minorista.

En este contexto, el Plan Regional establece una ordenación del comercio regional atendiendo al análisis de la oferta y de la demanda comercial en la región, proponiendo una distribución territorial en Áreas Comerciales y Zonas Básicas de Comercio, que servirán de base para analizar la situación actual y el posible impacto generado por la implantación de nuevos establecimientos comerciales, especialmente aquellos sujetos a licencias comerciales autonómicas, sobre la estructura socioeconómica regional. Del mismo modo, el propio Plan establece un Perfil Territorial que define la estructura territorial de cada Zona Básica desde un punto de vista funcional, y un Perfil comercial en función de la oferta mediante su comparación con la dotación comercial media de la Región, y en función de la demanda a partir de la percepción de los consumidores.

En relación con los planteamientos anteriores, el Plan Regional, a través de su artículo 23, realiza una valoración de los efectos de la implantación de un

nuevo establecimiento sujeto a licencia comercial autonómica sobre la estructura socioeconómica de la Zona Básica de Comercio donde se asienta, y por extensión del Área de Comercio a la que pertenece y, finalmente, por ende a toda la Región. En este apartado, vamos a analizar y valorar el impacto de la instalación de un Centro Comercial que pretende la empresa solicitante de licencia autonómica.

Llevando a cabo un análisis más exhaustivo y pormenorizado de los datos que nos ofrece el propio Plan Regional en su Anexo 3 (Tabla de Síntesis: el equipamiento comercial de Castilla y León por Zonas Básicas de Comercio), y aplicando las fórmulas que se nos proponen, observamos la siguiente situación:

$$\text{Situación Inicial}_{\text{CYL}} = \frac{\text{m}^2 \text{ Comercio Minorista}_{\text{CYL}} * \text{Ip}_{\text{CYL}}}{\text{m}^2 \text{ Pequeño Comercio}_{\text{CYL}} * \text{K}} = \frac{3.358.807 * 1,0024}{2.979.593 * 1,13} = \mathbf{1,0024}$$

$$\text{Situación Inicial}_{\text{ACVA}} = \frac{\text{m}^2 \text{ Comercio Minorista}_{\text{VA}} * \text{Ip}_{\text{ACVA}}}{\text{m}^2 \text{ Pequeño Comercio}_{\text{VA}} * \text{K}} = \frac{649.877 * 0,91}{534.424 * 1,13} = \mathbf{0,9792}$$

$$\text{Situación Inicial}_{\text{ZBC}} = \frac{\text{m}^2 \text{ Comercio Minorista}_{\text{ZBC}} * \text{Ip}_{\text{ZBC}}}{\text{m}^2 \text{ Pequeño Comercio}_{\text{ZBC}} * \text{K}} = \frac{618.592 * 0,90}{504989 * 1,13} = \mathbf{0,9756}$$

El punto de partida inicial en cuanto a la oferta comercial del Área Comercial de Valladolid, que se corresponde con la totalidad de la provincia, y el de la Zona Básica de Comercio (ZBC) de Valladolid, es prácticamente similar, lo que viene a mostrar la fuerte incidencia que tiene el comercio de la ciudad y su ZBC sobre el conjunto de la provincia, ya que si bien los datos de partida no son los mismos, el reparto de la población y su disponibilidad de superficies comerciales es muy similar en ambos casos. Este aspecto pone de manifiesto que en esta provincia, nos atreveríamos a decir que con mayor claridad que en el resto de la Región, la incidencia del comercio de la capital

repercute sobremanera en el conjunto provincial, mostrando una dependencia y vinculación muy claras del comercio de la capital como referencia del consumo provincial. Sin embargo, observamos que los índices de la situación inicial están ligeramente por debajo de los de la Región, lo que puede hacernos pensar que se trata de zonas suficientemente abastecidas de oferta comercial, pero en las que todavía cabe un modesto desarrollo futuro.

Del mismo modo, al aplicar la fórmula relativa al Índice de Impacto resultante de la instalación del nuevo establecimiento para el que se solicita licencia autonómica, y considerando su incidencia sobre los tres ámbitos de referencia anteriores, observamos que se mantiene la misma relación en cuanto a su repercusión sobre el comercio minorista futuro. Mientras que para el conjunto de la Región la variación es casi insignificante, en los dos ámbitos de la provincia de Valladolid se registra una variación sobre la situación inicial, pero en ambos casos lo hace con una repercusión similar. Esto nos lleva a afirmar que el Índice de Impacto, que si bien viene establecido su mecanismo de aplicación en el propio Plan Regional, puede ser considerado para el conjunto del Área Comercial de Valladolid, más que única y exclusivamente para la Zona Básica de Comercio de Valladolid.

En cualquiera de los casos, y atendiendo a lo establecido en el Art. 23.6.b, podemos establecer como impacto moderado el resultado de la implantación del nuevo Centro Comercial en la ZBC de Valladolid, ya que el resultado de aplicar la fórmula con los parámetros que ofrece el Anexo 3 del Plan Regional es de 1,0985, lo que viene a suponer una *“situación de impacto moderado, cuando el índice resultante es superior a 1 e inferior a 1,10. En este supuesto, el proyecto del establecimiento comercial produce un efecto moderado sobre el equilibrio de la estructura socioeconómica de la Zona Básica donde se implante”*.

$$\text{Índice de Impacto (Im}_{\text{CYL}}) = \frac{[\text{m}^2 \text{ Comercio Minorista}_{\text{CYL}} + \text{m}^2 \text{ Proyecto}] * \text{Ip}_{\text{CYL}}}{\text{m}^2 \text{ Pequeño Comercio}_{\text{CYL}} * K}$$

$$\frac{[3.358.807 + 23.418] * 1,0024}{2.979.593 * 1,13} = 1,0069$$

$$\text{Índice de Impacto (Im}_{ACVA}) = \frac{[\text{m}^2 \text{ Comercio Minorista}_{VA} + \text{m}^2 \text{ Proyecto}]}{\text{m}^2 \text{ Pequeño Comercio}_{VA}} * \text{Ip}_{ACVA} =$$

$$\frac{[649.877 + 23.418] * 0,9792}{534.424 * 1,13} = \mathbf{1,0917}$$

$$\text{Índice de Impacto (Im}_{ZBC}) = \frac{[\text{m}^2 \text{ Comercio Minorista}_{ZBC} + \text{m}^2 \text{ Proyecto}]}{\text{m}^2 \text{ Pequeño Comercio}_{ZBC}} * \text{K} =$$

$$\frac{[618.592 + 23.418] * 0,9756}{504.989 * 1,13} = \mathbf{1,0976}$$

Atendiendo a otras variables que contempla el Plan Regional, tales como el perfil territorial de las Zonas Básicas de Comercio de Castilla y León, a las que hace referencia el artículo 20, la implantación de un nuevo centro comercial no cambia en nada este aspecto y por tanto la ZBC de Valladolid seguirá siendo considerada como **Zonas Básicas superestructuradas o de gran centralidad** (Art. 20.2.d), al ser consideradas como tales *“aquellas que se encuentran estructuradas en torno a un núcleo urbano cuyo tamaño facilita relaciones funcionales que trascienden los límites de su Zona Básica”*, tal y como es el caso de la de Valladolid.

Tampoco supone ninguna modificación sobre la situación actual en cuanto a los aspectos referidos al Perfil Comercial de las Áreas Comerciales y Zonas Básicas de Comercio de Castilla y León a los que hace referencia el Art. 21 del Plan Regional. En el apartado 1 del citado artículo, la ZBC de Valladolid en cuanto al perfil comercial en función de la oferta sigue siendo considerada como **Zona básica equilibrada** (apartado b) al corresponderse con *“Espacios con dotación comercial equivalente a la media regional”*. Así se puede comprobar también en el cuadro que acompaña estos comentarios, en el que hemos añadido una nueva valoración como resultado de la incorporación del nuevo Centro Comercial para el que solicitamos licencia, y la actualización de la población según datos del Padrón Municipal de Habitantes de 2005 ofrecidos

por el Instituto Nacional de Estadística que son los únicos considerados definitivos en este momento. Así, podemos ver que en el apartado de Índice de Dotación Comercio Minorista (desde el punto de vista de la oferta) para 2003, los valores eran de 1,43 para la ZBC de Valladolid, 1,40 para el Área Comercial de Valladolid y 1,35 para el conjunto de la Región. Pues bien, una vez actualizados los datos con la incorporación de la superficie comercial del nuevo centro y de la población de 2005, observamos que los datos no cambian significativamente (1,46; 1,31 y 1,35 respectivamente) para los tres ámbitos analizados, que siguen encontrándose en los intervalos propuestos dentro del Perfil Comercial según la Oferta que recogen las tablas del Anexo 3 del Plan Regional.

Del mismo modo, en cuanto al Perfil comercial en función de la demanda (Art.21.2.a), seguirá siendo considerada **Bien servida** en cuanto al *Nivel de servicio* y **Autosuficiente** respecto a la *Relación de Dependencia* (Art.21.2.b), lo que no nos debe llevar a suponer que esto implique un exceso de oferta sobre el mercado, ya que se tratan de números índice que en ningún caso analizan la distribución espacial de ese equipamiento comercial, su accesibilidad, su localización en áreas urbanas degradadas, regeneradas o de nueva creación, por citar algunos de los aspectos que consideramos de suma importancia a la hora de valorar la incidencia de la implantación de una nueva superficie comercial, y que deben ser considerados de forma conjunta con aquellos que contempla el Plan Regional de forma cuantitativa y específica, y aquellos otros a los que se hace referencia en su exposición de motivos, en los Artículos 4 (Objetivos del Plan) y 17 (Elementos para la ordenación del equipamiento comercial), y en los Capítulos III (Arts. 23 a 26) y IV (Arts. 27 a 30).

Zona Básica de Comercio y Área Comercial de Valladolid	Pequeño Comercio (I) Sup. com. en m ²	Comercio Sujeto a Licencia (II) Sup. com. en m ²	Comercio Minorista Total III=(I + II) Sup. com. en m ²	Población 2003 (IV)	Índice de Ponderación por atracción (Ip)	Situación inicial	m ² s.v.p. Proyecto sujeto a licencia comercial (S)	Índice de impacto resultante	Variación Índice de impacto resultante en %	% Incremento com. sujeto a licencia	% Peqño. comercio respecto Comercio Total resultante	% Peqño. comercio respecto Comercio Total inicial
Z. B. C. Valladolid	504.989	113.603	618.592	432.045	0,90	0,9756	23.418	1,0976	2,59	21,07	78,59	81,64
A. C. de Valladolid	534,424	115.453	649.877	465.824	--	0,9792	23.418	1,0917	1,58	20,74	79,31	82,23
Castilla y León	2.979.593	379.214	3.358.807	2.487.646	--	1,0024	23.418	1,0069	0,46	6,31	88,08	88,71

Cuadro 8.- Indices de impacto 1

Zona Básica de Comercio y Área Comercial de Valladolid	Dotación comercial				Perfil Comercial según la Oferta $V \leq 1,48 = \text{superávit}$ $1,48 < V < 1,21 = \text{Equil.}$ $V \leq 1,21 = \text{Déficit}$	Perfil Comercial según la Demanda		Perfil Territorial
	Índice de Dotación Comercio Minorista 2003 $V=III/IV$	Población 2005 VI	Índice de Dotación Comercio Minorista - 2005 $VII=(III+S)/VI$	Índice de Referencia (CyL = 1)		Nivel de servicio	Relación de Dependencia	
Z. B. C. Valladolid	1,43	439.948	1,4604	1,06	Equilibrada	Bien servida	Autosuficiente	Superestructurada
A. C. de Valladolid	1,40	514.674	1,3092	1,03	Equilibrada	Bien servida	Autosuficiente	--
Castilla y León	1,35	2.510.849	1,3472	1,00	Equilibrada	--	--	--

Cuadro 9.- Indices de impacto 2

2.2.- Informe sobre la oferta comercial del sector de centros comerciales ya existentes en la ZBC de Valladolid. Análisis de análogos: centros comerciales tipo a, b y c

Al margen de las superficies especializadas y medianos establecimientos –entre 1500 m² y 2000 m² en municipios de más de 50,000 habitantes- , que por no necesitar segunda licencia –o licencia autonómica- han incrementado su presencia en todas las ciudades en los últimos años y que alcanza su mayor exponente en el parque comercial Equinoccio park de Zaratán, en la Zona Comercial Básica de Valladolid, en 2006 se hallaban operativos en la misma tres hipermercados –Carrefour I y Carrefour II (que cuenta con una pequeña oferta de ocio-cines-) e Hipercor, dos Grandes Almacenes de El Corte Inglés, -Vallsur, que a su vez cuenta con Hipermercado- y Equinoccio Park, un factoruy Outlet cuya locomotora son los cines. Una de las peculiaridades de esta oferta no se encuentra tanto en la concurrencia entendida en términos generales, sino en la extrema CONCENTRACIÓN ESPACIAL de la oferta, ya que dos de las superficies de encuentran ubicadas en el sur –Vallsur e Hipercor- otras dos en el Oeste -Carrefour I y Equinoccio, en tanto que sólo uno, Carrefour II se halla en el Norte, no existiendo oferta comercial de entidad –medianas y grandes superficies- en el este de la ciudad.

Consciente de esa necesidad, el Excmo. Ayuntamiento de Valladolid viene defendiendo – así lo manifiesta la Excma. Concejala de Comercio- la instalación de «una o dos grandes superficies en la zona Este, “... porque eso también atrae al pequeño comercio»¹.

Se da además la circunstancia de que existe un acuerdo de todos los grupos políticos de la oposición municipal acerca de la idoneidad de este emplazamiento para el nuevo centro comercial, tanto si se contempla en positivo ya que como señala el concejal del PSOE José Luis Lara 'servirá de tirón y de aliciente' para los barrios del este, que desde hace años han reclamado infraestructuras -sede las Cortes, Palacio de Congresos...- que

¹ *Los comerciantes son optimistas ante la transformación urbana que supondrá el AVE.* El Norte de Castilla, Martes 24 de Octubre 2006

actúen como foco de atracción, como si se valora como oportunidad para corregir un agravio histórico-espacial; tal es lo que señala Alfonso Sánchez de Castro, concejal de IU, argumentando que el proyecto es 'necesario' para dotar de vida a una zona a la que el crecimiento urbanístico, volcado hacia el sur y oeste, ha castigado desde hace tiempo².

CATEGORÍA	TIPO	DENOMINACIÓN	SITUACIÓN	PARTICULARIDADES
Hipermercado		Carrefour I	oeste	Hipermercado y zona comercial (2 medianas superficies)
Hipermercado		Hipercor	sur	Hipermercado
Parque Comercial y de ocio		Equinoccio	oeste	Cine+ restauración+ Factory + 6 medianas superficies + 2 hard discount
Parque Comercial		Laguna	Sur	Medianos establecimientos
Grandes almacenes		El Corte Inglés Constitución	centro	Gran almacén
		El Corte Inglés PºZorrilla	sur	Gran almacén
Centro comercial	Tipo A	Santos-Pilarica	este	medianas superficies + Comercio Minorista
Centro comercial y de ocio	Tipo B	Carrefour II	norte	Hipermercado + 6 salas de cine
Centro comercial y de ocio	Tipo C	Valsur	sur	Hipermercado -Eroski- + Comercio Minorista+restauración+cine

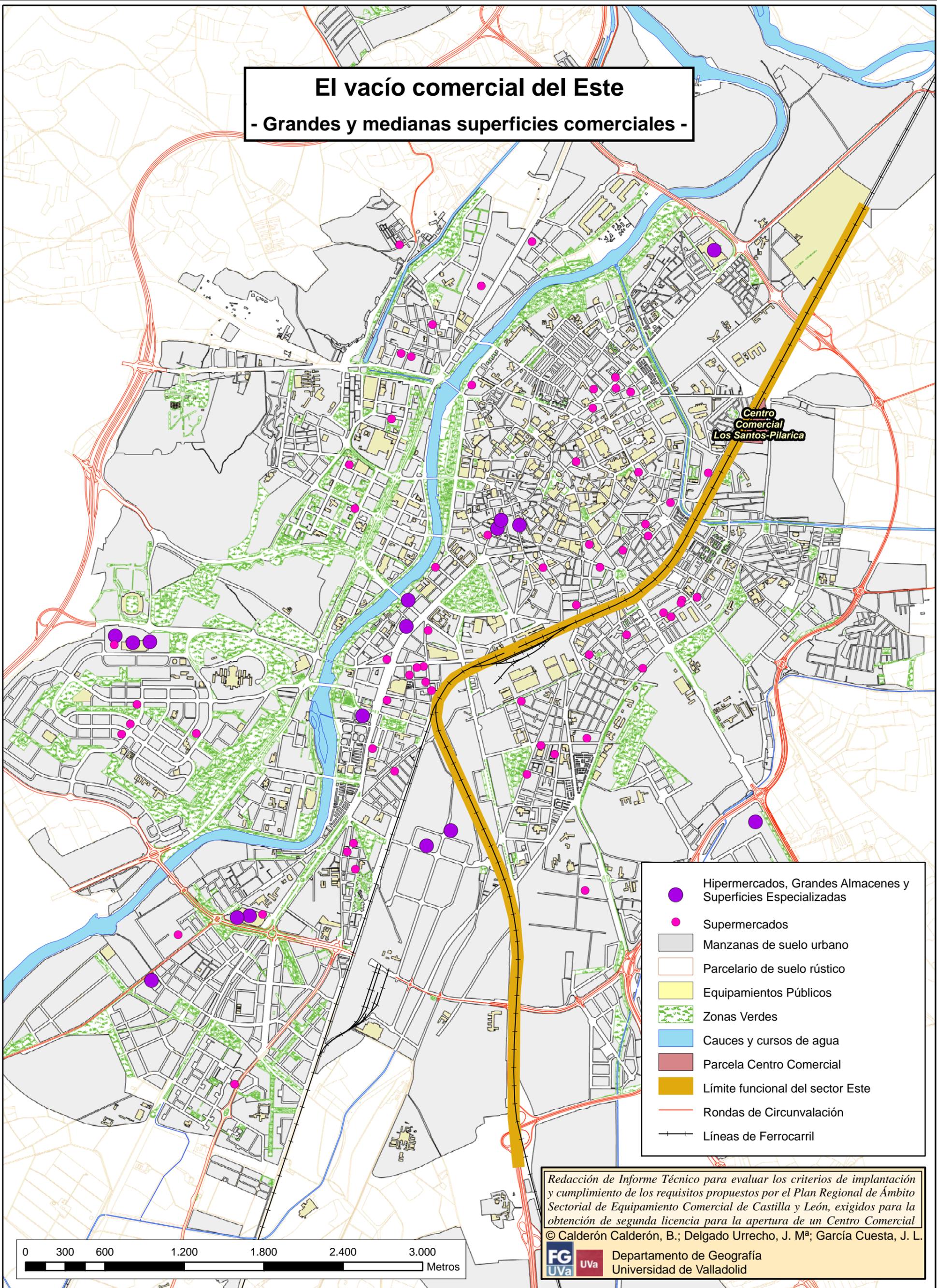
Cuadro 10 .- Tipología de centros comerciales, hipermercados y grandes almacenes en Valladolid. Año 2006

Dejando al margen la categoría de Hipermercado, Grandes Almacenes y parque comercial, el Plan General de Equipamientos define el Centro

² <http://actualidad.terra.es/articulo/html/av2552464.htm>

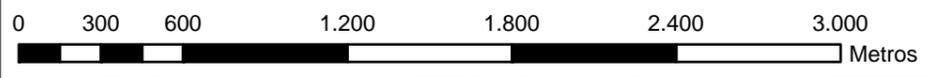
El vacío comercial del Este

- Grandes y medianas superficies comerciales -



- Hipermercados, Grandes Almacenes y Superficies Especializadas
- Supermercados
- Manzanas de suelo urbano
- Parcelario de suelo rústico
- Equipamientos Públicos
- Zonas Verdes
- Cauces y cursos de agua
- Parcela Centro Comercial
- Límite funcional del sector Este
- Rondas de Circunvalación
- Líneas de Ferrocarril

Redacción de Informe Técnico para evaluar los criterios de implantación y cumplimiento de los requisitos propuestos por el Plan Regional de Ámbito Sectorial de Equipamiento Comercial de Castilla y León, exigidos para la obtención de segunda licencia para la apertura de un Centro Comercial
 © Calderón Calderón, B.; Delgado Urrecho, J. M^a; García Cuesta, J. L.
 FG UVa Departamento de Geografía
 UVa Universidad de Valladolid



Comercial y de ocio como un *“establecimiento colectivo formado por un conjunto de establecimientos independientes proyectados y gestionados unitariamente, e integrados en una edificación compartiendo imagen y elementos comunes. El acceso a cada uno de los establecimientos se efectúa desde una zona común de tránsito peatonal cubierta e interior, inspirada en los conceptos tradicionales de calle corredor y plaza. Generalmente contiene uno o varios grandes o medianos establecimientos comerciales como foco de atracción y una mezcla de la oferta renovable que agrupa servicios, comercio minorista, restauración y ocio”*.

Ajustados total o parcialmente a esta última denominación existen en la ZBC de Valladolid tres categorías de centros comerciales: uno que hemos denominado Tipo A, que contendrá únicamente oferta comercial de medianas superficies, supermercado y sobre todo pequeñas superficies para comercio tradicional, que es la que corresponde al centro propuesto por Geinsol para Los Santos-Pilarica, ver cuadro 11-, una segunda categoría que denominamos Tipo B, que comprende un hipermercado y 6 sales de cine y está representada por el centro Carrefour II -ver cuadro 12- y una tercera categoría Tipo C que comprende comercio minorista, hipermercado, restauración y once salas de cine y que está representada por Vallsur, -ver cuadro13-.

De los tres tipos, solo el primero, de carácter comercial puro, que corresponderá al centro de nueva construcción, cumple con todas las exigencias urbanísticas que impone el Plan General de Equipamientos comerciales ya que, además de dotar desde el punto de vista comercial una zona de nueva urbanización, contribuirá a la regeneración del sector –barrios del este-, y se enclavará en un ámbito en el que lo dominante será la mezcla equilibrada de usos residenciales, industriales, comerciales y dotacionales.

Cuadro 11.- Renovación urbana ,redistribución de usos del suelo y diversidad funcional Centro Comercial Tipo A. Los Santos-Pilarica

RENOVACIÓN URBANA Y REDISTRIBUCIÓN DE USOS DEL SUELO

Centro Comercial Tipo A. Los Santos-Pilarica

LOCALIZACIÓN

- Vereda de Los Santos: entre Carretera VA-100 (Ctra. de Renedo), cauce del Río Esgueva, Paseo Juan Carlos I y vía ferrocarril. Al sur linda con la parcela 36 del Plan Parcial, destinada a zona verde.
- Usos existentes: industriales, residenciales, agrícolas y dotacionales.
- Barrios de La Pilarica, Pajarillos Bajos y Belén

ESTRUCTURA COMERCIAL

- Datos Plan Parcial del Sector IA-16: parcela 26-28 (Suelo Urbanizable Delimitado)
- Tipo de Centro: Gran Establecimiento Comercial Colectivo
- Ampliación-Apertura: En proyecto
- Superficie construible: 81.014 m²
- Superficie Bruta Alquilable: 23.943 m²

TIPOS DE ESTABLECIMIENTOS

- Comercios tradicionales: superficie reducida y sistema de venta asistida
- Supermercado: más de 2000 m² de superficie de venta al público
- Gran superficie especialista: equipamiento de la persona y el hogar con más de 1000 m² de superficie de venta al público



SITUACIÓN EN LA CIUDAD

- El Sector AI-16 "Los Santos-Pilarica", se encuentra localizado en el conjunto de actuaciones residenciales que conforman el crecimiento al Este y Noreste de la ciudad. Con éste y su futura ampliación en Los Santos II, se desarrollaría y colmataría la superficie urbanizable clasificada así por el PGOU dentro del espacio que cierra la Ronda Este.
- El desarrollo se localiza en la trama urbana que se va ordenando por la yuxtaposición de otras actuaciones anteriores: Campo de Tiro y El Pato, siendo Los Santos-Pilarica la que finaliza dicha banda de crecimiento. La ordenación se inserta en la trama viaria formada por el Paseo Juan Carlos I, siguiendo el trazado actualmente existente, y la prolongación

del vial denominado "Quinta Cuerda", que atraviesa todos los Sectores que se desarrollan al Este de la ciudad (Florida, Canterac, San Isidro, Campo de Tiro, El Pato y Los Santos-Pilarica).

- En la actualidad, el Sector está atravesado en sentido Norte-Sur por el Paseo Juan Carlos I, antigua Carretera de Circunvalación, muy utilizada como conexión de la zona Este y Sureste de la ciudad con la Ronda Norte.
- La permeabilidad Norte-Sur a través del Río Esgueva entre los Barrios de Pajarillos y Pilarica se realiza con los puentes de la Calle Templarios y, sobre todo, con el del Paseo Juan Carlos I (Puente de la Tía Juliana).
- La permeabilidad Este-Oeste a través de la línea de ferrocarril se realiza actualmente a través de un el paso a nivel que comunica la Calle Puente de la Reina con la Plaza de Rafael Cano, conectando con el Puente de Gabriel y Galán.

ENCUADRE EN EL PLANEAMIENTO URBANÍSTICO

- El nuevo centro comercial actuará como elemento aglutinador-integrador de espacios urbanos que han estado separados por el ferrocarril: la ciudad central y los barrios obreros situados al otro lado de la vía. La actuación, dada su localización y su densidad, de unas 42 viviendas/hectárea, pretende integrarse en la ciudad, no ser periférica, y tratar de suplir ciertas carencias en cuanto a equipamientos. Además pretende equilibrar, al conectar la ciudad situada al Este con la ciudad central, el fuerte desequilibrio producido en Valladolid por la extensión hacia el Sur (Camino Viejo de Simancas y Carretera de Rueda) y hacia el Oeste (Parquesol y Arroyo-La Flecha).
- Nuevo espacio de comunicación y cohesión urbana y social
- Creación de un nuevo equipamiento comercial en la zona Este de la ciudad que está infradotada con respecto a otros ámbitos de la ciudad en los que la presencia de grandes establecimientos comerciales se ha llevado a cabo desde hace muchos años.
- Ejercerá un efecto de desarrollo urbanístico en el sector comprendido entre la línea del ferrocarril y la ronda este, impulsando la colmatación de todo este sector, llegando a tener influencia espacial al sector comprendido entre esta ronda y la exterior este junto al Bypass de mercancías, donde el planeamiento actual tiene delimitadas varias Áreas Homogéneas en previsión de futuros crecimientos inmobiliarios y en la expansión de la ciudad hacia el Este una vez que la barrera física que actualmente suponen las vías del ferrocarril haya desaparecido tras su soterramiento.

PESO RELATIVO EN LA OFERTA COMERCIAL

- Situación actual del comercio minorista en la ZBC de Valladolid:

Situación Inicial $_{ZBC} = \frac{\text{m}^2 \text{ Comercio Minorista }_{ZBC}}{\text{m}^2 \text{ Pequeño Comercio }_{ZBC} * K} * Ip_{ZBC} = \frac{618.592}{504989 * 1,13} * 0,90 = 0,9756$

- Índice de Impacto como consecuencia de la instalación de este Centro Comercial atendiendo a los postulados del Plan Regional de Equipamiento Comercial:

Índice de Impacto (Im_{ZBC}) = $\frac{[\text{m}^2 \text{ Comercio Minorista }_{ZBC} + \text{m}^2 \text{ Proyecto}]}{\text{m}^2 \text{ Pequeño Comercio }_{ZBC} * K} * Ip_{ZBC} =$

$\frac{[618.592 + 23.943]}{504.989 * 1,13} * 0,9756 = 1,0985$

$1,0985$

$1,0985$

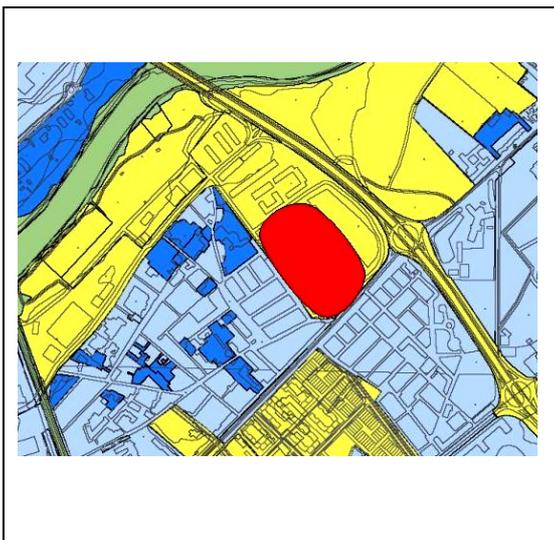
- Competencia con otras grandes superficies: Carrefour I y II; centro comercial Vallsur; Hiperco en Arroyo de la Encomienda y Centro Comercial y de Ocio Equinoccio en Zaratán; todos ellos centros comerciales accesibles a través de rondas de circunvalación o carreteras de acceso a Valladolid. A ellos hay que añadir dos centros de El Corte Inglés situados en la calle Constitución y el Paseo de Zorrilla.

INTEGRACIÓN ÁREAS DEGRADADAS DEL NORTE.

Centro Comercial Tipo B. CARREFOUR II

LOCALIZACIÓN

- Costa Brava, 2. 47070, Valladolid
- Usos existentes: residenciales
- Barrios de España, San Pedro Regalado.



ESTRUCTURA COMERCIAL

- Tipo de Centro: Gran Establecimiento Comercial Colectivo
- Apertura: Octubre 1995
- Superficie construida: 26.975 m²
- Superficie Bruta Alquilable: 12.666 m²

TIPOS DE ESTABLECIMIENTOS

- 18 pequeños comercios, en el borde externo de líneas de caja.
- Hipermercado: más de 2000 m² de superficie de venta al público
- 6 salas de cine Ábaco 1.750 m²
- 1 Establecimiento juegos recreativos. Sega Park 232 m²
- 3 establecimientos de restauración.

APARCAMIENTOS

- 1.500 plazas (int y ext)

SITUACIÓN EN LA CIUDAD

- Ubicado entre los pequeños Barrios de España y San Pedro Regalado, al norte de Valladolid y apoyado en la ronda exterior norte.
- Próximo al Centro Integrado de Mercancías y a Mercaolid, ambos en la Ronda interior Norte.

ENCUADRE EN EL PLANEAMIENTO URBANÍSTICO

- Se encuentra ubicado en un sector de suelo urbano consolidado
- Está próximo al sector de suelo urbanizable delimitado de Viveros (Sector IA-12) que cuenta con instrumento de planeamiento asumido, siendo su uso exclusivamente residencial al que se le asigna un índice de Edificabilidad Absoluta Base de 0,48 m²/m². Por su proximidad al barrio de Belén la demanda comercial procedente de este nuevo sector residencial de inminente construcción basculará entre el centro comercial Carrefour II y el nuevo centro comercial de Los Santos- Pilarica.

Cuadro 12.- Integración áreas degradadas del norte.

Centro Comercial tipo B. Carrefour II

IMPULSO PARA EL CRECIMIENTO RESIDENCIAL DEL SUR. Centro Comercial tipo C. VALLSUR

LOCALIZACIÓN

- Camino Viejo de Simancas s/n 47008, Valladolid
- Usos existentes: residenciales
- Barrios de Parque Alameda, Covaresa, La Rubia, Valparaíso, Villas Sur, El Peral.



APARCAMIENTOS

- 750/1500 (int/ext)

ESTRUCTURA COMERCIAL

- Tipo de Centro: Gran Establecimiento Comercial Colectivo
- Apertura: Septiembre 1998
- Superficie construida 102.000 m²
- Superficie Bruta Alquilable: 30.017 m² en 3 niveles

TIPOS DE ESTABLECIMIENTOS

- Locomotora alimentación: Eroski 13.600 m²
- Nº Establecimientos: 88/1 (int/ext)
Zara 1.900 m²/Mango 1.150 m²
Feu Vert 818 m² Casino 480 m²
Bershka 470 m² Master. 470m²
Douglas 320 m² Casa 300 m²...
- Ocio: Cine Box(11) 2.300 m²
- 11 establecimientos de restauración. (Burger King 300 m²
New Park 205 m²/Cantina Mariachi 143 m²/Ginos...)

SITUACIÓN EN LA CIUDAD

- Accesos desde el viario urbano –Paseo de Zorrila- y desde la ronda interior sur.
- Competencia con centros próximos: Hipercor, en el municipio vecino de Arroyo de la Encomienda y con las medianas superficies apoyadas en el camino viejo de Simancas. Por ronda sur se accede al Centro de Ocio Parquesol-Plaza, enclavado en el sector suroccidental del barrio de Parquesol

ENCUADRE EN EL PLANEAMIENTO URBANÍSTICO

- Se halla en el vértice norte del sector IA-37 Parque Alameda

Cuadro 13.- Impulso para el crecimiento residencial cualificado del sur. Centro Comercial tipo C. VALLSUR

2.3.- Análisis de tipología de establecimientos propuestos en el proyecto, superficie, idoneidad de la tipología en función de las necesidades de partida del sector.

En los últimos años se ha ido consolidando en todas las ciudades y núcleos de alguna entidad del entorno de Valladolid una tupida red de establecimientos de escala local –supermercados, superficies de descuento duro *-hard discount-* que se traduce en una notable competencia en el sector de alimentación-hogar, asumida por todos los operadores presentes en ambos formatos. En este conjunto de nuevas fórmulas es de destacar el papel representado por las medianas superficies (más de 500 m² en municipios de menos de 10.000 habitantes) y de los establecimientos comerciales de descuento duro, tanto en estos municipios como en el resto, incluida la capital provincial, con una superficie de venta al público igual o superior a 300 m², cuentan con un predominio en su oferta comercial de productos de alimentación en régimen de autoservicio.

Son ellos, junto con los supermercados, definidos como “establecimiento comercial especializado en bienes de consumo cotidiano, con predominio de alimentación y superficie de venta al público entre 500 y 2.000 m², los que aseguran un abastecimiento accesible en el sector de alimentación-hogar para gran parte de la población de los núcleos urbanos, semiurbanos y rurales de la ZBC de Valladolid. Paralelamente se ha producido una paulatina reducción del número de establecimientos llamados tradicionales, generando una polémica que deriva en gran parte de las dificultades para conciliar las necesidades y expectativas de la demanda comercial con la capacidad de adaptación e innovación de la oferta, que nunca será resuelta a plena satisfacción de todos, sea cual sea la solución que se adopte.

A este objetivo –la conciliación de intereses- responden en cierta medida las dos recientes aportaciones del ejecutivo regional en la materia: la aprobación del Plan Regional de Equipamientos Comerciales que pone severas condiciones en algunas zonas básicas de comercio a la penetración de nuevas superficies comerciales grandes y el Plan Estratégico del Comercio Regional 2006-2009 que aportará al sector 60 millones de euros para mejorar las

condiciones de competitividad del comercio minorista ante el posible desembarco de nuevas superficies y formatos. Las 5 medidas previstas en él van precisamente en la dirección apuntada: el impulso de la modernización de las estructuras comerciales, la optimización de las potencialidades del factor humano, la mejora y aprovechamiento de los mecanismos de cooperación empresarial, la implantación de un marco normativo y cultural que incida en la seguridad y la profesionalización del sector y el fortalecimiento de la conexión entre el tejido comercial y el sistema urbano, entendido como el impulso a la realización de actuaciones de mejora de las condiciones urbanísticas y de infraestructuras de los espacios comerciales de Castilla y León.³

Es probable que todas estas medidas de ayuda sean insuficientes porque con ninguna de ellas se aborda el verdadero problema de fondo, que no es tanto la competencia del comercio tradicional con las grandes superficies como las dificultades de aquellos para encontrar locales comerciales a precio adecuado y para crear entornos comerciales con suficiente capacidad de atracción. El alto precio de compra y alquiler de los locales da lugar a que los emprendedores tengan que acomodarse en superficies muy pequeñas –en torno a los 70 m²- y que no puedan mantener abiertos los negocios por mucho tiempo, imposibilitando que se consolide la presencia y la imagen de marca de numerosos nuevos establecimientos. Una encuesta encargada por Avadeco y hecha pública el 5 de Febrero de 2006 permitía conocer que un 12 por 100 de los comercios cierran antes de cumplir un año y que el 40 por 100 no llegan a los cinco años.⁴

Y es que, en la práctica, sólo las entidades bancarias –cerca de una veintena en la calle Miguel Iscar por ejemplo-, las franquicias del sector de confección-restauración, o las franquicias inmobiliarias ocupan locales accesibles, grandes y además lo hacen con un alto grado de ubicuidad en el conjunto de la ciudad ocupando los entornos de mayor accesibilidad de cada sector de la ciudad. En estas condiciones, las soluciones son particularmente

³ LA JUNTA DESTINARÁ 60 MILLONES PARA FINANCIAR EL PLAN ESTRATÉGICO 2006-2009 Y HACER MÁS COMPETITIVO EL COMERCIO REGIONAL. [HTTP://WWW.ACALINCO.ES/](http://www.acalinco.es/)

⁴ El Norte de Castilla, 5 de Febrero de 2006

difíciles, ya que los instrumentos de apoyo previstos por la Junta de Castilla y León en sus planes estratégicos o los acuerdos entre el Ayuntamiento y asociaciones de comerciantes e incluso el propio PGOU no pueden contener la llamada escala del precio de alquiler de oficinas y locales comerciales en la ciudad.

En todo caso el desarrollo del plan 2006-2009 debe servir para que el pequeño comercio pueda hacer frente con garantías a una inevitable y siempre aplazada “reconversión estructural” que afecte tanto a su infraestructura material como a lo que la Directora General de Comercio en declaraciones a Europa Press denomina “falta de profesionalidad”⁵.

La mejor estrategia para competir no está tanto en impedir la entrada de nuevos operadores como en proveer los medios para que las condiciones de base en un sistema de competencia sean parejas; y no es la falta absoluta de suelo comercial –locales comerciales- el problema. El problema se encuentra en la dispersión de los locales hábiles para el pequeño comercio especializado y el alto precio de las ofertas inmobiliarias más o menos concentradas o accesibles –de calle, manzana o barrio-; un problema que tiene origen en el cambio en los hábitos de compra experimentados por la sociedad en general y por la sociedad urbana en particular y en la respuesta de la oferta que, expresado de forma elemental, tiende a agruparse (efecto Hotelling) para acceder al tiempo al mercado propio como al de sus teóricos competidores. Desde esta perspectiva y a escala de la ZBC de Valladolid es evidente que cualquier propuesta que corrija la tendencia a la concentración espacial de la oferta (en este caso de centros comerciales) ha de valorarse positivamente por el grado (mayor o menor) en el que contribuye, en un espacio complejo, a mantener el óptimo social en lo relativo a la ubicación de los equipamientos sociales (ya sean comerciales o de ocio o de ambos al tiempo).

Sirvan esta reflexiones previas para indicar que la propuesta de nuevo centro comercial puede resultar especialmente idónea para impulsar el comercio tradicional en este sector urbano de vieja y nueva ocupación, ya que

⁵ La Junta destinará 60 millones para financiar el Plan Estratégico 2006-2009 El Norte de Castilla, Lunes, 6 de Febrero de 2006

la mayoría de los locales en los que se subdividen los 23.418 m² de SBA, contarán con una superficie reducida y que funcionarán con un sistema de venta asistida. Tendrán cabida en ellos en torno a 60 establecimientos comerciales tradicionales completando un total de 11.364 m², que representa el 49 por 100 del total, un establecimiento especializado en el equipamiento del hogar y un establecimiento comercial especializado en bienes de consumo cotidiano con más de 1.000 m², de superficie de venta al público, que en conjunto sumarán 6.415 m², es decir algo más del 27 por 100. Está prevista también la implantación de varias medianas superficies hasta completar un total de 5.639 m², que representarán el 24 por 100, especializadas en el equipamiento de la persona y hogar.

A la vista de lo anterior cabe preguntarse si responde esta propuesta a las necesidades del sector este de la ciudad y en general de la ZBC de Valladolid. La prolija documentación que contiene el Plan de Equipamientos comerciales confirma una indudable posición de liderazgo de la ciudad de Valladolid en la provincia e incluso en la Región que resulta de la conjunción de múltiples factores de entre los que destaca, obviamente su potencial demográfico. Asimismo, el indudable el peso de las medianas y grandes superficies comerciales respecto al comercio minorista tradicional hace aconsejable, como primera medida, que la nueva propuesta de centro comercial aporte una mayor superficie a disposición del comercio tradicional, singularmente en el caso que nos ocupa –el este de Valladolid, ya que se parte de un acusado y crónico déficit de este formato. Pues bien, esta exigencia está cumplida con creces.

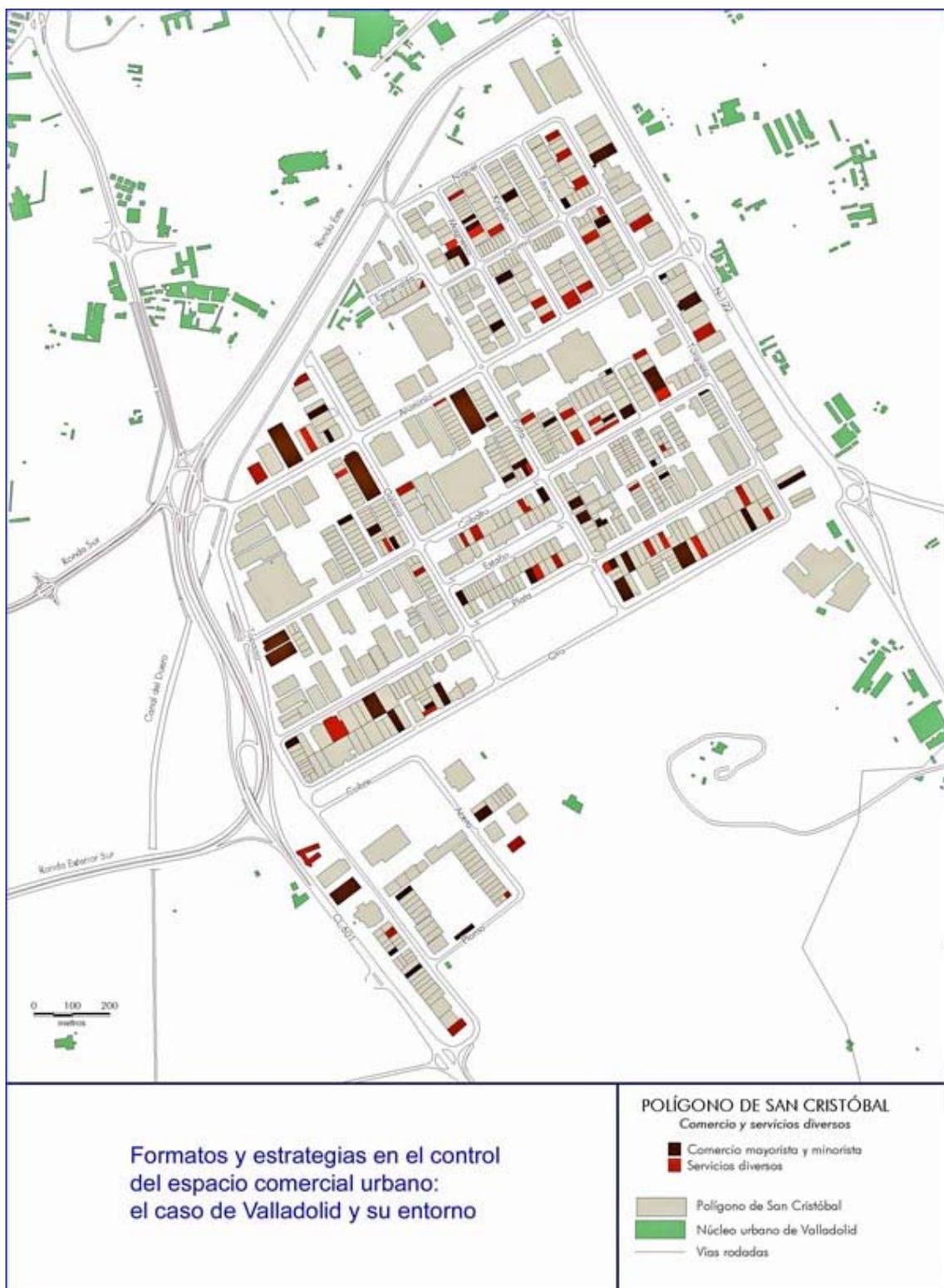


Figura 9 - Comercio mayorista y minorista y servicios diversos en el polígono de San Cristóbal. Valladolid.2004⁶.

⁶ CALDERÓN B., PASCUAL , H, PASTOR L, SAINZ, J L, GARCÍA, J. L. *Plataforma Logística*

Conviene no olvidar que buena parte de las medianas superficies ubicadas en el este de la ciudad, entre la carretera de Madrid y el trazado norte del ferrocarril se hallan en el polígono industrial de San Cristóbal, que en los últimos años se ha ido terciarizando –ver figura –; su accesibilidad es por ello muy limitada y siempre compleja por el alto volumen de tráfico que soporta el mencionado polígono durante todo el día –en horario comercial, obviamente-, por lo que el cómputo de las medianas superficies de todo este sector debe matizarse ya que no forma parte del espacio comercial al uso, sea comercio tradicional de calle o sea comercio tradicional o medianas superficies ubicada en centro comercial. Por este motivo consideramos que la propuesta de Geinsol, que aporta dos grandes superficies de dimensión modesta –3650 m² y 2765 m² respectivamente-, en las que tendrán cabida un comercio especializado en equipamiento del hogar y una superficie habilitada para la venta de bienes de consumo cotidiano bajo la fórmula de supermercado o hipermercado de pequeñas dimensiones, y sobre todo múltiples pequeños locales –en torno a 60- para dar cabida al comercio de carácter tradicional - resulta especialmente adecuada para el perfil de demanda de aproximadamente una tercera parte de la población de Valladolid, que es la que se encuentra peor dotada en materia de equipamiento comercial que los dos tercios restantes.

2.4.- **Conclusiones. Efectos derivados de la implantación de una nueva tipología: Un equilibrio inalterado.**

1.- La situación inicial del comercio en el Área Comercial de Valladolid y en la Zona Básica de Comercio de Valladolid es **bastante equilibrada y se asemeja bastante a la situación media de la Región**, considerada como equilibrada en el Plan Regional, aunque todavía **permite un crecimiento modesto de la oferta de comercio minorista.**

2.- La ciudad de Valladolid y su ZBC ejerce una importante influencia sobre toda el Área Comercial, tal y como pone de manifiesto el hecho de que **el Índice de Impacto resultante de la implantación de un nuevo comercial varía en el mismo sentido, y prácticamente en la misma magnitud** si aplicamos el aumento de la superficie comercial en la ZBC y en el AC de Valladolid.

3.- El resto de los indicadores analizados en el Plan Regional –Índice de Dotación de Comercio Minorista, Perfil Comercial según la Oferta, Perfil Comercial según la Demanda y Perfil Territorial– **no varían en ningún caso respecto de los planteamientos anteriores como resultado de la implantación de un nuevo Centro Comercial.**

4.- Atendiendo a lo establecido en el Art. 23.6.b, podemos establecer como impacto moderado el resultado de la implantación del nuevo Centro Comercial en la ZBC de Valladolid, ya que el resultado de aplicar la fórmula con los parámetros que ofrece el Anexo 3 del Plan Regional es de 1,0976, lo que viene a suponer una **“situación de impacto moderado, cuando el índice resultante es superior a 1 e inferior a 1,10. En este supuesto, el proyecto del establecimiento comercial produce un efecto moderado sobre el equilibrio de la estructura socioeconómica de la Zona Básica donde se implante”.**

CASTILLA Y LEÓN

$$\text{Índice de Impacto (Im}_{\text{CYL}}) = \frac{[\text{m}^2 \text{ Comercio Minorista}_{\text{CYL}} + \text{m}^2 \text{ Proyecto}] * \text{Ip}_{\text{CYL}}}{\text{m}^2 \text{ Pequeño Comercio}_{\text{CYL}} * K}$$

$$\frac{[3.358.807 + 23.418] * 1,0024}{2.979.593 * 1,13} = 1,0069$$

AREA COMERCIAL DE VALLADOLID

$$\text{Índice de Impacto (Im}_{\text{VA}}) = \frac{[\text{m}^2 \text{ Comercio Minorista}_{\text{VA}} + \text{m}^2 \text{ Proyecto}] * \text{Ip}_{\text{VA}}}{\text{m}^2 \text{ Pequeño Comercio}_{\text{VA}} * K}$$

$$\frac{[649.877 + 23.418] * 0,9792}{534.424 * 1,13} = 1,0917$$

ZONA BÁSICA DE COMERCIO DE VALLADOLID

$$\text{Índice de Impacto (Im}_{\text{ZBC}}) = \frac{[\text{m}^2 \text{ Comercio Minorista}_{\text{ZBC}} + \text{m}^2 \text{ Proyecto}] * \text{Ip}_{\text{ZBC}}}{\text{m}^2 \text{ Pequeño Comercio}_{\text{ZBC}} * K}$$

$$\frac{[618.592 + 23.418] * 0,9756}{504.989 * 1,13} = 1,0976$$

5.- Atendiendo a otras variables que contempla el Plan Regional, tales como el perfil territorial de las Zonas Básicas de Comercio de Castilla y León, a las que hace referencia el artículo 20, la implantación de un nuevo centro comercial no cambia en nada este aspecto y por tanto la ZBC de Valladolid seguirá siendo considerada como **Zonas Básicas superestructuradas o de gran centralidad** (Art. 20.2.d), al ser consideradas como tales *“aquellas que se encuentran estructuradas en torno a un núcleo urbano cuyo tamaño facilita relaciones funcionales que trascienden los límites de su Zona Básica”*, tal y como es el caso de la de Valladolid.

6.- Tampoco supone ninguna modificación sobre la situación actual en cuanto a los aspectos referidos al Perfil Comercial de las Áreas Comerciales y Zonas Básicas de Comercio de Castilla y León a los que hace referencia el Art. 21 del Plan Regional. En el apartado 1 del citado artículo, la ZBC de Valladolid en cuanto al perfil comercial en función de la oferta sigue siendo considerada como Zona básica equilibrada (apartado b) al corresponderse con “Espacios con dotación comercial equivalente a la media regional”.

7.- La propuesta de Geinsol trasladada al exterior del nuevo centro, a pie de calle, en la parcela 12.1-VPO-RG, toda la oferta de ocio-restauración que sin lugar a dudas **contribuirá a revitalizar el nuevo barrio y en general todo el sector Este-Noreste** de la Ciudad que hasta el presente año sólo ha sido asiento para naves industriales, almacenes y una variada gama de pequeños “chamizos” industriales-comerciales, en la terminología especializada al uso. Es más, La instalación de la oferta de ocio-restauración vinculada al centro Comercial, no sólo reforzará la centralidad de la Plaza Lonja y del Parque central que vertebra toda la actuación en Los Santos-Pilarica, sino que puede actuar de nexo en el proceso de integración social-urbana del viejo barrio de Belen-Pilarica.

8.- En una operación de enorme interés urbanístico y como estrategia para reforzar la nueva centralidad que generará la oferta de ocio en la parcela 12.1 propiedad de Geinsol, en el frente norte del nuevo centro la empresa proyecta un nuevo espacio abierto, de uso público, **que permitirá un adecuado encuentro de dos sectores de la ciudad separados** por las vías del ferrocarril.

9.- Existe **acuerdo expreso de todos los grupos políticos** de la oposición municipal acerca de la idoneidad de este emplazamiento para el nuevo centro comercial.

10.- En las diferentes líneas y estrategias de ayuda y apoyo al pequeño comercio habilitadas tanto por la Comunidad Autónoma como por el

Ayuntamiento **no se aborda el verdadero problema de fondo**, que no es tanto la competencia con las grandes superficies como las dificultades para encontrar locales comerciales a precio adecuado y en el lugar adecuado. El alto precio de compra y alquiler de estos da lugar a que los emprendedores tengan que acomodarse en superficies muy pequeñas –en torno a los 70 m²- y que no puedan mantener abiertos los negocios por mucho tiempo, imposibilitando que se consolide la presencia y la imagen de marca de numerosos nuevos establecimientos. Una circunstancia que parcialmente puede corregirse mediante el acceso a la SBA de los centros comerciales ya que la gestión unificada de marca de los mismos –promociones, publicidad etc...- permite una mejor defensa frente a las incertidumbres derivadas de la dispersión comercial en áreas residenciales de media y baja densidad en las que no hay hábito de vida y actividad en la calle.

11.- La mejor estrategia para competir no está tanto en impedir la entrada de nuevos operadores como en **proveer los medios para que las condiciones de base en un sistema de competencia sean parejas**; y no es la falta absoluta de suelo comercial –locales comerciales- el problema. El problema se encuentra en la dispersión de los locales hábiles para el pequeño comercio especializado y el alto precio de las ofertas inmobiliarias más o menos concentradas o accesibles; un problema que tiene origen en el cambio en los hábitos de compra experimentados por la sociedad en general y por la sociedad urbana en particular.

12.- Desde esta perspectiva y a escala de la ZBC de Valladolid es evidente que cualquier propuesta que corrija la tendencia a la concentración espacial de la oferta (en este caso de centros comerciales) **ha de valorarse positivamente** por el grado, ciertamente alto, con el que contribuye, a mantener el óptimo social en lo relativo a la ubicación de los equipamientos sociales (ya sean comerciales o de ocio o de ambos al tiempo).

13.- Es sabido que el plan Estratégico del Comercio Regional 2006-2009 pretende potenciar el vínculo entre el comercio urbano y la ciudad y vincular el

sistema de autorización de establecimientos comerciales al fortalecimiento de los sistemas urbanos y socioeconómicos de ciudades y pueblos e impulsar la realización de actuaciones de mejora de las condiciones urbanísticas y de infraestructuras de los espacios comerciales de Castilla y León. Pues bien, la propuesta de Geinsol para el centro comercial del Plan Parcial Los Santos Pilarica **cumple con todas estas exigencias: refuerza el impulso transformador del este de la ciudad que lidera el Ayuntamiento de Valladolid**

14.-El proyecto de Geinsol, que aporta dos grandes superficies de dimensión modesta –3650 m² y 2765 m² respectivamente-, en las que tendrán cabida un comercio especializado en equipamiento del hogar y una superficie habilitada para la venta de bienes de consumo cotidiano bajo la fórmula de supermercado o hipermercado de pequeñas dimensiones, y sobre todo múltiples pequeños locales –en torno a 60- para dar cabida al comercio de carácter tradicional - **resulta especialmente adecuada para el perfil de demanda de aproximadamente una tercera parte de la población de Valladolid**, que es la que se encuentra peor dotada en materia de equipamiento comercial que los dos tercios restantes; y puede resultar especialmente idónea para impulsar el comercio tradicional en este sector urbano de vieja y nueva ocupación residencial.

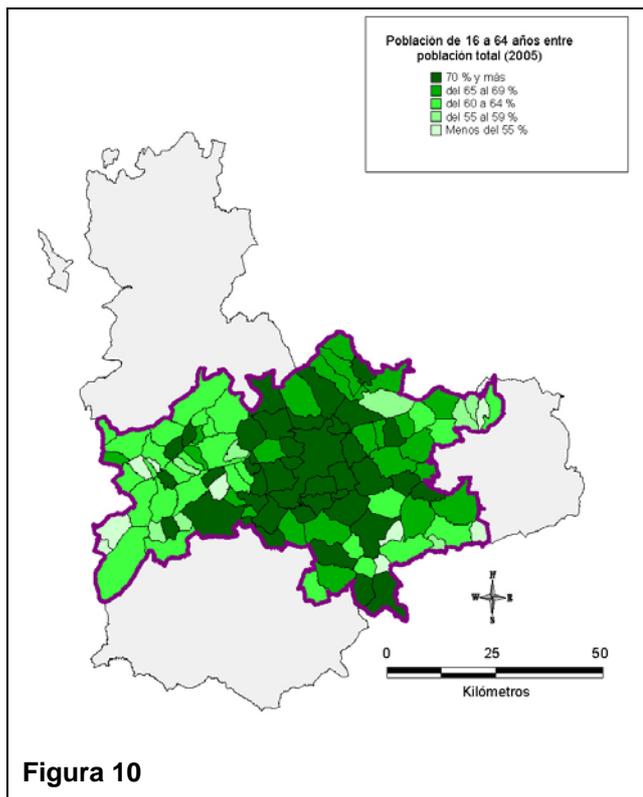
3.- Efectos económicos de la implantación del proyecto en el empleo de la Zona Básica de Comercio.

3.1.- Características generales del empleo en la Zona Básica de Comercio de Valladolid.

Las características generales del empleo en el ámbito territorial analizado varían sustancialmente dependiendo de múltiples variables, entre las cuales destaca en primer lugar la propia estructura por edad de la población residente. Así, la proporción de activos o porcentaje representado por las cohortes etarias de 16 a 64 años sobre el total de habitantes alcanza sus máximos en los municipios más cercanos a la capital, donde se superan las tres cuartas partes de activos potenciales, frente al ámbito rural, con apenas un 64%. Independientemente de la dinámica económica, el elevado grado de envejecimiento de esta población implica un mayor peso de los inactivos, hecho que se traduce en bajos niveles de afiliación a la Seguridad Social. No obstante, el porcentaje de afiliados sobre activos potenciales es asimismo mínimo, tan sólo un tercio, consecuencia principalmente de la importante caída del empleo en las actividades agrarias y la menor edad de jubilación que caracteriza a estos trabajadores. Resultado de ello es una tasa de paro inferior al promedio, sin alcanzar siquiera el 5%, frente al 7,3% del conjunto o, en el límite superior, el 7,7% correspondiente a la capital.

Cuadro 14.- Población y actividad económica (2006)						
Marco territorial	Población de 15 a 64 años	% de 15 a 64 años sobre el total	Afiliados a la Seguridad Social	% de afiliados sobre 15 a 16 años	Parados	% de parados sobre 15-64
Zona Básica de Comercio	314.429	71,47	184.464	58,67	22.860	7,27
Valladolid	228.686	71,24	143.382	62,70	17.670	7,73
Periurbano	47.520	75,47	25.223	53,08	3.049	6,42
Área de influencia urbana	7.406	72,23	3.186	43,02	456	6,16
Centros Comarcales	15.089	70,82	7.486	49,61	925	6,13
Municipios Rurales	14.585	64,38	4.871	33,40	697	4,78

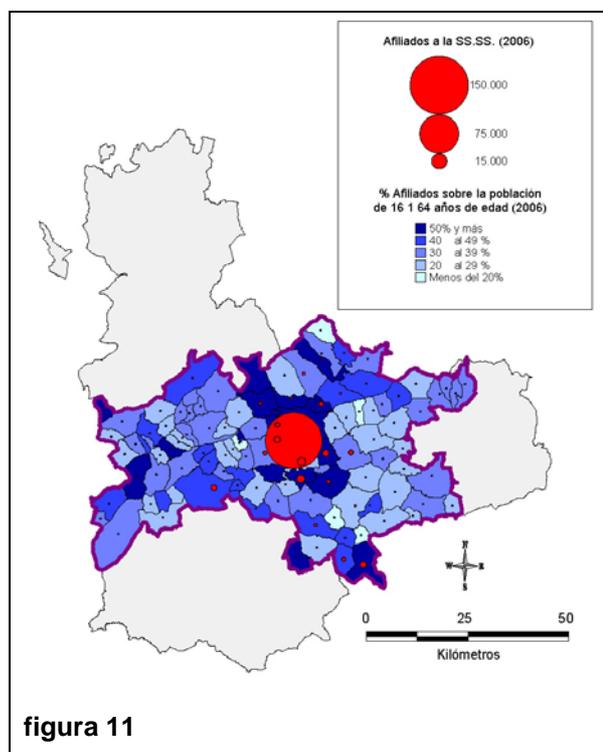
FUENTE: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Tesorería General de la Seguridad Social, 2006. Elaboración propia.



Unas características generales que deben ser matizadas no obstante en lo que concierne a los municipios rurales, dado que el potencial de activos residentes en los localizados a lo largo del valle del Duero es superior a la media, con índices similares a los de espacios urbanos, por encima del 70% (ver figura 10). El sector occidental se ha visto además beneficiado por un crecimiento mayor de la población inmigrante, compuesta en un 85% por individuos activos,

todo lo cual implica la presencia de una mano de obra nacional y extranjera que abarca un amplio espectro de demanda laboral, exigiendo por tanto el incremento de la oferta de trabajo.

Estas diferencias en los municipios mejor comunicados con la capital se extienden lógicamente a los datos de afiliación a la Seguridad Social y, si bien las proporciones de afiliados sobre los potencialmente activos son mayores en la franja periurbana y centros comarcales, como Tordesillas o Íscar, destacan también sobre el conjunto del ámbito rural en todos aquellos localizados a la largo de la carretera de Soria (N-122) y la Autovía de Castilla (A-62) (ver figura 11). Pero también son



mayores las tasas de paro, pese a que la mayor accesibilidad a la capital permite a sus residentes competir en el mercado laboral de ésta. En definitiva, cualquier incremento de la oferta de empleo en ella puede beneficiar igualmente a esta población activa (ver figura 12).

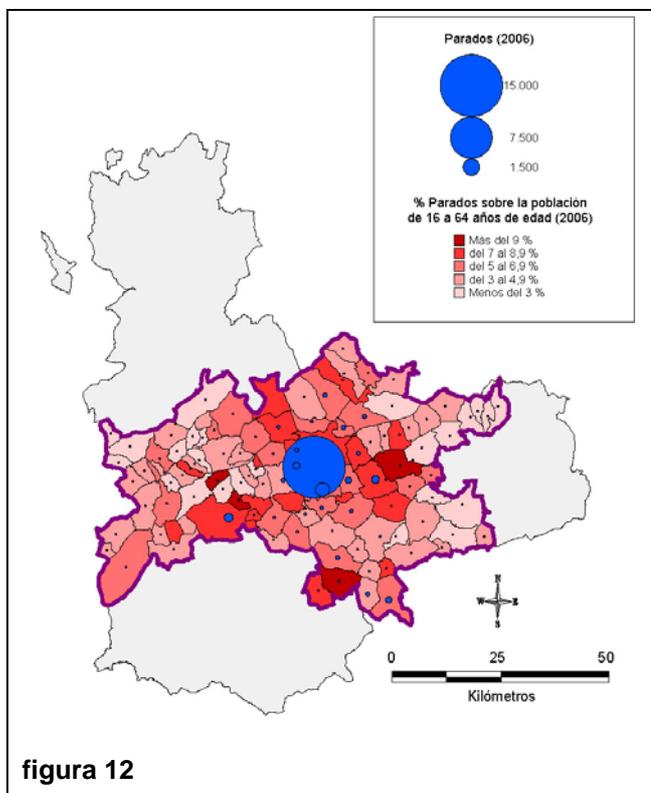


figura 12

En lo que respecta al ámbito territorial más directamente afectado por la implantación del nuevo centro comercial, en el cual se incluye no sólo la ciudad de Valladolid sino asimismo su franja periurbana y el área de influencia urbana más próxima, el desempleo es similar o inferior al promedio provincial. La evolución reciente del mercado laboral provincial, marcada por la correspondiente a los citados municipios, pues engloban el

87% de los activos potenciales, se distingue por un incremento continuo de las tasas de actividad durante los diez últimos años de forma paralela a la reducción de los niveles de paro, pese a un ligero aumento en sus cifras absolutas en todos los ámbitos analizados.

La estructura sectorial del empleo muestra el indudable peso del sector servicios, derivado de su importante desarrollo en los ámbitos urbano y periurbano, frente al todavía elevado potencial agrario en los municipios rurales. Es preciso constatar asimismo la importancia del sector de la construcción en la franja periurbana y en el área de influencia urbana, municipios cercanos a la capital y caracterizados por el rápido incremento de su población, demandantes de nuevos equipamientos. La relativamente escasa presencia de trabajadores del terciario, similar a la proporción correspondiente a centros comarcales de servicios pero muy inferior a la capitalina e incluso a la

existente en los municipios periurbanos, se corresponde con una población joven y dotada de una gran movilidad espacial, cuyos hábitos de consumo en materia de comercio y ocio incluyen como elemento indispensable los desplazamientos periódicos a centros comerciales y grandes superficies.

Ámbito territorial	Actividades agrarias	%	Industria	%	Construcción	%	Servicios	%	Total
Zona Básica de Comercio	5.180	2,81	29.890	16,20	23.752	12,88	125.642	68,11	184.464
Valladolid	1.491	1,04	22.013	15,35	15.710	10,96	104.168	72,65	143.382
Periurbano	646	2,56	4.045	16,04	5.084	20,16	15.448	61,25	25.223
Área de influencia urbana	287	9,01	753	23,63	841	26,40	1.305	40,96	3.186
Centros Comarcales	608	8,12	2.358	31,50	1.438	19,21	3.082	41,17	7.486
Municipios Rurales	1.985	40,75	692	14,21	642	13,18	1.552	31,86	4.871

FUENTE: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Tesorería General de la Seguridad Social, 2006. Elaboración propia.

Los centros de trabajo, aún presentando una distribución sectorial similar a la correspondiente al empleo, muestran diferencias apreciables derivadas de la diversa tipología de establecimientos. En el caso que nos interesa, el sector servicios, el porcentaje de centros de trabajo es sensiblemente superior al de ocupados en los municipios del área de influencia urbana de la capital, centros comarcales y espacios rurales, constando así la pervivencia del conocido minifundismo empresarial derivado de la presencia mayoritaria de pequeñas empresas familiares, con escasa capacidad de generación de empleo y una oferta reducida.

	Actividades agrarias	%	Industria	%	Construcción	%	Servicios	%	Total
Zona Básica de Comercio	578	3,33	1.404	8,09	2.151	12,39	13.225	76,19	17.358
Valladolid	153	1,18	784	6,03	1.337	10,29	10.720	82,50	12.994
Periurbano	91	3,74	300	12,33	475	19,52	1.567	64,41	2.433
Área de influencia urbana	29	7,82	47	12,67	94	25,34	201	54,18	371
Centros Comarcales	59	7,43	183	23,05	150	18,89	402	50,63	794
Municipios Rurales	232	32,18	85	11,79	91	12,62	313	43,41	721

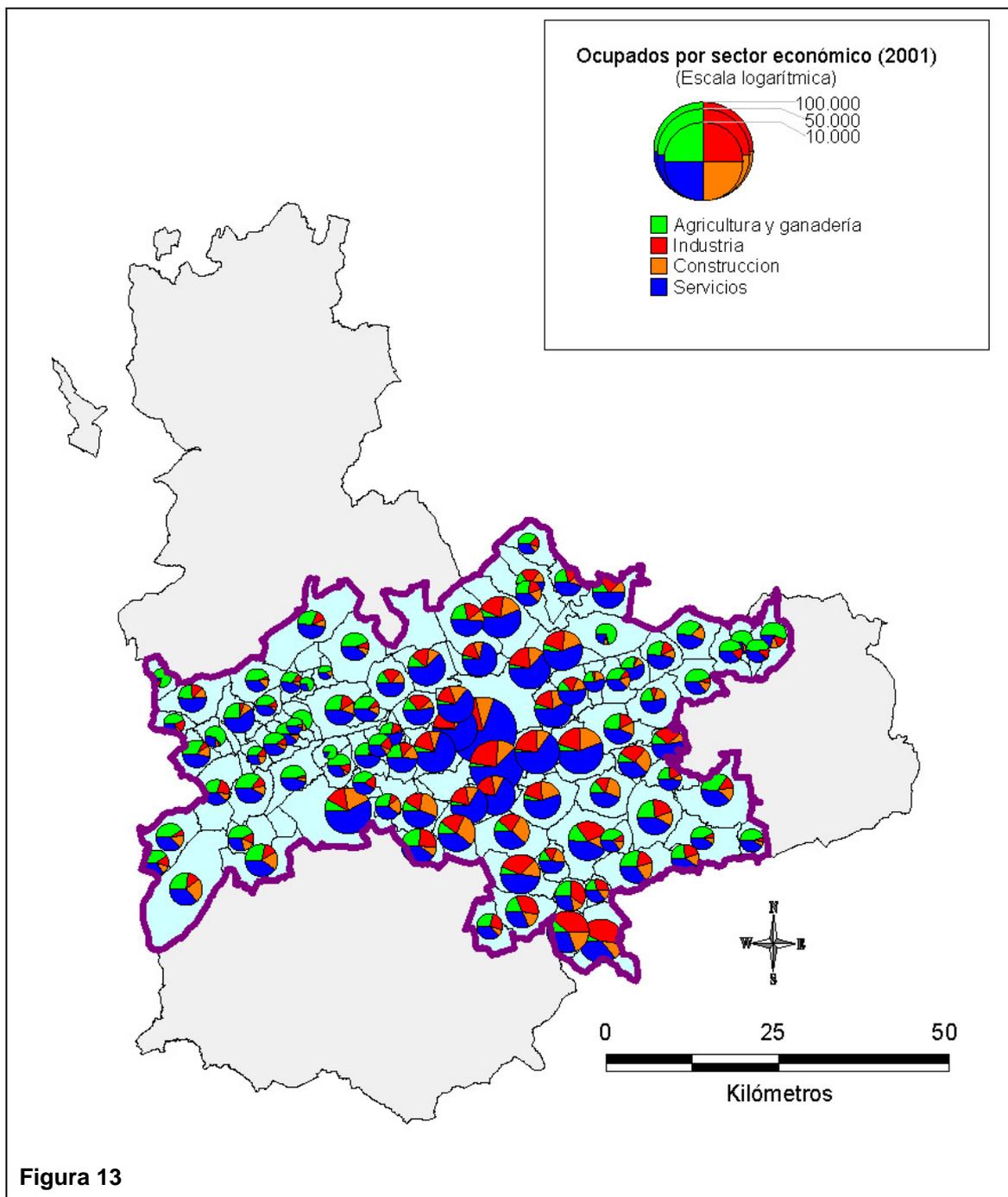
FUENTE: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Tesorería General de la Seguridad Social, 2006. Elaboración propia.

	Actividades agrarias	Industria	Construcción	Servicios	Total
Zona Básica de Comercio	8,96	21,29	11,04	9,50	10,63
Valladolid	9,75	28,08	11,75	9,72	11,03
Periurbano	7,10	13,48	10,70	9,86	10,37
Área de influencia urbana	9,90	16,02	8,95	6,49	8,59
Centros Comarcales	10,31	12,89	9,59	7,67	9,43
Municipios Rurales	8,56	8,14	7,05	4,96	6,76

Cuadro 17.- FUENTE: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Tesorería General de la Seguridad Social, 2006. Elaboración propia.

Frente a un promedio de 11 trabajadores por centro en la capital, en el medio rural no se alcanzan los 7,

mientras en el periurbano y, en menor medida, el área de influencia urbana su tamaño tiende a acercarse al que presentan en la ciudad. Lógicamente los resultados están condicionados por la concentración de grandes empresas en Valladolid, si bien en el caso concreto de los servicios es la franja periurbano donde se sitúa el máximo, hecho al que no resulta ajeno la presencia de grandes y medianas superficies comerciales.



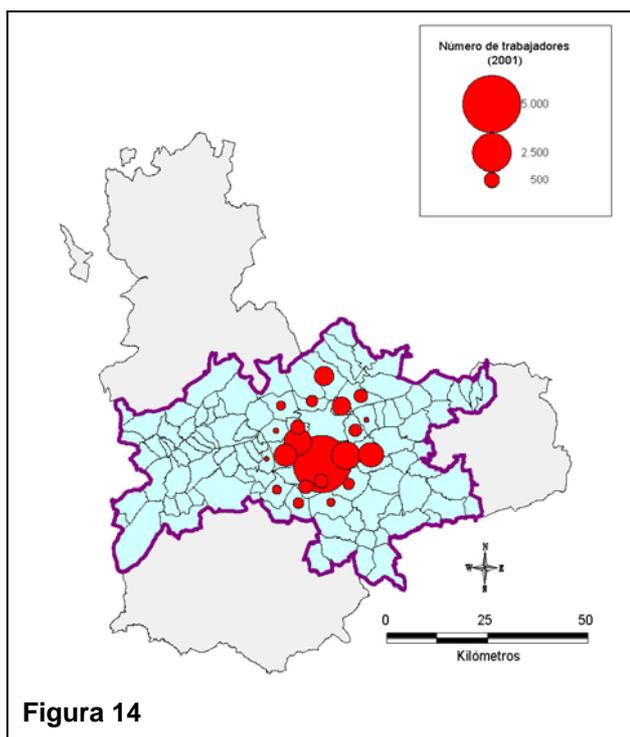
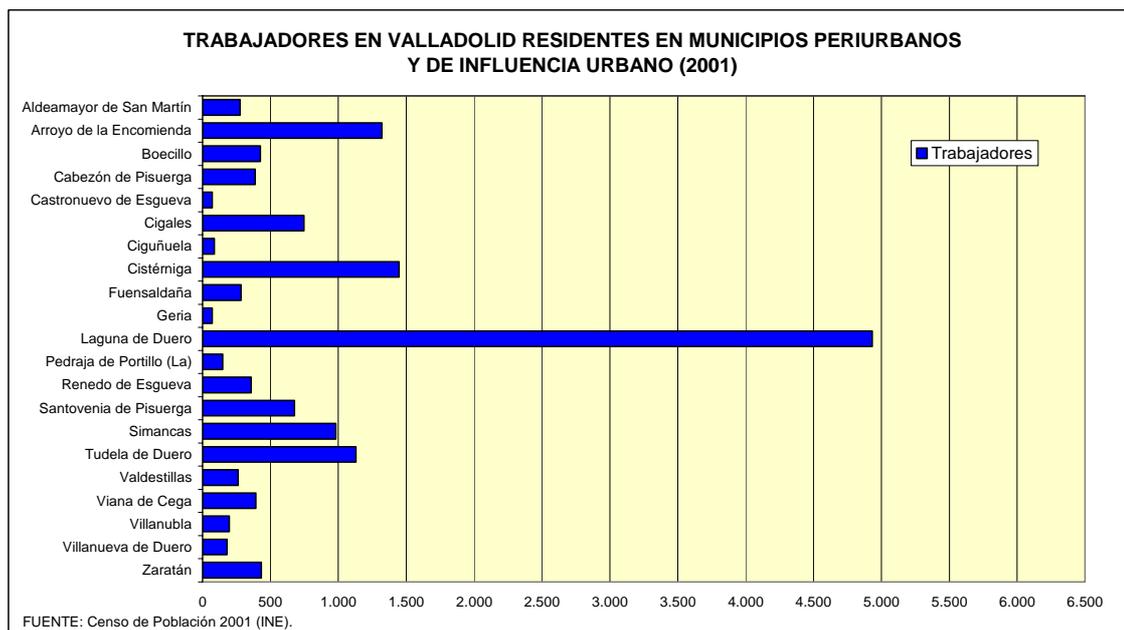
El desglose del empleo por subsectores ocupacionales resulta imposible a escala municipal a partir de los datos que proporciona la Tesorería General de la Seguridad Social, por lo que es ineludible recurrir a la información del último Censo de Población (año 2001) que, si bien ya atrasada, es la única que permite una visión del territorio analizado y delimitar adecuadamente las características del mercado laboral en la Zona Básica de Comercio de Valladolid (ver figura 13).

Cuadro 18.- Ocupados según sector de actividad del establecimiento									
	Actividades agrarias	%	Industria	%	Construcción	%	Servicios	%	Total
Zona Básica de Comercio	6.046	3,53%	35.168	20,55%	17.819	10,41%	112.092	65,50%	171.125
Valladolid	1.691	1,35%	25.032	19,99%	11.283	9,01%	87.219	69,65%	125.225
Periurbano	795	3,18%	5.320	21,25%	3.201	12,79%	15.715	62,78%	25.031
Área de influencia urbana	301	8,16%	855	23,17%	738	20,00%	1.796	48,67%	3.690
Centros Comarcales	749	9,18%	2.440	29,90%	1.344	16,47%	3.628	44,46%	8.161
Municipios Rurales	2.510	27,83%	1.521	16,87%	1.253	13,89%	3.734	41,41%	9.018

FUENTE: Censo de Población 2001 (INE). Elaboración propia.

Los datos del Censo de 2001 indican, en comparación con los ya expuestos sobre afiliación a la Seguridad Social en 2006, el incremento del número de ocupados entre ambas fechas en el conjunto de la Zona Básica de Comercio, si bien la evolución sectorial y espacial del empleo es divergente. Así, tanto las actividades agrarias como industriales han perdido en torno a un 15% del empleo que mantenían a comienzos de siglo, mientras en la construcción y los servicios éste ha aumentado un 33% y 12% respectivamente. En general, el incremento es cercano al 8%, pero con importantes variaciones territoriales. La capital constituye el espacio más beneficiado en tal sentido, pues con un 15% más de ocupados que en 2001 concentra el 99% de las ganancias, correspondiendo el restante 1% a los municipios de la franja periurbana. Por el contrario, en los incluidos en el área de influencia capitalina, más allá del periurbano, las pérdidas han sido del 14% en los últimos cinco años. Con todo, estos datos son engañosos, pues los cambios de residencia de carácter centrífugo, desde la capital hacia las nuevas áreas residenciales de su periferia más inmediata, no han implicado un cambio paralelo en la localización de los puestos de trabajo. Es más, el rejuvenecimiento de la población activa en la periferia supone asimismo unas

mayores tasas de actividad y ocupación, directamente dependientes de la oferta de empleo vallisoletana.



Solamente en el conjunto más cercano a la capital, el denominado alfoz de Valladolid, encontramos ya en 2001 un total de 14.792 residentes cuyo centro de trabajo se encontraba ubicado en la ciudad (ver figura 14). Teniendo en cuenta que la población total de estos municipios se ha incrementado en un 23% entre esa fecha y el año 2005, no es exagerado suponer que la fuerza de trabajo afincada en ellos pero que desarrolla su actividad en

Valladolid haya experimentado un crecimiento similar o incluso superior. Por tanto, frente a la pérdida de apenas 312 empleos que se deduciría de las cifras del Censo y la Seguridad Social, la realidad indica que estos municipios concentran hoy día, cuando menos, 3.600 empleados más que en 2001. En

definitiva, la generación de empleo en la capital beneficia igualmente a los residentes en gran parte de la Zona Básica de Comercio.

El sector servicios, cuya oferta de empleo es en la capital casi un 20% superior en 2006 a la existente en 2001, ha generado en estos años más de 18.000 puestos de trabajo, cifra muy superior a las pérdidas sufridas en el ámbito rural de la Zona Básica (-4.147). Se trata además de actividades donde la presencia femenina es notable. En efecto, constituyendo ésta el 41% de los activos y el 40% de los ocupados en el conjunto de la población trabajadora, en el caso concreto del sector terciario alcanzan proporciones del 54%, según la última Encuesta de Población Activa disponible (3^{er} Trimestre de 2006, INE), si bien su presencia es aún más destacada en el caso concreto del comercio al por menor.

Cuadro 19.- Ocupados según actividad profesional											
	Fuerzas armadas	Dirección empresas y Adm. Públicas	Técnicos y profesionales cient. e intelect.	Técnicos y profesional. de apoyo	Empleados administrativos	Trabajadores de servicios	Trabajadores cualif. en actividad. agrarias	Trabajadores cualificados en industria y constr.	Operadores y montadores	Trabajadores no cualificados	Total
Zona Básica de Comercio	2.369	15.090	25.757	19.986	16.214	22.917	4.245	27.482	19.890	17.175	171.125
Valladolid	1.885	10.397	21.784	15.455	12.870	17.296	1.093	18.142	14.234	12.069	125.225
Periurbano	300	2.964	2.713	3.132	2.073	3.320	559	4.475	3.125	2.370	25.031
Área de influencia urbana	47	320	228	297	231	404	187	883	648	445	3.690
Centros Comarcales	61	796	461	561	477	999	408	2.368	914	1.116	8.161
Municipios Rurales	76	613	571	541	563	898	1.998	1.614	969	1175	9.018
Porcentajes sobre el total de ocupados en cada ámbito territorial											
Zona Básica de Comercio	1,38	8,82	15,05	11,68	9,47	13,39	2,48	16,06	11,62	10,04	100
Valladolid	1,51	8,30	17,40	12,34	10,28	13,81	0,87	14,49	11,37	9,64	100
Periurbano	1,20	11,84	10,84	12,51	8,28	13,26	2,23	17,88	12,48	9,47	100
Área de influencia urbana	1,27	8,67	6,18	8,05	6,26	10,95	5,07	23,93	17,56	12,06	100
Centros Comarcales	0,75	9,75	5,65	6,87	5,84	12,24	5,00	29,02	11,20	13,67	100
Municipios Rurales	0,84	6,80	6,33	6,00	6,24	9,96	22,16	17,90	10,75	13,03	100

Censo de Población 2001 (INE). Elaboración propia.

La segmentación de ocupaciones según profesiones nos revela diferencias en el grado de cualificación, mostrando una proporción mayor de trabajadores no cualificados en el medio rural, centros comarcales e incluso en el área de influencia, mientras en la periferia más inmediata o franja periurbana se registra el índice más bajo, inferior al de la propia capital. Esta mayor cualificación de la población residente en el borde de la capital queda patente

asimismo en la presencia de personal especializado en tareas de dirección tanto en empresas privadas como en la Administración Pública y en actividades industriales y de la construcción, abundando también la mano de obra con niveles medios de cualificación, como los técnicos y profesionales de apoyo, montadores, operadores de maquinaria, etc. Solamente en el caso de los técnicos y profesionales científicos e intelectuales, así como en empleados de tipo administrativo, la diferencia con respecto a la capital es destacable a favor de ésta, mientras el peso relativo de los trabajadores de servicios es muy similar en ambos espacios (ver figura 15).

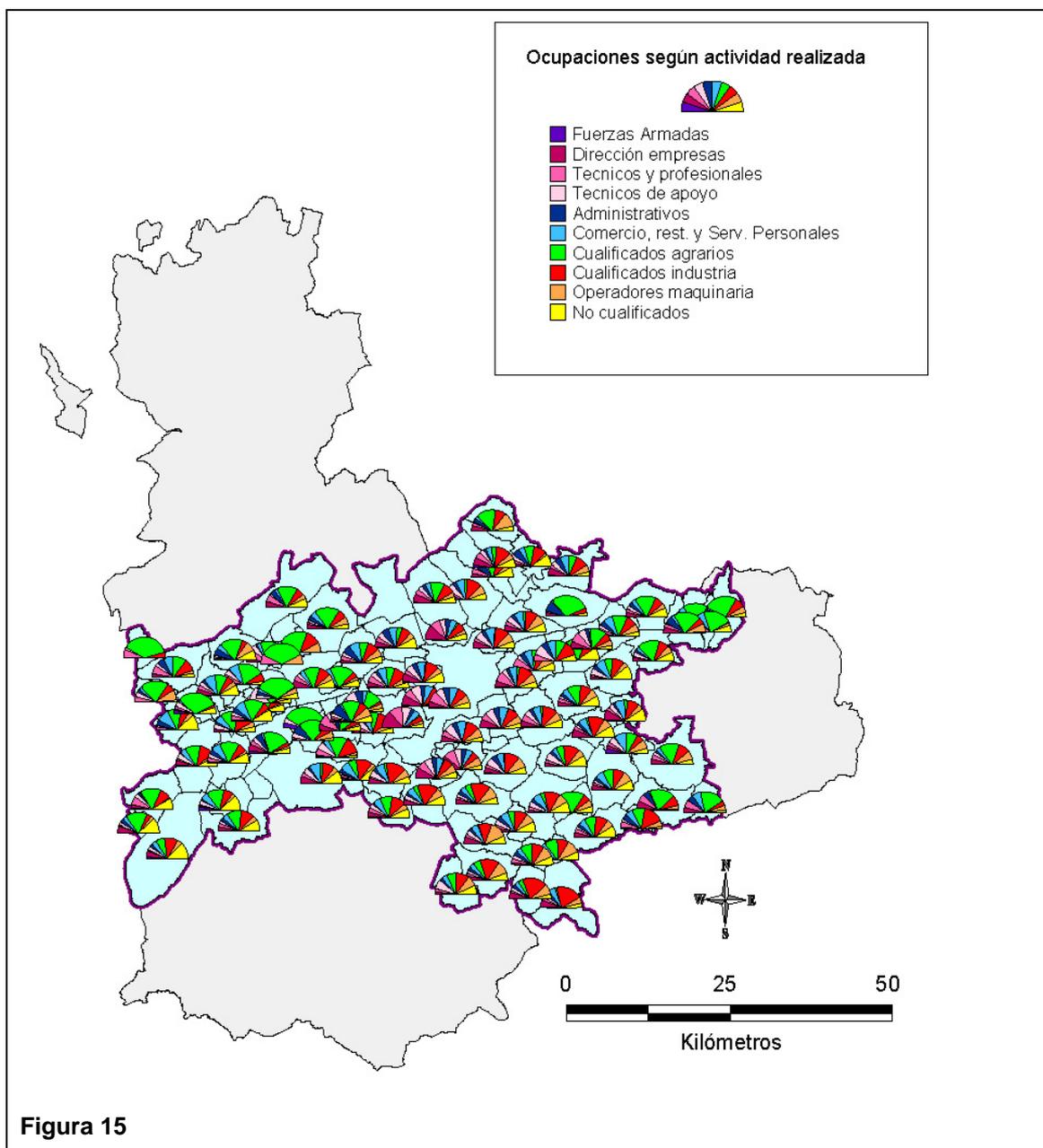
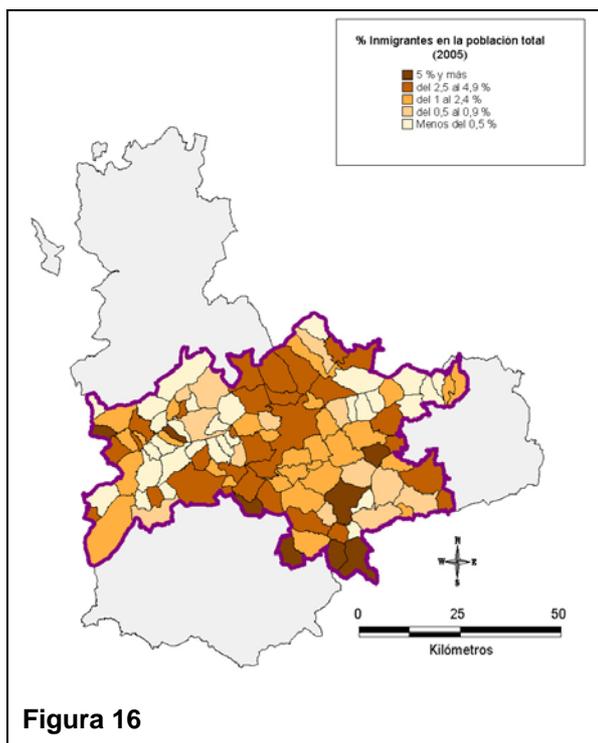


Figura 15

Tal estructura, basada en el lugar de residencia de cada individuo y no en la ubicación del centro de trabajo, confirma la afirmación precedente acerca de la capital como principal generador de empleo para una amplia franja de municipios cercanos, sin diferencias destacables entre la comparación de ambas poblaciones activas salvo las derivadas de una parte de los residentes más antiguos en los mismos. Por el contrario, los nuevos pobladores de la periferia se corresponden con adultos jóvenes caracterizados por niveles de formación media y alta.



Resumiendo, la capital y su entorno poseen una fuerza laboral abundante y con niveles de cualificación adecuados, a la cual se suma cada día en mayor número la aportada por la inmigración extranjera (ver figura 16), también con grandes diferencias en cuanto a su nivel de formación laboral pero que, en general, aporta trabajadores en unos nichos de empleo no solicitados por la población autóctona, ya sean más cualificados (países del Este de Europa y del

Cono Sur de Latinoamérica) o menos (la mayoría de los restantes). Los niveles de paro, situados en torno al 7-8%, indican asimismo el potencial restante de mano de obra que, en virtud de la diversidad expuesta, se considera adecuada a la oferta de trabajo propia de un nuevo centro comercial.

3.2.- La situación del empleo en el sector comercial.

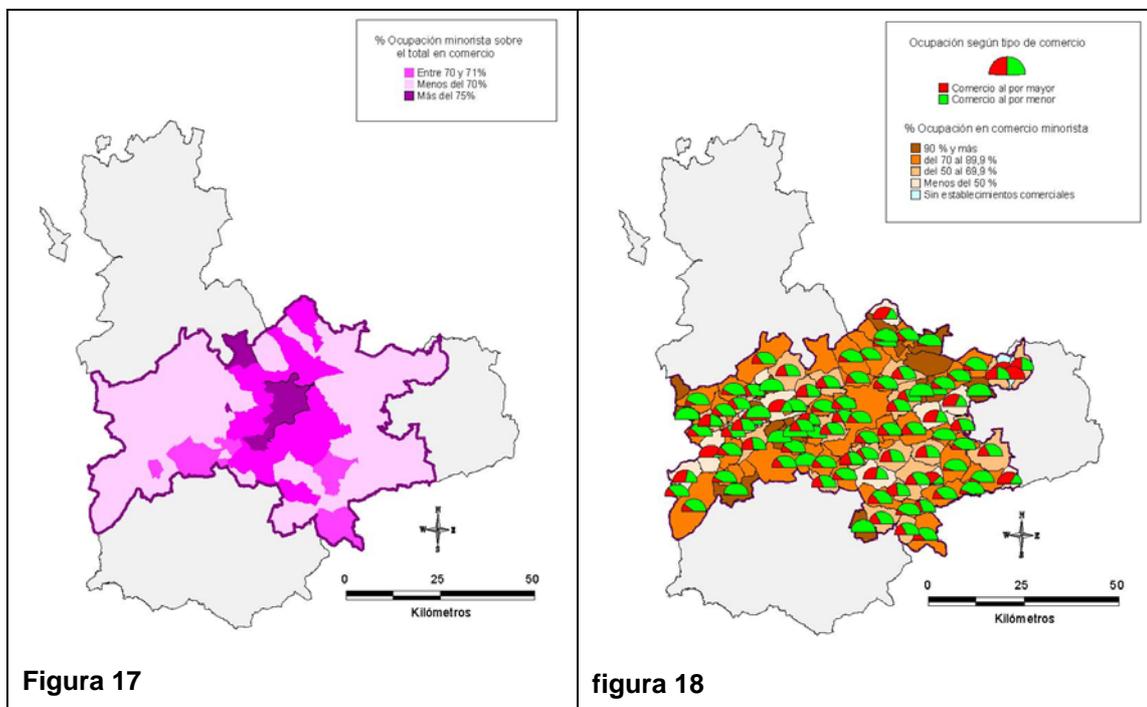
Las actividades comerciales daban trabajo en 2001 a 22.873 personas dentro de la Zona Básica de Comercio de Valladolid, de las cuales cerca de las tres cuartas partes correspondían al subsector de venta al por menor. Respondiendo a la lógica de la demanda, su presencia relativa es algo superior

Cuadro 20.-Ocupación en comercio mayorista y minorista			
	Comercio mayorista	Comercio minorista	Total
Zona Básica de Comercio	5.960	16.913	22.873
Valladolid	4.232	12.792	17.024
Periurbano	1.080	2.596	3.676
Área de influencia urbana	129	312	441
Centros Comarcales	274	652	926
Municipios Rurales	245	561	806
Porcentaje sobre el total en cada ámbito territorial			
Zona Básica de Comercio	26,06	73,94	100
Valladolid	24,86	75,14	100
Periurbano	29,38	70,62	100
Área de influencia urbana	29,25	70,75	100
Centros Comarcales	29,59	70,41	100
Municipios Rurales	30,40	69,60	100

FUENTE: Censo de Población 2001 (INE). Elaboración propia.

en los en los núcleos de mayor tamaño, reduciéndose a menos del 70% en el medio rural, donde los mayoristas mantienen redes de distribución ligadas en gran parte a las necesidades de las actividades agrarias. A escala municipal las diferencias son sin embargo muy marcadas, al incluir espacios donde la presencia de unos u otros tipos de establecimientos es poco menos

que testimonial (ver figuras 17 y 18).



Las grandes cifras remarcan sin embargo la importante concentración de empleo comercial en la capital y su entorno más inmediato, la franja periurbana, donde se localizan el 90,5% de los puestos de trabajo generados por este sector, proporción ligeramente superior a la que correspondía en las mismas fechas al número de residentes, el 87,3% del total de habitantes de la Zona Básica. Concentración que responde por tanto a la de la misma población, incrementada por las economías de aglomeración propias de una

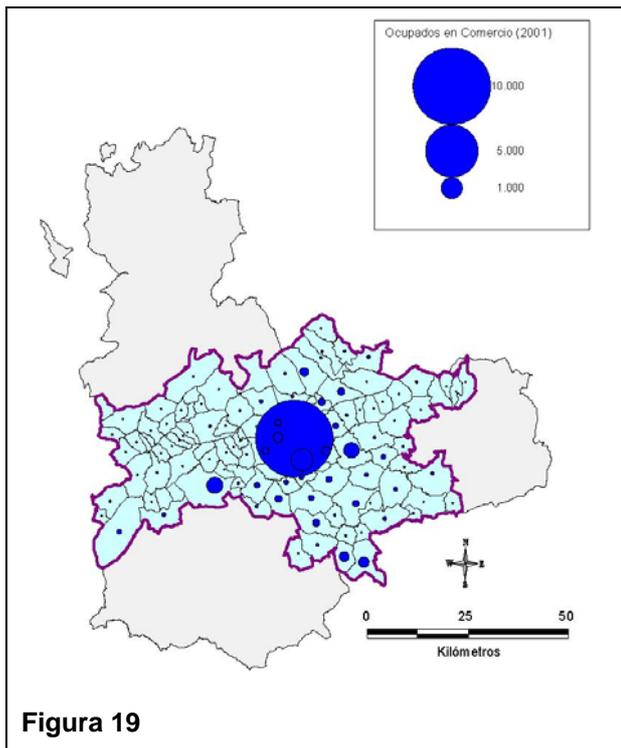
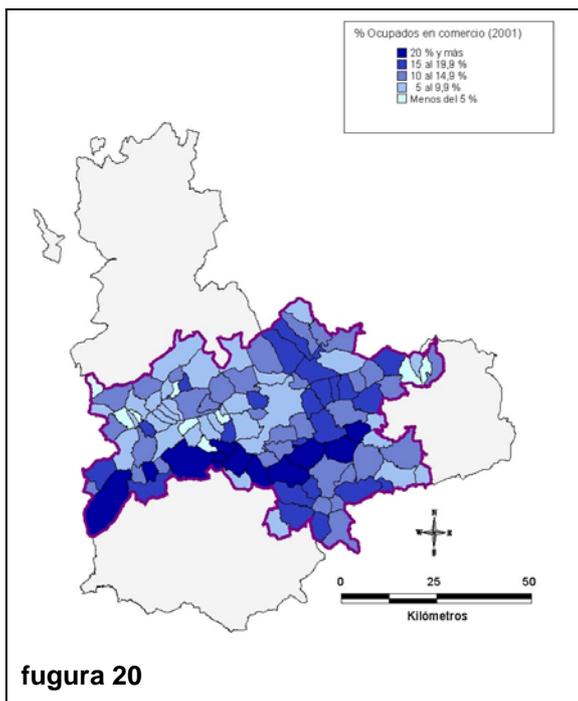


Figura 19

capital, traducidas a su vez en una mayor diversidad de oferta y por tanto, de generación de empleo. Con todo, no dejan de ser significativas, ya en 2001, las cifras de ocupación en establecimientos comerciales de algunos núcleos periurbanos como Laguna de Duero, Tudela de Duero, La Cistérniga, Arroyo de la Encomienda y Simancas, o en centros de servicios, casos de Tordesillas e Íscar.



fugura 20

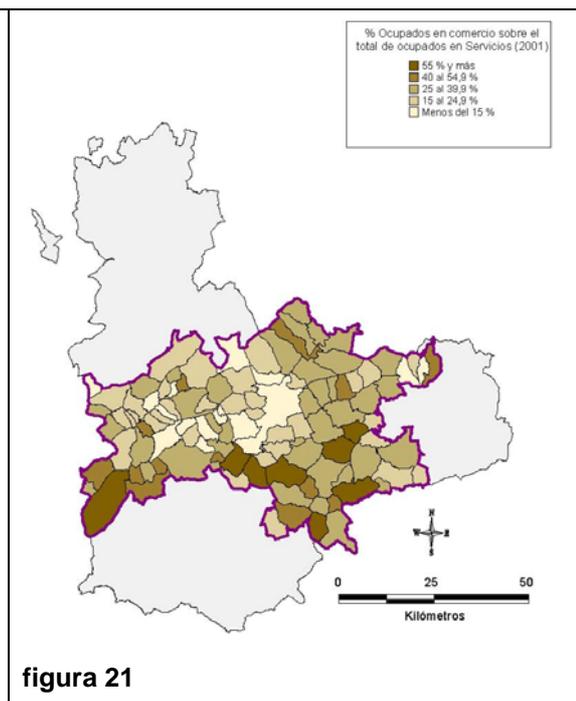


figura 21

En general, el fenómeno de la “periurbanización” era ya patente en 2001, favoreciendo el desarrollo del comercio local en los municipios beneficiados por el nuevo aporte demográfico. De hecho, la importancia relativa de la ocupación en el sector es mayor en la aureola periférica que en la capital, tanto si realizamos la comparación con respecto al total de ocupados como si la

limitamos al empleo generado dentro del sector de los servicios, si bien en este segundo caso es el carácter más intensamente multifuncional de la urbe lo que explica ese menor peso relativo.

Es más, las estructuras profesionales de los ocupados en el sector son muy similares en todo el conjunto urbano y periurbano, respondiendo no necesariamente a las características de los establecimientos presentes en ambos ámbitos –que también, en muchos casos- sino, sobre todo, a un factor mencionado anteriormente con respecto al conjunto de la población ocupada: la importancia de la capital como fuente de empleo para la población residente en municipios de su periferia. Una población que, no debe olvidarse, procede hoy día en su mayor parte del mismo Valladolid.

Cuadro 21.- Ocupados en el sector comercial según profesiones						
	Zona Básica de Comercio	Valladolid	Periurbano	Área de Influencia urbana	Centros Comarcales	Municipios Rurales
Gerentes empresas mayor. con asalariados	441	286	78	7	49	21
Gerentes empresas minor. con asalariados	1.402	993	277	29	61	42
Gerentes empresas mayor. sin asalariados	235	156	33	4	29	13
Gerentes empresas minor. sin asalariados	2.496	1.770	372	60	163	131
Farmacéuticos	360	314	19	6	9	12
Representantes y técnicos de ventas	3.537	2.618	698	67	60	94
Modelos publicitarios	155	124	18	3	3	7
Encargados de sección	174	126	32	0	9	7
Dependientes	9.142	6.908	1.415	165	340	314
Trabajadores no cualificados	1.188	979	126	7	36	40
Total	19.130	14.274	3.068	348	759	681
Porcentajes sobre el total de cada ámbito territorial						
Gerentes empresas mayor. con asalariados	2,31	2,00	2,54	2,01	6,46	3,08
Gerentes empresas minor. con asalariados	7,33	6,96	9,03	8,33	8,04	6,17
Gerentes empresas mayor. sin asalariados	1,23	1,09	1,08	1,15	3,82	1,91
Gerentes empresas minor. sin asalariados	13,05	12,40	12,13	17,24	21,48	19,24
Farmacéuticos	1,88	2,20	0,62	1,72	1,19	1,76
Representantes y técnicos de ventas	18,49	18,34	22,75	19,25	7,91	13,80
Modelos publicitarios	0,81	0,87	0,59	0,86	0,40	1,03
Encargados de sección	0,91	0,88	1,04	0,00	1,19	1,03
Dependientes	47,79	48,40	46,12	47,41	44,80	46,11
Trabajadores no cualificados	6,21	6,86	4,11	2,01	4,74	5,87
Total	100	100	100	100	100	100

FUENTE: Censo de Población 2001 (INE). Elaboración propia.

Cerca de la mitad del empleo en establecimientos comerciales de la Zona Básica se genera por la necesidad de dependientes, siendo mayor ésta en la capital y su entorno que en el medio rural, como consecuencia del

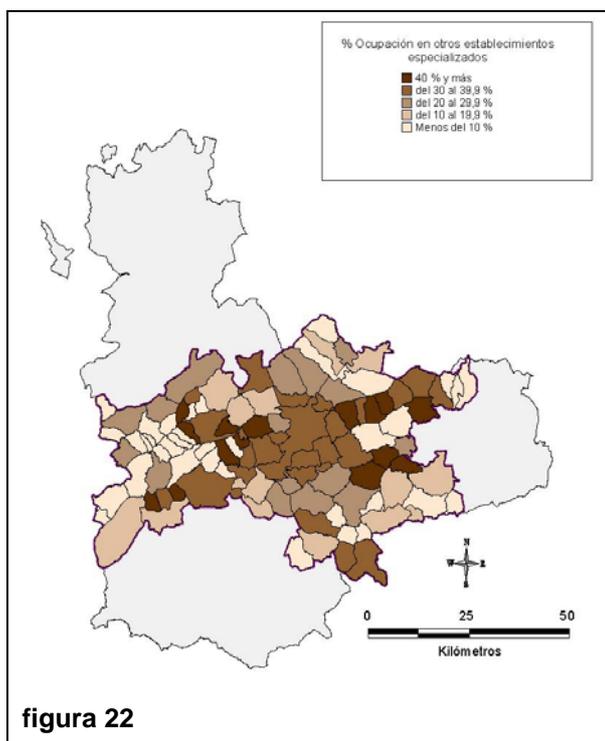
predominio del pequeño comercio tradicional y la empresa familiar en los municipios de menor entidad, frente a las medianas empresas y los establecimientos franquiciados en la ciudad. La variedad en la oferta de trabajo, tanto en Valladolid como en su periurbano y área de influencia, resulta manifiesta a través de la presencia de representantes y técnicos de ventas, que llegan a significar en torno a una quinta parte del empleo existente. Pero también, en términos absolutos, otros trabajos altamente cualificados, como las actividades de gerencia, los encargados de sección e incluso, modelos publicitarios, se encuentran en gran número en estos ámbitos, mientras en el resto de la Zona Básica de Comercio apenas los encontramos, con la salvedad de la actividad gerencial, que responde al conocido esquema del negocio familiar. Pero también destaca la oferta de trabajo para activos menos cualificados, ligados a tareas de limpieza, reposición, almacén, etc., generadas por medianas y grandes empresas de distribución.

Cuadro 22.- Ocupados en establecimientos de comercio minorista (2001)									
	Alimentación, bebidas y tabaco	Farmacia, droguería, perfumería y limpieza	Venta y reparación de vehículos	Otros comercios especializados	Venta de bienes de Segunda mano	Venta fuera de locales	Reparación de enseres domésticos	Comercio no especializado	Total
Zona Básica de Comercio	3.397	926	1.038	5.942	15	763	467	4.365	16.913
Valladolid	2.309	726	694	4.716	15	638	377	3.317	12.792
Periurbano	590	111	200	800	0	84	62	749	2.596
Área de influencia urbana	94	17	23	82	0	5	5	86	312
Centros Comarcales	191	44	69	221	0	19	10	98	652
Municipios Rurales	213	28	52	123	0	17	13	115	561
Porcentajes sobre el total de ocupaciones en comercio minorista									
Zona Básica de Comercio	20,09%	5,48%	6,14%	35,13%	0,09%	4,51%	2,76%	25,81%	100%
Valladolid	18,05%	5,68%	5,43%	36,87%	0,12%	4,99%	2,95%	25,93%	100%
Periurbano	22,73%	4,28%	7,70%	30,82%	0,00%	3,24%	2,39%	28,85%	100%
Área de influencia urbana	30,13%	5,45%	7,37%	26,28%	0,00%	1,60%	1,60%	27,56%	100%
Centros Comarcales	29,29%	6,75%	10,58%	33,90%	0,00%	2,91%	1,53%	15,03%	100%
Municipios Rurales	37,97%	4,99%	9,27%	21,93%	0,00%	3,03%	2,32%	20,50%	100%

FUENTE: Censo de Población 2001 (INE). Elaboración propia.

La diversidad del empleo en el sector comercial se plasma asimismo en la clasificación de ocupaciones de acuerdo a la actividad principal desarrollada por cada establecimiento, teniendo siempre presente que la localización espacial de los mismos no coincide necesariamente, como ya se ha analizado,

con el lugar de residencia del trabajador. En este sentido, la importancia de la capital y su entorno más cercano vuelve a quedar de manifiesto a través de un aspecto tan revelador como la incidencia del subsector de la alimentación, que constituye un equipamiento básico y por tanto, con una distribución espacial más homogénea. Mientras en Valladolid esta actividad comercial, aún considerando la importancia adquirida por las grandes y medianas superficies de distribución minorista, solamente da trabajo a un 18% de los ocupados en el sector y no alcanza el 23% en los municipios periurbanos, en los de carácter rural genera casi un 40% del empleo.



Por el contrario, el comercio más especializado, eliminados algunos establecimientos cuya presencia es más universal por razones de la demanda inmediata (farmacias y reparación de vehículos y enseres domésticos), es el responsable de la mayor bolsa de trabajo en Valladolid, abarcando un 37% de las ocupaciones, por encima incluso de lo que supone en los centros comarcales, pese a la elevada concentración que, en razón a su funcionalidad, posee en ellos.

Solamente, de forma puntual, algunos municipios fuera del área de influencia urbana muestran porcentajes superior y ello debido, simplemente, a la existencia de un reducido número de locales relacionados con el abastecimiento a los profesionales del campo o a su carácter plurifuncional (ver figura 22).

En conclusión, puede afirmarse que tanto en Valladolid como en los municipios de su franja periurbana existe un mercado laboral ampliamente diversificado que, en lo referente al sector comercial, mantiene unas cifras de empleo elevadas, gracias no sólo a la mayor especialización de los

establecimientos sino también en gran medida a las funciones que como proveedores de una extensa área de demanda cumplen estos locales. Una demanda cuyas características han variado notablemente en las dos últimas décadas, aunando al mantenimiento de comportamientos tradicionales vinculados a la oferta del comercio de proximidad la aparición de nuevos hábitos de consumo derivados de las exigencias generadas por las transformaciones en las formas de vida, entre las cuales cabe destacar la incorporación de la mujer al mercado laboral, el incremento de la movilidad espacial y la búsqueda de un mejor aprovechamiento del tiempo de ocio. En este marco, la figura de los centros comerciales, a la par que generadores de empleo, cumple una función económica pero también social de indudable interés, si bien resulta imprescindible considerar el efecto que la implantación del proyecto presentado puede tener sobre el empleo ya existe.

3.3.- Efectos en el empleo del nuevo centro comercial.

Al localizarse en un sector de la ciudad sin apenas equipamiento comercial en la actualidad –Los Santos (Pilarica)-, el proyectado centro comercial dará lugar a una ganancia neta de empleo, con efectos claramente positivos en este sentido. La cuantía de los puestos de trabajo generados dependerá no obstante del reparto de espacios destinados a pequeños establecimientos, medianas o grandes superficies, debiendo buscar que éste resulte equilibrado. Por otra parte, la intensidad en la utilización de mano de obra depende asimismo de cada tipo de establecimiento, considerándose como factor positivo la presencia de locales destinados al subsector textil (moda, calzado y complementos) o el deporte, cuya necesidad de atención directa al cliente conlleva unas cifras de contratación de personal más elevadas.

El empleo en el comercio de pequeña superficie deriva de las necesidades de personal para su mantenimiento, que a su vez viene dado por el horario de apertura y consecuencia del mismo, la necesidad de contrataciones a jornada completa y media jornada. Para facilitar el cómputo se ha optado por remitir el cálculo a las primeras, considerando la semana laboral

de 40 horas y la apertura de 6 días a la semana, con horarios de 72 horas semanales. La experiencia en este tipo de establecimientos nos indica que la presencia de personal puede variar entre 1 y 3, en virtud de su tamaño (muy variable) y especialidad, por lo que se utilizará como término medio aquél con superficie de entre 125 y 175 m² y atendido al menos de forma simultánea por 2 personas, lo cual generaría un empleo de 3,6 personas por establecimiento:

Empleo por cada 125-175 m²	
Horas semanales	72
Empleos	1,8
1 Encargado + 1 dependiente	2
Total empleo	3,6

En el caso de los pequeños establecimientos de tamaño más reducido el personal puede limitarse a una única persona, disminuyendo la ratio indicada a 1,8 empleos por cada establecimiento:

Empleo en establecimientos reducidos	
Horas semanales	72
Empleos	1,8
Empleados presentes	1
Total empleo	1,8

No obstante, la mayor o menor presencia de establecimientos de uno u otro tamaño no incide en la capacidad de generación de empleo, compensándose una mayor parcelación de la superficie destinada al comercio tradicional con el asimismo superior número de actividades, por lo que podemos utilizar la primera ratio señala en el cómputo final de empleo.

Otra cuestión es la relativa a la capacidad de generación de empleo de la gran superficie comercial, dependiente en grado sumo de cada tipo de establecimiento. Las dos mayores superficies disponibles corresponderán a un establecimiento en régimen de autoservicio (pequeño hipermercado) cuya capacidad de empleo se estima en 76 personas, además de una segunda gran superficie especializada que junto a las funciones de proveedor minorista puede ejercer las de centro logístico, por lo que el empleo generado ascendería a 150 personas o, de no darse este caso, se reduciría como a 69.

El empleo en las medianas superficies especializadas puede oscilar entre los 20 y 45 puestos de trabajo por cada una de ellas, habiéndose fijado como ratios los promedios obtenidos de establecimientos similares en otros centros comerciales de nuestro país:

Capacidad de generación de empleo				
Superficies mayores de 1.999 m ²	Superficies de 1.000 a 1.999 m ²	Superficies de 500 a 999 m ²	Superficies de 300 a 499 m ²	Superficies menores de 300 m ²
73	35	22	9	3,6

Aplicando estos índices a la distribución de locales propuesta en el presente proyecto de centro comercial, teniendo asimismo en cuenta la especificidad de algunos establecimientos, la capacidad de generación de empleo directo en actividades comerciales se establecería en torno a los 600 puestos de trabajo, cifra acorde a la que encontramos en centros de características similares:

Locales comerciales					
	Superficies mayores de 1.999 m ²	Superficies de 1,000 a 1.999 m ²	Superficies de 300 a 999 m ²	Superficies menores de 300 m ²	Total
Nivel 0 + Exterior	2	1	2	45	50
Nivel 1	0	3	1	39	43
Total	2	4	3	84	93
Empleo estimado					
Nivel 0 + Exterior	145	27	31	146	349
Nivel 1	0	115	22	127	264
Total	145	142	53	273	613

Es preciso señalar que, en el total del empleo generado en actividades de distribución al por menor, es el pequeño comercio tradicional el que concentrará el mayor número de puestos de trabajo, cerca del 45%, al dotar el centro a los pequeños comerciantes de un elevado número de locales donde poder realizar su actividad, potenciando así la pequeña empresa en un sector de la ciudad que en estos momentos carece de locales adecuados para su implantación.

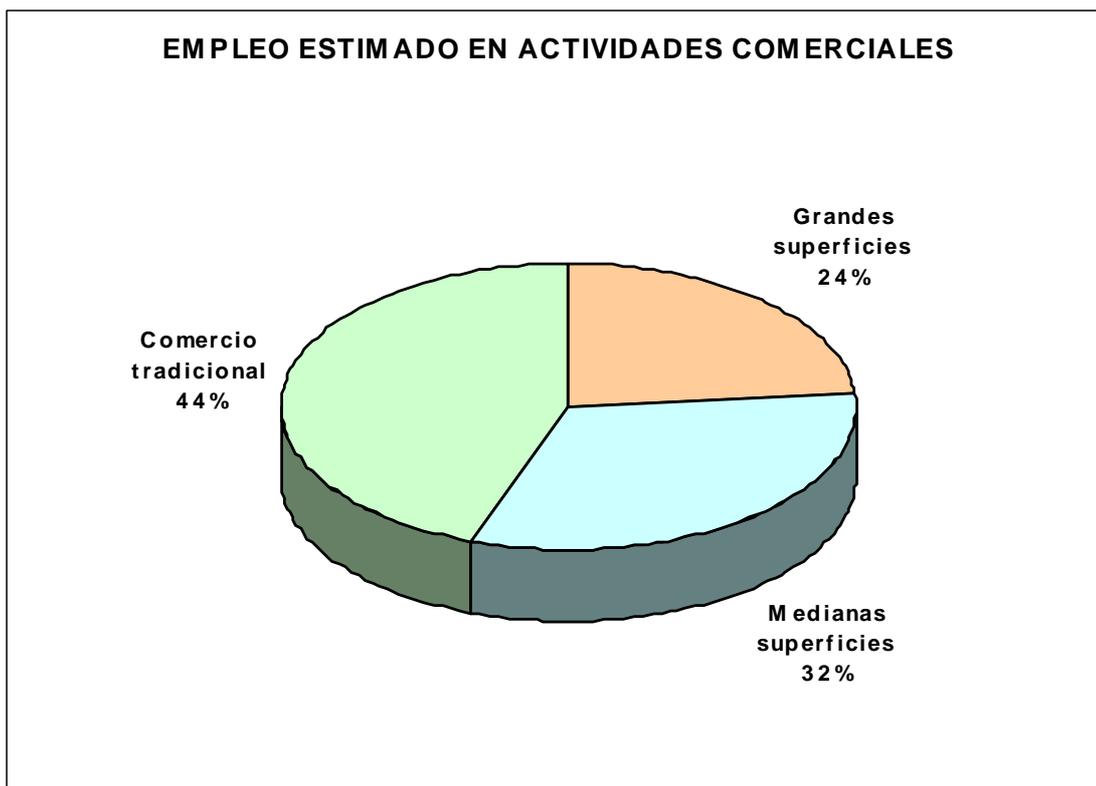


Figura 23.- Empleo estimado en actividades comerciales

Estas cifras se verán incrementadas por las necesidades adicionales de personal para la apertura en festivos y durante el comienzo de las temporadas de rebajas, navidades y fechas señaladas (Día del Padre, Día de la Madre o comienzo del curso escolar), pudiendo incrementar así la oferta anual de empleo en torno a un 4-5% sobre el total señalado.

A todo lo indicado ha de sumarse el personal ocupado en otras actividades de servicios propias de todo centro comercial, entre las cuales se incluye la administración, limpieza de zonas comunes y el mantenimiento de instalaciones (calefacción, aire acondicionado, iluminación, etc.). Todos estos servicios añadidos al comerciante son externos a los desarrollados por cada una de las empresas ubicadas en el centro y suponen otros 36 puestos de trabajo.

Por lo tanto, el proyecto de centro comercial presentado supondría la generación de al menos 677 puestos de trabajo, incluyendo personal contratado durante todo el año, personal de refuerzo en temporadas concretas

y personal de servicios añadidos propios del centro y externos a las empresas en él ubicadas. A todo ello se debe añadir la creación indirecta de empleo, cuya repercusión es más difícil de evaluar, pues las ratios conocidas varían desde el 25 hasta el 85% del empleo directo en comercio. Limitándonos a proyectos similares ya en funcionamiento, el índice más acorde se sitúa en un 50% de empleo indirecto, lo cual supondría 307 puestos de trabajo:

Resumen empleo generado		
Empleo directo	Empleo en actividades comerciales	641
	Empleo en otros servicios	36
Empleo indirecto		307
Empleo generado total		984

La diversidad de establecimientos y necesidades se traduciría en una amplia gama de ofertas de empleo, acorde a las estructuras señaladas de la mano de obra disponible tanto en la ciudad de Valladolid como en los municipios de su franja periurbana y área de influencia urbana, gracias a la localización del centro en un área cuya accesibilidad, ya alta, aumentará en los próximos años en virtud de la construcción de la nueva Autovía del Duero.

3.4.- Situación del empleo entre la población local

La repercusión económica del nuevo centro comercial será mucho más intensa, como es lógico, entre los habitantes del propio barrio donde éste se localizará, La Pilarica. Se trata de espacio habitado por familias llegadas a Valladolid en su mayoría durante los años sesenta y setenta, atraídas por la oferta de empleo generada por la industrialización de la capital, que en el año 2005 albergaba un total de 8.039 residentes. Con una edad media de 40,4 años, las generaciones que poblaron el barrio hace cuatro décadas se encuentran ya cercanas al momento de la jubilación, pero sus hijos, nacidos en los años setenta, cuando la fecundidad sobrepasaba los 2,5 hijos por mujer, conforman en la actualidad las cohortes más numerosas de la pirámide de edades. Las tres cuartas partes de la población –el 76,4% del total- se encuentran en edad activa y el 52% de la misma con adultos jóvenes, de entre 16 y 39 años, lo cual implica un potencial laboral destacado, superior a los tres mil individuos. De hecho son precisamente los grupos de 20 a 29 años, en edad de incorporación al mercado laboral, los integrantes de las cohortes

etarias dominantes, pertenecientes a familias de entre tres y cuatro miembros (las más representativas) cuyos recursos económicos proceden principalmente del trabajo del padre, pronto a la jubilación.

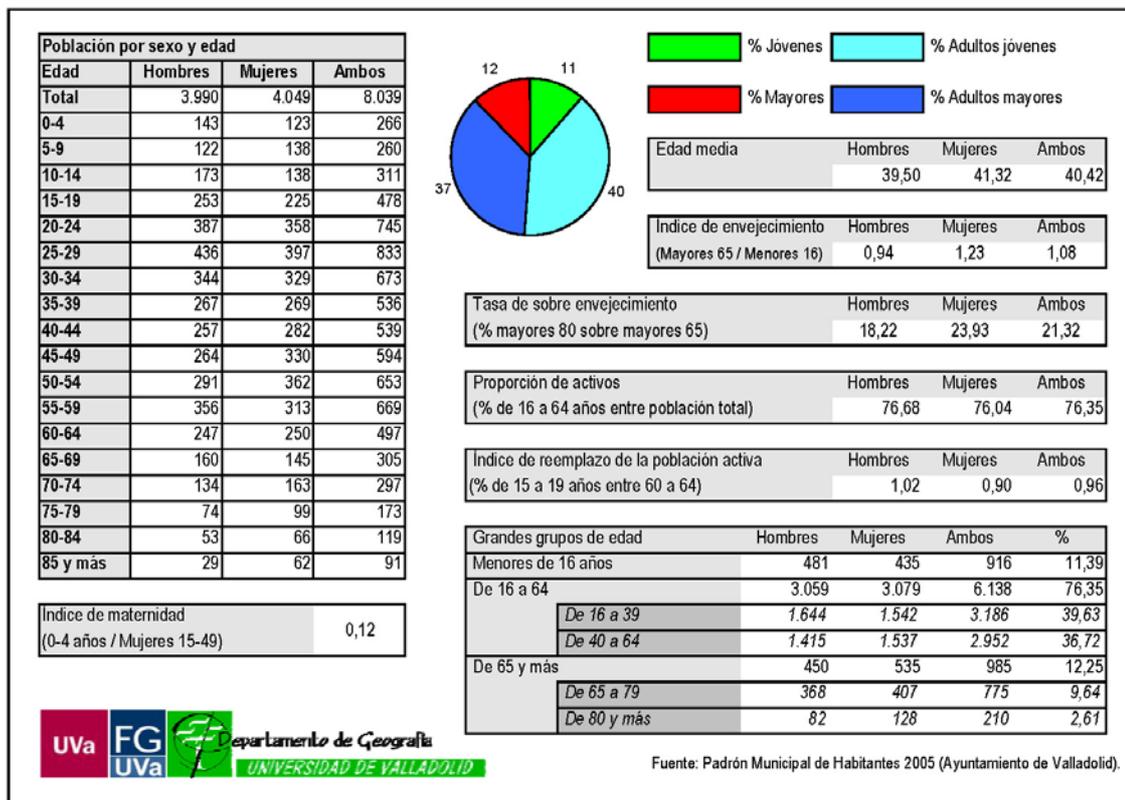
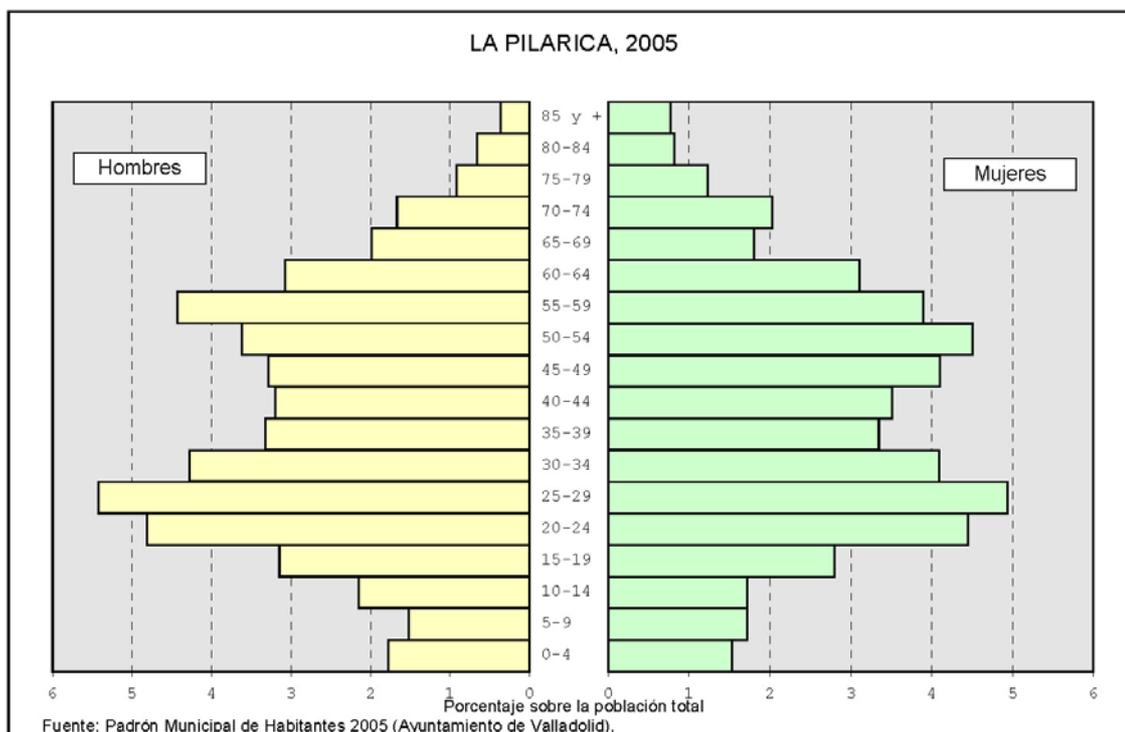


Figura 24.- Estructura demográfica de la Pilarica

El nivel de estudios es bajo, con un 55% con educación primaria, un 21% secundaria o formación profesional y solamente un 10% ha cursado estudios universitarios, mientras el 14% restante carece de cualquier tipo de formación¹. Ciñéndonos a la población activa joven, los datos son sin embargo más esperanzadores y en general, ofrecen una imagen que concuerda con las diferentes ofertas de empleo que genera un centro comercial como el proyectado.

En efecto, en el grupo de activos potenciales de 16 a 29 años encontramos un 41% con estudios secundarios, llegando al 28% la presencia de universitarios, ascendiendo estos últimos al 31% entre los solteros. Son por tanto adultos jóvenes, la mayoría de entre 25 y 30 años, con un elevado nivel de formación pero que todavía, en demasiados casos, no han logrado incorporarse al mercado laboral con la suficiente estabilidad como para decidirse a formar una familia propia.

En cuanto a la relación con la actividad económica según sexos, hay que destacar la todavía reducida participación femenina en el mercado laboral, pues solamente un 32% de las mujeres trabajan fuera del hogar. Con respecto a su situación en el empleo, mientras un 73% de los varones tienen trabajo fijo, la proporción se reduce al 27% en el caso de ellas, siendo además inferior el porcentaje de las que se encuentran a gusto en su puesto actual –un 55%– que el caso de los hombres –el 60%–. Desgraciadamente, las tasas de paro son elevadas para ambos géneros. En 2002 esta situación afectaba al 20% de los activos masculinos y al 19% de las mujeres y, si bien se estima que los índices se han reducido hoy día en torno a un tercio, continúan muy por encima de la media vallisoletana, con el agravante de que apenas una quinta parte de los parados cobran el subsidio de desempleo.

Las diferencias de género se extienden asimismo a las rentas de trabajo obtenidas, en general reducidas. Un 28% de los varones superan los mil euros

¹ Plataforma de Colectivos del Barrio de la Pilarica: *Situación Social y Problemática del Barrio de La Pilarica*, Junio de 2002, Valladolid, 89 pp.

mensuales, cifra que alcanza sólo el 13% de las mujeres. Por el contrario, el 44% de ellas ingresan menos de 600 euros al mes, situación en la que se halla un 21% de los varones. Entre ambas cifras se encuentran el 29% de los hombres y el 21% de las mujeres.

Encontramos por tanto una fuerza de trabajo intensamente fragmentada tanto por edad como por sexo, que refleja actitudes y roles propios de épocas ya pasadas, pero con signos claramente esperanzadores en lo que respecta a sus componentes más jóvenes, donde tales comportamientos tienden a desaparecer. La población en edad activa que busca incorporarse al mercado laboral posee unos niveles de formación medios-altos, el 70% de ellos con estudios secundarios o superiores, pero afectados por unas tasas de paro elevadas y, entre los ocupados, por un preocupante subempleo, en especial entre las mujeres. El sector laboral más destacado es el terciario, donde se agrupan el 46% de los trabajadores, correspondiendo un 27% del total de ocupados a los servicios en tareas de administración, comercio y restauración.

En la encuesta realizada entre la población de La Pilarica en 2002 destaca además como principal necesidad el empleo, aludiendo a ella el 21% de los entrevistados. Este problema afecta en mucha mayor medida a las mujeres, señalándolo como tal el 25% de las mismas frente al 12% de los varones. Teniendo en cuenta la importancia del trabajo femenino en las actividades comerciales, que constituyen una de las principales vías de incorporación de la mujer al mercado laboral –recordemos que el sector de los servicios es el único donde la presencia femenina supera a la masculina-, la oferta de empleo generado por el centro propuesto se presenta como una de las posibles soluciones a la situación descrita, tanto más en cuanto que la diversidad de puestos de trabajo es acorde con las características de la demanda en el citado barrio.

4.- Efectos económicos de la implantación del proyecto en la oferta al consumidor y situación de la demanda.

4.1.- La disponibilidad de locales para el desarrollo de actividades económicas.

Podemos realizar una primera aproximación a la situación económica de los municipios integrantes de la Zona Básica de Comercio de Valladolid (ZBCV) a través de la disponibilidad de locales aptos para el desarrollo de actividades económicas, que en el conjunto territorial señalado suman un total de 25.158, concentrándose las tres cuartas partes en la capital a los cuales se añade otro 14% de los municipios de su franja periurbana. Tal distribución muestra una polarización hacia estos últimos ámbitos palpable asimismo en la situación de los locales, de tal forma que mientras en el entorno urbano pero, sobre todo, en el periurbano y el área de influencia de la ciudad cerca de un 90% de los locales existentes se encuentran en situación activa, es decir, ocupados por diversos usos, en el medio rural solamente lo están el 66%. El rápido crecimiento demográfico y la expansión de áreas residenciales en las cercanías de la capital han coincidido lógicamente con un incremento de locales disponibles, así como con su rápida ocupación, mientras en los pequeños municipios se observa el abandono de muchos de los preexistentes como consecuencia de una dinámica económica negativa.

Cuadro 23.- establecimientos comerciales y restauración						
	ZBCV	Valladolid	Periurbano	Área influencia urbana	Centros comarcales	Municipios rurales
Locales	25.158	18.692	3.129	269	1.377	1.691
Inactivos	4.468	3.242	384	29	246	567
Activos	20.690	15.450	2.745	240	1.131	1.124
Población	439.948	321.001	62.964	10.254	21.305	24.424
Porcentajes sobre el total de la Zona Básica de Comercio						
Locales	100,00%	74,30%	12,44%	1,07%	5,47%	6,72%
Inactivos	100,00%	72,56%	8,59%	0,65%	5,51%	12,69%
Activos	100,00%	74,67%	13,27%	1,16%	5,47%	5,43%
Población	100,00%	72,96%	14,31%	2,33%	4,84%	5,55%
FUENTE: Datos Económicos y Municipales 2006 (Caja España). Elaboración propia.						

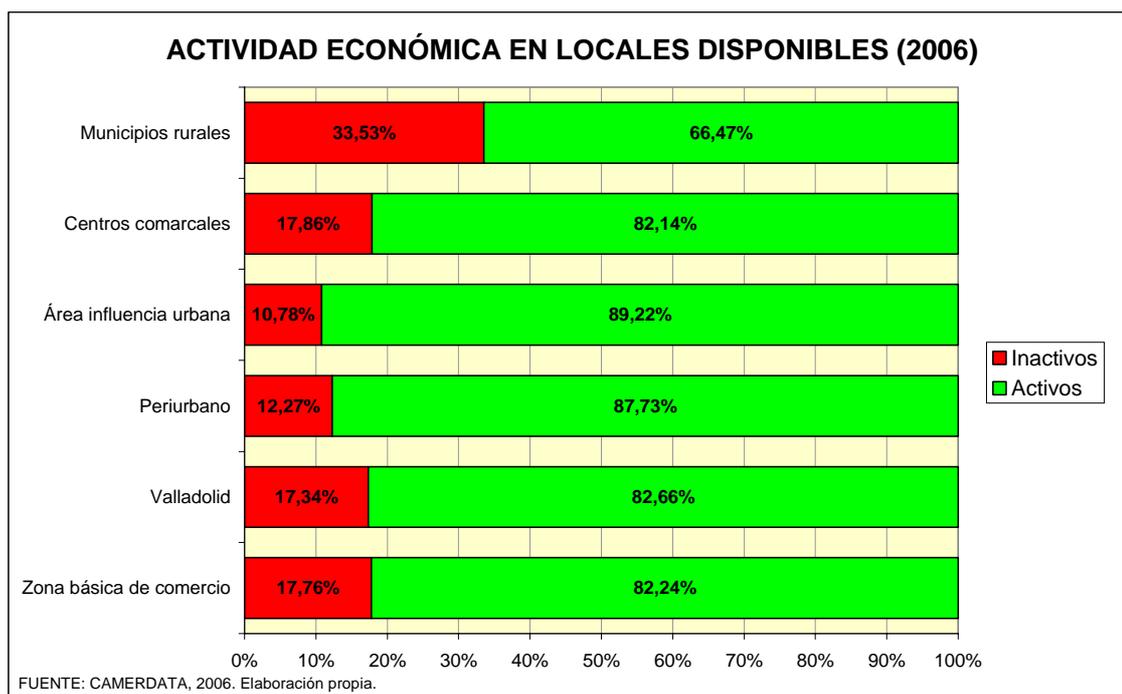


Figura 25.- Actividad económica en locales disponibles

Sin embargo, es preciso diferenciar espacialmente la situación descrita, incluso dentro del medio rural. Así, es en los municipios del sector más occidental de la ZBCV donde la proporción de locales vacíos o inactivos adquiere valores más elevados, superiores incluso al 50%, mientras en el resto del territorio la ocupación es mayor (ver figura 26). En los cercanos a Valladolid o localizados a lo largo de los principales ejes de transporte, favorecidos por una mejor accesibilidad, los locales utilizados superan generalmente el 80%. Por tanto, los efectos económicos de la capital, lejos de perjudicar, benefician claramente a tales municipios, cuya población puede seguir residiendo en un núcleo rural pero abasteciéndose en la ciudad o, frecuentemente, trabajando en ella. La capacidad de fijar población ligada a la buena accesibilidad implica también el mantenimiento de la actividad económica local que en el caso analizado, supone el del comercio minorista de proximidad, centrado en bienes de primera necesidad o, si hablamos del espacio periurbano, de una oferta mucho más diversificada dirigida a atender las necesidades de una población en aumento.

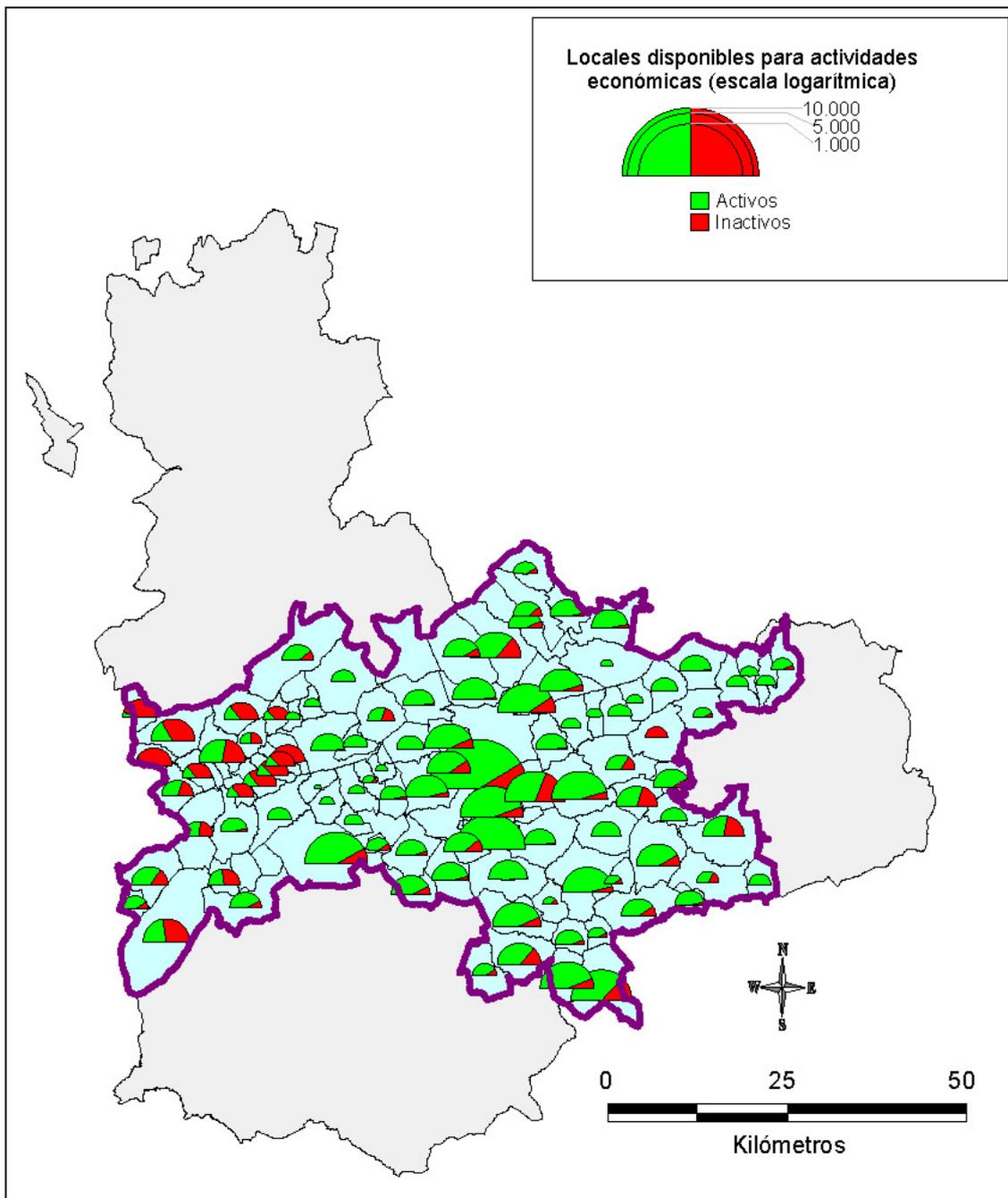
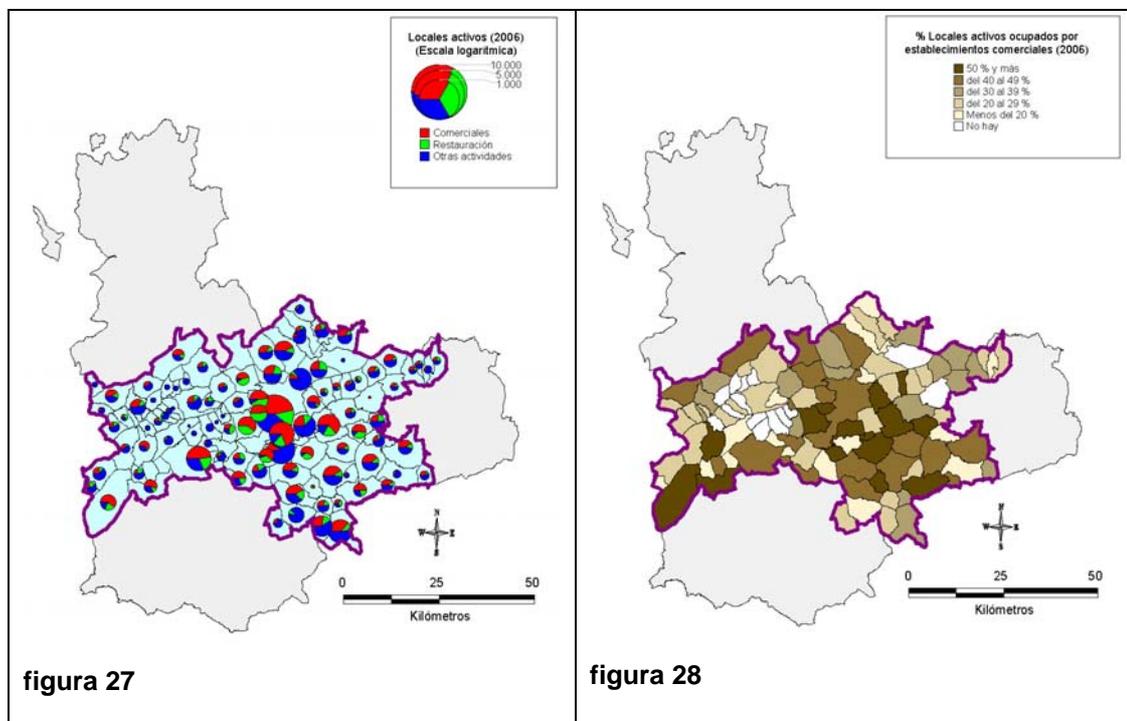


Figura 26: Locales disponibles para actividades económicas

Por otra parte, el tipo de actividad en los locales ocupados varía considerablemente de un ámbito a otro. En la ciudad el comercio aglutina el 47% de los mismos, descendiendo al 40% en los municipios que ejercen como centros comarcales de servicios y teniendo una importancia mucho más reducida en los restantes, hasta un mínimo del 31% en el ámbito rural. De nuevo es preciso recurrir a información desglosada territorialmente y confirmando la idea ya expuesta, vemos cómo son los núcleos ubicados en

lugares de fácil accesibilidad a la ciudad, como a la largo de la carretera nacional N-122 o de la autovía de Castilla A-62, donde los establecimientos comerciales tienen una presencia relativa mayor, al igual que sucede con aquellos que circundan Valladolid.



A lo largo del eje del Duero y en general, alrededor de la capital, al menos la mitad de los locales disponibles se dedican a establecimientos comerciales, mientras, con algunas excepciones debidas a los centros comarcales o a pequeños núcleos sin apenas equipamientos, en los más alejados no se alcanza el 30%. Más densamente poblada, la Tierra de Pinares Vallisoletana mantiene, junto a las áreas señaladas, un desarrollo comercial que, en términos relativos, resulta relevante. Con todo, debe señalarse la incidencia que en estas representaciones posee el comercio de venta al mayor, vinculado a las necesidades propias de las actividades agrícolas y ganaderas, que desfigura en parte la realidad descrita. Limitando el análisis al comercio minorista resalta el papel jugado por Valladolid y su periurbano, así como los centros de servicios, restando importancia a sectores más netamente rurales, como podemos observar en la figura 29.

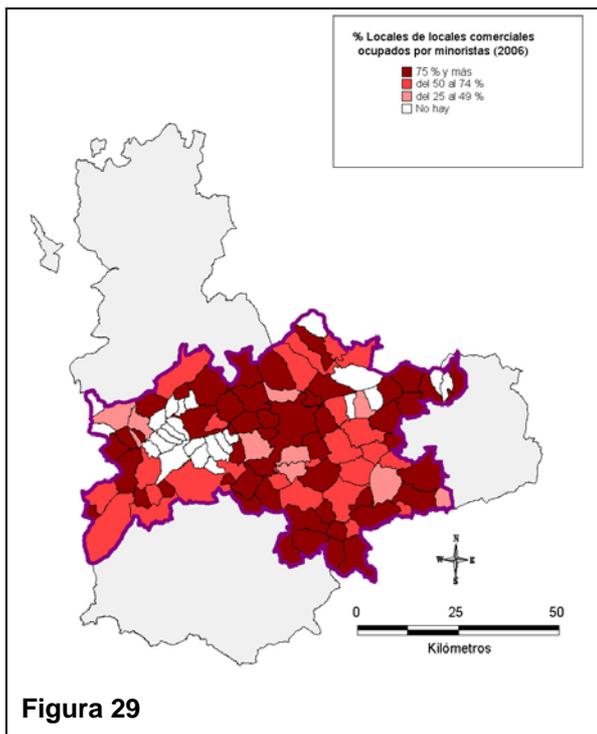


Figura 29

Pero si lo que deseamos conocer es la adecuación del número de establecimientos a la demanda potencial en cada ámbito, hemos de recurrir a otras variables. El simple número de ellos no es suficiente, pero su comparación con el número de residentes en cada municipio nos da una visión más aproximada. En cuanto a cifras, la concentración en la capital y su entorno es manifiesta, destacando además centros como Tordesillas o Íscar (ver figura 30).

Las diferencias en las dotaciones parecen responder en principio a las emanadas de la demanda existente, si bien en el sector oriental de la ZBCV se perfila un área donde los índices señalados son demasiado bajos. Lo mismo sucede en el sector occidental, pero la presencia de grandes superficies comerciales al Norte y Oeste de la capital suple con suficiencia la falta de equipamientos minoristas en los núcleos rurales cercanos. Estos datos nos indican ya la conveniencia

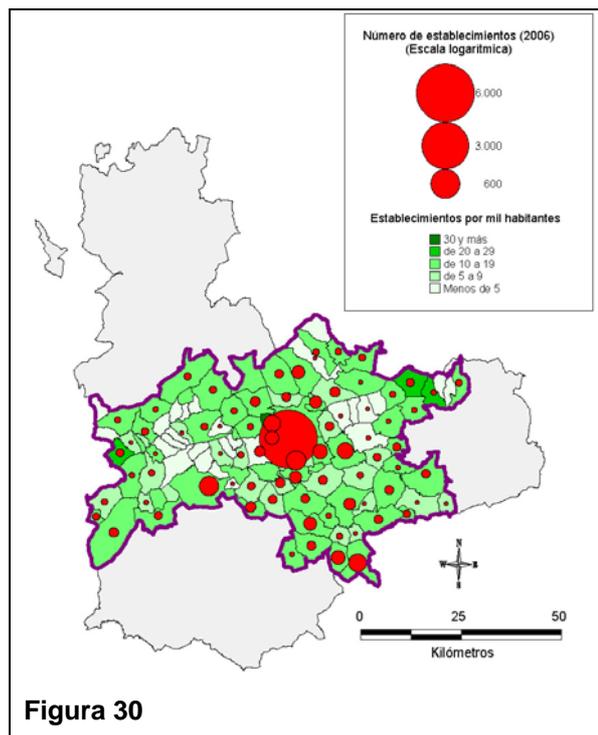


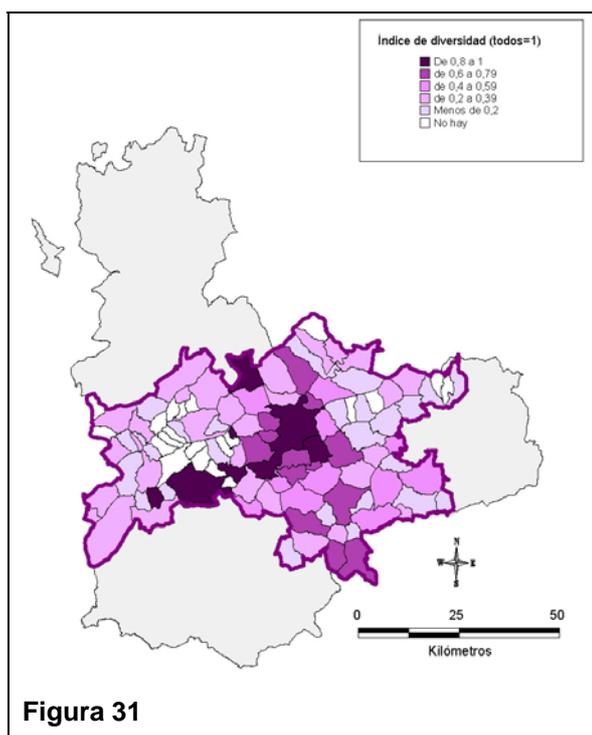
Figura 30

de un centro comercial localizado al Este de Valladolid, capaz de satisfacer las necesidades de la demanda externa a la ciudad. Necesidades no sólo cuantificadas en cifras absolutas de establecimientos, pues la presencia de algunos locales dedicados a productos de alimentación, por ejemplo, no

esconde la carencia de variedad en la oferta y sobre todo, la ausencia en el suministro de otros tipos de bienes de consumo en muchos municipios.

4.2.- Descripción y características del equipamiento comercial en la Zona Básica de Comercio de Valladolid.

Analizando la diversidad de la oferta comercial existente, solamente Valladolid, algunos municipios de su periurbano (Arroyo, Cigales, La Cistérniga, Laguna de Duero, Santovenia, Simancas y Tudela de Duero) y los centros comarcales (Íscar, Tordesillas, Pedrajas y Portillo) poseen un índice superior a 0,7, correspondiendo la unidad a la presencia de todo tipo de actividades comerciales minoristas, caso de Valladolid (ver figura 31).



Frente al comercio de la ciudad, de los municipios del periurbano y de los centros comarcales, en todos los cuales un tercio de los establecimientos existentes se dedican a productos de alimentación, en el área de influencia, algo más alejada, esta rama minorista cubre un 42% de los locales minoristas, llegando al 45% en el ámbito rural. Datos matizados además por el hecho de que casi el 15% de los mismos responden en

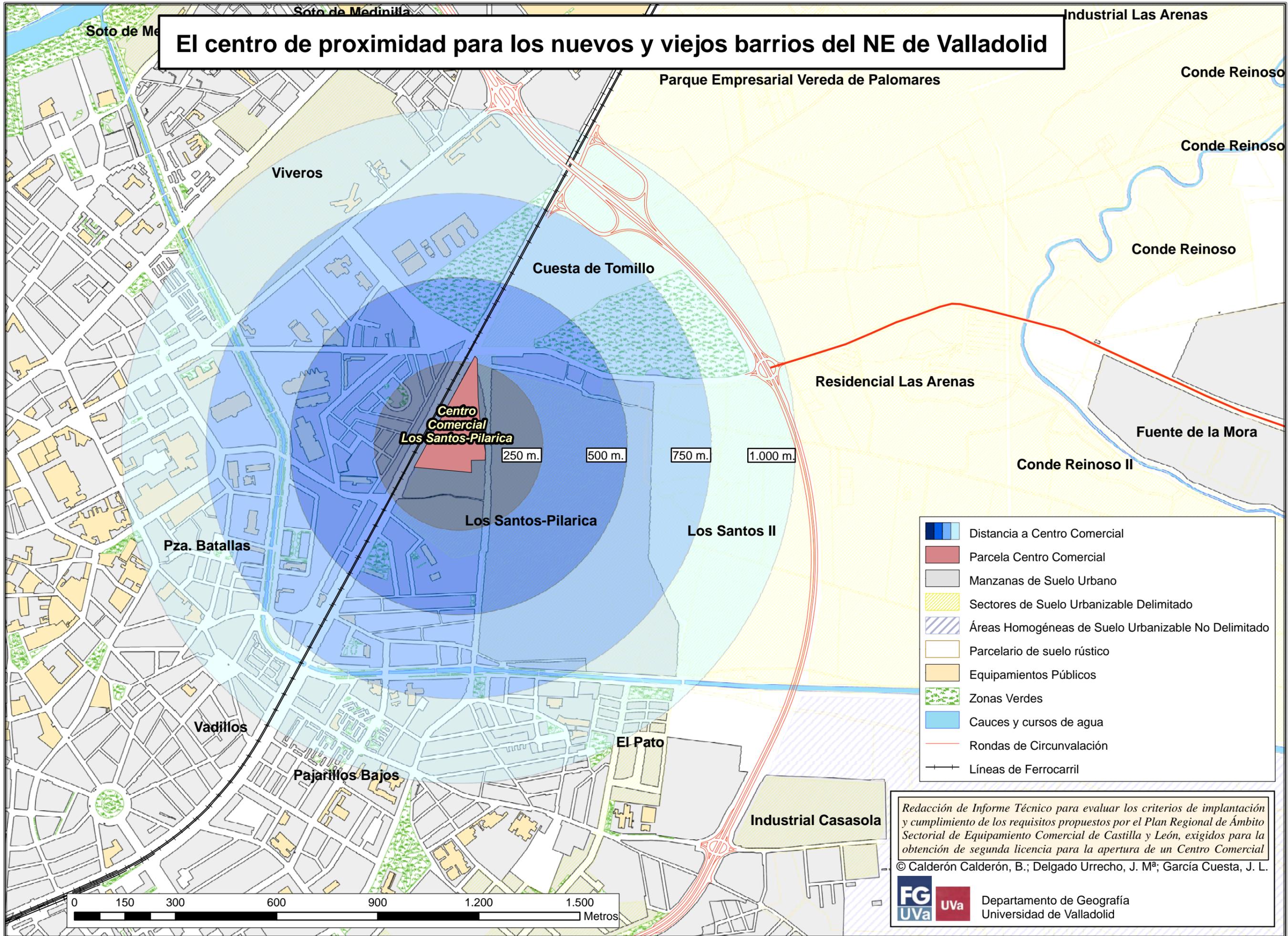
realidad a licencias para la venta de tabaco, sin ser necesariamente estancos. Por el contrario, el comercio no alimentario, dominante en Valladolid, apenas suponen un 30% en el medio rural, menos de la mitad en términos relativos y con unas cifras de presencia absoluta mínimas, 80 establecimientos. El necesario papel de los centros de servicios como abastecedores de una amplia gama de bienes se confirma si consideramos que, con sólo el 4,8% de la

población residente en la ZBCV, tienen casi 3 establecimientos comerciales de este tipo por cada uno de los ubicados en municipios rurales, cuando en estos últimos habita un 5,6% de la población analizada. Finalmente, contribuye a reflejar la situación del comercio rural el que una cuarta parte de los establecimientos correspondan al apartado de “otros”, locales no especializados que, por regla general, ofrecen una variada gama de artículos (alimentación, tabaco, papelería, droguería, etc.). Tanto en la capital como en el periurbano este tipo de comercio al por menor ni siquiera supone un 5% del total.

Cuadro 24.- comercio al por menor (2006)												
Tipo de bienes	ZONA BÁSICA DE COMERCIO		VALLADOLID		PERIURBANO		ÁREA INFLUENCIA URBANA		CENTROS COMARCALES		MUNICIPIOS RURALES	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Alimentación, bebidas y tabaco	2.472	33,30	1.995	32,94	194	30,08	39	41,49	123	34,36	121	44,81
Frutas, verduras y hortalizas	185	2,49	164	2,71	10	1,55	1	1,06	5	1,40	5	1,85
Carnes y huevos	563	7,58	453	7,48	36	5,58	12	12,77	23	6,42	39	14,44
Pescados y productos de la pesca	237	3,19	195	3,22	18	2,79	4	4,26	12	3,35	8	2,96
Pan, pastelería, confitería y lácteos	416	5,60	338	5,58	35	5,43	5	5,32	27	7,54	11	4,07
Vinos y bebidas	18	0,24	10	0,17	4	0,62	0	0,00	1	0,28	3	1,11
Tabaco y productos de fumador	351	4,73	264	4,36	33	5,12	5	5,32	16	4,47	33	12,22
Alimentos y bebidas en general	702	9,46	571	9,43	58	8,99	12	12,77	39	10,89	22	8,15
Productos no alimenticios	4.547	61,26	3.832	63,28	385	59,69	37	39,36	213	59,50	80	29,63
Textil, confección, calzado y cuero	1.186	15,98	1.080	17,83	64	9,92	0	0,00	41	11,45	1	0,37
Droguería, perfumería y cosmética	308	4,15	264	4,36	20	3,10	4	4,26	18	5,03	2	0,74
Farmacia	226	3,04	156	2,58	20	3,10	8	8,51	11	3,07	31	11,48
Equipamiento hogar, bricolaje y cons.	1.139	15,34	937	15,47	112	17,36	8	8,51	68	18,99	14	5,19
Vehículos, accesorios y recambios	389	5,24	300	4,95	53	8,22	4	4,26	27	7,54	5	1,85
Combustibles, carburantes y lubric.	20	0,27	11	0,18	3	0,47	0	0,00	5	1,40	1	0,37
Gasolineras	65	0,88	27	0,45	17	2,64	3	3,19	4	1,12	14	5,19
Muebles y enseres de segunda mano	13	0,18	11	0,18	1	0,16	0	0,00	1	0,28	0	0,00
Instrumentos musicales y accesorios	13	0,18	12	0,20	1	0,16	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Otros	1.188	16,00	1.034	17,07	94	14,57	10	10,64	38	10,61	12	4,44
Comercio mixto y otros	404	5,44	229	3,78	66	10,23	18	19,15	22	6,15	69	25,56
Grandes almacenes	4	0,05	4	0,07	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Hipermercados	4	0,05	2	0,03	2	0,31	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Almacenes populares	40	0,54	33	0,54	2	0,31	1	1,06	3	0,84	1	0,37
Otros establecimientos	356	4,80	190	3,14	62	9,61	17	18,09	19	5,31	68	25,19
Total establecimientos	7.423	100	6.056	100	645	100	94	100	358	100	270	100

FUENTE: Datos Económicos y Municipales 2006 (Caja España). Elaboración propia.

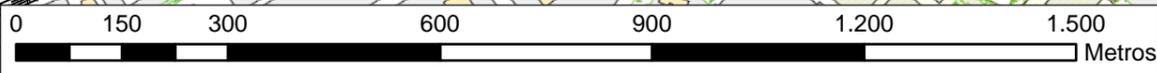
El centro de proximidad para los nuevos y viejos barrios del NE de Valladolid



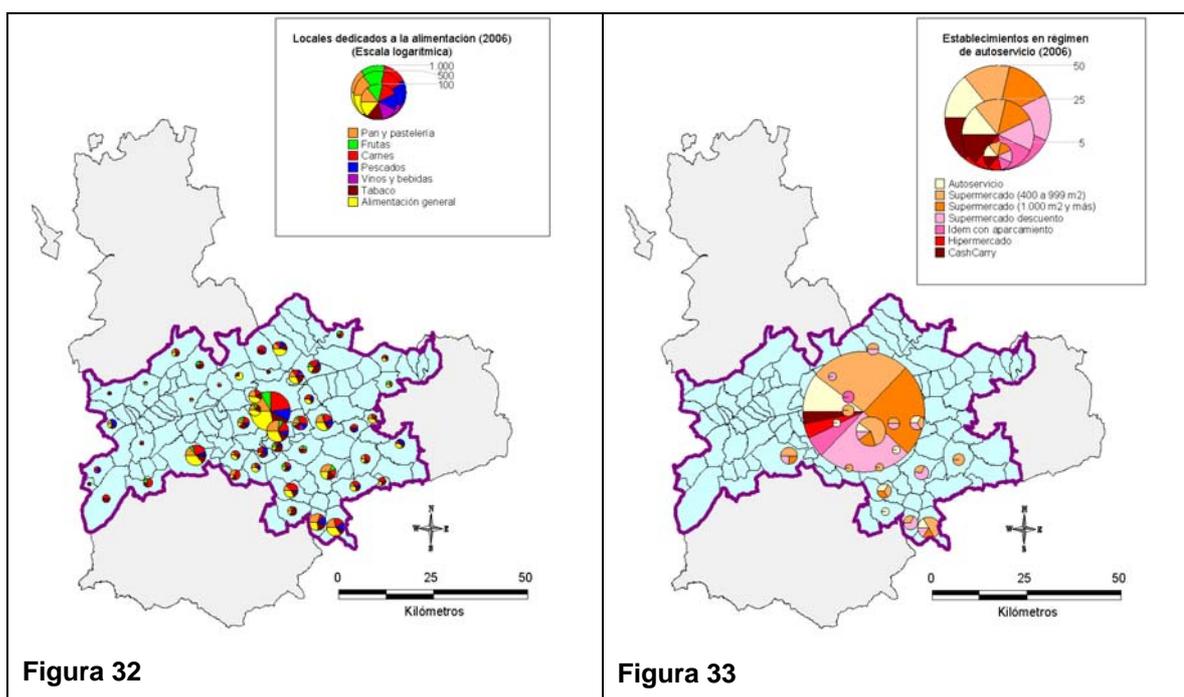
- Distancia a Centro Comercial
- Parcela Centro Comercial
- Manzanas de Suelo Urbano
- Sectores de Suelo Urbanizable Delimitado
- Áreas Homogéneas de Suelo Urbanizable No Delimitado
- Parcelario de suelo rústico
- Equipamientos Públicos
- Zonas Verdes
- Cauces y cursos de agua
- Rondas de Circunvalación
- Líneas de Ferrocarril

Redacción de Informe Técnico para evaluar los criterios de implantación y cumplimiento de los requisitos propuestos por el Plan Regional de Ámbito Sectorial de Equipamiento Comercial de Castilla y León, exigidos para la obtención de segunda licencia para la apertura de un Centro Comercial

© Calderón Calderón, B.; Delgado Urrecho, J. M^a; García Cuesta, J. L.



Profundizando aún más en el modelo de equipamiento comercial y en lo referente al más imprescindible, el de alimentación, mientras la diversidad de la oferta se mantiene en la aureola periférica de la capital y en centros comarcales, la mayor parte del mundo rural muestra una carencia preocupante (ver figura 32), a la que se junta la falta de establecimientos en régimen de autoservicio que, precisamente por su mayor capacidad de aprovechamiento del espacio disponible, pueden suministrar una oferta de productos convenientemente diversificada (ver figura 33).



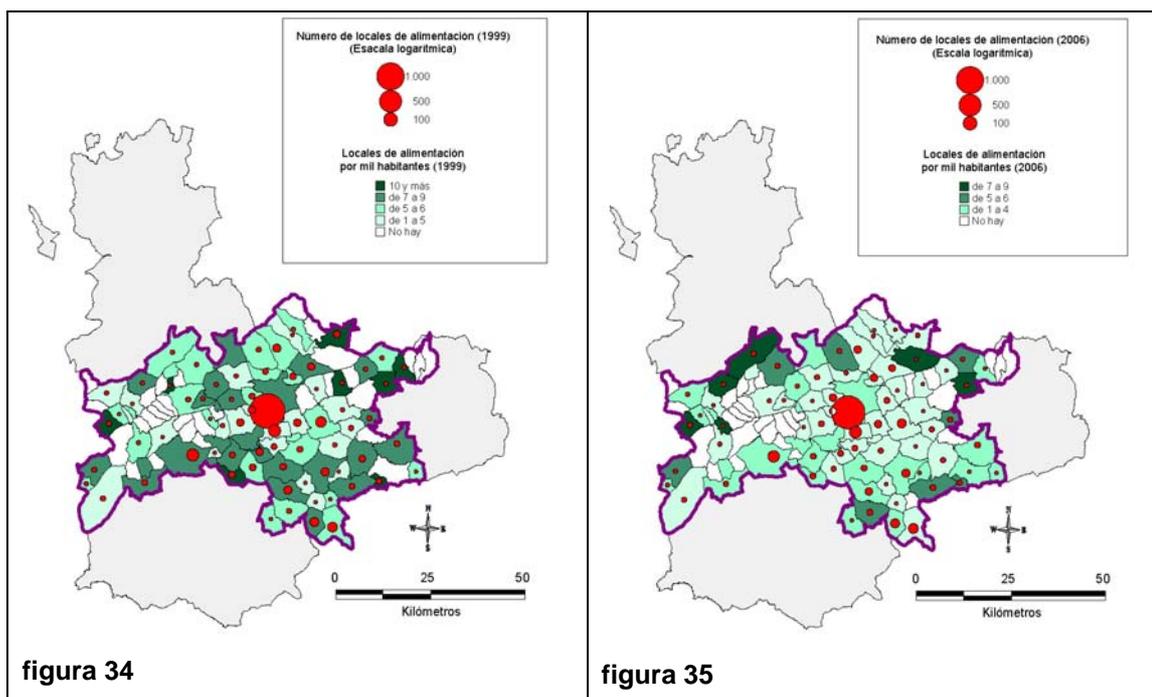
La dependencia de la oferta urbana queda así patente pues, aunque pueda ser relativizada en algunos casos por la cercanía de centros comarcales o establecimientos de mayor entidad en núcleos cercanos, una lógica amortización del tiempo invertido en desplazamientos conduce a realizar el aprovisionamiento en la capital, opción favorecida en otras ocasiones por la disposición espacial de las infraestructuras de transporte y, como indicábamos anteriormente, al factor accesibilidad. La constante pérdida de efectivos demográficos en los municipios rurales ha supuesto además el consiguiente cierre de establecimientos anteriormente presentes en ellos, ante una doble caída de la demanda. Por una parte, al descender el número de consumidores y, por otra, al incrementarse su índice de envejecimiento, reduciéndose el nivel

de consumo individual al depender éste cada vez más de jubilados con rentas limitadas o caracterizados por unos hábitos de consumo que excluyen la renovación de bienes duraderos.

Una menor oferta perfectamente apreciable en el caso del comercio de alimentación, con pérdidas absolutas entre los años 1999 y 2006, habiendo desaparecido el 14% de los existentes. La reducción ha afectado en diferente grado a todos los ámbitos espaciales pero con mayor virulencia al rural, donde ha sido del 21%. Semejantes pérdidas son aún más intensas si tenemos en cuenta que, pese a la disminución del número de residentes, también ha mermado el de establecimientos por habitante, otro hecho generalizado. Si en 1999 eran los centros comarcales quienes poseían un índice superior, con 7,5 locales por mil habitantes, en 2006 Valladolid capital se sitúa a la cabeza, pero con sólo 6,2. En su franja periurbana e incluso algo más allá los índices son muy bajos, de apenas 3-4 establecimientos por mil, pero encontramos la presencia de grandes y medianas superficies comerciales que concentran esta función.

EVOLUCIÓN RECIENTE DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTACIÓN			
Ámbito	Establecimientos	1999	2006
ZONA BÁSICA DE COMERCIO	Número	2.874	2.472
	Por mil habitantes	6,87	5,62
	Diferencia	-13,99%	
VALLADOLID	Número	2.291	1.995
	Por mil habitantes	7,16	6,21
	Diferencia	-12,92%	
PERIURBANO	Número	232	194
	Por mil habitantes	5,22	3,08
	Diferencia	-16,38%	
ÁREA INFLUENCIA URBANA	Número	47	39
	Por mil habitantes	5,73	3,80
	Diferencia	-17,02%	
CENTROS COMARCALES	Número	150	123
	Por mil habitantes	7,54	5,77
	Diferencia	-18,00%	
MUNICIPIOS RURALES	Número	154	121
	Por mil habitantes	5,99	4,95
	Diferencia	-21,43%	
FUENTE: Datos Económicos y Municipales 2006 (Caja España). Elaboración propia.			

Cuadro 24.- Evolución reciente de los establecimientos de alimentación



Partiendo de una situación en 1999 en la cual los pequeños establecimientos de alimentación dependientes de empresas familiares habían reducido extremadamente su presencia, la tendencia ha continuado hasta la actualidad y, salvo excepciones de carácter puntual, el descenso de la densidad comercial se ha mantenido en la mayor parte de la ZBCV. En la franja periurbana han surgido algunos nuevos establecimientos en La Cistérniga, Renedo, Santovenia, Villanubla y Zaratán, pues el aumento de población ha generado nueva demanda en el abastecimiento de proximidad. También en una decena de municipios rurales ha habido incrementos, pero en todos ellos se han limitado a un único local, por lo general dedicado a productos alimentarios en general o suministro de bebidas. El conjunto ha perdido sin embargo 400 comercios y los resultados pueden apreciarse perfectamente comparando ambos mapas de densidad (ver figuras 34 y 35).

Las nuevas superficies comerciales basadas en el autoservicio no han podido –ni podrán– asumir sin embargo todas las funciones antes desarrolladas por el comercio de proximidad. Precisando una masa crítica de demanda superior muy a la de aquél, en el medio rural solamente encontramos 25 establecimientos de este tipo, la mayoría autoservicios o pequeños

supermercados de superficie inferior a mil metros cuadrados. Además, de todos ellos sólo 4 se encuentran en núcleos propiamente rurales, ubicándose los restantes en el área de influencia urbana o, sobre todo, en los centros comarcales de servicios. Por tanto, la necesidad de realizar desplazamientos para el aprovisionamiento es no sólo una tendencia sino también un hecho constatable, al concentrarse los nuevos espacios de distribución en la ciudad, su periurbano y los centros comarcales.

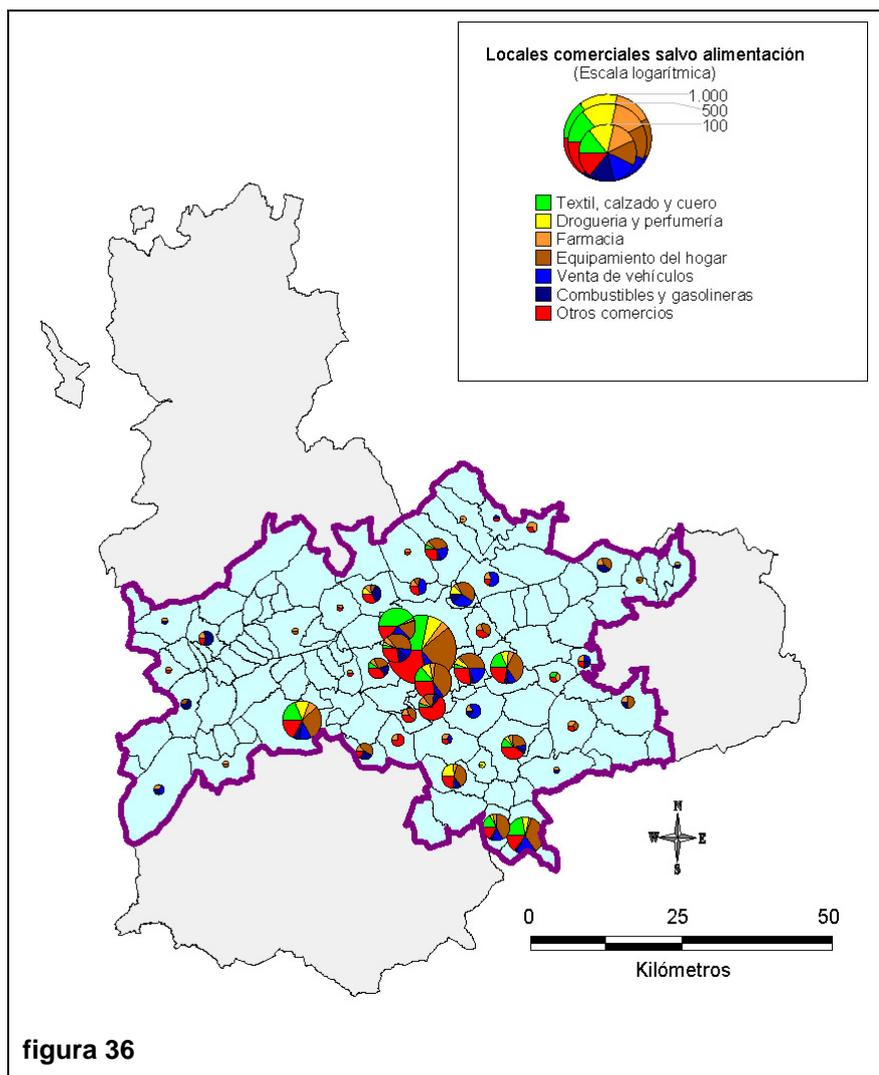
Cuadro 26.- superficies en régimen de autoservicio (2006)												
Categoría	ZONA BÁSICA DE COMERCIO		VALLADOLID		PERIURBANO		ÁREA DE INFLUENCIA URBANA		CENTROS COMARCALES		MUNICIPIOS RURALES	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Autoservicios (menos de 400 m2)	20	11,63	13	10,48	3	13,04	2	40,00	1	6,25	1	25,00
Supermercado de 400 a 1.000 m2	56	32,56	33	26,61	11	47,83	2	40,00	7	43,75	3	75,00
Supermercados de más de 1.000 m2	36	20,93	31	25,00	2	8,70	1	20,00	2	12,50	0	0,00
Supermercado de descuento	42	24,42	31	25,00	5	21,74	0	0,00	6	37,50	0	0,00
Supermercado de descuento con aparcamiento	9	5,23	7	5,65	2	8,70	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Hipermercado	5	2,91	5	4,03	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Cash & Carry	4	2,33	4	3,23	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Total establecimientos con autoservicio	172	100,00	124	100,00	23	100,00	5	100,00	16	100,00	4	100,00

FUENTE: Datos Económicos y Municipales 2006 (Caja España). Elaboración propia.

La implantación de una nueva superficie en el sector Este de Valladolid no va significar por tanto una amenaza para el pequeño comercio familiar de alimentación, en cuanto que éste ha sufrido ya un intenso proceso de selección, restando únicamente comercios de proximidad dedicados a artículos de consumo diario o de alimentación en general con una demanda estable. El 72% de los establecimientos en régimen de autoservicio de la ZBCV se hallan en la capital y a ellos se suma otro 13% de su franja periurbana, pero en el sector nororiental, cuya demanda crecerá rápidamente a medio y largo plazo, su presencia es muy reducida, como puede apreciarse en el Mapa 8. Además, al contrario de lo que sucede al Oeste y Sur de la capital, los núcleos situados

más allá de estas zonas poseen unas dotaciones limitadas en este sentido, por lo que la nueva superficie aportaría una oferta necesaria.

Pero el problema de las actuales estructuras de la red de equipamiento comercial no se limita a la rama de la alimentación, con ser ésta la de mayor relevancia en materia de competencia y abastecimiento. Los desequilibrios dotacionales en otros tipos de establecimientos especializados son aún mayores, no sólo entre la ciudad, su periferia, los centros comarcales y los núcleos rurales, sino dentro de cada uno de estos espacios, distando mucho de ser territorios homogéneos. Para su correcto análisis, deberemos atender tanto a la localización de establecimientos (ver figura 36) como a su densidad en relación con la demanda (figura 38) y a su diversidad, aspecto este último ya mencionado anteriormente (figura 39).



La distribución espacial en la ZBCV se corresponde con las características ya señaladas en términos generales –concentración urbana y periurbana, centros de servicios y puntos de mayor accesibilidad-, dotando al comercio en ellas ubicado de un alto nivel de diversificación. A escala municipal, sin embargo, los desequilibrios resultan patentes. En el 38% de los municipios no hay ningún tipo de comercio a excepción de los de alimentación y en el 20%, ni siquiera estos. Salvo las farmacias, que responden a otros modelos de localización, los establecimientos agrupados bajo de denominación común de “otros” son los extendidos y eso, faltando en el 65% de las ocasiones pese a su carácter casi omnipresente en circunstancias normales. Droguería y textiles, por citar otros cuyos artículos son de primera necesidad, sólo aparecen en un 15% de municipios, menor presencia incluso de los especializados en muebles y enseres domésticos, mejor representados gracias a la venta al por menor que se realiza en las mismas fábricas y almacenes en núcleos rurales o centros comarcales. En cuanto a la rama de venta y reparación de vehículos, es su segunda acepción la correspondiente a la mayoría de los locales contabilizados bajo ese enunciado.

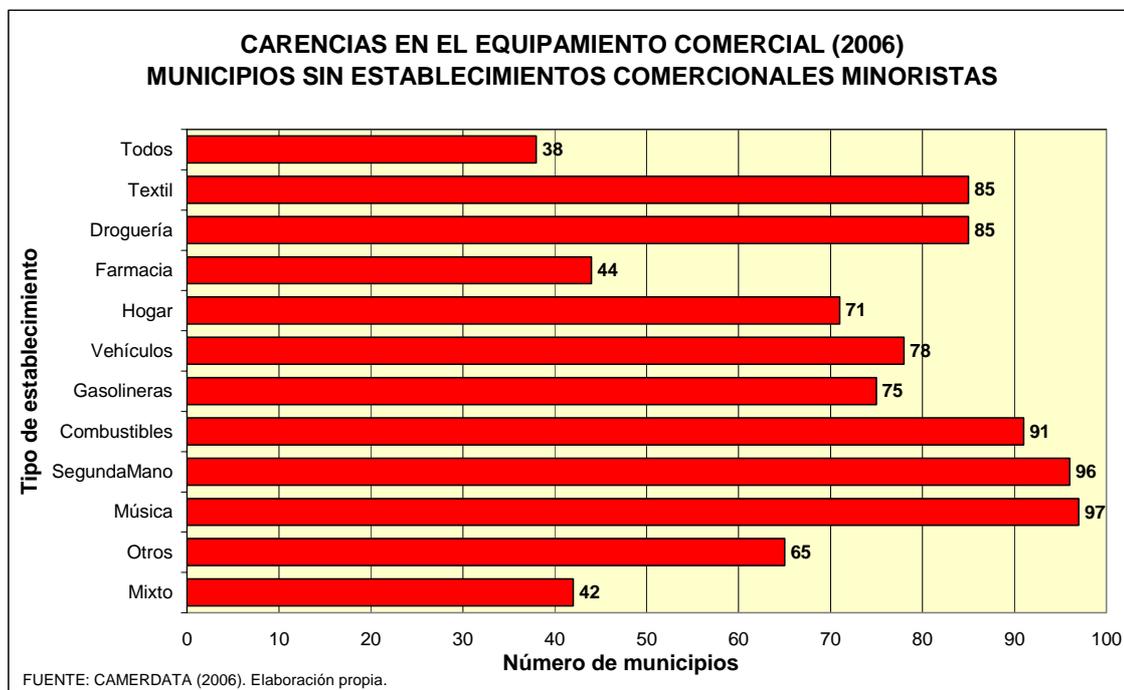
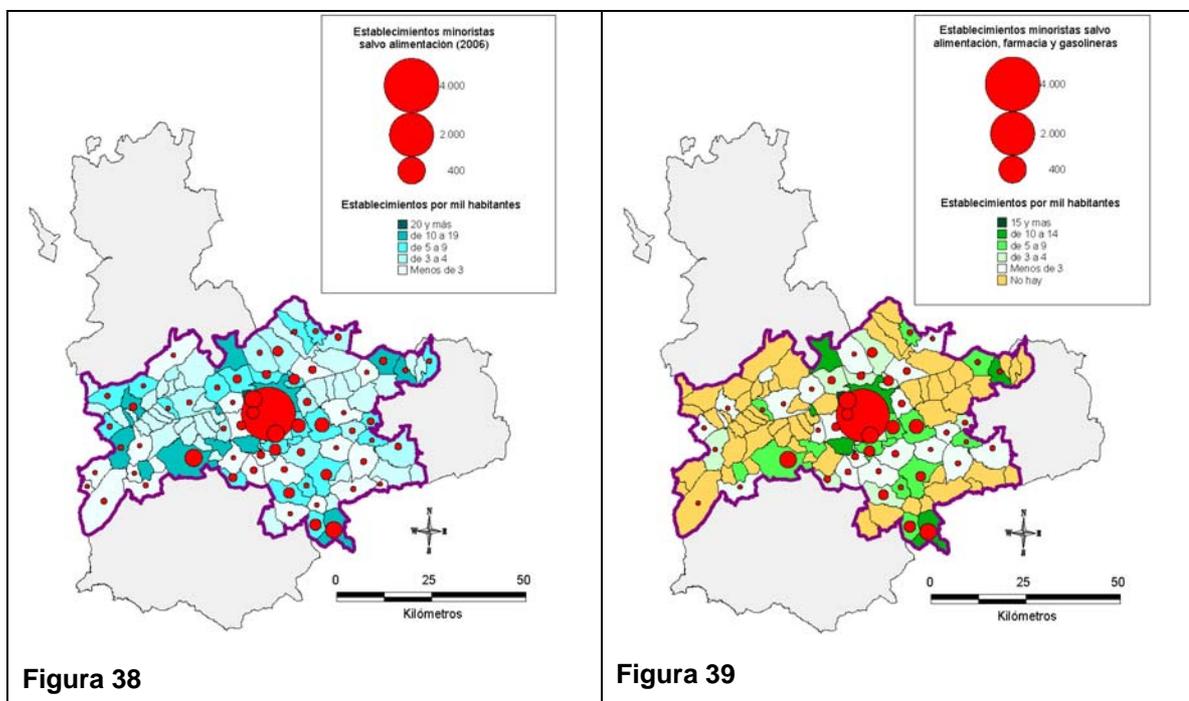


Figura 37.- Carencias en el equipamiento comercial

La densidad de establecimientos es obviamente muy baja (ver figura 38), más aún si eliminamos del cómputo por razones ya indicadas a las farmacias y, por el hecho de responder a otras pautas de localización, a las gasolineras.



Aplicando las depuraciones indicadas, la representación tanto de la distribución de locales comerciales minoristas como de su densidad por cada mil habitantes muestra destacados vacíos, entre ellos el situado en el sector oriental de la ZBCV, mientras el primer círculo concéntrico en torno a la capital se halla mejor abastecido y el segundo, en un radio de entre 15 y 30 kilómetros, especialmente hacia el Sur, mantiene unos niveles bajos pero una dotación total respaldada por la presencia de centros de servicios, función ejercida al Suroeste por Tordesillas (ver figura 39).

La falta de comercio minorista perjudica a un monto de residentes diferente según la rama de distribución analizada, correspondiendo a los productos textiles, moda, calzado y completos, droguería, perfumería y cosmética, mobiliario y venta o reparación de vehículos las mayores carencias, que afectan a cerca de cincuenta mil residentes en 85 municipios (ver figuras 40 a 43). En todos los casos encontramos además núcleos relativamente importantes, superiores a los mil y a veces, hasta tres mil habitantes, sin un

solo establecimiento de los enumerados. La dependencia del comercio capitalino es abrumadora, como se deduce de los datos cartografiados.

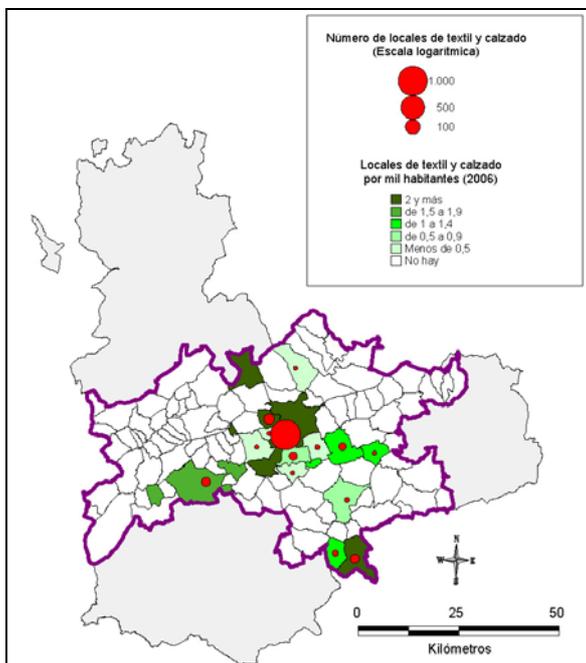


figura 40

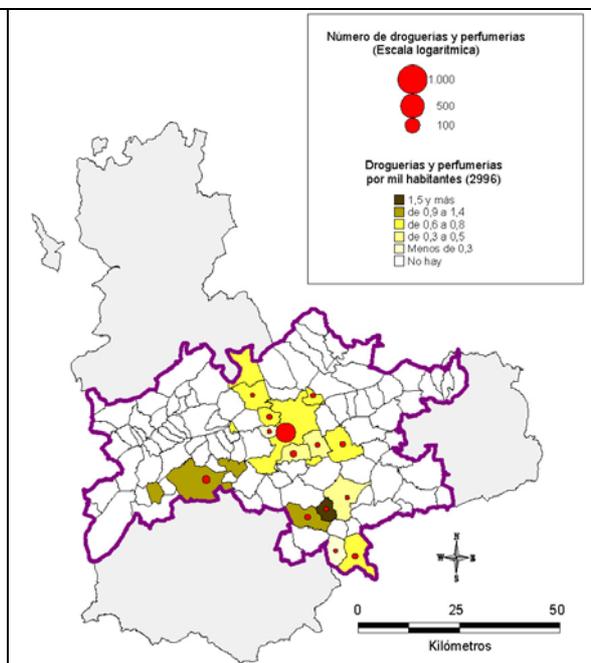


Figura 41

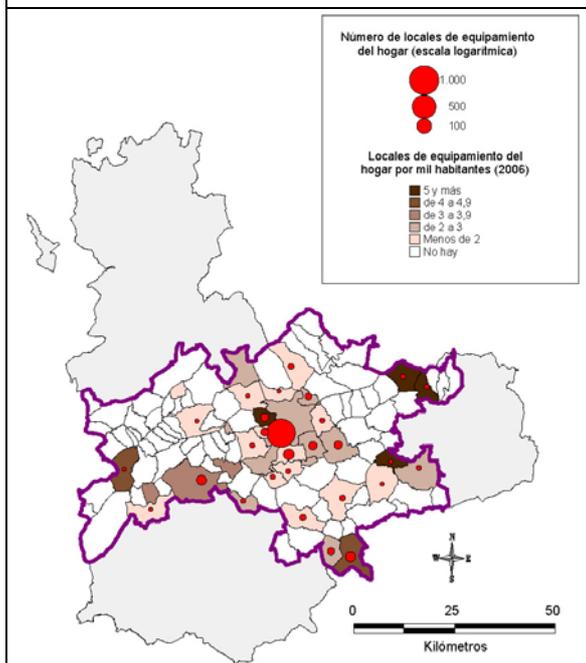


figura 42

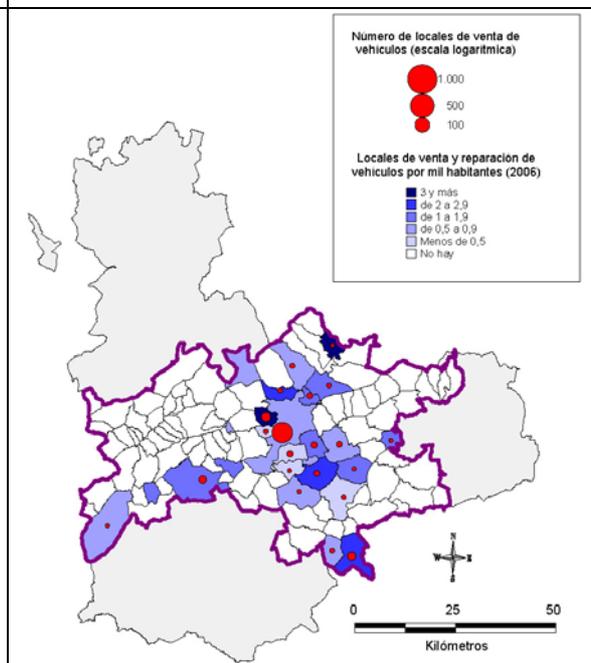
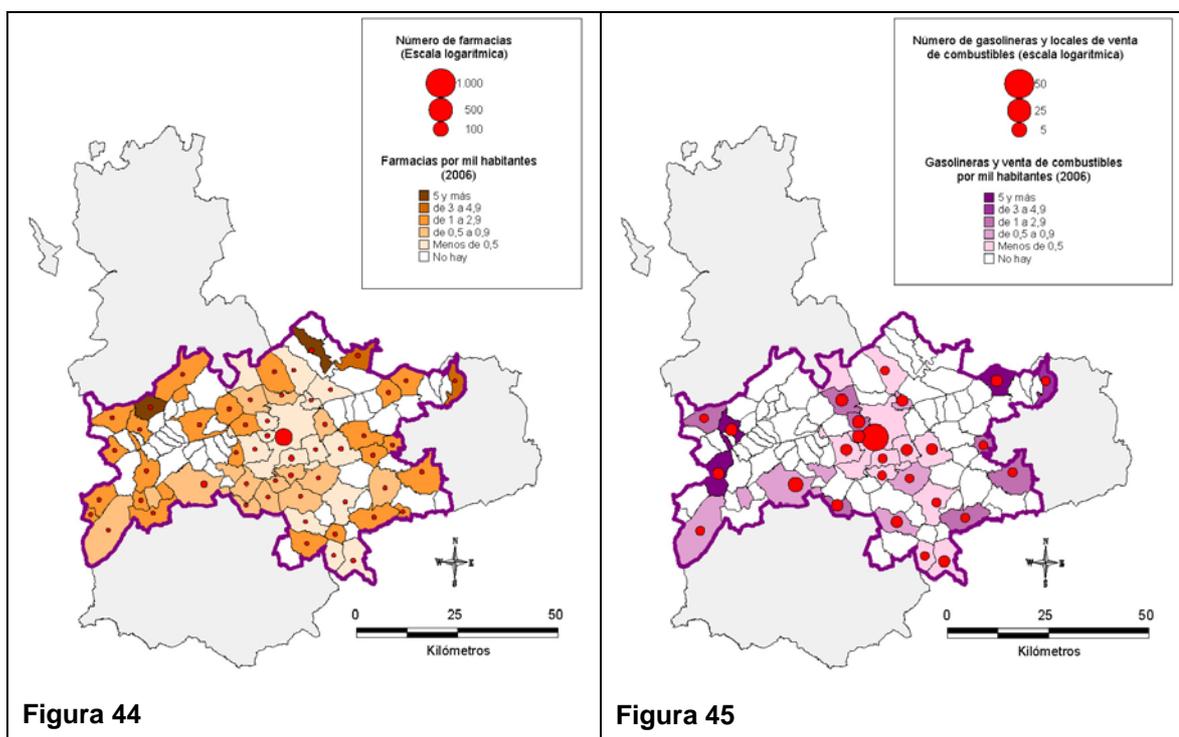


figura 43

En cambio, aunque con ausencias importantes, como ya se ha analizado, el comercio de alimentación falta solamente en pequeñas

localidades de apenas uno o dos centenares de habitantes, mientras otros locales imprescindibles, como las farmacias, fijan su umbral medio en el centenar, si bien no son raros los núcleos de trescientos o más residentes que carecen de ellas. En cuanto a la venta de combustibles, concentrada en las gasolineras, su ubicación responde en gran medida a la estructura de la red de carreteras, pero lógicamente su número es muy reducido allí donde el número de consumidores resulta mínimo, por lo que al final su distribución espacial viene dada también por la densidad de población, asemejándose así a los establecimientos anteriores (ver figuras 44 y 45).



La representación de la oferta comercial de otros establecimientos minoristas es similar a las ya analizadas, por lo que no se insistirá en ello. En cambio, se ha deseado subrayar la enorme importancia adquirida por Valladolid como polo central de la ZBCV y de los polos secundarios constituidos por algunos centros comarcales de servicios que, atrayendo la demanda cercana de sus respectivas áreas de influencia, son a su vez clientes potenciales del equipamiento disponible en la capital. El método utilizado es el de potenciales gravimétricos, en este caso basado en el número de establecimientos existentes en cada municipio o en la superficie ocupada, su diversidad y su incidencia en el conjunto del territorio de la Zona Básica. Dadas las enormes

diferencias de potenciales en el caso del número de establecimientos, la escala utilizada para desarrollar una cartografía representativa es la logarítmica, adecuada asimismo al objetivo de fijar unos umbrales nítidos y capaces de establecer funcionalidades efectivas.

El sistema de potenciales se apoya en primer lugar en conocer el rango asignado a cada tipo de establecimiento, el cual está en función de su mayor o menor presencia dentro del conjunto analizado. Siendo “R” dicho rango y “x” un tipo cualesquiera de establecimiento, el valor de R será igual a:

$$R(x) = 1 - \frac{N^{\circ} \text{ Establecimientos}(x)}{N^{\circ} \text{ Total_Establecimientos}}$$

La tipología empleada responde tanto a la especialización de cada establecimiento como a sus características físicas (superficie media, número de plantas, disponibilidad de aparcamiento propio, etc.), sistema de ventas (mostrador, autoservicio) y frecuencia de compras del consumidor (diaria, semanal, mensual, etc., dependiendo de los artículos que suministre). El comercio de alimentación en locales tradicionales se ha agrupado en un único epígrafe, pues en caso contrario su diversidad daría lugar a rangos superiores a los reales. Lo mismo se ha hecho en otras ramas comerciales (textil, equipamiento del hogar, productos de droguería, perfumería y cosmética, etc.), pero no así cuando se trata de establecimientos bien individualizados (autoservicios, supermercados, hipermercados, grandes almacenes, etc.). Los rangos así obtenidos varían desde los correspondientes a alimentación en pequeños establecimientos (0,68) hasta hipermercados (0,99).

El potencial de un determinado tipo de establecimiento es el resultado del producto del rango de bienes que suministra por el número o la superficie destinada al mismo, lo que aplicado a la escala municipal, implica multiplicar la suma de totales de cada tipo de establecimiento. Siendo $P_{(x)}$ el potencial del tipo de establecimiento X, $R_{(x)}$ el rango de los bienes y $m^2_{(x)}$ el número o la superficie total de esos establecimientos:

$$P(x) = R(x) * m^2(x)$$

El potencial comercial total de un municipio será la suma de potenciales del total de tipos de establecimientos en él localizados. Siendo $P_{x,y}$ el potencial del establecimiento de tipo X en el municipio Y y variando X desde el tipo de establecimiento “a” hasta el tipo “n” y, siendo Z cada uno de los municipios, desde Z=1 hasta Z=n (99), $P_{(t)}$ de la ZBCV será igual a:

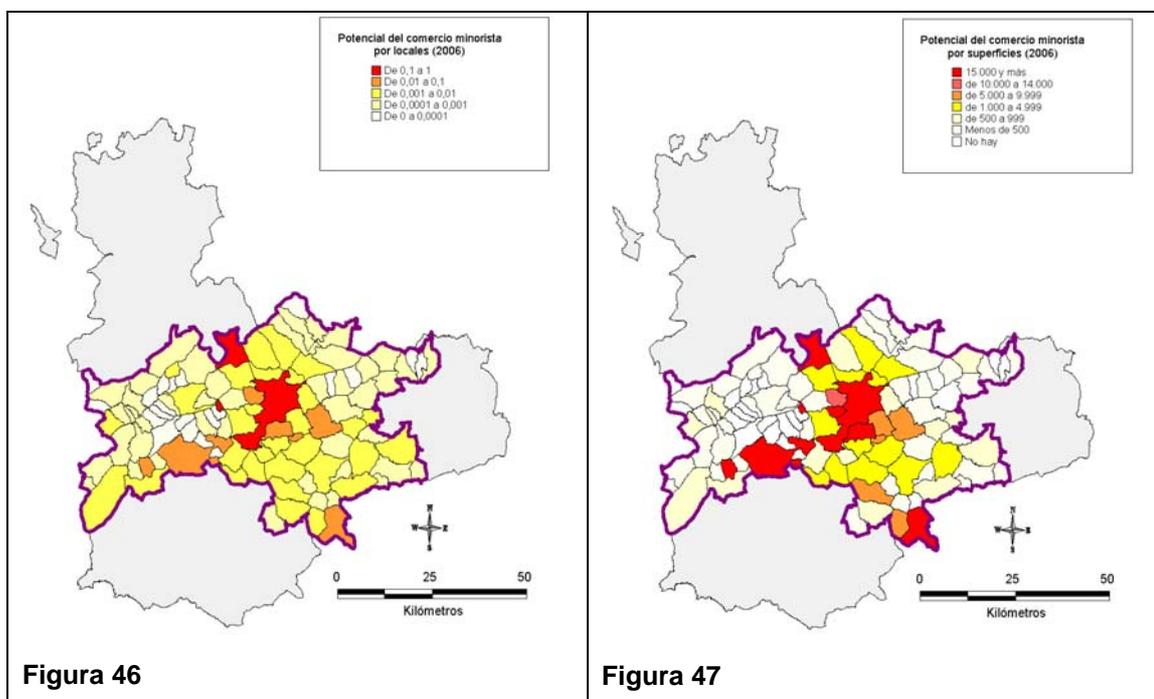
$$P(t) = \frac{\sum_{x=a}^n P_{x,y}}{\sum_{z=1}^n \left(\sum_{x=a}^n P_{x,z} \right)}$$

En el caso de utilizar como referencia la superficie ocupada por cada tipo de establecimiento, los resultados son los siguientes:

Rangos (R) y potenciales (P) según tipos de establecimiento			
Tipo de establecimiento	Locales	Rango	Potencial
Alimentación en comercio tradicional	2.309	0,6889	159.076
Autoservicios (menos de 399 m2)	20	0,9973	2.992
Supermercados (de 400 a 999 m2)	56	0,9925	38.904
Grandes supermercados (1.000m2 y más)	36	0,9952	53.738
Supermercados de descuento	42	0,9943	20.881
Supermercado de descuento con aparcamiento	9	0,9988	6.292
Textil, calzado y cuero	1.186	0,8402	99.651
Droguería, perfumería, cosmética y farmacia	534	0,9281	49.558
Equipamiento del hogar y enseres domésticos	1.139	0,8466	144.634
Venta y reparación de vehículos	389	0,9476	110.584
Artículos de segunda mano	13	0,9982	1.298
Instrumentos musicales	13	0,9982	1.298
Combustibles y carburantes.	85	0,9885	8.403
Otros comercios especializados	1.188	0,8400	99.787
Gran Almacén	4	0,9995	27.985
Almacén popular	40	0,9946	139.246
Hipermercado	4	0,9995	35.981
Cash & Carry	4	0,9995	35.981
FUENTE: Caja España y Alimerka. Elaboración propia.			

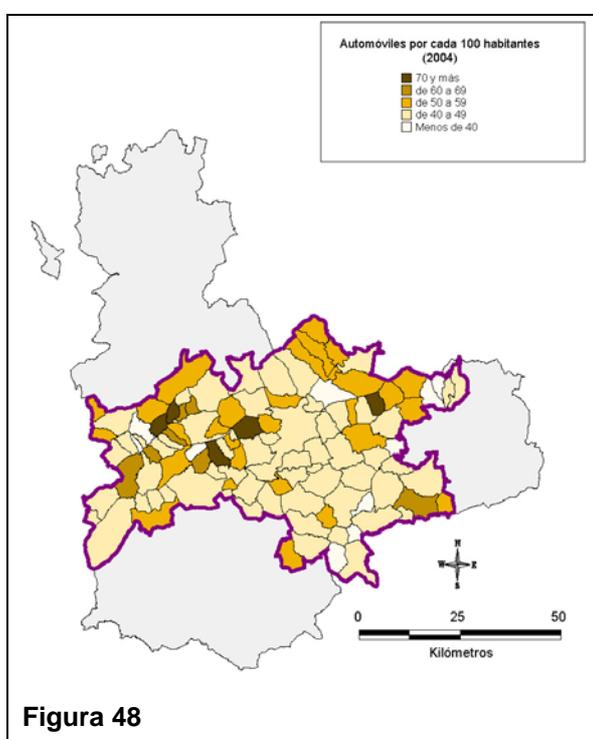
Cuadro 27.- Rangos (R) y potenciales (P) según tipos de establecimiento

Su adición no indica un potencial total para la ZBCV de 1.036.289, desde 0 donde no existe comercio minorista hasta un máximo de 853.695 en el municipio de Valladolid. Los municipios de Arroyo de la Encomienda, Íscar, Laguna de Duero y Tordesillas poseen potenciales de entre 17.000 y 25.000, seguidos por Zaratán (13.600). Como es de esperar, los mayores potenciales según tipo de establecimiento corresponden a la alimentación, al ser el más generalizado y al equipamiento del hogar, debido a la mayor superficie de exposición que precisa la venta de muebles, al igual que sucede en el caso de la de vehículos. A continuación se encuentra el comercio de textiles, moda, calzado y complementos y el resto de comercios especializados, con superficies medias menores, tanto en el análisis por número de establecimientos (ver figura 46) como por superficies ocupadas (figura 47).



De ambos métodos es sin duda el de superficies el más adecuado, al trasladar al mapa la importancia de establecimientos que, poseyendo características propias y existiendo en un número muy reducido, como sucede con las medianas y grandes superficies, implican un potencial comercial capaz de superar con creces la suma de muchos comercios tradicionales. En menor medida, similar razonamiento se aplica a los supermercados de menor tamaño y en general, a los autoservicios.

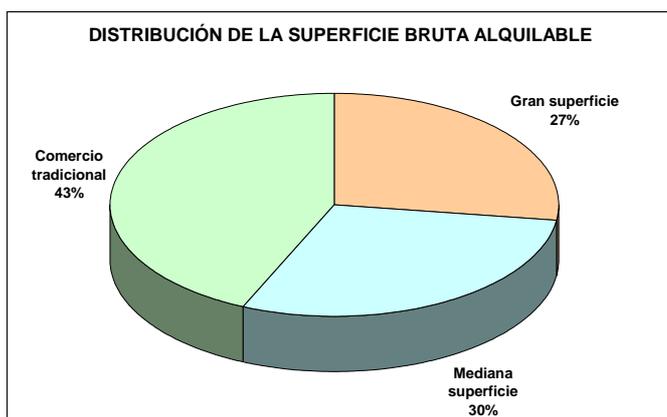
Las enormes diferencias en el equipamiento y potencial comerciales entre Valladolid, algunos municipios de su periferia, centros comarcales y el resto de los municipios, junto al cambio en los hábitos de consumo de la población, explican la importancia adquirida por los desplazamientos realizados en automóvil particular motivados por la necesidad de realizar compras, bien como único objetivo o bien junto a otros fines, como el consumo de servicios de hostelería y ocio. La disponibilidad de automóvil es clave por tanto para conocer la capacidad de avituallamiento de la población en la ZBCV y, a diferencia de otras variables manejadas hasta el momento, en el mundo rural encontramos índices bastante superiores a los propios del ámbito urbano, consecuencia obvia de la necesidad.



Así, es en los sectores donde hemos apreciado carencias destacadas en materia de dotación minorista donde el número de vehículos por cada cien habitantes es mayor, superando ampliamente la cincuentena, caso del Nordeste de la ZBCV y del Oeste, ambas con muy bajos potenciales de comercio. Los centros comarcales o la propia capital no llegan a este umbral, al igual que sucede en la comarca de Tierra de Pinares vallisoletana. En definitiva, se trata de una imagen en negativo de

las expuestas hasta el momento, demostrando la extrema movilidad espacial motivada por la ausencia de, entre otros servicios, un comercio al por menor diversificado. Ante la imposibilidad, en ausencia de la mencionada masa crítica de consumidores, de que éste surja en tan amplio territorio, el papel de los centros comerciales localizados en áreas de fácil accesibilidad, como es propuesto, destaca cada día más, toda vez que la demanda potencial existente y esperada sigue una evolución creciente.

El proyecto presentado es el de un centro comercial colectivo, caracterizado además por una oferta muy diversificada, aunando locales que cubren un gran espectro de superficies, lo cual permitirá la ubicación de establecimientos de muy diversa índole. Los beneficios de contar con una gestión unitaria del edificio y servicios comunes para los establecimientos suponen la generación de economías externas difícilmente concebibles en locales aislados, a la par que la capacidad de atracción de clientela se incrementa para cada uno de ellos exponencialmente, merced a la imagen unitaria percibida por el consumidor. Los principales motores de atracción serán un hipermercado y una gran superficie especializada, sin olvidar la importancia de las medianas superficies destinadas al comercio especializado en equipamiento personal y del hogar. Pero con una superficie bruta alquilable disponible para el comercio tradicional superior a los 11.000 m², cercana a la mitad de los 25.000 m² ofertados, las posibilidades de instalación de establecimientos minoristas de todo tipo se multiplican.



La distribución de locales disponibles para el pequeño comercio en 17 bolsas de superficie con umbrales que oscilan desde el centenar de metros cuadrados hasta algo más de mil permite una segmentación muy

elástica, capaz de adecuarse a las necesidades de prácticamente cualquier pequeña empresa minorista.

Se pretende por tanto crear una plataforma para el desarrollo comercial del barrio, carente de un mínimo equipamiento de distribución minorista en este momento, pero enfocada asimismo a una demanda mucho más amplia procedente de otras áreas de la ciudad y del conjunto de la ZBCV, en especial de su sector oriental, para el que supondría igualmente un aumento ya necesario de la oferta disponible, muy limitada hoy día como acabamos de ver.

Según la opinión de los vecinos de la zona, recogida a través de encuestas, “la dotación comercial del barrio es nula debido a la escasez de bajos comerciales por las características arquitectónicas del barrio (casas molineras en su mayor parte)”. Un sector mismo todavía mantiene estos problemas y en La Pilarica, pese a existir comercio al por menor, los desplazamientos a otras áreas de la ciudad, ya sea el centro o las grandes superficies, son comunes debido a la insuficiente oferta local en artículos de moda y calzado, muebles, electrodomésticos y en general, equipamiento del hogar, oferta que sería satisfecha con la apertura del centro comercial¹. En el conjunto del cuadrante nororiental de la ciudad se detectan además otros problemas asociados a la distribución, en parte derivados de la falta de renovación de los establecimientos y de la propia gestión de los mismos, como la falta de facilidades para la utilización de fórmulas de pago alternativas (tarjetas de crédito, pago aplazado), servicios como el envío a domicilio de las compras, falta de mecanismos y ofertas encaminadas a la fidelización de la clientela y en parte, de las características urbanísticas (falta de aparcamiento).

En general, el consumidor desea una oferta variada, de artículos de calidad. Los productos de alimentación perecederos prefieren adquirirse en el comercio de proximidad o los mercados, desviándose el gasto hacia supermercados e hipermercados en los no perecederos y artículos de limpieza. Por el contrario, la adquisición de ropa, calzado, artículos de piel, perfumería, regalos y complementos se realiza mayoritariamente en el comercio del centro, grandes almacenes y centros comerciales, acudiendo preferentemente a establecimientos franquiciados. Cuando se trata de equipamiento del hogar, a los anteriores se unen los hipermercados. Los consumidores más jóvenes, menores de 35 años, se decantan en mayor proporción por los centros comerciales, buscando una oferta diversificada en una pluralidad de establecimientos pero espacialmente concentrados².

¹ Delgado Urrecho, J.M., Pascual Ruíz-Valdepeñas, H. y García Cuesta, J.L.: *Cómo se compra en Valladolid*, Tomo I, 331 pp., Valladolid 2000. Cit. págs. 74 y 82.

² *Ibidem*, Tomo II, 276 pp. Cit. págs. 82 y siguientes.

4.3.- Una elevada demanda potencial concentrada en la periferia urbana y con tendencia al aumento.

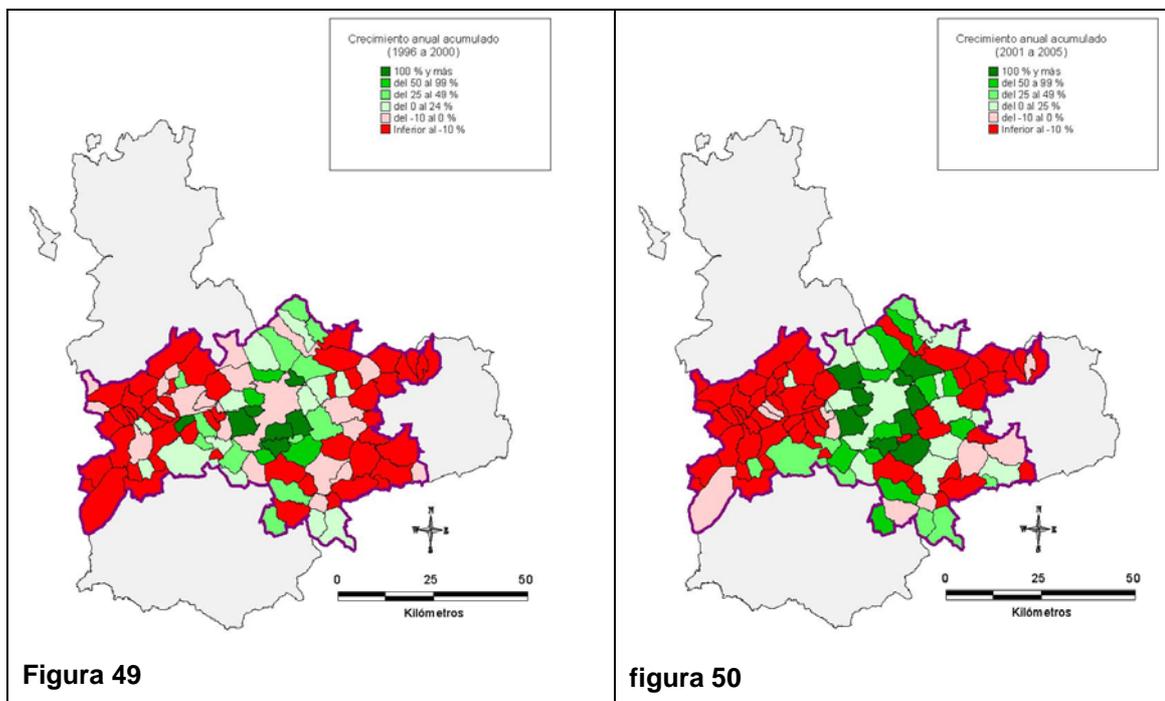
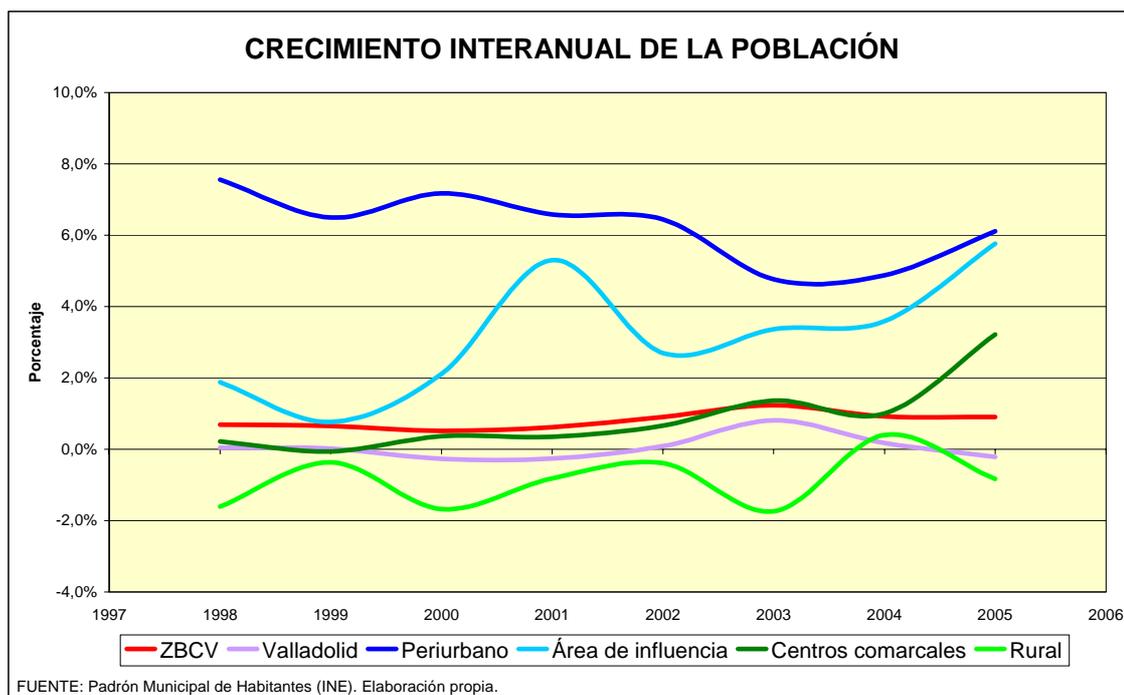
La Zona Básica de Comercio de Valladolid ha mantenido en su conjunto una evolución positiva de su población durante los últimos diez años, con un crecimiento anual que, aunque escaso, ha superado siempre el 0,5%, manifestando una tendencia al aumento durante los primeros años del nuevo siglo y duplicando los índices de la segunda mitad de los años noventa. Ahora bien, este comportamiento general esconde grandes diferencias según ámbitos territoriales y aunque en los municipios de la franja periurbana se ha superado el 6 o 7% de crecimiento interanual, en el resto del área de influencia de la capital el índice baja en torno al 3% y sólo es del 1% en los centros comarcales. Valladolid apenas experimenta cambios, salvo en momentos puntuales, mientras en el grupo de los municipios rurales la evolución es negativa tanto en términos relativos como en cifras absolutas, mostrando pérdidas netas de población y en consecuencia, del potencial de demanda.

Cuadro 28.- Evolución del número de residentes y crecimiento anual de la población										
Ámbito espacial	Año	1996	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
ZBCV	Residentes	412.641	415.485	418.202	420.332	422.935	426.759	432.045	436.015	439.948
	Crecimiento		0,69%	0,65%	0,51%	0,62%	0,90%	1,24%	0,92%	0,90%
Valladolid	Residentes	319.805	319.946	319.998	319.129	318.293	318.576	321.143	321.713	321.001
	Crecimiento		0,04%	0,02%	-0,27%	-0,26%	0,09%	0,81%	0,18%	-0,22%
Periurbano	Residentes	38.774	41.704	44.414	47.600	50.732	54.002	56.575	59.336	62.964
	Crecimiento		7,56%	6,50%	7,17%	6,58%	6,45%	4,76%	4,88%	6,11%
Área de influencia	Residentes	7.987	8.137	8.199	8.372	8.816	9.054	9.359	9.695	10.254
	Crecimiento		1,88%	0,76%	2,11%	5,30%	2,70%	3,37%	3,59%	5,77%
Centros comarcales	Residentes	19.856	19.900	19.888	19.960	20.030	20.162	20.437	20.641	21.305
	Crecimiento		0,22%	-0,06%	0,36%	0,35%	0,66%	1,36%	1,00%	3,22%
Rural	Residentes	26.219	25.798	25.703	25.271	25.064	24.965	24.531	24.630	24.424
	Crecimiento		-1,61%	-0,37%	-1,68%	-0,82%	-0,39%	-1,74%	0,40%	-0,84%

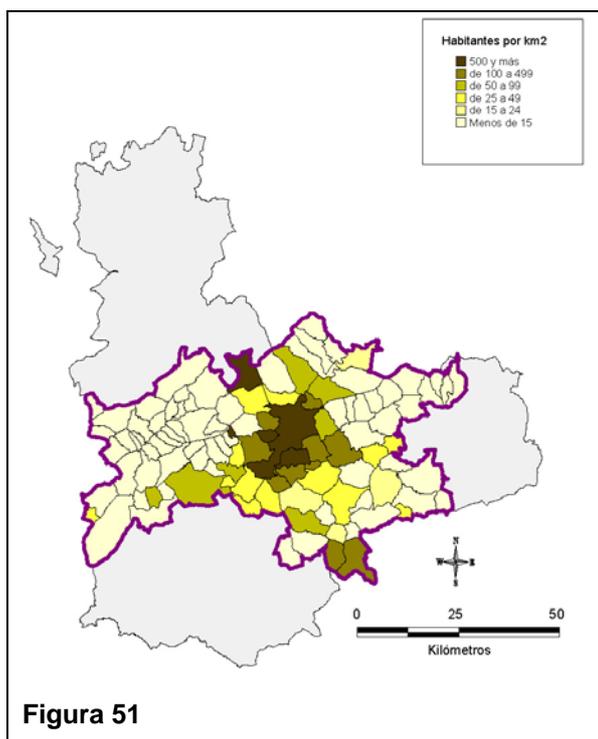
FUENTE: Padrón Municipal de Habitantes (INE). Elaboración propia.

Las ganancias de población en la capital responden casi exclusivamente a la llegada de inmigrantes extranjeros, de menor capacidad adquisitiva que los autóctonos, pero las pérdidas son una constante por la importancia de los cambios de residencia intermunicipales de carácter centrífugo, hacia las nuevas áreas residenciales localizadas en los municipios de su franja periurbana y, más recientemente, de toda su área de influencia inmediata.

Mientras se mantiene este difícil equilibrio en Valladolid, cuya población apenas se ha incrementado en un millar de habitantes desde 1996, el periurbano casi ha duplicado sus efectivos y otros municipios del área de influencia se han beneficiado también en los últimos años de este crecimiento inducido por el abandono de la capital de población joven, con tasas medias quinquenales de crecimiento real en aumento (ver figuras 49 y 50).



Se está dando por tanto un transvase del volumen de demanda, capacidad adquisitiva y gasto hacia la periferia, a la par que en el medio rural, incluidos los centros comarcales, el total de residentes disminuía hasta el 2004, para experimentar un nuevo crecimiento desde entonces gracias igualmente al aporte extranjero. El resultado, un número de residentes similar al de hace diez años, pero con una mayor concentración espacial en dichos centros, donde hoy habita el 47% de la población rural de la ZBCV frente al 43% que lo hacía en 1996. La despoblación avanza y la demanda se concentra, ratificando las afirmaciones realizadas en los epígrafes precedentes: el comercio rural desaparece por la extinción y/o huída de su clientela. Una situación perfectamente plasmada en la distribución espacial de la densidad de población, que sólo alcanza valores elevados en el entorno capitalino y algún centro de servicios, descendiendo en la inmensa mayoría del territorio estudiado a menos de 15 habitantes por kilómetro cuadrado, por debajo del conocido umbral de despoblación.



Pero esta situación es consecuencia de fenómenos ocurridos hace décadas, de un modelo de desarrollo espacialmente desequilibrado basado en la industrialización acelerada y el olvido permanente del medio rural, ajeno a cualquier asomo de intento de articulación del territorio. El éxodo rural consecuente es por tanto una causa más de todo ello, así como la progresiva disminución de los servicios capaces de sobrevivir a la reducción de la demanda. No es el

comercio minorista una excepción, por lo que hoy día la única opción de consumo para quienes lo han arriesgado todo permaneciendo en el campo es, precisamente, aprovechar las facilidades que les proporciona la disponibilidad de medio de transporte y la concentración de equipamientos minoristas en

ciudades y centros comarcales, donde poder abastecerse con facilidad de una variada oferta de productos.

La demanda potencial de la ZBCV, pese a los cambios en el modelo de poblamiento descrito, tiende no obstante a aumentar y así lo viene haciendo desde hace tiempo. Desde 1996 su población se ha incrementado en cerca de treinta mil personas y la mitad de esta cifra corresponde a los últimos tres años, siendo una tendencia que se espera continúe a medio y largo plazo en virtud de las mejoras de accesibilidad que supondrán las nuevas infraestructuras de comunicaciones, sobre todo el tren de alta velocidad y la Autovía del Duero.

Cuadro 29.- Población prevista y estimada en el sector nororiental de la ciudad de Valladolid		
Suelo urbanizable delimitado (viviendas previstas)	Viviendas	Residentes
Campo de Tiro	800	2.808
Conde Reinoso	1.145	4.019
Conde Reinoso II	3.456	12.131
El pato	322	1.130
Los Santos (Pilarica)	2.233	7.838
Los Santos II	1.305	4.581
Residencial Las Arenas	3.437	12.064
San Isidro	394	1.383
San Juan y Valdezoño	2.725	9.565
Soto de Medinilla	289	1.014
Viveros	939	3.296
SUBTOTAL	17.045	59.829
Áreas Homogéneas (viviendas estimadas)	Viviendas	Residentes
Páramo de San Isidro	4.000	14.040
Valdechivillas	4.500	15.795
Fuente Amarga	6.000	21.060
SUBTOTAL	14.500	50.895
TOTAL	31.545	110.724
FUENTE: Ayuntamiento de Valladolid y elaboración propia.		

Solamente en Valladolid y los municipios de su alfoz este aumento podría llegar a las 64.000 personas entre la fecha actual y el año 2015, concentrándose precisamente en la franja periurbana. Los municipios más dinámicos de ésta, con 71.500 habitantes a comienzos de 2005, llegarían a superar en otros diez años los 100.000 residentes, manteniendo una edad media relativamente baja, en torno a los 37 años, frente a los 46 de los vecinos de la capital³. Las expectativas creadas en la zona de implantación del nuevo centro comercial son aún más optimistas, al

derivar de las nuevas áreas residenciales ya proyectadas -entre ellas la beneficiada por este proyecto, Los Santos-Pilarica- y de la importancia que

³ Calderón Calderón, B., Delgado Urrecho, J.M. y García Cuesta, J.L.: *Análisis de la población, comercio y vivienda en Valladolid y los municipios de su alfoz*. Valladolid, febrero de 2006, 146 pp.

podrían adquirir en las áreas homogéneas del Este de la ciudad (Valdechivillas, Páramo de San Isidro y Fuente Amarga).

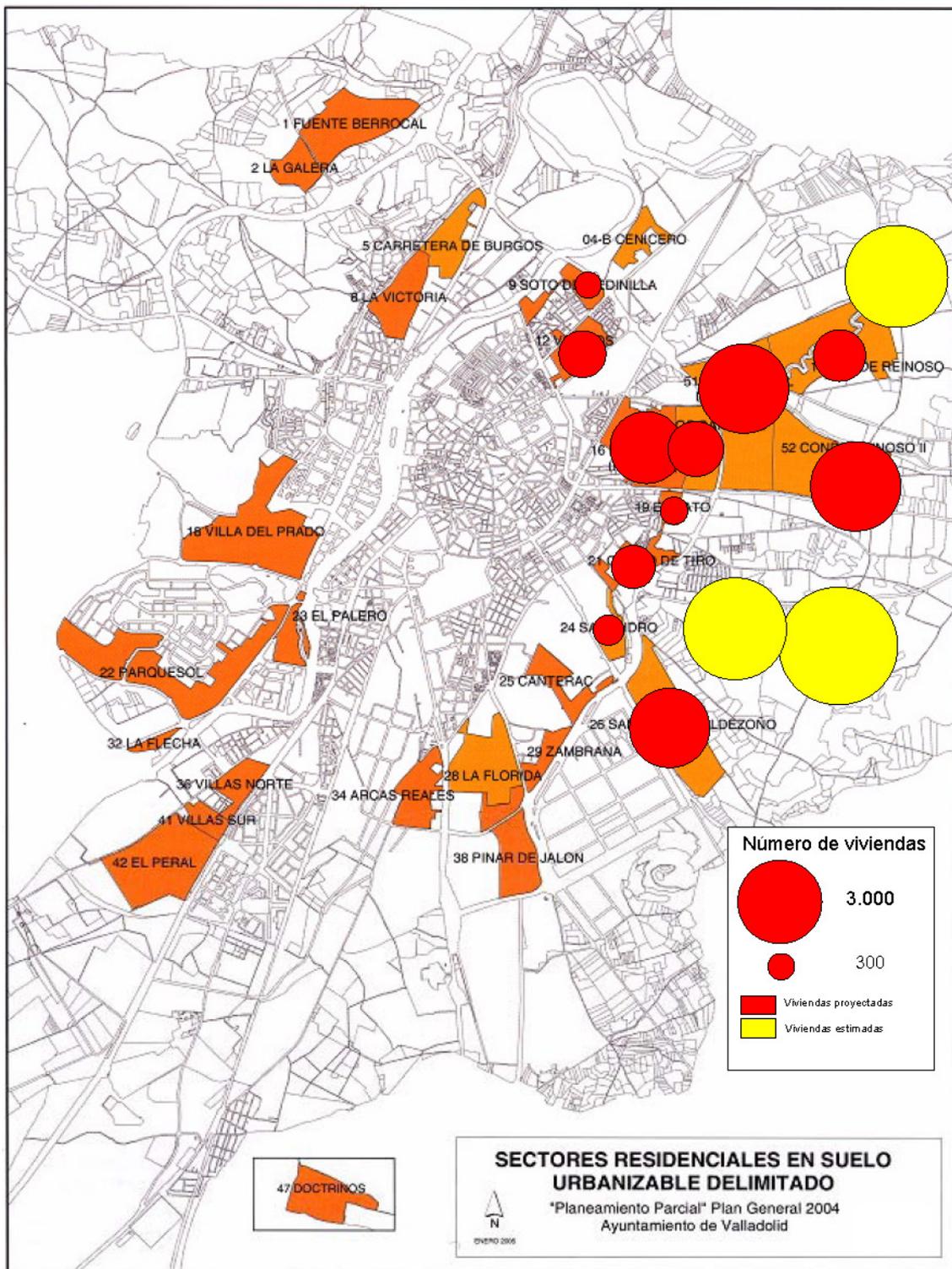


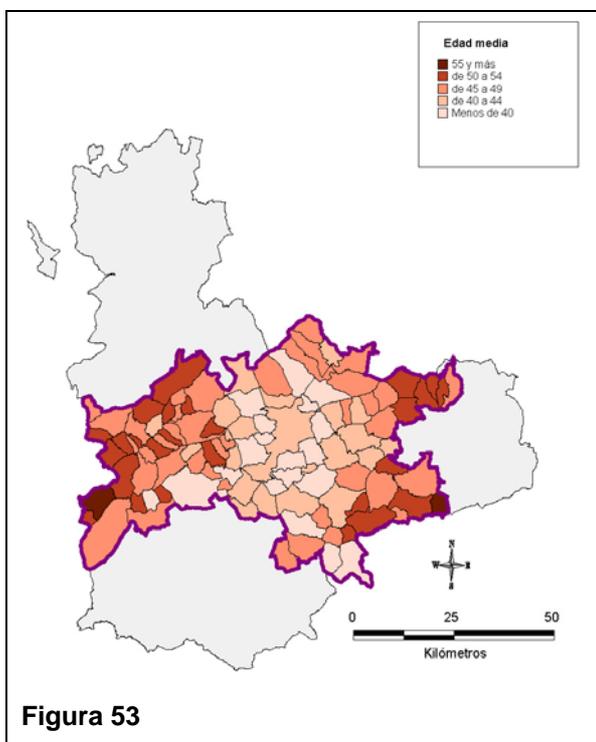
Figura 52.- Sectores residenciales en suelo urbanizable demimitado

En el suelo urbanizable ya delimitado se prevé la creación de 17.045 viviendas, más de 3.500 en el mismo barrio de La Pilarica, lo cual supone una

población adicional sólo en él superior a las 12.000 personas. A ellas se sumarán las de sectores colindantes como el Soto de Medinilla, Viveros, Las Arenas, El Pato o Campo de Tiro, que suman otros 20.300 vecinos. En su conjunto, el sector nororiental de la ciudad contará con 17.000 viviendas más ya proyectadas y, aplicando criterios semejantes a las nuevas áreas homogéneas, las estimadas serían otras 14.500. El total de estas 31.500 viviendas albergarían, utilizando ratios de ocupación por hogar semejantes a los existentes en las áreas residenciales del Sur de la ciudad, más de cien mil residentes (ver Plano 1). Naturalmente, semejante cifra –difícilmente alcanzable, por otra parte- no se lograría exclusivamente merced a la llegada de nuevos habitantes a la urbe, sino también a cambios residenciales motivados por la precaria situación de habitabilidad de una elevada proporción de viviendas ubicadas de edificios de barrios densamente poblados hasta hace unas décadas, de entre los cuales el de La Rondilla es el mejor ejemplo, aunque no el único. El hecho, en cualquier caso, es que la decisión de potenciar las áreas residenciales en NE de la ciudad ya está tomada.

Pero aún suponiendo que las expectativas no lleguen a cumplirse en su totalidad, incluso la mitad de este crecimiento supondría una demanda añadida en este cuadrante de la ciudad superior a los 50.000 residentes, cantidad que por sí sola justifica sobradamente la apertura de un centro comercial, tanto más en cuando que no existen equipamientos semejantes en todo el sector. A ellos se suman compradores que, teniendo su residencia en otros municipios, van a comenzar a trabajar en fechas cercanas a la prevista para la apertura del centro comercial en el nuevo polígono industrial de Cigales-Cabezón, en la denominada Área Canal de Castilla, que enlazará con la Ronda Exterior Este a través de la A-62 y cuyas obras está previsto comenzar en 2007. La proximidad entre ambos espacios y el carácter diario de los desplazamientos atraerá sin duda a esta nueva clientela, procedente también de las nuevas zonas industriales como el Polígono Industrial de Jalón, entre la carretera de Segovia, el canal del Duero, la factoría de Renault y la Ronda Exterior Este o la ampliación del de San Cristóbal, así como las proyectadas en Las Arenas, sin olvidar el futuro parque empresarial Vereda de Palomares y las instalaciones

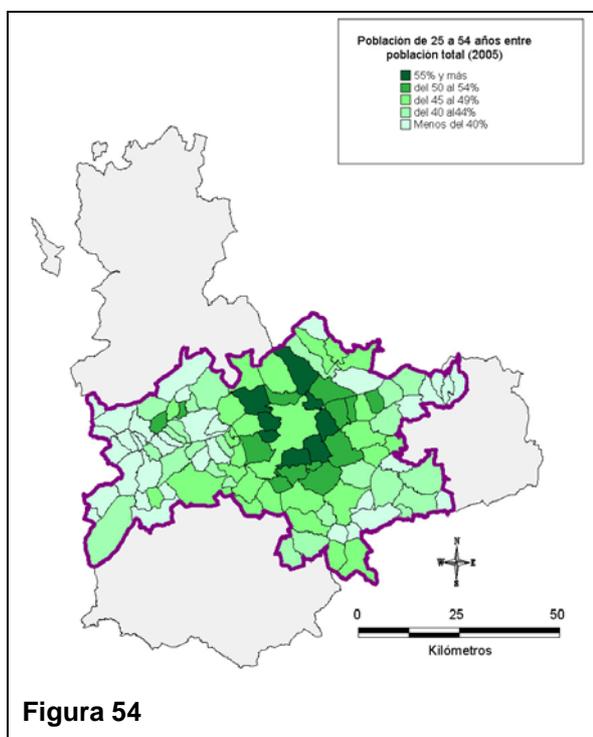
previstas por la Universidad de Valladolid. En su conjunto, se espera una demanda añadida a la ya existente que justifica el proyecto presentado.



Las características de la demanda existente trazan un perfil acorde con la clientela propia de centros comerciales, predominando en la ZBCV y sobre todo, en su sector oriental, una población adulta con los índices de envejecimiento menores de toda la provincia. Con una edad media de 41,7 años que en núcleo urbano asciende a 42,4, en las proximidades de la ciudad por el contrario desciende a 36, aumentando en relación directa a la distancia, pero por debajo de los 40

años en un radio de unos 25 kilómetros hacia el Este (ver figura 53). Se trata de familias de tres y cuatro miembros, con progenitores menores de 50 y hábitos de consumo modernos, clientes de las grandes superficies de distribución para quienes un centro comercial suponen un gran atractivo, gracias a su diversidad de oferta y la disponibilidad de aparcamiento gratuito.

Interesa destacar dentro de este conjunto las cohortes etarias de entre 25 y 55 años, al centrarse en ellas tanto la mayor disponibilidad de vehículo propio como los nuevos



comportamientos de consumo. Y en efecto, es en los municipios del sector oriental de la ciudad donde su presencia resulta más significativa, superando el 50% de los allí residentes (ver figura 54). Familias formadas por parejas jóvenes o matrimonios de 35 a 45 años, con hijos, que han fijado allí su lugar de residencia como consecuencia del encarecimiento de la vivienda en la capital, cuyos miembros trabajan o, en muchos casos, estudian en Valladolid y acostumbrados por ello a los desplazamientos diarios, utilizan frecuentemente los servicios que ésta oferta. Valga citar como exponente de este tipo de población la asentada en el municipio de La Cistérniga, con más de 6.000 habitantes en 2005 cuando en 1996 no llegaba a los 2.500. La edad media apenas es de 34,4 años, el índice de envejecimiento o relación entre mayores de 65 y menores de 15 sólo llega a 0,33, siendo el promedio de la ZBCV de 1,25, el 77% son personas en edad activa (70,5% en la ZBCV) y el 17% tienen menos de 16 años. Su pirámide de población muestra una radical deformación de su perfil consecuencia de la mencionada inmigración de parejas jóvenes, alimentando las cohortes de edad de 25 a 45 años y, como efecto directo, las de sus hijos, que comienzan a engrosar la base de la pirámide.

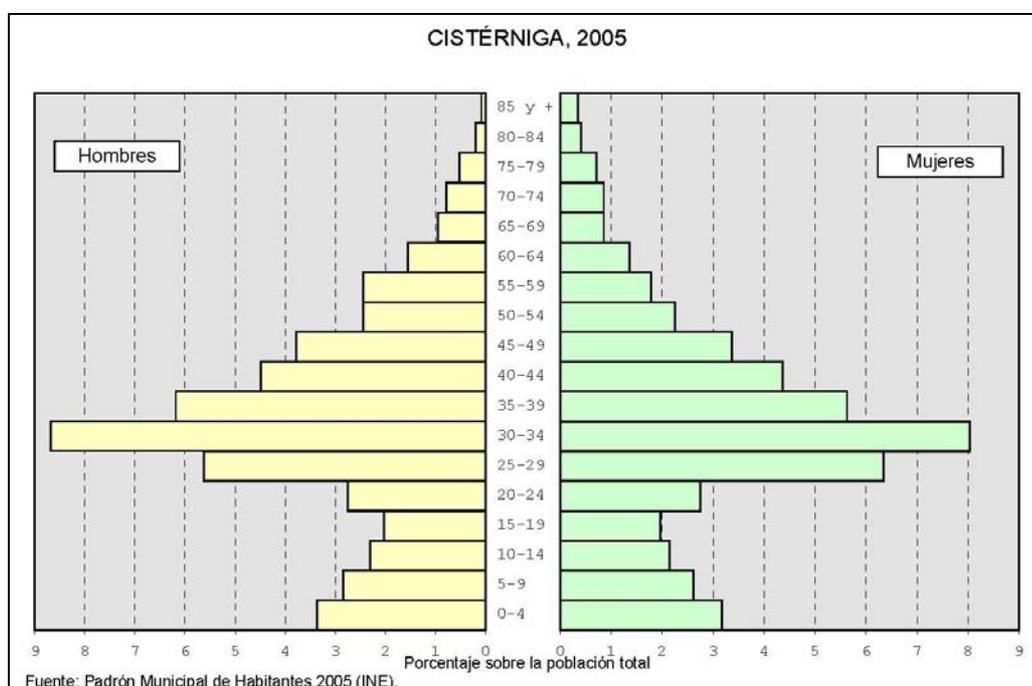


Figura 55. Pirámide de edad La Cistérniga 2005

Estas estructuras por sexo y edad difieren de las correspondientes al conjunto de la ZBCV, de la capital vallisoletana (que determina las anteriores) y

del conjunto de municipios rurales, adoptando el modelo ya típico de un espacio periurbano en pleno proceso de expansión o más recientemente, del área de influencia urbana, que suma al anterior otros espacios algo más alejados pero cuyas características tienden a converger.

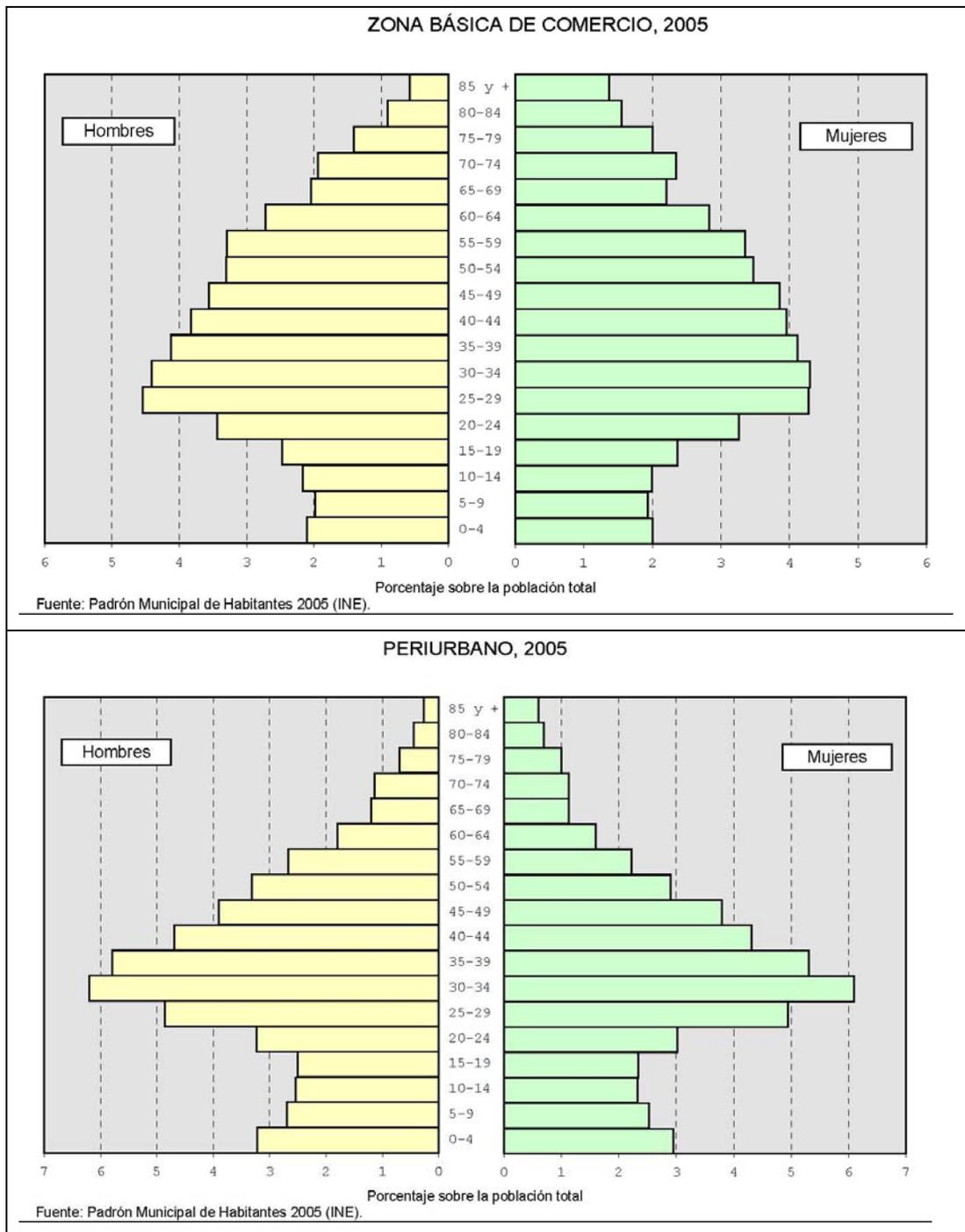


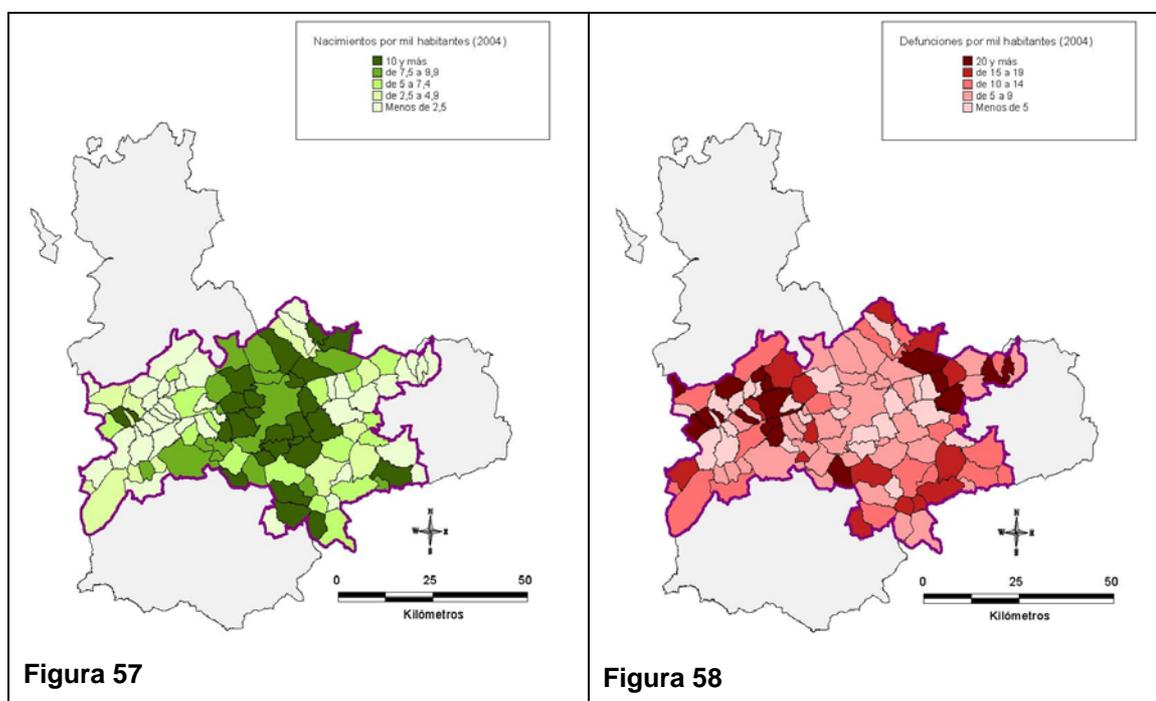
Figura 56.- Pirámide de edad ZBC y periurbano en 2005

La mayor proporción de activos en el periurbano traduce además tasas de actividad económica real elevadas, al serlo también la participación de ambos sexos en el mercado laboral y, a medio plazo, el índice de reemplazo de

estos grupos se encuentra asegurado –se jubilarán menos personas de las que esperan incorporarse al mercado-, por lo que estamos hablando de una demanda potencial integrada por una tipología de consumidores con capacidad adquisitiva media y alta que va a mantenerse en el futuro.

Cuadro 30.- Índices y tasas representativos de las estructuras por edad					
Ámbito territorial	Edad media	Índice de envejecimiento	Tasa de sobre envejecimiento	Proporción de activos	Índice de reemplazo de activos
Zona básica de comercio	41,67	1,25	26,98	70,57	0,87
Valladolid	42,44	1,38	26,87	70,36	0,80
Periurbano	36,17	0,48	24,14	74,50	1,42
Área de influencia urbana	39,51	0,97	26,66	71,27	1,19
Centros comarcales	40,29	1,09	25,77	69,70	1,38
Municipios rurales	44,06	1,84	28,99	66,68	0,96

FUENTE: Padrón Municipal de Habitantes 2005 (INE). Elaboración propia.



La dinámica natural de la población asentada en estas áreas periféricas subraya igualmente el futuro de crecimiento demográfico descrito, en este caso empujado por las diferencias positivas entre nacimientos y defunciones, acordes al grado de juventud de los actuales residentes (ver figura 57 y 58). La franja concéntrica de municipios colindantes con Valladolid posee unas tasas brutas de natalidad superiores a 15 nacimientos por mil habitantes, siendo el valor medio de la ZBCV inferior a 9‰ y no alcanzando en el medio rural el 5‰. Lo contrario sucede en el caso de la mortalidad, sensiblemente inferior en el área periurbana -5‰- al resto de los municipios, incluida la capital. En

consecuencia, solamente en esta aureola que rodea Valladolid podemos encontrar un crecimiento vegetativo de signo positivo, el 1% anual, frente al saldo prácticamente nulo de la capital y centros comarcales o negativo en el ámbito rural (ver figura 59). Tampoco se debe olvidar el comportamiento de la nupcialidad, cuya tasa es muy elevada tanto comparativa con la Zona Básica como a escala nacional, un 9‰ y más del 10‰ en el sector norte y nororiental (ver figura 60), dato de gran interés pues las familias residentes poseen una media de 2 hijos por mujer, el doble que en el resto de los municipios.

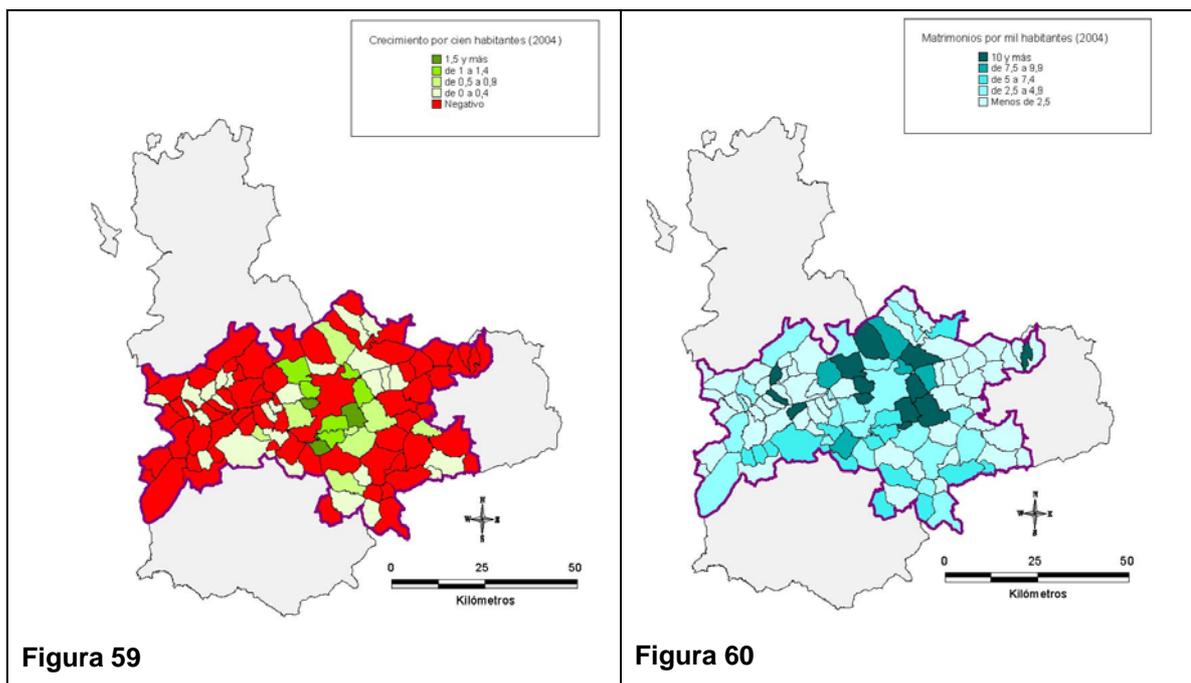


Figura 59

Figura 60

Cuadro 31.- Dinámica natural de la población. Tasas Quinquenales 2000-2004

Ámbito territorial	Natalidad (‰)	Mortalidad (‰)	Crecimiento vegetativo (%)	Nupcialidad (‰)	Saldo migratorio (‰)
Zona Básica de Comercio	8,59	8,15	0,04	5,27	8,77
Valladolid	7,81	8,25	-0,04	4,75	1,61
Periurbano	15,15	5,31	0,98	9,21	49,08
Área de influencia urbana	9,74	10,14	-0,04	6,13	42,64
Centros Comarcales	8,03	8,25	-0,02	4,55	13,55
Municipios Rurales	4,72	11,79	-0,71	2,80	0,30

FUENTE: Padrón Municipal de Habitantes y Movimiento Natural de la Población (INE).
Elaboración propia.

El sector donde se encontraría ubicado el centro comercial proyectado se caracteriza en definitiva por poseer una población en franco crecimiento, joven, con elevada natalidad y nupcialidad y muy baja mortalidad, así como un atractivo demostrado por saldos migratorios cercanos al 50‰, cuya futura

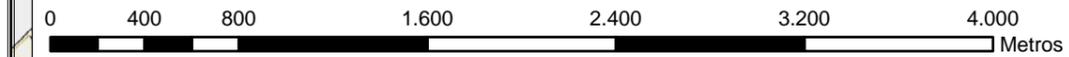
Área de influencia cercana -hasta 4 km.- del Centro Comercial
El centro de referencia para los nuevos desarrollos urbanísticos del Este

Término Municipal de Santovenia de Pisuerga

Término Municipal de Zaratán

Término Municipal de Renedo

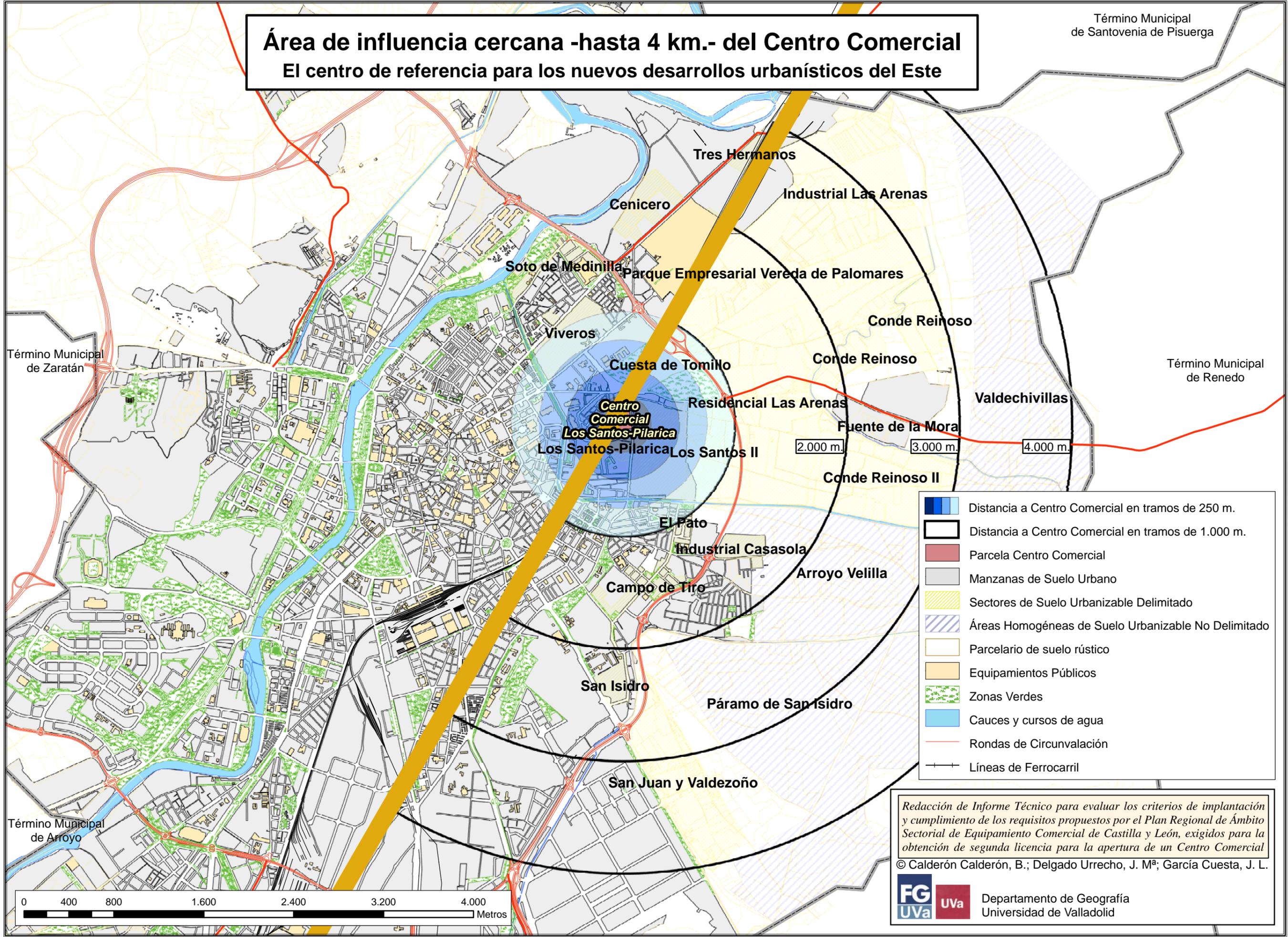
Término Municipal de Arroyo



- Distancia a Centro Comercial en tramos de 250 m.
- Distancia a Centro Comercial en tramos de 1.000 m.
- Parcela Centro Comercial
- Manzanas de Suelo Urbano
- Sectores de Suelo Urbanizable Delimitado
- Áreas Homogéneas de Suelo Urbanizable No Delimitado
- Parcelario de suelo rústico
- Equipamientos Públicos
- Zonas Verdes
- Cauces y cursos de agua
- Rondas de Circunvalación
- Líneas de Ferrocarril

Redacción de Informe Técnico para evaluar los criterios de implantación y cumplimiento de los requisitos propuestos por el Plan Regional de Ámbito Sectorial de Equipamiento Comercial de Castilla y León, exigidos para la obtención de segunda licencia para la apertura de un Centro Comercial

© Calderón Calderón, B.; Delgado Urrecho, J. M^a; García Cuesta, J. L.



expansión se encuentra asegurada además por las nuevas áreas residenciales ya proyectadas dentro de los límites municipales de la ciudad.

4.4.- **Conclusiones:** una estructura de empleo y oferta y demanda comercial adecuadas para la implantación de un nuevo centro en el este de Valladolid.

CONCLUSIONES EMPLEO.

- Valladolid y su entorno tienen una fuerza laboral abundante y con niveles de cualificación adecuados, no así los municipios rurales del ámbito de análisis.
- Esta mano de obra se encuentra complementada por la inmigrante, caracterizada por sus diferencias en cuanto a nivel de formación, aunque en la mayoría de los casos los trabajadores extranjeros se incorporan en nichos de empleo no demandados por la población autóctona.
- Los niveles medios de paro, situados en torno al 7-8%, indican un potencial restante de mano de obra con formación adecuada a la oferta de trabajo propia de un nuevo centro comercial.
- La reducción de las tasas de paro en la capital y su periurbano ha sido posible gracias al impulso económico generado por las actividades de servicios.
- Valladolid y los municipios de su área periurbana tienen un mercado laboral ampliamente diversificado que, en lo referente al sector comercial, mantiene unas cifras de empleo elevadas.
- La demanda de comercio en la ZBCV ha variado notablemente en las dos últimas décadas, con la aparición de nuevos hábitos de consumo derivados de las transformaciones en las formas de vida (incorporación de la mujer al mercado laboral, incremento de la movilidad espacial y aprovechamiento del tiempo de ocio). En este contexto la figura de los centros comerciales es clave.

- El proyecto de centro comercial presentado supondría la generación de al menos 600 puestos de trabajo, a lo que habría que añadir otros 300 empleos indirectos.
- La diversidad de establecimientos y necesidades se traduciría en una amplia gama de ofertas de empleo, acordes a las características de la mano de obra ya señaladas.
- La repercusión económica del nuevo centro comercial será mucho más intensa entre los habitantes del barrio de La Pilarica y en segundo lugar, el resto de la ciudad, pero no se deben olvidar los residentes en núcleos cercanos, que cuentan por otra parte con un potencial laboral destacado, con abundante mano de obra joven en espera de incorporarse a una actividad remunerada.

CONCLUSIONES COMERCIO.

- La disponibilidad de locales aptos para el desarrollo de actividades económicas en la ZBCV varía notablemente, concentrando la capital las tres cuartas partes, a los cuales se añade otro 14% en los municipios periurbanos.
- La situación de los locales cambia igualmente entre los municipios urbanos y de su entorno (un 90% activos) y el medio rural (66% activos).
- Los locales ocupados por comercio suponen el 47% en la ciudad, 40% en los centros comarcales y 31% en el ámbito rural.
- La concentración de locales comerciales en la ZBCV es manifiesta en la capital y su entorno, además de en centros como Tordesillas o Íscar.
- Analizando la diversidad de la oferta comercial existente, sólo Valladolid, algunos núcleos de su entorno y los centros comarcales de servicios poseen un índice elevado.
- Los municipios rurales se caracterizan por su bajo índice de diversidad, con un comercio no especializado.
- La dependencia de la oferta urbana es patente, aunque en ocasiones se relativiza por la presencia de centros comarcales de servicios.

- La necesidad de realizar desplazamientos para la realización de compras es no sólo una tendencia sino un hecho constatable en el medio rural, al concentrarse los nuevos espacios de distribución en la ciudad, su entorno y los centros comarcales.
- El papel de los centros comerciales localizados en áreas de fácil accesibilidad como el propuesto destaca cada día más, toda vez que la demanda potencial sigue una evolución creciente.
- El proyecto presentado es el de un centro comercial colectivo, caracterizado por una oferta muy diversificada, aunando locales que cubren un gran espectro de superficies, lo que permitirá la ubicación de establecimientos de muy diversa índole, beneficiados por la presencia de varios motores de atracción.
- El proyecto pretende ser una plataforma para el desarrollo comercial del barrio y su entorno, carentes de un mínimo equipamiento de distribución minorista, pero enfocada a una demanda mucho más amplia procedente de otras áreas de la ciudad y del conjunto de la ZBCV.

CONCLUSIONES DEMANDA.

- El sector donde se ubicará el centro comercial experimentará a medio plazo un importante crecimiento de la demanda, al estar previstas más de 30.000 viviendas en esta zona de la ciudad.
- La Ronda Este permite una fácil accesibilidad a la demanda procedente de los municipios colindantes.
- Estos municipios poseen las densidades de población más elevadas de la Zona Básica de Comercio de Valladolid.
- La población residente se caracteriza por el predominio abrumador de adultos jóvenes, parejas con un promedio de dos hijos y altas tasas de actividad.
- La demanda se verá además incrementada por la cercana presencia de polígonos industriales, un parque empresarial e instalaciones universitarias.

- El crecimiento vegetativo o diferencia entre nacimientos y defunciones es positivo, asegurando un incremento futuro del consumo.
- Los saldos migratorios son asimismo positivos y elevados.
- El aumento de las unidades familiares está asegurado a medio plazo merced a unas altas tasas de nupcialidad.
- Todo ello, unido a la escasa oferta comercial existente en los momentos actuales, indica que la presencia del centro comercial habrá de ser positiva para este amplio conjunto de consumidores.

5.- Cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 29 del Plan Regional de Ámbito Sectorial de Equipamiento Comercial de Castilla y León.

5.1 Criterios ambientales art. 29.1

Es sabido que en todos los procesos de ordenación del comercio llevados a cabo por las Comunidades Autónomas similares al texto normativo que nos ocupa –el Plan General de Equipamiento Comercial de Castilla y León- subyace un debate, entre el comercio tradicional -pequeño comercio- y las nuevas fórmulas comerciales, que la lógica de los hechos ha ido en cierto modo superando y que encamina gran parte de las actuaciones y toda la ordenación estuviese encaminada a proteger al llamado comercio tradicional, que invariablemente se entiende como el comercio del centro de las ciudades- de otros tipos de formatos e incluso –lo que es más preocupante- de otros tipos de localización para la actividad comercial.

La lógica de esta forma de entender el proceso es intrínsecamente perversa, ya que por una parte se ordena toda la oferta comercial en torno a un punto que para la mayor parte de la población está alejado y es relativamente poco accesible –el centro de las ciudades- y por otra porque se condena a la infradotación comercial a aquellos barrios periféricos de las ciudades que no cuentan con la masa crítica de demanda suficiente para justificar la implantación de determinados establecimientos; en estas condiciones estos tendrán que abastecerse en otros lugares mejor dotados, sean enclaves comerciales o ejes comerciales por lo general ubicados en la ciudad tradicional que siempre serán comercio de referencia en todas las políticas de fomento institucional de esta actividad.

Por otra parte, superado el efecto “*sorpres*a” que en un sistema comercial estable e inmóvil produjo la aparición de los nuevos formatos en las últimas décadas del siglo XX, en las ciudades medias y grandes la competencia comercial se establece cada vez más entre localizaciones que entre empresas o formatos y la responsabilidad institucional debe atender tanto

o más a evitar la aparición de desequilibrios espaciales que a proteger a determinadas fórmulas comerciales frente a la competencia entendida en su vertiente económica, sectorial o territorial; se trata de evitar concentraciones abusivas que provoquen efectos urbanísticos no deseados y que acentúen la desigualdad en el acceso a los equipamientos y servicios para los barrios o periferias en general más degradadas toda vez que, como señala J.Mº Ezquiaga, el comercio es condición necesaria para la restauración de zonas urbanas.

Que la primera parte de esta exigencia se cumple es más que evidente ya que el Este de la ciudad carece de centros de similar naturaleza; y por lo que respecta a la segunda, es sabido que el comercio tiene que ser accesible desde distintos medios de transporte, no sólo transporte privado ya que no es adecuado dotar un sector de un equipamiento que sea siempre cautivo de la utilización del automóvil privado. Por esta razón hay que garantizar asimismo el menor impacto sobre las infraestructuras ya que cualquier nuevo elemento consume infraestructuras existentes y cuando la implantación es periférica la asociación entre comercio y medios de transporte ha de ser muy estrecha ya que inevitablemente el centro comercial creará un nodo de centralidad al menos para todos los barrios del norte y este de la ciudad de Valladolid.

Pues bien, como se demostrará a continuación, y siempre a reserva de la reorganización del transporte público que generará la creación de los dos nuevos barrios como Los Santos-Pilarica y Los Santos II, y de la que se derivará de la conversión del pasillo ferroviario en gran avenida, el emplazamiento del nuevo centro comercial resulta especialmente adecuado ya que es un punto en el que convergen varias vías de alta capacidad como la ronda interior este, los nuevos viales que se habilitarán tras el soterramiento en dirección este-oeste, el paseo Juan Carlos Primero y el nuevo vial sobre el Pasillo ferroviario, que previsiblemente confluirán en el punto en el que finalice el tramo soterrado del ferrocarril, en un gran distribuidor de tráfico ubicado entre el Centro Comercial y el campus Miguel Delibes.

5.1.1.- La localización de grandes establecimientos comerciales tendrá en cuenta la salvaguardia del paisaje, bajo criterios medioambientales. Art. 29.1.a Criterios ambientales (I)

Señala el artículo 29.1, apartado a) del Plan General de Equipamientos Comerciales de Castilla y León que, la localización de grandes establecimientos comerciales tendrá en cuenta la salvaguardia del paisaje, bajo criterios medioambientales. Se trata de una exigencia que está en perfecta consonancia con el programa 2 del Plan de Acción 2005-2007 de la AGENDA LOCAL 21 Valladolid, titulado urbanismo sostenible que plantea entre sus objetivos generales *“Garantizar un modelo global con usos múltiples y de alta densidad, en el que se aprovechen los terrenos industriales obsoletos y solares vacíos, aceptando nuevos modelos urbanos con una tendencia policéntrica en que, cada uno de los diferentes “centros” y zonas, tengan una cierta especialización compatible”*¹; plantea asimismo una Adaptación del sistema infraestructural al nuevo espacio urbano, con mejora de las infraestructuras viarias encaminada a facilitar la accesibilidad entre el centro urbano tradicional, el nuevo área de centralidad y el resto de espacios urbanos. Y, de forma más concreta, como objetivos específicos entiende que un urbanismo más sostenible implica rentabilizar infraestructuras existentes, que se completen las tramas urbanas, y que se mejore la conectividad para favorecer la mayor sostenibilidad del conjunto urbano.

El nuevo centro comercial Los Santos está ubicado en posición periférica pero dentro del continuo urbano que delimita la ronda interior. Fomentará con su presencia el desarrollo de una trama urbana más equilibrada e integrada, y anticipa -con el riesgo que ello supone para una empresa- la reforma radical que experimentará todo el sector vinculado al pasillo ferroviario; es más, al estar en posición central en un conjunto muy definido de nuevos espacios públicos acentúa sus valores paisajísticos y su capacidad para “liderar” formalmente la reforma de un área muy degradada. Estimamos que, por esta

¹ Plan de Acción 2005-2007 de la AGENDA LOCAL 21 Valladolid.
<http://www.aytovalladolid.net/modules/MedioAmbiente/2AL21VANuevo.pdf>

razón, entre otras, se elimina el riesgo de que este equipamiento, como sucede en los casos más comunes en los centros comerciales de las grandes ciudades, de lugar a enclaves o islas comerciales que, pese a su proximidad a la ciudad, dan la espalda a su tejido urbano al estar rodeadas de aparcamientos de superficie y orientadas en exclusiva a la red viaria de alta capacidad y rápida circulación: en efecto, el nuevo centro no se apoya en aparcamiento en superficie salvo el mínimo exigido por el planeamiento, ni se trata de un centro orientado a captar exclusivamente clientela a través de la ronda este; antes al contrario la inserción en el nuevo tejido residencial de los Santos-Pilarica, pude convertirlo, sin duda, en el enclave de comercio de proximidad, del que los barrios de Belén y Pilarica e incluso Pajarillos siempre han carecido.

El nuevo centro comercial se emplazará en un entorno notablemente degradado al sumarse en él tres factores de alto impacto negativo:

- a) La vía del ferrocarril, que ha generado de antiguo un paisaje notablemente degradado, a tal punto que la vivienda en el contiguo barrio de Belén se dispone de espaldas a la vía, hecho que en el próximo futuro, cuando se elimine el actual pasillo ferroviario acentuará el impacto negativo en el paisaje del sector.
- b) Un conjunto de huertas de borde urbano a las que aparecen asociadas algunas viviendas dispersas –en parte antiguas explotaciones agrícolas abandonadas hace algunos años y apoyadas en el tramo final de la calle Juan Carlos Primero – antigua circunvalación- en suelo urbanizable.
- c) Y, finalmente una serie de naves industriales, unas parcialmente ocupadas y otras abandonadas que están asociadas al degradado y semiabandonado pequeño enclave industrial, ilegal en origen, de la Cuesta de Tomillo.

La salvaguarda del paisaje en este sector no puede pues entenderse en sentido literal como “defender, amparar o proteger” ya que no hay elementos de especial interés para conservar –ver anexo fotográfico-. Es más, dado que

gran parte de los elementos son añadidos desordenados, incontrolados y frecuentemente ilegales o ilegales en origen y encontrándose en la actualidad completamente abandonados y fuera de uso, la salvaguarda del paisaje ha de estar más atenta a la calidad y orden de lo que se añade, de lo que inevitablemente se va a añadir tras el soterramiento, considerando la tipología de la nueva edificación del plan Los Santos Pilarica, y la mejor integración posible del vejo caserío del barrio de Belén.

Consideramos por ello que la propuesta urbanística y arquitectónica presentada **resulta especialmente idónea para alcanzar este objetivo**; sus dimensiones y materiales de construcción propuestos en los que se pretende combinar la piedra caliza de uso tradicional en la ciudad junto con el hierro acero y cristal en combinación más vanguardista, y el diseño general en el que sobresalen las dos pirámides truncadas invertidas, que se iluminan para constituirse en una suerte de nuevas balizas urbanas, pueden resultar perfectamente adecuados para su inserción en un entorno inmediato de nuevo cuño y notable calidad paisajística e incluso medioambiental como son: el parque central de los Santos Pilarica, el bulevar sobre el pasillo ferroviario, el extenso espacio verde del Campus Miguel Delibes y el espacio verde de la Cuesta de Tomillo: -EL 04 /8 Cuña Verde de Cuesta del Tomillo I-; un entorno que empieza a ser objeto, por fin, de la necesaria atención institucional como demuestra la creación de un nuevo espacio público en el barrio de Belén en un solar denominado la campa ubicado entre las calles Navidad, Mesías y el Colegio La Inmaculada²

² *Urbabismo creará una gran plaza con jardines y un escenario en Belén.* Norte de Castilla. 4 de Noviembre 2006, pág, 4

Nuevo hito de escala urbana en Los Santos-Pilarica

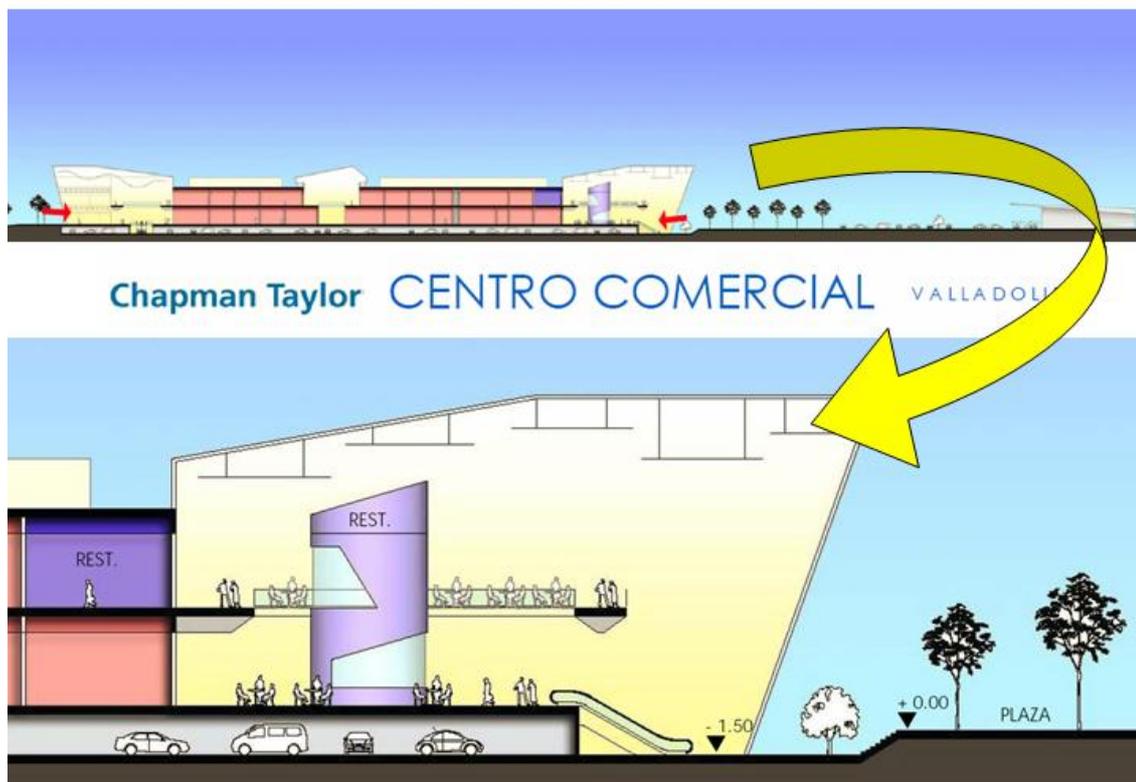


Figura 61.- Detalle de la propuesta de Chapman-Taylor (Geinsol) para el centro comercial Los Santos Pilarica.

La presencia del nuevo contenedor comercial, en posición central a todos ellos, en un entorno residencial futuro de baja-media densidad acentuará el carácter focalizador y estructurante del nuevo centro en la cuenca más abierta del paisaje urbano visible desde el borde urbano de la Ronda Interior este-noreste, reforzando con ello la calidad del efecto escaparate que la citada ronda proporciona. Y, asimismo, el diseño de una plaza pública en el norte de la parcela de uso comercial facilitará desde el punto de vista paisajístico la integración y permeabilidad entre los dos lados de la ciudad que ahora separa el ferrocarril.

Finalmente, consideramos que la propuesta está en consonancia con lo que dispone el PGOU sobre los criterios relativos a la sostenibilidad de los servicios; se indica en él que *“... habrá de estudiarse en cada caso el modo de conseguir que, sin rebasar las densidades globales especificadas en la normativa, la zona que reciba la mayor parte de los usos que se apoyen en edificaciones y requieran la mayoría de los servicios urbanos, formen núcleos*

de mayor densidad, de forma que la calidad de la vida diaria, de los desplazamientos breves, de la prestación de servicios urbanos, etc., sea compatible con la prestación al mayor número posible de destinatarios desde el menor recorrido, el menor número de servidores, etc.”³. Desde esta perspectiva el nuevo centro comercial, enclavado en un entorno de fuerte y ya iniciado desarrollo residencial, asegura el cumplimiento de este principio por dos razones básicas: porque concentra una parte de la oferta de ocio en una edificación externa al centro contribuyendo con ello a dinamizar la vida social del entorno, y porque concentra la oferta comercial en el centro propiamente dicho de forma que “...la calidad de la vida diaria, de los desplazamientos breves, de la prestación de servicios urbanos, etc., sea compatible con la prestación al mayor número posible de destinatarios desde el menor recorrido posible”.

De otra parte, ni la ley 12/2002, de 11 de julio, de Patrimonio Cultural de Castilla y León, ni el plan PAHIS 2004-2012 sobre patrimonio histórico en vigor, ni las DOTVAENT –Directrices de ordenación del territorio de Valladolid y su entorno- ni el PGOU de Valladolid 2004, contienen elementos que pudieran hacer aconsejable el mantenimiento de alguno de los elementos que integran el degradado paisaje del entorno del nuevo centro⁴; no existen instalaciones ferroviarias de carácter histórico, salvo la propia vía, que por otra parte carece de valor patrimonial y desaparecerá, en su actual trazado en superficie, en pocos años y por otra parte la escasa vivienda aislada del sector, que ya está abandonada-expropiada, carece de valor alguno; y no existen elementos valiosos de carácter patrimonial, ni perspectivas paisajísticas relevantes, ni valores medioambientales que puedan ser afectados por las nuevas edificaciones.

Por lo que respecta a la Zona Básica de Comercio de Valladolid, el emplazamiento que el Plan Parcial Los Santos Pilarica reserva a este equipamiento, unido a la singularidad del diseño y su visibilidad desde la muy transitada Ronda interior Este, y la accesibilidad desde la misma por medio de

³ PGOU.2004 Normativa (Pag. 265)

⁴ Acuerdo 37/2005, de 31 de marzo, de la Junta de Castilla y León, por el que se aprueba el Plan PAHÍS 2004-2012, del Patrimonio Histórico de Castilla y León

la salida Este-Pilarica, y la carretera Valladolid-Tórtoles, asegura un caudal de demanda suficiente y hará que la oferta alcance de la misma y sea atractiva para el conjunto de la citada ZBC de Valladolid, especialmente a su sector oriental que integra a los municipios más infradotados del conjunto.

Por todo ello no cabe duda de que el nuevo Centro Comercial, cumpliendo con el programa nº 12 de la AL21 de Valladolid: **1.-** Mejorará la oferta comercial tradicional y minorista en Belén, Pilarica, Santos Pilarica y Santos II, **2.-** Fomentará la creación de un comercio integrado en cada zona o barrio. (La experiencia del centro comercial Vallsur respecto al nuevo y pujante comercio minorista en la barrio de reciente ocupación de Parque Alameda viene a corroborarlo) **3.-** Y generará actividad en los nuevos y viejos barrios del este de la ciudad, “...atendiendo las necesidades de sus habitantes de una forma cercana y adaptada a la estructura socioeconómica de la zona”⁵

5.1.2.- Se respetarán los parajes tradicionales valiosos en los bordes de los núcleos de población o interiores a los mismos. Art. 29.1.b. Criterios ambientales (II)

El apartado b del artículo 29.1 del Plan General de Equipamientos Comerciales de Castilla y León indica que “*Se respetarán los parajes tradicionales valiosos en los bordes de los núcleos de población o interiores a los mismos, y se procurará conservar los elementos más valiosos del espacio preexistente, incorporándolos en el diseño paisajístico del proyecto*”. Como ya hemos señalado, no se encuentran en el entrono del nuevo Centro Comercial “parajes tradicionales valiosos”. Ni el paisaje urbano del Barrio de Belén, ni el enclave industrial abandonado de la Cuesta de Tomillo, ni la industria apoyada en el arranque del viejo camino de palomares, ni el APE 57 Esgueva-Los Santos (Discontinuo), ni las vías del ferrocarril, ni la edificación del barrio de la Pilarica, todos ellos en el borde interior del continuo urbano de este de la

⁵ Plan de Acción 2005-2007 de la AGENDA LOCAL 21 Valladolid, programa nº 12: turismo y comercio sostenibles. Pdf. Pág. 46-52.

<http://www.aytovalladolid.net/modules/MedioAmbiente/2AL21VANuevo.pdf>

ciudad contienen elementos que respondan a ese carácter y que sean susceptibles de integrarse en el diseño paisajístico del proyecto.

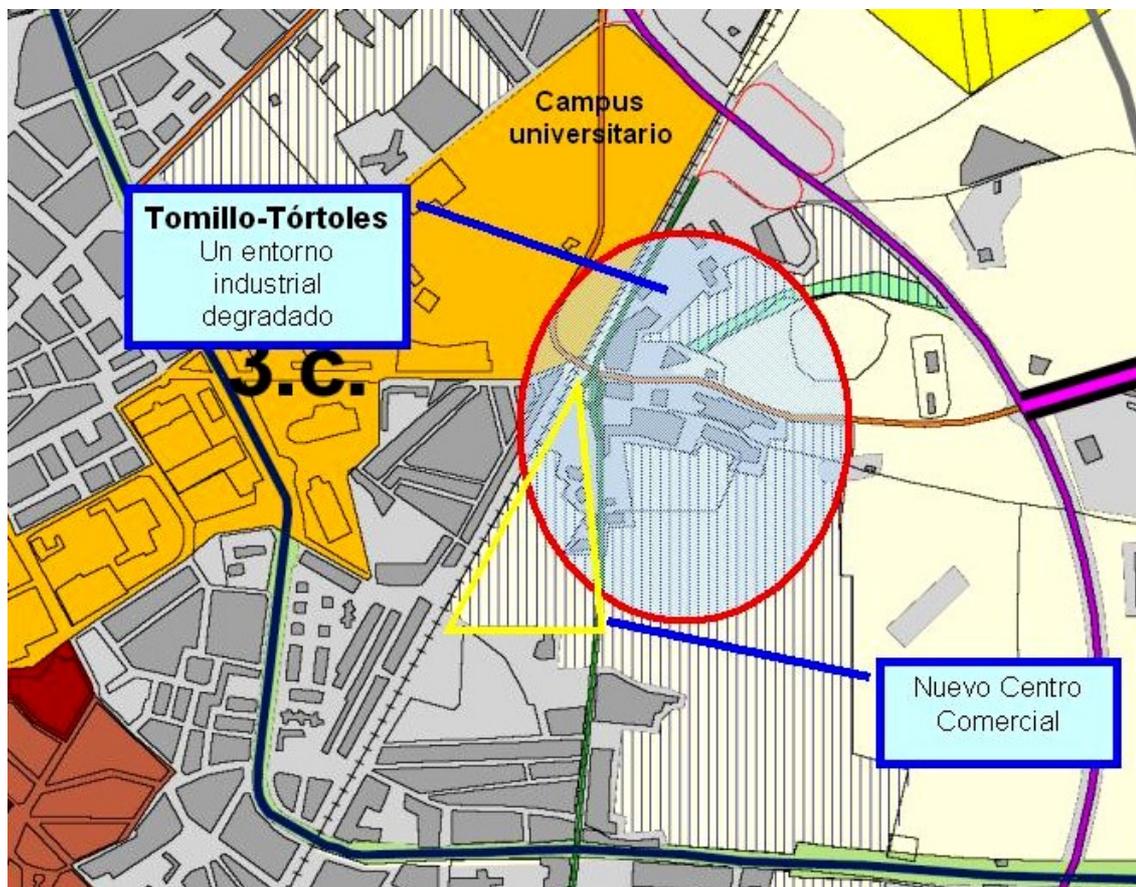


Figura 62 : Un viejo entorno industrial degradado y semiabandonado.

A mayor abundamiento las Directrices de Ordenación de Valladolid y su entorno (DOTVAENT) clasifican a este sector dentro de la unidad paisajística **U.P.-6 Aglomeración de Valladolid**, e indican que la apropiación de suelo para diversos usos urbanos ha relegado a la vegetación a pequeños retazos con muy escaso valor medioambiental al carecer, añadimos nosotros, de alguno de los atributos esenciales de los ecótopos maduros: la diversidad y la continuidad. La primera ha sido radicalmente eliminada merced al predominio casi absoluto de los espacios de cultivo, ya sea regadío o secano y la segunda se ha visto tradicionalmente interrumpida por la presencia de una gran variedad de usos del suelo de implantación irregular –aleatoria-, entre los que destacan, como se puede apreciar en el anexo fotográfico: talleres, naves

industriales, transformadores, extensos barbechos sociales, ruinas de antiguas explotaciones agropecuarias entre otros.

En el momento presente el elemento clave del paisaje del sector gira en torno a las vías del ferrocarril, cuya memoria es singularmente negativa para el barrio, entre otras múltiples razones –ruido, incomodidad, segregación etc...- por los accidentes mortales acaecidos en el paso “a nivel” de la Pilarica. No parece oportuno añadir elemento alguno de esta naturaleza en el diseño de la edificación o urbanización del nuevo Centro Comercial. Antes al contrario, estimamos que la memoria de la vía irá borrándose progresivamente, así como la memoria y muy negativo condicionante de los focos de prostitución de “carretera”, asociada a la población de drogadictos/as transeúntes en la ciudad, que en los últimos años del pasado siglo XX soportó el sector. Por otra parte, el efecto doble barrera que genera el ferrocarril y la ronda interior este, aconseja el diseño de una suave transición apoyada en las áreas verdes ya existentes y en las de nuevo diseño, los equipamientos con capacidad de atracción cotidiana, no ocasional como el equipamiento comercial, y los espacios libres públicos –plazas- o equipamientos sociales como los complejos deportivos – tal es el caso del centro deportivo el Tomillo, apoyado en la vieja carretera de Valladolid-Tórtoles, que antes del final de 2006 será dotado con un campo de fútbol de césped artificial- que compensen y diluyan el efecto anteriormente indicado.

En todo caso la propuesta de Geinsol cumple con las indicaciones del artículo 61 de las DOTVAENT que señala en su apartado 2º que “ se fomentará la articulación en el tejido urbano de pequeños espacios productivos con especial atención a los micropolígonos de usos mixtos. Y en el apartado 3 del mismo artículo se señala que “los bordes urbanos se tratarán con criterios paisajísticos de forma que no se condicionen los crecimientos futuros en continuidad“. Pues bien, como se puede apreciar en la figura 2, el borde-barrera urbano está definido por la ronda interior este, y el interior de la misma se completa con un minipolígono de la naturaleza señalada (el sector 15 Cuesta de Tomillo”), y cuatro manchas verdes de cierta entidad, rotuladas en el plano con los números 1, 5, 6 y 2, mancha esta última en la que, para mayor

aceras y calzadas, energía Eléctrica, ya que se dispone una línea de MT propiedad de la Compañía Eléctrica que discurre bajo las aceras del viario para el suministro de energía., telefonía.Saneamiento y red de gas en el límite de la parcela al que se unirá la red del Edificio.

5.2.- Criterios relativos a los accesos y las infraestructuras viarias art. 29. 2

5.2.1.- La estructura del viario en los documentos de planeamiento general y sectorial de la ciudad de Valladolid

Uno de los principales problemas a los que se están enfrentando actualmente nuestras ciudades es el constante crecimiento de desplazamientos, el mayor uso del vehículo privado para los mismos, el aumento del trayecto medio de los viajes y el descenso de la velocidad del tráfico. Esta situación está generando una congestión creciente en nuestras principales vías, que se ve acentuada en determinados sectores de la ciudad, y que se ven agravados por el constante crecimiento disperso de nuestras ciudades. Ante esta situación, una alternativa a la congestión que vienen registrando nuestros Centros Históricos y las áreas urbanas más consolidadas, es la continua construcción de nuevas vías de comunicación y de descongestión, al tiempo que se ubican nuevos centros de servicios periféricos situados en los bordes de la ciudad aprovechando la existencia de redes de transporte fluidas y de gran capacidad. Este planteamiento tiene, por lo general, el inconveniente de crear nuevas áreas urbanas sin una planificación pública previa, que lleva a la creación de grandes superficies, a veces grandes parques empresariales o comerciales, vinculadas a las rondas de circunvalación sin un tejido mixto urbano ni un sistema de transporte público.

En la ciudad de Valladolid y su entorno, conocemos ejemplos claros de cómo se han ido asentando centros comerciales en la periferia y después se han tenido que dotar nuevas infraestructuras de comunicación que atiendan a la demanda que generan. Situaciones que se repiten de nuevo como la

propuesta de creación de un centro comercial auspiciado por un club de fútbol. No es el caso, sin embargo del centro comercial que presentamos en esta solicitud de licencia, que responde a otra alternativa, menos congestiva, que se apoya en el suelo vacante interior a las Rondas y en dimensiones intermedias en cuanto al espacio que ocupa y a la incidencia que tiene sobre la red viaria actual y futura.

Es muy acertado, por tanto, que el Plan Regional de Equipamiento Comercial de Castilla y León contemple entre sus planteamientos de ordenación del equipamiento comercial, el establecimiento de unas directrices y orientaciones para un urbanismo comercial de calidad que todos los ayuntamientos deben garantizar. Estos aspectos están recogidos en el Título IV, Capítulo IV y a lo largo de los artículos 27 a 30, con especial referencia en el Art. 29.

El Ayuntamiento de Valladolid, consciente de la situación que el tráfico rodado registra en la ciudad, ha puesto en marcha distintas iniciativas para tratar de corregir algunas disfunciones que se han venido registrando –desigual crecimiento de los diferentes sectores de la ciudad, p. ej.–, paliar el efecto que determinadas dinámicas viarias están introduciendo en la ciudad –especialmente las relativas al constante crecimiento urbanístico registrado en los municipios de la periferia que afectan directamente a la capital–, y prever la incidencia que nuevas actuaciones urbanísticas tendrán sobre el conjunto del tráfico de la ciudad –crecimiento y expansión de nuevas áreas urbanas ya planificadas o el soterramiento del ferrocarril, p. ej.–. De entre todas ellas, queremos destacar el **Programa de Mejora de la Movilidad** contemplado en la **Agenda 21 Local** de Valladolid, que en su nuevo **Plan de Acción 2005-2007** le otorga un papel muy destacado al colocarla en el primer lugar de todos sus programas de actuación. En dicho programa, se contempla como *Objetivo General* “Racionalizar la movilidad con vehículos privados en la ciudad y mejorar las condiciones de movilidad en modos alternativos al vehículo privado” que resume y acota las causas del problema de movilidad en la ciudad. Para su consecución, se establecen varios *Objetivos específicos*, entre los que destacamos el tercero: “En 2006 la opción de los desplazamientos caminando seguirá siendo la elección mayoritaria para desplazarse por la ciudad (datos

obtenidos a partir de las Encuestas de la Agenda Local 21 de 2002 y 2004, en comparación con la prevista para 2006)”

Sin embargo, lo más significativo de estas actuaciones es la elaboración y puesta en marcha del **Plan Integral de Movilidad Urbana de Valladolid (PIMUVA)** que surge a iniciativa de la propia Agenda 21 Local, en la primera de las Actividades que propone desarrollar en el programa de Mejora de la Movilidad: *“En 2005 se iniciará la aplicación del Plan Integral de Movilidad Urbana de la Ciudad de Valladolid (PIMUVA). Dicho Plan definirá el denominado “centro de la ciudad” y contará con programas de movilidad peatonal, transporte público, ordenación vial, estacionamiento y gestión de la movilidad”*. A pesar de que las pretensiones de la AL21 no parece que vayan a cumplirse en su totalidad ni en los plazos establecidos –por ejemplo la 9ª actividad se plantea que *“En 2006 se habrán desarrollado al menos el 80% de las actuaciones a corto plazo previstas en el programa de mejora del transporte público urbano, incluido en el PIMUVA”*– es destacable la concepción del tráfico en una visión global sobre el conjunto de la ciudad que se desprende del PIMUVA, y la puesta en marcha de medidas de actuación ante nuevos crecimientos urbanísticos y grandes transformaciones urbanas –como es el caso del soterramiento del ferrocarril– y de corrección ante posibles disfunciones que puedan presentarse.

En el caso que nos ocupa, que es la creación de un nuevo centro comercial en un área urbana integrada en el tejido urbano, y que se verá sometida a una importante remodelación con la urbanización de grandes paquetes de suelo urbanizable delimitado, y la previsible ampliación hacia el este sobre los terrenos de las Áreas Homogéneas de suelo urbanizable no delimitado que contempla el PGOU de 2004, la creación de un viario suficiente para las necesidades que pueden surgir como consecuencia de las actuaciones mencionadas, ya está contemplado en el propio PGOU y en el PIMUVA. Por tanto no se trata de responder con nuevas medidas a las teóricas disfunciones que la creación de un nuevo espacio urbano pueda generar, sino que se prevé con anticipación cuales van a ser las necesidades futuras y se planifica con antelación. Así se contempla en el PIMUVA, que establece que para concretar las necesidades de viario derivadas de los nuevos desarrollos,

será necesario realizar, en el marco del Plan Parcial que desarrolle el planeamiento, un estudio de impacto en el viario en el que se establezca:

- Demanda de transporte generada o atraída por los usos previstos. Distribución espacial y distribución modal.
- Impacto en el viario de acceso.
- Niveles de servicio en accesos. Problemática.
- Propuesta de actuación.

Además, se establece que en el caso que el desarrollo urbanístico sea de una entidad suficiente, el estudio se deberá completar con un estudio de la demanda de transporte público⁶.

Para mayor abundamiento en los aspectos que deben contemplarse en la creación de nuevos espacios urbanos en relación con la creación de nuevo viario y las necesidades de transporte público y privado, reproducimos a continuación el apartado del PIMUVA que establece los epígrafes que deben ser contemplados en todas las nuevas intervenciones:

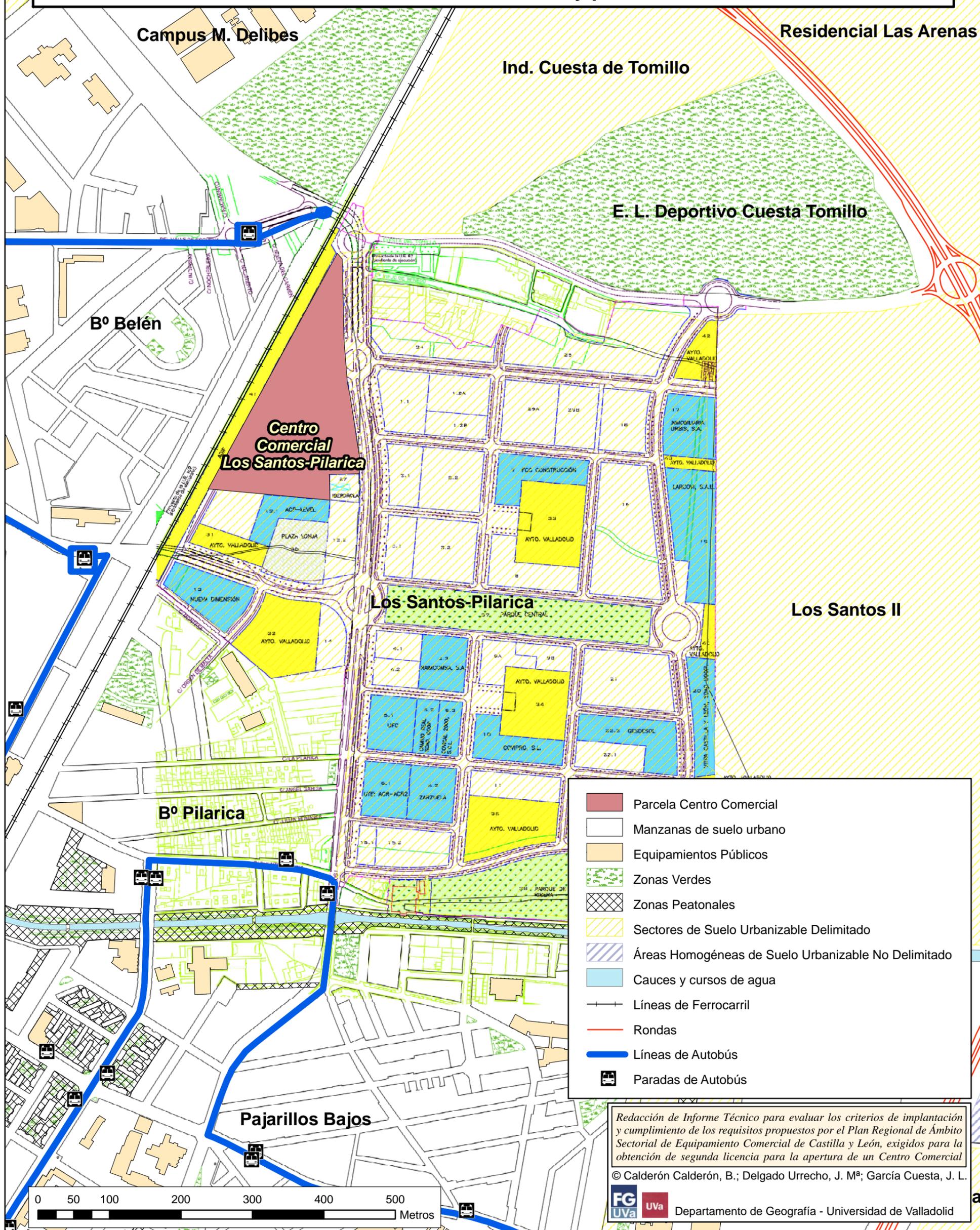
Aspectos que contempla el PIMUVA ante las necesidades de transporte público y privado, derivados de desarrollos urbanísticos propuestos en el planeamiento ⁷
<p>Contenido del Estudio de Impacto</p> <ul style="list-style-type: none">• Caracterización del desarrollo urbano en relación con los usos previstos, potencialmente generadores y atractores de demanda de transporte• Usos de suelo y superficie dedicada a cada uso<ul style="list-style-type: none">- Residencial (nº de viviendas)- Industrial- Terciario- Comercial- Equipamientos (público – privado)- Dotacional- Otros• Caracterización del viario de acceso al nuevo desarrollo y conexión con el viario primario• Sección geométrica de las principales vías

⁶ Plan Integral de Movilidad Urbana. Ciudad de Valladolid (PIMUVA). Programa de Gestión de la Movilidad. Ayuntamiento de Valladolid, Noviembre de 2003, Cfr. Pág. 197.

⁷ Plan Integral de Movilidad Urbana. Ciudad de Valladolid (PIMUVA). Programa de Gestión de la Movilidad. Ayuntamiento de Valladolid, Noviembre de 2003, Cfr. Pág. 213-214.

Transporte público existente a 11/2006 en el entorno de Los Santos-Pilarica

- Líneas de autobús urbano y paradas -



Redacción de Informe Técnico para evaluar los criterios de implantación y cumplimiento de los requisitos propuestos por el Plan Regional de Ámbito Sectorial de Equipamiento Comercial de Castilla y León, exigidos para la obtención de segunda licencia para la apertura de un Centro Comercial

© Calderón Calderón, B.; Delgado Urrecho, J. M^a; García Cuesta, J. L.

- Características de los nudos (intersecciones y enlaces afectados)
- Tráfico en el viario en la zona de influencia del nuevo desarrollo
- IMD
- Distribución temporal: hora punta
- Estimación del tráfico generado y atraído por los nuevos usos. Distribución espacial y reparto modal.
- Establecimiento de índices de generación y atracción según uso de suelo
- Demanda total (generada y atraída) por los nuevos desarrollos.
- Distribución espacial de la demanda. Matriz de viajes con origen o destino el nuevo desarrollo.
- Reparto modal Transporte público – Transporte privado
 - Matriz de viajes en transporte público con origen o destino el nuevo desarrollo.
 - Matriz de viajes en vehículo privado, con origen o destino el nuevo desarrollo
- Impacto en el viario de acceso por tráfico generado y atraído por el nuevo desarrollo
- Niveles de servicio en el viario de acceso
- Tráfico Total
 - Tráfico existente situación sin desarrollo. Evolución
 - Tráfico derivado del nuevo desarrollo
- Niveles de servicio
 - Tráfico existente
 - Tráfico total
- Propuestas de actuación en el viario
- Problemática en el viario de acceso derivado del nuevo desarrollo
- Planteamiento de propuestas de actuación y evaluación
- Propuesta de actuación en el viario
- Impacto en la red de transporte público
- Oferta de transporte público sirviendo al nuevo desarrollo
- Impacto en la red de transporte público. Incremento de viajeros por líneas.
- Planteamiento de propuestas de actuación y evaluación
- Propuesta de actuación en la red de transporte público
- Conclusiones

Cuadro 32.- Aspectos que contempla el PIMUVA ante las necesidades de transporte público y privado, derivados de desarrollos urbanísticos propuestos en el planeamiento

Por otro lado, el soterramiento del ferrocarril en Valladolid, ligado a la construcción de la línea de alta velocidad, va a suponer un cambio extraordinario en la estructura urbana del viario y del transporte público en la

ciudad. Los nuevos usos sobre los terrenos liberados por el soterramiento de la vía férrea supondrán un fuerte incremento de la demanda de transporte. Por otra parte, el soterramiento de la vía férrea permitirá el establecimiento de un nuevo vial sobre la antigua vía del ferrocarril y la mejora de la conexión entre los desarrollos urbanos existentes a ambos lados del mismo, actualmente reducido a ciertos ejes. En este sentido, el nuevo Centro Comercial vendrá a ejercer como polo de atracción y de comunicación entre diferentes sectores de la ciudad que hasta ahora habían convivido separados por la barrera ferroviaria, contribuyendo a cohesionar el espacio urbano y a generar un continuo viario que dispondrá de un nuevo eje transversal que será atravesado en numerosos puntos.

Así lo contempla el PIMUVA al entender que el nuevo vial que se diseñe sobre la vía férrea soterrada se configurará como un eje Norte-Sur que rodeará por el Este la zona Centro y la Almendra, y puede ser soporte de un potente eje de transporte público. Dada la entidad de los usos que se localizan en la actualidad en sus márgenes y los que se localizarán en el futuro, esta vía deberá configurarse como elemento vertebrador del viario en estas zonas, garantizando la conexión, tanto en vehículo privado como peatonalmente, entre ambas márgenes de la nueva vía. Desde el punto de vista de la organización y jerarquización propuesta para el viario en el núcleo de Valladolid, el nuevo eje se califica como Avenida (viario de 1er orden), y canalizará tanto tráfico con origen o destino los usos situados en sus márgenes, como tráfico en tránsito con origen y destino fuera del eje. De acuerdo con dicha calificación y su posición relativamente central, el nuevo eje se debe concebir como una vía de capacidad, no rápida, lo que supone intersecciones a nivel, semaforizadas en la zona más urbana, que no suponga una barrera entre la Almendra y los barrios de Delicias y Pajarillos Bajos. Desde el punto de vista del transporte público, la conexión del Paseo de Zorrilla con la nueva vía, configura un eje N-S que puede ser soporte de un sistema de transporte público en plataforma reservada⁸. Por último, el PIMUVA contempla la introducción de importantes cambios en los puntos en que actualmente la vía férrea se cruza con el viario

⁸ Plan Integral de Movilidad Urbana. Ciudad de Valladolid (PIMUVA). Programa de Gestión de la Movilidad. Ayuntamiento de Valladolid, Noviembre de 2003, Cfr. Pág. 200-201.

urbano (en general a distinto nivel), para tratar de “coser” el tejido urbano que hasta ahora estaba cortado por el trazado ferroviario⁹.

El proyecto de Richard Rogers para el soterramiento del ferrocarril, el trayecto de cinco kilómetros en el interior del casco urbano de Valladolid es coherente con las estrategias de futuro diseñadas en el citado documento, ya que podrá atravesarse por una secuencia de nuevos espacios, con diferentes actividades y también nuevos hitos. Algunos responderán a una estrategia global para la ciudad, otros a las necesidades de los barrios y aún algunos a las manzanas concretas». Estos nuevos nodos a lo largo de una ruta prevista más para ciclistas que para automovilistas, «se coserán con una hilera continua de árboles y un carril dedicado al transporte público que recorrerá el área del soterramiento en toda su longitud», explica la documentación que hoy será presentada en el Museo de la Ciencia. La propuesta que se analiza tiene por ello la virtud de anticipar ese futuro pasillo verde que conectará el nuevo hito urbano (el centro de Geinsol) y por extensión los barrios aledaños, con el resto de la ciudad que durante décadas les ha dado la espalda. De este modo el corredor pasará de ser un espacio inaccesible y privado del día a día de la ciudad a un foco importante en cuanto a actividad y vida social». En definitiva, se confía en esta nueva operación sirva para la reorientación de los barrios «que pasarán de darse a la espalda a relacionarse cara a cara”.¹⁰ Asimismo, la propuesta de Rogers se planea un sistema de transporte público que discurra por un carril específico a lo largo del corredor. Por el circularán dos nuevas líneas que unirán los cuatro puntos cardinales, no solo de la ciudad, si no también de su área metropolitana con destino al nuevo intercambiador del Campo Grande. Las rutas diseñadas calculan un tiempo máximo de viaje de diez minutos desde el nuevo complejo de estaciones hasta los barrios exteriores de la ciudad, y de quince minutos hasta las localidades más

⁹ Plan Integral de Movilidad Urbana. Ciudad de Valladolid (PIMUVA). Programa de Gestión de la Movilidad. Ayuntamiento de Valladolid, Noviembre de 2003, Cfr. Pág. 207-208.

¹⁰ Una hilera continua de árboles sustituirá a los raíles. El Norte de Castilla, 6 de Junio de 2006.

cercanas del alfoz como Laguna de Duero, Arroyo de la Encomienda, La Cistérniga o Renedo¹¹.

5.2.2.- Las condiciones del acceso viario y las infraestructuras de comunicaciones en el entorno del nuevo centro comercial

El nuevo Centro Comercial se encuentra en una de las áreas urbanas consolidadas de la ciudad, en la que existen espacios residenciales creados hace varias décadas, a los que se han venido incorporando nuevos equipamientos públicos, especialmente de carácter educativo –como es el caso de la Universidad–, y que se verá completada con las futuras actuaciones urbanísticas por medio del desarrollo de suelo urbanizable delimitado que ha establecido el Ayuntamiento de Valladolid en el denominado Sector 16. Se trata de un espacio que ha venido generando un número significativo de viajes desde este sector hacia otras partes de la ciudad, entre los que destacan los realizados a pie, ya que se trata, en la mayor parte de los casos, de viajes frecuentes pero de trayecto corto. Analizando los datos que nos aporta el **Informe sobre Movilidad** que recoge el Plan Integral de Movilidad Urbana de Valladolid, podemos observar que se trata de una zona que recibe un volumen de viajes muy superior a los que emite, debido fundamentalmente a la presencia de varios centros de la Universidad. Este aspecto, que en la actualidad puede incidir en el interés de los promotores por ubicar un nuevo centro comercial en este ámbito, al disponer de una clientela potencial superior a la que reside en este sector, puede convertirse en uno de los factores que contribuyan a la creación de una nueva área de centralidad urbana al conjugarse con otros aspectos, tales como la desaparición de la barrera ferroviaria, el fuerte desarrollo residencial que se prevé para todo el sector Este de la ciudad, la instalación de un parque empresarial en la Vereda de Palomares, la creación de un nuevo polígono industrial en Las Arenas, la

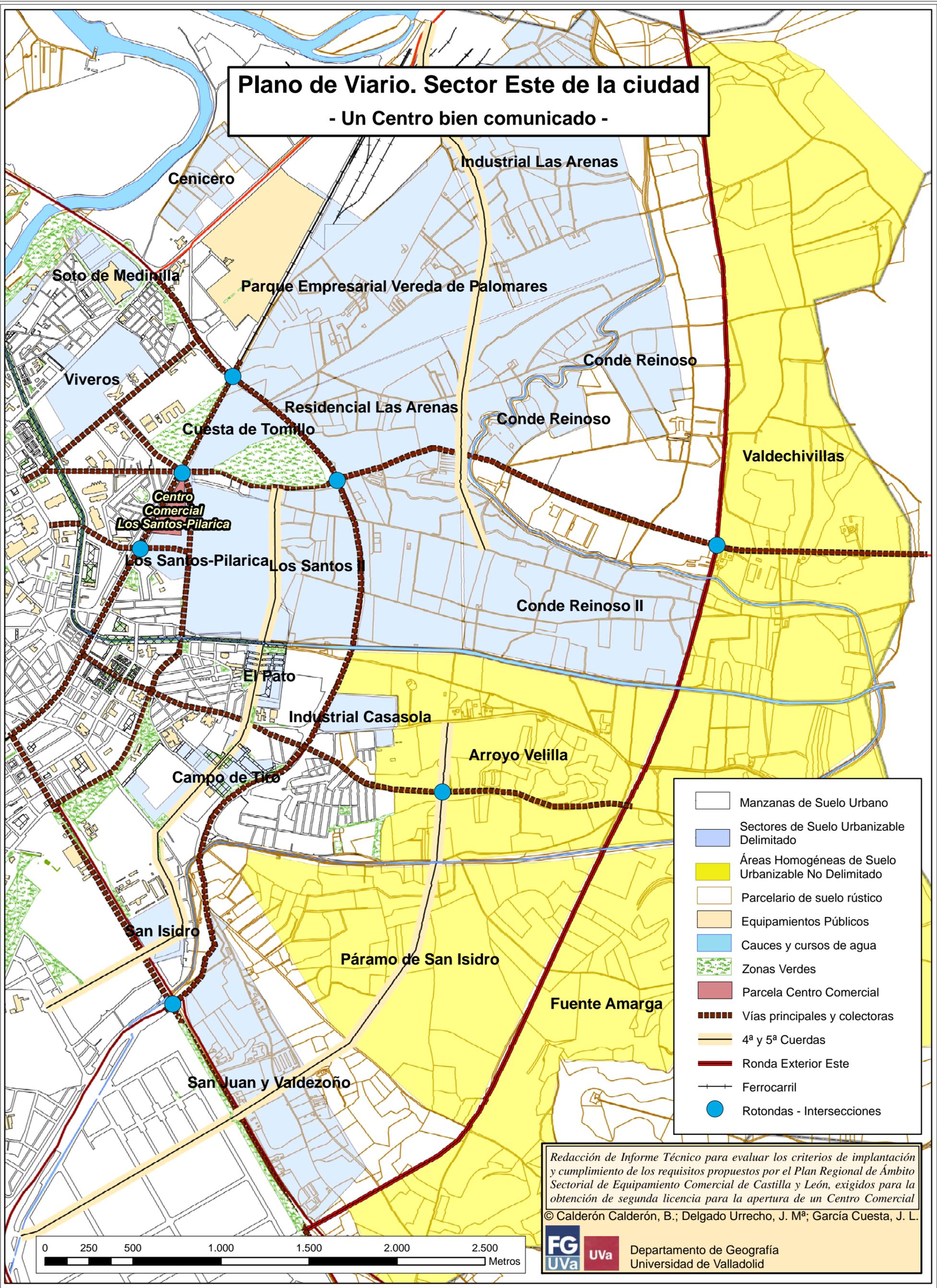
¹¹ El proyecto incluye catorce aparcamientos subterráneos a lo largo del futuro corredor. El Norte de Castilla, 16 de Junio de 2006

construcción de la autovía exterior Este y el By-pass de mercancías para el ferrocarril, que en su conjunto, pueden conferir una nueva imagen y atractivo para una zona de la ciudad que ha estado olvidada durante varias décadas de la atención de promotores inmobiliarios, inversores y administraciones públicas. La construcción de un nuevo centro comercial en este sector puede contribuir, de este modo, a la revitalización de un ámbito que estaría llamado a desempeñar un nuevo papel en el conjunto de la ciudad.

Y todo ello, teniendo en cuenta que los accesos viarios con que ahora cuenta responden a las necesidades actuales, pero para los que está prevista una ampliación muy significativa en los próximos años. Junto al desarrollo inmobiliario del sector, está prevista la construcción de nuevas vías, el ensanchamiento de otras, la creación de soluciones al tráfico rodado por medio de rotondas, pasos a nivel y desnivel con regulación semafórica, la construcción de numerosos kilómetros de carril bici, la ampliación de las vías de gran capacidad, la creación de carriles exclusivos para el transporte público, o la creación de nuevas áreas peatonales y mejora de las existentes.

Plano de Viario. Sector Este de la ciudad

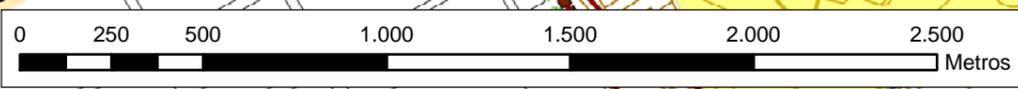
- Un Centro bien comunicado -



- Manzanas de Suelo Urbano
- Sectores de Suelo Urbanizable Delimitado
- Áreas Homogéneas de Suelo Urbanizable No Delimitado
- Parcelario de suelo rústico
- Equipamientos Públicos
- Cauces y cursos de agua
- Zonas Verdes
- Parcela Centro Comercial
- Vías principales y colectoras
- 4ª y 5ª Cuerdas
- Ronda Exterior Este
- Ferrocarril
- Rotondas - Intersecciones

Redacción de Informe Técnico para evaluar los criterios de implantación y cumplimiento de los requisitos propuestos por el Plan Regional de Ámbito Sectorial de Equipamiento Comercial de Castilla y León, exigidos para la obtención de segunda licencia para la apertura de un Centro Comercial

© Calderón Calderón, B.; Delgado Urrecho, J. M^a; García Cuesta, J. L.



Reparto Modal, viajes generados según macrozonas.											
Macrozona		A pie		Transporte Público		Transporte Privado		Otros		Total	
		Viajes	%	Viajes	%	Viajes	%	Viajes	%	Viajes	%
1	CENTRO	40.042	65,2%	6.438	10,5%	13.038	21,2%	1.882	3,1%	61.401	100%
2	PLAZA CIRCULAR - VADILLOS	22.880	58,4%	4.264	10,9%	10.365	26,4%	1.699	4,3%	39.208	100%
3	SAN JUAN - BATALLAS	23.152	71,4%	2.341	7,2%	5.635	17,4%	1.310	4,0%	32.438	100%
4	SAN NICOLÁS	27.371	67,0%	1.828	4,5%	9.561	23,4%	2.093	5,1%	40.852	100%
5	UNIVERSIDAD - HOSPITAL	17.017	61,0%	3.020	10,8%	6.939	24,9%	922	3,3%	27.898	100%
6	RONDILLA - SANTA CLARA -25 AÑOS DE PAZ	47.630	65,1%	7.552	10,3%	15.531	21,2%	2.471	3,4%	73.184	100%
7	PASEO DE ZORRILLA NORTE	20.920	58,2%	4.779	13,3%	9.038	25,2%	1.185	3,3%	35.923	100%
8	HUERTA DEL REY - GIRON	29.048	52,9%	6.925	12,6%	16.920	30,8%	1.999	3,6%	54.892	100%
9	PARQUESOL	19.247	36,0%	10.560	19,8%	20.629	38,6%	3.015	5,6%	53.451	100%
10	ARTURO EYRIES	4.662	30,9%	3.466	23,0%	6.274	41,6%	680	4,5%	15.082	100%
11	PASEO DE ZORRILLA SUR	24.875	49,9%	9.508	19,1%	13.891	27,8%	1.622	3,3%	49.896	100%
12	POLIGONO ARGALES - ARCA REAL	1.717	52,6%	395	12,1%	926	28,3%	228	7,0%	3.267	100%
13	DELICIAS	54.455	54,4%	15.099	15,1%	25.421	25,4%	5.068	5,1%	100.043	100%
14	PAJARILLOS BAJOS	33.094	65,4%	2.580	5,1%	12.146	24,0%	2.776	5,5%	50.596	100%
15	BELEN - PILARICA	15.509	63,2%	2.079	8,5%	5.510	22,4%	1.450	5,9%	24.548	100%
16	BARRIO ESPAÑA – SAN PEDRO REGALADO	8.968	53,7%	1.882	11,3%	4.993	29,9%	852	5,1%	16.696	100%
17	LAS FLORES - PAJARILLOS ALTOS	8.181	57,0%	1.903	13,3%	3.737	26,0%	538	3,7%	14.360	100%
18	POLIGONO DE SAN CRISTOBAL	5.138	55,0%	1.154	12,4%	2.301	24,6%	749	8,0%	9.342	100%
19	LA RUBIA	7.000	32,1%	5.588	25,6%	7.684	35,3%	1.518	7,0%	21.790	100%
20	PARQUE ALAMEDA - COVARESA - PAULA LOPEZ	6.859	30,1%	3.881	17,0%	10.913	47,9%	1.137	5,0%	22.790	100%
21	SAN ADRIAN -LAS VILLAS - SANTA ANA	1.394	16,0%	2.167	24,8%	4.278	49,0%	898	10,3%	8.736	100%
22	PINAR DE ANTEQUERA	592	31,9%	56	3,0%	1.150	62,1%	55	3,0%	1.853	100%
23	PUENTE DUERO	823	33,4%	406	16,5%	1.024	41,6%	211	8,6%	2.463	100%
24	LA VICTORIA - FUENTE BERROCAL – OVERUELA	20.267	47,3%	4.906	11,4%	15.276	35,6%	2.410	5,6%	42.859	100%
25	ESTACION DEL NORTE	0	0,0%	0	0,0%	24	25,8%	68	74,2%	91	100%
26	LAGUNA DE DUERO	11.224	28,3%	5.166	13,0%	21.401	54,0%	1.806	4,6%	39.597	100%
27	RESTO DEL ALFOZ	0	0,0%	43	7,3%	459	78,2%	85	14,5%	587	100%
99	EXTERIOR	18	2,2%	181	22,2%	614	75,6%	0	0,0%	812	100%
Total		452.082	53,5%	108.168	12,8%	245.678	29,1%	38.728	4,6%	844.656	100%

Cuadro 33.- Reparto Modal, viajes generados según macrozonas. Fuente: Plan Integral de Movilidad Urbana Ciudad de Valladolid. Informe sobre Movilidad. Noviembre 2003. Ayuntamiento de Valladolid. Págs. 86 y 87.

Reparto Modal, viajes atraídos según macrozonas.											
Macrozona		A pie		Transporte Público		Transporte Privado		Otros		Total	
		Viajes	%	Viajes	%	Viajes	%	Viajes	%	Viajes	%
1	CENTRO	97.851	64,3%	31.296	20,6%	20.286	13,3%	2.734	1,8%	152.168	100%
2	PLAZA CIRCULAR - VADILLOS	12.415	70,8%	1.763	10,1%	3.119	17,8%	236	1,3%	17.533	100%
3	SAN JUAN - BATALLAS	28.414	80,9%	2.578	7,3%	3.342	9,5%	773	2,2%	35.107	100%
4	SAN NICOLÁS	23.502	65,7%	4.296	12,0%	6.604	18,5%	1.363	3,8%	35.764	100%
5	UNIVERSIDAD - HOSPITAL	17.822	58,7%	4.722	15,6%	6.759	22,3%	1.042	3,4%	30.346	100%
6	RONDILLA – 25 AÑOS DE PAZ SANTA CLARA -	32.454	79,0%	2.919	7,1%	5.285	12,9%	438	1,1%	41.096	100%
7	PASEO DE ZORRILLA NORTE	17.621	57,6%	5.293	17,3%	7.159	23,4%	520	1,7%	30.594	100%
8	HUERTA DEL REY - GIRON	26.576	58,4%	5.351	11,8%	12.288	27,0%	1.275	2,8%	45.490	100%
9	PARQUESOL	18.782	53,4%	4.212	12,0%	11.814	33,6%	363	1,0%	35.172	100%
10	ARTURO EYRIES	2.103	36,1%	1.252	21,5%	2.364	40,6%	102	1,8%	5.822	100%
11	PASEO DE ZORRILLA SUR	24.499	57,4%	9.310	21,8%	8.594	20,1%	252	0,6%	42.656	100%
12	POLIGONO ARGALES - ARCA REAL	1.888	6,9%	2.253	8,2%	18.251	66,3%	5.120	18,6%	27.512	100%
13	DELICIAS	31.723	74,4%	3.986	9,4%	6.358	14,9%	562	1,3%	42.630	100%
14	PAJARILLOS BAJOS	20.122	82,3%	1.460	6,0%	2.594	10,6%	265	1,1%	24.441	100%
15	BELEN - PILARICA	24.985	55,7%	7.717	17,2%	11.032	24,6%	1.151	2,6%	44.886	100%
16	BARRIO ESPAÑA – SAN PEDRO REGALADO	8.050	56,3%	1.284	9,0%	4.646	32,5%	309	2,2%	14.290	100%
17	LAS FLORES - PAJARILLOS ALTOS	6.111	60,8%	460	4,6%	2.904	28,9%	581	5,8%	10.056	100%
18	POLIGONO DE SAN CRISTOBAL	14.456	29,6%	2.815	5,8%	26.082	53,4%	5.476	11,2%	48.829	100%
19	LA RUBIA	5.737	62,5%	1.267	13,8%	2.114	23,0%	56	0,6%	9.175	100%
20	PARQUE ALAMEDA -PAULA LOPEZ - COVARESA -	2.144	25,1%	2.618	30,7%	3.464	40,6%	306	3,6%	8.531	100%
21	SAN ADRIAN - LAS VILLAS - SANTA ANA	4.982	24,6%	3.672	18,1%	9.320	46,0%	2.276	11,2%	20.250	100%
22	PINAR DE ANTEQUERA	2.166	16,0%	885	6,5%	5.364	39,6%	5.130	37,9%	13.545	100%
23	PUENTE DUERO	832	48,9%	219	12,9%	544	32,0%	105	6,2%	1.700	100%
24	LA VICTORIA -FUENTE BERROCAL - LA OVERUELA	13.860	42,3%	1.443	4,4%	15.829	48,3%	1.665	5,1%	32.797	100%
25	ESTACION DEL NORTE	957	34,7%	182	6,6%	1.492	54,0%	130	4,7%	2.762	100%
26	LAGUNA DE DUERO	10.987	63,8%	624	3,6%	4.907	28,5%	699	4,1%	17.217	100%
27	RESTO DEL ALFOZ	721	2,9%	1.713	6,9%	20.109	80,6%	2.405	9,6%	24.948	100%
99	EXTERIOR	321	1,1%	2.575	8,8%	23.051	78,6%	3.393	11,6%	29.341	100%
Total		452.082	53,5%	108.168	12,8%	245.678	29,1%	38.728	4,6%	844.656	100%

Cuadro 34.- Reparto Modal, viajes atraídos según macrozonas. Fuente: Plan Integral de Movilidad Urbana Ciudad de Valladolid. Informe sobre Movilidad. Noviembre 2003. Ayuntamiento de Valladolid. Págs. 86 y 87.

Todos estos aspectos quedan perfectamente recogidos en el Plan Parcial que desarrolla el Sector 16 Los Santos-Pilarica, y así lo contempla también la Memoria que presenta la empresa Geinsol para la solicitud de segunda licencia autonómica, en su capítulo 4, en el que de forma sucinta y resumida, hace referencia a los aspectos más destacables de las actuaciones que se contemplan para el entorno del Centro Comercial, atendiendo de este modo, a lo que exige el Plan Regional de Equipamiento Comercial en su artículo 29 apartado 2. Consideramos que la realización efectiva de estas actuaciones responde sobradamente a las previsiones y cautelas que establece el Plan Regional de Equipamiento Comercial en su Título IV, Capítulo IV y especialmente en el Art. 29 apartado 2. Todo ello puede observarse, además, en los planos que acompañan este apartado.

5.2.3.- Se preverá una dotación de aparcamientos mínima.

Uno de los aspectos de mayor interés en todo proceso de instalación de un centro comercial es el relativo a la dotación de aparcamientos. Y esta materia es aún más relevante si consideramos que uno de los problemas reiteradamente expresados por las encuestas que sobre dotación comercial y hábitos de compra en los barrios de el entorno del nuevo centro como Pilarica, Belén, y Los Vadillos, ha venido realizando el Departamento de Geografía de la Universidad de Valladolid es el que afecta al déficit de aparcamientos en todos ellos. Nada menos que un 75 por 100 de los encuestados destacan una carencia que vendrá a resolver el nuevo centro de Geinsol. Como se puede apreciar en el cuadro 34, la dotación mínima de plazas de aparcamiento del nuevo centro conforme a los artículos 13.1 y 13.2 del PÁRSEC es de 473 plazas; una dotación que resultaría claramente insuficiente para los objetivos y necesidades que creará el nuevo centro por lo que, para afrontar esta limitación o insuficiencia, la propuesta de la mencionada empresa eleva a 1.589 plazas de aparcamiento en el centro, lo que equivale a una diferencia respecto al mínimo exigido nada menos que de 1.115. La diferencia es tan abismal, a favor

de las necesidades de los viejos y nuevos barrios del entorno que huelga cualquier comentario.

	Art.13.1 PRASEC	Art.13.2 PRASEC	DOTACION TOTAL
TOTAL DOTACION MINIMA DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES INDIVIDUALES INCLUIDOS EN EL COLECTIVO.			275
TOTALES COMERCIAL	23.919	32.217	gran establecimiento comercial colectivo deducidos los establecimientos individuales 199
TOTAL DOTACION MINIMA DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL COLECTIVO			199
TOTAL DOTACION MINIMA DEL ESTABLECIMIENTO			473
			DOTACION PREVISTA ANTEPROYECTO
			1.589
			DEFIRENCIA ANTEPROYECTO/PRASEC
			1.115

Cuadro 35.-Propuesta de plazas de aparcamiento en el nuevo centro comercial

5.3 .- Criterios urbanísticos art. 29.3

5.3.1.- Art. 29.3 Criterios Urbanísticos: El diseño facilitará la creación de plazas y ejes comerciales.

El artículo 29.3 y bajo el epígrafe de criterios urbanísticos, se indica que “ el instrumento de planeamiento habilitante procurará que **el diseño en la distribución de volúmenes y espacios facilite la creación de plazas y ejes comerciales** capaces de interaccionar con el resto de construcciones ya edificadas o previsibles en su ámbito y su entorno, siguiendo el modelo

histórico de ciudad compacta característico de los municipios de Castilla y León.

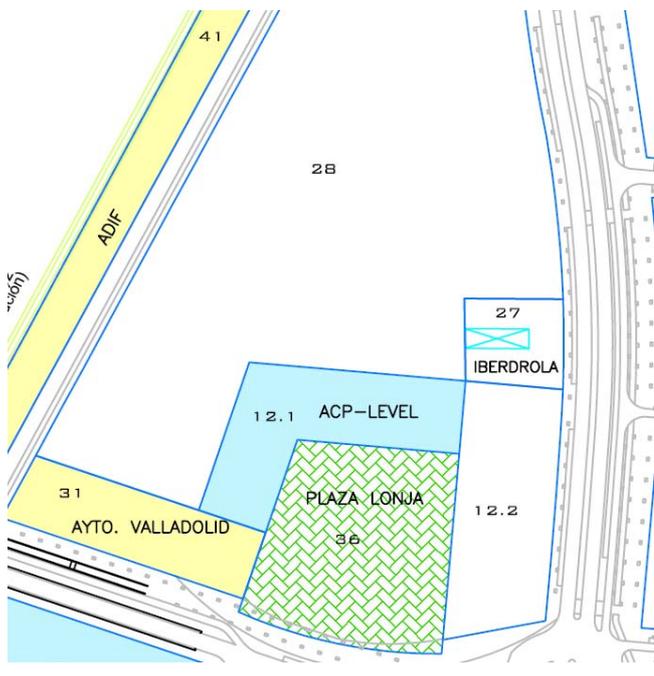


Figura 64.- Ubicación de la parcela 12.1 adjudicada a ACP-Level. La instalación en ella de la oferta de ocio-restauración vinculada al centro Comercial, reforzará la centralidad de la Plaza Lonja y del Parque central que vertebra toda la actuación en Los Santos-Pilarica.

Para responder a esta exigencia, la propuesta de Geinsol despliega dos estrategias de enorme interés urbanístico; por una parte fomentará en la medida de sus posibilidades la ubicación en el entorno de la Plaza Lonja (nº 36 es la figura 64) de parte de la oferta de ocio-restauración, hecho que sin lugar a dudas contribuirá a revitalizar el nuevo barrio y en general todo el sector Este-Noreste de la Ciudad que hasta el presente año sólo ha sido asiento para varias naves industriales,

almacenes y una compleja gama de pequeños "chamizos" industriales-comerciales, en la terminología especializada al uso. Es más, la probable instalación de la oferta de ocio-restauración en la proximidad al centro Comercial, no sólo reforzará la centralidad de la Plaza Lonja y del Parque Central que vertebra toda la actuación en Los Santos-Pilarica, sino que, junto a la plaza de uso público de nuevo diseño propuesta por la empresa promotora del Centro Comercial al norte de la actuación, puede reforzar la centralidad necesaria en todo proceso de integración espacial de áreas degradadas como son los viejos barrios de Belén y la Pilarica.

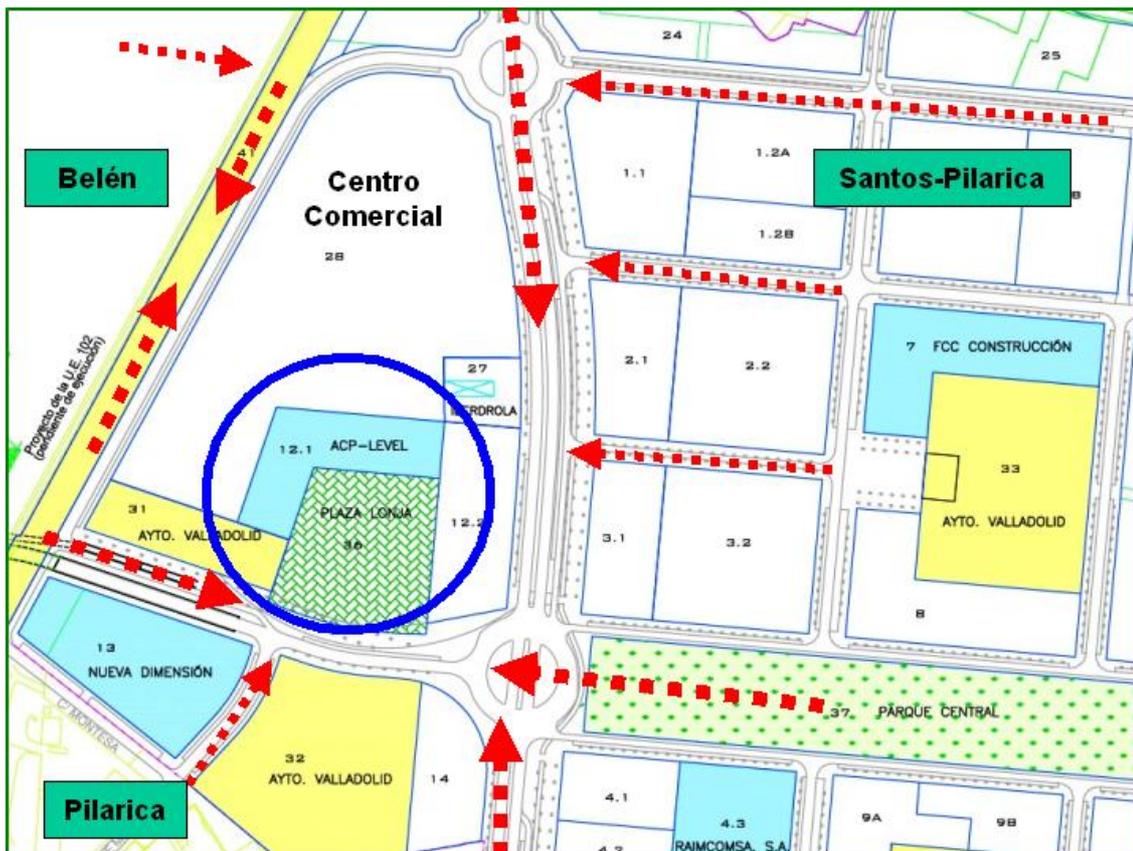


Figura 65.- Una parte sustancial de la nueva oferta de ocio se concentrará en el entrono de la Plaza Lonja como elemento complementario de atracción y creación de centralidad para el conjunto del sector.

Y por otra parte y en una operación de alto valor urbanístico y como estrategia para reforzar la nueva centralidad que generará la oferta de ocio en la parcela 12.1 propiedad de Geinsol, en el frente norte del nuevo centro la empresa proyecta una nueva plaza de uso público, sobre suelo de su propiedad, que permitirá un adecuado encuentro de dos sectores de la ciudad separados por las vías del ferrocarril. A nuestro juicio esta propuesta contribuirá a mejorar sustancialmente el nuevo paisaje urbano ya que se suaviza el efecto barrera que inevitablemente generará el nuevo vial al focalizar en un punto, un nuevo nodo de actividad a cielo abierto entre ambos barrios.

A mayor abundamiento, este nuevo espacio de uso público se ubica a pocos metros del campus universitario Miguel Delibes, cuya edificabilidad se ha concentrado en un sector, componiendo con el resto del suelo disponible por la universidad una extensa mancha verde en cuyo centro se ha construido un

pequeño lago artificial que reforzará el atractivo paisajístico del conjunto. De este modo, la nueva plaza de uso polivalente en la que se pueden desarrollar actividades deportivas, mercados temáticos, ferias o exposiciones de comercio y actividades artesanales, tradicionales, ecológicas, entre otras, y el centro comercial en su conjunto será la bisagra entre dos manchas verdes de alguna entidad: la del *campus* ya señalada y la del parque central del nuevo barrio de Los Santos Pilarica.



Figura 66.- Nuevo espacio polivalente, de uso público, propuesta por Geinsol.

A la vista de todo ello consideramos que, efectivamente, el conjunto de la propuesta que se analiza cumple con el artículo 29.3 ya que se facilita, de forma inequívoca, **la creación de plazas y ejes comerciales** capaces de interaccionar con el resto de construcciones ya edificadas en el barrio de Belén y Pilarica y con las nuevas edificaciones del Plan Los Santos-Pilarica previsibles en su ámbito y su entorno, siguiendo el modelo histórico de ciudad compacta característico de los municipios de Castilla y León. Mediante el diseño arquitectónico se refuerza el carácter de nuevo “hito” urbano y a través de la plaza se refuerza el carácter de punto de encuentro de las dos orillas de la vía y en general del este de la ciudad.

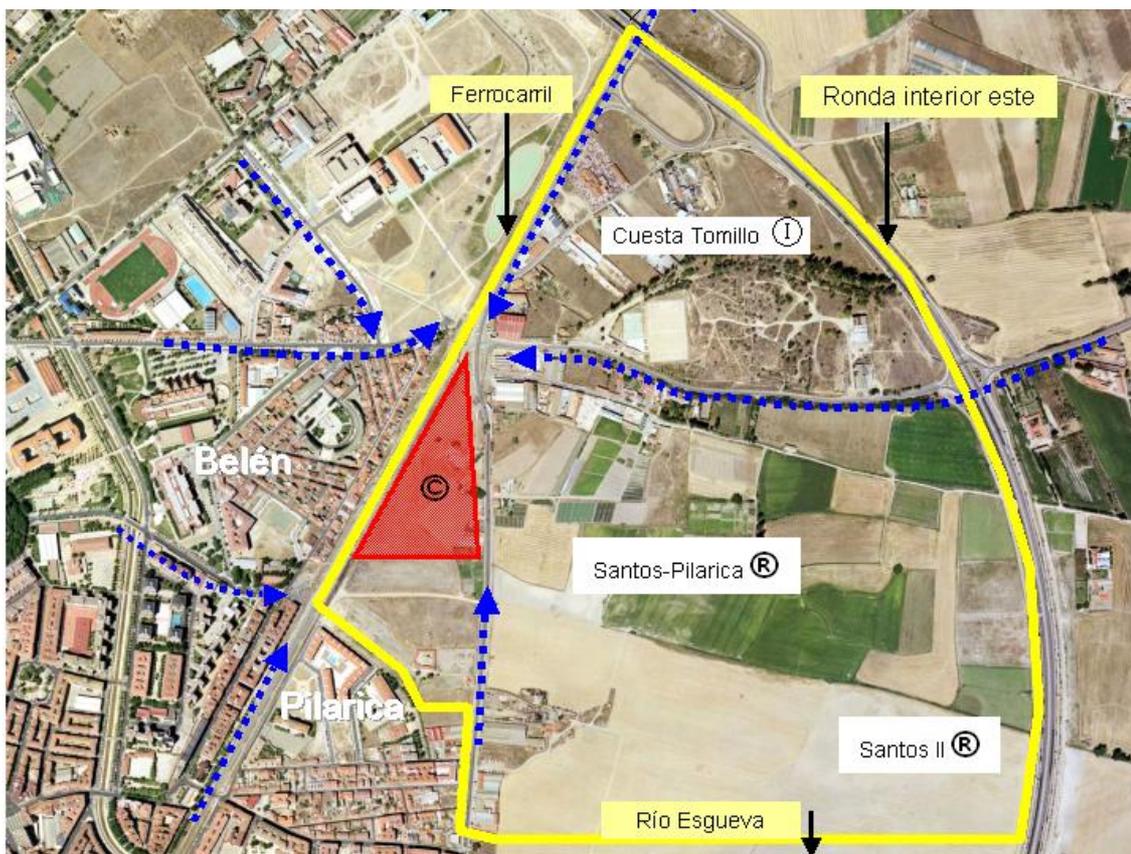


Figura 67: Nueva área de centralidad multifunción –residencial ®, industrial (I) y comercial © - entre la ronda este, las vías del ferrocarril y el río Esgueva.

Finalmente es preciso señalar que la construcción de este nuevo centro comercial, además de los efectos favorables que sobre el empleo y la oferta comercial tendrá para toda la ZBC, constituye una pieza esenca en la ocupación de un sector estratégico de l interior de la Ronda este. La entidad de esta nueva pieza urbana es de tal envergadura –ver figura-

5.4.- Notable impulso y mejora de paisaje, urbanismo y movilidad:
conclusiones sobre los criterios de instalación del artículo 29. 1, 2 y 3

1.- El centro está ubicado en posición periférica pero dentro del continuo urbano que delimita la ronda interior. Fomentará con su presencia el desarrollo

de una trama urbana más equilibrada e integrada, y anticipa -con el riesgo que ello supone para una empresa- la reforma radical que experimentará todo el sector vinculado al pasillo ferroviario; es más, al estar en posición central en un conjunto muy definido de nuevos espacios públicos acentúa sus valores paisajísticos y su capacidad para “liderar” formalmente la reforma de un área muy degradada.

2.- En lo relativo a la exigencia de que la localización de grandes establecimientos comerciales tendrá en cuenta la salvaguardia del paisaje, bajo criterios medioambientales. La propuesta de centro comercial de Geinsol, cumpliendo con el programa nº 12 de la AL21 de Valladolid: 1.- **Mejorará la oferta comercial tradicional y minorista** en Belén, Pilarica, Santos Pilarica y Santos II. 2.- **Fomentará la creación de un comercio integrado** en cada zona o barrio. (La experiencia del centro comercial Vallsur respecto al nuevo y pujante comercio minorista en el barrio de reciente ocupación de Parque Alameda viene a corroborarlo) 3.- Y **generará actividad en los nuevos y viejos barrios del este** de la ciudad, “...atendiendo las necesidades de sus habitantes de una forma cercana y adaptada a la estructura socioeconómica de la zona

3.- Por lo que respecta a la necesidad de respetar los parajes tradicionales valiosos en los bordes de los núcleos de población o interiores a los mismos, no se encuentran en el entrono del nuevo Centro Comercial “parajes tradicionales valiosos”. El paisaje urbano del Barrio de Belén, o el enclave industrial abandonado de la Cuesta de Tomillo, o la industria apoyada en el arranque del viejo camino de Palomares, o las vías del ferrocarril, o la edificación del barrio de la Pilarica, todos ellos en el borde interior del continuo urbano de este de la ciudad, **no contienen elementos que respondan a ese carácter –parajes tradicionales valiosos- y que sean susceptibles de integrarse en el diseño paisajístico del proyecto.**

4.- Ni la ley 12/2002, de 11 de julio, de Patrimonio Cultural de Castilla y León, ni el plan PAHIS 2004-2012 sobre patrimonio histórico en vigor, ni las

DOTVAENT –Directrices de ordenación del territorio de Valladolid y su entorno- ni el PGOU de Valladolid 2004, contienen elementos que pudieran hacer aconsejable el mantenimiento de alguno de los elementos que integran el degradado paisaje del entorno del nuevo centro¹²; no existen instalaciones ferroviarias de carácter histórico ,salvo la propia vía, que por otra parte desaparecerá en su actual trazado en superficie en pocos años; la escasa vivienda aislada del sector que ya está abandonada carece de valor alguno.

5.- La memoria que presenta la empresa Geinsol para la solicitud de segunda licencia autonómica, en su capítulo 4, de forma sucinta y resumida, hace referencia a los aspectos más destacables de las actuaciones que se contemplan para el entorno del Centro Comercial, atendiendo de este modo, a lo que exige el Plan Regional de Equipamiento Comercial en su artículo 29 apartado 2. Consideramos que la realización efectiva de estas actuaciones **responde sobradamente a las previsiones y cautelas que establece el Plan Regional de Equipamiento Comercial en su Título IV, Capítulo IV y especialmente en el Art. 29 apartado 2.**

6.- La dotación mínima de plazas de aparcamiento del nuevo centro conforme a los artículos 13.1 y 13.2 del PÁRSEC es de 473 plazas; una dotación que resultaría claramente insuficiente para los objetivos y necesidades que creará el nuevo centro por lo que para afrontar esta limitación, la propuesta de la mencionada empresa eleva a 1.589 plazas de aparcamiento en el centro, lo que equivale a una diferencia respecto al mínimo exigido nada menos que de 1.115. **La diferencia es tan abismal, a favor de las necesidades de los viejos y nuevos barrios del entorno que huelga cualquier comentario.**

7- Consideramos finalmente que el conjunto de la propuesta que se analiza cumple con el artículo 29.3 ya que **se facilita, de forma inequívoca, la creación de plazas y ejes comerciales** capaces de interaccionar con el resto

¹² Acuerdo 37/2005, de 31 de marzo, de la Junta de Castilla y León, por el que se aprueba el Plan PAHÍS 2004-2012, del Patrimonio Histórico de Castilla y León

de construcciones ya edificadas en el barrio de Belén y Pilarica y con las nuevas edificaciones del Plan Los Santos-Pilarica previsibles en su ámbito y su entorno, siguiendo el modelo histórico de ciudad compacta característico de los municipios de Castilla y León. Mediante el diseño arquitectónico se refuerza el carácter de nuevo “hito” urbano y a través de la plaza de uso público se refuerza el carácter de punto de encuentro de las dos orillas de la vía y en general del este de la ciudad.

CONCLUSIONES

I.- Cumplimiento de lo dispuesto en los artículos 23, 25 y 28 del Plan Regional de Ámbito Sectorial de Equipamiento Comercial de Castilla y León. Conclusiones.

Una vez analizados los efectos territoriales, queda fuera de toda duda que el centro comercial para el que se solicita la licencia comercial autonómica en la parcela 26-28 del plan parcial del sector IA-16 Los Santos-Pilarica, que presenta Geinsol tendrá un efecto altamente positivo para el conjunto de la ciudad y de la ZBC correspondiente ya que:

1.- Revitalizará zonas urbanas no integradas próximas –art. 25.2.b-, en particular el viejo suburbio de los años sesenta del Barrio de Belén, las tramas resistentes del viejo suburbio de principios del siglo XX del barrio de la Pilarica, el barrio de Pajarillos, el tramo de conexión con la ronda interior del Camino Viejo de Renedo, la carretera Valladolid-Tórtoles, y los restos del enclave industrial del Camino de Palomares-Cuesta del Tomillo, que a pesar de estar parcialmente desmantelado, todavía conserva alguna empresa –quemadero de grasas- en un entorno especialmente degradado, contaminado y contaminante.

2.- El nuevo centro comercial contribuirá de forma notable a completar tramas ya existentes y a colmatar el espacio intersticial generado tras la urbanización ya iniciada del sector 16. Asimismo, se constituirá en nexo de unión y solución de continuidad entre el irregular callejero del barrio de Belén y Pilarica y la trama ortogonal del nuevo plan parcial residencial Los Santos-Pilarica.

3.- Al mismo tiempo el Centro comercial propuesto por Geinsol no está vinculado a los nuevos e insostenibles procesos de extensión discontinua de la

ciudad -art.. 28.b-, sino que por el contrario **contribuirá notablemente al desarrollo y cohesión de la actividad y vida urbana en un barrio de nueva creación** que surge materialmente soldado al casco ya consolidado de la ciudad y que junto con el Plan Parcial Los santos II completará la trama urbana hasta el borde interior de la Ronda Interior este.

4.- El nuevo centro comercial se halla en el extremo opuesto a –Vallsur-, un centro comercial de formato similar al de los Santos-Pilarica que cumplió en su día un papel similar al que ahora se propone: la revitalización urbana y soldado de tramas. Con ello **se evita una localización excesivamente focalizada de establecimientos sujetos a licencia comercial que incida negativamente en la estructura funcional del municipio –art. 28.d-**

5.- La instalación del centro comercial Los Santos-Pilarica se desarrolla en un entorno en el que será muy sobresaliente la **mezcla equilibrada de usos y actividades compatibles. (residencial, docente, industrial, terciario I+D+I) –art. 28.d-**. Particularmente atractiva es la combinación de usos altamente compatibles –residencial, terciario, industrial I+D+I- como los que inducirá la presencia del parque científico de la Universidad de Valladolid o las parcelas industriales insertas en el plan parcial Los Santos-Pilarica

6.- La propuesta del Centro Comercial en el PP Los Santos Pilarica cumple asimismo con el criterio señalado en el **artículo 47.2¹** ; al igual que el conjunto del nuevo barrio, se inserta ésta en la trama viaria a través del Paseo Juan Carlos I, siguiendo el trazado actualmente existente, y la prolongación del vial denominado 'Quinta Cuerda', que atraviesa todos los Sectores que se

¹“...conforme a lo establecido en el artículo 21 de la Ley 16/2002, de 19 de diciembre, se tendrá en cuenta la integración del proyecto presentado en el entorno urbano y su impacto sobre el medio ambiente, así como la incidencia del proyecto sobre la red viaria de la zona y los sistemas de transporte de viajeros, garantizando la adecuación de los flujos de tráfico a los niveles óptimos de utilización de las vías de comunicación” Plan **DECRETO 104/2005, de 29 de diciembre, por el que se aprueba el Plan Regional de Ámbito Sectorial de Equipamiento Comercial de Castilla y León..Art. 47.2**

desarrollan al Este de la ciudad (Florida, Canterac, San Isidro, Campo de Tiro, El Pato, Los Santos-Pilarica y Santos II). El PGOU de Valladolid ya contempla por lo tanto la vertebración de un conjunto de viejos y nuevos barrios del Este que pueden ser inicialmente servidos desde el nuevo centro comercial, si bien por su potencial puede perfectamente operar como equipamiento de escala ciudad-ZBC de Valladolid.

7.- Los efectos del soterramiento, contabilizados por las altas **plusvalías que se generen, deben redistribuirse a lo largo de los barrios que durante decenios han soportado la vía.** Fomentar el comercio, el desarrollo, de los barrios del este dotándoles de un comercio de escala ciudad-ZBC y mejorar el paisaje urbano del mismo debería ser absolutamente prioritario para la administración municipal y en la medida que le corresponde regional.

8.- Consideramos que la cifra de viviendas previstas en el este de Valladolid en suelo urbanizable delimitado en el PGOU 2004 -un 20,4 por 100 en los Sectores asumidos y un 82 por 100 en sectores sin desarrollar- asegura un **muy alto potencial de demanda de nueva generación, -18.956 viviendas-**, vertebrado por la ronda interior que en pocos años, cuando se construya la ronda exterior-este, verá reforzado su carácter de vía urbana. El porcentaje de vivienda ya construida es todavía pequeño, apenas un 12 por 100, pero los proyectos de construcción de gran parte de los restantes sectores – particularmente los Santos Pilarica (16) y en Los Santos II (50) se encuentran en fase muy avanzada y previsiblemente pueden empezar a ocuparse en paralelo a la puesta en uso del centro comercial que propone Geinsol –ver cuadro 7-

SUELO URBANIZABLE DELIMITADO				
Nº Sector	Denominación	Viviendas previstas	Viviendas construidas	Viviendas pendientes
Sectores Asumidos por el PGOU-2004				
9	Soto de Medinilla	289	286	3
12	Viveros	939	0	939
16	Los Santos (Pilarica)	2.233	0	2.233
19	El Pato	322	287	35
21	Campo de Tiro	800	590	210
25	Canterac	845	702	143
29	Zambrana	650	376	274
Total sectores este		6.078	2241	3.837
Sectores sin desarrollar				
4 bis	Cenicero	416	0	416
13	Conde Reinoso	1.145	0	1.145
24	San Isidro	394	0	394
26	San Juan y Valdezoño	2.725	0	2.725
50	Los Santos II	1.305	0	1.305
51	Residencial Las Arenas	3.437	0	3.437
52	Conde Reinoso II	3.456	0	3.456
Total sectores este		12.878	0	12.878

Cuadro 7.- Estado de ocupación en suelo urbanizable delimitado (sectores asumidos y sectores sin desarrollar) PGOU 2004

II.- Informe de las cuotas de mercado resultantes de la implantación del proyecto en su zona de influencia comercial. Conclusiones.

1.- La situación inicial del comercio en el Área Comercial de Valladolid y en la Zona Básica de Comercio de Valladolid es **bastante equilibrada y se asemeja bastante a la situación media de la Región**, considerada como equilibrada en el Plan Regional, aunque todavía **permite un crecimiento modesto de la oferta de comercio minorista.**

2.- La ciudad de Valladolid y su ZBC ejerce una importante influencia sobre toda el Área Comercial, tal y como pone de manifiesto el hecho de que **el**

Índice de Impacto resultante de la implantación de un nuevo comercial varía en el mismo sentido, y prácticamente en la misma magnitud si aplicamos el aumento de la superficie comercial en la ZBC y en el AC de Valladolid.

3.- El resto de los indicadores analizados en el Plan Regional –Índice de Dotación de Comercio Minorista, Perfil Comercial según la Oferta, Perfil Comercial según la Demanda y Perfil Territorial– **no varían en ningún caso respecto de los planteamientos anteriores como resultado de la implantación de un nuevo Centro Comercial.**

4.- Atendiendo a lo establecido en el Art. 23.6.b, podemos establecer como impacto moderado el resultado de la implantación del nuevo Centro Comercial en la ZBC de Valladolid, ya que el resultado de aplicar la fórmula con los parámetros que ofrece el Anexo 3 del Plan Regional es de 1,0976, lo que viene a suponer una **“situación de impacto moderado, cuando el índice resultante es superior a 1 e inferior a 1,10. En este supuesto, el proyecto del establecimiento comercial produce un efecto moderado sobre el equilibrio de la estructura socioeconómica de la Zona Básica donde se implante”.**

CASTILLA Y LEÓN

$$\text{Índice de Impacto (Im}_{\text{CYL}}) = \frac{[\text{m}^2 \text{ Comercio Minorista}_{\text{CYL}} + \text{m}^2 \text{ Proyecto}] * \text{Ip}_{\text{CYL}}}{\text{m}^2 \text{ Pequeño Comercio}_{\text{CYL}} * K}$$

$$\frac{[3.358.807 + 23.418] * 1,0024}{2.979.593 * 1,13} = 1,0069$$

AREA COMERCIAL DE VALLADOLID

$$\text{Índice de Impacto (Im}_{\text{VA}}) = \frac{[\text{m}^2 \text{ Comercio Minorista}_{\text{VA}} + \text{m}^2 \text{ Proyecto}] * \text{Ip}_{\text{VA}}}{\text{m}^2 \text{ Pequeño Comercio}_{\text{VA}} * K}$$

$$\frac{[649.877 + 23.418] * 0,9792}{534.424 * 1,13} = 1,0917$$

ZONA BÁSICA DE COMERCIO DE VALLADOLID

$$\text{Índice de Impacto (Im}_{ZBC}) = \frac{[\text{m}^2 \text{ Comercio Minorista}_{ZBC} + \text{m}^2 \text{ Proyecto}]}{\text{m}^2 \text{ Pequeño Comercio}_{ZBC}} * \text{Ip}_{ZBC} =$$

$$\frac{[618.592 + 23.418]}{504.989} * 1,13 = 1,0976$$

$$504.989 * 1,13$$

5.- Atendiendo a otras variables que contempla el Plan Regional, tales como el perfil territorial de las Zonas Básicas de Comercio de Castilla y León, a las que hace referencia el artículo 20, la implantación de un nuevo centro comercial no cambia en nada este aspecto y por tanto la ZBC de Valladolid seguirá siendo considerada como **Zonas Básicas superestructuradas o de gran centralidad** (Art. 20.2.d), al ser consideradas como tales *“aquellas que se encuentran estructuradas en torno a un núcleo urbano cuyo tamaño facilita relaciones funcionales que trascienden los límites de su Zona Básica”*, tal y como es el caso de la de Valladolid.

6.- Tampoco supone ninguna modificación sobre la situación actual en cuanto a los aspectos referidos al Perfil Comercial de las Áreas Comerciales y Zonas Básicas de Comercio de Castilla y León a los que hace referencia el Art. 21 del Plan Regional. En el apartado 1 del citado artículo, la ZBC de Valladolid en cuanto al perfil comercial en función de la oferta sigue siendo considerada como Zona básica equilibrada (apartado b) al corresponderse con *“Espacios con dotación comercial equivalente a la media regional”*.

7.- La propuesta de Geinsol traslada al exterior del nuevo centro, a pie de calle, en la parcela 12.1-VPO-RG, toda la oferta de ocio-restauración que sin lugar a dudas **contribuirá a revitalizar el nuevo barrio y en general todo el sector Este-Noreste** de la Ciudad que hasta el presente año sólo ha sido asiento para naves industriales, almacenes y una variada gama de pequeños *“chamizos”* industriales-comerciales, en la terminología especializada al uso. Es más, La instalación de la oferta de ocio-restauración vinculada al centro Comercial, no sólo reforzará la centralidad de la Plaza Lonja y del Parque central que

vertebra toda la actuación en Los Santos-Pilarica, sino que puede actuar de nexo en el proceso de integración social-urbana del viejo barrio de Belen-Pilarica.

8.- En una operación de enorme interés urbanístico y como estrategia para reforzar la nueva centralidad que generará la oferta de ocio en la parcela 12.1 propiedad de Geinsol, en el frente norte del nuevo centro la empresa proyecta una **nueva plaza pública que permitirá un adecuado encuentro de dos sectores de la ciudad separados** por las vías del ferrocarril.

9.- Existe **acuerdo expreso de todos los grupos políticos** de la oposición municipal acerca de la idoneidad de este emplazamiento para el nuevo centro comercial.

III y IV.- Informe sobre los efectos del proyecto en la oferta al consumidor: una estructura de empleo y oferta y demanda comercial adecuadas para la implantación de un nuevo centro en el este de Valladolid. Conclusiones.

CONCLUSIONES EMPLEO.

- Valladolid y su entorno tienen una fuerza laboral abundante y con niveles de cualificación adecuados, no así los municipios rurales del ámbito de análisis.
- Esta mano de obra se encuentra complementada por la inmigrante, caracterizada por sus diferencias en cuanto a nivel de formación, aunque en la mayoría de los casos los trabajadores extranjeros se incorporan en nichos de empleo no demandados por la población autóctona.

- Los niveles medios de paro, situados en torno al 7-8%, indican un potencial restante de mano de obra con formación adecuada a la oferta de trabajo propia de un nuevo centro comercial.
- La reducción de las tasas de paro en la capital y su periurbano ha sido posible gracias al impulso económico generado por las actividades de servicios.
- Valladolid y los municipios de su área periurbana tienen un mercado laboral ampliamente diversificado que, en lo referente al sector comercial, mantiene unas cifras de empleo elevadas.
- La demanda de comercio en la ZBCV ha variado notablemente en las dos últimas décadas, con la aparición de nuevos hábitos de consumo derivados de las transformaciones en las formas de vida (incorporación de la mujer al mercado laboral, incremento de la movilidad espacial y aprovechamiento del tiempo de ocio). En este contexto la figura de los centros comerciales es clave.
- El proyecto de centro comercial presentado supondría la generación de al menos 600 puestos de trabajo, a lo que habría que añadir otros 300 empleos indirectos.
- La diversidad de establecimientos y necesidades se traduciría en una amplia gama de ofertas de empleo, acordes a las características de la mano de obra ya señaladas.
- La repercusión económica del nuevo centro comercial será mucho más intensa entre los habitantes del barrio de La Pilarica y en segundo lugar, el resto de la ciudad, pero no se deben olvidar los residentes en núcleos cercanos, que cuentan por otra parte con un potencial laboral destacado, con abundante mano de obra joven en espera de incorporarse a una actividad remunerada.

CONCLUSIONES COMERCIO.

- La disponibilidad de locales aptos para el desarrollo de actividades económicas en la ZBCV varía notablemente, concentrando la capital las

tres cuartas partes, a los cuales se añade otro 14% en los municipios periurbanos.

- La situación de los locales cambia igualmente entre los municipios urbanos y de su entorno (un 90% activos) y el medio rural (66% activos).
- Los locales ocupados por comercio suponen el 47% en la ciudad, 40% en los centros comarcales y 31% en el ámbito rural.
- La concentración de locales comerciales en la ZBCV es manifiesta en la capital y su entorno, además de en centros como Tordesillas o Íscar.
- Analizando la diversidad de la oferta comercial existente, sólo Valladolid, algunos núcleos de su entorno y los centros comarcales de servicios poseen un índice elevado.
- Los municipios rurales se caracterizan por su bajo índice de diversidad, con un comercio no especializado.
- La dependencia de la oferta urbana es patente, aunque en ocasiones se relativiza por la presencia de centros comarcales de servicios.
- La necesidad de realizar desplazamientos para efectuar compras es no sólo una tendencia sino un hecho constatable en el medio rural, al concentrarse los nuevos espacios de distribución en la ciudad, su entorno y los centros comarcales.
- El papel de los centros comerciales localizados en áreas de fácil accesibilidad como el propuesto, destaca cada día más, toda vez que la demanda potencial sigue una evolución creciente.
- El proyecto presentado es el de un centro comercial colectivo, caracterizado por una oferta muy diversificada, aunando locales que cubren un gran espectro de superficies, lo que permitirá la ubicación de establecimientos de muy diversa índole, beneficiados por la presencia de varios motores de atracción.
- El proyecto pretende ser una plataforma para el desarrollo comercial del barrio y su entorno, carentes de un mínimo equipamiento de distribución

minorista, pero enfocada a una demanda mucho más amplia procedente de otras áreas de la ciudad y del conjunto de la ZBCV.

CONCLUSIONES DEMANDA.

- El sector donde se ubicará el centro comercial experimentará a medio plazo un importante crecimiento de la demanda, al estar previstas más de 30.000 viviendas en esta zona de la ciudad.
- La Ronda Este permite una fácil accesibilidad a la demanda procedente de los municipios colindantes.
- Estos municipios poseen las densidades de población más elevadas de la Zona Básica de Comercio de Valladolid.
- La población residente se caracteriza por el predominio abrumador de adultos jóvenes, parejas con un promedio de dos hijos y altas tasas de actividad.
- La demanda se verá además incrementada por la cercana presencia de polígonos industriales, un parque empresarial e instalaciones universitarias.
- El crecimiento vegetativo o diferencia entre nacimientos y defunciones es positivo, asegurando un incremento futuro del consumo.
- Los saldos migratorios son asimismo positivos y elevados.
- El aumento de las unidades familiares está asegurado a medio plazo merced a unas altas tasas de nupcialidad.
- Todo ello, unido a la escasa oferta comercial existente en los momentos actuales, indica que la presencia del centro comercial habrá de ser positiva para este amplio conjunto de consumidores.

V- Cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 29 del Plan Regional de Ámbito Sectorial de Equipamiento Comercial de Castilla y León

1.- El centro está ubicado en posición periférica pero dentro del continuo urbano que delimita la ronda interior. Fomentará con su presencia el desarrollo de una trama urbana más equilibrada e integrada, y anticipa -con el riesgo que ello supone para una empresa- la reforma radical que experimentará todo el sector vinculado al pasillo ferroviario; es más, al estar en posición central en un conjunto muy definido de nuevos espacios públicos acentúa sus valores paisajísticos y su capacidad para “liderar” formalmente la reforma de un área muy degradada.

2.- En lo relativo a la exigencia de que la localización de grandes establecimientos comerciales tendrá en cuenta la salvaguardia del paisaje, bajo criterios medioambientales. La propuesta de centro comercial de Geinsol, cumpliendo con el programa nº 12 de la AL21 de Valladolid: 1.- **Mejorará la oferta comercial tradicional y minorista** en Belén, Pilarica, Santos Pilarica y Santos II. 2.- **Fomentará la creación de un comercio integrado** en cada zona o barrio. (La experiencia del centro comercial Vallsur respecto al nuevo y pujante comercio minorista en la barrio de reciente ocupación de Parque Alameda viene a corroborarlo) 3.- Y **generará actividad en los nuevos y viejos barrios del este** de la ciudad, “...atendiendo las necesidades de sus habitantes de una forma cercana y adaptada a la estructura socioeconómica de la zona

3.- Por lo que respecta a la necesidad de respetar los parajes tradicionales valiosos en los bordes de los núcleos de población o interiores a los mismos, no se encuentran en el entorno del nuevo Centro Comercial “parajes tradicionales valiosos”. El paisaje urbano del Barrio de Belén, o el enclave industrial abandonado de la Cuesta de Tomillo, o la industria apoyada en el arranque del viejo camino de Palomares, o las vías del ferrocarril, o la edificación del barrio de la Pilarica, todos ellos en el borde interior del continuo urbano de este de la ciudad, **no contienen elementos que respondan a ese carácter –parajes tradicionales valiosos- y que sean susceptibles de integrarse en el diseño paisajístico del proyecto.**

4.- Ni la ley 12/2002, de 11 de julio, de Patrimonio Cultural de Castilla y León, ni el plan PAHIS 2004-2012 sobre patrimonio histórico en vigor, ni las DOTVAENT –Directrices de ordenación del territorio de Valladolid y su entorno– ni el PGOU de Valladolid 2004, contienen elementos que pudieran hacer aconsejable el mantenimiento de alguno de los elementos que integran el degradado paisaje del entorno del nuevo centro²; no existen instalaciones ferroviarias de carácter histórico ,salvo la propia vía, que por otra parte desaparecerá en su actual trazado en superficie en pocos años; la escasa vivienda aislada del sector que ya está abandonada o semiderruida carece de valor alguno.

5.- La memoria que presenta la empresa Geinsol para la solicitud de segunda licencia autonómica, en su capítulo 4, de forma sucinta y resumida, hace referencia a los aspectos más destacables de las actuaciones que se contemplan para el entorno del Centro Comercial, atendiendo de este modo, a lo que exige el Plan Regional de Equipamiento Comercial en su artículo 29 apartado 2. Consideramos que la realización efectiva de estas actuaciones **responde sobradamente a las previsiones y cautelas que establece el Plan Regional de Equipamiento Comercial en su Título IV, Capítulo IV y especialmente en el Art. 29 apartado 2.**

6.- La dotación mínima de plazas de aparcamiento del nuevo centro conforme a los artículos 13.1 y 13.2 del PÁRSEC es de 473 plazas; una dotación que resultaría claramente insuficiente para los objetivos y necesidades que creará el nuevo centro por lo que para afrontar esta limitación, la propuesta de la mencionada empresa eleva a 1.589 plazas de aparcamiento en el centro, lo que equivale a una diferencia respecto al mínimo exigido nada menos que de 1.115. **La diferencia es tan abismal, a favor de las necesidades de los viejos y nuevos barrios del entorno que huelga cualquier comentario.**

² Acuerdo 37/2005, de 31 de marzo, de la Junta de Castilla y León, por el que se aprueba el Plan PAHÍS 2004-2012, del Patrimonio Histórico de Castilla y León

7.- Consideramos finalmente que el conjunto de la propuesta que se analiza cumple con el artículo 29.3 ya que **se facilita, de forma inequívoca, la creación de plazas y ejes comerciales** capaces de interaccionar con el resto de construcciones ya edificadas en el barrio de Belén y Pilarica y con las nuevas edificaciones del Plan Los Santos-Pilarica previsibles en su ámbito y su entorno, siguiendo el modelo histórico de ciudad compacta característico de los municipios de Castilla y León. Mediante el diseño arquitectónico se refuerza el carácter de nuevo “hito” urbano y a través de la plaza de uso público se refuerza el carácter de punto de encuentro de las dos orillas de la vía y en general del este de la ciudad.

FUENTES CONSULTADAS

- Anexo II: Estructura de la población por sexo y edad:
 - Padrón Municipal de Habitantes 2005. Instituto Nacional de Estadística (INE).

- Anexo III: Territorio y evolución de la población:
 - Padrón Municipal de Habitantes. Instituto Nacional de Estadística. (INE).
 - Nomenclátor (INE).

- Anexo IV: Dinámica natural y crecimiento de la población:
 - Padrón Municipal de Habitantes. Instituto Nacional de Estadística (INE)
 - Movimiento Natural de la Población. Instituto Nacional de Estadística (INE).

- Anexo V: Afiliados a la Seguridad Social y Centros de Trabajo:
 - Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Tesorería General de la Seguridad Social (2006).

- Anexo VI: Ocupación de la población:
 - Censo de población (2001). Instituto Nacional de Estadística (INE).

- Anexo VII: Establecimientos comerciales:
 - Alimarket.
 - Caja España.
 - CAMERDATA
 - INE.

CARÁCTER DE LAS FUENTES CONSULTADAS:

El ***Padrón Municipal de Habitantes*** es el registro administrativo donde constan los vecinos del municipio. Su formación, mantenimiento, revisión y custodia corresponde a los respectivos ayuntamientos y de su actualización se obtiene la Revisión del Padrón municipal con referencia al 1 de enero de cada año. Para este estudio, ha sido utilizado el Padrón Municipal de Habitantes con fecha 1 de enero de 2005, siendo ésta la última información disponible publicada por el INE.

La Ley 4/1996 de 10 de enero, por la que se modifica la Ley 7/1985 de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local en lo relativo al Padrón Municipal, y su desarrollo reglamentario aprobado por el Real Decreto 2612/1996, de 20 de diciembre, por el que se modifica el Reglamento de Población y Demarcación Territorial de las Entidades Locales aprobado por el Real Decreto 1690/1986, de 11 de julio, establecen las normas para la formación del Padrón Municipal y la obtención de las cifras de población provenientes de la Revisión del mismo a 1 de enero de cada año.

En el artículo 16 de la citada Ley 4/1996, se relacionan los datos de inscripción, que con carácter obligatorio, deben figurar en el mismo.

Las variables incluidas en el Padrón que tienen aprovechamiento estadístico son:

- Sexo
- Nacionalidad
- Lugar de nacimiento
- Fecha de nacimiento
- Lugar de residencia

- Edad
- Relación entre lugar de residencia y el lugar de nacimiento.

Las estadísticas del **Movimiento Natural de la Población**, que se refieren básicamente a los nacimientos, matrimonios y defunciones ocurridos en territorio español, constituyen uno de los trabajos de mayor tradición en el Instituto Nacional de Estadística.

Se elaboran en colaboración con las comunidades autónomas. La fuente primaria de información son los Registros Civiles que envían a las delegaciones del INE mensualmente los boletines de parto, matrimonio y defunción. En cada uno de estos boletines se recoge la información referente a un sólo hecho demográfico. Para este estudio, hemos utilizado la población media de cada año correspondiente al periodo 1996-2004, siendo éste suficientemente significativo para observar la tendencia de los acontecimientos demográficos.

En el **Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales**, concretamente en la *Tesorería General de la Seguridad Social* (www.seg-social.es) hemos utilizado información sobre:

- Afiliación a la Seguridad Social y Alta de trabajadores.
- Empresas cotizantes.

El **Censo de Población y Viviendas (2001)**. Los Censos Demográficos son el proyecto estadístico de mayor envergadura que periódicamente debe acometer la oficina de estadística de cualquier país.

Bajo la denominación *Censos Demográficos* se engloban en realidad tres censos diferentes: el Censo de Población, el Censo de Viviendas y el Censo de Edificios. Asociado a este último, suele realizarse también un censo de carácter económico: el Censo de Locales.

Las cifras de población que se incluyen en el Censo tienen una consideración puramente estadística, es decir, no son cifras oficiales de población. Las cifras oficiales son las que se derivan del procedimiento de gestión de los padrones municipales, y que se publican anualmente, con referencia a 1 de enero, mediante Real Decreto a propuesta de la Presidencia del INE y con el informe vinculante del Consejo de Empadronamiento.

Publicaciones Alimarket es una empresa especializada en información económica y de mercado sobre los sectores y las empresas en España: alimentación y bebidas, constructoras y promotoras, hostelería y turismo, productos de gran consumo no alimentario (droguería, perfumería, bricolaje, textil, juguetes,...), electrodomésticos y electrónica de consumo, envase y embalaje, transporte y logística, y sanidad. Desde 1982 Alimarket es el mayor especialista en información económica sobre los distintos sectores en España, a través de sus distintas publicaciones periódicas.

Caja España cuenta con una base de datos organizada a modo de fichas municipales. Las fichas municipales contienen información de cada uno de los 8.110 municipios existentes en España a fecha 1-1-2006, desglosada en diez apartados. En estas fichas encontramos información, para cada municipio:

- Ámbitos Administrativos
- Territorio
- Ocio y Lugares de interés
- Demografía
- Estructura productiva
- Mercado de trabajo
- Usos y fiscalidad del suelo
- Viviendas y Locales
- Equipamiento
- Presupuestos

Camerdata es una red telemática de las cámaras de comercio españolas. Ofrece una serie de productos y servicios encaminados a impulsar

el negocio a través de acciones de venta, planes de marketing directo, estudios de mercado, análisis de la competencia, reducción del riesgo comercial... Se trata de la mayor base de datos del mercado español, que agrupa a 85 cámaras de comercio españolas y a más de 2,5 millones de empresas censadas.

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Actividad constructiva en Valladolid (1997-2005)	17
Cuadro 2.- Suelo Urbanizable Delimitado. Valladolid	18
Cuadro 3 .- Suelo urbano no consolidado áreas de planeamiento específico (APE) PGOU-2004	21
Cuadro 4.- Suelo Urbanizable no delimitado. Áreas Homogéneas. Valladolid.	24
Cuadro 5.- Viviendas construidas en el alfoz de Valladolid entre 1991 y 2001	27
Cuadro 6: Viviendas en ejecución y previstas en nuevos desarrollos en algunos núcleos del alfoz	29
Cuadro 7.- Estado de ocupación en suelo urbanizable delimitado (sectores asumidos y sectores sin desarrollar)	32
Cuadro 8.- Índices de impacto 1	38
Cuadro 9.- Índices de impacto 2	39
Cuadro 10 .- Tipología de centros comerciales, hipermercados y grandes almacenes en Valladolid. Año 2006	41
Cuadro 11.- Renovación urbana, redistribución de usos del suelo y diversidad funcional Centro Comercial Tipo A. Los Santos-Pilarica	43
Cuadro 12.- Integración áreas degradadas del norte. Centro Comercial tipo B. Carrefour II	45
Cuadro 13.- Impulso para el crecimiento residencial cualificado del sur. Centro Comercial tipo 3. Vallsur.	46
Cuadro 14.- Población y actividad económica (2006)	58
Cuadro 15.- Afiliados a la Seguridad Social según sectores económicos	61
Cuadro 16.- Número de centros de trabajo según sectores económicos	61
Cuadro 17.- Afiliados a la Seguridad Social por centro de trabajo según sectores económicos	61
Cuadro 18.- Ocupados según sector de actividad del establecimiento	63
Cuadro 19.- Ocupados según actividad profesional	65
Cuadro 20.-Ocupación en comercio mayorista y minorista	68

Cuadro 21.- Ocupados en el sector comercial según profesiones	70
Cuadro 22.- Ocupados en establecimientos de comercio minorista (2001)	71
Cuadro 23.- Establecimientos comerciales y restauración	81
Cuadro 24.- Comercio al por menor (2006)	87
Cuadro 25.- Evolución reciente de los establecimientos de alimentación	89
Cuadro 26.- Superficies en régimen de autoservicio (2006)	91
Cuadro 27.- Rangos (R) y potenciales (P) según tipos de establecimiento	98
Cuadro 28.- Evolución del número de residentes y crecimiento anual de la población	103
Cuadro 29.- Población prevista y estimada en el sector nororiental de la ciudad de Valladolid	106
Cuadro 30.- Índices y tasas representativos de las estructuras por edad	112
Cuadro 31.- Dinámica natural de la población. Tasas Quinquenales 2000-2004	113
Cuadro 32.- Aspectos que contempla el PIMUVA ante las necesidades de transporte público y privado	133
Cuadro 33.- Reparto Modal, viajes generados según macrozonas.	138
Cuadro 34.- Reparto Modal, viajes atraídos según macrozonas	139
Cuadro 35.-Propuesta de plazas de aparcamiento en el nuevo centro comercial	141

INDICE DE FIGURAS

Figura 1.- Propuesta base del parque científico de la Uva en Los Santos II	7
Figura 2.- Una gran diversidad de usos existentes y previstos, tributarios del nuevo Centro Comercial de Los Santos-Pilarica. Fuente: PGOU Valladolid 2004	8
Figura 3.- Transformación del suelo asociada a la presencia de un centro comercial inaugurado en 1998: Vallsur.	9
Figura 4.- Casco histórico del viejo suburbio de la Pilarica.: parcelario de principios del siglo XX.	12
Figura 5.- La sorprendente similitud de dos procesos de desarrollo urbano asociados a la presencia de un equipamiento comercial: Vallsur en el Sur y Los Santos Pilarica en el este de la ciudad.	14
Figura 6.- Suelo Urbanizable Delimitado. Valladolid.	20
Figura 7.-Áreas de planeamiento específico (APEs) de uso residencial PGOU Valladolid. 2004.	23
Figura 8.-Áreas homogéneas de uso residencial en suelo urbanizable no delimitado.	25
Figura 9.- Comercio mayorista y minorista y servicios diversos en el polígono de San Cristóbal. Valladolid.2004	51
Figura 10.- Población 10-64/población total	59
Figura 11.- Afilados a la SS	59
Figura 12.- Parados	60
Figura 13.- Ocupados por sector económico	62
Figura 14.- Número de trabajadores	64
Figura 15.- Ocupaciones según la actividad realizada	66
Figura 16.- % de inmigrantes 2005	67
Figura 17.- % ocupación minorista/total comercio	68
Figura 18.- Ocupación según tipo de comercio	68
Figura 19.- Ocupados en comercio 2001	69
Figura 20.- % ocupados en comercio	69
Figura 21.- % ocupados en comercio/ocupados en servicios	69

Figura 22.- % ocupación en otros sectores especializados	72
Figura 23.- Empleo estimado en actividades comerciales	76
Figura 24.- Estructura demográfica de la Pilarica	78
Figura 25.- Actividad económica en locales disponibles	82
Figura 26.- Locales disponibles para actividades económicas	83
Figura 27.- Locales activos en 2006	84
Figura 28.- % Locales activos ocupados/establecimientos comerciales	84
Figura 29.- % locales ocupados por minoristas 2006-11-13	85
Figura 30.- Número de establecimientos 2006	85
Figura 31.- Índice de diversidad	86
Figura 32.- Locales dedicados a la alimentación	88
Figura 33.- Establecimientos en régimen de autoservicio (2006)	88
Figura 34.- Locales de alimentación 1999	90
Figura 35.- Locales de alimentación 2006	90
Figura 36.- Locales comerciales salvo alimentación	92
Figura 37.- Carencias en el equipamiento comercial	93
Figura 38.- Establecimientos minoristas salvo alimentación 2006	94
Figura 39.- E. Minoristas salvo alimentación, farmacia y gasolineras	94
Figura 40.- Nº locales textil calzado	95
Figura 41.- Nº locales droguerías y perfumerías	95
Figura 42.- Nº locales equipamiento hogar	95
Figura 43.- Nº locales venta de vehículos	95
Figura 44.- Farmacias por 1000 habitantes	96
Figura 45.- Gasolineras por 1000 habitantes	96
Figura 46.- Potencial del comercio minorista por locales 2006	99
Figura 47.- Potencial del comercio minorista por superficies	99
Figura 48.- Automóviles por 100 habitantes	100
Figura 49.- Crecimiento interanual de la población 1996-2000	104
Figura 50.- Crecimiento interanual de la población 2001-2005	104
Figura 51.- Habitantes por km. cuadrado	105
Figura 52.- Sectores residenciales en S.U.Delimitado	107
Figura 53.- Edad Media	109
Figura 54.- Población 25-54 años/población total	109

Figura 55.- Pirámide de edad de La Cistérniga 2005	110
Figura 56.- Pirámide de edad ZBC y periurbano en 2005	111
Figura 57.- Nacimientos por 1000 hab. En 2004	112
Figura 58.- Defunciones por 1000 hab en 2004	112
Figura 59.- Crecimiento por 100 hab en 2004	113
Figura 60.- Matrimonios por 1.000 hab. En 2004	113
Figura 61.- Detalle de la propuesta de Geinsol para el centro comercial Los Santos Pilarica	123
Figura 62.- Un viejo entorno industrial degradado y semiabandonado.	126
Figura 63.- Grandes manchas verdes en el entorno del nuevo centro Comercial	128
Figura 64.- Ubicación de la parcela 12.1 adjudicada a ACP-Level	142
Figura 65.- Una parte sustancial de la nueva oferta de ocio se concentrará en la parcela 12.1	143
Figura 66.- La nueva plaza de uso polivalente propuesta por Geinsol.	144
Figura 67.- Nueva área de centralidad multifunción	145

INDICE DE PLANOS

Plano nº 1.-Propuesta de ordenación del sector 16 los santos-pilarica de la sociedad municipal de suelo y vivienda, viva, s.l.	9 bis
Plano nº 2.- el vacío comercial del este -grandes y medianas superficies comerciales	41 bis
Plano nº 3.- El centro de proximidad para los nuevos y viejos barrios del ne de Valladolid	87 bis
Plano nº4.- Área de influencia cercana -hasta 4 km.- del Centro Comercial El centro de referencia para los nuevos desarrollos urbanísticos del Este	113.bis
Plano nº 5.- Plano de viario. Sector este de la ciudad. Jerarquía del viario propuesta por el pgou en coordinación con el pimuva	128 bis
Plano nº 6.- Transporte público existente a 11/2006 en el entorno de los santos-pilarica -líneas de autobús urbano y paradas –	132 bis
Plano nº 7.- plano de viario. sector este de la ciudad .Un centro bien comunicado	137.bis

INDICE	pág
Introducción	1
1.- Informe sobre aspectos de carácter general: Cumplimiento de lo dispuesto en los artículos 23, 25 y 28 del Plan Regional de Ámbito Sectorial de Equipamiento Comercial de Castilla y León.	4
1.1.- Los desequilibrios territoriales de la actual oferta en la ZBC de Valladolid y la oportunidad del proyecto para subsanar la infradotación del este de la ciudad y de la ZBC de Valladolid.	5
1.2.- Equipar el futuro: necesidad de un nuevo centro comercial en los Santos-Pilarica y sectores y áreas homogéneas de mayor desarrollo residencial en Valladolid.	15
1.3.- <i>Conclusiones</i> . Un entorno de intenso crecimiento residencial: Adecuación a los art. 25 y 28	29
2.- Informe de las cuotas de mercado resultantes de la implantación del proyecto en su zona de influencia comercial, analizando la oferta comercial existente tanto de establecimientos propios como ajenos. (Art. 41.f: 2.)	33
2.1.- Informe de las cuotas de mercado resultantes de la implantación del proyecto en su zona de influencia comercial.	33
2.2.- Informe sobre la oferta comercial del sector de centros comerciales ya existentes en la ZBC de Valladolid. Análisis de análogos: centros comerciales tipo a, b y c.	40
2.3.- Análisis de tipología de establecimientos propuestos en el proyecto, superficie, idoneidad de la tipología en función de las necesidades de partida del sector.	47
2.4.- <i>Conclusiones</i> . Efectos derivados de la implantación de una nueva tipología: Un equilibrio inalterado	53
3.- Informe sobre los efectos económicos de la implantación del proyecto en la oferta al consumidor y en el empleo de la zona. (Art. 41.f: 3.)	58
3.1.- Características generales del empleo en la Zona Básica de Comercio de Valladolid.	58

3.2.- La situación del empleo en el sector comercial	67
3.3.- Efectos en el empleo del nuevo centro comercial	73
3.4.- Situación del empleo entre la población local	77
4.- Efectos económicos de la implantación del proyecto en la oferta al consumidor y situación de la demanda.	81
4.1.- La disponibilidad de locales para el desarrollo de actividades económicas.	81
4.2.- Descripción y características del equipamiento comercial en la Zona Básica de Comercio de Valladolid.	86
4.3.- Una elevada demanda potencial concentrada en la periferia urbana y con tendencia al aumento.	103
4.4.- <i>Conclusiones</i> : una estructura de empleo y oferta y demanda comercial adecuadas para la implantación de un nuevo centro en el este de Valladolid.	114
5.- Informe del cumplimiento de los criterios de instalación establecidos en el artículo 29 de este Plan, al margen de la necesidad o no de un instrumento de planeamiento habilitante. (Art. 41.f: 4.)	118
5.1 Criterios ambientales art. 29.1	118
5.1.1.- La localización de grandes establecimientos comerciales tendrá en cuenta la salvaguardia del paisaje, bajo criterios medioambientales. Art. 29.1.a	120
5.1.2.- Se respetarán los parajes tradicionales valiosos en los bordes de los núcleos de población o interiores Art. 29.1.b.	125
5.1.3.- Se resolverán con autonomía sus conexiones a las redes de infraestructuras básicas de servicio	128
5.2.- Criterios relativos a los accesos y las infraestructuras art. 29. 2	129
5.2.1.- Se garantizará la adecuación entre el nivel de movilidad que el gran establecimiento comercial previsiblemente inducirá en su entorno y el existente en los corredores de soporte Art. 29.2.a	129
5.2.2.- Se preverá una dotación de aparcamientos mínima. 29.2.b	140
5.3.- Criterios urbanísticos art. 29.3	141
5.3.1- El diseño facilitará la creación de plazas y ejes comerciales.	141
5.4.- <i>Conclusiones</i> sobre criterios de instalación del artículo 29.	

Notable impulso y mejora de paisaje, urbanismo y movilidad:	145
6.- CONCLUSIONES GENERALES	149
Fuentes consultadas	162
Índice de cuadros y figuras	167
Índice general	172
<hr/>	
ANEXOS	
Anexo Nº 1	1
Anexo Nº 2.	42
Anexo Nº 3.	144
Anexo Nº 4.	245
Anexo Nº 5.	346
Anexo Nº 6.	447
Anexo Nº 7	548
Anexo Nº 8	647
Anexo Nº 9. (Cartografía y Fotografía)	717



Un entorno de **severa** degradación urbana: Los Santos-Pilarica



1.- Viviendas abandonadas en el tramo norte –final- del Paseo de Juan Carlos Primero. Una muestra del abandono del sector antes del inicio de la urbanización del sector 16: Los Santos.



2.- Vista sur -dirección Pilarica- del **Paseo de Juan Carlos Primero**. Chamizos industriales semiabandonados en un tramo del paseo sin encintado de aceras y con las infraestructuras en el límite de la legalidad. Sector 16: Los Santos.



3.- Un borde urbano necesitado de **urgente reforma**. Vista de los solares de la futura intervención. Los Santos Pilarica.



4.- Vistas del **pasillo ferroviario** oeste (arriba) con las viviendas del barrio de belén y del lado este (abajo) en el que se aprecian nuevas edificaciones vinculadas a las expectativas abiertas por el plan del sector 16 Los Santos y la construcción del nuevo Centro Comercial.



5.- Vistas del **Apeadero de la Universidad**, una pieza que desaparecerá con el soterramiento, en el vértice Norte de la parcela 26 a, agregada a la 28 en virtud de la modificación puntual del sector 16 Los Santos Pilarica.



6- Vistas del pasillo ferroviario frente al futuro Centro Comercial. Una muestra de la extrema degradación paisajística del este-norte de la ciudad



7.- Caos paisajístico en un borde urbano históricamente degradado. Los Santos Pilarica.



8.- Futura ubicación del Centro comercial Los Santos entre dos bordes degradados: la vía del Ffcc. y el Paseo Juan Carlos I



9.- Viejas naves industriales y almacenes en el Camino de Palomares



10.- Entre el abandono formal y la degradación social: pequeños enclaves de prostitución en la Cuesta del Tomillo (carretera Valladolid-Tórtoles)



11.- Carretera de Valladolid-Tórtoles y nudo e conexión con la Ronda Interior este. Un espacio marginal foco de la prostitución residual de calle en Valladolid



12.- Solares abandonados y semiderruidos en el Camino viejo de Renedo. Al fondo obras de urbanización en el sector 16 Los Santos-Pilarica



13.- En el límite de la degradación urbana. Tapias de viejas fábricas e infravivienda en el tramo final del camino viejo de Renedo



14.- Cuesta y Complejo deportivo de la Cuesta del Tomillo. Una instalación municipal en medio de la nada: naves abandonadas, prostitución, drogadicción....



15.- El principio del fin: comienzo de la urbanización en Los Santos-Pilarica

*Este documento se terminó de componer
en Valladolid
el día 15 de Noviembre de 2006*