

Plan Director de la Zona Comercial Abierta SCHAMANN – PEDRO INFINITO

Las Palmas de Gran Canaria

Diciembre de 2020



FICHA DE TRABAJO	
Documento	Plan Director de la Zona Comercial Abierta Schamann – Pedro Infinito.
Peticionario	Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria.
Equipo redactor	TESAN, ingeniería y formación. <ul style="list-style-type: none">· Ismael Tejera Santana. Ingeniero Civil.· Javier Santana Ceballos. Ingeniero Civil.· Félix Alejandro Santos Naranjo. Ingeniero Técnico de Obras Públicas, esp. Construcciones Civiles.
Fecha	Diciembre de 2020.

ÍNDICE DEL PLAN.

ÍNDICE DEL PLAN.....	3
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	3
ÍNDICE DE TABLAS.....	4
1. INTRODUCCIÓN.....	6
1.1. ANTECEDENTES.....	7
1.2. OBJETO.....	8
1.3. CONTENIDOS DEL PLAN.....	9
1.4. PARTICIPACIÓN DE LOS AGENTES IMPLICADOS.....	9
2. ÁMBITO TERRITORIAL.....	11
2.1. PRESENTE: EL ÁMBITO.....	11
2.2. FUTURO: LA RELACIÓN CON EL PLAN GENERAL DE ORDENACIÓN.....	18
3. ANÁLISIS DEL TEJIDO COMERCIAL Y DEL ESPACIO PÚBLICO URBANO.....	19
3.1. CONTEXTO GENERAL MUNICIPAL.....	19
3.2. METODOLOGÍA PARA EL ANÁLISIS DE LA ZCA Y LA ZONA DE AFECCIÓN.....	22
Encuesta.....	22
Trabajo de campo.....	25
3.3. DATOS OBTENIDOS.....	27
Aspecto urbano, dotacional, de espacios libres y de movilidad.....	27
Aspecto comercial.....	37
Aspecto turístico alojativo.....	48
4. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN PRE-PLAN DE LA ZCA.....	49
4.1. ANÁLISIS GENERAL DE LAS ZONAS COMERCIALES ABIERTAS DE CANARIAS.....	49
4.2. SITUACIÓN PRE - PLAN DE LA ZCA SCHAMANN – PEDRO INFINITO.....	50
Aspecto urbano, dotacional, de espacios libres y de movilidad.....	52
Aspecto turístico alojativo.....	61
4.3. RESUMEN Y CONCLUSIONES.....	62
5. EL PLAN DIRECTOR: PROPUESTA PARA LA DINAMIZACIÓN COMERCIAL.....	64
5.1. OBJETIVOS GENERALES.....	64
5.2. INTEGRACIÓN EN EL PDI-ZCA-GC.....	65
5.3. INTEGRACIÓN EN EL PGO LPGC.....	65
Norma Zonal A.....	65
Norma Zonal Bt.....	66
Norma Zonal M.....	66
5.4. LÍNEAS DE ACTUACIÓN.....	67

Implantación de las líneas de actuación de forma genérica en toda la ZCA.....	68
Implantación de las líneas de actuación en el Área de Preferente Intervención.....	68
Implantación de las líneas de actuación en el Resto de la Zona Comercial Abierta.....	68
5.5. ACTUACIONES.....	68
A. Actuaciones genéricas en toda la ZCA.....	68
B. Actuaciones en el Área de Preferente Intervención eje comercial Don Pedro Infinito.....	73
C. Actuaciones en el Área de Preferente Intervención eje comercial Zaragoza.....	77
D. Actuaciones en zonas concretas distintas de las Área de Preferente Intervención dentro y fuera de la ZCA.....	78
5.6. CUADRO RESUMEN DE CONTROL DE OBJETIVOS.....	85
5.7. PROGRAMACIÓN.....	87
Fase 1.....	87
Fase 2.....	88
Fase 3.....	88
Fase 4.....	89
Cuadro resumen de cronograma de actuaciones por fases.....	90
6. BIBLIOGRAFÍA.....	92
7. PLANOS.....	92
Planos de análisis	
Planos de propuestas	

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.

Ilustración 1. Vistas generales de algunas zonas comerciales abiertas en Canarias (por orden, avenida de Canarias en Vecindario, Gran Canaria; calle La Hoya en Puerto de La Cruz, Tenerife; calle Real en Arrecife, Lanzarote; avenida Mesa y López en Las Palmas de Gran Canaria, Gran Canaria).....	6
Ilustración 2. Logotipo del programa de información sobre ZCA de Canarias. Fuente: Sistema de Información Empresarial de Canarias (siecan).....	7
Ilustración 3. Vista de la calle Pedro Infinito en los años 60. Fuente: pinterest.....	9
Ilustración 4. Población total (año 2019) por núcleos poblacionales en Las Palmas de Gran Canaria. Fuente: Observatorio Socioeconómico Urbano de Las Palmas de Gran Canaria.....	11
Ilustración 5. División de la ZCA en sectores de estudio para el presente Plan Director.....	12
Ilustración 6. Sector de estudio "A".....	12
Ilustración 7. Sector de estudio "B".....	12
Ilustración 8. Sector de estudio "C".....	13
Ilustración 9. Sector de estudio "D".....	13
Ilustración 10. Captura de pantalla de la consulta al visor del PGO, en la cual se observan las distintas categorías de la zona de estudio. Fuente: Geoportal de Las Palmas de Gran Canaria.....	18
Ilustración 11. Centros competenciales de la zona Schamann - Pedro Infinito (marca morada). Las marcas amarillas con numeración en negro representan la ubicación de los centros comerciales cerrados y las marcas verde con numeración verde las de las zonas comerciales abiertas. Numeración según Tabla 3 y Tabla 4.....	20
Ilustración 12. Empresas por sector de actividad (julio 2020). Datos: Observatorio Socioeconómico Urbano de Las Palmas de Gran Canaria. Gráfico: TESAN.....	21

Ilustración 13. Número de empresas desde el año 2012 hasta 2019. Datos: Observatorio Socioeconómico Urbano de Las Palmas de Gran Canaria. Gráfico: TESAN.....	21
Ilustración 14. Evolución del número de afiliaciones a la Tesorería General de la Seguridad social desde el año 2007 hasta 2019. Datos: Observatorio Socioeconómico Urbano de Las Palmas de Gran Canaria. Gráfico: TESAN.....	21
Ilustración 15. Demandas de empleo pendientes de satisfacer en las oficinas públicas de empleo. Datos: ISTAC. Gráfico: TESAN.....	21
Ilustración 16. Evolución de la base imponible del Impuesto sobre la Renta de Las Personas Físicas desde el año 2010 hasta 2017. Datos: ISTAC. Gráfico: TESAN.....	22
Ilustración 17. Dato de renta mediana y evolución entre 2015 y 2018 en el barrio de Schamann. Fuente: ediciones El País, S.L.....	22
Ilustración 18. Vista en satélite del área que comprende la ZCA de estudio, con énfasis en los ejes principales (Pedro Infinito, en verde; Zaragoza, en aguamarina).....	22
Ilustración 19. Hoja utilizada en el trabajo de campo para el estudio del aspecto urbano, dotacional, de espacios libres y de movilidad.....	26
Ilustración 20. Ficha utilizada en el trabajo de campo para el estudio del aspecto comercial.....	26
Ilustración 21. Ficha utilizada en el trabajo de campo para el estudio del aspecto turístico alojativo.....	27
Ilustración 22. Varias imágenes de la estética y homogeneidad del conjunto en la ZCA y calles adyacentes.....	28
Ilustración 23. Varias imágenes de la dotación de gestión de residuos en la ZCA y calles adyacentes.....	29
Ilustración 24. Varias imágenes de la dotación de mobiliario urbano en la ZCA y calles adyacentes.....	30
Ilustración 25. Varias imágenes de la dotación de zonas verdes y espacios libres en la ZCA y calles adyacentes.....	31
Ilustración 26. Varias imágenes referentes a la movilidad y accesibilidad peatonal en la ZCA y calles adyacentes.....	32
Ilustración 27. Varias imágenes referentes a los puntos de carga/descarga en la ZCA y calles adyacentes.....	32
Ilustración 28. Varias imágenes referentes a las paradas de guagua en la ZCA y calles adyacentes.....	33
Ilustración 29. Varias imágenes referentes a los estacionamientos ilegales en la ZCA y calles adyacentes.....	35
Ilustración 30. Varias imágenes referentes a los viales calle 30.....	36
Ilustración 31. Varias imágenes del tramo peatonal de la calle Jacinta, aunque este no se ajusta a las características propias de este tipo de vías. Única área peatonal de toda la ZCA y alrededores.....	36
Ilustración 32. Ubicación en planta de las locomotoras comerciales. Los colores se corresponden con el tipo de locomotora según la Tabla 12.....	38
Ilustración 33. Locales por tipo de actividad en el sector A. Los puntos en negro representan locales cerrados. El resto de colores sigue el código de la gráfica anterior.....	40
Ilustración 34. Locales por tipo de actividad en el sector B. Los puntos en negro representan locales cerrados. El resto de colores sigue el código de la gráfica anterior.....	41
Ilustración 35. Locales por tipo de actividad en el sector C. Los puntos en negro representan locales cerrados. El resto de colores sigue el código de la gráfica anterior.....	43
Ilustración 36. Locales por tipo de actividad en el sector D. Los puntos en negro representan locales cerrados. El resto de colores sigue el código de la gráfica anterior.....	44
Ilustración 37. El CC La Ballena, solamente en su estacionamiento descubierto, tiene la misma superficie que una manzana y media del barrio de Schamann, muy superior a cualquier superficie que el barrio disponga para este fin.....	51
Ilustración 38. Comparación del inicio de la ZCA Schamann - Pedro Infinito en la calle Zaragoza y la ZCA Mesa y López en la calle Galicia (delimitación del centro comercial abierto).....	52
Ilustración 39. Ejemplo de contenedores de residuos que suponen barrera en la ZCA Schamann - Pedro Infinito.....	52
Ilustración 40. Imagen de satélite en la cual se observan los dos ejes comerciales (en azul y naranja) y la posición de los espacios libres.....	54
Ilustración 41. Ocupación del espacio público en el cruce Alceste – Don Pedro Infinito.....	55
Ilustración 42. Plano de líneas y paradas del servicio municipal de guaguas en la zona comercial Schamann – Pedro Infinito. Fuente: Guaguas Municipales.....	56
Ilustración 43. Ubicación de la estación Sitycleta más cercana. Fuente: sitycleta.com/es/.....	56

Ilustración 44. Ejemplos de regeneración paisajística, calmado del tráfico y convivencia de usos en los viajes de plataforma única de la ZCA Vecindario (avenida de Canarias) y en la ZCA Puerto-Canteras (calle Luis Morote).....	58
Ilustración 45. Antes y después de la peatonalización de un tramo de la avenida de Canarias en Vecindario (Santa Lucía de Tirajana).....	58
Ilustración 46. Mercado Municipal "Altavista", pieza atractora de la ZCA, a las puertas del cual recientemente se ha ejecutado un vial de plataforma única cuyos efectos han posibilitado la dinamización de la vía para terrazas y esparcimiento.....	58
Ilustración 47. Vista en planta de los negocios sin actividad (puntos negros).....	59
Ilustración 48. Recorrido de la guagua turística de la ciudad el cual, actualmente, no pasa por la ZCA ni se acerca a ella. Fuente: CitySightseeing.....	62
Ilustración 49. Esquema de principio del Plan Director.....	64
Ilustración 50. Propuesta de materiales y homogeneización.....	70
Ilustración 51. Vista general en planta de las fases de actuación.....	87
Ilustración 52. Vista general en planta de la Fase 1 de actuaciones.....	87
Ilustración 53. Vista general en planta de la Fase 2 de actuaciones.....	88
Ilustración 54. Vista general en planta de la Fase 3 de actuaciones.....	89
Ilustración 55. Vista general en planta de la Fase 4 de actuaciones.....	89

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1. Cronograma de reuniones para la participación de los agentes implicados.....	10
Tabla 2. Detalle de la división por sectores de la ZCA para el presente estudio.....	13
Tabla 3. Centros comerciales cerrados (ordenados de mayor a menor según superficie).....	19
Tabla 4. Zonas Comerciales Abiertas (ordenados de mayor a menor según superficie). Datos: Excmo. Ayto. de Las Palmas de Gran Canaria.....	20
Tabla 5. Mercados municipales (ordenados de mayor a menor según número de puestos). Datos: Excmo. Ayto. de Las Palmas de Gran Canaria.....	20
Tabla 6. Líneas de guagua que pasan por la ZCA. Fuente: Guaguas Municipales.....	33
Tabla 7. Estacionamientos públicos en ZCA.....	33
Tabla 8. Estacionamientos públicos en áreas próximas a la ZCA.....	34
Tabla 9. Estacionamientos privados en inmuebles dedicados en la ZCA y zonas aledañas.....	34
Tabla 10. Resumen de estacionamientos en la ZCA y zonas aledañas.....	34
Tabla 11. Locales por tipo de actividad.....	37
Tabla 12. Locomotoras comerciales.....	38
Tabla 13. Locales según negocio activo o inactivo.....	39
Tabla 14. Locales con otros usos que son susceptibles de ser reconvertidos a locales para negocios.....	39
Tabla 15. Locales por tipo de actividad en el sector A.....	40
Tabla 16. Locales según negocio activo o inactivo en el sector A.....	40
Tabla 17. Ubicación de los locales inactivos del sector A.....	41
Tabla 18. Locales por tipo de actividad en el sector B.....	41
Tabla 19. Locales según negocio activo o inactivo en el sector B.....	42
Tabla 20. Ubicación de los locales inactivos del sector B.....	42
Tabla 21. Locales por tipo de actividad en el sector C.....	43
Tabla 22. Locales según negocio activo o inactivo en el sector C.....	43
Tabla 23. Ubicación de los locales inactivos del sector C.....	44
Tabla 24. Locales por tipo de actividad en el sector D.....	44
Tabla 25. Locales según negocio activo o inactivo en el sector D.....	45
Tabla 26. Ubicación de los locales inactivos del sector D.....	45

Tabla 27. Locales por tipo de actividad en el mercado municipal de Altavista.	45
Tabla 28. Locales según negocio activo o inactivo en el mercado municipal de Altavista.	46
Tabla 29. Locales según ubicación en el edificio que los contiene.	46
Tabla 30. Locales según superficie.	46
Tabla 31. Locales según accesibilidad.	47
Tabla 32. Negocios según turnos de trabajo.	47
Tabla 33. Empresas según tamaño.	48
Tabla 34. Análisis DAFO comúnmente obtenido del diagnóstico de las ZCA de Canarias.	49
Tabla 35. Análisis comparativo de las variables de estudio en el Plan para el C.C. La Ballena y la Z.C.A. Schamann - Pedro Infinito.	50
Tabla 36. Comparación entre la ZCA Schamann - Pedro Infinito y el resto de zonas comerciales abiertas de la ciudad, respecto a la distancia a la que se encuentran del centro comercial cerrado más cercano.	51
Tabla 37. Distancias entre los distintos espacios libres de la ZCA. Se observa el fenómeno de disgregación que no permite su aprovechamiento como sistema único.	54
Tabla 38. Análisis DAFO de la situación pre-plan de la ZCA Schamann - Pedro Infinito.	62
Tabla 39. Compensación de estacionamientos por ejecución de las actuaciones propuestas.	84

1. INTRODUCCIÓN.

El tejido estrictamente comercial de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria cuantificó en el último día de septiembre de 2019 la cifra de 34 604 empleos que sumados a los 12 282 puestos de trabajo que registró la sección de hostelería hacen un total de 46 886 empleos entre ambos subsectores, cantidad que representa el 27,10 % del sector terciario de la ciudad, el cual a su vez genera el 90,29 % del total de puestos de trabajo del municipio¹. Esto es una cantidad superior a cualquier otro sector económico y a la suma de algunos de ellos.

La relevancia de este sector en la economía local es tal que su afección se traslada al resto de usos y actividades, modificando el espacio urbano que lo rodea y significando un área de vital importancia en materia social y económica, que se manifiesta en las estrategias, planeamientos y programas que el consistorio lleva a cabo.

En términos generales, el espacio en el que el tejido comercial de la ciudad desarrolla su actividad se caracteriza por una serie de características que, según el caso, potencian o limitan las problemáticas existentes y el desarrollo del mismo, tales como:

- La caracterización de Las Palmas de Gran Canaria como parte de un mercado más amplio, insular e interinsular, geográficamente fracturado del cual cumple un papel protagonista por su carácter de capital.
- La ubicación geográfica del mencionado conjunto insular, el cual se ubica en una posición de gran potencial que lo hacen especialmente atractivo como centro comercial y de distribución en la región atlántica y que se pone de manifiesto al estudiar la relevancia de las principales infraestructuras portuarias que alberga.
- En relación con el punto anterior, la ciudad tradicionalmente ha jugado un papel importante como centro turístico nacional e internacional, que en los últimos años se ha visto potenciado por el auge del turismo de cruceros que aprovecha las cualidades del puerto y que realza el consumo no residente.
- Las ventajas en materia fiscal de las que el archipiélago se beneficia como compensación a su condición de ultra periferia de la Comunidad Europea.
- El desarrollo y transformación de ciertas zonas de la ciudad en las últimas décadas ha fortalecido su situación como polo de atracción para otros núcleos insulares, recuperando también el consumo interno de la población residente.

Los factores anteriormente comentados han tenido una importancia difícil de medir, pero de existencia indiscutible, en la aparición de lo que se ha terminado denominando zonas comerciales abiertas (de aquí en adelante, "ZCA").

Una ZCA es un área en la que destaca un alto grado de uso comercial, principalmente a "cota 0" (al nivel del viario), que suele estar complementado con otros usos y servicios no comerciales pero en la que el sector dominante es el comercio. Su relevancia es importante desde el punto de vista de poder ser tratado como un sistema único y no como una serie de negocios dispersos, que afecta directamente a la vida del entorno en el que se ubican (empleos, tráfico, urbanismo, etc.) La ZCA se caracteriza porque, a diferencia de los centros comerciales cerrados en los que la zona común son los pasillos y áreas que comunican los negocios del mismo, en la zona comercial abierta es el viario público el encargado de conducir los flujos de personas que la utilizan, las relaciones entre ellas y las actividades complementarias que la dinamicen. Esta diferencia, fundamental en la definición de la ZCA como característica intrínseca, debe potenciarse por las administraciones que la gestionan como un valor añadido, pues el desarrollo de la ZCA es el desarrollo del barrio o zona en la que se ubica y su regeneración y vida (o su falta de ella) suelen marcar el estado del área que la contiene.

En los procesos de regeneración, las actuaciones emprendidas para desarrollar los atractivos del centro urbano han sido llevadas a cabo con éxito por muchas ciudades europeas que vieron cómo la pérdida del interés por la ciudad estaba ligada al declive de su centro urbano. Los modelos de gestión del centro urbano desarrollados en las ciudades del Reino Unido, bajo la denominación de *Town Centre Management (TCM)*, y en las ciudades francesas y belgas, llamados

Management de Centre-Ville, son organizaciones basadas en la colaboración público-privada, cuyo objetivo es desarrollar estrategias de marketing, capaces de crear valor para los potenciales clientes del centro de la ciudad, que están demostrando a lo largo de estos últimos años su eficacia.

En España, la adaptación de este modelo de gestión del centro urbano se ha denominado *Centro Comercial Abierto* o *Zona Comercial Abierta*, y es una fórmula de organización comercial, con una imagen y estrategia, que cuenta con la implicación de todos los agentes de un área delimitada de una ciudad, con una concepción global de la oferta comercial, servicios, cultura y ocio.²



Ilustración 1. Vistas generales de algunas zonas comerciales abiertas en Canarias (por orden, avenida de Canarias en Vecindario, Gran Canaria; calle La Hoya en Puerto de La Cruz, Tenerife; calle Real en Arrecife, Lanzarote; avenida Mesa y López en Las Palmas de Gran Canaria, Gran Canaria).

¹ Instituto Canario de Estadística (ISTAC). Datos referentes a septiembre de 2019 (se descartan los meses de la campaña de Navidad y el año 2 020 por la anomalía provocada por la pandemia de Covid-19).

² El comercio y la regeneración urbana de la ciudad. Una estrategia integral de marketing de ciudades. Victoria de Elizagárate. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea.

1.1. ANTECEDENTES.

A nivel general del municipio, las nueve ZCA de Las Palmas de Gran Canaria se han caracterizado por ciertos aspectos comunes que han marcado su estado en las últimas décadas, si bien en los últimos años algunas de ellas han recibido un impulso que ha conseguido corregir el rumbo que describían:

- Incapacidad de renovación de la oferta.
- Limitadas posibilidades de adaptación a cambios.
- Falta de unidad entre los distintos comercios.
- Deterioro del entorno en el que se encuentran y falta de estructuración como tejido único.
- Fuertes limitaciones a la movilidad de los potenciales clientes.
- Aparición de nuevos centros comerciales cerrados como competidores que no adolecen de los factores anteriores.

Algunas de las características que aumentan la competitividad de los modelos comerciales competidores de las ZCA (innovaciones tecnológicas, diferentes formas de venta) resaltan una de las principales carencias de los comercios tradicionales: las dificultades en la innovación y las limitaciones de adaptación a los cambios.

Por este motivo es preciso que las administraciones guíen y acompañen al comercio tradicional posibilitándole ser competitivo en este nuevo marco en el que se encuentra el sector, fomentando el pequeño comercio, consiguiendo que sea apetecible para el usuario, fortaleciendo de esta manera el tejido empresarial local y el empleo de calidad.

Del análisis y diagnóstico que se presentan en este Plan Director se concluye que la Zona Comercial Abierta Schamann - Pedro Infinito no ha sido partícipe del mencionado cambio de rumbo del que algunas ZCA de la ciudad se han beneficiado en los últimos años.

El centro comercial abierto Schamann – Pedro Infinito ha sido una de las zonas comerciales tradicionales de Las Palmas de Gran Canaria desde los años sesenta del s. XX. Con un alcance municipal de la demanda, se ubica en el barrio de Schamann, uno de los más populares de la zona alta de la capital, tomando como eje la calle Don Pedro Infinito y se desarrolló en base al proceso de urbanización del barrio a mediados del siglo.

La ZCA, que destaca por su oferta de pequeños comercios dedicados al sector terciario, tuvo su auge a final de los años ochenta y principio de los noventa del siglo pasado, llegando a rivalizar con la calle Triana.

En los años siguientes, unos años después que en las grandes ciudades europeas pero siguiendo la misma ruta, la zona comenzó a sufrir un serio retroceso en base a los factores ya mencionados, que dio paso a la inseguridad y el deterioro económico, con consecuencias como robos, cierre de negocios, y pérdida de valor en los locales. Esta decadencia llegó a ser tal que en el año 2012 se cuantificaban, sólo en la calle Don Pedro Infinito, en 42 los negocios cerrados.

En este contexto, el abandono de la actividad en muchos locales, la escasa estructuración espacial como tejido en la zona, el deterioro ambiental de la trama urbana, los problemas de movilidad y la fragmentación del espacio público que facilite la presencia de población consumidora son factores que caracterizan la situación actual de la Zona Comercial Abierta.

Por otra parte, el desarrollo de la movilidad en la zona de la ZCA y alrededores ha seguido la misma línea que el resto de la ciudad, con una multiplicación del parque móvil en las últimas décadas alcanzando cifras cercanas a un vehículo por habitante, con los consecuentes fenómenos de dependencia del transporte privado y caída del transporte público,

sobredimensionamiento de la infraestructura viaria –a pesar de ello, siempre incapaz de gestionar la demanda-, cesión del suelo al vehículo, contaminación, degradación del paisaje urbano y marginalización de la movilidad no mecanizada.

A consecuencia de lo anterior, la movilidad peatonal y en bicicleta ha sufrido un constante retroceso hasta casi la desaparición de la segunda (que ahora vuelve a recuperarse paulatinamente), propiciado por la dispersión de usos y aumento de distancias entre ellos.

Las políticas de zonas comerciales abiertas han mantenido un enfoque de coordinación interadministrativa intensa, que involucra a todas las administraciones de Canarias: Gobierno Autónomo (en la definición estratégica y financiación), Cabildos (en planificación, programación y ejecución, así como en financiación) y Ayuntamientos (selección de actuaciones, gestión y ejecución).

En Canarias, la ley de Licencia Comercial del año 2003 así como la entrada en vigor en 2010 de la Directiva Europea de Servicios establecieron modificaciones en el desarrollo de grandes superficies comerciales. Ello conllevó, entre otras consecuencias, que desde 2003 hasta 2010 no se instalara ninguna gran superficie de alimentación en Canarias, lo que ayudó a que se consolidasen las zonas comerciales abiertas dentro de los cascos tradicionales.

La ley reguladora de la Licencia Comercial (Ley 12/2009 de 16 de diciembre), derogada y sustituida por el Texto Refundido de Leyes de Ordenación de la Actividad Comercial de Canarias (Decreto-Legislativo 1/2012, de 21 de abril), a la vez que abría la puerta a las grandes superficies, fue también el origen del Programa para la Potenciación de las Zonas Comerciales Abiertas de Canarias del Gobierno.

Entre estas actividades de promoción llevadas a cabo por el Gobierno de Canarias se resumen las siguientes:

- Programa Sectorial para la Potenciación de las Zonas Comerciales Abiertas de Canarias 2002-2009: durante los años que se llevó a cabo, esta iniciativa permitió ejecutar un total de 49 obras de mejora en zonas comerciales de 45 municipios canarios, con una inversión de 45 millones de euros.³
- Programa de Actuación Plurianual para la Potenciación de las Zonas Comerciales Abiertas de Canarias 2010-2013.



Ilustración 2. Logotipo del programa de información sobre ZCA de Canarias. Fuente: Sistema de Información Empresarial de Canarias (siecan).

A nivel insular, mediante la actuación del Cabildo de Gran Canaria podemos señalar, como mínimo:

- Programa Insular de Desarrollo Socioeconómico de Gran Canaria: con fondos FDCAN, se destinan 28 millones de euros en varios municipios de la isla para dotar las mismas de mejoras en sus calles, soterramiento de contenedores, pavimentación, embellecimientos, mejora de accesos y aparcamientos o peatonalización y semipeatonalización de calles entre otras actuaciones.

Por otro lado, el Plan Director Insular de Zonas Comerciales Abiertas de Gran Canaria (en adelante, "PDI ZCA GC") constituye un instrumento novedoso, en tanto que surge de la voluntad de articular esquemas de actuación a medio y largo plazo, sin constituir sin embargo un marco jerárquico de carácter obligatorio que impida la promoción e impulso de

³ Resolución de 3 de agosto de 2010, por la que se dispone la publicación del acuerdo del Gobierno por el que se aprueba el Programa de Actuación Plurianual para la Potenciación de las Zonas Comerciales Abiertas de Canarias 2010-2013. Secretaría General de Presidencia del Gobierno de Canarias.

actuaciones específicas en cada uno de los ámbitos, aunque con la intención de ponerlos en relación, haciendo redundar en el conjunto los valores y cualidades individuales.⁴

Es por ello que en el presente Plan Director se recogen las directrices en él reflejadas y se usan como base para el correcto acoplamiento de la ZCA de Schamann – Pedro Infinito con el PDI ZCA GC.

Destacar en este punto la concesión de subvención nominativa de la Consejería de Área de Industria, Comercio y Artesanía del Excmo. Cabildo Insular de Gran Canaria al Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria para la REDACCIÓN DEL PLAN DIRECTOR DE ZONA COMERCIAL ABIERTA de “Schamann-Pedro Infinito”, en el marco del expediente relativo a la “POTENCIACIÓN DE LA RED INSULAR DE ZONAS COMERCIALES ABIERTAS Y ÁREAS INDUSTRIALES DE LA ISLA DE GRAN CANARIA 2020”.

La ZCA de Schamann – Pedro Infinito tiene una clasificación de tipo Metropolitana por encontrarse en el centro urbano de un área metropolitana en un municipio con población superior a los 100 000 habitantes.⁵

1.2. OBJETO.

En base a experiencias previas y teniendo en cuenta los indicadores de variación de venta y afluencia de transeúntes, se conoce que los proyectos que mejores resultados obtienen para las ZCA son aquellos relevantes, estructurantes e integrales donde, como complemento a la intervención en el entorno, se han realizado actuaciones sobre la oferta, la demanda, y la gestión de la zona comercial abierta.

- Referente a la mejora del tejido de la zona, a la estructuración, a la estética y a la homogeneidad, el usuario valora el cambio a mejor que supone la obra de mejora del entorno. Sin embargo esta acción no conduce por sí misma a la consecución de los mencionados objetivos de incremento de ventas y clientes.
- Un aspecto que debe consolidarse en la gestión de la ZCA es la unificación de criterios mediante medidas de asociación entre comerciantes: horarios, estéticas, aperturas en festivos, realización de jornadas, rebajas o eventos como reclamo. Estas medidas de cooperación fortalecen la visibilidad de la ZCA. El asociacionismo es fundamental para el comercio tradicional si quiere conseguir ofrecer al cliente todo lo que este demanda y poder competir con la atracción que generan las grandes superficies periféricas.
- La utilización de la ZCA como marco para la organización de actividades de ocio y esparcimiento (eventos, actuaciones, jornadas en la calle, talleres...) adaptadas a los gustos conocidos de los potenciales usuarios complementa el impulso a la visibilidad de la ZCA.
- Los usuarios de las zonas comerciales valoran positivamente, y se sienten atraídos por ellas, si a la presencia del sector comercial tradicional se le añade la existencia de “locomotoras”, esto es, establecimientos con una imagen reconocida, un servicio de calidad y cuyo producto es consumido por mucha gente. Las locomotoras pueden ser comerciales (franquicias, cadenas...) o no comerciales (bancos, centros sanitarios, edificios de la administración...) y solamente eligen establecerse en zonas seguras, consolidadas, bien comunicadas y accesibles.
- Se trata de conseguir que el área sea apetecible para el usuario, que el cliente local permanezca en la zona sin desplazarse a otras áreas (reducción de la distancia de transporte, movilidad local) y, en menor medida, que a personas de otras localidades les resulte atractiva para visitar, todo ello atrayendo un mayor flujo de personas e incrementando inercialmente el número de ventas.

Las experiencias previas demuestran como fundamental la devolución al transeúnte del espacio urbano de la zona comercial, actualmente monopolizado por la circulación rodada, mediante peatonalizaciones, vías semi peatonales o calmado del tráfico. De la misma manera, se ha observado el contraproducente efecto de realizarlo sin un estudio de alternativas para el estacionamiento y el desplazamiento, en vehículo público y privado (por ese orden de importancias) ni una correcta programación temporal, que garanticen la accesibilidad a la ZCA, sin que se observe el esperado aumento en usuarios y, por tanto, en ventas. Es importante, llegado este punto, tener en cuenta que las iniciativas locales para resolver un problema pueden ocasionar otros en otros campos o pueden estar reñidas con otras políticas a nivel nacional o regional. Por ejemplo, la política de mejora de la calidad del aire (mediante la adquisición de guaguas limpias) puede verse obstaculizada por el crecimiento del transporte privado ocasionado por decisiones de ordenamiento del suelo (construcción de aparcamientos en el centro urbano).⁶

La creación de valor que genera la ciudad en su centro urbano está, en parte, constituida por todos los factores beneficiosos que los clientes valoran tales como el hecho de poder hacer compras en comercios singulares con cierto grado de exclusividad, incentivos promocionales, calidad del servicio individual, proximidad, interacción social y la animación y lo ameno del entorno urbano.

Por el contrario, el consumo en zonas comerciales urbanas conlleva generalmente un mayor gasto (que precisa un mayor poder adquisitivo) y, generalmente, mayor dedicación (por estar los bienes objeto de compra más dispersos).

En la actualidad esta tradicional zona comercial presenta unas características poco apropiadas que no encajan con los requisitos que marca, para una zona comercial, el cliente actual.⁷

La distancia actual entre los objetivos que se persiguen en el caso de la ZCA de Schamann – Pedro Infinito y su estado de partida imposibilitan que este proceso sea gestionado mediante actuaciones o planes parciales, como se ha demostrado en este caso concreto años atrás, haciendo necesaria la tenencia y seguimiento de una guía que marque las actividades y plazos a desarrollar para la correcta consecución de los objetivos y que, por lo amplio del horizonte temporal que comprende, debe ser un documento que se actualice a las situaciones que se puedan ir produciendo en la zona.

Este instrumento es el Plan Director, que debe recoger una serie de aspectos clave: la solución a los problemas de movilidad hasta las Zonas Comerciales, que junto a la falta de oferta de ocio y esparcimiento de la zona son los principales factores negativos obtenidos del estudio de valoración del programa para la potenciación de las zonas comerciales abiertas de Canarias 2002 - 2009. También es necesario definir aspectos logísticos básicos para los comercios de la zona como vados de carga y descarga.

Se observa que la ejecución de las actividades recomendadas anteriormente para conformar este tipo de planes tiene un beneficio directo en los comercios de la zona que afecta pero que no solamente potencia los locales comerciales sino que favorece fuertemente al sector hostelero. Los índices de ventas y el incremento de los precios de alquiler de locales destinados a bares, cafeterías y restaurantes en ZCA así lo señalan.

Es igualmente fundamental paliar las dificultades en la adaptación a los cambios que sufren los comercios tradicionales, contemplando dentro de las actuaciones de potenciación de la ZCA la programación de cursos, seminarios y acciones formativas dirigidas a empresas y trabajadores de la zona comercial.

Por tanto, la finalidad absoluta del Plan Director se resume en el siguiente objetivo general:

- Mantener y potenciar el pequeño comercio urbano como motor de empleo y riqueza local.

⁴ Síntesis del Plan Director Insular de Zonas Comerciales Abiertas de Gran Canaria. Noviembre de 2 015.

⁵ Clasificación según Orden de 8 de mayo de 2020, por la que se modifican las bases reguladoras para la concesión de subvenciones a proyectos de “Dinamización de Zonas Comerciales Abiertas de Canarias”, aprobadas por Orden de 18 de agosto de 2016.

⁶ Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo sobre una estrategia temática para el medio ambiente urbano {SEC(2006) 16}. Comisión de las Comunidades Europeas. 11.1.2006.

⁷ Plan General de Ordenación (P.G.O.) de Las Palmas de Gran Canaria (2012).

Canalizado a través de una serie de objetivos específicos generales que abarcan afecciones al ámbito urbano, la movilidad local, la imagen de la zona comercial, la definición del ámbito, el tejido comercial, la colaboración entre agentes y el asociacionismo.

En base a lo anterior, el Ayuntamiento trabaja para reactivar toda la zona, deseando potenciar el área comercial, acercándola al Mercado de Altavista, y a todo el resto del barrio.

Es a la mencionada intención de impulso de estas zonas por parte del Gobierno de Canarias y del Cabildo de Gran Canaria a la que se adhiere la voluntad planificadora y de gestión del Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria, para implementar a través de un Plan Director la potenciación de la Zona Comercial Abierta de Schamann – Pedro Infinito a fin de recuperarla, conservarla y promocionarla como centro tradicional de compra.

A su vez, esta iniciativa local de dinamización urbana y comercial, enlaza con los preceptos básicos de la Estrategia Temática Europea de Medio Ambiente Urbano, COM (2005) 718 final de 11 de enero de 2006, trasladada a España como Estrategia de Medio Ambiente Urbano, especialmente en el aspecto de niveles de ruido ambiental y dependencia del coche que, como se presenta en capítulos posteriores, afecta a la ZCA de estudio.



Ilustración 3. Vista de la calle Pedro Infinito en los años 60. Fuente: pinterest.

1.3. CONTENIDOS DEL PLAN.

El presente Plan Director está conformado por Memoria y Planos, indicándose el equipo redactor y la institución contratante en la Ficha de Trabajo. Los agentes intervinientes en la información y desarrollo de la toma de datos y de decisiones, así como de reuniones mantenidas con los representantes de las administraciones y asociaciones de comerciantes, análisis de los datos iniciales y diagnóstico de la ZCA, de sus potencialidades y de sus deficiencias, interrelación con el planeamiento urbanístico y con otros proyectos dentro o fuera del área de actuación propuesta, la definición de los objetivos generales propuestos, los posibles planteamientos de gestión en concesión de determinados servicios u obras, el programa de actuación en fases y presupuesto y otros contenidos se encuentran en distintos puntos de este documento.

Los capítulos que lo conforman, además del presente de 1. INTRODUCCIÓN., son los siguientes:

2. ÁMBITO TERRITORIAL.
3. ANÁLISIS DEL TEJIDO COMERCIAL Y DEL ESPACIO PÚBLICO URBANO.
4. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN PRE-PLAN DE LA ZCA.
5. EL PLAN DIRECTOR: PROPUESTA PARA LA DINAMIZACIÓN COMERCIAL.

1.4. PARTICIPACIÓN DE LOS AGENTES IMPLICADOS.

El proceso de redacción del presente documento ha ido acompañado de la consulta y la promoción de la participación de los agentes sociales afectados.

Este espíritu de implicación, mediante el cual el equipo redactor de TESAN, ingeniería y formación y los responsables del Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria han ido organizando reuniones con las partes interesadas a medida que el documento iba avanzando en su confección, es el que fortalece tanto los fundamentos que el Plan utiliza para realizar el diagnóstico actual como la propuesta que se presenta para obtener el fin que este Plan Director persigue.

Desde las reuniones previas hasta los últimos acuerdos en las propuestas del Plan, esta estrategia conformada por el proceso de recopilación de información veraz obtenida del día a día de los empresarios de la zona, así como el enriquecimiento de los debates generados en la exposición de soluciones y los acuerdos adoptados, crea una masa crítica compuesta por distintos agentes (equipo redactor, promotor, servicios municipales, empresarios...) que garantiza resultados óptimos en el análisis (capítulo 3), diagnóstico (capítulo 4) y propuestas (capítulo 5) que se presentan.

Este documento, y la ejecución de las tareas y fases expuestas en su capítulo 5, ha de entenderse (como ya se ha comentado) como una guía de referencia la cual obtendrá mejores resultados conforme más rigor se tenga en su implantación pero no debe ser un instrumento inmutable, por lo que debe contemplarse una continuidad en el mencionado proceso de consulta y promoción de la implicación de los agentes afectados, principalmente porque:

- El medio plazo que se propone para algunas de las propuestas puede precisar que, por devenir inesperado, estas deban ajustarse.
- Un documento como el que nos ocupa conseguirá su objetivo solamente si consigue aceptación de los interesados y afectados siendo la participación una condición *sine qua non* para esa aceptación.

De esta manera, se recomienda que, paralelamente a la ejecución de lo planificado en el capítulo 5 de este documento, se lleven a cabo más actividades de participación que mantengan este nivel de consenso y aceptación, tales como su publicación en web municipal, presentación en la propia ZCA a pie de calle y sincronización de actividades de información con ejecución de líneas de actuación del Plan.

El cronograma de encuentros que se han comentado ha sido el siguiente:

Tabla 1. Cronograma de reuniones para la participación de los agentes implicados.

SESIÓN	FECHA	LUGAR	PARTICIPANTES	ASUNTOS TRATADOS Y/O ACUERDOS ADOPTADOS
1	11/10/2019	Sede Central del Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria	<ul style="list-style-type: none"> Equipo redactor Representantes del promotor Representantes de la asociación de empresarios: D. Orlando y D. Nauzet 	<ul style="list-style-type: none"> Reunión previa Presentación del equipo Comentarios del equipo sobre las indagaciones previas realizadas Presentación del programa y metodología de trabajos Se comentan las pautas generales que se perseguirán con la redacción del documento: integración de la zona en un entorno común, inclusión de áreas de esparcimiento/ocio, favorecimiento del incremento del flujo de transeúntes (mejora de los modos de transporte, peatonalización/semipeatonalización, medidas coercitivas al transporte privado, planificación de estacionamientos) y tener en cuenta las necesidades de los comercios (puntos de carga/descarga, puntos de gestión de residuos...) Presentación de las fuentes de información y solicitud al promotor del acceso a algunas de ellas
2	21/10/2019	Sede del Distrito Ciudad Alta	<ul style="list-style-type: none"> Equipo redactor Concejal de Distrito 	<ul style="list-style-type: none"> Aportación, por parte del Distrito, de fuentes de información y trabajos previos relacionados
3	01/02/2020		<ul style="list-style-type: none"> Equipo redactor 	<ul style="list-style-type: none"> Redacción documento "Informe previo: PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA DE SCHAMANN-PEDRO INFINITO."
4	01/03/2020		<ul style="list-style-type: none"> Equipo redactor 	<ul style="list-style-type: none"> Redacción documento "Avance: PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA DE SCHAMANN-PEDRO INFINITO."
5	04/03/2020	Sede Central del Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria	<ul style="list-style-type: none"> Equipo redactor Representantes del promotor Representantes de la asociación de empresarios: D. Orlando y farmacéutico de la zona, así como dos técnicos de su confianza 	<ul style="list-style-type: none"> Comentarios sobre el progreso del trabajo Modificaciones en el plan de trabajos
6	01/06/2020	ZCA Schamann – Pedro Infinito	<ul style="list-style-type: none"> Equipo redactor Representantes de la asociación de empresarios: D. Orlando, D. Pablo y D. Félix 	<ul style="list-style-type: none"> Visita a la zona con los representantes de los empresarios y consulta sobre las demandas más representativas de los mismos, así como observación in situ de los lugares con mayores problemáticas Recopilación de información y reportaje fotográfico de los puntos destacados Acuerdos sobre distintos aspectos del entorno urbano
7	Octubre 2020	Telemáticamente	<ul style="list-style-type: none"> Equipo redactor Representantes de la asociación de empresarios: D. Orlando 	<ul style="list-style-type: none"> Participación de los empresarios mediante encuesta Se transmite la necesidad de participación en la misma, así como los enlaces de acceso a esta (desde PC, desde teléfono inteligente, por correo electrónico)

SESIÓN	FECHA	LUGAR	PARTICIPANTES	ASUNTOS TRATADOS Y/O ACUERDOS ADOPTADOS
8	11/02/2021	Sede Central del Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria	<ul style="list-style-type: none"> Equipo redactor Representantes del promotor Representantes de la asociación de empresarios: D. Orlando y D. Nauzet 	<ul style="list-style-type: none"> Presentación de resultados del proceso participativo Presentación de resultados del análisis y esbozos del diagnóstico Puesta en común del diagnóstico y acuerdos sobre el mismo Solicitud, a los representantes de los empresarios para que, en base a los resultados del análisis y del diagnóstico, realicen un escrito formal de propuestas para el plan director (plazo de 10 días)
9	09/04/2021	Telemáticamente	<ul style="list-style-type: none"> Equipo redactor Representantes del promotor Representantes del Cabildo de Gran Canaria (Consejería de Área de Industria, Comercio, Artesanía y Vivienda) 	<ul style="list-style-type: none"> Presentación y consenso del Plan (análisis, diagnóstico y propuestas de Plan Director) Envío del documento, en su estado pre final, a los técnicos de la administración insular para su estudio
10	19/04/2021	Sede Central del Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria	<ul style="list-style-type: none"> Equipo redactor Representantes del promotor Representantes del Observatorio de Movilidad de la ciudad Representantes de Sagulpa Representantes del servicio de Movilidad 	<ul style="list-style-type: none"> Presentación y consenso del Plan (análisis, diagnóstico y propuestas de Plan Director) Acuerdos que proceden para la homogeneización de la propuesta del Plan junto con las nuevas fases de Plan Director de la Bicicleta, planificación de nuevas ampliaciones del servicio Sitycleta y de regulación de estacionamientos, entre otros

2. ÁMBITO TERRITORIAL.

2.1. PRESENTE: EL ÁMBITO.

La Zona Comercial Abierta objeto de estudio se encuentra en el término municipal de Las Palmas de Gran Canaria, inserto en su núcleo urbano. El municipio, capital de provincia, ocupa una extensión de 100,60 km² del cuadrante noreste de la isla de Gran Canaria.

El comentado ámbito territorial tiene unas consecuencias y relaciones directas en otros ámbitos como son la mencionada capitalidad provincial, la relevancia en el ranking poblacional nacional, la fortaleza marítima como nudo de conexiones y puerto HUB, la ubicación estratégica como nodo entre continentes y el prestigio como destino turístico nacional e internacional.

Con una población de 379 925 habitantes (2019), concentra un 17,6 % de los pobladores del archipiélago y un 44,63 % de la isla en un contexto de crecimiento demográfico medio del 0,3 % respecto a los residentes en el municipio en el año 2000.

Estas cifras de población absolutas y de superficie se enmarcan en la realidad de la ciudad si observamos que el municipio sufre una densidad de 3 775,59 hab/km² (superior aún en el ámbito urbanizado, pues el dato municipal abarca también zonas rurales y agrícolas) cuando en la isla es de 545,55 hab/km².

Igualmente, es el tercer municipio en alojamiento de turistas con 7 464 camas (un 5,89 % del total de la isla) y un puerto clave en el sector de turismo de cruceros atlántico con 718 840 pasajeros anuales.⁸

En esta resumida situación de la ciudad, la ZCA Schamann – Pedro Infinito se ubica en la comúnmente denominada “zona alta” de la ciudad si bien actualmente, con el desarrollo de zonas a mayor cota que Schamann como Siete Palmas y otras, esta acepción deja de ser representativa de la comparación entre distintas zonas de la urbe y queda más como un topónimo popular.

Ubicado en un alto entre el barranco de Las Rehojas y el barranquillo de Don Zoilo, Schamann se encuentra en un emplazamiento urbano fuertemente consolidado, rodeado de barrios (Escaleritas, Las Chumberas, Altavista, Las Rehojas, Cruz de Piedra, Sansofé - Cuevas Torres) con altas densidades poblacionales y un gran número de potenciales clientes. No en vano, el distrito en el que se encuentra (Distrito Ciudad Alta) es el más populoso de la ciudad con 104 262 habitantes y el núcleo de Schamann concretamente alcanza la cifra de 13 630 residentes, que hacen una densidad que rebasa los 29 000 hab/km².⁹

En el momento actual, el consumo en la zona es realizado por clientes locales, del propio barrio e inmediaciones, sin que su efecto llamada apenas llegue a los potenciales compradores de otras zonas de la ciudad o de otros núcleos poblacionales. El turista tampoco se encuentra, a día de hoy, dentro del cliente tipo de Schamann – Pedro Infinito debido a su lejanía con el puerto (en el camino desde el cual se encuentran otras dos ZCA como son Puerto-Canteras y Mesa y López) y a la inexistente campaña de promoción de la zona en los núcleos turísticos, puerto y aeropuerto de la isla.

El área de análisis comprende una figura sensiblemente rectangular, alargada por la predominancia de la calle Pedro Infinito, eje y principal vía de la ZCA, a la cual se enlaza otro rectángulo colocado de forma ortogonal al primero y que se fundamenta en la calle Zaragoza y la primera manzana de perpendiculares a esta.

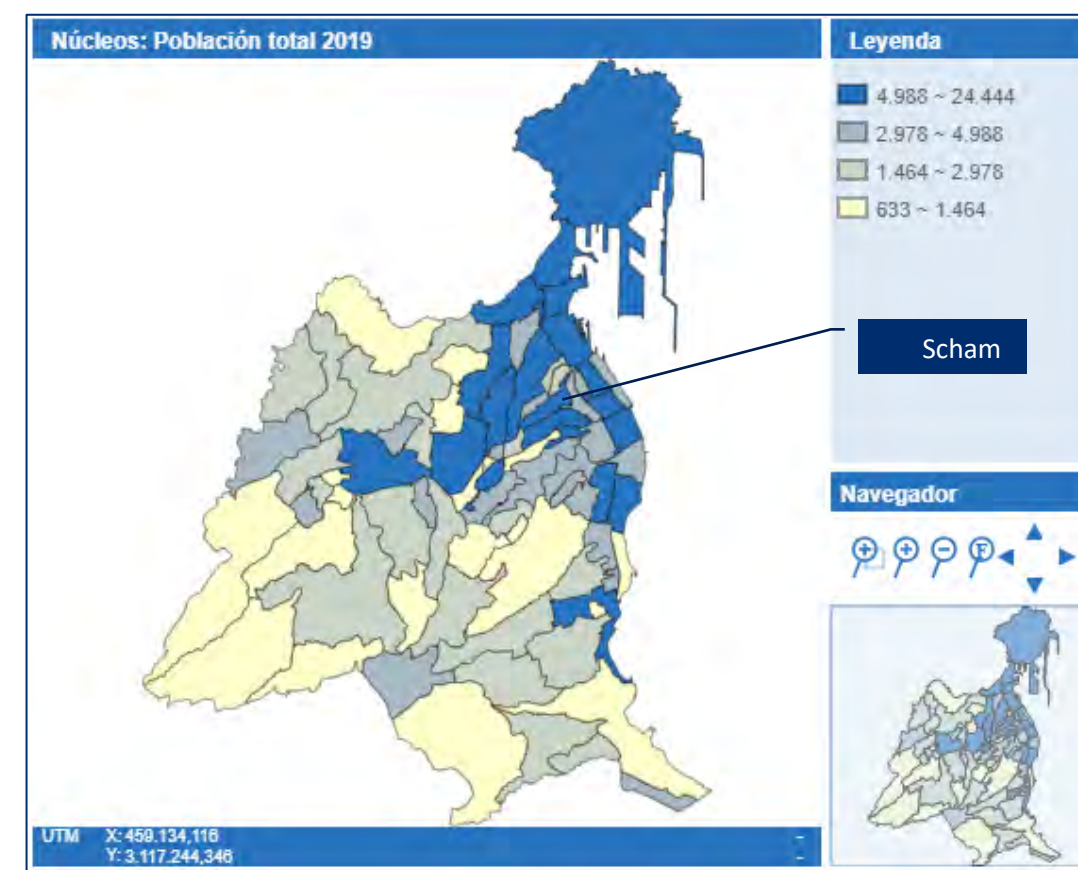


Ilustración 4. Población total (año 2019) por núcleos poblacionales en Las Palmas de Gran Canaria. Fuente: Observatorio Socioeconómico Urbano de Las Palmas de Gran Canaria.

Los límites de estas áreas son las calles Agustina de Aragón, Don Pío Coronado, Misericordia y Gerona para el área rectangular mayor y Zaragoza, Sor Simona y Voluntad para el área rectangular menor.

Si bien no se encuentra dentro del área estrictamente adscrita a la ZCA, el Mercado Municipal de Altavista, ubicado a unos 380 metros de la zona comercial influye en su actividad, pues actúa como foco de atención y complementa los servicios que la ZCA ofrece.

Por otra parte, la ZCA Schamann – Pedro Infinito tiene cercano a ella un gran polo de atracción como es el parque y recinto deportivo de Las Rehojas con el cual tiene acceso directo y, en menor medida, el parque de El Canódromo que se encuentra contiguo a la zona comercial en su otro extremo.

El ámbito, en cuanto a su dibujo urbano, sigue un esquema rectilíneo ortogonal con pocas excepciones (inicio de Pedro Infinito, final de Agustina de Aragón) que describe manzanas cerradas muy regulares de unos 45 x 100 metros, ocupando una superficie total de aproximadamente 133 000 m².

Las alturas de las edificaciones son medias-bajas (normalmente 3 a 5 alturas) con volúmenes pequeños salvo pocas excepciones (edificio Canódromo, edificio España...)

Los ámbitos de análisis específico y de actuación derivan a través de la distribución del núcleo principal de actividad comercial en 4 sectores nombrados de la “A” a la “D”, además de la ya mencionada inclusión del mercado municipal de Altavista.

⁸ Fuentes: Instituto Canario de Estadística (ISTAC) y Puertos del Estado.

⁹ Fuente: Excmo. Ayto. de Las Palmas de Gran Canaria.

El *sector A* refiere al extremo suroeste de la ZCA, el área más cercana a los barrios de Cruz de Piedra y Anzofé, estando comprendida por las calles Agustina de Aragón, Don Pedro Infinito y Don Pío Coronado en sus tramos entre los viales Misericordia y Realidad así como las propias Misericordia, Pepe Rey y Realidad en los tramos de ellas que se encuentran entre los anteriores.

El *sector B*, tramo central de la ZCA, se compone por las calles Agustina de Aragón, Don Pedro Infinito y Don Pío Coronado en sus tramos entre los viales Tormento y Zaragoza y la calle Doña Perfecta en su tramo entre Voluntad y Zaragoza, integrando también los tramos de Tormento, Tristana y Voluntad enmarcados por las principales mencionadas.

El *sector C*, en el extremo este de la zona comercial, linda con los parques de Las Rehojas y Don Benito y en ella se encuentran, parcialmente, los viales Agustina de Aragón, Don Pedro Infinito, Don Pío Coronado, Zaragoza, Jacinta, Alceste y Pantoja y, por completo, los viales Halma y Gerona.

Por último el *sector D*, la más septentrional de la ZCA, alberga las calles Federico Viera, Pablo Penáguilas, Mariucha y Sor Simona en el tramo entre Voluntad y Zaragoza así como estas dos últimas entre Sor Simona y Doña Perfecta.

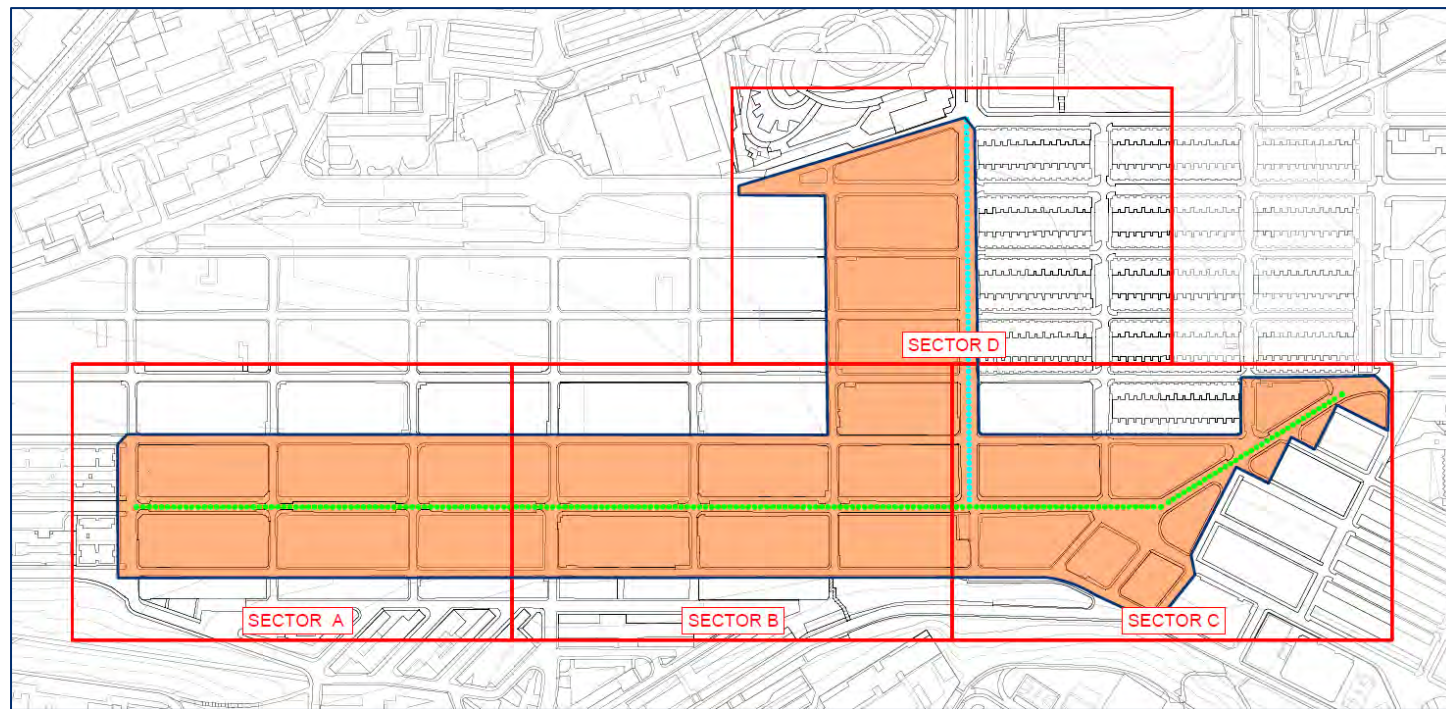


Ilustración 5. División de la ZCA en sectores de estudio para el presente Plan Director.

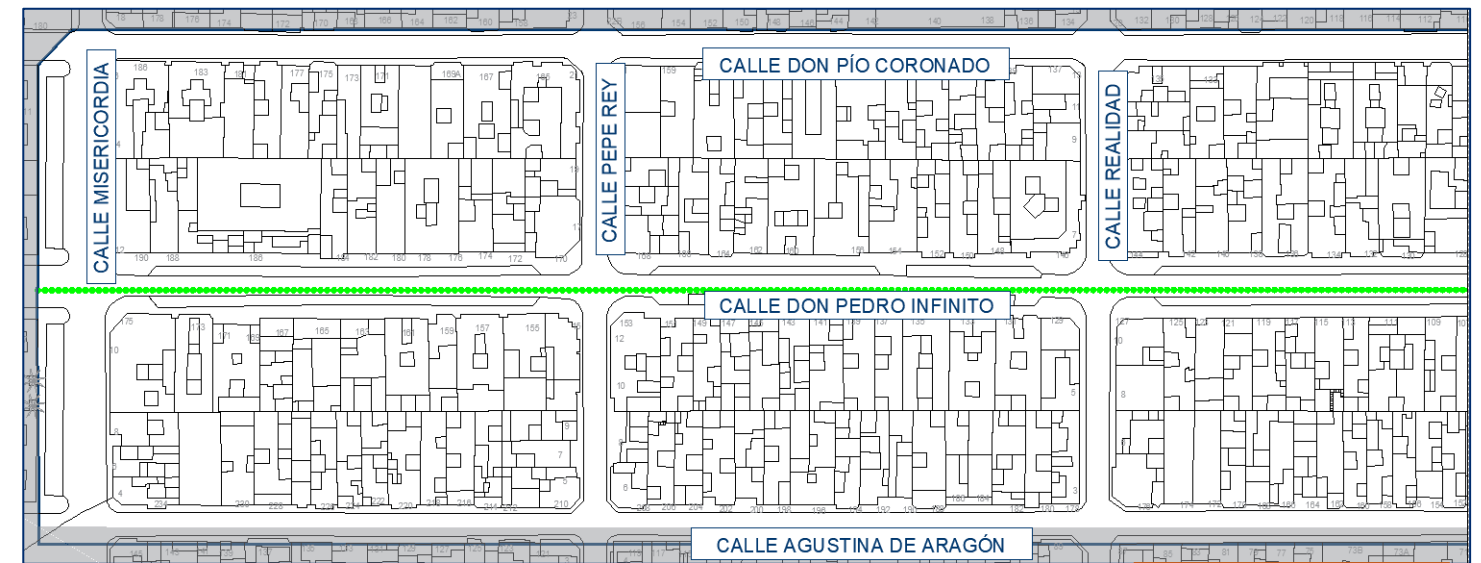


Ilustración 6. Sector de estudio "A".

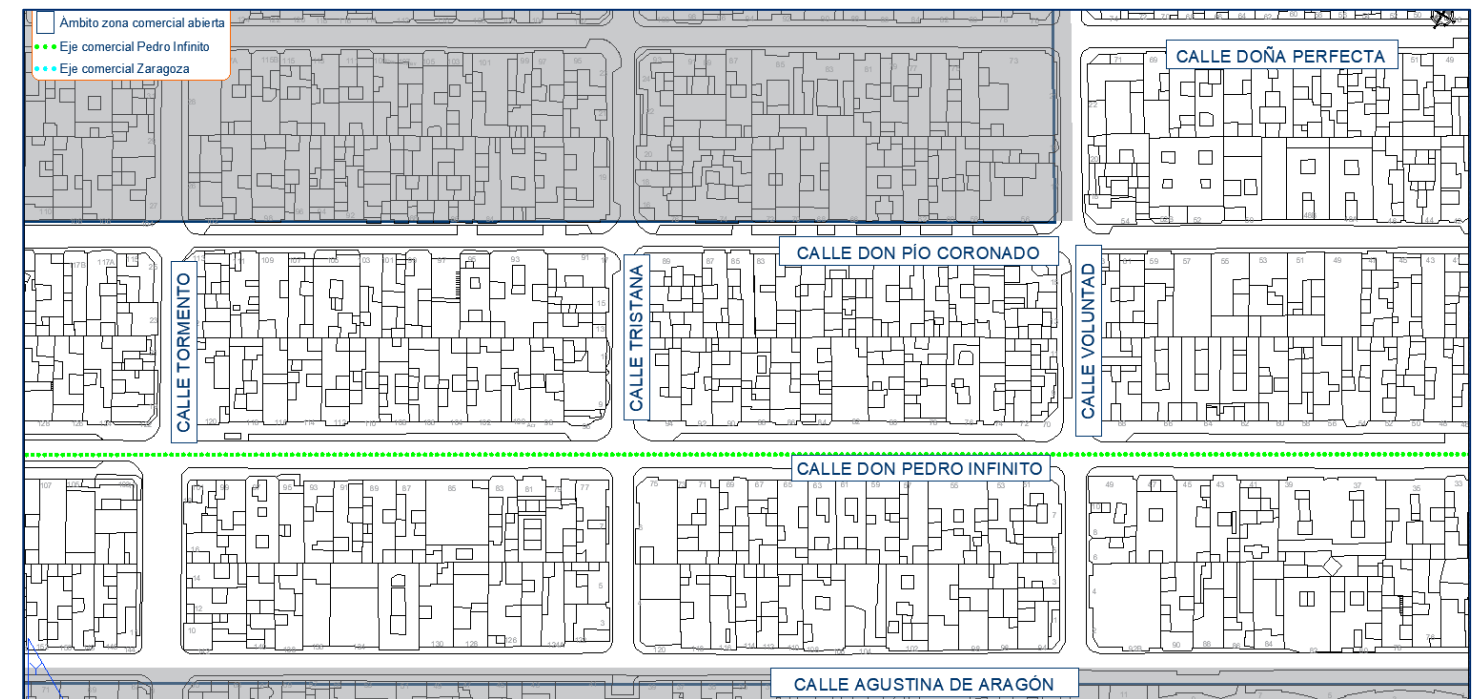


Ilustración 7. Sector de estudio "B".

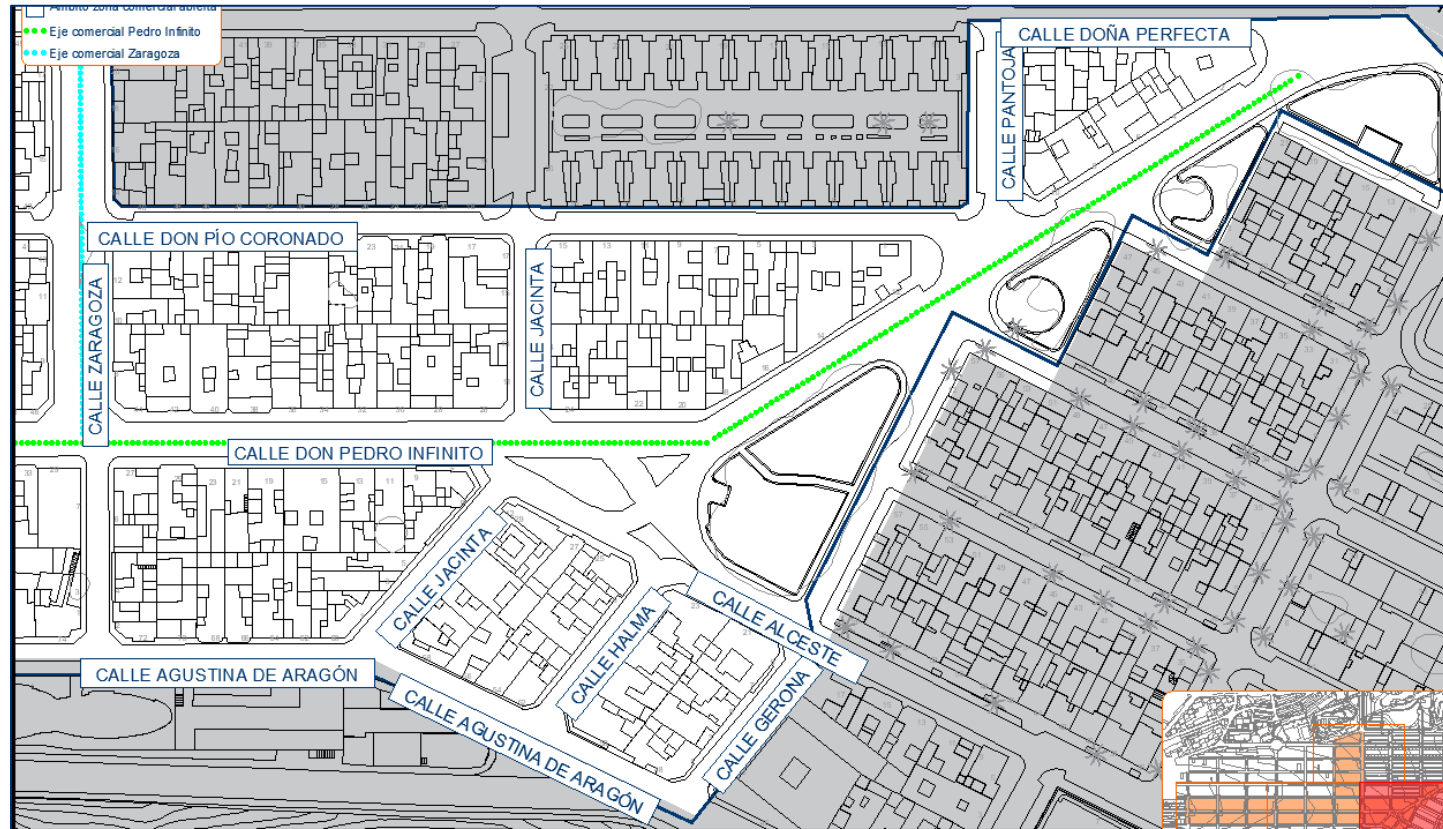


Ilustración 8. Sector de estudio "C".

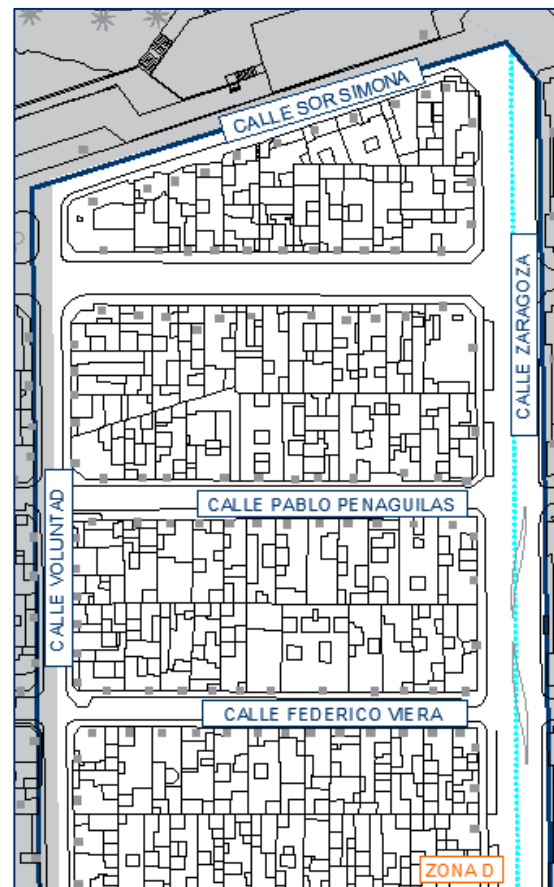


Ilustración 9. Sector de estudio "D".

Tabla 2. Detalle de la división por sectores de la ZCA para el presente estudio.

SECTORES DE LA ZCA SCHAMANN - PEDRO INFINITO PARA EL PLAN DIRECTOR			
Sector	Superficie (m2)	% de la ZCA que supone	Viales que la comprenden
A	33 490	26,26%	<ul style="list-style-type: none"> · Agustina de Aragón, de los números 73 y 152 a la calle Misericordia. · Don Pedro Infinito, de los números 109 y 128 a la calle Misericordia. · Don Pío Coronado, de los números 110 y 119 a la calle Misericordia. · Misericordia, de Agustina de Aragón a Don Pío Coronado. · Pepe Rey, de Agustina de Aragón a Don Pío Coronado. · Realidad, de Agustina de Aragón a Don Pío Coronado.
B	42 837	33,59%	<ul style="list-style-type: none"> · Agustina de Aragón, de los números 1 al 71 y 76 al 152. · Don Pedro Infinito, de los números 35 al 107 y 48 al 126. · Don Pío Coronado, de los números 42 al 108 y 41 al 117. · Doña Perfecta, de los números 46 y 49 a la calle Voluntad. · Tormento, de Agustina de Aragón a la calle Don Pío Coronado. · Tristana, de Agustina de Aragón a la calle Don Pío Coronado. · Voluntad, de Agustina de Aragón a la calle Doña Perfecta.
C	31 022	24,32%	<ul style="list-style-type: none"> · Agustina de Aragón, del número 48 al 74. · Don Pedro Infinito, de los números 2 al 46 y 7 al 33. · Don Pío Coronado, del número 1 al 41. · Doña Perfecta, del número 1 a la calle Pantoja. · Gerona, de Agustina de Aragón a la calle Alceste. · Halma, de Agustina de Aragón a la calle Alceste. · Jacinta, de Agustina de Aragón a la calle Don Pío Coronado. · Pantoja, de Don Pedro Infinito / Don Pío Coronado a la calle Doña Perfecta. · Alceste, de Don Pedro Infinito a Gerona. · Zaragoza, de Agustina de Aragón a los números 19 y 20.
D	20 191	15,83%	<ul style="list-style-type: none"> · Zaragoza, de los números 21 y 22 a la calle Sor Simona. · Voluntad, de los números 23 y 24 a la calle Sor Simona. · Federico Viera, de Zaragoza a la calle Voluntad. · Pablo Penaguilas, de Zaragoza a la calle Voluntad. · Mariucha, de Zaragoza a la calle Voluntad. · Sor Simona, del número 47 al 67.

La zona tiene como referente de origen el proceso de urbanización en las primeras décadas y mediados de siglo veinte, cuando familias de otras partes de la ciudad recorrían el arduo camino hasta lo que hoy es Schamann para beneficiarse de las asequibles condiciones que el dueño de los terrenos (apellido con ese nombre) ofrecía a quienes desearan construir su vivienda y asentarse allí.

Desde antes de los años cincuenta la calle hoy llamada Don Pedro Infinito era el eje del barrio, pues además formaba parte de la carretera que comunicaba la zona baja de la ciudad (Bravo Murillo, Tomás Morales, Fincas Unidas...) con la Carretera del Norte que conducía a Tamaraceite. A ambos márgenes de la misma se fueron construyendo viviendas, pero manteniendo la predominancia de dicha vía, en la cual comenzó en la década siguiente a desarrollarse una incipiente actividad comercial que se nutría de los residentes en los nuevos barrios de Escaleritas, Las Chumberas, El Polvorín y el crecimiento del propio Schamann.

Sería en los años 80 y 90 cuando la zona vivió su apogeo, como atractor de compradores de todas las zonas de la ciudad, tras el cual comenzó el declive ya comentado. Desde esas fechas y hasta hoy no se han llevado a cabo procesos de

renovación profundos en el aspecto urbano de la zona que dinamicen de manera integral su actividad comercial y su lugar en el sector terciario de la ciudad. Las actuaciones en las últimas décadas se han limitado a renovaciones de pavimentación, reposiciones en las capas de firme, renovaciones parciales del mobiliario, mantenimiento y mejoras en la imagen de las fachadas y reformas de las plazas (además de mejoras y mantenimientos en las instalaciones de los servicios urbanos), siempre en planes parciales con finalidades concretas e individualizadas, sin que se hayan producido transformaciones de importancia del entorno urbano heredado.

En la actualidad, la falta de modernización en múltiples aspectos ha conllevado una devaluación de los valores de inmuebles (el precio medio el metro cuadrado es de unos 1 100 €, frente a la media del municipio de 1 988 €)¹⁰, reducción de la actividad e imagen decadente, fenómeno que su excelente situación como punto intermedio entre numerosos barrios densamente poblados no ha conseguido revertir.

La zona no sufre, en los últimos años, de congestión circulatoria. A falta de un estudio concreto y específico con aforos, la moderada densidad edificatoria y la igualmente moderada actividad comercial propician que se pueda presumir que la vía más demandada es la calle Zaragoza pero que ninguna de las calles del ámbito sufre de insuficiencia para canalizar los flujos de vehículos que les afectan.

No ocurre lo mismo con la dotación de vados, zonas de carga y descarga, y estacionamientos (regulados o no), aspectos que a día de hoy son algunos de los grandes asuntos pendientes del área así como las áreas de disfrute para el peatón, casi inexistentes por la limitada oferta de plazas o lugares al aire libre y la absoluta inexistencia de viales peatonales o de convivencia de usos (la dominancia de la oferta tradicional de espacio para el tráfico rodado y el vehículo es total).

FICHERO DE EVALUACIÓN AMBIENTAL			UAM-030
Denominación: CIUDAD ALTA VIEJA			hoja 1 de 7
EMPLAZAMIENTO			
Superficie	1.788.563,63 m ²	Altitud mínima	22 m
		Altitud máxima	158 m
Sector Urbanístico Schamann, Escaleritas			
DELIMITACIÓN			
RESUMEN GRÁFICO			
<p>■ P.G.O. de Las Palmas de Gran Canaria ■ Adaptación Plena al TR-LOTCEC y las Directrices de Ordenación (Ley 19/2003) ■ Octubre de 2012 ■</p>			

Unidades Ambientales

¹⁰ Fuente: fotocasa.

FICHERO DE EVALUACIÓN AMBIENTAL		UAM-030
Denominación:	CIUDAD ALTA VIEJA	hoja 2 de 7
RESUMEN DE CARACTERÍSTICAS AMBIENTALES		
SITUACIÓN AMBIENTAL		
Criterio de homogeneidad	Espacio urbano consolidado con predominio de urbanización residencial en polígono.	
Tipo de pendiente	Entornos con pendientes moderadas y/o altas	
Calidad visual	Bajo	
Tipo agrológico	Suelo Urbanizado	
Población residente: 49.190 hab		
Densidad: 27.502,52 hab/km ²		
Usos predominantes: Residencial		
Intensidad de uso: Medio		
Resumen	<p>Área de expansión de la ciudad, en la última mitad del pasado siglo, que se extiende sobre llanos, barrancos y lomos labrados sobre la Formación Detrítica de Las Palmas. El sector comenzó su desarrollo urbanístico en los años sesenta del pasado siglo mediante la aparición de barriadas y polígonos residenciales; fundamentalmente, de promoción oficial, salpicados de plazas y parques, algunos de cierta relevancia ambiental, como sucede con el que se prolonga entre el estadio Pepe Gonçalves y la Avenida de Escaleritas, en el entorno de La Minilla, incluido en el Catálogo de Zonas de Interés Medioambiental (ZIM-089). El número de habitantes que alberga la unidad es muy elevado. Las dotaciones son abundantes. Lo es también la variedad funcional, de carácter residencial, comercial, industrial, deportivo, educativo y sanitario, producto de un desarrollo fundamentalmente planificado del territorio.</p> <p>Ante la previsión de la intensificación de los usos y aprovechamientos existentes, de la congestión viaria provocada por un incremento del tráfico rodado, del desarrollo de edificios e instalaciones de reducida calidad ambiental y de la consiguiente desestructuración del paisaje urbano, que incrementa el deterioro ambiental, los sectores colindantes con el Barranco de La Ballena, con el Parque de Las Rehoyas o con La Cornisa, adquieren una marcada fragilidad paisajística a causa de la amplia cuenca visual que generan.</p>	

Unidades Ambientales

FICHERO DE EVALUACIÓN AMBIENTAL		UAM-030
Denominación:	CIUDAD ALTA VIEJA	hoja 3 de 7
RESUMEN DE CARACTERÍSTICAS AMBIENTALES		
CONDICIONES FUNCIONALES		
Elementos relevantes	Área industrial, Equipamiento cultural, de ocio y esparcimiento relevante, Equipamiento deportivo relevante	
Puntos de congestión	Avenida de Escaleritas y Calle Don Pedro Infinito.	
Nivel de ruido	Alto	
PATRIMONIO HISTÓRICO		
Bien de Interés Cultural	No contiene BIC	
Arqueológico	Sin elementos arqueológicos conocidos	
Etnográfico	Sin elementos etnográficos relevantes	
Arquitectónico	ARQ-251, ARQ-252, ARQ-253, ARQ-254, ARQ-255	
PROTECCIÓN AMBIENTAL DEL TERRITORIO		
Hábitats de Interés Comunitario	Inexistente.	
Zona de Interés Medioambiental	ZIM-89	
Espacios protegidos	No afectada	
Red Natura 2000	No afectado por el LIC	
Dominio público	Hidráulico	
INTERÉS AMBIENTAL		
Relieve	Muy Bajo	
Potencial agrológico	Muy Bajo	
Biodiversidad	Muy Bajo	
Patrimonio Histórico	Muy Bajo	
Paisaje	Bajo	
Global	Muy Bajo	
ENCLAVES NATURALES DE ESPECIAL INTERÉS		
Agrológico	Sin relevancia	
Geológico	Sin relevancia	
Geomorfológico	Sin relevancia	
Biodiversidad	Sin relevancia	
Paisaje	Sin relevancia	

Unidades Ambientales

FICHERO DE EVALUACIÓN AMBIENTAL		UAM-030
Denominación:	CIUDAD ALTA VIEJA	hoja 4 de 7
DIAGNÓSTICO AMBIENTAL		
PROBLEMÁTICA AMBIENTAL PREEXISTENTE		
Tipo de entorno	Entornos Urbanos - De la ciudad alta con predominio de la edificabilidad agotada.	
Tipo de situación ambiental	TIPO XI Entornos urbanos de la ciudad baja de tipologías y funcionalidades diversas.	
Impactos previos	DEGRADACIÓN DE LOS ECOSISTEMAS - Irreversible por la urbanización	
Fragilidad visual	Bajo	
DINÁMICA AMBIENTAL DE TRANSFORMACIÓN		
Tipo de escenario ambiental previsible	Áreas urbanas o dotacionales con previsible mantenimiento de condiciones medioambientales y paisajísticas similares a las actuales, con conflictos puntuales asociados a la degradación del conjunto edificado y a la desintegración ambiental de los bordes.	
CAMBIO CLIMÁTICO Y RIESGOS NATURALES		
Intensidad acústica	Moderada	
Zona acústica	Uso industrial, Uso residencial	
Situación Riesgo	Tipo VII Áreas de riesgo antrópico-tecnológico medio asociado a la existencia de grandes concentraciones de personas.	
Fenómenos relevantes	Espacio urbano consolidado con predominio de urbanización residencial en polígono.	
Potencial de riesgo natural	Bajo	
Potencial de riesgo antrópico	Medio	
Efecto previsible	Alteración de la calidad de vida y del bienestar humano.	
CAPACIDAD AMBIENTAL DE ACOGIDA		
Tipo de capacidad	TIPO VII - Unidades con una capacidad de carga alta susceptibles de albergar usos urbanos residenciales, dotaciones, de equipamientos, industriales o terciarios diversos.	
Nivel de capacidad	<i>Conservación y regeneración natural</i>	3
	<i>Usos agropecuarios</i>	0
	<i>Usos recreativos al aire libre</i>	3
	<i>Sistemas generales equipamiento e industria</i>	3
	<i>Rehabilitación del paisaje y el patrimonio</i>	3
	<i>Edificación dispersa o pequeño núcleo</i>	2
	<i>Urbanización densa</i>	3

Unidades Ambientales

FICHERO DE EVALUACIÓN AMBIENTAL		UAM-030
Denominación:	CIUDAD ALTA VIEJA	hoja 5 de 7
INCIDENCIA AMBIENTAL DEL PLAN GENERAL		
ORDENACIÓN DEL PGO		
Determinaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Suelo urbano consolidado. - Suelo urbano industrial. - Ámbito de Planeamiento Remitido. APR-10 (Plan Especial "San Antonio"). 	
CARACTERIZACIÓN DEL IMPACTO		
Grado de alteración	<i>Formas de relieve</i> <i>Biodiversidad</i> <i>Capacidad agrológica</i> <i>Paisaje</i> <i>Patrimonio histórico</i> <i>Entorno urbano</i>	Bajo Muy Baja Muy Baja Bajo Muy Bajo Bajo
Indicadores de impacto	<i>Caracter acumulativo</i> <i>Duración</i> <i>Probabilidad</i> <i>Frecuencia</i> <i>Riesgos ambientales</i> <i>Vulnerabilidad del área</i> <i>Reversibilidad</i> <i>Caracter transfronterizo</i> <i>Magnitud</i> <i>Signo</i> <i>Valor del impacto</i>	Acumulativo a Paisaje Urbano en Entorno Temporal Impacto probable Discontinua Mínimo Baja Reversible a medio plazo Local Emplazamiento Positivo Poco significativo
Efecto positivo	- Mejora de la calidad paisajística del entorno urbano.	

Unidades Ambientales

FICHERO DE EVALUACIÓN AMBIENTAL		UAM-030
Denominación: CIUDAD ALTA VIEJA		hoja 6 de 7
INCIDENCIA AMBIENTAL DEL PLAN GENERAL		
ASPECTOS DE VULNERABILIDAD AMBIENTAL		
Elementos afectados - Inmuebles varios incluidos en el Catálogo Municipal de Protección por su interés arquitectónico. - Bienestar humano de la población asociada a la función residencial. - Interés asociado al paisaje de barrancos urbanos.		
INTEGRACIÓN AMBIENTAL DE LA ORDENACIÓN		
Medidas ambientales - Conservación e integración en el dinamismo urbano del enclave de parque urbano de Pepe González-La Estrella en el entorno de Escaleritas (Zona de Interés Medioambiental. ZIM-089). - Promoción del Parque del Canódromo como zona verde de interés ambiental y esparcimiento. - Adecuación paisajística de la urbanización y de la obra pública. - Tratamiento específico de minimización de situaciones potencialmente generadoras de riesgos naturales asociados a movimientos ocasionales de rocas y escorrentías pluviales. - Cualificación del entorno urbano en materia acústica y de calidad del aire. - Promoción del potencial paisajístico de las vías de cornisa (AM-048). - Condicionantes específicos: - Orden de Prioridad Primario. Gestión municipal de licencias y obras. (Inmediato a entrada en vigor).		

Unidades Ambientales

FICHERO DE EVALUACIÓN AMBIENTAL		UAM-030
Denominación: CIUDAD ALTA VIEJA		hoja 7 de 7
INCIDENCIA AMBIENTAL DEL PLAN GENERAL		
JUSTIFICACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL		
<p>Área de expansión de la ciudad, en la última mitad del pasado siglo, que se extiende sobre llanos, barrancos y lomos labrados sobre la Formación Detrítica de Las Palmas. El sector comenzó su desarrollo urbanístico en los años sesenta del pasado siglo mediante la aparición de barriadas y polígonos residenciales; fundamentalmente, de promoción oficial, salpicados de plazas y parques, algunos de cierta relevancia ambiental, como sucede con el que se prolonga entre el estadio Pepe González y la Avenida de Escaleritas, en el entorno de La Minilla, incluido en el Catálogo de Zonas de Interés Medioambiental (ZIM-089).</p> <p>El número de habitantes que alberga la unidad es muy elevado. Las dotaciones son abundantes. Lo es también la variedad funcional, de carácter residencial, comercial, industrial, deportivo, educativo y sanitario, producto de un desarrollo fundamentalmente planificado del territorio.</p> <p>Ante la previsión de la intensificación de los usos y aprovechamientos existentes, de la congestión viaria provocada por un incremento del tráfico rodado, del desarrollo de edificios e instalaciones de reducida calidad ambiental y de la consiguiente desestructuración del paisaje urbano, que incrementa el deterioro ambiental, los sectores colindantes con el Barranco de La Ballena, con el Parque de Las Rehoyas o con La Cornisa, adquieren una marcada fragilidad paisajística a causa de la amplia cuenca visual que generan.</p> <p>Desde el Plan General Municipal de Ordenación se pretende potenciar la actual consolidación del barrio, con intervenciones que, en todos los casos, estarán guiadas hacia la consecución de una mayor calidad ambiental, mediante el despliegue de áreas libres y de esparcimiento y el reforzamiento de los procesos de renovación edificatoria, tendente, todo, a cualificar el espacio urbano. No se prevé la alteración de áreas o elementos del patrimonio cultural y ambiental.</p> <p>Todas estas determinaciones tendrán una incidencia positiva en la calidad ambiental de la pieza territorial, aunque con una intensidad escasamente significativa en el contexto del municipio.</p>		

Unidades Ambientales

3. ANÁLISIS DEL TEJIDO COMERCIAL Y DEL ESPACIO PÚBLICO URBANO.

3.1. CONTEXTO GENERAL MUNICIPAL.

En sintonía con la importancia de la ciudad en el ámbito insular y regional que en capítulos anteriores se menciona, tanto por números de población como por otros aspectos tales como capitalidad, centro comercial y de negocios, etc., la atracción económica de Las Palmas de Gran Canaria llega a todos los puntos de la isla de Gran Canaria (e, incluso, de las islas de Fuerteventura y Lanzarote, en parte por la dependencia de estas de la isla capitalina e incluso Tenerife por la relación económica recíproca que entre ellas se establece).

El municipio continúa manteniendo durante este primer quinto de siglo XXI su carácter económico eminentemente terciario.

Recordando que el tejido comercial y hostelero en la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria representa el 24,47 % del total de puestos de trabajo del municipio¹², cantidad superior a cualquier otro sector económico y a la suma de algunos de ellos, es de vital importancia enmarcar el contexto actual municipal de la ZCA Schamann – Pedro Infinito en un cambio en la distribución espacial y en la estructura del sector comercial del municipio que ha acaecido en los últimos veinte años y que se basa, principalmente, en el traspaso de la actividad del sector desde las zonas comerciales tradicionales a nuevos complejos comerciales, de gran tamaño, ubicados en la periferia de la ciudad (hasta siete grandes centros comerciales de creación relativamente reciente –Las Arenas, El Muelle, Siete Palmas, El Corte Inglés Siete Palmas, Alisios, Las Terrazas, El Mirador- y uno de pequeño tamaño –Tamarana¹³-).

En la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria la zona comercial abierta de Schamann – Pedro Infinito tiene, como se ha mencionado, numerosos competidores tanto en forma de ZCA como de centro comercial cerrado. De esta manera, la ratio

Tabla 3. Centros comerciales cerrados (ordenados de mayor a menor según superficie).

CENTROS COMERCIALES			
	Nombre	Superficie (m2)	Distancia desde Schamann (km)
1	Alisios	165 000	6,4
2	Las Arenas	130 000	5,3
3	Las Terrazas	121 000	12,0
4	El Mirador	95 000	11,5
5	El Muelle	90 000	6,4
6	Siete Palmas - Hipercor	37 500 + 20 000	2,8
7	La Ballena	40 000	1,3
8	Las Ramblas	≈ 22 000	2,8
9	Decathlon – Leroy Merlin	16 000	6,4
10	Tamarana12F13	15 000	5,6
11	La Minilla	10 000	3,7

¹² Instituto Canario de Estadística (ISTAC). Datos referentes a septiembre de 2019 (se descartan los meses de la campaña de Navidad y el año 2020 por la anomalía provocada por la pandemia de Covid-19).

¹³ Centro actualmente sin actividad.

m^2 de superficie comercial / habitante se encuentra (con variaciones según el nivel de apreciación de las cifras) alrededor de 1. Este dato ubica a la capital a la cabeza de España en esta variable, clasificación en la cual ciudades como Barcelona o Madrid se mantienen en valores próximos a 0,3.

Además de lo anterior, la presencia de nuevas fórmulas de distribución en las que predominan las superficies de alimentación de tamaño medio (supermercados y establecimientos *hard discount* –Lidl, Mercadona...-) está estrechamente asociada no sólo a un cambio en los modos de consumo, sino también a un cambio en la estructura territorial en la que es relevante una mayor competencia por el control de los mercados, y también a un cambio en la estructura de la ciudad y en la disposición, tamaño y configuración de los locales que los albergan. En efecto, a lo largo de los últimos años el sistema inmobiliario ha venido expulsando de forma sistemática a amplias capas de población del centro y bordes del mismo, en unos casos por la obsolescencia de los edificios y en otros por el alto precio de las nuevas viviendas renovadas o rehabilitadas. Esta población desplazada forma un grupo social que, perdida la referencia vecinal y siendo muy dependiente del transporte para realizar sus compras, tiende a reducir y optimizar sus desplazamientos, por lo que es materialmente imposible que “vuelva” al centro, del que fue en cierto modo expulsada, para realizar todas sus compras, optando por otras fórmulas que, ya sea por diversidad de oferta o amplitud de horario, permiten atender la demanda de esta población periférica.¹⁴

Las bondades y problemas derivados de la generación de estas grandes zonas comerciales se añaden a las expectativas de dinamización comercial y generación de puestos de trabajo, así como el efecto directo de adaptación del valor de terrenos y urbanización en el entorno urbano en el que se establecen o la atracción-repulsión de la demanda residencial, todo ello requiriendo una importantísima capacidad de reinversión y adaptación de los comercios tradicionales a los nuevos requerimientos del mercado. La renovación comercial de un área (hablando ahora de los grandes centros comerciales pero aplicable también a las zonas comerciales abiertas) estimula la zona afectada y cercanas, haciendo variar la trama urbana y los aspectos sociales, económicos o demográficos del ámbito.

Parece deducirse que, así como los hipermercados o el ocio son las locomotoras de los grandes centros, estos son a su vez las locomotoras para los grandes proyectos urbanísticos, que unas veces surgen al calor de su implantación en tanto que otras veces se desarrollan tras la misma, después de algunos años de demora por razones administrativas o simplemente especulativas.

A pesar de todo lo anterior, las zonas comerciales tradicionales aguantan en general el fuerte tirón competencial que lo anterior supone, en gran parte gracias a los esfuerzos realizados por la administración insular y municipal, así como los comerciantes de estas áreas. De tal modo, zonas como las ZCA de Triana, Puerto-Canteras o Mesa y López han conseguido mantenerse en mayor o menor medida como áreas pujantes, al conseguir diferenciarse del resto de la oferta comercial completando esta misma con actividades de ocio, eventos, ferias y similares (especialmente en los casos de Triana y Mesa y López).

En términos urbanísticos parece evidente que las grandes superficies comerciales se hallan estrechamente asociadas a las nuevas áreas de desarrollo de las ciudades, dada su capacidad para generar nuevas centralidades urbanas. En todo caso, parece fuera de toda duda que el debate y conflicto entre gran centro comercial y pequeño comercio ha dejado de tener el sentido que tenía en los años noventa, ya que no es necesario adoptar la forma y tamaño de una gran superficie para desarrollar estrategias comerciales a ellas inherentes.¹⁵

¹⁴ Formatos y estrategias para el control del espacio comercial urbano: el caso de Valladolid y su entorno. Calderón Calderón y García Cuesta (2006).

¹⁵ Formatos y estrategias para el control del espacio comercial urbano: el caso de Valladolid y su entorno. Calderón Calderón y García Cuesta (2006).

Teniendo presente que una parte de los negocios que se instalan en zonas comerciales abiertas son comercios de alimentación y que en la ZCA de Schamann – Pedro Infinito se incluye el mercado de Altavista, es preciso contemplar la existencia de mercados municipales en la ciudad, varios de ellos en un cierto auge en los últimos tiempos, tras años de retroceso en el número de clientes y las cifras de ventas.

El esfuerzo de intentar seguir siendo competitivos que se menciona precisa de una decidida apuesta por la recualificación de comercios, comerciantes y empleados y del entorno o ámbito en el que se incluyen como factor atractor. Precisamente en este último aspecto es donde este Plan Director centra su mayor dedicación, pues el resto de factores, aunque se estudian y proponen mejorar, las medidas dependerán de la administración municipal y la gerencia de la ZCA como también se propone mejorar.

A la vista queda que el comercio en el centro de las ciudades ha experimentado en las últimas décadas profundos cambios, perdiendo presencia el comercio aislado a cambio del asociacionismo por zonas alrededor de un eje vertebrador

Tabla 4. Zonas Comerciales Abiertas (ordenados de mayor a menor según superficie). Datos: Excmo. Ayto. de Las Palmas de Gran Canaria.

ZONAS COMERCIALES ABIERTAS			
	Nombre	Superficie bruta incluida en el perímetro de la ZCA (m ²)	Distancia desde Schamann (km)
1	Mesa y López	324 900	4,3
2	Triana	302 000	3,4
3	Siete Palmas	283 000	2,2
4	Santa Catalina	195 500	4,9
5	Guanarteme – El Pilar	142 400	4,3
6	Schamann – Pedro Infinito	123 350	0,0
7	Tamaraceite	106 000	5,6
8	Puerto – Canteras (La Isleta)	92 800	5,6

Tabla 5. Mercados municipales (ordenados de mayor a menor según número de puestos). Datos: Excmo. Ayto. de Las Palmas de Gran Canaria.

MERCADOS MUNICIPALES		
Nombre	Número de puestos	Distancia desde Schamann (km)
Central	128	4,3
Vegueta	82	4,0
Altavista	63	0,3
Puerto	46	7,1

tipo vía de importancia, plaza o similar pues el comercio minorista necesita complementarse con otros comercios para mejorar su poder negociador en compra y capacidad de atracción.



Ilustración 11. Centros competenciales de la zona Schamann - Pedro Infinito (marca morada). Las marcas amarillas con numeración en negro representan la ubicación de los centros comerciales cerrados y las marcas verde con numeración verde las de las zonas comerciales abiertas. Numeración según Tabla 3 y Tabla 4.

En este ámbito de la estructura económica, uno de los indicadores fundamentales vinculado a la calidad de vida de la población se corresponde con el empleo de la población activa pero también con una calidad mínima del mismo; en especial, en un momento como el que coincide la redacción del presente documento con una tendencia a la recuperación en las últimas anualidades de dicho indicador socioeconómico y sus efectos parciales en la calidad de vida de la población debido precisamente a la reducción media de la renta per cápita.

Es muy importante remarcar que estos datos y tendencias se concluyen al analizar los datos de los últimos años pero exceptuando el presente 2020 desde marzo en adelante por entender el profundo retroceso económico y de actividad provocado por la pandemia de Covid-19 y que afecta a todos los índices macroeconómicos como un efecto, en principio, transitorio.

Asimismo, las cifras de desempleo en los últimos quince años dejan patente la fuerte dependencia de la coyuntura económica estatal e internacional para la economía municipal, con amplias variaciones entre épocas de bonanza y recesión que manifiestan una volatilidad y vulnerabilidad muy importante producto de la baja diversificación económica y la muy baja relevancia de los sectores primario y secundario.

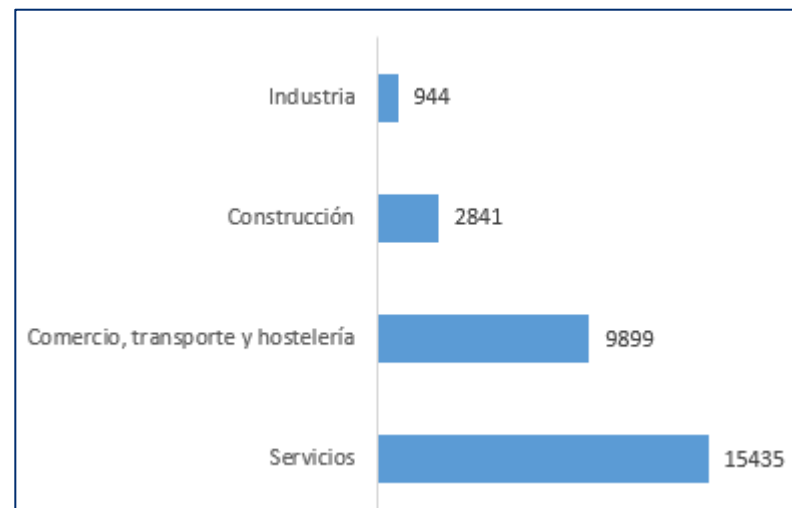


Ilustración 12. Empresas por sector de actividad (julio 2020). Datos: Observatorio Socioeconómico Urbano de Las Palmas de Gran Canaria. Gráfico: TESAN.

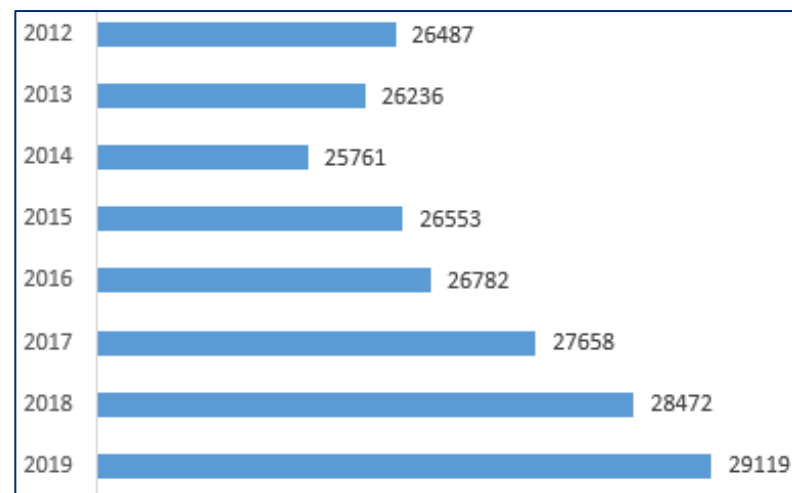


Ilustración 13. Número de empresas desde el año 2012 hasta 2019. Datos: Observatorio Socioeconómico Urbano de Las Palmas de Gran Canaria. Gráfico: TESAN.

No obstante lo anterior, es cierto que en la economía insular ciertos municipios generan una importante aportación a los sectores primario y secundario, si bien ello no logra equilibrar la balanza, siendo la parte del sector terciario de aproximadamente el 90 % también a nivel insular.

La búsqueda de relaciones entre el estudio macroeconómico del municipio y su ordenación urbanística conlleva concluir que la reserva de espacios en el territorio con una catalogación urbanística concreta tiene efectos directos en la economía de la zona, guiando el desarrollo de esta misma hacia unos sectores u otros o hacia un compromiso entre ellos, todo esto sin obviar que la influencia del planeamiento urbanístico es limitada y por sí mismo no resuelve el problema.

Centrando el estudio en el área en la que se encuentra la ZCA y comparándolo con el resto de la ciudad, salta a la vista

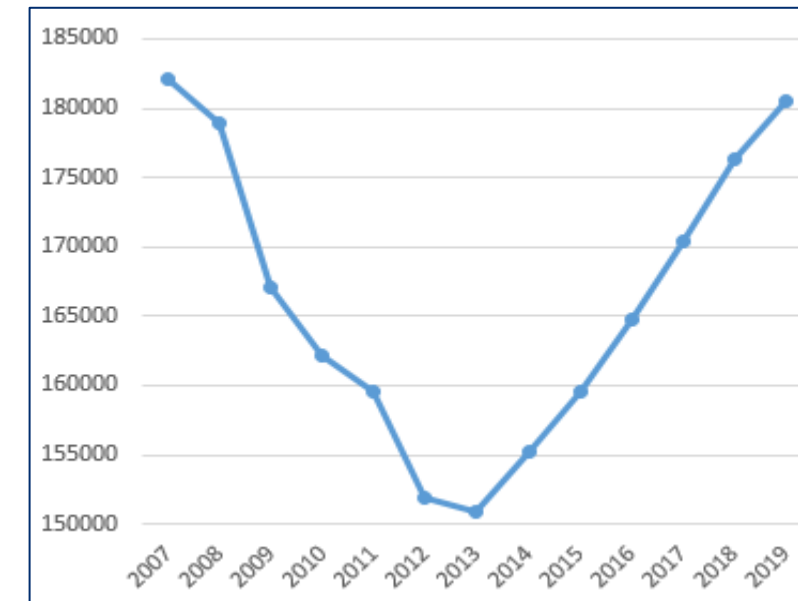


Ilustración 14. Evolución del número de afiliaciones a la Tesorería General de la Seguridad social desde el año 2007 hasta 2019. Datos: Observatorio Socioeconómico Urbano de Las Palmas de Gran Canaria. Gráfico: TESAN.

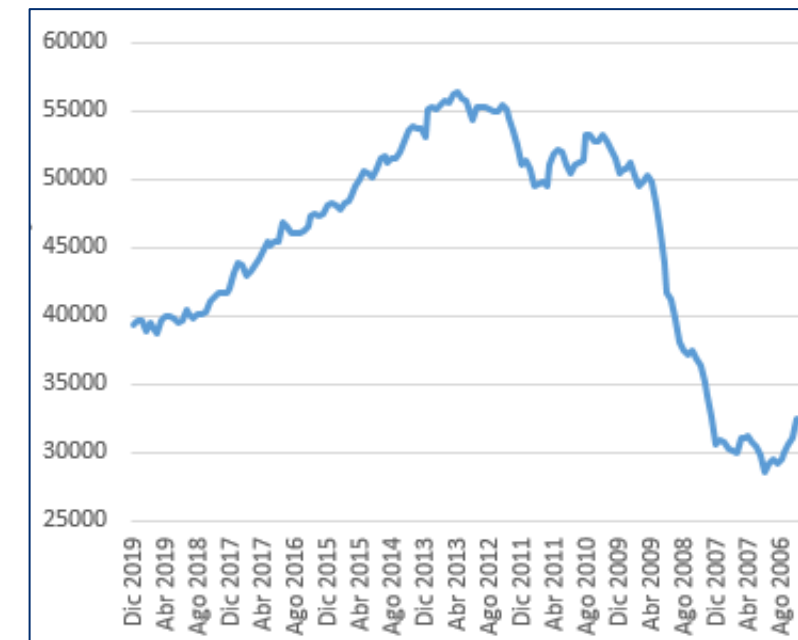


Ilustración 15. Demandas de empleo pendientes de satisfacer en las oficinas públicas de empleo. Datos: ISTAC. Gráfico: TESAN.

la diferencia entre el nivel medio de ingresos de los ciudadanos de Las Palmas de Gran Canaria (unos 23 000 € aproximadamente) y de los habitantes del barrio de Schamann (aproximadamente 11 550 €) es muy importante.

El hecho de que la renta media del barrio se sitúe en la mitad de la renta media del resto de habitantes de la ciudad ubica esta localización entre el 12 y 13 % más pobre del archipiélago, un dato de relación directa con el coste de los inmuebles y la capacidad económica de los negocios que se encuentran en la zona.

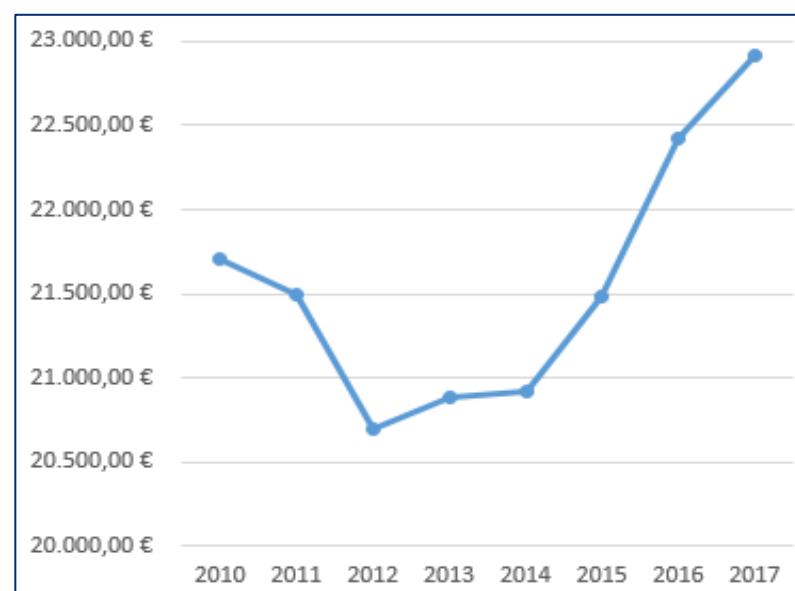


Ilustración 16. Evolución de la base imponible del Impuesto sobre la Renta de Las Personas Físicas desde el año 2010 hasta 2017. Datos: ISTAC. Gráfico: TESAN.

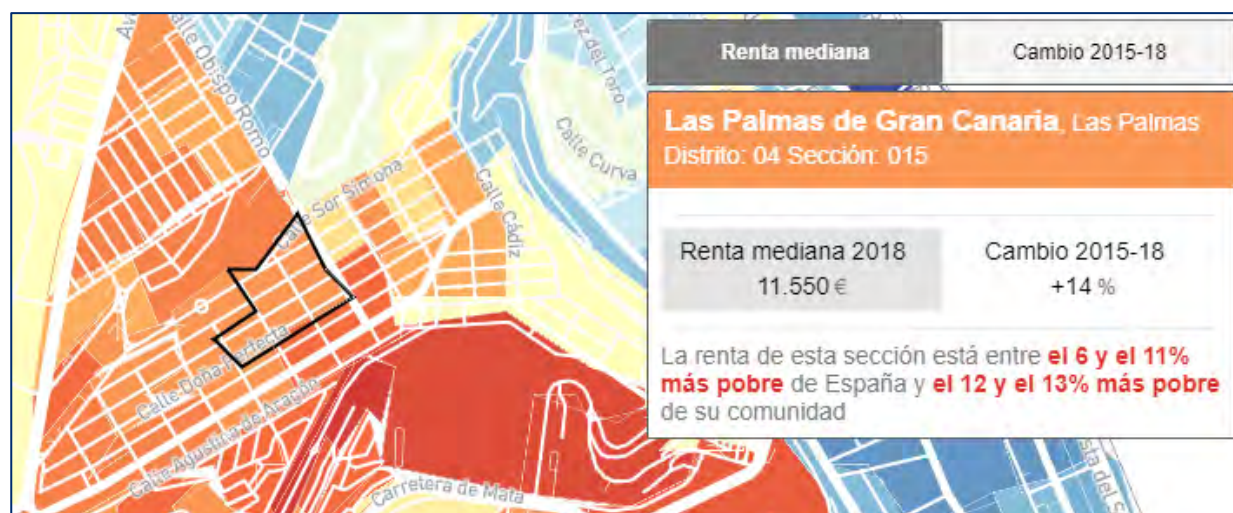


Ilustración 17. Dato de renta mediana y evolución entre 2015 y 2018 en el barrio de Schamann. Fuente: ediciones El País, S.L.

3.2. METODOLOGÍA PARA EL ANÁLISIS DE LA ZCA Y LA ZONA DE AFECCIÓN.

La redacción de un Plan como el que nos ocupa debe elaborarse cumpliendo una serie de fases concretas, que variarán según las necesidades y características de la zona de estudio y del criterio del equipo redactor.

En este caso, se considera fundamental la herramienta de participación de las partes implicadas (asociación de vecinos, comerciantes, personal municipal...) motivo por el cual el primer paso en la metodología de análisis fueron las reuniones previas y visitas al lugar con estos agentes.

La misión anterior se vio complementada con un completo cuestionario en formato web, realizado por el equipo redactor y remitido a los empresarios y comerciantes en el cual se indagaba en la opinión de comerciantes y clientes sobre diversos aspectos de interés relacionados con las demandas y carencias actuales de la ZCA, así como su posible extrapolación al futuro de la zona (ver subapartado siguiente).

Paralelamente a la obtención de información mediante encuesta, el equipo técnico complementa sus conocimientos y experiencia con trabajos similares en zonas cercanas de tamaños y actividades parecidos, así como publicaciones de distintos estudiosos en la materia. Sírvase para ello de los trabajos que figuran detallados en la bibliografía de este documento.

La siguiente tarea a describir, aunque no ocupe un lugar cronológicamente posterior a las anteriores pues se solapó con ellas, fue el trabajo de campo. Para ello, el equipo redactor realizó una profunda batida por la ZCA analizando los distintos aspectos urbanísticos, dotacionales, comerciales y de movilidad que se recalcan en el subapartado dedicado expresamente a esta tarea.

Con las informaciones recopiladas en reuniones, trabajos asimilables, publicaciones relacionadas, encuestas y trabajo de campo y en base a las competencias y habilidades del equipo redactor se confeccionó el contenido del presente Plan, especialmente de los capítulos “DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN PRE-PLAN DE LA ZCA.” y “EL PLAN DIRECTOR: PROPUESTA PARA LA DINAMIZACIÓN COMERCIAL.”



Ilustración 18. Vista en satélite del área que comprende la ZCA de estudio, con énfasis en los ejes principales (Pedro Infinito, en verde; Zaragoza, en aguamarina).

Encuesta.

En el mes de agosto de 2020 se distribuyó a los empresarios de la zona, mediante sus representantes, el enlace y código QR para el acceso libre a un cuestionario web que interrogaba al usuario sobre aspectos de relevancia para el completo diagnóstico de la ZCA y la redacción de las propuestas que forman el Plan Director.

El formulario se dividía en dos partes, de las cuales en la primera se interrogaba al empresario sobre sus opiniones y, en la segunda, sobre las opiniones que le transmitían sus clientes, usuarios o transeúntes clientes potenciales.

Esta actividad fue realizada hasta el 23 de octubre de 2020 y su contenido era el siguiente:

PARTE 1: OPINIÓN DEL EMPRESARIO O COMERCIANTE.

En esta parte del cuestionario las preguntas se le hacen al empresario o comerciante queriendo saber SU OPINIÓN sobre las mismas. Debe responder el empresario o comerciante en base a lo que él piensa.

1-Introduzca aquí, si lo desea, la dirección de su negocio.

Calle y número

Nombre del negocio

2-En caso de no haber respondido al apartado anterior, especifique aquí en qué zona del barrio se encuentra su negocio.

Por ejemplo: "en la zona de la plaza Vicente Halconero", "en la zona alta de Pedro Infinito" o "en la calle Zaragoza"...

3-¿Cómo es su local?

- Es un sótano solamente.
- Está a la misma altura que la calle pero también tiene sótano.
- Está a la misma altura que la calle y no tiene sótano.
- Está en un piso superior a la calle.
- Está a la misma altura que la calle y también en planta superior.

4-¿Está su negocio activo actualmente?

- Sí, mi negocio está operativo y tiene actividad.
- No, está sin actividad y lo tengo en alquiler/venta/traspaso.
- No, el local está sin uso y no estoy interesado en ponerlo en venta o alquiler.

5-Tipo de negocio:

Conteste a esta pregunta SOLAMENTE SI SU NEGOCIO TIENE ACTIVIDAD. Si no, pase a la siguiente pregunta.

- Centro comercial (con varios locales distintos)
- Restauración (cafetería, bar, restaurante, pisco-labris...)
- Equipamiento del hogar (ferretería, mobiliario, decoración...)
- Ropa, calzado, deportes u otro equipamiento para la persona
- Alimentación (panadería, supermercado...)
- Bazar/droguería (estanco, "chino"/todo a un euro, locutorio...)
- Servicios (peluquería, veterinario, gimnasio, agencia de viajes, banco, estudio fotográfico...)
- Puesto en el mercado de Altavista
- Oficina (gestoría, consultora, despacho profesional...)
- Otro: _____

6-¿Su actividad es alguna de las siguientes?

Conteste a esta pregunta SOLAMENTE SI SU NEGOCIO TIENE ACTIVIDAD. Si no, pase a la siguiente pregunta.

- Centro comercial
- Cadena de alimentación

- Mercado tradicional (Altavista)
- Establecimiento cultural (cine, teatro, sala de exposiciones, etc.)
- Oficina bancaria
- Aseguradora
- Administración pública
- Centro de salud o análogo
- Franquicia o cadena

7-Tipo de empresa:

Conteste a esta pregunta SOLAMENTE SI SU NEGOCIO TIENE ACTIVIDAD. Si no, pase a la siguiente pregunta.

- Autónomo
- Micropyme (menos de 10 empleados)
- Pequeña (entre 10 y 50 empleados)
- Mediana (entre 50 y 250 empleados)
- Grande (más de 250 empleados)

8-Su actividad...

Conteste a esta pregunta SOLAMENTE SI SU NEGOCIO TIENE ACTIVIDAD. Si no, pase a la siguiente pregunta.

- Conlleva presencia en el local de clientes (atención en tienda, restauración...)
- Es un negocio de pasar a recoger, "take away" o exclusivamente de reparto a domicilio (el cliente no permanece en el local más que un tiempo corto)

9-Por favor, introduzca el número exacto de empleados:

Conteste a esta pregunta SOLAMENTE SI SU NEGOCIO TIENE ACTIVIDAD. Si no, pase a la siguiente pregunta.

10-Superficie del local en el que se encuentra su negocio:

- Menos de 50 metros cuadrados
- Entre 50 y 120 metros cuadrados
- Entre 120 y 400 metros cuadrados
- Más de 400 metros cuadrados

11-¿Cuál es el horario de apertura de su negocio?

Conteste a esta pregunta SOLAMENTE SI SU NEGOCIO TIENE ACTIVIDAD. Si no, pase a la siguiente pregunta.

- Mañana
- Tarde
- Noche

12-Turno de apertura

Conteste a esta pregunta SOLAMENTE SI SU NEGOCIO TIENE ACTIVIDAD. Si no, pase a la siguiente pregunta.

- Turno corrido (se mantiene abierto a mediodía)
- Turno partido (cierra a mediodía)

13-¿Qué días abre su negocio?

Conteste a esta pregunta SOLAMENTE SI SU NEGOCIO TIENE ACTIVIDAD. Si no, pase a la siguiente pregunta.

- Lunes
- Martes
- Miércoles
- Jueves
- Viernes
- Sábado
- Domingo
- Festivos

14-Usted, como comerciante, ¿qué mejoras EN CUANTO A LA IMAGEN de la zona comercial considera oportunas?

	Muy necesaria	Necesaria	Poco necesaria	No es necesaria
Tener una estética común que definiera la zona comercial para letreros, cartelería, numeración de negocios, terrazas...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mejorar la limpieza de la zona comercial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mejorar el esquema urbano, haciéndolo más amable con las personas para que vengan más clientes (aceras más anchas, zona peatonal...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mejorar jardines y árboles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15-Usted, como comerciante, ¿qué mejoras en cuanto A LOS HORARIOS de la zona comercial considera oportunas?

	Muy necesaria	Necesaria	Poco necesaria	No es necesaria
Que toda la zona comercial (salvo establecimientos concretos como bares o 24h) tenga el mismo horario, de manera que el cliente sepa cuándo puede realizar todas sus compras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ampliar horarios de apertura, incluyendo domingos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Promocionar, en fechas señaladas (víspera de Reyes...) horarios de apertura puntualmente más amplios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

16-Usted, como comerciante, ¿qué mejoras en cuanto AL URBANISMO de la zona comercial considera oportunas?

	Muy necesaria	Necesaria	Poco necesaria	No es necesaria
Ganar superficie en una parte de la zona comercial para terrazas y paseos, como Triana o Ruiz de Alda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mejorar y ampliar la dotación de mobiliario urbano (marquesinas de guagua, bancos, papeleras...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Más espacios de carga/descarga	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

17-Antes de pasar a preguntarle por las opiniones de sus clientes, si desea aportar algún comentario de su exclusiva opinión (no de sus clientes), hágalo aquí:

PARTE 2: OPINIÓN DE LOS USUARIOS.

En esta parte del cuestionario las preguntas se le hacen al empresario o comerciante queriendo saber LAS OPINIONES QUE LOS USUARIOS O CLIENTES LE TRANSMITEN. Debe responder el empresario o comerciante en base a lo que sus clientes le trasladan en el día a día.

1-¿Cuál es la edad de los clientes?

	Todos mis clientes	Casi todos mis clientes	Algunos de mis clientes	Ninguno de mis clientes
Menor de 30 años	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30 a 45 años	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
45 a 60 años	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mayor de 60 años	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2-¿Desde dónde vienen los clientes?

	Todos mis clientes	Casi todos mis clientes	Algunos de mis clientes	Ninguno de mis clientes
Viven en Schamann.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros barrios cercanos (Escaleritas, Rehoyas...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras zonas de la ciudad más alejadas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Viven en otros municipios.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3-¿Qué medio de transporte utiliza su cliente para ir a la zona comercial?

	Todos mis clientes	Casi todos mis clientes	Algunos de mis clientes	Ninguno de mis clientes
A pie.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Coche propio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Moto propia.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bicicleta/patineta/similares.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Guagua.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otro.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4-¿Qué suele demandar su cliente?

	Muy demandado	Demandado	Poco demandado	No se demanda
Más estacionamientos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mejoras en la iluminación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Campañas, jornadas, ferias, mercadillos u otro tipo de eventos dinamizadores como actuaciones, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Más espacios abiertos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mejoras en el transporte público	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Servicio de Sitycleta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Carriles bici	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ampliación de horarios y/o aperturas dominicales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Áreas peatonales para pasear, disfrutar de terrazas y generar vida urbana	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Algunos tipos de negocios que faltan en la zona	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mejorar la imagen de la zona, la limpieza, las aceras, el mobiliario...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5-Si su cliente le ha trasladado que faltan algunos tipos de negocios en la zona, ¿a qué tipos se refiere?

	Muy demandado	Demandado	Poco demandado	No se demanda
Centro comercial (con varios locales distintos)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Restauración (cafeterías, restaurantes, bares, pisco-labís...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Equipamiento del hogar (ferretería, mobiliario, decoración...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ropa, calzado, deportes u otro equipamiento para la persona	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Alimentación (panadería, supermercado...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bazar/droguería (estanco, chino/todo a un euro, locutorio...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Servicios (peluquería, veterinario, gimnasio, agencia de viajes, banco, estudio fotográfico...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Oficina (gestoría, consultora, despacho profesional...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5-Por último, si desea aportar algún comentario de la exclusiva opinión de sus clientes, hágalo aquí:

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.
TESAN, ingeniería y formación, 2 020. www.tesan.es

Trabajo de campo.

El exhaustivo trabajo de campo realizado se refleja en todos los apartados del Plan, desde la introducción hasta la propuesta de Plan Director, pues la fidelidad de la información recopilada in situ no tiene comparación con la recopilada en bibliografías, fuentes diversas o cuestionarios, y se plasma gráficamente en los planos que se observan en el documento.

Este trabajo de campo se enfocó desde tres ópticas distintas:

- El aspecto urbano, dotacional, de espacios libres y de movilidad.
- El aspecto comercial.
- El aspecto turístico alojativo.

En cuanto al primero, se recorrieron todas las calles de la zona comercial y también (esto hay que destacarlo por las influencias indirectas) calles cercanas y aledañas con afección indudable en la ZCA. Fueron objeto de estudio:

- la dotación de gestión de residuos y su clasificación;
- la dotación de espacios libres, su ubicación y posibles cambios de uso y/o configuración;
- las zonas verdes, árboles, alcorques, maceteros y su estado de conservación;
- el mobiliario urbano;
- la red de calles peatonales o mixtas;
- la dotación de zonas de carga/descarga;
- las de paradas de guaguas y taxis,
- la dotación de marquesina o banco, su estado, su capacidad de resaltar en el entorno y la señalización de la zona referente al transporte público;
- la presencia o ausencia de estaciones del servicio Sitycleta;
- la existencia de estacionamientos ilegales, zonas verdes, zonas azules y estacionamientos exclusivos para Personas de Movilidad Reducida (PMR) así como su destino público o privado;
- la señalética y cartelería urbana y su estado y homogeneidad o heterogeneidad;
- la configuración de las aceras y las variaciones en el tipo de pavimento;
- los estacionamientos exclusivos para motos;
- las zonas 30 o los lugares con potencial de ganancia de estacionamientos, mediante mejora de la configuración de áreas de estacionamientos existentes o la búsqueda de áreas de estacionamientos nuevas.

En cuanto al aspecto comercial, se analizó comercio a comercio y local a local, todos los que componen la zona comercial abierta. Vial por vial, se recopiló información de cada local concerniente a aspectos tales como:

- ubicación del local en rasante, sótano o planta/s superior/es;
- si el negocio está activo o inactivo;
- el tipo de negocio;
- su catalogación como locomotora comercial;
- el tipo de empresa según número de trabajadores;
- la superficie del local;
- el horario de apertura o la accesibilidad para PMR, al menos, en el acceso al negocio (no un estudio en detalle de si el local puede ser catalogado como accesible).

PLAN DIRECTOR DE LA ZCA SCHAMANN PEDRO INFINITO
Trabajo de campo

TESAN
ingeniería y formación

DOTACIÓN

Gestión de residuos:

- ubicar puntos en planos.
- Código: GR, V=vidrio; D=orgánico; P=papel; E=envases.

Plazas y espacios libres:

- ubicar puntos en planos.
- Fotos y comentarios sobre su estado.
- Código: EL.
- Valorar cambios de uso.

Zonas verdes y árboles:

- ubicar puntos en planos.
- Código: ZV, A=árbol; V=alcorque vacío.

Mobiliario urbano:

- ubicar puntos en planos.
- Código: MU, B=banco; P=papelera...

RED DE CALLES PEATONALES/RODONALES EXISTENTES

Sacar foto a la calle, apuntar dónde está y comentar su estado y lo que parece oportuno ya sea plataforma de tránsito peatonal o mixta.

MOVILIDAD

Carga/descarga:

- ubicar puntos en planos.
- Código: C/D.
- Número de plazas o estimación de metros y foto.

Parada de guaguas y taxis:

- ubicar puntos en planos.
- Código: G o T.
- Foto.
- Ver qué líneas pasan por la parada y qué frecuencia tienen.
- La parada, ¿tiene techo o marquesina? ¿banco? ¿es cómoda y apetece usarla? ¿Hay señalización cercana que oriente al usuario hacia la parada?

Sicycleta:

- ubicar puntos en planos.
- Código: B.
- Número de plazas y foto.

Estacionamientos ilegales:

- ubicar puntos en planos.
- Código: EI.

Número de plazas y foto.

Estacionamientos legales:

- ubicar puntos en planos.
- Código: E.
- Estimación del número de plazas y foto.
- Tipo: privado, rotacional, etc.

Estética y homogeneidad de conjunto:

- Distintos tipos de acera: fotografiar y ubicar en plano.
- Fotos a la señalética existente.

NOTAS:

Julio de 2 020

Ilustración 19. Hoja utilizada en el trabajo de campo para el estudio del aspecto urbano, dotacional, de espacios libres y de movilidad.

PLAN DIRECTOR DE LA ZCA SCHAMANN PEDRO INFINITO
Trabajo de campo

TESAN
ingeniería y formación

FICHA DE LOCALES

Nombre comercial: _____

Calle y número: _____

Ubicación:

- En sótano
- Rasante
- Planta/s superior/es

Negocio activo:

- Sí (seguir rellenando la ficha)
- No (aquí se acaba la información a recopilar)

Tipo de negocio:

- Centro comercial
- Restauración (cafetería, bar, restaurante, piscochis...)
- Equipamiento del hogar (ferretería, mobiliario, decoración...)
- Ropa, calzado, deportes
- Alimentación (supermercado, panadería...)
- Bazar/droguería (estanco, chino/todo a un euro, locutorio...)
- Servicios (peluquería, gimnasio, agencia de viajes, banco, estudio fotográfico...)

En caso de ser *locomotora económica*, marcar:

- Centro comercial
- Cadena de alimentación
- Mercado tradicional
- Establecimiento cultural (cine, teatro, sala de exposiciones, etc.)
- Oficina bancaria
- Aseguradora
- Administración pública
- Centro de salud o análogo
- Franquicia o cadena
- Otro tipo de locomotora económica

Tipo de empresa:

- Autónomo
- Micropyme (< 10 empleados)
- Pequeña (10 < empleados < 50)
- Mediana (50 < empleados < 250)
- Gran empresa (> 250 empleados)

Superficie:

- < 50 m²
- 50 < sup. < 120 m²
- 120 < sup. < 400 m²
- > 400 m²

Fotografías:

Sacar foto a la fachada si es un negocio remarcable o representa algo concreto, así como si es patrimonio arquitectónico o edificio singular.

NOTAS:

Julio de 2 020

Ilustración 20. Ficha utilizada en el trabajo de campo para el estudio del aspecto comercial.

Por último, se estudió la existencia de establecimientos turísticos alojativos (descartando la vivienda vacacional por su presencia difusa, difícilmente detectable, y variable) en busca de aspectos clave tales como si el negocio está activo o inactivo; el tipo de alojamiento; número de camas y categoría; el tipo de empresa según número de trabajadores y la superficie del local.

TESAN
ingeniería y formación

PLAN DIRECTOR DE LA ZCA SCHAMANN PEDRO INFINITO
Trabajo de campo

FICHA DE ALOJAMIENTOS

Nombre comercial: _____

Calle y número: _____

Negocio activo:

Sí (seguir rellenando la ficha)

No (aquí se acaba la información a recopilar)

Tipo de alojamiento:

Hotel

Pensión

Apartamentos

Vivienda vacacional

Otro

Número de camas: _____

Categoría: _____

Tipo de empresa:

Autónomo

Micropyme (< 10 empleados)

Pequeña (10 < empleados < 50)

Mediana (50 < empleados < 250)

Gran empresa (> 250 empleados)

Superficie:

< 50 m²

50 < sup. < 120 m²

120 < sup. < 400 m²

> 400 m²

Fotografías:

Sacar foto a la fachada si es un negocio remarcable o representa algo concreto, así como si es patrimonio arquitectónico o edificio singular.

NOTAS:

Julio de 2 020

Ilustración 21. Ficha utilizada en el trabajo de campo para el estudio del aspecto turístico alojativo.

Como anticipo al apartado siguiente, se anuncia que este trabajo (el de inventariar los alojamientos turísticos) no obtuvo resultados al no detectarse en la ZCA Schamann – Pedro Infinito ningún establecimiento de esta índole.

3.3. DATOS OBTENIDOS.

La información obtenida según los criterios metodológicos anteriormente mencionados se divide, por un lado en datos, los cuales han recibido un tratamiento estadístico a fin de que revelen, a través del estudio conjunto de los mismos, la situación de la zona comercial (agrupamiento en categorías, cálculo de porcentajes, estudio zonificado, etc.) y, por otro lado en informaciones de carácter gráfico, que se presentan en imágenes según el tipo de elemento que se traten y su relación con el resto.

El análisis de la información cuantificable obtenida se presenta a continuación en forma de tablas y gráficas. Según el caso de que se trate, de manera seguida o conjuntamente se adjuntan imágenes que plasman la información que no es de interés cuantificar o que no es posible cuantificar por su naturaleza pero que es importante en el análisis de la ZCA o aquellas que, simplemente, se comprenden mejor y aportan más información de manera visual que numérica.

Aspecto urbano, dotacional, de espacios libres y de movilidad.

Análisis de la interacción entre el tejido comercial y el espacio público que lo contiene y de la percepción que sobre la ZCA puede experimentar el cliente potencial.

Urbano y dotacional.

Estética y homogeneidad del conjunto.

La ZCA está muy lejos de presentar una estética común o formar un conjunto homogéneo. Se observa la alternancia frecuente en los tipos de pavimento utilizados (habiendo sido detectado más diez tipos distintos y hasta tres en un radio de quince metros), ninguno característico o específico de la zona comercial en cuestión.

Destaca la inexistencia de una estética compartida en la numeración de locales (existió una que ha permanecido implantada solamente en algunos locales), cartelerías y letreros o rótulos de tiendas, ubicación de equipos de aire acondicionado o extracción en fachadas, etc. No obstante, las terrazas sí comparten imagen (regulada por ordenanza municipal).

Por otro lado, la percepción de los límites de la ZCA no es posible por mantenerse difusa al no existir ningún elemento que reciba al comprador, que señalice el comienzo de la zona comercial o que marque claramente el inicio de una estética particular.

La estética aportada por las fachadas de los inmuebles no es la adecuada, quedando estas dominadas por la falta de mantenimiento y el deterioro en un amplio porcentaje de ellas.

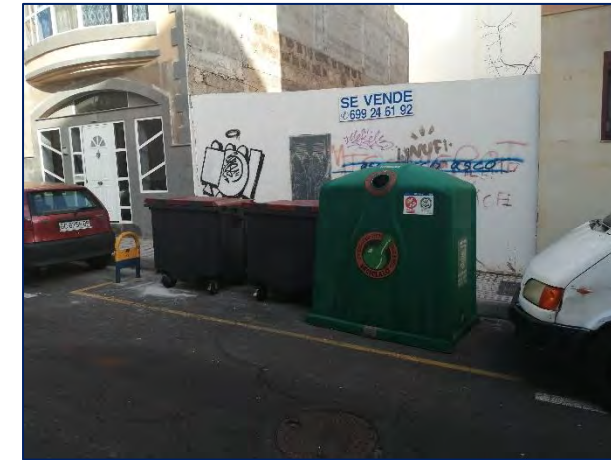
No obstante lo anterior, sí se detecta, en algunas zonas y elementos, un marco estético común. Se refiere aquí al intento, realizado hace unos años, de conferir a la ZCA una imagen relacionada con la obra de Benito Pérez Galdós, en base a la relación entre los nombres de sus calles y el trabajo literario del autor. Esto se detecta en murales de edificios, placas ubicadas en las aceras (muy desgastadas, casi ilegibles) y algunos elementos más.



Cruce entre las calles Agustina de Aragón y Voluntad. Se observan hasta tres tipos de pavimento en aceras (tónica habitual en las calles adyacentes a los ejes comerciales, Don Pedro Infinito y Zaragoza).



Diferencias en la estética y estado de la calle Don Pío Coronado (izquierda, parte baja de la calle; derecha, parte alta).



Se observan numerosas paredes con grafitis en varios puntos de la ZCA. Ilustración 22. Varias imágenes de la estética y homogeneidad del conjunto en la ZCA y calles adyacentes.



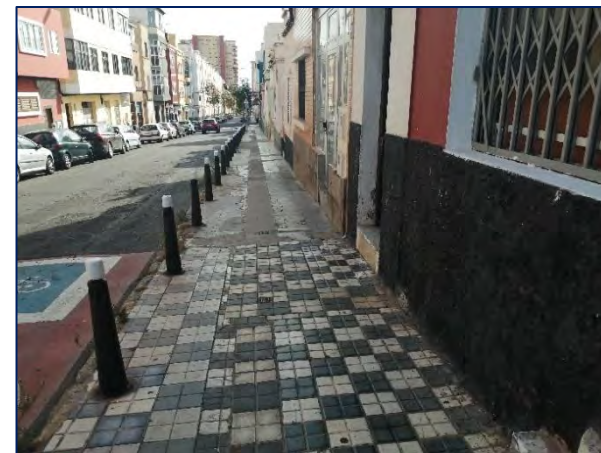
La calle Don Pedro Infinito es el que mejor estética y mayor homogeneidad presenta. No obstante, la heterogeneidad de los comercios y la señalética no permite percibir una imagen definida.



La calle Jacinta es la única de la ZCA que presenta un tramo peatonal entre las calles Don Pedro Infinito y Don Pío Coronado aunque este no se ajusta a las características propias de este tipo de vías.



En la calle Agustina de Aragón se observan hasta tres tipos de pavimento en aceras en el mismo punto.



En la calle Mariucha se observan varios tramos en ambas aceras con distinta tipología de baldosa con algunos desniveles importantes.

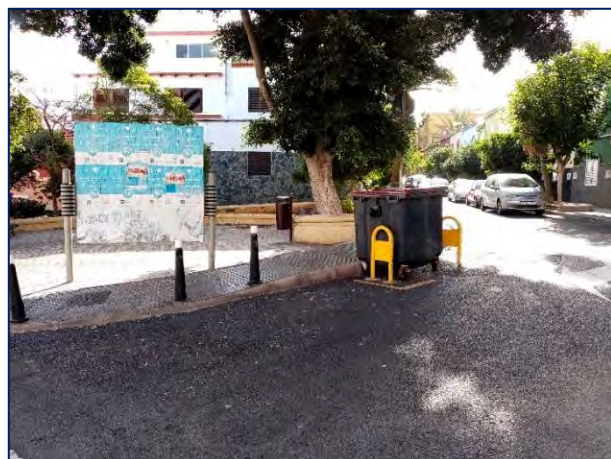
Gestión de residuos.

El sistema de gestión de residuos es el habitual, basado en la acumulación de volúmenes importantes en contenedores antes de su retirada periódica. Aunque en la zona de estudio se localizan de forma general contenedores selectivos en función del tipo de residuo, estos no parecen seguir un patrón claro de ubicación, por ejemplo, en ambas aceras de los dos ejes comerciales por lo que las facilidades a comercios y residentes para la retirada selectiva de residuos son limitadas.

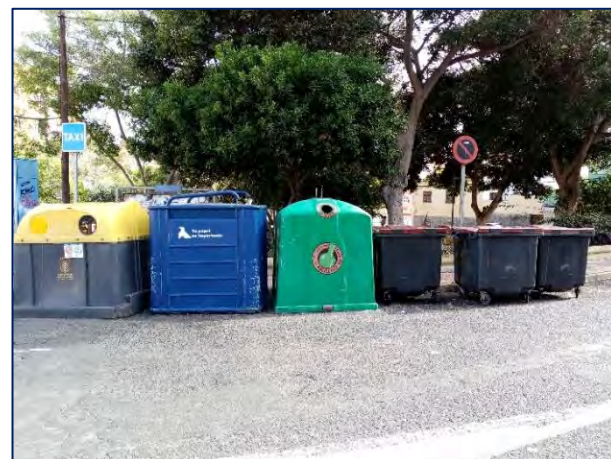
En relación con lo anterior, también se observa que algunos de los contenedores de residuos, sea por falta de previsión anterior o por aumento de la demanda, se han ubicado sobre las aceras o en puntos que claramente estaban destinado a estacionamientos e incluso sobre las propias aceras, lo que provoca una mala imagen estética, interrupción de la movilidad, etc.

Por el contrario, y para bien, no se detectaron vertidos o acopios de basura o enseres de forma significativa en ningún punto de la ZCA.

En el ámbito de actuación de la zona comercial abierta se cuantifican un total de 82 contenedores (grises) de fracción resto, 20 contenedores (verdes) de envases de vidrio, 10 contenedores (amarillos) de envases ligeros y 8 contenedores (azules) de papel y cartón.



En el cruce de la calle Don Pedro Infinito con calle Ayacucho solo hay un contenedor que es generalmente usado para tirar todo tipo de residuos. Se observa en varias calles adyacentes la ZCA la misma problemática.

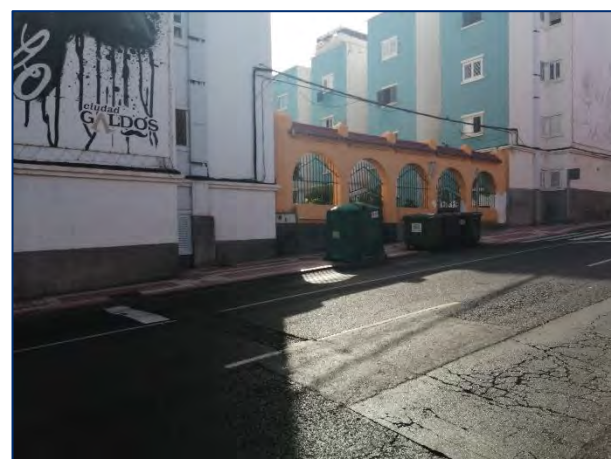


La calle Alceste sí posee contenedores para cada tipología de residuos donde gestionar de forma clasificada los mismos.



En la imagen de la izquierda, calle Agustina de Aragón y en la imagen de la derecha, calle Misericordia, se puede observar la falta de contenedores para la clasificación de todos los tipos de residuos (común en toda la ZCA).

Ilustración 23. Varias imágenes de la dotación de gestión de residuos en la ZCA y calles adyacentes.



Contenedores de residuos ubicados sobre la acera en calle Zaragoza por falta de espacio.

Mobiliario urbano.

En total, y de forma arbitraria, la zona comercial abierta cuenta con el siguiente mobiliario urbano:

- 34 bancos; la gran mayoría con asiento y respaldo de madera y con apoyabrazos y patas metálicas (algunos ejecutados en su totalidad en hormigón).
- 35 papeleras; de cuerpo plástico o metálico.
- 196 puntos de alumbrado público; la gran mayoría de ellos anclados a fachada y en menor medida, principalmente en la calle Don Pedro Infinito, a partir de báculos fijados a pavimento.
- 2 buzones de Correos; ambos en calle Don Pedro Infinito.
- 4 cabinas telefónicas; 1 en calle Zaragoza y 3 en calle Don Pedro Infinito.
- 4 paneles para cartelería publicitaria.
- 3 marquesinas de guaguas: 2 de ellas en la Calle Pedro Infinito y 1 en calle Zaragoza.

Zonas verdes y espacios libres.

En el sector A de estudio no existen zonas verdes o espacios libres, limitándose estos a los árboles dispuestos en alcorques de la calle Don Pedro Infinito.

En el sector B de estudio, además de árboles dispuestos en alcorques de las calles Don Pedro Infinito y Don Pío Coronado (esta última, solamente en algunas esquinas con algunos alcorques en mal estado) se encuentra un espacio libre adyacente, que si bien no entra dentro del área de la zona comercial abierta si es de influencia manifiesta en esta (parque Carmen González Roca, 1 965 m²).

En el sector C, además de árboles dispuestos en alcorques de las calles Don Pedro Infinito Don Pío Coronado y Pantoja (estas dos últimas, solamente en algunas esquinas con algunos alcorques en mal estado) se observan varias áreas de espacios libres y zonas verdes (plazoleta Vicente Halconero, 154 m²; plaza Ramoncito El Fontanero, 1 120 m²; plaza Cronista Luis García de Vegueta, 260 m² y plaza Antoñita La Cubana, 560 m²). El estado de la plaza Vicente Halconero, si bien precisa de alguna renovación y mantenimiento no es malo. Por el contrario, las otras zonas verdes (ubicadas en el inicio de Don Pedro Infinito) presentan un aspecto envejecido y sombrío que las convierten en un lugar poco apetecible para el transeúnte o comprador.

En el sector D de estudio, solo se pueden destacar algunos árboles dispuestos en alcorques de las calles Voluntad y Federico Viera y una pequeña plazoleta de en el encuentro que forman las calles Sor Simona y Mariucha, 190 m². Esta área presenta un aspecto envejecido y deteriorado con mobiliario y parterre descuidado y pavimento en mal estado que la convierte en un lugar poco apetecible para el transeúnte o comprador.

En total se cuantifican dentro del ámbito de actuación de la zona comercial abierta un total de 6 zonas o áreas verdes/espacio libre, 20 jardineras y 144 alcorques.

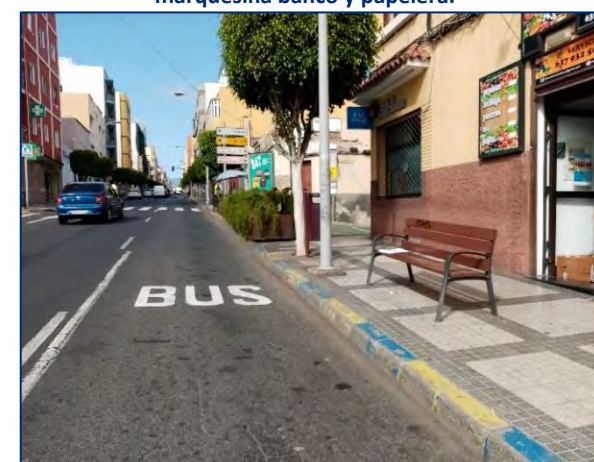
Es preciso destacar que en toda la ZCA no se cuantifica ningún parque infantil, parque biosaludable, área recreativa para adultos, o parque para perros, áreas muy demandadas y fundamentales para el esparcimiento y disfrute de los usuarios de cualquier zona urbana.



Parada de guagua en la calle Agustina de Aragón, 67, sin marquesina ni banco.



Parada de guagua en la calle Don Pedro Infinito, 152, con marquesina banco y papeleras.



Parada de guagua en la calle Alceste, 27, sin marquesina ni banco.



Parada de guagua en la calle Don Pedro Infinito, 24, sin marquesina, con un banco de madera.



Parada de guaguas en calle Zaragoza, 3, sin marquesina ni banco y con deterioro importante de la señalización horizontal.



Aglomeración de personas en la parada de guaguas en calle Zaragoza, 26, debiendo hacer la espera de pie pues la única marquesina es insuficiente para albergar puntualmente a todos los usuarios.

Parada de guaguas en calle Zaragoza, 27, sin marquesina, sin banco y sin señalización horizontal. Los vehículos paran y estacionan en este punto impidiendo la correcta parada de la guagua y por tanto, interrumpiendo el tráfico en este sentido.



Parada de Taxis en calle Alceste sin mobiliario y sin señalización horizontal (muchas veces los turismos ocupan este espacio reservado).



Algunos de los pocos bancos dispuestos en la calle Don Pedro Infinito en zonas poco apropiadas debido a la cercanía del vial de circulación de vehículos y al estrechamiento generado en la propia acera.



Ilustración 24. Varias imágenes de la dotación de mobiliario urbano en la ZCA y calles adyacentes.

Inmediato al final de la calle Zaragoza (entre la ZCA y el mercado Altavista) se encuentra el recientemente inaugurado Parque de Los Galgos (o "del Canódromo") (16 000 m²) que, junto con el parque Don Benito (inicio de Don Pedro Infinito)

(10 500 m²) y el también cercano, pero ya más alejado parque de Las Rehojas (101 500 m²) constituyen los pulmones de la zona si bien no se encuentran estrictamente en la zona comercial abierta.



Calle Don Pedro Infinito, dominada por numerosos Ficus dispuestos en alcorques enrasados con el pavimento en ambas aceras.



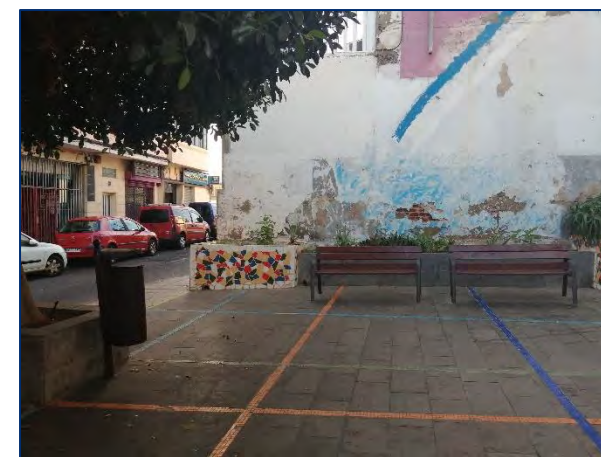
Mal estado de los alcorques en calle Don Pío Coronado y adyacentes debido al crecimiento excesivo de los árboles que albergan.



Aspecto actual de la plaza Antofñita La Cubana. Presenta falta de riego y de mantenimiento.



Aspecto actual de la plaza Ramoncito El Fontanero. Presenta falta de riego y de mantenimiento.



Aspecto degradado de la plazoleta Vicente Halconero; paredes desgastadas, mobiliario descuidado y pintura degradada con algunos grafitis.



Aspecto degradado de la plazoleta situada en el encuentro de las calles Voluntad con Mariucha: Mobiliario y parterre descuidado y pavimento en mal estado.



Parque Carmen González Roca. Sin atractivos para los usuarios; falta de mobiliario urbanos, zona de juegos, zona recreativa, etc.



Macetones de delimitación de acceso vehicular en el tramo de peatonal de la calle Jacinta con evidente falta de mantenimiento.

Ilustración 25. Varias imágenes de la dotación de zonas verdes y espacios libres en la ZCA y calles adyacentes.

Movilidad y accesibilidad.

La situación de la movilidad a pie en la ZCA es la usual en entornos urbanos del archipiélago configurados unas décadas atrás, en los cuales el espacio ha sido distribuido con la idea de preferencia absoluta del vehículo a motor, esto es, una morfología con calles en las que la acera ocupa un espacio residual y en la que el conflicto de usos entre peatones, ciclistas y vehículos es continuo.

Según lo anterior, se observa la casi total inexistencia de modos de transporte alternativos al vehículo a motor y, dentro de este grupo, una prevalencia importante del transporte privado (turismo o moto). Durante el trabajo de campo no se observó ninguna persona trasladándose en bicicleta, aunque sí en patinete eléctrico.

No se identificaron aparcamientos de bicicleta o patinete eléctrico en toda la ZCA, consignas o similares.

Movilidad peatonal y accesibilidad.

No existen viales de tránsito mixto y la superficie peatonal en las vías rodadas es mínima, incluso en el vial Zaragoza, con la excepción de Don Pedro Infinito que, si bien no dispone de un espacio público que favorezca la movilidad peatonal, sí dispone de aceras con un ancho relativamente aceptable para una zona comercial.

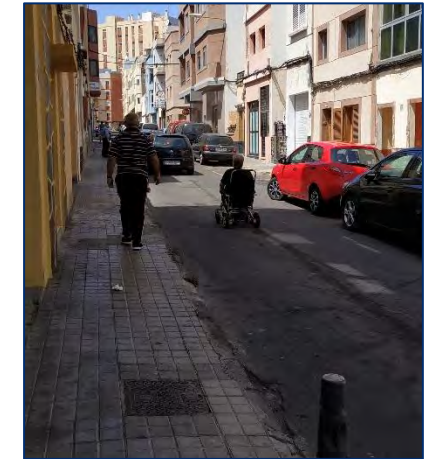
La falta de estructuración respecto al desplazamiento de las personas es tal que en algunos puntos de la ZCA la red de aceras sufre de falta de continuidad bien por elementos mal ubicados o, incluso, por inexistencia de esta.

En la misma línea, respecto a la accesibilidad para personas con movilidad reducida o personas con cargas (maletas, cochecitos de bebé, etc.), existen numerosas barreras urbanísticas que impiden la correcta movilidad y accesibilidad. Se desea destacar en este punto la inexistencia de sistemas de comunicación y señalización que pongan remedio a las barreras en la comunicación que, sobre todo, personas con limitación visual y/o auditiva, pueden encontrarse en la vía pública.

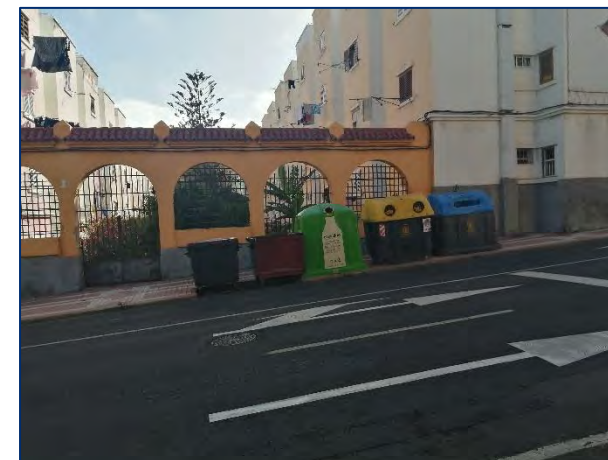
Por último, debido a que son muchos los tramos de acera que son ocupados por estacionamientos ilegales, se ha optado por la colocación masiva de bolardos en muchas zonas, que si bien evitan estos estacionamientos restan en estética y movilidad y suman como barreras urbanísticas.



Pérdida de continuidad en la senda peatonal (la acera acaba y el peatón se ve obligado a circular por la calzada) en la calle Agustina de Aragón, esquina con calle Tormento.



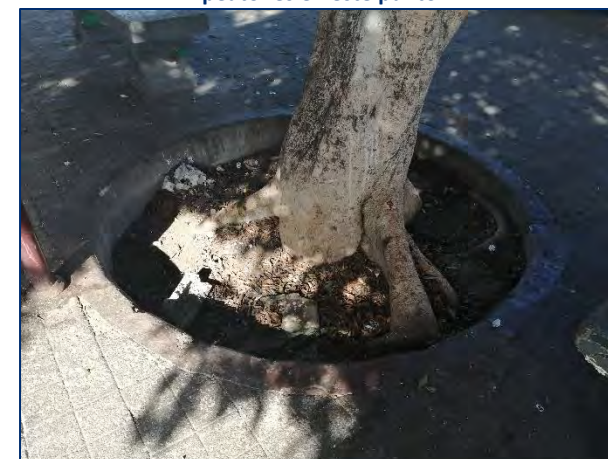
Persona con vehículo adaptado circulando por el vial por la falta de continuidad y desniveles de la acera.



Contenedores de residuos ubicados sobre la acera en calle Zaragoza, 26 y 32 por falta de espacio interrumpiendo el normal tránsito de peatones en este punto.



Mala ubicación de los contenedores de residuo en la calle Tristana, 2, los cuales interrumpen la movilidad peatonal y dificultan la movilidad vehicular en esta zona.



Desniveles importantes en algunos de los alcorques de la ZCA.



Invasión de las aceras por parte de vehículos estacionados impidiendo el normal tránsito de peatones.



Estrechamientos en la línea de acera junto a la plaza Antofita La Cubana y la plaza Cronista Luis García de Vegueta producidos por los báculos del alumbrado público.



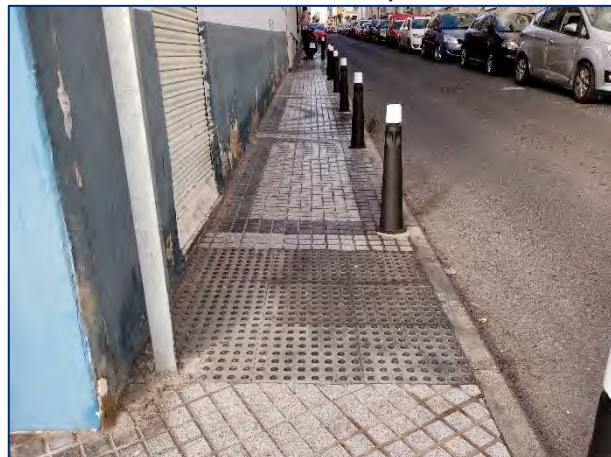
Interrupción del normal tránsito de peatones por la acera junto a la plaza Ramoncito El Fontanero producida por el báculo del semáforo.



Espacio de carga/descarga ocupado por turismos en calle Don Pío Coronado (en horario laboral de mañana).



Espacio de carga/descarga ocupado por turismos en calle Agustina de Aragón (en horario laboral de mañana).



Línea de bolardos en un tramo de la calle Pantoja que limita y reduce el normal tránsito peatonal.



Líneas de bolardos en el cruce de calles de Don Doña Perfecta con Don Pedro Infinito.



Espacio de carga/descarga ocupado por turismos en calle Don Pedro Infinito (en horario laboral de mañana).



Ilustración 26. Varias imágenes referentes a la movilidad y accesibilidad peatonal en la ZCA y calles adyacentes.

Carga/descarga.

El reparto de los puntos de carga/descarga por la zona comercial abierta no parece equilibrado, pues salvo en las calles Don Pedro Infinito y sus paralelas del sector de estudio B, estos puntos parecen insuficientes y muchas veces alejados de las zonas donde se encuentran los negocios que los demandan, destacando que en la calle Zaragoza, eje comercial de gran relevancia y concentración de negocios, no cuenta con ninguna zona reservada para carga/descarga.

Se cuantifican un total de 13 puntos de carga/descarga en toda la ZCA con un total de 177 metros lineales.

Del estudio de la operativa diaria en este sentido se observan numerosos vehículos no dedicados al transporte de mercancías ocupando los puntos de carga y descarga y a su vez, números vehículos de transporte de mercancías ejecutando los repartos estacionados en doble fila, sobre aceras o sobre cebreados.

No se observa la existencia de horarios de reparto para minimizar su incidencia sobre en el tráfico rodado y peatonal.



Estacionamiento de vehículos de mercancías sobre cebreados y aceras debido a la insuficiencia de puntos de carga/descarga y/o la ocupación de estos por turismos.



Ilustración 27. Varias imágenes referentes a los puntos de carga/descarga en la ZCA y calles adyacentes.

Transporte Público.

El transporte público es un aspecto fundamental en cualquier análisis urbano. Por esta zona comercial abierta pasan las líneas 48, 32, 33, L2 y 9 de Guaguas Municipales con un total de 10 paradas de guagua, en las condiciones especificadas en el apartado de mobiliario urbano anterior.

En cuanto a los taxis, solo existe una parada ubicada en calle Alceste, dirección a Pedro Infinito, junto a la plaza Ramoncito El Fontanero.

Independientemente de la señalética y cartelería referida al servicio ubicada en las propias paradas de Guagua y Taxi, no existe en la zona comercial cartelería que guíe e informe al usuario sobre la ubicación de las paradas de transporte público ni sus direcciones por lo que solamente los residentes que conozcan la zona encuentran incentivos para hacer un uso cómodo del mismo.

En algunas paradas, la señalética tanto vertical como horizontal, se encuentra en mal estado o incluso, es inexistente.

La señalética y cartelería ubicada en las propias paradas de Guagua y Taxi exponen su información de forma serigrafada, no existiendo instrumentación digital.

Servicio municipal de bicicletas Sitycleta.

No existen estaciones de Sitycleta en la zona comercial. En los alrededores, existe una en el Parque de Los Galgos (Canódromo), a unos 40 metros del inicio de la ZCA, tanto con bicicletas convencionales como eléctricas.

La siguiente estación más cercana se encuentra a más de 1 kilómetro.

Tabla 6. Líneas de guagua que pasan por la ZCA. Fuente: Guaguas Municipales.

LÍNEAS DE GUAGUA				
Número	Nombre	Frecuencia media (min) en horario laboral	Frecuencia media (min) en sábados	Frecuencia media (min) en domingos y festivos
9	Hoya de La Plata - Hospital Dr. Negrín	15	26	26
L2	Teatro - Santa Catalina (nocturna)	50	50	50
32	Guinguada - Auditorio (por San Antonio)	20	25	35
33	Guinguada - Puerto (por Ciudad Alta)	10	19	20
48	Escaleritas - Campus Universitario	30	No circula	No circula



Parada de Guaguas Municipales en calle Agustina de Aragón.



Cartelería de una de las paradas en calle Don Pedro Infinito.

Ilustración 28. Varias imágenes referentes a las paradas de guagua en la ZCA y calles adyacentes.

Estacionamientos legales.

Las plazas de estacionamiento en la ZCA y calles cercanas son las siguientes:

Tabla 7. Estacionamientos públicos en ZCA.

Calle	Libres	Zona Azul	Motocicletas	PMR libres	PMR reservados
Agustina de Aragón	87	-	-	-	2
Don Pedro Infinito	15	76	20	3	1
Don Pío Coronado	105	-	-	-	2
Doña Perfecta	14	-	-	-	1
Federico Viera	11	-	-	-	-
Pablo Penáguilas	14	-	-	-	-
Mariucha	18	-	-	-	-
Sor Simona	14	-	-	-	-
Misericordia	41	-	-	-	-
Pepe Rey	10	-	-	-	-
Realidad	13	-	-	-	-
Tormento	15	-	-	-	-
Tristana	7	-	-	-	-
Voluntad	34	-	-	-	-
Zaragoza	5	16	10	1	1
Jacinta	2	-	-	-	-
Halma	6	-	-	-	-
Alceste	-	-	-	-	-
Gerona	-	-	-	-	-
Pantoja	11	-	-	-	-
TOTAL	422	92	30	3	8
(en aprox. 128 000 m ² de ZCA)	76,04%	16,58%	5,41%	0,54%	1,44%
			555		

En la siguiente tabla se muestran otras zonas o áreas de estacionamiento aledañas o próximas a la ZCA las cuales tienen su relevancia sobre la ZCA (estacionamientos para residentes) o bien pueden ser optimizadas para ampliar el número de plazas de estacionamiento en el entorno de la zona comercial abierta tal como se expone en apartados posteriores y en los planos de propuestas.

Además de los estacionamientos públicos anteriores hay que destacar los estacionamientos privados ubicados tanto dentro de la zona comercial abierta como los cercanos a la misma.

Tabla 8. Estacionamientos públicos en áreas próximas a la ZCA.

Calle	Libres	Residentes
Agustina de Aragón (bajo parque Carmen González Roca)	-	268
Don Pedro Infinito (bajo parque Don Benito)	-	450
Virgen de Loreto	50	-
La Granja (junto a parque José Saramago)	63	-
Máximo	15	-
Juan Martín	18	-
Pantoja (fondo de saco)	25	-
TOTAL (en aprox. 17 500 m2 exclusivos de zonas de estacionamientos)	171 19,24%	718 80,76%
	889	

Tabla 9. Estacionamientos privados en inmuebles dedicados en la ZCA y zonas aledañas.

Calle	Privado (estimación)
Federico Viera, 155	80
Pablo Penáguilas, 95-97	45
TOTAL	125

De las tablas anteriores se puede realizar el resumen de estacionamientos de la ZCA y zonas o áreas de estacionamiento de relevancia o interés para la propia zona comercial abierta.

Las anomalías y disfunciones observadas en el estacionamiento llevó al equipo redactor a realizar un trabajo de búsqueda de nuevas plazas de estacionamiento y optimización de las existentes, con la idea de que las actuaciones que se presentan en el capítulo 5 supongan un desplazamiento y no una pérdida de plazas.

El fundamento de esta actividad fue, por tanto, el de buscar un aumento de plazas de aparcamiento en la ZCA no como solución a problemas existentes de estacionamiento, fenómeno de existencia dudosa habida cuenta de los datos que existen al respecto, sino como compensación a la pérdida de plazas que suponga la propuesta de peatonalizaciones, semipeatonalizaciones o ensanches de aceras en algunas áreas de la zona comercial.

Este aspecto, que se ve complementado en el capítulo 4, es una de las reclamaciones más reiteradas de los residentes y comerciantes que ven cómo el uso intensivo y abusivo del vehículo privado paraliza la movilidad en la zona (ver apartado siguiente).

Tabla 10. Resumen de estacionamientos en la ZCA y zonas aledañas.

Total plazas públicas libres		Total plazas públicas Zona Azul		Total plazas públicas Motocicletas		Total plazas públicas PMR libres		Total plazas públicas PMR reservados		Total plazas públicas exclusivas residentes		Total plazas privadas en inmuebles dedicados (estimación)	
593	37,79%	92	5,86%	30	1,91%	3	0,19%	8	0,51%	718	45,76%	125	7,97%
TOTAL PLAZAS ESTACIONAMIENTO ZCA Y ÁREAS DE INTERÉS													
1 569													

De esta manera, en ubicaciones como el estacionamiento público libre en superficie junto a la Parroquia San Marcos Evangelista (zona alta de Don Pedro Infinito, a 50 metros de la ZCA), en el de la calle Juan Martín (zona alta de Don Pedro Infinito, a 130 metros de la ZCA), en la calle Misericordia (zona alta de Don Pedro Infinito, límite de la ZCA), en el cruce de Agustina de Aragón con Misericordia y en el fondo de saco de Pantoja podrían obtenerse, en total, unas 98 plazas si se realizara una reordenación y optimización de aparcamientos.

Además, existen dos parcelas cercanas que en el PGOU figuran como “EL” (Espacio Libre) de categoría II, que contempla como uso complementario el garaje-aparcamiento bajo rasante.

- Parque José Saramago (Pedro Infinito, zona alta).
 - Dimensiones estimadas en planta: 24 x 131 m.
 - Superficie estimada: 3 101 m².
 - Estimación de 95 plazas por nivel.
- Parcela en talud entre las calles Mariucha, Inesilla y Pedro Minio (frente a parque Don Benito).
 - Dimensiones estimadas en planta: 50 x 44 m.
 - Superficie estimada: 1 930 m².
 - Estimación de 59 plazas por nivel.

Sumado a lo anterior, se ahondó en el inventario de solares e inmuebles abandonados o en venta, a la búsqueda de aquellos que podrían cumplir las condiciones necesarias para albergar una edificación de estacionamiento. Son las siguientes:

- Pedro Infinito, 186.
 - Construcción tipo nave industrial, escondida tras edificación
 - Dimensiones estimadas en planta: 30 x 16 m.
 - Superficie según catastro: 558 m².
 - Estimación de 17 plazas por nivel (con 3 niveles, 50 plazas).
- Pío Coronado, 140.
 - Solar en venta.
 - Dimensiones estimadas en planta: 20 x 30 m.
 - Superficie según catastro: 670 m².
 - Estimación de 25 plazas por nivel (con 3 niveles, 75 plazas).
- Pío Coronado, 49, 51, 53, 55 y 57.
 - Dos de ellos son viviendas en estado aparente de abandono y los otros tres son solares.
 - Dimensiones estimadas en planta (del conjunto): 44 x 20 m.
 - Superficie según catastro: 800 m².
 - Estimación de 30 plazas por nivel (con 3 niveles, 90 plazas).

- Pablo Penáguilas, esq. Misericordia.
 - Conjunto de tres solares en venta.
 - Dimensiones estimadas en planta (del conjunto): 20 x 20 m.
 - Superficie según catastro: 400 m².
 - Estimación de 14 plazas por nivel (con 3 niveles, 42 plazas).
- Pablo Penáguilas, 155, 157 y 159.
 - Conjunto de tres solares en alquiler/semiabandono.
 - Dimensiones estimadas en planta (del conjunto): 15 x 20 m.
 - Superficie según catastro: 300 m².
 - Estimación de 11 plazas por nivel (con 3 niveles, 33 plazas).
- Calle Mariucha, esq. Inesilla.
 - Solar con catalogación de Espacio Libre (tipo I).
 - Dimensiones estimadas en planta: 1 780 m².
 - Estimación de 55 plazas por nivel.
- Sor Simona, esq. Pantoja.
 - Parcela vacía. Según PGO, destinada a uso comercial.
 - Dimensiones estimadas en planta: 130 x 66 m.
 - Superficie destinada a estacionamiento (según PGO): 26 950 m².
 - Estimación de 1 000 plazas.

La situación de estas parcelas es la de emplazamientos que, aun teniendo potencial para ser edificados con edificios de aparcamientos, no cumplen con los preceptos de la norma zonal “Bt” del PGO para este fin. Se detecta que, en la situación legal actual, estas parcelas no tienen atractivo económico y se estima que podrían tenerlo si fuera posible dedicarlas a este fin.

Estacionamientos ilegales.

El fenómeno del estacionamiento ilegal afecta sobremanera a la zona, especialmente a las calles aledañas a los ejes comerciales de la zona comercial abierta, en las cuales se observan numerosos vehículos estacionados sobre aceras o en zonas de cargas/descarga.

En la ZCA este fenómeno afecta de manera importante a la circulación pues conlleva la ocupación de carriles por estacionamientos en doble fila, sea de vehículos privados de manera temporal o de vehículos comerciales/industriales al estar los estacionamientos de carga/descarga ocupados.

Durante el trabajo de campo se detectaron hasta 5 puntos o zonas de concentración de estacionamiento ilegal con un total de 38 estacionamientos ilegales:

- Calle Zaragoza entre las calles Sor Simona y Mariucha, ocupando el carril más próximo a la acera de la derecha en sentido Sor Simona-Mariucha.
- Intersección entre las calles Sor Simona y Mariucha, sobre el cebreado.
- Intersección entre las calles Don Pedro Infinito y Doña Perfecta, sobre el cebreado.
- Varios puntos del cruce de calles formado por Don Pedro Infinito y Alceste, sobre los cebreados.
- Calle Alceste entre las calles Gerona y Halma, ocupando la superficie con prohibición de estacionamiento.

Como se comenta anteriormente, además de los 5 puntos anteriores, existen por toda la zona comercial abierta y calles aledañas, de manera incuantificable, numerosos tramos de acera ocupados por estacionamientos ilegales.



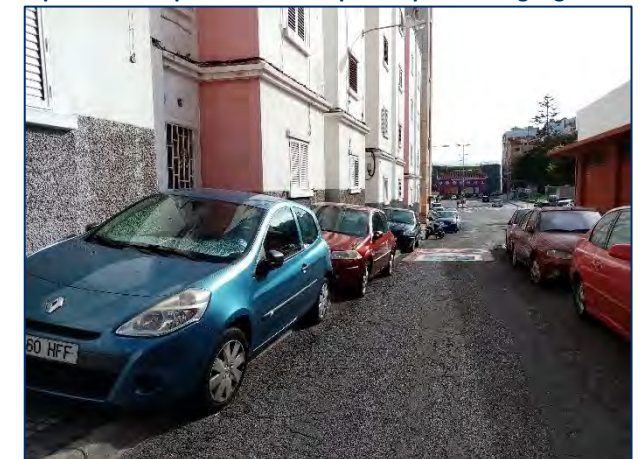
Estacionamientos ilegales en calle Mariucha empleando cebreados e incluso parte de los propios carriles contiguos.



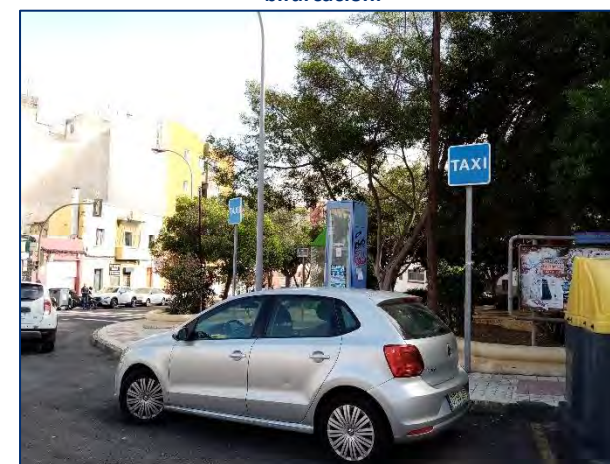
Estacionamientos ilegales en calle Agustina de Aragón empleando el espacio reservado para la parada de guaguas.



Estacionamiento ilegal en el cruce de calles de Doña Perfecta con Don Pedro Infinito empleando espacios libre generado por la bifurcación.



Estacionamientos ilegales en calle Doña Perfecta empleando la totalidad de la acera (hábito común en varias calles de la ZCA).



Estacionamientos ilegales en calle Alceste empleando el espacio reservado para la parada de taxis y los cebreados de la zona. Ilustración 29. Varias imágenes referentes a los estacionamientos ilegales en la ZCA y calles adyacentes.

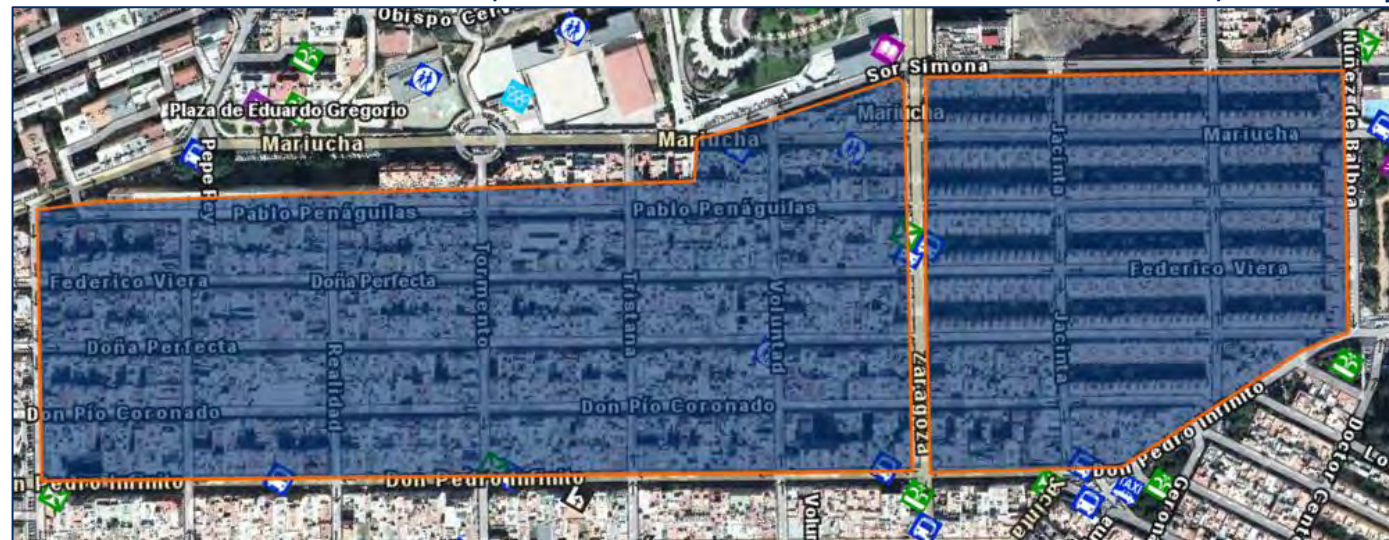


Viales calle 30.

En la zona de estudio se detectaron 12 viales calle 30: Voluntad, Tristana, Tormento, Realidad, Pepe Rey, Jacinta, Pantoja, Mariucha, Pablo Penáguilas, Federico Viera, Doña Perfecta y Don Pío Coronado.



Inicio del vial con limitación de velocidad a 30 km/h en calle Tristana. Inicio del vial con limitación de velocidad a 30 km/h en calle Pantoja.



Vista en planta del área ocupada por los viales calle 30.
Ilustración 30. Varias imágenes referentes a los viales calle 30.

Es preciso mencionar que con la aprobación del Real Decreto 970/2020, de 10 de noviembre, por el que se modifican el Reglamento General de Circulación, aprobado por Real Decreto 1428/2003, de 21 de noviembre y el Reglamento General de Vehículos, aprobado por Real Decreto 2822/1998, de 23 de diciembre, en materia de medidas urbanas de tráfico, estas vías deberán seguir teniendo una velocidad límite de 30 km/h y que otras vías similares del ámbito de estudio, que anteriormente a la aprobación de estas modificaciones tienen velocidades máximas superiores, deberán también adaptarse a estas limitaciones.

Viales de convivencia en plataforma única.

No existen en el área de estudio ningún vial de este tipo, si bien es cierto que el vial junto al Mercado de Altavista, (calle Juan Ramón Jiménez) cuenta a día de hoy de plataforma única con una longitud aproximada de 38 metros.

Viales peatonales.

El único vial peatonal de la zona comercial de Schamann – Pedro Infinito es la calle Jacinta en el tramo entre los números 12 y 18 (11 y 17 en impares).

El tramo, de 42 metros, está restringido al tráfico rodado y dispone de una plataforma de tránsito única. Se trata de un vial al que se le realizó una adecuación mediante una intervención suave en la cual se balizó sus extremos con bolardos y macetones y se aumentó ligeramente la cota de la calzada para hacerla coincidir con la de la acera además de pintarla.



Ilustración 31. Varias imágenes del tramo peatonal de la calle Jacinta, aunque este no se ajusta a las características propias de este tipo de vías. Única área peatonal de toda la ZCA y alrededores.

Piezas atractoras.

Se destacan los siguientes elementos singulares que actúan como focos de atracción a la zona comercial abierta:

De tipo comercial.

- Mercado de Altavista.
- Centro Comercial La Ballena.

De tipo dotacional.

- Parque de Los Galgos (o del Canódromo).
- Parque y centro deportivo de Las Rehoyas.
- Parque y centro deportivo de La Ballena.
- Parque de Altavista.
- Parque Don Benito.
- Biblioteca municipal "Dolores Campos-Herrero".
- Biblioteca "Gran Canaria Espacio Digital".
- Guardería "Chupete".
- Escuela Infantil "Blancanieves".
- CPEIPS "San Miguel Arcángel".
- CPEIPS "San Martín de Porres".
- CEIP "Pepe Dámaso".
- CEIP "Don Benito".
- EEI "Heidi".
- IES "Schamann".

De tipo religioso.

- Parroquia de los Sagrados Corazones.
- Parroquia San Marcos Evangelista.
- Parroquia Nuestra Señora de La Paz.
- Iglesia de Nuestra Señora de Los Dolores.

Edificios de la Administración.

- Oficinas del Distrito Ciudad Alta del Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria.

Patrimonio arquitectónico.

No se observan, en el área de la ZCA ni zona circundante, elementos de valor arquitectónico ni catalogados municipalmente como Patrimonio Arquitectónico (las más cercanas se ubican en los viales Paseo de Chil y Paseo de San Antonio, a más de medio kilómetro de la zona comercial).

Aspecto comercial.

Locales por tipo de actividad.

Se observa a continuación el número de locales totales en la ZCA y su tipo de actividad, así como si están activos o inactivos.

De la misma manera, se presentan datos de las locomotoras económicas actualmente existentes y de una serie de locales que, si bien se utilizan actualmente con propósitos distintos al comercio (p. ej.: a garaje o a almacén) disponen de un potencial interesante para su conversión a local comercial (tamaño estimado, acceso directo desde la calle, acceso amplio, etc.). Una parte de este tipo de locales dispuso de algún establecimiento comercial años atrás, pero la decadencia de la zona produjo su transformación al uso que actualmente dispone, lo cual da a pensar que, en el auge de la zona que se pueda generar con las propuestas de este Plan Director estos locales serían interesantes de ser reconvertidos al uso comercial.

Es importante remarcar que el número de locales en los que se estudia el tipo de actividad (222) no coincide con el número de locales estudiados (342) debido a que en aquellos que están cerrados (120) no se considera el tipo de actividad que se desarrolló por último, habida cuenta de la posibilidad de que dicha actividad cambie. Esta cifra de 222 locales con actividad tampoco coincide con los 241 tipos de negocio de la siguiente gráfica debido a que hay negocios que desempeñan más de un tipo de actividad, con lo que el número de tipos de negocio es ligeramente superior (19) al número de locales activos.

Los datos de tipo de negocio presentan una muy importante dominancia de los negocios estrictamente de servicios, entendidos como tal las peluquerías, los bancos, tiendas de arreglos de ropa, ópticas, agencias de viaje, lavanderías, lavanderías, farmacias y otros similares y en los que tienen un peso especial los primeros (veinticuatro negocios entre peluquerías (21), salones de belleza y similares).

Seguidamente, el segundo tipo de negocio es el de restauración (un quince por ciento), entendiendo como tal los bares, cafeterías, restaurantes, piscochis y homologables.

Uno de cada diez negocios de la ZCA Schamann – Pedro Infinito se dedica a la actividad de bazar, droguería, estanco, locutorio o similar.

El peso de los centros de oficinas o centros de negocios, entendidos como tal las consultorías, oficinas y despachos es bajo en comparación con el resto de negocios (aproximadamente 5%).

Por último, en toda la zona comercial existen dos centros comerciales cerrados de los cuales uno se encuentra en un estado de decadencia importante con siete locales cerrados y tres abiertos (la galería comercial situada en calle Don Pedro Infinito, 37) y el otro se ubica a 380 metros de distancia de la zona estrictamente delimitada por la ZCA (aunque con relación e influencia directa en la misma -mercado municipal de Altavista-).

En cuanto a las locomotoras económicas, en la zona comercial se observa la presencia de 39 negocios de este tipo (el 17% de los negocios de la ZCA) de los cuales casi la mitad son del tipo franquicia o cadena.

De todas las locomotoras ubicadas en esta ZCA solamente 3 no están en los ejes Don Pedro Infinito o Zaragoza y de ellas 2 son de cadenas de ferreterías. Este dato refuerza el fenómeno conocido en planificación de zonas comerciales de que los negocios que actúan como dinamizadores de las ZCA buscan ubicarse en las vías principales de las mismas.

El único establecimiento cultural es la Parroquia de los Sagrados Corazones, ubicada en el número 85 de la calle Don Pedro Infinito.

No existe ningún centro de la Administración Pública y los cuatro establecimientos de tipo centro de salud o análogo son farmacias.

Tabla 11. Locales por tipo de actividad.

TIPO DE NEGOCIO	Cantidad	%
Alimentación (supermercado, panadería, frutería...)	23	9,54%
Bazar/droguería (estanco, chino/todo a un euro, locutorio...)	25	10,37%
Centro comercial	2	0,83%
Consultoría, oficina, despacho	12	4,98%
Equipamiento del hogar (ferretería, mobiliario, decoración...)	23	9,54%
Otros	23	9,54%
Restauración (cafetería, bar, restaurante, piscochis...)	37	15,35%
Ropa, calzado, deportes	18	7,47%
Servicios (peluquería, gimnasio, banco...)	78	32,37%
TOTAL	241	100,00%

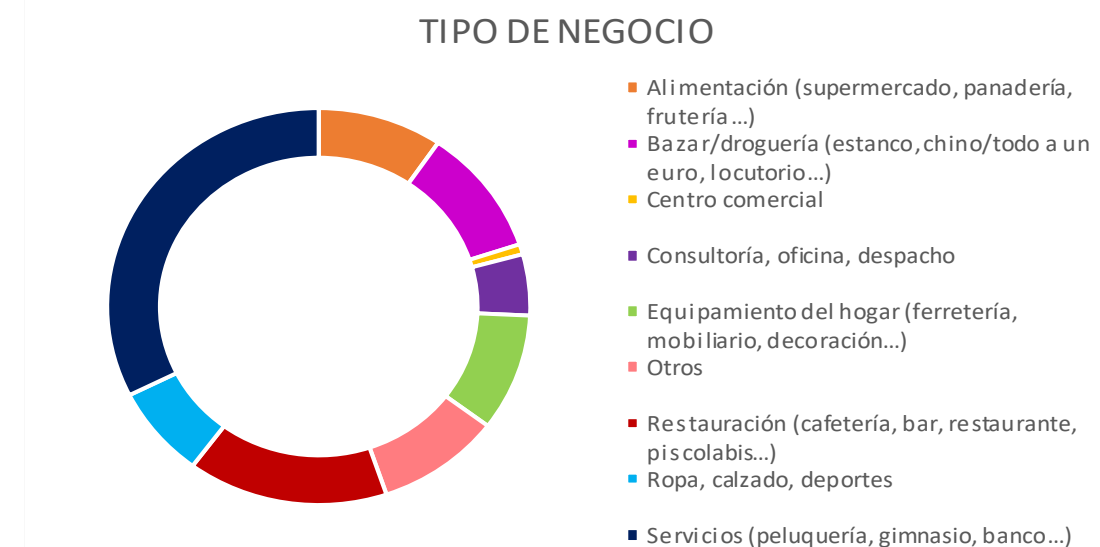


Tabla 12. Locomotoras comerciales.

LOCOMOTORA ECONÓMICA	Cantidad	%
Administración de loterías	3	7,69%
Administración pública	0	0,00%
Aseguradora	3	7,69%
Cadena de alimentación	3	7,69%
Centro comercial	2	5,13%
Centro de salud o análogo	4	10,26%
Establecimiento cultural (cine, teatro, sala de exposiciones, etc.)	1	2,56%
Franquicia o cadena	18	46,15%
Mercado tradicional	1	2,56%
Oficina bancaria	4	10,26%
TOTAL	39	100,00%

LOCOMOTORA ECONÓMICA

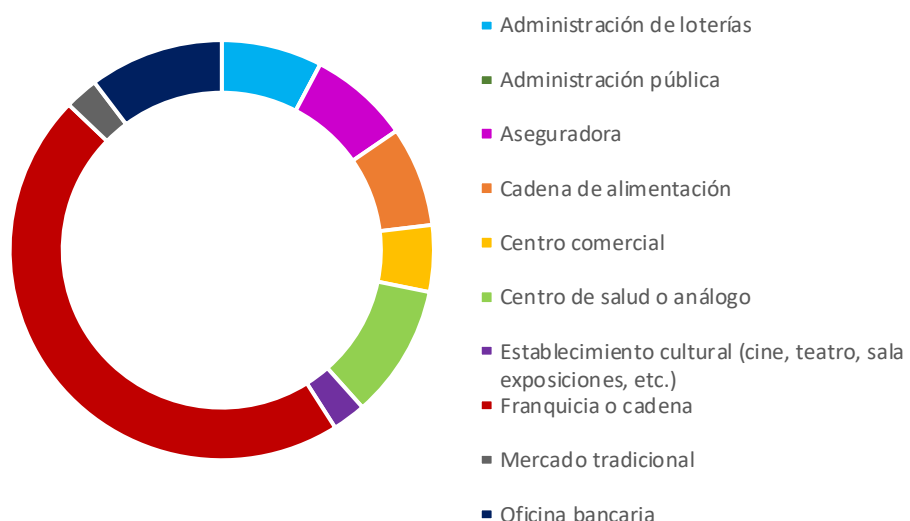


Ilustración 32. Ubicación en planta de las locomotoras comerciales. Los colores se corresponden con el tipo de locomotora según la Tabla 12.

Del análisis de lo anterior llama la atención la tasa de locales cerrados (negocios no activos) que casi alcanza el tercio de los locales existentes.

De ese tercio de locales inactivos, aproximadamente el mismo porcentaje se encuentra en muy mal estado o con síntomas de abandono. Es decir, una sexta parte de los locales disponibles en la zona comercial se encuentra inactivo y presenta estado de abandono.

Estas cifras llevaron al equipo redactor a realizar un esfuerzo expreso en el análisis de la situación actual de los locales inactivos (y, como se verá más adelante, de diagnóstico y propuestas) por lo que a continuación, en el detalle sector a sector, se presentan datos de locales cerrados para cada una así como un desglose listado de todos los locales en esta situación así como su ubicación.

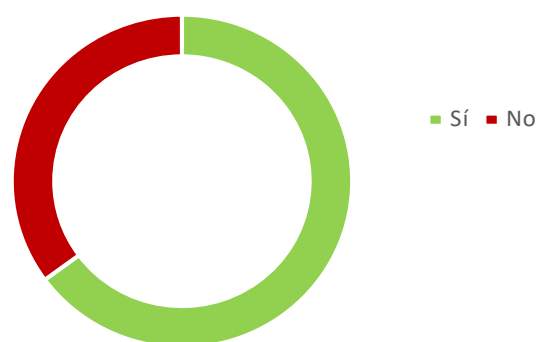
La profundización llevada a cabo respecto a la alarmante cifra de negocios cerrados y de negocios cerrados y con síntomas de abandono llevaron a analizar aquellos locales que, siendo actualmente utilizados para otros usos (garaje, almacén, etc.) pudieron ser anteriormente locales comerciales o disponen potencial para serlo. La idea era conocer si, además de los locales que claramente se observaron como locales comerciales cerrados existen también otros locales que deberían sumarse a esa categoría por haber sufrido un cambio de uso debido a la pérdida de atractivo como establecimiento comercial.

En esa senda, el recorrido por la ZCA buscando locales que cumplieran los criterios mencionados permitió localizar hasta 33 emplazamientos en esta situación. Si esos 33 locales se sumaran a los cerrados el porcentaje de estos ascendería hasta el 41% y la cantidad de locales disponibles en la ZCA pasaría de 342 a 375.

Tabla 13. Locales según negocio activo o inactivo.

NEGOCIO ACTIVO	Cantidad	%
Sí	222	58,58%
No	120	31,66%
NEGOCIO INACTIVO	Cantidad	%
Con síntomas de abandono	37	30,83%
Sin síntomas de abandono	83	69,17%

NEGOCIO ACTIVO



NEGOCIO INACTIVO

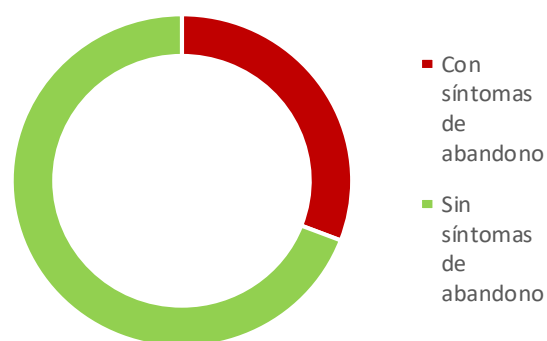
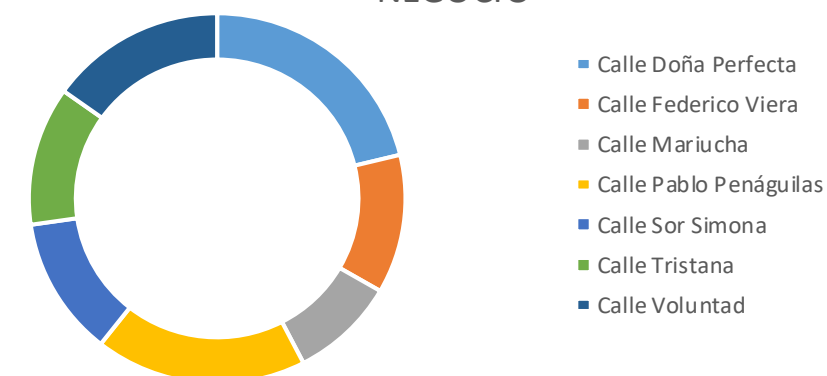


Tabla 14. Locales con otros usos que son susceptibles de ser reconvertidos a locales para negocios.

GARAJES SUSCEPTIBLES DE CAMBIO DE USO A NEGOCIO	Cantidad
Calle Doña Perfecta	7
Calle Federico Viera	4
Calle Mariucha	3
Calle Pablo Penáguilas	6
Calle Sor Simona	4
Calle Tristana	4
Calle Voluntad	5
Total	33

GARAJES SUSCEPTIBLES DE CAMBIO DE USO A NEGOCIO



Locales por tipo de actividad y por sector.

En la siguiente muestra, el desglose de los datos de tipo de actividad y locales cerrados por sectores (para consulta de los sectores en las que se ha dividido la ZCA para el presente estudio consulte el apartado “2.1 PRESENTE: EL ÁMBITO.”) permite observar que se mantiene sin discusión la prevalencia de los negocios de servicios en todas las áreas de la ZCA, seguida de la restauración que, sin embargo, este estudio zonificado revela que en los sectores A y B pierde presencia en beneficio de los negocios para equipamiento del hogar, los bazares/droguerías (sector A) y los de otra índole (sector B) con los que se mantiene en rangos muy similares.

Es muy interesante observar que, a pesar de la alta prevalencia de los negocios de restauración en la zona comercial (15 %; uno de cada seis) su presencia se refuerza en la zona baja de la ZCA (sectores de estudio C y D) y pierde intensidad en la zona alta (sectores A y B).

Sector A.

Respecto al resto de sectores, en esta área los negocios de servicios, de equipamiento del hogar y los bazares/droguería ganan terreno respecto a la restauración y, sobre todo, la cifra de negocios cerrados alcanza la cuota del 39% (sin tener en cuenta los locales que no desempeñan actividad comercial pero que pudieron o podrían hacerlo). De esos locales cerrados, un 17% (es decir, un 8% aproximadamente de los negocios de esta área) presentan aspecto de abandono.

De los 35 negocios inactivos 23 se encuentran en la calle principal (Don Pedro Infinito) y solamente 12 se reparten entre Don Pío Coronado, Agustina de Aragón y calles perpendiculares a estas. No obstante, no debe interpretarse de ello que Don Pedro Infinito tiene menor pujanza que los viales circundantes pues, como también se observa, la gran mayoría de negocios de este sector A se encuentra en este vial (38 de 49) y no en los cercanos. En la calle Agustina de Aragón, en este tramo, hay más negocios inactivos que activos.

En este sector, en la cual se observa la presencia de cinco locomotoras comerciales, el tejido comercial en las calles que no son Don Pedro Infinito es casi inexistente.

Tabla 15. Locales por tipo de actividad en el sector A.

ZONA A: TIPO DE NEGOCIO	Cantidad	%
Alimentación (supermercado, panadería, frutería...)	4	7,02%
Bazar/droguería (estanco, chino/todo a un euro, locutorio...)	7	12,28%
Centro comercial	0	0,00%
Consultoría, oficina, despacho	2	3,51%
Equipamiento del hogar (ferretería, mobiliario, decoración...)	9	15,79%
Otros	5	8,77%
Restauración (cafetería, bar, restaurante, piscoabis...)	7	12,28%
Ropa, calzado, deportes	5	8,77%
Servicios (peluquería, gimnasio, banco...)	18	31,58%
TOTAL	57	100,00%

ZONA A: TIPO DE NEGOCIO

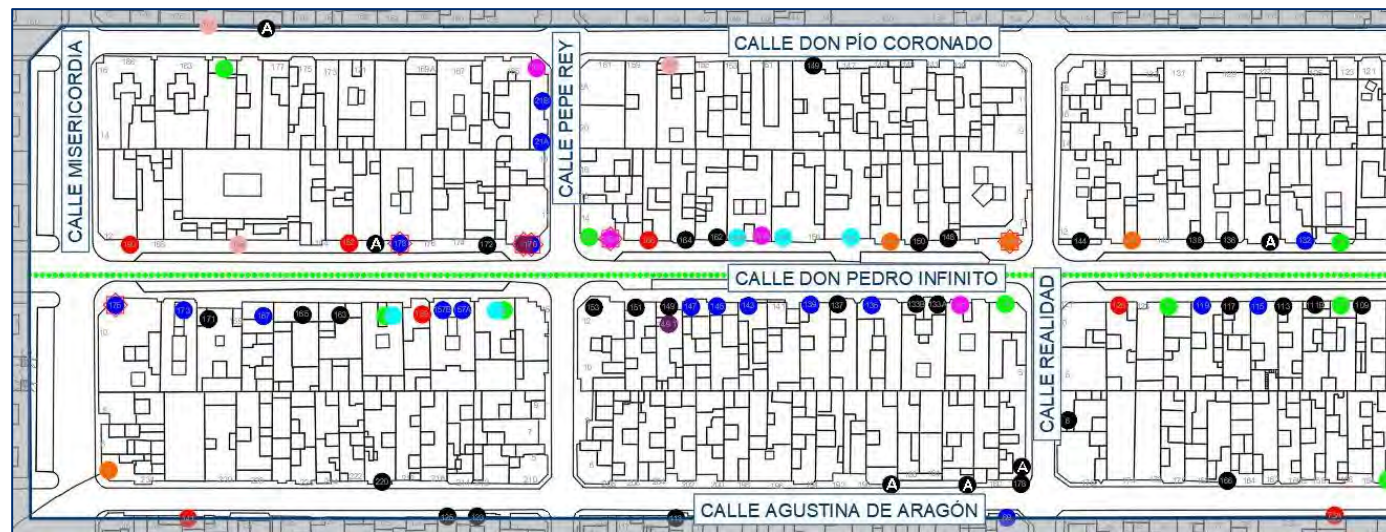
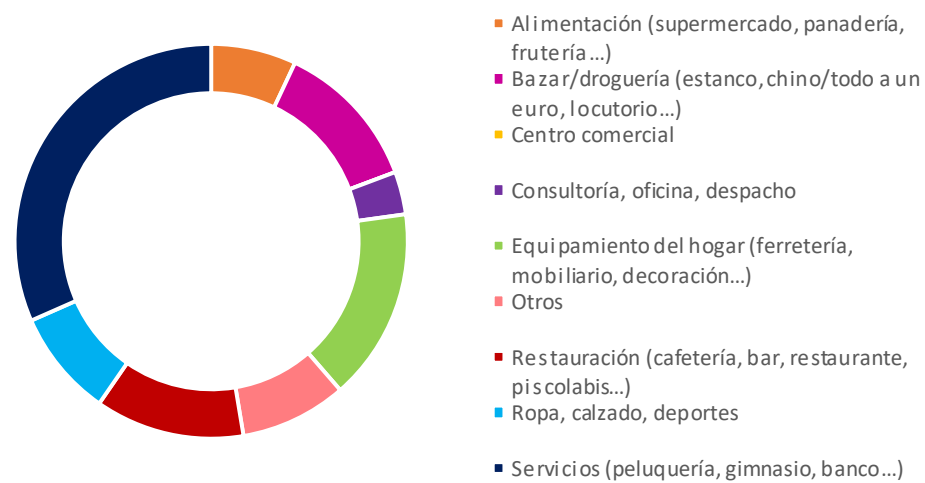


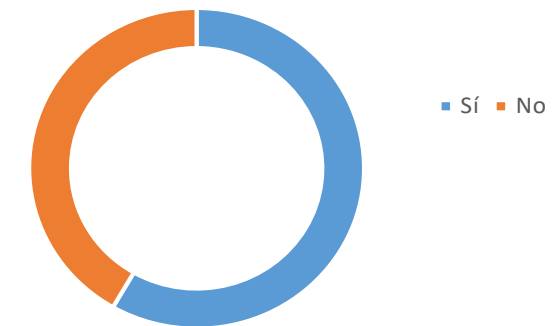
Ilustración 33. Locales por tipo de actividad en el sector A. Los puntos en negro representan locales cerrados. El resto de colores sigue el código de la gráfica anterior.

Tabla 16. Locales según negocio activo o inactivo en el sector A.

ZONA A: NEGOCIO ACTIVO	Cantidad	%
Sí	49	54,44%
No	35	38,89%

ZONA A: NEGOCIO INACTIVO	Cantidad	%
Con síntomas de abandono	6	17,14%
Sin síntomas de abandono	29	82,86%

ZONA A: NEGOCIO ACTIVO



ZONA A: NEGOCIO INACTIVO

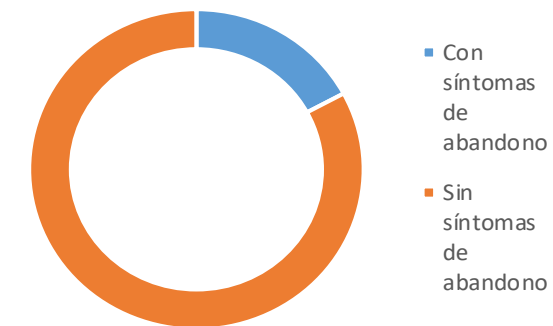


Tabla 17. Ubicación de los locales inactivos del sector A.

SECTOR A: LOCALES INACTIVOS					
Calle y cantidad de locales inactivos	Número	Calle y cantidad de locales inactivos	Número	Calle y cantidad de locales inactivos	Número
Realidad (3)	3	Don Pedro Infinito (23)	171	Don Pedro Infinito (23)	109
	6		165	Agustina de Aragón (8)	166
Don Pedro Infinito (23)	134		163	178	
	136		153	182	
	138		151	188	
	144		149	113	
	148		137	123	
	150		133-A	125	
	162		133-B	220	
	164		117	Don Pío Coronado (2)	172
	172		113	149	
	180		111-B		

Sector B.

Esta área, la mayor en superficie (42 837 m²) de las analizadas, es en la que se da una mayor variabilidad de tipos de negocio y en la que el reparto entre ellos es más equitativo.

No obstante lo anterior, incluso en este sector se observa el gran desequilibrio entre Don Pedro Infinito y las calles adyacentes y la cifra de locales inactivos sigue siendo muy alta (32%) de los cuales un tercio presenta estado de abandono (un diez por ciento del total de los locales del sector, porcentaje casi igual al del sector A). De estos 45 locales cerrados, 25 se encuentran en Don Pedro Infinito. En este tramo de la calle Don Pío Coronado (tramo que presenta peor estado), hay el mismo número de negocios inactivos que activos.

Todo lo anterior teniendo en cuenta el efecto desvirtuador del centro comercial "Galería Comercial "Pedro Infinito"", que perjudica los datos del eje Pedro Infinito respecto al resto de viales: computa siete locales cerrados en un único acceso.

Tabla 18. Locales por tipo de actividad en el sector B.

ZONA B: TIPO DE NEGOCIO	Cantidad	%
Alimentación (supermercado, panadería, frutería...)	4	4,60%
Bazar/droguería (estanco, chino/todo a un euro, locutorio...)	8	9,20%
Centro comercial	1	1,15%
Consultoría, oficina, despacho	6	6,90%
Equipamiento del hogar (ferretería, mobiliario, decoración...)	9	10,34%
Otros	12	13,79%
Restauración (cafetería, bar, restaurante, pisco-labis...)	12	13,79%
Ropa, calzado, deportes	10	11,49%
Servicios (peluquería, gimnasio, banco...)	25	28,74%
TOTAL	87	100,00%

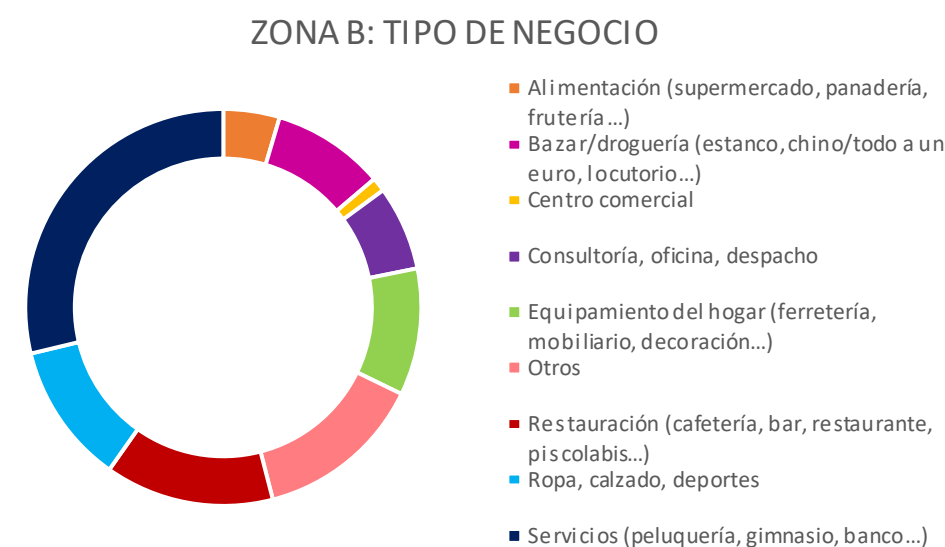
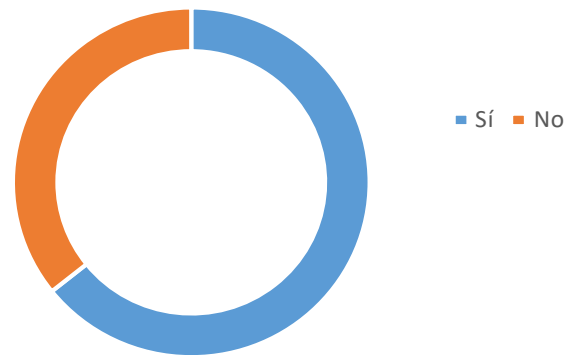


Ilustración 34. Locales por tipo de actividad en el sector B. Los puntos en negro representan locales cerrados. El resto de colores sigue el código de la gráfica anterior.

Tabla 19. Locales según negocio activo o inactivo en el sector B.

ZONA B: NEGOCIO ACTIVO	Cantidad	%
Sí	81	57,86%
No	45	32,14%
ZONA B: NEGOCIO INACTIVO		
Con síntomas de abandono	14	31,11%
Sin síntomas de abandono	31	68,89%

ZONA B: NEGOCIO ACTIVO



ZONA B: NEGOCIO INACTIVO

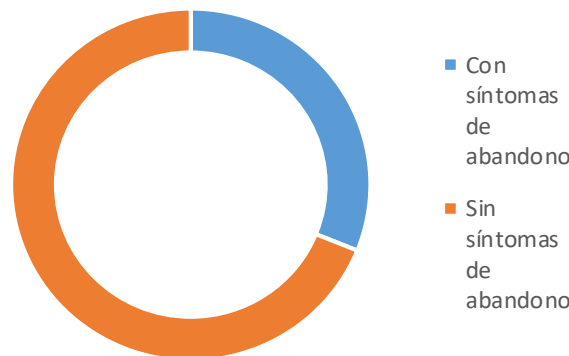


Tabla 20. Ubicación de los locales inactivos del sector B.

SECTOR B: LOCALES INACTIVOS					
Calle y cantidad de locales inactivos	Número	Calle y cantidad de locales inactivos	Número	Calle y cantidad de locales inactivos	Número
Doña Perfecta (5)	50	Don Pedro Infinito (17)	76	Don Pedro Infinito (17)	53
	54		80, 82 Y 84		47
	56		84, 1º	7 Locales s/n	
	65		108	Agustina de Aragón (1)	142
	64		118	Don Pío Coronado (9)	113
Voluntad (2)	16-A	Don Pedro Infinito (17)	122	88-A	88-A
	8		103	93	
Tormento (4)	21		99	79-A	79-A
	16		97-A	52	
	8		87	47	
Don Pedro Infinito (17)	9-A		83	46	
	72		73-B	44-A	
	74		67	44-B	

Sector C.

En este sector los negocios de servicios acaparan el 40%, los de restauración el 16% y los de alimentación el 13% quedando por tanto el 70% de los negocios monopolizados por tres tipologías.

La mayoría de los negocios de alimentación se ubican en Alceste y Don Pedro Infinito mientras que los de servicios se reparten de manera equitativa (aunque con cierto predominio de la calle Zaragoza). Los diez negocios de restauración se concentran en Jacinta y Don Pedro Infinito.

Un 29% de los locales se encuentran inactivos, sin embargo, de ellos aproximadamente la mitad (15% del total) muestran síntomas de abandono por lo que este índice es peor aquí que en el resto de la ZCA.

Tabla 21. Locales por tipo de actividad en el sector C.

ZONA C: TIPO DE NEGOCIO	Cantidad	%
Alimentación (supermercado, panadería, frutería...)	8	12,90%
Bazar/droguería (estanco, chino/todo a un euro, locutorio...)	6	9,68%
Centro comercial	0	0,00%
Consultoría, oficina, despacho	2	3,23%
Equipamiento del hogar (ferretería, mobiliario, decoración...)	5	8,06%
Otros	4	6,45%
Restauración (cafetería, bar, restaurante, piscoabis...)	10	16,13%
Ropa, calzado, deportes	2	3,23%
Servicios (peluquería, gimnasio, banco...)	25	40,32%
TOTAL	62	100,00%

ZONA C: TIPO DE NEGOCIO

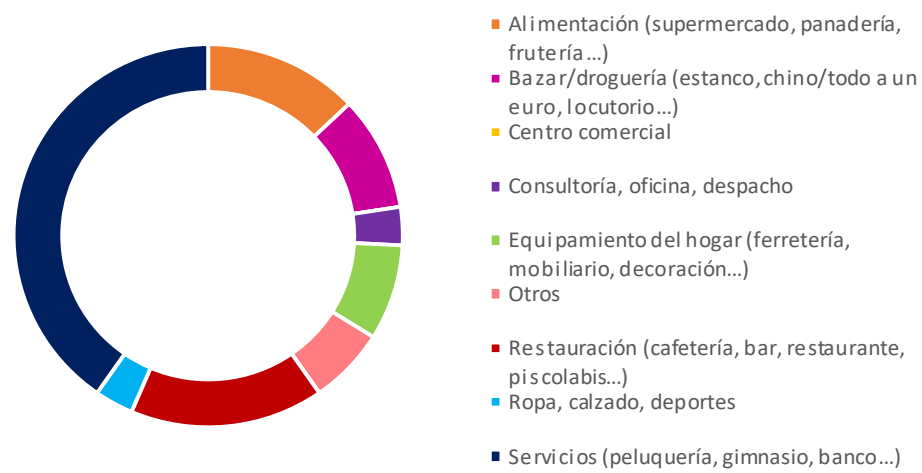
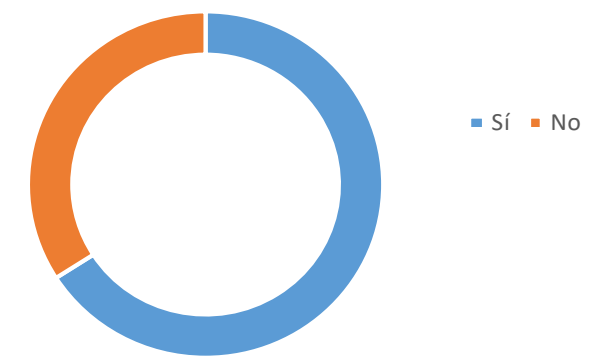


Ilustración 35. Locales por tipo de actividad en el sector C. Los puntos en negro representan locales cerrados. El resto de colores sigue el código de la gráfica anterior.

Tabla 22. Locales según negocio activo o inactivo en el sector C.

ZONA C: NEGOCIO ACTIVO	Cantidad	%
Sí	60	57,14%
No	31	29,52%
ZONA C: NEGOCIO INACTIVO		
Con síntomas de abandono	14	45,16%
Sin síntomas de abandono	17	54,84%

ZONA C: NEGOCIO ACTIVO



ZONA C: NEGOCIO INACTIVO

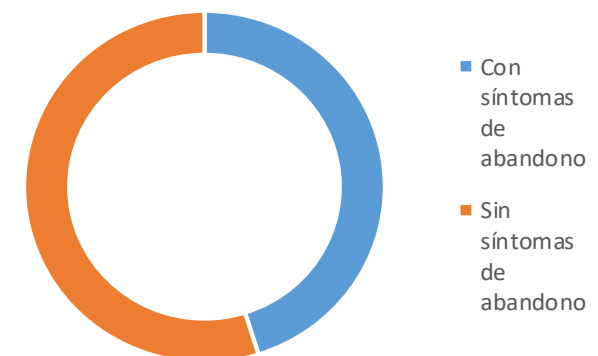


Tabla 23. Ubicación de los locales inactivos del sector C.

SECTOR C: LOCALES INACTIVOS					
Calle y cantidad de locales inactivos	Número	Calle y cantidad de locales inactivos	Número	Calle y cantidad de locales inactivos	Número
Zaragoza (5)	17-C	Don Pedro Infinito (20)	28	Don Pío Coronado (7)	11-A
	15-A		32-B		11-B
	4-B		34		9
	4-A		40-B		1
	16		25		6
Don Pedro Infinito (20)	6	Agustina de Aragón (1)	23	Jacinta (2)	7
	8		21	Pantoja (1)	4
	12		19		
	16		50		
	20		Don Pío Coronado (7)	28	
	22			26	
	26			19	

Sector D.

El sector de estudio D es el área de la ZCA con mayor predominancia porcentual de los sectores alimentación y restauración, estadística que corre a cargo, principalmente, de los viales Zaragoza y Sor Simona. Entre estos dos tipos de negocio rozan el 42% de los locales que, junto con la predominancia ya comentada para toda la zona comercial de los locales de servicios (en este caso, 26%) superan los dos tercios del total de negocios del sector.

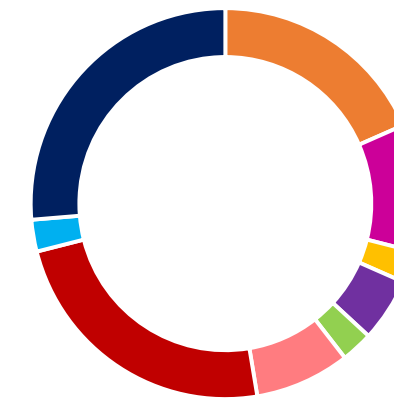
Con un 20% de locales inactivos y un porcentaje de locales con síntomas de abandono inferior al 7% del total de locales, este sector es el que presenta mayor dinamismo.

La manzana más al noreste (Zaragoza, Sor Simona, Mariucha) posee un peso importante en este sector D, albergando aproximadamente la mitad de los negocios del área (17 de 38).

Tabla 24. Locales por tipo de actividad en el sector D.

ZONA D: TIPO DE NEGOCIO	Cantidad	%
Alimentación (supermercado, panadería, frutería...)	7	18,42%
Bazar/droguería (estanco, chino/todo a un euro, locutorio...)	4	10,53%
Centro comercial	1	2,63%
Consultoría, oficina, despacho	2	5,26%
Equipamiento del hogar (ferretería, mobiliario, decoración...)	1	2,63%
Otros	3	7,89%
Restauración (cafetería, bar, restaurante, piscochis...)	9	23,68%
Ropa, calzado, deportes	1	2,63%
Servicios (peluquería, gimnasio, banco...)	10	26,32%
TOTAL	38	100,00%

ZONA D: TIPO DE NEGOCIO



- Alimentación (supermercado, panadería, frutería...)
- Bazar/droguería (estanco, chino/todo a un euro, locutorio...)
- Centro comercial
- Consultoría, oficina, despacho
- Equipamiento del hogar (ferretería, mobiliario, decoración...)
- Otros
- Restauración (cafetería, bar, restaurante, piscochis...)
- Ropa, calzado, deportes
- Servicios (peluquería, gimnasio, banco...)

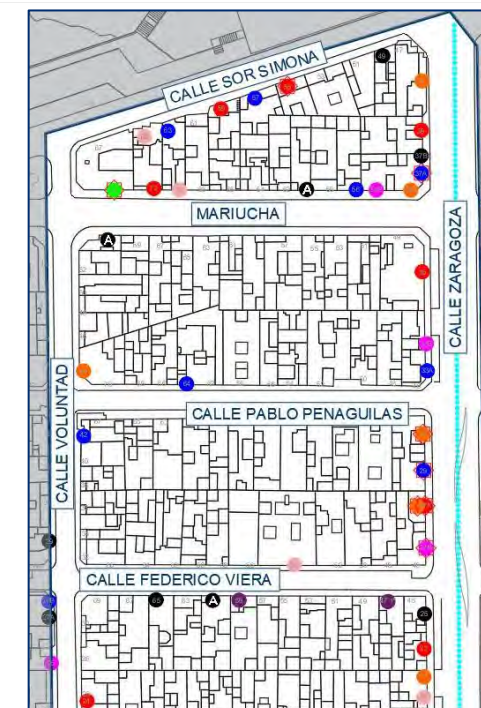
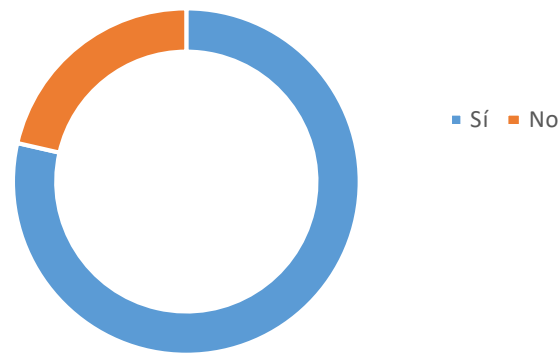


Ilustración 36. Locales por tipo de actividad en el sector D. Los puntos en negro representan locales cerrados. El resto de colores sigue el código de la gráfica anterior.

Tabla 25. Locales según negocio activo o inactivo en el sector D.

ZONA D: NEGOCIO ACTIVO	Cantidad	%
Sí	33	73,33%
No	9	20,00%
ZONA D: NEGOCIO INACTIVO		
Con síntomas de abandono	3	33,33%
Sin síntomas de abandono	6	66,67%

ZONA D: NEGOCIO ACTIVO



ZONA D: NEGOCIO INACTIVO

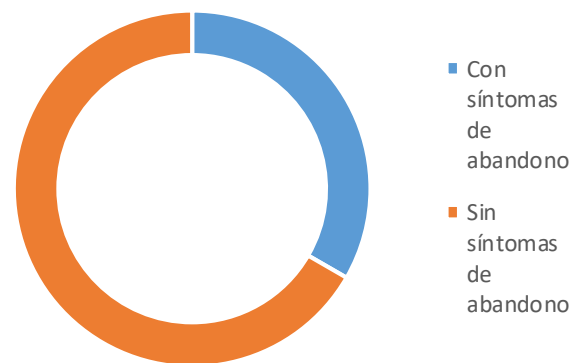


Tabla 26. Ubicación de los locales inactivos del sector D.

SECTOR D: LOCALES INACTIVOS					
Calle y cantidad de locales inactivos	Número	Calle y cantidad de locales inactivos	Número	Calle y cantidad de locales inactivos	Número
Zaragoza (2)	37-B	Federico Viera (2)	65	Mariucha (2)	71
	25	Voluntad (2)	27-A		60
Federico Viera (2)	61		29	Sor Simona (1)	49

Mercado municipal "Altavista".

La situación de tipos de negocio del mercado de Altavista es la esperada de un centro que principalmente se dedica a la alimentación, con un abrumador casi 90% de negocios de este tipo. El resto de negocios se reparte en dos tipos: ropa, calzado, deportes (1 local) y servicios (2 locales).

Los locales (o puestos) inactivos alcanzan el 43%.

Tabla 27. Locales por tipo de actividad en el mercado municipal de Altavista.

MERCADO ALTAVISTA: TIPO DE NEGOCIO	Cantidad	%
Alimentación (supermercado, panadería, frutería...)	25	89,29%
Bazar/droguería (estanco, chino/todo a un euro, locutorio...)	0	0,00%
Centro comercial	0	0,00%
Consultoría, oficina, despacho	0	0,00%
Equipamiento del hogar (ferretería, mobiliario, decoración...)	0	0,00%
Otros	0	0,00%
Restauración (cafetería, bar, restaurante, pisco-labis...)	0	0,00%
Ropa, calzado, deportes	1	3,57%
Servicios (peluquería, gimnasio, banco...)	2	7,14%
TOTAL	28	100,00%

MERCADO ALTAVISTA: TIPO DE NEGOCIO

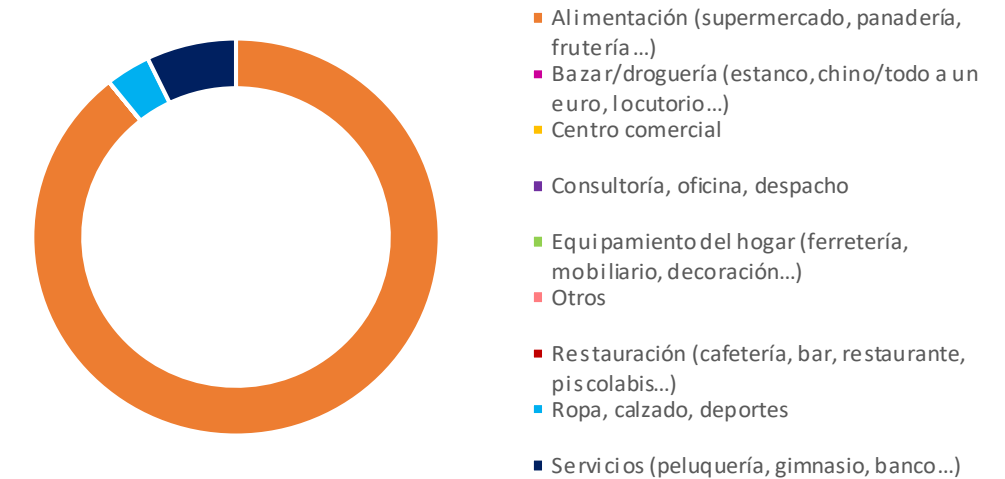
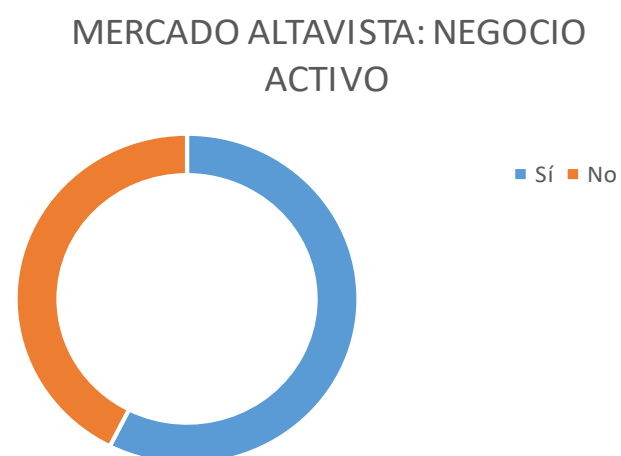


Tabla 28. Locales según negocio activo o inactivo en el mercado municipal de Altavista.

MERCADO ALTAVISTA: NEGOCIO ACTIVO		Cantidad	%
Sí		27	57,45%
No		20	42,55%

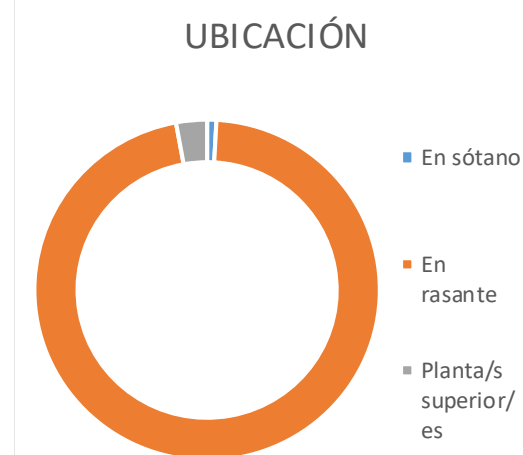


Locales según su ubicación en el edificio que los contiene.

La abrumadora mayoría de locales de la ZCA Schamann – Pedro Infinito se encuentran ubicados a cota rasante. Algo menos del 3% en plantas superiores y tan solo el 0,9% en sótanos.

Tabla 29. Locales según ubicación en el edificio que los contiene.

UBICACIÓN	%
En sótano	0,87%
En rasante	96,24%
Planta/s superior/es	2,89%



Locales según su superficie.

Teniendo en cuenta que el tamaño de un local es una variable fundamental para el tipo de negocio que en él se ubique, se procedió a estudiar esta característica agrupándola en los valores usuales para este tipo de trabajos:

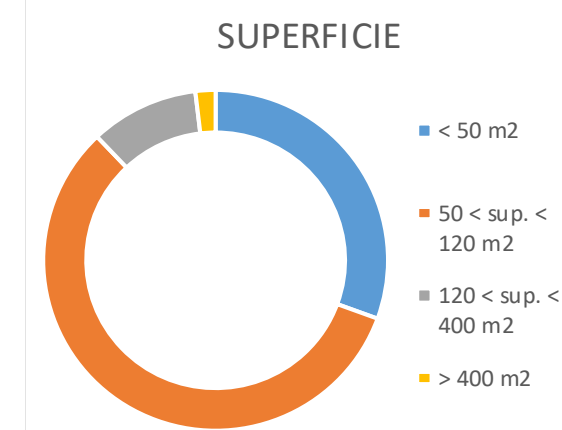
- < 50 m²
- 50 m² < superficie < 120 m²
- 120 m² < superficie < 400 m²
- 400 m²

De esta manera se obtuvo que más de la mitad (57%) de los locales se encuentran en el rango entre 50 y 120 metros cuadrados y hasta un 30% de ellos tiene una superficie inferior a los 50 metros cuadrados.

Por otra parte, los locales de tamaño medio-grande (entre 120 y 400 metros cuadrados) solamente suponen uno de cada diez y los grandes (mayores de 400 metros cuadrados) no llegan al 2%.

Tabla 30. Locales según superficie.

SUPERFICIE	%
< 50 m ²	30,57%
50 < sup. < 120 m ²	57,36%
120 < sup. < 400 m ²	10,19%
> 400 m ²	1,89%



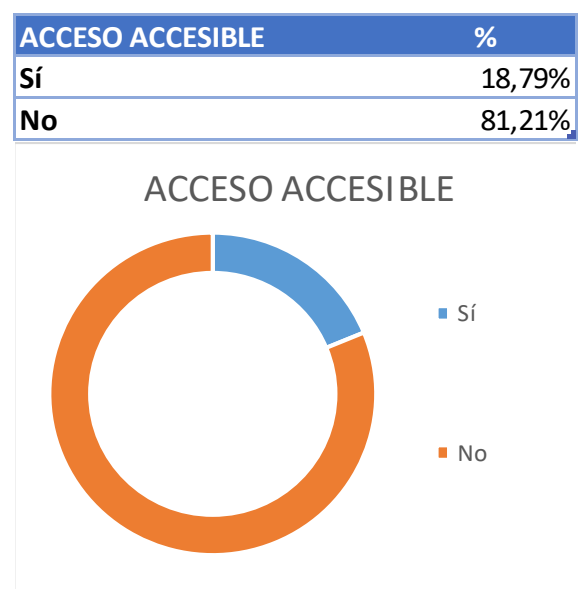
Locales según la accesibilidad de su entrada.

En la senda de las dos variables anteriores que, independientemente del negocio que albergue, analizan los locales en sus características físicas y de ubicación se procedió a la cuantificación de la accesibilidad de estos.

Este estudio de accesibilidad de locales en la ZCA se realizó con las limitaciones y obviedades que un estudio de estas características impone: se tuvo en cuenta la accesibilidad de la entrada al local (desniveles, salvoescaleras, barandillas, anchos eficaces...) pero no se entró a valorar la accesibilidad interior (ya que cualquier adaptación del local, cambio de uso o intervención supondría variaciones en este sentido y no es de obligación el estar adaptado a accesibilidad para negocios preexistentes).

Menos del 20% de los locales tienen un acceso adaptado, lo cual lleva a pensar que un estudio pormenorizado de la accesibilidad interior conllevaría un porcentaje mucho menor de locales adaptados que ese 20%.

Tabla 31. Locales según accesibilidad.



Turnos de trabajo.

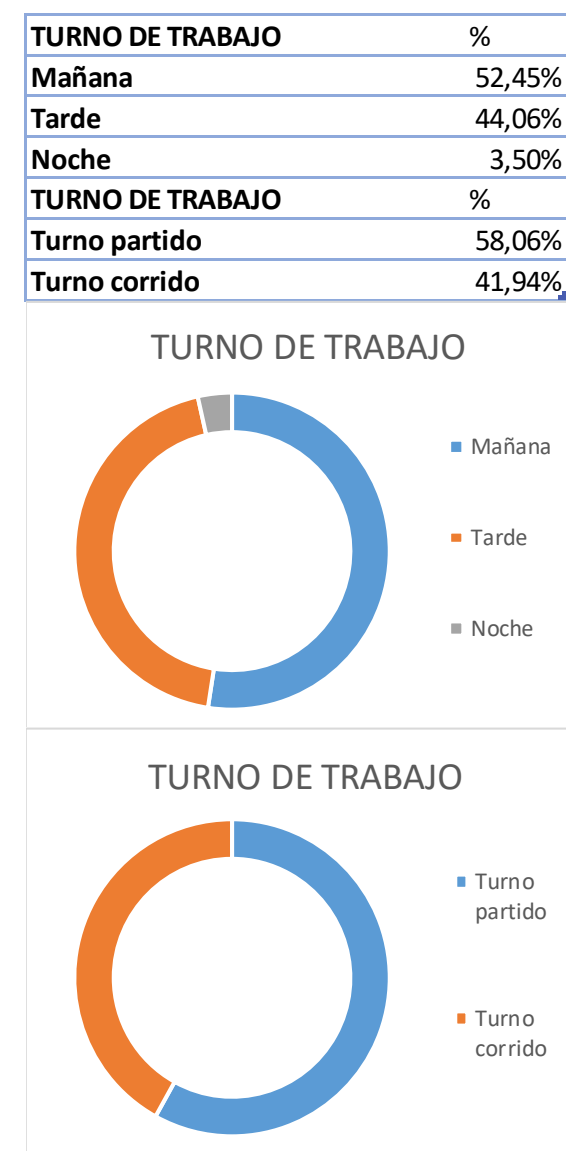
Como se mencionó en capítulos previos de este documento, las zonas comerciales abiertas pujantes que tienen una actividad alta comparten, entre otras cosas, horarios de apertura (ya sea según tipos de local, o en campañas o en turnos).

Este es un aspecto importante que se decidió estudiar y de lo cual se ha detectado que el horario de apertura en los negocios de la ZCA Schamann – Pedro Infinito es muy heterogéneo.

Por otro lado, la actividad comercial en esta ZCA se da por el día (turno de mañana y turno de tarde suman un 96,5%). Incluso los locales que se dedican a la restauración (recordamos, 15% en toda la ZCA) no trabajan en horario nocturno (3,5%).

Respecto al cierre a mediodía, aproximadamente la misma proporción de negocios se mantiene abierto que la que trabaja en turno partido.

Tabla 32. Negocios según turnos de trabajo.



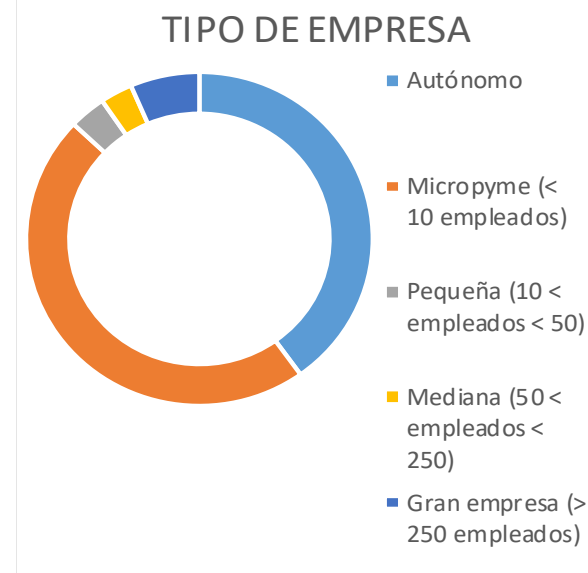
Empresas según tamaño.

Un aspecto muy importante en el análisis de la zona comercial, a fin de valorar sus magnitudes económicas es el empleo que generan y si el tipo de empresas que se ubican en ella son empresas que, en este y otros emplazamientos, dan una ofrecen cantidad de puestos de trabajo.

Por este motivo, se analizó el tipo de empresas que se encuentran en ella desde el punto de vista del número estimado de empleados, obteniendo una dominación total por parte de autónomos y micropymes (un 86% entre ambos). Las empresas pequeñas y medianas solamente ocupan el 3,5% y 3% de los locales y las grandes empresas el 6,5%.

Tabla 33. Empresas según tamaño.

TIPO DE EMPRESA	%
Autónomo	40,09%
Micropyme (< 10 empleados)	46,98%
Pequeña (10 < empleados < 50)	3,45%
Mediana (50 < empleados < 250)	3,02%
Gran empresa (> 250 empleados)	6,47%



Aspecto turístico alojativo.

No se inventarió (por no detectarse su existencia) ningún establecimiento turístico alojativo.

No se detecta un flujo de turistas en la zona ni de negocios cuyo público objetivo sea ese.

Los recorridos de guaguas turísticas de la ciudad no pasan actualmente por el lugar.

4. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN PRE-PLAN DE LA ZCA.

Se puede definir como urbanismo comercial la adecuación y ordenación del entorno y el espacio que una ZCA ocupa en la urbe, mediante las modificaciones oportunas de los mismos que permitan el desarrollo del comercio, el ocio y el entretenimiento.

El mencionado desarrollo del comercio, el ocio y entretenimiento pasa por la existencia de un modelo urbano que lo potencie, conformado este por la presencia de peatonalizaciones, accesibilidad, señalética, mobiliario urbano y diferenciación visual del área. Todo ello contribuye a hacer más apetecible el espacio residencial y las inversiones en la zona (V. de Elizagárate, 2005).

Según lo anterior, cualquier resumen de las capacidades de desarrollo comercial de la zona Schamann – Pedro Infinito en las condiciones urbanas actuales (en el más amplio concepto ya mencionado) concluiría que estas capacidades son, con el modelo presente, muy limitadas. La inexistencia de zonas peatonales amables con el usuario, la hostilidad y protagonismo (tanto por espacio ocupado como velocidad media y sonoridad) del tráfico rodado, las carencias en accesibilidad y movilidad, una dominante heterogeneidad de señalética y cartelería y unos difusos límites de la zona comercial debido a la pobre diferenciación visual respecto al área circundante permiten llegar a un acuerdo entre las opiniones que defienden que la ZCA de Schamann – Pedro Infinito se encuentra con unas deficiencias importantes a subsanar en el camino a poder ser un entorno urbano comercial de valor.

4.1. ANÁLISIS GENERAL DE LAS ZONAS COMERCIALES ABIERTAS DE CANARIAS.

Trabajos previos de distintos autores permiten relacionar aspectos en el diagnóstico de las ZCA de Canarias que se encuentran en muchas de ellas y que han sido citados en numerosas ocasiones generalmente mediante la sintetización que ofrecen los análisis de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades usualmente conocidos como “DAFO”.

En ellos se observa la fundamental importancia del fomento de la existencia de planes como el que nos ocupa, por supuesto de su ejecución, así como de que si bien este es un requisito indispensable no es la única variable que incide en el fortalecimiento de una ZCA, quedando otros aspectos a expensas de las administraciones y los empresarios y asociaciones de empresarios.

Tabla 34. Análisis DAFO comúnmente obtenido del diagnóstico de las ZCA de Canarias.

Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> · Oferta de <u>movilidad</u> a la ZCA limitada y con carencias. · Déficit de <u>formación</u> laboral y empresarial. · <u>Delimitación inadecuada</u> de la ZCA (ámbito urbano, señalética, etc.) · Excesivo <u>individualismo</u> comercial (bajo asociacionismo). · Oferta comercial insuficiente o excesivamente homogénea (<u>sin locomotoras</u>). · <u>Desaparición de pequeños comercios</u>. · <u>Resistencia al cambio</u>. · <u>Dificultades para competir</u> con grandes superficies. · Mercado limitado al <u>ámbito insular o municipal</u>. · <u>Mal acondicionamiento</u> de las zonas y los locales. · Burocracia y <u>falta de uniformidad de criterio</u> para obtención de <u>licencias</u>. · Zonas <u>sin ordenanzas reguladoras de terrazas</u>.
Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> · Dominio de las <u>medianas y grandes superficies y franquicias</u>. · Inexistencia o inconsistencia de <u>planes de urbanismo comercial</u>. · Desarrollo de <u>proyectos de ZCA que no sean relevantes, estructurantes e integrales</u>. · Promoción del <u>turismo de sol y playa</u>. · <u>Falta de capacidad financiera</u> empresarial que dificulta la inversión. · <u>Promoción, dinamización y acción comercial conjunta insuficiente</u>.
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> · <u>Climatología</u> adecuada para la actividad al aire libre todo el año. · Primer sector en <u>generación de empleo</u> en la economía canaria. · <u>Mejor trato y servicio</u> al cliente que otros formatos (personalización). · <u>Gran afluencia turística</u>, gran mercado potencial. · <u>Decidida apuesta de las administraciones</u> por la potenciación de las ZCA. · Comercio de <u>proximidad</u>. · Precios competitivos y/o <u>buen relación calidad precio</u>.
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> · <u>Programas de formación</u> e impulsión de la innovación tecnológica en el sector. · <u>Fomento del asociacionismo y la cooperación empresarial</u> en el sector por parte de las administraciones. · Auge del <u>turismo urbano</u> (en las capitales también el de cruceros). · Observación del <u>despegue de otras ZCA</u> en base a las estrategias de peatonalización, uniformidad estética, delimitación de la zona, mejora del mobiliario, etc. definidas en planes directores. · Recuperación de la pujanza de los <u>establecimientos de alimentación medianos y hard discount</u> frente a los hipermercados. · Usual <u>presencia de un mercado tradicional en la ZCA</u> que aporta valor y prestigio. · Mantenimiento del interés de <u>franquicias en los centros de las ciudades</u> (actúan como locomotoras) siempre que estos presenten las condiciones que favorezcan al negocio. · <u>Auge de las zonas que mezclan las ofertas de ocio, cultural y gastronómica</u>.

4.2. SITUACIÓN PRE - PLAN DE LA ZCA SCHAMANN – PEDRO INFINITO.

Mediante el uso del análisis comparativo como instrumento de diagnóstico, y en consonancia con lo analizado en el apartado 3.1 de este documento, conviene realizar un contraste entre la zona de estudio y la que, en base a lo indicado por las empresas del lugar y por la memoria histórica de la ZCA Schamann – Pedro Infinito, es el principal rival económico en términos de ubicación y cercanía (750 metros de distancia, 9 minutos caminando); el Centro Comercial La Ballena comenzó su actividad en el año 1993, proponiendo una alternativa difícilmente superable en aquella época para la ZCA de estudio. Por primera vez, los habitantes del Distrito (y del resto de la ciudad), principales clientes de Schamann – Pedro Infinito, disponían de una superficie de este tipo, que aunara a la vez compras, ocio y restauración en un lugar cerrado y común, con multicines y un factor fundamental en esos años en los que el parque móvil tenía cifras ya notorias y la movilidad alternativa en la ciudad era precaria: estacionamiento con gran capacidad y gratuito (según etapas, en ocasiones de pago) para sus clientes.

Si bien se contemplan otros factores (intrínsecos y no exógenos) ya mencionados como causas del declive de esta Zona Comercial Abierta, la competencia es una variable clave en un fenómeno como el que se menciona y es difícil defender que la inauguración del C.C. La Ballena no tuvo una afección directa y de grandísima magnitud en Schamann – Pedro Infinito. Como muestra de ello, es importante recordar que estos años de mediados de los años 90 del siglo pasado fue la época en la que se frena, de forma más o menos abrupta, el período de esplendor de la ZCA de estudio.

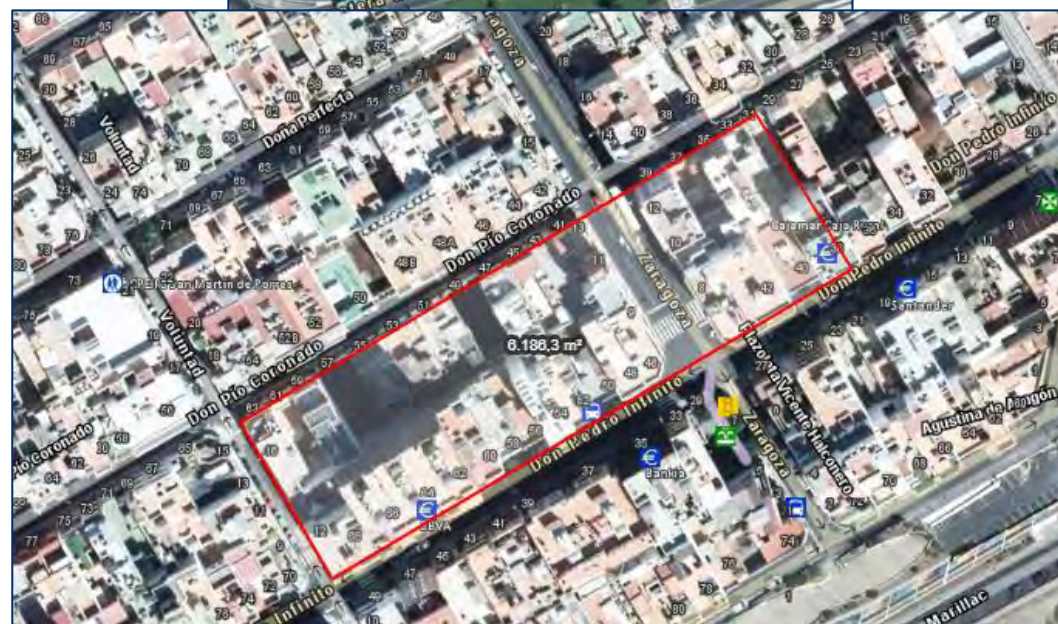
Qué argumentos tuvo La Ballena para afectar de tal modo a Schamann – Pedro Infinito es un estudio que se puede realizar desde el marco comparativo de lo que uno y otro ofrecían en ese momento al cliente. Dejando de lado el importante factor de la novedad que supone toda gran inauguración (máxime si es el primer centro de este tipo en la ciudad) habida cuenta del efecto pasajero de este impulso inicial más allá de los dos o tres primeros años, en el siguiente recuadro se pasa a analizar, en base a las variables de estudio planteadas en el presente documento, qué ofrece cada uno de los emplazamientos hoy en día.

Es fácil detectar que el impulso inicial provocado por la novedad de la apertura del Centro Comercial cerrado no fue la única variable que supuso su hegemonía en la zona en detrimento de la Zona Comercial Abierta pues fue sustituido, en años posteriores, por otros numerosos valores añadidos sobre la ZCA. El período de decadencia que La Ballena sufrió a finales de la primera década del siglo XX, en la cual fue abrumadoramente sobrepasado por nuevos centros competenciales en la ciudad, no fue aprovechado por Schamann – Pedro Infinito para renovarse y recuperar al cliente de proximidad pues, como se comenta en el apartado 1.1 de este documento, fue esa época también la de peor situación para la ZCA.

Esto último (la coincidencia de momentos de declive en ambos) no hace más que refrendar la idea presentada en el subapartado “

Tabla 35. Análisis comparativo de las variables de estudio en el Plan para el C.C. La Ballena y la Z.C.A. Schamann - Pedro Infinito.

	C.C. LA BALLENA	Z.C.A. SCHAMANN – PEDRO INFINITO
Gestión de residuos	<ul style="list-style-type: none"> Se distinguen los puntos de residuos (papeleras) pero no suponen un problema de limpieza, de ocupación o estético 	<ul style="list-style-type: none"> Puntos mal ubicados, con seria afección al paisaje, con olores y lixiviados y con directa afección a la movilidad
Viaro	<ul style="list-style-type: none"> Peatonal, con grandes anchos, zonas libres y zonas exteriores 	<ul style="list-style-type: none"> Monopolizado por el vehículo, con el área para el peatón en la zona marginal
Estacionamiento	<ul style="list-style-type: none"> Ampliamente suficiente y gratis 	<ul style="list-style-type: none"> Con las limitaciones propias de una trama urbana consolidada, densamente poblada y con insuficiencia de garajes pero con bajas ocupaciones
Transporte público	<ul style="list-style-type: none"> Hasta cuatro amplias paradas de Guaguas Municipales (hasta diez líneas), Global (hasta diez líneas) y una única parada de taxi No se incluye en los planes a corto plazo de BRT (MetroGuagua) No existe servicio Sitycleta 	<ul style="list-style-type: none"> Cuatro paradas de tamaño variable con cinco líneas de Guaguas Municipales, sin Global y con una única parada de taxi No se incluye en los planes a corto plazo de BRT (MetroGuagua) Existe, a pocos metros de la ZCA, servicio Sitycleta
Alumbrado	<ul style="list-style-type: none"> Alumbrado en base a criterios comerciales y de seguridad de utilización Suficiente 	<ul style="list-style-type: none"> Alumbrado puramente funcional con finalidades de seguridad ciudadana y viaria, sin criterios comerciales. Insuficiente
Mobiliario y estética del conjunto	<ul style="list-style-type: none"> Imagen homogénea, con un mismo criterio en pavimentos, cartelerías, informaciones al consumidor... Gran letrero exterior que facilita la identificación del centro Buen estado de conservación 	<ul style="list-style-type: none"> Dominancia de heterogeneidad que dificulta la identificación del ámbito Mal estado de conservación Dotación insuficiente No se identifican los límites de la ZCA Sin información al cliente
Tejido comercial	<ul style="list-style-type: none"> Dispone de gran supermercado aunque no de tiendas tipo “Hard discount” Predominancia de restauración, servicios y ropa/calzado/deportes Amplia presencia de locomotoras económicas de los tipos anteriores 	<ul style="list-style-type: none"> Pocas locomotoras económicas y de fama contenida. Sin negocios tipo <i>hard discount</i>. Predominancia de servicios y restauración Focalización en los dos ejes comerciales
Gestión / asociacionismo empresarial	<ul style="list-style-type: none"> Gestión conjunta de un ente (dirección del centro) que coordina a las empresas participantes, con horarios y campañas unificadas 	<ul style="list-style-type: none"> Excesivo individualismo comercial (bajo asociacionismo) Mejor trato y servicio al cliente que otros formatos (personalización)
Locales cerrados o abandonados	<ul style="list-style-type: none"> Muy pocos, casi inexistentes 	<ul style="list-style-type: none"> Elevado porcentaje (32%)



- El Centro Comercial se puede beneficiar del flujo de transeúntes y potenciales clientes que acudan a Schamann – Pedro Infinito, como actividad secundaria a eventos en la calle o campañas de los empresarios de la ZCA pues ofrece servicios complementarios que la zona comercial abierta no puede ofrecer (cine, estacionamiento...)
- Schamann – Pedro Infinito puede ofrecer una oferta distinta a la del Centro Comercial, diferenciándose mediante tiendas menos generalistas pero de superior calidad a las que se suelen encontrar en un centro comercial cerrado estándar y captando clientes que no encuentren en La Ballena el tipo de negocio que buscan.
- Ambos pueden ofrecer todo lo que el cliente del Distrito pueda necesitar, evitando que este deba desplazarse a otras zonas de la ciudad como ocurre actualmente.

Lo anterior se da en otras zonas de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, con casos como ZCA Triana – CC Monopol, ZCA Mesa y López – CC El Corte Inglés o ZCA Puerto Canteras zona Santa Catalina – CC El Muelle.

No obstante las deficiencias ya mencionadas, la zona dispone de una serie de potencialidades que, por una parte, son las que consiguen que se mantenga pujante a pesar de las carencias comentadas y, por otra, son los fundamentos en los que la ZCA puede basar las propuestas de Plan Director.

Otra de estas potencialidades es la inclusión en la ZCA (por relación y proximidad) del mercado municipal de Altavista. Al igual que otras zonas competidoras en la ciudad (Triana, Mesa y López), la presencia de un mercado municipal es un valor referente en la compra de productos frescos, de temporada y generalmente con una alta relación calidad-precio que actúan como *locomotora comercial* nutriendo la zona de transeúntes gracias al prestigio que conservan entre los usuarios.

Asimismo, la proximidad del gran complejo deportivo y zona verde de Las Rehojas (y, en menor medida, el parque y centro deportivo La Ballena) y su conexión directa (aunque mejorable) con Schamann facilita flujos de transeúntes que valoran la posibilidad de realizar compras y actividad física regular a una distancia fácilmente salvable a pie entre ambas áreas.

Tabla 36. Comparación entre la ZCA Schamann - Pedro Infinito y el resto de zonas comerciales abiertas de la ciudad, respecto a la distancia a la que se encuentran del centro comercial cerrado más cercano.

ZONA COMERCIAL ABIERTA	CENTRO COMERCIAL	DISTANCIA (m)	TIEMPO A PIE (min)
Mesa y López	El Corte Inglés	0	0
Triana	Monopol	0	0
Siete Palmas	Siete Palmas - Hipercor	0	0
Guanarteme – El Pilar	Las Arenas	300	4
Santa Catalina	El Muelle	350	5
Schamann – Pedro Infinito	La Ballena	750	9
Tamaraceite	Alisios	750	11

Ilustración 37. El CC La Ballena, solamente en su estacionamiento descubierto, tiene la misma superficie que una manzana y media del barrio de Schamann, muy superior a cualquier superficie que el barrio disponga para este fin.

Aspecto urbano, dotacional, de espacios libres y de movilidad.

Urbano y dotacional.

Estética y homogeneidad del conjunto.

En la ZCA el pavimento, la numeración de los locales, las cartelerías, los rótulos y los letreros son de estéticas distintas, con una variabilidad amplia sin uniformidad entre ellas ni entre cada uno de los grupos mencionados. Únicamente rompe esta regla las terrazas de restauración, reguladas por ordenanza municipal y, en cierta medida (pavimento uniforme, mobiliario en estado aceptable, mobiliario en cuantía aceptable, alcorques en buen estado) solamente Pedro Infinito, y no en todos los tramos, se desmarca de la tendencia negativa de la zona comercial en este sentido.

Tampoco se cuida el aspecto estético referente a extractores y equipos de aire acondicionado en fachadas, ubicados sin uniformidad alguna y resultando, en algunos casos, molesto a los transeúntes.

Asimismo, y teniendo en cuenta lo anterior, no es posible detectar los límites de la ZCA al no existir ningún elemento que reciba al comprador, que señalice el comienzo de la zona comercial o que permita al usuario identificar los límites de la zona comercial con una estética particular.

En contraposición con la situación actual mencionada, un aspecto fundamental en la sensación que una ZCA transmite al potencial comprador es la imagen limpia, cuidada y homogénea. Esto se consigue mediante actuaciones como la disposición de un tipo de pavimento diferenciador, singular y homogéneo, la integración de los establecimientos comerciales en el entorno mediante la regulación del diseño de las fachadas comerciales y sus rótulos, así como a los elementos de instalación de aire acondicionado, extractores...

En cuanto a la aportación de las fachadas de los inmuebles, esta se considera inadecuada, quedando dominadas por la falta de mantenimiento y el deterioro en un amplio porcentaje de ellas.

Si bien el alcance del Plan Director de una ZCA se debe limitar a regular los elementos que estrictamente la componen, siendo estos los de propiedad pública y aquellos de propiedad privada que directamente desempeñan o tienen un papel protagonista en la zona comercial (locales), el análisis conjunto del espacio que esta ocupa obliga a tener en cuenta las fachadas de los inmuebles, como parte fundamental integrante del paisaje urbano, en base a su papel como factor de atracción o repulsión de los consumidores, visitantes y residentes. Por ello es necesario que se impulsen labores de renovación y/o rehabilitación, buscando mejorar y preservar la estética del paisaje urbano de la zona.

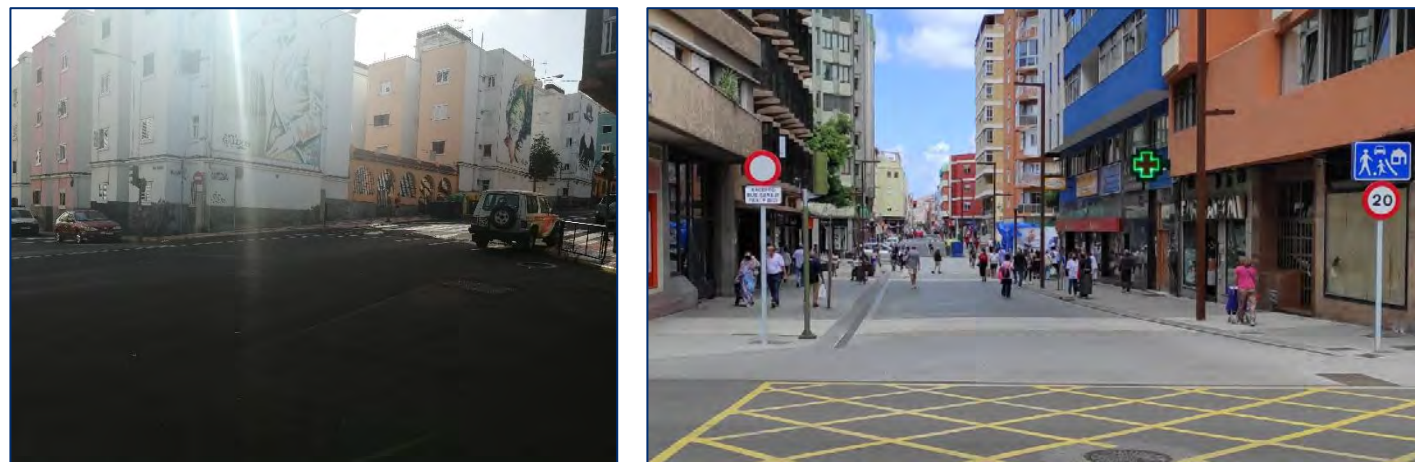


Ilustración 38. Comparación del inicio de la ZCA Schamann - Pedro Infinito en la calle Zaragoza y la ZCA Mesa y López en la calle Galicia (delimitación del centro comercial abierto).

Como contraposición a la inexistencia de una imagen común, es preciso mencionar el alcance y los efectos que se han detectado en base a la intención, hace algunos años, por parte de la Administración municipal, de conferir una relación entre la zona comercial y la obra de Benito Pérez Galdós.

Así como un producto busca ganar hueco en el mercado mediante la permanencia en la mente del comprador, una ZCA debe tener como objetivo que su marca esté disponible en las opciones del usuario a la hora de decidirse por un área en la que realizar una compra o dar un paseo (que, a su vez, puede inducir una compra).

Las referencias galdosianas alcanzan elementos del pavimento (con placas en mal estado, desgastadas), murales en fachadas y, por supuesto, los nombres de los viales. No obstante, el intento de relacionar la zona con el artista se considera insuficiente e incapaz de llegar a una parte importante de los usuarios. No se percibe claramente si no es con indicaciones concretas al respecto.

Este puede ser un valor añadido de calidad y fácilmente promocionable por la ZCA, además de relacionable con la estética en numerosos aspectos de esta (rotulaciones, logos, numeraciones y señalética, etc.), en compensación con otros valores de los que no dispone (como, por ejemplo, patrimonio arquitectónico –ver más abajo-), pero debe hacerse mediante una apuesta decidida y completa que la haga fácilmente detectable.

Gestión de residuos.

Un problema frecuente en zonas comerciales abiertas de ciudades en las que el sistema de gestión de residuos se basa en la acumulación de volúmenes importantes antes de su retirada periódica (contenedores) es la propia existencia de los lugares de depósito y sus consecuencias: obstáculo a la circulación peatonal si están en aceras, obstáculo a la movilidad vehicular e incluso movilidad peatonal, olores, lixiviados, suciedad, contaminación acústica (en la recogida y, especialmente, por el vidrio) y barrera visual.

En este sentido, la dotación observada para la gestión de los residuos generados por la ZCA (y por los inmuebles residenciales en ella ubicados) se observó suficiente, si bien no se puede identificar un patrón claro de ubicación de los puntos de gestión de residuos lo que da sensación de improvisación o de haber llegado a la situación de equilibrio actual mediante un trabajo de ensayo-error y no mediante un análisis de demanda.

Su actual ubicación en las calzadas y las aceras supone la ocupación de parte de un carril de circulación, o tramos de paradas de guaguas, con lo que estas tienen que parar en el carril anexo y de una u otra forma este hecho acaba incidiendo en la movilidad de vehículos en el caso de las calzadas y sus grandes dimensiones suponen una invasión y agresión del espacio público, afectando a la movilidad peatonal en las aceras.

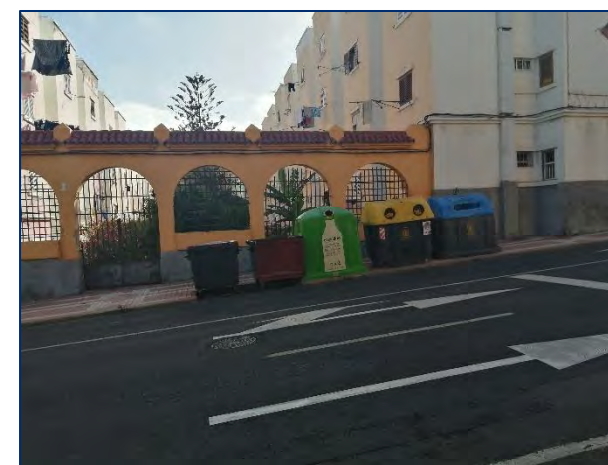


Ilustración 39. Ejemplo de contenedores de residuos que suponen barrera en la ZCA Schamann - Pedro Infinito.

Mobiliario urbano.

De forma exclusiva, el mobiliario urbano de esta ZCA se concentra casi en su totalidad y de forma arbitraria en la calle Don Pedro infinito y, en menor medida, en la calle Zaragoza existiendo, ya de forma aislada, algunas papeleras repartidas por las calles aledañas.

Algunos de los bancos presentan un estado de conservación deficiente y existe una diferencia de tipología entre los bancos dispuestos en las aceras de la calle Don Pedro Infinito y los dispuestos en los espacios verdes de la misma calle (Plaza Ramoncito El Fontanero, Plaza Cronista Luis García de Vegueta y Plaza Antoñita La Cubana).

También algunas de las papeleras de la ZCA presentan un estado de conservación deficiente y se echan en falta algunas de ellas dispuestas junto a los bancos descritos anteriormente e incluso en algunas de las calles aledañas a los ejes.

Respecto al alumbrado público, en cuanto a su número y distribución, y sin entrar en cálculos lumínicos, parece suficiente, si bien este no presenta unas características estéticas que incrementen el valor paisajístico del entorno y además, ni el tipo de luz (excesivamente cálida y anaranjada) ni su distribución, contribuyen a aportar seguridad y claridad.

Por otra parte, en la ZCA no existe cartelería ni de tipo informativo sobre la propia zona comercial (mapa de la zona, señales de indicación hacia comercios u áreas concretas, señales de indicación de plazas y actividades relacionadas...) ni de movilidad (orientación de paradas de guagua o taxi, orientación de estaciones de Sitycleta, etc.) únicamente existiendo 3 paneles para el pegado de cartelería publicitaria.

Se hace preciso destacar en este apartado el mobiliario urbano relacionado con las paradas de guaguas pues este, en la mayoría de los casos es inexistente o mínimo, siendo pocos los puntos (3) donde sí se cuenta con un mobiliario suficiente en número y condiciones.

Destacar del conjunto del mobiliario urbano el hecho de que, aunque por grupos se respeta cierta homogeneidad y estética, en conjunto no lo hacen, existiendo grandes diferencias en cuanto a colores, acabados y materiales entre bancos, papeleras, báculos y luminarias, etc.

Todo lo anterior contribuye a la percepción de heterogeneidad y falta de idea de conjunto, afeando el lugar.

Zonas verdes y espacios libres.

El lugar de relevancia que la ZCA debe perseguir ocupar en la mente del usuario será más importante conforme más se ajuste a sus necesidades o preferencias y, a la vez, es más probable que esto suceda cuando la oferta la conforma una variedad de opciones (comercial, restauración, ocio, puestos, espectáculos...)

Del análisis de las zonas verdes y los espacios libres realizado en el capítulo anterior se desprende que la ZCA pone a disposición de sus clientes una superficie total de zonas verdes y espacios libres claramente insuficiente en términos del dinamismo urbano en general. No teniendo en cuenta el área ocupada por árboles individuales (alcorques, parterres o similares que no forman una zona verde en sí) e incluyendo el parque Don Benito (que no se encuentra estrictamente en la ZCA, pero sí en el núcleo de Schamann del cual vamos a tratar el valor de número de habitantes), la cuantía total alcanza la cantidad de 15 500 m², excluyendo los grandes espacios libres de Parque de Los Galgos (o “del Canódromo”) y el también cercano, pero ya más alejado parque de Las Rehoyas.

Así, se obtiene un ratio de 1,1 m² por habitante (según población del núcleo Schamann –véase apartado 2.1-); que teniendo en cuenta el mínimo requerido para los planes generales de 5 m² representa claramente la práctica inexistencia de zonas de esparcimiento en el barrio.

Si tenemos en cuenta las áreas del Parque de Los Galgos (o “del Canódromo”), el parque Don Benito y el parque de Las Rehoyas, se alcanza la cifra de 132 000 m² con una ratio de 9,7 m²/hab., lo cual es más que satisfactorio, si bien este no es realista, ya que estos tres espacios son sistemas generales de espacios libres destinados a satisfacer la necesidad de esparcimiento no sólo a Schamann sino también a núcleos aledaños.

Un fenómeno preocupante es el de que las zonas verdes y espacios libres disponibles de la ZCA no suponen un sistema conectado entre sí, pues su utilización se realiza de manera independiente, siendo aprovechados de manera individual como áreas que no guardan una relación entre ellas. Esto supone una limitación obvia al desarrollo de la actividad económica (la cual, como se ha comentado, está íntimamente ligada a la actividad de esparcimiento y actividades como jornadas o eventos que puedan redundar en aumentos del poder de captación) además de un detrimento en la calidad paisajística, ambiental y urbana de la zona y es, esta insuficiencia de superficies destinadas al viandante, uno de los principales hándicaps de la ZCA Schamann – Pedro Infinito. No obstante, es cierto que la Plazoleta Vicente Halconero y el Parque Carmen González Roca están muy cercanos entre sí, al igual que lo están Plaza Ramoncito El Fontanero, Plaza Cronista Luis García de Vegueta y Plaza Antoñita La Cubana.

Por otro lado, las superficies son todas ellas de tamaños limitados para su uso como lugar de eventos, ferias o campañas concretas que necesiten ganancia de espacio, con las únicas salvedades del Parque de Los Galgos (o “del Canódromo”), el parque Don Benito, el parque de Las Rehoyas (los tres fuera de la ZCA) y el parque Carmen González Roca, siendo este último un emplazamiento interesante para dinamizar la ZCA por cercanía, centralidad y superficie.

A lo anterior se debe sumar el estado de deterioro y semi abandono en el que se encuentran las plazas Ramoncito El Fontanero, Cronista Luis García de Vegueta y Antoñita La Cubana, las cuales presentan una estética acorde a lo estilado hace varias décadas, con jardines pobres y faltas de mantenimiento en pavimento, pintura, señalética y jardines. Estas zonas quedan excesivamente oscuras y, en la noche, prácticamente no se benefician de la iluminación urbana.

Por tanto, la función de las zonas verdes y espacios libres como elemento de cohesión o centralidad de la ZCA, como distribuidor de flujos de personas hacia otras partes de la zona comercial se pierde, un hecho al que contribuye la inexistencia de señalética que indique al cliente la dirección de tiendas en otras zonas.

La también inexistencia de integración en la trama urbana de estas pocas zonas libres mediante piezas de peatonalización y mejoras ambientales contribuyen a que el protagonismo de ellas en la actividad de la ZCA sea nulo.

En cuanto a la distribución de parterres y alcorques con árboles, estos se ubican principalmente en Don Pedro Infinito, existiendo también estos en menor medida en algunos cruces de calles contiguas, aunque muchos de estos últimos se encuentran deteriorados y/o sin vegetación. Por tanto, excepto la calle Don Pedro Infinito, la zona comercial queda desprovista del valor añadido que supone el papel de la vegetación arbolada y, con ello, se perjudica al tejido comercial.

Tabla 37. Distancias entre los distintos espacios libres de la ZCA. Se observa el fenómeno de segregación que no permite su aprovechamiento como sistema único.

DISTANCIA (m) / TIEMPO A PIE (min)	Parque Carmen González Roca	Plazoleta Vicente Halconero	Plaza Ramoncito El Fontanero	Plaza Cronista Luis García de Vegueta	Plaza Antoñita La Cubana	Parque de Los Galgos ("Canódromo")	Plaza Don Benito	Parque de Las Rehojas
Parque Carmen González Roca	-	50 / 1	190 / 3	300 / 5	350 / 5	400 / 6	450 / 6	300 / 6
Plazoleta Vicente Halconero	50 / 1	-	170 / 3	290 / 4	350 / 5	350 / 5	400 / 6	350 / 6
Plaza Ramoncito El Fontanero	190 / 3	170 / 3	-	76 / 1	120 / 1	500 / 6	230 / 3	270 / 5
Plaza Cronista Luis García de Vegueta	300 / 5	290 / 4	76 / 1	-	37 / 1	550 / 7	120 / 1	350 / 6
Plaza Antoñita La Cubana	350 / 5	350 / 5	120 / 1	37 / 1	-	550 / 7	73 / 1	400 / 7
Parque de Los Galgos ("Canódromo")	400 / 6	350 / 5	500 / 6	550 / 7	550 / 7	-	600 / 8	650 / 10
Plaza Don Benito	450 / 6	400 / 6	230 / 3	120 / 1	73 / 1	600 / 8	-	400 / 6
Parque de Las Rehojas	300 / 6	350 / 6	270 / 5	350 / 6	400 / 7	650 / 10	400 / 6	-



Ilustración 40. Imagen de satélite en la cual se observan los dos ejes comerciales (en azul y naranja) y la posición de los espacios libres.

Movilidad y accesibilidad.

La ZCA sufre los mismos problemas de movilidad que el resto de la ciudad, consecuencia principalmente del crecimiento exponencial del parque de vehículos en las últimas décadas y la focalización de la movilidad en este único medio, con una entrega casi exclusiva del espacio urbano a este tipo de movilidad. Esta focalización, paradójicamente, se ha revelado como insuficiente para resolver un problema que se agranda a la misma velocidad a la que se le aplican soluciones.

Esta situación, de casi total dependencia del vehículo privado tipo turismo, concluye en beneficiar únicamente a aquellas áreas que pueden satisfacer la demanda de estacionamiento y hacerlo a un precio bajo o de manera gratuita y que, con la imposibilidad de la trama urbana consolidada de generar espacios de este tipo, consolida como único beneficiado a los centros comerciales cerrados.

Los esfuerzos de las administraciones en los últimos años para reducir la práctica exclusividad del vehículo privado en la movilidad de la ciudad no se han trasladado con la misma velocidad a la zona de Schamann, en la que la configuración urbana y la variedad de medios de transporte sigue siendo, en líneas generales, la misma que en décadas anteriores, con práctica inexistencia de elementos urbanos que fomenten el uso de medios alternativos de transporte (como bicicletas, Vehículos de Movilidad Personal...), no inclusión de la zona en las primeras fases publicadas de programación de nuevos medios de transporte (MetroGuagua) o no generación de elementos que creen atractivo por otras formas de movilidad (como el Plan de Red de Carriles Bici).

A lo anterior se suma la generalización de situaciones como:

- La configuración urbanística como barrio tradicional implica estrechez de los viales.
- Las medidas de corrección de la movilidad a nivel local se ven dificultadas por la excesiva dependencia del tráfico en las calles de Zaragoza y Pedro Infinito, acentuada por los derechos de acceso vehicular a la vivienda soportados en el marco legal.
- La mayoría de los edificios residenciales o viviendas unifamiliares de Schamann no cuentan con estacionamientos propios mediante garaje recurriendo los residentes de este tipo de viviendas al estacionamiento de sus vehículos en la vía pública.

Todo ello genera que la situación actual de la movilidad en la Zona Comercial Abierta esté marcada por los conflictos y la imposibilidad de convivencia de distintos medios de transporte, que se demuestra al observar que:

- La forma de desplazarse hasta la ZCA y dentro de ella sigue siendo, de manera ampliamente mayoritaria, el vehículo privado (y, especialmente, el turismo).
- La congestión de tráfico, sin ser alta, no disminuye.
- La oferta de estacionamiento (más en tipología, por la poca presencia de zona azul y la inexistencia de zona verde, que en cantidad) no satisface la demanda pues no existe rotación, ahuyentando a potenciales clientes y generando ocupación irregular de espacios no destinados a este fin, sobre las aceras y con frecuentes hileras de estacionamiento en doble fila que, a su vez, penalizan más la circulación y magnifican el impacto paisajístico. Frente a ello, el cercano C.C. La Ballena ofrece al cliente estacionamiento abundante, gratuito y bien conectado.
- Se produce una movilidad fantasma, provocada por incremento de la intensidad de tráfico asociado a la falta de estacionamientos y la búsqueda del mismo, que satura el vial sin suponer desplazamiento.
- La movilidad alternativa, entendiéndola como tal aquella que, mecanizada o no, motorizada o no, ocupa menor espacio y es más respetuosa con el medio ambiente, no dispone de espacio urbano para su desempeño (bicicleta, bicicleta eléctrica, VMP's).
- La movilidad a pie es poco apetecible debido al resto de aspectos ya presentados en este diagnóstico y que hacen que el paseo no sea atractivo.



Ilustración 41. Ocupación del espacio público en el cruce Alceste – Don Pedro Infinito.

En definitiva, la monopolización del espacio por el vehículo privado tipo turismo genera los efectos no deseados de marginalización del resto de tipos de movilidad, contaminación acústica, hostilidad de la vía hacia el transeúnte, consumo de suelo para estacionamientos y circulación, emisiones...

Movilidad peatonal y accesibilidad.

La movilidad peatonal no dispone de una oferta de espacio público para su desarrollo, siendo mínima la superficie peatonal en las vías rodadas y presentando una oferta inferior a la media del resto de ZCA de la ciudad. La única excepción a esta regla es el vial Don Pedro Infinito, el cual dispone de una superficie destinada al transeúnte que, sin sobresalir, puede considerarse suficiente para su circulación y el ejemplo más grave es Zaragoza, una vía que lucha por ser un eje comercial sin dar espacio al cliente.

La falta de estructuración respecto al desplazamiento de las personas es tal que en algunos puntos de la ZCA la red de aceras sufre de falta de continuidad bien por elementos mal ubicados o, incluso, por inexistencia de esta.

En definitiva, los recorridos peatonales de Schamann – Pedro Infinito carecen de funciones complementarias al desplazamiento tales como la permanencia (o estancia), el esparcimiento o la relación social, limitando la estancia del peatón en ellas al tiempo que sea estrictamente preciso para su movilidad, que además se desarrolla con dificultades en algunos puntos.

Estas dificultades son, principalmente, ocasionadas por:

- Invasión de vehículos, que utilizan las aceras como estacionamiento.
- Ubicación indiscriminada de elementos urbanos tales como semáforos, contenedores, báculos de iluminación u otros que, junto con bolardos que intentan evitar el fenómeno del punto anterior, rompen la continuidad de la senda peatonal y dificultan la circulación.
- Mal estado de aceras en muchos puntos.
- Inexistencia de continuidad de aceras en algunos puntos.

Generando, en definitiva, que los desplazamientos peatonales en la zona se realizan únicamente por necesidad y no como disfrute, con la consiguiente reducción del tiempo que el potencial cliente dedica en la zona y la consiguiente disminución del poder de captación de los comercios, hecho que contradice el concepto de sostenibilidad cada vez más relacionado con el dinamismo de un espacio comercial urbano.

En la misma línea, la accesibilidad para personas con movilidad reducida o personas con cargas (maletas, cochecitos de bebé, etc.), se antoja complicada y con características desmotivadoras, pues existen numerosas barreras urbanísticas que impiden la correcta movilidad y accesibilidad de todos. La inexistencia de sistemas de comunicación y señalización que pongan remedio a las barreras en la comunicación que, sobre todo, personas con limitación visual y/o auditiva, pueden encontrarse en la vía pública así como una alta prevalencia de negocios no adaptados para la supresión de las barreras físicas y la movilidad desplazan a este sector poblacional (y a sus frecuentes acompañantes) de la zona como potencial cliente hacia otras que sí los integren, además de suponer un agravio comparativo para esta parte de los usuarios.

Carga/descarga.

El reparto de los puntos de carga/descarga por la zona comercial no satisface las demandas de los comerciantes ni en cantidad, ni en ubicación con algunos negocios muy alejados del punto de carga/descarga más cercano.

No se observa la existencia de horarios de reparto para minimizar su incidencia sobre el tráfico rodado y peatonal.

Estas circunstancias inciden negativamente sobre la red viaria y sobre el tráfico existente, situación que se percibe solamente con observar la operativa diaria en este sentido, en la cual se observan numerosos vehículos estacionados en doble fila para el reparto de mercancías o sobre las propias aceras.

El problema se agudiza en las calles estrechas y en las de mayor circulación.

Transporte Público.

Posiblemente uno de los pocos aspectos de la movilidad que cabe señalar de forma positiva en el estado actual de la ZCA es precisamente el servicio municipal de guaguas (Guaguas Municipales), al menos en cuanto a número de líneas (5) y paradas (10). No obstante, es cierto que la comparación con el resto de ZCA de la ciudad revela que estas disponen de un número notablemente superior de líneas que pasan por ellas. Esto, que puede ser producto de la baja demanda de usuarios que desean acercarse a Schamann – Pedro Infinito y el paulatino proceso de conversión en zona residencial que ha experimentado el núcleo en las últimas décadas, junto con la lejanía a la estación más cercana, sí que puede dificultar el acceso en guagua a la zona comercial.

El equipamiento de las paradas, si bien pudiera entenderse que corresponde ser analizado en el apartado de mobiliario urbano, el equipo redactor considera más conveniente hacerlo aquí, de manera que se entienda el servicio de transporte como un todo en el cual tienen la misma importancia la frecuencia y calidad del servicio que la comodidad de las paradas.

Por ello, es necesario ser crítico con la situación de algunas paradas, en las cuales se detecta un limitado (o inexistente) confort del elemento de parada-estancia, por la inexistencia de asientos, de estructura de resguardo y sombra (marquesina o similar), o señalética precaria.

De la misma manera, en ciertos puntos es patente la limitación de la superficie peatonal de las vías para albergar los elementos de parada-estancia y sus usuarios, generando situaciones nada deseables de usuarios de pie o sentados en el bordillo de la acera o escalones de acceso a inmuebles.

Respecto al transporte interurbano, el hecho de no disponer ni de una parada de transporte de este tipo que faciliten el acceso a personas de núcleos de fuera de la ciudad (otras ZCA sí disponen de este servicio) implica reducir la finalidad

de la ZCA Schamann – Pedro Infinito únicamente como zona de influencia municipal, no insular, con la consiguiente merma de potenciales consumidores que ello implica.

Un factor muy importante es la completa inexistencia en toda la zona comercial abierta de un sistema de señalética informativa que oriente a los usuarios hacia la parada más cercana que satisfaga sus intereses de movilidad.



Ilustración 42. Plano de líneas y paradas del servicio municipal de guaguas en la zona comercial Schamann – Pedro Infinito. Fuente: Guaguas Municipales.

Bicicletas y servicio municipal de bicicletas Sitycleta.

La movilidad en bici en la Zona Comercial Abierta actual es casi inviable, debido a la configuración urbana de la misma, la cual no dispone ni un solo metro de carril bici en la zona y, menos aún, consignas, estacionamientos o similares. Tampoco existen viales estructurantes que, por diseño de su sección tipo, sean capaces de albergar distintos medios de transporte en armonía.

Por otro lado, la zona no encuentra incluida en las fases publicadas del Plan de Red de Carriles Bici de la ciudad.

Ello, unido al estado aún incipiente en la ciudad de la cultura de movilidad en bici (tanto por las personas que no son usuarias como por las que sí lo son), junto con la mencionada preferencia del vehículo privado a motor y las elevadas velocidades a que estos se desplazan en algunas calles hacen poco recomendable el desplazamiento en bicicleta, por la excesiva hostilidad percibida.

Todo ello convierte la posibilidad del desplazamiento a Schamann – Pedro Infinito (y dentro del mismo) en bicicleta en una aventura carente de motivaciones.

Respecto al servicio público de préstamo de bicicletas, actualmente no existe en la zona. Cerca de ella, en el parque de Los Galgos (o del Canódromo) sí existe una estación Sitycleta pero su impacto y atractivo en relación con la zona comercial es muy bajo pues:

- Se encuentra fuera de la ZCA.
- Es la última estación en sentido zona baja – zona alta, por encima de la cual ya no existen más estaciones, suponiendo el borde del servicio e imposibilitando el acceso en Sitycleta la parte alta de la ZCA.
- En comparación con las otras ZCA de la ciudad, que disponen un número variable de estaciones de Sitycleta dentro de su área o en sus límites que va desde las cuatro de Triana hasta las seis estaciones de Mesa y López, Schamann – Pedro Infinito queda sin cobertura del servicio.
- La distancia desde esta estación hasta las más cercanas es superior a la media entre el resto de estaciones.
- Su ubicación hace pensar que está pensada para facilitar el acceso en bici a las oficinas municipales junto a las que se encuentra.

Estacionamientos legales.

Es, el estacionamiento, la demanda clásica por excelencia de los empresarios de la zona.

Factor clave para el desarrollo de la ZCA, tanto por su aportación como aspecto valorable por una parte de los usuarios como por los problemas de calidad espacial y promoción del problema circulatorio, es este problema una consecuencia directa del monopolio que, dentro de la movilidad, tiene el vehículo privado de turismo. Hay que tener en cuenta que, en muchos viales, los vehículos aparcados ocupan el 30% de la sección tipo (misma cantidad que la destinada al peatón) que alcanza el 70% si sumamos estacionamientos y carriles de circulación; fenómeno que apenas deja lugar al resto de usos.

En esencia, la problemática de la insuficiencia de estacionamientos no debe relacionarse con el número de estacionamientos disponibles sino con una mayor o menor demanda de ellos. De esta manera, es palpable que la demanda es mayor que la oferta pero que ello se produce en lugares concretos de la ZCA y no es un fenómeno general que afecte a toda la ZCA como problema crónico. De hecho:

- El equipo redactor ha observado estacionamientos libres en la segunda o tercera calle tras los ejes comerciales en horario laboral.
- Los datos del ayuntamiento en este sentido (SAGULPA) revelan un porcentaje de ocupación de la zona azul en la ZCA inferior a la media de la ciudad.

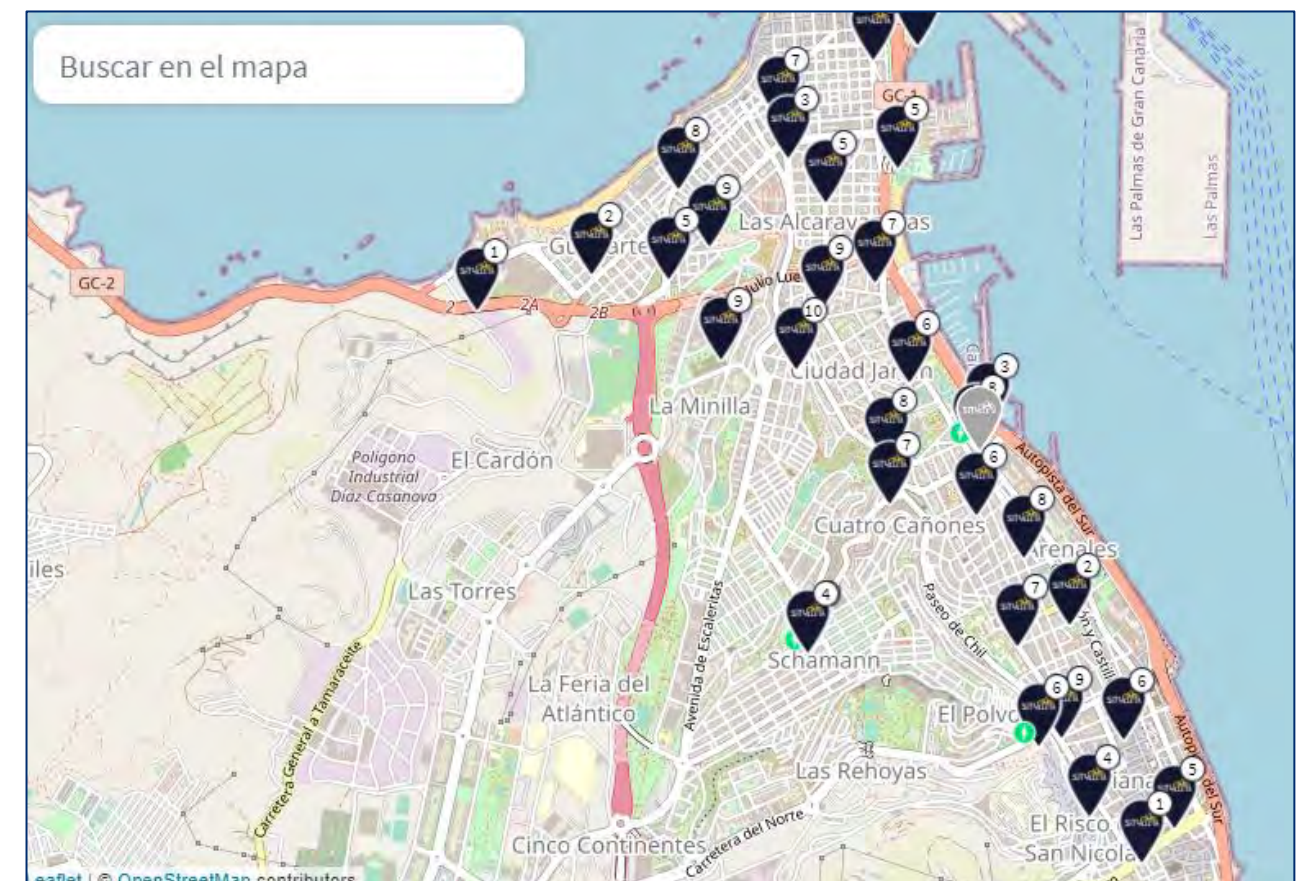


Ilustración 43. Ubicación de la estación Sitycleta más cercana. Fuente: sitycleta.com/es/

Teniendo presente que la trama urbana que compone la ZCA está saturada y no permite una ganancia importante de número de estacionamientos y que, como anteriormente se ha comentado, la tendencia debe ser a restar superficie destinada a este fin y no a aumentarla, se concluye que la única solución a este problema en la zona es la de reducir la demanda, alejándose del clasismo errático y redundante de aumentar la oferta y que ello pasa necesariamente por promocionar otros medios de transporte.

Todo ello sin perjuicio de que se pueda realizar un estudio que optimice las plazas actuales y actuaciones puntuales que permitan una ganancia neta que permita reducir fenómenos como el estacionamiento ilegal, el tráfico inducido (que incide especialmente en la fluidez del tráfico ordinario y la del transporte público), la afección a la accesibilidad y movilidad peatonal y el daño ambiental y de agresión paisajística de la zona, teniendo en cuenta que la idea de utilizar el movimiento “puerta a puerta” en vehículo queda imposibilitado, precisamente, por el uso del propio vehículo y sus características intrínsecas.

Como se presenta en las actuaciones del capítulo 5, la búsqueda de un incremento en la afluencia de usuarios unido a la limitada capacidad de estacionamiento actual conlleva realizar un esfuerzo en compensar las plazas que se pierden por las actuaciones propuestas de ganancia de espacios para otros usos, de manera que en lugar de pérdida de plazas se produzca un desplazamiento de estas a otros lugares menos céntricos, en el borde de la ZCA.

En esa línea, es importante recordar que en la fase de análisis se detectaron posibilidades para realizar la compensación anteriormente mencionada:

- Reordenación de estacionamientos existentes con una ganancia neta estimada de 98 plazas.
- Solares, edificios en abandono o similares con una potencialidad de 288 nuevas plazas.
- Parcela en Sor Simona entre cuyas características descritas en el Plan General de Ordenación está la dotación de unas 1 000 plazas más.

Respecto a los solares con potencialidad de establecerse como edificios de aparcamiento, para llevar a cabo esta estrategia es necesario realizar una excepción a los criterios de Usos autorizables en la Norma Zonal Bt del Plan General de Ordenación para el área de Schamann en que esta norma aplica, de manera que se pueda flexibilizar las condiciones del Uso Garaje-Aparcamiento mediante la reducción de los doscientos cincuenta metros de radio mínimos entre accesos rodados de parcelas de este uso.

Dicha flexibilización tendría consecuencias favorables directas sobre el desarrollo de la ZCA así como sobre el uso residencial del barrio pues:

- Promocionaría el aprovechamiento de parcelas actualmente solares sin uso con potencialidad de ser edificios de Garaje-Aparcamiento, mejorando su atractivo económico y las posibilidades de explotación.
- Aumentaría la dotación de plazas disponibles en la zona, compensando las pérdidas que se produzcan por las actuaciones de devolución de parte del espacio público al peatón y a otros tipos de movilidad (peatonalización, ensanches de aceras...)
- Ante la mayor afluencia a la zona que se prevé como consecuencia de la implantación de las actuaciones propuestas en este Plan, esta medida garantizaría que se evitara un posible fenómeno de pérdida de capacidad de atracción por imposibilidad de estacionamiento.
- Ayudaría a solventar el problema del sector residencial, actualmente en una situación de práctica inexistencia de garajes privados en los edificios existentes.

Es preciso recalcar que esta situación respecto al PGO no se da en las otras ZCA competenciales en la ciudad y constituye un factor limitante y discriminatorio para el desarrollo de Schamann-Pedro Infinito, creando conflicto entre los usos comercial y residencial.

Por último, es muy destacable la clara insuficiencia de zonas de estacionamiento regulado, con una zona azul que se limita únicamente a los dos ejes comerciales, de manera que no se favorece la rotación, y una zona verde inexistente, de manera que no se protege al residente. Hay que tener en cuenta que esta carencia supone una limitación importante a la oferta de estacionamiento y, por tanto, al atractivo de la zona comercial. Por otro lado, es una medida que ha de tomarse con estudios que la avalen y compensando los efectos de la zona azul (más zona azul, mayor rotación, mayores posibilidades de estacionar, más tráfico, menor protección del residente) con zona verde (protección al residente).

Estacionamientos ilegales.

Consecuencia de lo mencionado en todo este apartado destinado a movilidad, el fenómeno de estacionamientos ilegales se acerca en la ZCA Schamann – Pedro Infinito a ser un problema de tipo estructural por su magnitud y por la condescendencia de los propios habitantes con esta práctica especialmente a las calles aledañas a los ejes comerciales.

El abuso de los espacios de carga/descarga para esta práctica redundará en un agravamiento de los problemas de movilidad al utilizar los vehículos comerciales los carriles de circulación como estacionamiento.

Por otro lado, la afección de este fenómeno a la movilidad peatonal y accesibilidad queda patente en las fotografías que se presentan en este documento.

Viales calle 30.

Una parte fundamental de la movilidad son los viales con condiciones concretas tendentes a la repartición más equitativa del espacio entre coches y resto de usuarios y al calmado del tráfico, como son los viales calle 30 o los a continuación presentados viales de convivencia en plataforma única y viales peatonales.

El calmado del tráfico y la recuperación de la calzada para otros usos (VMP y bicicletas) además del de los vehículos a motor tiene en los viales 30 una herramienta útil para aquellas calles de calzada única con un carril en sentido único.

En los últimos tiempos, la promoción por parte de la administración municipal de este tipo de viales en el interior de barrios sí ha tenido su aplicación en Schamann, con los beneficios esperados de reducción de la contaminación del aire y acústica y el aumento de la seguridad en estas vías, paralelamente a una ganancia de atractivo para otros medios de transporte que no se ven tan agredidos por los clásicos vehículos a motor.

Por otro lado, es preciso mencionar que con la aprobación del Real Decreto 970/2020, de 10 de noviembre, por el que se modifican el Reglamento General de Circulación, aprobado por Real Decreto 1428/2003, de 21 de noviembre y el Reglamento General de Vehículos, aprobado por Real Decreto 2822/1998, de 23 de diciembre, en materia de medidas urbanas de tráfico, estas vías deberán seguir teniendo una velocidad límite de 30 km/h y que otras vías similares del ámbito de estudio, que anteriormente a la aprobación de estas modificaciones tienen velocidades máximas superiores, deberán también adaptarse a estas limitaciones.

Viales de convivencia en plataforma única.

No existen en el área de estudio ningún vial de este tipo, si bien es cierto que el vial junto al Mercado de Altavista, (calle Juan Ramón Jiménez) cuenta a día de hoy de plataforma única con una longitud aproximada de 38 metros.

Los viales de plataforma única o viales mixtos son una herramienta muy útil en la búsqueda de un espacio urbano integrador, amable y de calidad que permita una revalorización de una zona destinada al comercio.

La inexistencia de barreras verticales por diferencias de cota entre la calzada y la acera, el correcto uso de pavimentos y materiales que delimiten zonas de uso y la creación de viales estructurantes que sean capaces de aunar varios modos de transporte enriquecen la zona, aportan valor paisajístico, permiten reordenar espacios y usos y generan mejora de la convivencia en la calle.

La inexistencia de viales de este tipo en la ZCA es un ejemplo más de cómo Schamann – Pedro Infinito ha dejado de estar a la vanguardia en comparación con sus competidores.

Viales peatonales.

El único tramo peatonal en la zona comercial es el ubicado en la calle Jacinta, producto de una prueba piloto y realizado mediante una intervención suave, basada en coloreado del asfalto y delimitación de sus extremos para impedir el acceso al tráfico rodado.

Esta intervención, si se analiza desde el punto de vista de calidad paisajística y ganancia peatonal, se puede concretar que no ha conseguido los objetivos esperados. Sirva este caso como ejemplo de la importancia que tiene la actividad planificadora y, dentro de ella, los programas de actuación decididos y con compromiso, así como de amplio espectro y de que las acciones localistas es poco probable que consigan el despegue de la ZCA que se busca.

En contraposición con lo anterior se puede detectar un impulso de actividad comercial conseguido por la peatonalización de esta calle pues esta alberga la mayor densidad de comercios del sector C de estudio (mayor aún que en Don Pedro Infinito) aunque no sean de gran valor añadido.

Del resto, no existe en la zona comercial un vial peatonal de carácter integrador y diseñado de manera íntegra y decidida con tal fin, que permita el libre tránsito por su centro, cruzar de tienda a tienda en márgenes opuestos sin limitación, que favorezca el uso de suelo para el sector hostelero mediante terrazas o que ganen espacio central para actividades complementarias.

Espacio libre, este último, que como se comentó en apartados previos apenas existen en Schamann utilizándose, los que se encuentran, de forma individualista sin que sirvan de vector distribuidor de usuarios.

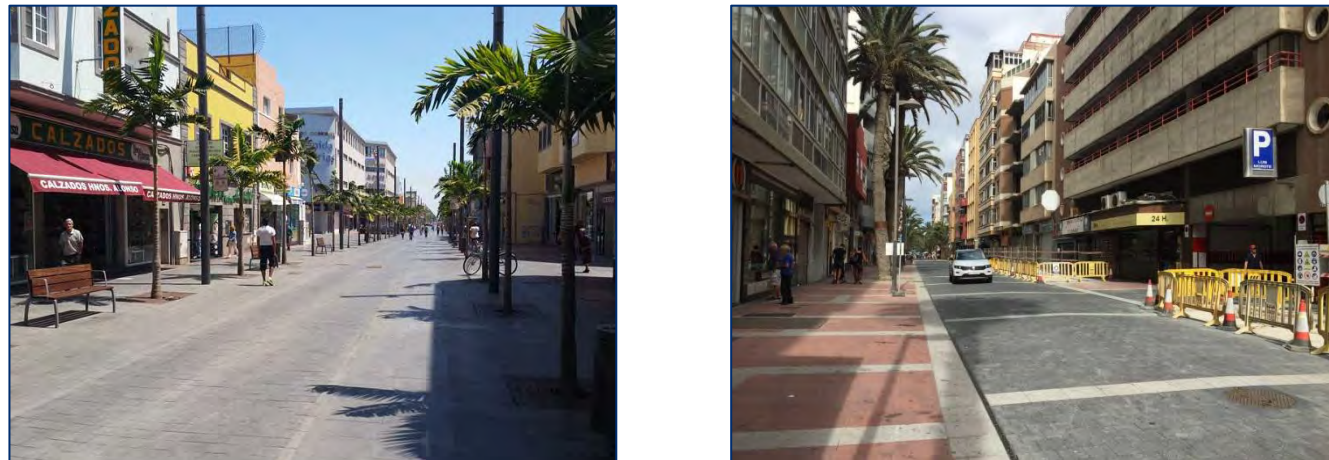


Ilustración 44. Ejemplos de regeneración paisajística, calmado del tráfico y convivencia de usos en los viajes de plataforma única de la ZCA Vecindario (avenida de Canarias) y en la ZCA Puerto-Canteras (calle Luis Morote).



Ilustración 45. Antes y después de la peatonalización de un tramo de la avenida de Canarias en Vecindario (Santa Lucía de Tirajana).

Piezas atractoras.

En el análisis realizado en este documento se observan piezas atractoras de distinta capacidad de influencia. Desde aquellos que, si bien sirven como atracción de potenciales clientes de la ZCA lo hacen con una capacidad baja o moderada (elementos de carácter religioso y centros educativos) hasta lo que generan grandes flujos de personas a su alrededor (edificios de la administración, parques del sistema general de espacios libres, mercados tradicionales y centros

comerciales cercanos). De esta manera, se consideran de importante afección a la zona comercial la presencia cercana de los parques de Las Rehojas y, en menor medida, del Canódromo, así como de las oficinas del Distrito Ciudad Alta del Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria, del Mercado de Altavista y del Centro Comercial La Ballena.

- El Mercado de Altavista, al igual que ocurre con ZCA Triana - Mercado de Vegueta, ZCA Puerto Canteras - Mercado del Puerto o ZCA Mesa y López – Mercado Central, es un elemento de valor que dispone la ZCA Schamann – Pedro Infinito que, si bien no se encuentra contigua, se ubica a una distancia fácilmente salvable a pie (5 minutos andando). Es una relación que no se ha explotado convenientemente y que debe ser tomada en cuenta en las campañas promocionales que se realicen por parte de cada uno de ellos, pues solamente puede redundar en beneficio para ambos.
- La interacción con el C.C. La Ballena ha tenido siempre un claro carácter de confrontación. Sin embargo, como se mencionaba en apartados previos, la ZCA puede evolucionar hacia un modelo de comercio que se distinga de lo que el centro comercial cerrado puede ofrecer y permita que exista una simbiosis entre ambos (10 minutos andando), recuperando al cliente de proximidad que ha sido convencido por otras zonas comerciales más lejanas.
- La influencia en la zona comercial abierta por la presencia, a poca distancia, del gran parque de Las Rehojas se ve limitada debido a que su principal entrada, por la que acceden la mayoría de los visitantes, no linda con Schamann (sino que se encuentra en el extremo opuesto, en el fondo del barranco) mientras que el acceso directo desde esta ZCA (concretamente desde el cruce entre las calles Agustina de Aragón y Fortunata) es secundario en flujo de personas y en importancia en general. Se puede concluir que solamente las personas residentes en Schamann utilizan este acceso como vía de entrada al parque. No obstante, una revitalización importante que supusiera atractivo comercial en la ZCA sí encontraría una gran potencialidad de clientes en los usuarios del parque (y centro deportivo), en donde podría captar usuarios que, desde el parque, fácilmente se pueden desplazar a la zona comercial abierta (6 minutos andando).



Ilustración 46. Mercado Municipal "Altavista", pieza atractora de la ZCA, a las puertas del cual recientemente se ha ejecutado un vial de plataforma única cuyos efectos han posibilitado la dinamización de la vía para terrazas y esparcimiento.

Patrimonio arquitectónico.

El valor añadido que puede ofrecer a una ZCA el patrimonio arquitectónico es una variable a tener en cuenta como ampliación de otros valores (por ejemplo, ZCA Triana) pero no es un pilar fundamental del correcto desarrollo de una zona comercial abierta.

Schamann – Pedro Infinito no dispone de elementos de este tipo que aporten una suma a las cualidades de la zona, con lo que pierde este atractivo, explotable desde el punto de vista de imagen y promoción por su afeción directa al paisaje urbano y las singularidades de los comercios que en ellos se alberguen.

Ello, a pesar de suponer un factor de debilidad más, no se encuentra dentro de los problemas centrales de la zona y es una aportación que, de no producirse, no debe de ser piedra angular para el correcto desempeño de la zona.

Mejorar o ampliar el patrimonio arquitectónico de una zona no se encuentra dentro de las finalidades de un documento como el que nos ocupa, el cual sí tiene como tareas encargadas su análisis y el estudio de la explotación de sus posibilidades como valor añadido.

Por este motivo, no se tendrá en cuenta, de aquí en adelante en este documento, este elemento.

Aspecto comercial.

Dentro del diagnóstico del aspecto comercial de la ZCA, existen ciertas variables de importancia que a continuación se relacionan (tipos de actividad, zonificación, horarios...) pero ninguna tiene una relevancia tan alta como la que supone el fenómeno de los locales cerrados o inactivos y, especialmente, el alto número de ellos.

La contradicción de que la variable más a tener en cuenta del aspecto comercial sea precisamente aquellos lugares donde no se está desarrollando comercio no viene sino a representar que:

- La finalidad principal de este documento es el impulso del comercio en la zona.
- La situación comercial en la ZCA es consecuencia directa, y no causa como pudiera pensarse, del estado de la zona en sus otros aspectos que en este documento se citan (movilidad, aspectos urbanos, seguridad...)
- El enfoque se centra en diagnosticar qué parte del tejido comercial está fallando, porqué lo hace y cómo se puede revertir este fenómeno.
- En este caso, el número de casos de locales cerrados o inactivos analizados ha resultado ser, como mínimo, preocupante si no alarmante.
- Este fenómeno genera deterioro en la imagen y el atractivo de la ZCA, por transmitir abandono y marginalidad, además de degradar el paisaje urbano (máxime cuando se enlazan más de un local cerrado seguido).
- Esta variable el termómetro perfecto para medir la salud de la zona comercial. Del análisis realizado, el diagnóstico es que Schamann – Pedro Infinito se encuentra gravemente enfermo.

La importancia del resto de variables afecta y está relacionada con los aspectos de gestión de la zona: orientar hacia dónde debe dirigirse las campañas de máquetin, satisfacer las necesidades del cliente según zonas o enfocar el mobiliario y la configuración urbana en uno u otro sentido. Pero el fenómeno de locales cerrados determina qué áreas de la zona comercial están en riesgo de dejar de tener como prioritaria esta actividad (la actividad comercial), pudiendo quedar como áreas únicamente residenciales por la reconversión de los locales comerciales a otros usos (como garajes o viviendas), siendo este el paso previo a la desaparición de la zona como Zona Comercial Abierta.

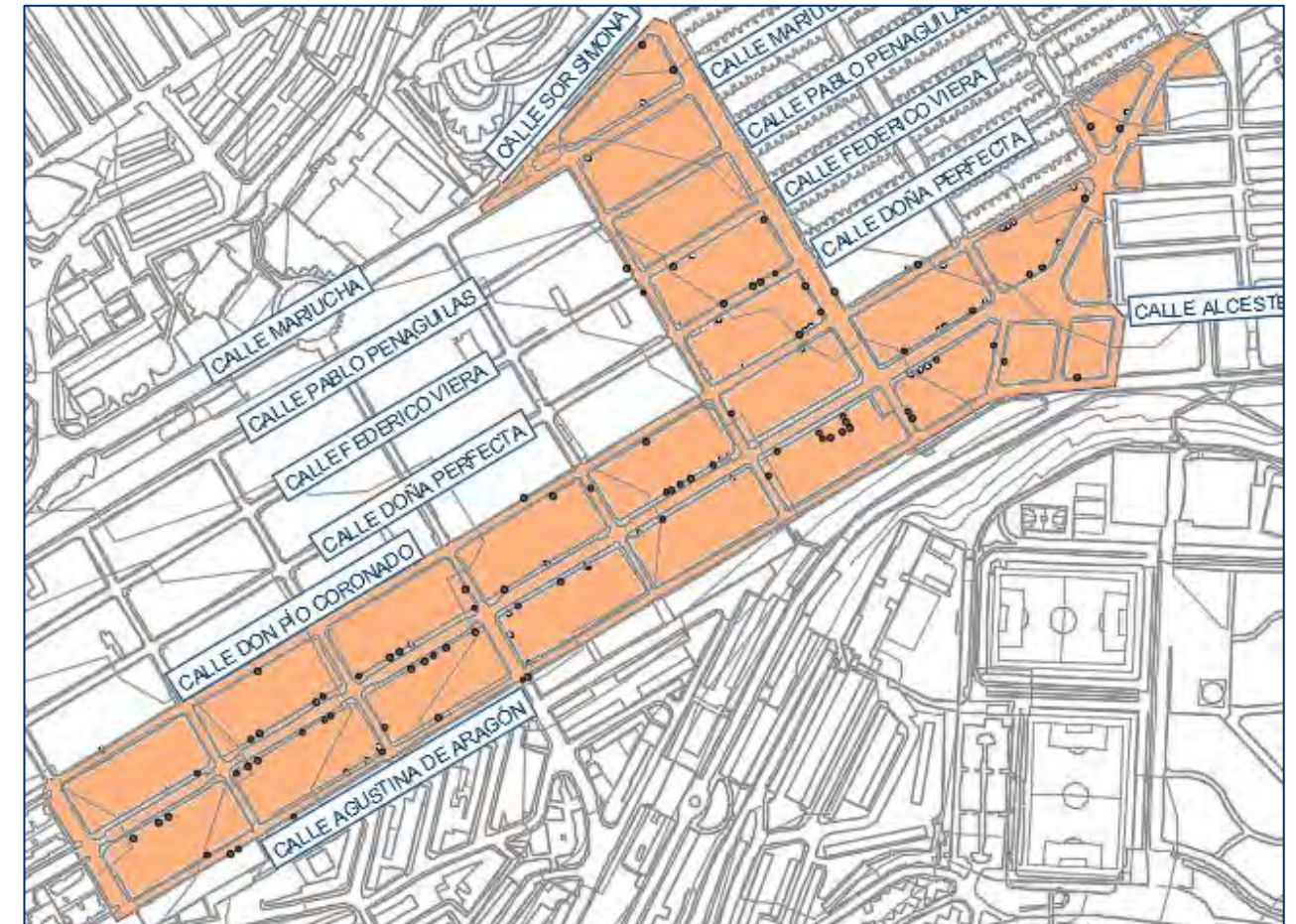


Ilustración 47. Vista en planta de los negocios sin actividad (puntos negros).

Si siguiendo esta línea de trabajo, los datos obtenidos permiten concretar que uno de cada tres locales que forman la zona comercial se mantiene inactivo. De estos, la mitad (uno de cada seis) hace tiempo que lo están y presentan una imagen de abandono y deterioro. Como orientación sobre la magnitud del problema, cabe destacar que la ZCA Mesa y López sufría, antes de la puesta en marcha de su Plan Director, una cifra de locales en esta situación inferior al 20% (menos de uno de cada cinco locales), cifra notablemente inferior a la que nos ocupa en Schamann – Pedro Infinito.¹⁶

Especialmente hiriente es este fenómeno en el sector de estudio A (zona alta de Pedro Infinito, Pío Coronado y Agustina de Aragón), donde el porcentaje de negocios inactivos crece hasta un alarmante 39% en contraposición con el 20% en el sector de estudio D (calles Zaragoza, Sor Simona, Mariucha, Pablo Penaguilas y Federico Viera).

Este hecho es, junto con otros que se mencionan, representativo de la situación de dominancia en la ZCA de las calles Zaragoza (y su entorno) y parte baja de Pedro Infinito. Estas áreas, clásicamente ejes de la ZCA en sentido económico, son las que tienen una sección del viario más amplia, con mayores concesiones al peatón, mejor dotadas en cuanto a mobiliario y señalética y con trasiego de transporte público.

A continuación se resumen las características más significativas del aspecto comercial de la ZCA, dividido por áreas de estudio (para consulta de los sectores en los que se ha dividido la ZCA para el presente estudio consulte el apartado “2.1 PRESENTE: EL ÁMBITO.”):

¹⁶ Plan Director de la Zona Comercial Abierta de Mesa y López. GEURSA. 2016.

Toda la ZCA Schamann Pedro Infinito.

- Locales disponibles: 342.
- Locales cerrados: 120 (31,66%). Locales abiertos: 222 (58,58%).
- Tipo de negocio predominante: servicios (32,37%, con especial predominancia de peluquerías, salones de belleza y similares), restauración (15,35%) y bazar/droguería (10,37%). Llama que el sector hostelero aguante con una presencia importante, habida cuenta de la inexistencia de zonas aptas para terrazas, si bien una parte de estos negocios tienen un planteamiento más de comida para llevar o *take away* que de consumo en local.
- Locomotoras económicas: 39 (17% de los negocios de la ZCA). Casi la mitad (46,15%) son franquicias o cadenas.
- Las locomotoras eligen los ejes Don Pedro Infinito (especialmente su parte baja, hasta Tormento) o Zaragoza (de todas ellas, solamente 3 no están en ellos y 2 son cadenas de ferreterías).
- Locales que, siendo actualmente utilizados para otros usos (garaje, almacén, etc.) pudieron ser anteriormente locales comerciales o disponen potencial para serlo: 33 (significa esto que el número de negocios de la ZCA podría aumentar en un 9,64%).
- Los locales de la zona se disponen casi únicamente en planta rasante (a la altura de la calle): 96,24%. Por ello, la visibilidad media de los negocios de la zona es inmejorable.
- La mayoría (57,36%) de los locales disponen de una superficie de entre 50 y 120 metros cuadrados y los locales susceptibles de albergar superficies de importancia (*hard discounts* o similares) son inferiores al 2% (seis locales). De hecho, no existen comercios de este tipo (Lidl, Mercadona, Ikea, MediaMarkt o similares), que usualmente suelen servir de impulso actuando como importantes locomotoras.
- Valorando la accesibilidad de la entrada, los resultados son desalentadores: menos del 20% de los locales tienen un acceso adaptado, lo cual lleva a pensar que un estudio pormenorizado de la accesibilidad interior conllevaría un porcentaje mucho menor de locales adaptados que ese 20%. De esta manera, se excluye a dos tipos de cliente (el cliente con limitaciones motoras o psicomotrices y sus frecuentes acompañantes).
- El aspecto de los horarios de apertura es muy heterogéneo: la coincidencia en este sentido entre distintos negocios es casi inexistente y, en los casos en que coinciden, es puramente casual. Los negocios que llevan a cabo su actividad en la noche son muy pocos. Tan sólo la mitad de los negocios se mantienen abiertos a mediodía, con lo que la actividad en la ZCA en estas horas decae muy sensiblemente.
- Existe una dominación total por parte de autónomos y micropymes (un 86% entre ambos). Las empresas pequeñas y medianas solamente ocupan el 3,5% y 3% de los locales y las grandes empresas el 6,5%.

Todo lo anterior permite resumir que en la zona comercial abierta de Schamann – Pedro Infinito casi la mitad de los negocios son de tipo servicios o restauración y que estos, junto con los locales cerrados sin actividad, suponen el ochenta por ciento de los establecimientos, quedando solamente un veinte por ciento para el resto de actividades.

Otras actividades como centros de negocios, franquicias o cadenas de gran valor añadido, negocios tipo *hard discount* y otros de gran poder atractivo y que usualmente suelen actuar como impulsores de las zonas comerciales tienen una presencia inexistente o residual en la zona.

En esa línea, es interesante destacar el papel que desempeñan algunas de las locomotoras de la zona pues, si bien como se ha mencionado su tasa llega a ser de 1,7 locomotoras por cada 10 negocios, no se detecta que realmente ejerzan la función de ser un fuerte reclamo comercial. Ello puede ser debido a que si bien cumplen con los criterios que definen a una locomotora comercial, es cierto que la mayoría de ellas son de un renombre contenido, sin llegar en su mayoría a ser grandes marcas internacionales.

Otro aspecto a tener en cuenta es la baja rotación de tipos de comercio que se da en un mismo local. Estudiando los negocios actuales y comparándolos con las informaciones que se pueden consultar de años previos, se observa que, normalmente, al cierre de un negocio le sigue la apertura de otro (tras un período variable de inactividad del local) de la misma tipología (por ejemplo, restaurante por restaurante). Este es un síntoma de baja confianza pues la reconversión de

un local para pasar de una actividad a otra supone un esfuerzo mucho mayor (obras, licencias...) para el empresario y es un riesgo extra que, en la ZCA de Schamann – Pedro Infinito, pocos empresarios deciden correr.

Discriminando por sectores, se mantiene sin discusión la prevalencia de los negocios de servicios en todas las áreas de la ZCA, seguida de la restauración que, sin embargo, este estudio zonificado revela que en los sectores A y B pierde presencia en beneficio de los negocios para equipamiento del hogar, los bazares/droguerías (sector A) y los de otra índole (sector B) con los que se mantiene en rangos muy similares.

Es muy interesante observar que, a pesar de la alta prevalencia de los negocios de restauración en la zona comercial (15 %; uno de cada seis) su presencia se refuerza en la zona baja de la ZCA (sectores de estudio C y D) y pierde intensidad en la zona alta (sectores A y B).

Sector A.

- Locales disponibles: 84 (2,51 negocios por cada 1 000 m² de superficie de zona comercial).
- Locales cerrados: 35 (38,89%). Locales abiertos: 49 (54,44%).
- Tipo de negocio predominante: servicios (31,58%), equipamiento del hogar (15,79%), restauración (12,28%) y bazar/droguería (12,28%).
- Comportamiento respecto a la media de la ZCA:
 - Área de la ZCA con el tejido comercial más débil. Mayor porcentaje de locales inoperativos.
 - **Aumentan su presencia:** equipamiento del hogar; bazar/droguería.
 - **Se mantienen en la media:** centro comercial; consultoría, oficina, despacho; ropa, calzado, deportes; servicios.
 - **Disminuyen su presencia:** alimentación; otros; restauración.

La gran mayoría de negocios de este sector A se encuentra en Don Pedro Infinito (38 de 49), quedando el aspecto comercial de los viales paralelos casi inexistente.

En la calle Agustina de Aragón, en este tramo, hay más negocios inactivos que activos.

Sector B.

- Locales disponibles: 126 (2,94 negocios por cada 1 000 m² de superficie de zona comercial).
- Locales cerrados: 45 (32,14%). Locales abiertos: 81 (57,86%).
- Tipo de negocio predominante: servicios (28,74%), restauración (13,79%) y otros (13,79%).
- Comportamiento respecto a la media de la ZCA:
 - Con un 7% más de superficie que el sector A, dispone de un 50% más de negocios que esta (se confirma el fenómeno de que, en la zona más baja de Pedro Infinito, cercana a Zaragoza, la actividad es más intensa).
 - Respecto al sector A, en este sector B se observa un mayor dinamismo aún de este vial respecto a los cercanos.
 - Es el sector con mayor variabilidad de negocios y con un reparto más equitativo entre ellos: el más diversificada.
 - Alberga el tramo (desde Zaragoza a Tormento) de mayor pujanza de la calle de mayor relevancia (Don Pedro Infinito) junto con Zaragoza de esta ZCA.
 - **Aumentan su presencia:** consultoría, oficina, despacho; otros; ropa, calzado, deportes; servicios.
 - **Se mantienen en la media:** bazar/droguería; centro comercial; equipamiento del hogar; restauración.
 - **Disminuyen su presencia:** alimentación.

En este tramo las calles perpendiculares a Don Pedro Infinito (Tormento, Tristana y Voluntad) disponen de cierta dinámica comercial y Don Pío Coronado disfruta su tramo más dinámico.

Sector C.

- Locales disponibles: 91 (2,93 negocios por cada 1 000 m² de superficie de zona comercial).
- Locales cerrados: 31 (29,52%). Locales abiertos: 60 (57,14%).
- Tipo de negocio predominante: servicios (40,32%), restauración (16,13%) y alimentación (12,90%).
- Comportamiento respecto a la media de la ZCA:
 - Es el sector con menor variabilidad de negocios y con un reparto menos equitativo entre ellos: el menos diversificada.
 - Este sector C es más dinámico que el A y el B, pero menos que el D.
 - **Aumentan su presencia:** alimentación; servicios.
 - **Se mantienen en la media:** centro comercial; consultoría, oficina, despacho; equipamiento del hogar; restauración.
 - **Disminuyen su presencia:** bazar/droguería; otros; ropa, calzado, deportes.

Los diez negocios de restauración se concentran en Jacinta (peatonal) y Don Pedro Infinito (eje comercial).

Una vez más, la calle Don Pío Coronado sufre especialmente el fenómeno de locales inactivos y la calle Don Pedro Infinito, esta vez junto con Zaragoza y Jacinta, absorbe la mayor parte del tejido comercial.

Mención especial merece el tramo entre los números 12 y 11 a 18 y 17 de la calle Jacinta. Esta calle, la única peatonal de toda la ZCA y alrededores, alberga la mayor densidad de comercios del sector C de estudio (mayor aún que en Don Pedro Infinito).

Sector D.

- Locales disponibles: 42 (2,08 negocios por cada 1 000 m² de superficie de zona comercial).
- Locales cerrados: 9 (20,00%). Locales abiertos: 33 (73,33%).
- Tipo de negocio predominante: servicios (26,32%), restauración (23,68%) y alimentación (18,42%).
- Comportamiento respecto a la media de la ZCA:
 - En este sector D los datos de ocupación de locales son, con diferencia, los mejores de la zona comercial.
 - **Aumentan su presencia:** alimentación; centro comercial; restauración.
 - **Se mantienen en la media:** bazar/droguería; consultoría, oficina, despacho.
 - **Disminuyen su presencia:** equipamiento del hogar; otros; ropa, calzado, deportes; servicios.

Los locales sin actividad son aquellos que se encuentran más lejos de la calle Zaragoza (principalmente en la calle Voluntad o inmediaciones), dejando patente la dominancia de esta vía como eje comercial junto con Don Pedro Infinito.

La manzana más al noreste (Zaragoza, Sor Simona, Mariucha) posee un peso importante en este sector D, albergando aproximadamente la mitad de los negocios del área (17 de 38). Es el sector de la ZCA más cercana al mercado municipal de Altavista y la principal entrada a la zona comercial.

Mercado municipal "Altavista".

- Locales disponibles: 47.
- Locales cerrados: 20 (42,55%). Locales abiertos: 27 (57,45%).
- Tipo de negocio predominante: alimentación (89,29%).

Casi 90% de negocios es de restauración (esperable al ser un mercado). El resto de negocios se reparte en dos tipos: ropa, calzado, deportes (1 local) y servicios (2 locales).

La variable con resultados preocupantes es la de locales (o puestos) inactivos, que alcanza el 43%.

Aspecto turístico alojativo.

Si bien la existencia de una zona comercial no es, normalmente, un motivo suficiente para que un turista se desplace a un lugar concreto, sí sirven como añadido al atractivo turístico de un lugar mediante la posibilidad de adquisición de productos locales, o precios reducidos respecto al mismo bien ubicado en el lugar de origen del turista y por supuesto mediante el interés que despierta en el forastero visitar un área agradable, dinámica y amable, así como ferias concretas en las cuales se presenten la artesanía o los productos de proximidad.

Por todo lo anterior, tiene sentido que los esfuerzos de la administración en dinamizar una zona como la que ocupa tengan, como uno de los ejes de actuación, la referencia de satisfacer estos intereses que se conoce que el público turista demanda pues ello tiene una influencia en las ventas que puede ser mayor o menor en función de (además de lo expuesto) su cercanía a núcleos turísticos, a infraestructuras del transporte o a recorridos frecuentes de visita. A ello contribuye, de manera decisiva, la existencia de alojamientos turísticos, lo cual garantiza la presencia de este tipo de clientes en la zona.

No obstante, nada de esto ocurre en Schamann – Pedro Infinito. Los alojamientos turísticos son inexistentes, se desconoce la visita de turistas y la situación actual, como se ha mencionado, no sirve de acicate para que ello cambie.

Es preciso tener en cuenta que la zona comercial de estudio no se encuentra cerca de núcleos turísticos, de infraestructuras del transporte o de recorridos frecuentes de visita, lo cual hace harto complicado conseguir un flujo de clientes forasteros en su estancia en la isla o la ciudad. A ello hay que sumarle que la única baza que la ZCA pudiera jugar en este sentido (ser una zona exclusiva, única, con un poder de atracción tal que compense el resto de factores) no existe hoy en día.

El esfuerzo necesario para conseguir un cambio en este sentido no sería rentable si esa fuera la finalidad única. Sin embargo, si lo observamos desde el punto de vista de que este sería un efecto secundario o colateral del correcto desarrollo de medidas necesarias para dinamizar la zona pensando de manera local (y no turística), se puede concretar que es muy interesante pensar en que el atractivo que la zona gane influya también en su poder de captación de visitantes aunque ciertamente esto sucedería de manera contenida.

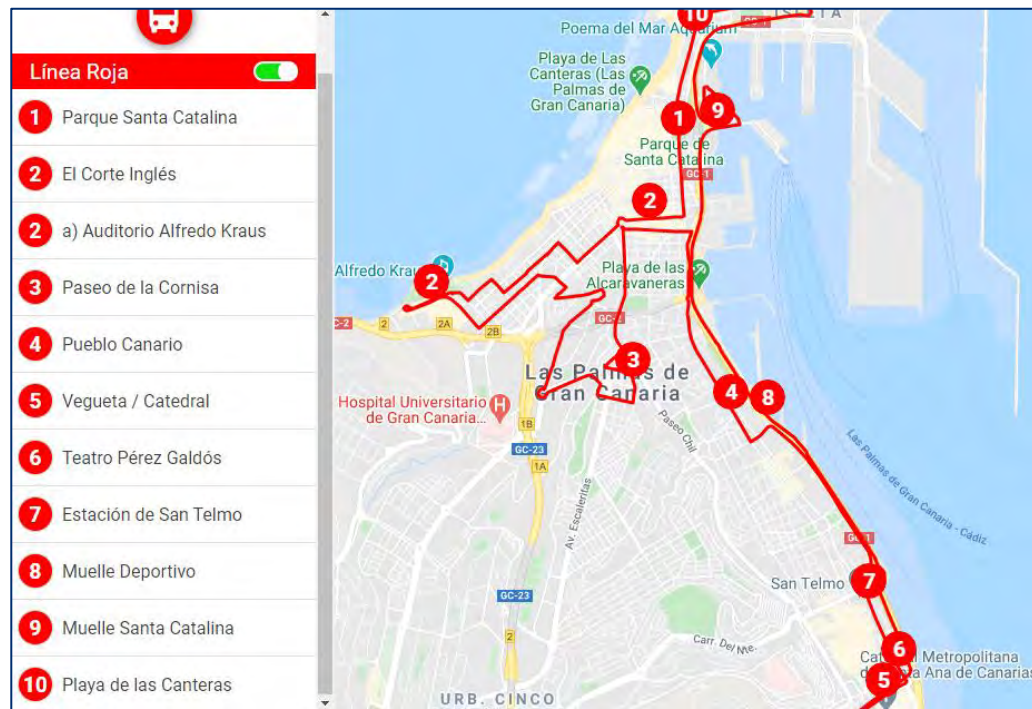


Ilustración 48. Recorrido de la guagua turística de la ciudad el cual, actualmente, no pasa por la ZCA ni se acerca a ella. Fuente: CitySightseeing.

4.3. RESUMEN Y CONCLUSIONES.

Hasta ahora, se han presentado los números obtenidos del análisis de la ZCA (véase capítulo 3. ANÁLISIS DEL TEJIDO COMERCIAL Y DEL ESPACIO PÚBLICO URBANO.) de manera objetiva, así como un diagnóstico (véase 4.2. SITUACIÓN PRE-PLAN DE LA ZCA SCHAMANN – PEDRO INFINITO.) exhaustivo y focalizado de cada uno de las variables estudiadas y que, juntas, convergen para formar la imagen de la situación actual de la zona comercial.

Este trabajo sirve para llegar a un punto concluyente de cuál es el estado de Schamann – Pedro Infinito, qué aspectos provocan este estado y sobre qué variables se debe trabajar para recuperar la senda de crecimiento económico de la zona, fundamentado ello en que a dicho crecimiento económico solamente se llega por una ruta multidisciplinar de actuaciones que se presentan en el siguiente capítulo (véase 5. EL PLAN DIRECTOR: PROPUESTA PARA LA DINAMIZACIÓN COMERCIAL.) y que se corresponde (dicha ruta de actuaciones) con el variado catálogo de variables estudiadas.

Por ende, en contraposición a la extensa narración expuesta en el subcapítulo anterior, se configura el siguiente resumen de diagnóstico, en forma de análisis de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (o análisis DAFO) de la situación pre-plan de la Zona Comercial Abierta Schamann – Pedro Infinito.

Tabla 38. Análisis DAFO de la situación pre-plan de la ZCA Schamann - Pedro Infinito.

Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> · Presencia cercana del Centro Comercial La Ballena, cuya afección negativa, directa y de gran magnitud a la ZCA se mantiene. · Las deficiencias estéticas y de imagen común (pavimentos, cartelerías, toldos, letreros...) en la zona comercial son graves y numerosas. Del mismo modo, la situación de mantenimiento de las fachadas así como la ubicación de equipos de aire acondicionado, extractores y otros elementos es deficiente, creando repulsión al visitante. · Graves deficiencias en cuestión de mobiliario urbano. · Los límites de la ZCA son absolutamente difusos, precisamente por no compartir una estética común, y el visitante no sabe dónde empieza ni acaba la zona comercial, ni se siente atraído por su presencia. · Las molestias, insalubridad y afección al paisaje urbano provocada por los puntos de recogida de residuos es un factor importante. En algunos lugares estos elementos impiden el paso a los transeúntes y su ubicación y tipología genera varios efectos indeseables. · Insuficiencia de dotación de espacios públicos y zonas verdes, generalmente de tamaños muy limitados, que además no disponen de interconexión entre sí por lo que no sirve de elemento de cohesión y distribución de la ZCA, lo que constituye una gran limitación al desarrollo de la actividad comercial. Sin señalética y en un estado de mantenimiento no deseable, su aportación es nula. · Mal estado de alcorques y vegetación insuficiente o mal distribuida. · Atraso generalizado en cuestión de movilidad, con una situación propia de políticas de décadas atrás, que actúa como elemento disuasorio de usuarios y los remite a los centros comerciales cerrados. Sin inclusión en el sistema MetroGuagua, apenas en el servicio Sitycleta y sin inclusión tampoco en el Plan Director de la Bicicleta, junto con la inexistencia de viales integradores, el espacio permanece entregado al monopolio del vehículo turismo. · Efectos típicos de la hegemonía de la movilidad en vehículo turismo: congestión (aunque no grave); estacionamientos sobre aceras, vados, carga y descargas, dobles filas y cebreados; tráfico inducido; limitaciones a los peatones; efecto barrera... · Exclusión casi absoluta de la movilidad a pie, que sufre una hostilidad que limita los desplazamientos de este tipo y los tiempos de permanencia en la ZCA (con la consiguiente pérdida de clientes) y expulsión absoluta de la movilidad alternativa y para PMR's. · En un vistazo aéreo, la comparación con el resto de ZCA de la ciudad (y de otros municipios) deja ver que Schamann – Pedro Infinito puede que sea la que dispone de un mayor número de plazas de estacionamiento en vía pública. Sin embargo, una parte muy importante de estos queda ocupada por los residentes al proliferar las edificaciones residenciales sin garaje. La trama urbana está agotada y difícilmente se puede conseguir una ganancia neta de plazas de estacionamiento. La forma de abordar la problemática del estacionamiento (y sus nefastos efectos) debe enmarcarse en actuaciones que reduzcan la demanda de plazas, no en actuaciones que amplíen la oferta. · El servicio de transporte público de Guaguas Municipales, aunque inferior al observado en el resto de ZCA de la ciudad, se considera bueno si bien los hándicaps de lejanía a estaciones e inexistencia de líneas de transporte interinsular (Global) reduce el margen de actuación de la ZCA al ámbito municipal. · El mobiliario urbano de transporte público (marquesinas, áreas de estancia, señaléticas al transeúnte...) es insuficiente y su confort, en algunos casos, muy limitado. · No existe patrimonio arquitectónico. Este factor de debilidad debe servir como acicate para impulsar las otras variables de las que sí se dispone.
-------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> · Muy baja tasa de adaptación de los negocios a la supresión de barreras de accesibilidad, lo que supone perder dos grupos de clientes: las personas con movilidad reducida o limitaciones psicomotrices y sus frecuentes acompañantes. · El muy bajo asociacionismo, traducido en disparidades horarias, dificultades a la hora de consensuar estrategias, baja participación en actividades empresariales, etc., es un factor que debilita enormemente a las empresas a la hora de competir contra otras ZCA o CC con estructuras de organización estables, fuertes y muy respaldadas. · No existen viales de convivencia en plataforma única (salvo un pequeño tramo de 38 metros junto al Mercado de Altavista) y únicamente existe una vía peatonal (en un tramo de ella). · El lugar no es frecuentado por turistas, encontrándose lejos de las principales infraestructuras del transporte, sin alojamientos turísticos y fuera de recorridos usuales de visitantes. · Actualmente, la oferta de actividades es muy pobre. Si bien es cierto que existe variedad en la tipología de negocios, el único atractivo actual de la zona es el de la compra de un bien o servicio: ir a por algo en concreto, consumir, marcharse. No se proponen otras actividades tales como ocio, espectáculos, consumo en terrazas o ferias.
Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> · La alta tasa de locales cerrados (inactivos) e, incluso, abandonados, es un grave y notable problema para la zona comercial, constituyendo una amenaza de quiebra absoluta de la zona como zona comercial abierta, por quedar como opción más rentable el paso de los locales a otros usos (residencial, garaje...) · El avance de otras ZCA con respecto a Schamann – Pedro Infinito en los aspectos claves estudiados contribuye a la senda de pérdida de poder competencial. · La falta de renovación conduce a la zona a perder el tren de nuevos conceptos en áreas comerciales urbanas, tales como la sostenibilidad y la recuperación del espacio urbano. · El bajo atractivo de la zona para las grandes cadenas y otras locomotoras, así como para los comercios tipo <i>hard discount</i>, es sintomático de la situación actual y debe reconducirse para que sirva de base a un aumento de la demanda, la consecuente revalorización de inmuebles y locales y, seguidamente, la presencia de comercios de mayor valor añadido que a su vez vuelva a servir como factor de incremento del valor de la zona. · Auge, lento pero continuo, del comercio a través de internet.
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> · La presencia, a escasa distancia de la ZCA, de un mercado tradicional es un factor diferencial con respecto a centros comerciales cerrados. Sin embargo, este valor no se explota pues no existe coordinación entre las direcciones de la ZCA y del mercado, perdiéndose un atractivo que beneficiaría a ambos. · La reciente catalogación de numerosas vías del barrio como “calles 30” mejora la calidad medioambiental (por sonoridad y por emisiones) y lo hace más seguro y amable a otros medios. · Se debe realizar una apuesta decidida por la correcta planificación de una red de distribución de usuarios que conecte los espacios libres y zonas verdes, ofrezca espacios de ocio y entretenimiento que posibiliten múltiples usos y sirvan de polo atractor a transeúntes. · La herencia histórica que supone el hecho de que la “marca” Pedro Infinito sea ampliamente conocida como zona comercial allana el camino a la recuperación de la imagen de fortaleza y pujanza de tiempos pretéritos. · Los aspectos estudiados permiten concluir que la ZCA Schamann – Pedro Infinito no ha logrado un objetivo fundamental en cualquier producto: permanecer en la mente del usuario como una opción que, además, sea una opción lo más interesante posible. Para ello, es fundamental que sea un producto apetecible, mediante una amplia diversidad de opciones a ofrecer y una imagen concreta, que permita asociar la zona comercial con algo en concreto. En este sentido, la potenciación decidida de la relación entre la zona comercial y la obra de Galdós es un valor a explotar.

	<ul style="list-style-type: none"> · La amplia mayoría de los locales se encuentra en cota rasante, por lo que disponen de una visibilidad difícilmente mejorable.
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> · La cercanía entre Plazoleta Vicente Halconero y Parque Carmen González Roca así como entre Plaza Ramoncito El Fontanero, Plaza Cronista Luis García de Vegueta y Plaza Antofita La Cubana da la posibilidad de paliar el déficit de conexión entre los espacios libres de la ZCA, consiguiendo un inicio de capacidad distribuidora de estas áreas y nuevas superficies que permitan la diversificación de actividades en la zona comercial. · La potencialidad, como piezas atractoras complementarias, del C.C. La Ballena y la ZCA es comparable a otros casos similares en la ciudad. No obstante, requiere una diferenciación (que, por hegemonía actual de La Ballena, tocaría realizar a Schamann – Pedro Infinito) que haga posible esa relación de complemento entre ambos (tiendas de mayor calidad y menos generalistas, vida en la calle...). Esta relación de complemento es beneficiosa para ambos, y debe perseguir conseguir fidelizar al cliente del distrito, evitando que se vaya a otros lugares de la ciudad. · La ZCA debería promocionar su existencia y cercanía entre los usuarios del cercano parque y centro deportivo Las Rehojas, pues forman un sector de potenciales clientes que acuden a un lugar cercano a la zona comercial a desarrollar otras actividades que pueden ser complementadas con las que ofrece una zona comercial, aprovechándose del estacionamiento que el parque ofrece a sus usuarios. · Tendencia de las administraciones a potenciar las ZCA, mediante programas de ámbito local, insular y autonómico. · La relación entre el barrio y la obra de Benito Pérez Galdós es un elemento de valor que se ha explotado de manera insuficiente y poco decidida. Es una oportunidad de conseguir que el usuario identifique la ZCA con algo distinto al resto y ello debe plasmarse en numerosos aspectos de la zona: cartelerías, mobiliario, logotipos, bolsas de compra... · En apoyo de una reestructuración del espacio que recupere áreas para los viandantes, es posible efectuar una optimización y reordenación de las actuales zonas de estacionamiento libre, que proveerían de unas 98 plazas así como un impulso al establecimiento de edificios de parking, que podrían ofrecer hasta 288 plazas nuevas. · La inexistencia de zona verde y la muy limitada presencia de zona azul se observa como una baza a jugar para la optimización de la movilidad de la ZCA y un recurso pendiente de utilizar para favorecer la rotación de estacionamientos y la protección al residente en este sentido.

5. EL PLAN DIRECTOR: PROPUESTA PARA LA DINAMIZACIÓN COMERCIAL.

En apartados venideros se presenta el desarrollo de las líneas de actuación para la consecución de un listado de objetivos generales, los cuales no persiguen un fin distinto que no sea el de mantener y potenciar el comercio en la zona comercial como motor de empleo y riqueza local.

Se trata de conseguir que la zona sea apetecible para el usuario, principalmente para el residente cercano pero sin olvidar a los posibles usuarios de otros núcleos y localidades y que les resulte atractiva para visitar, atrayendo un mayor flujo de clientes e incrementando inercialmente el número de ventas.

Como se ha comentado, los proyectos o planes que mejores resultados obtienen para casos como el que nos ocupa son aquellos relevantes, estructurantes e integrales donde además de la intervención del entorno se han llevado a cabo actuaciones sobre la oferta, la demanda, y la gestión de la zona comercial abierta.

Este capítulo 5 del documento “Plan Director de la Zona Comercial Abierta SCHAMANN – PEDRO INFINITO.” es el propio Plan Director el cual, en base al diagnóstico realizado sobre un exhaustivo y amplio análisis de la situación actual (o situación pre-plan) conforma la Propuesta, entendida como tal el conjunto de líneas de actuación cuyas medidas, estratégicamente ordenadas en tiempo y espacio, permitirán conseguir el anteriormente mencionado fin de dinamización del sector comercial e incremento de las magnitudes que definen su éxito.

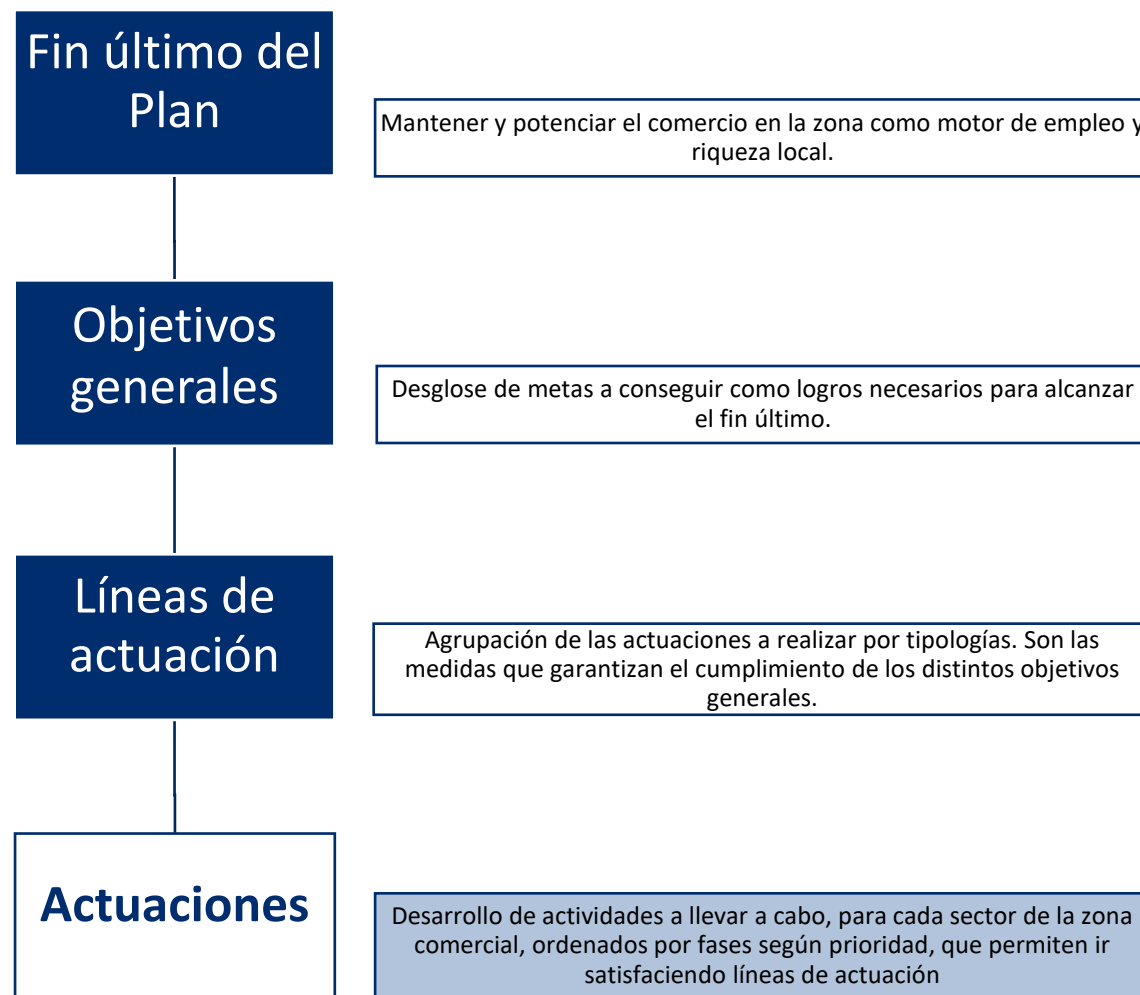


Ilustración 49. Esquema de principio del Plan Director.

5.1. OBJETIVOS GENERALES.

Las metas necesarias para alcanzar el fin último del Plan, definidas estas como Objetivos Generales, se fundamentan en la necesidad de identificar y mejorar los factores relativos a la accesibilidad, las atracciones, las amenidades y la acción descritos por Cerdá *et al.* (2007) como cualidades esenciales para el correcto desempeño de una zona comercial abierta. De esta manera, se ha de entender la accesibilidad como la facilidad del acceso multimodal (peatonal, en vehículo propio o en transporte público); las atracciones como la variedad y amplio número de establecimientos, calidad de los mismos y presencia de establecimientos locomotora junto con establecimientos complementarios que facilitan las compras (bares, restaurantes, cines, servicios); las amenidades en referencia a los elementos que facilitan un entorno adecuado de compras (mobiliario, urbano, señalización, atracciones lúdicas, seguridad....) y la acción relacionada a la profesionalización y gestión de la gerencia de la zona, de los locales vacíos, la colaboración entre propietarios y comerciantes y las actividades promocionales, publicitarias y de relaciones públicas.

Objetivo General 1 (OG-1). Ámbito urbano: conseguir un entorno urbano con unas condiciones más propicias (abierto, cómodo, apetecible) para la actividad comercial, donde el usuario se sienta bien acogido, salga beneficiado en movilidad, accesibilidad y calidad ambiental y obtenga una recompensa por su visita e integración de los ciudadanos con limitaciones psicomotrices.

Objetivo General 2 (OG-2). Movilidad local: obtener un compromiso entre la reducción del tránsito del vehículo privado (reducción de su dependencia y omnipresencia) en beneficio de otros modos de transporte y la optimización de la comodidad de los accesos para este modo de transporte, el número de estacionamientos disponibles, su tipología y el desplazamiento de estacionamientos en vía pública a edificios específicos y la reducción del tráfico de paso. Inclusión de la ZCA en los nuevos planes de movilidad urbana sostenible del municipio.

Objetivo General 3 (OG-3). Imagen y apariencia 1: dotar al entorno urbano de una estética común, reconocible, diferenciada y relacionable con la zona comercial que haga posible su reconocimiento y la asociación de la misma a algo en concreto, realizando por un lado su atractivo y por otro su capacidad de permanencia en la mente del consumidor. Relanzamiento de la marca “ZCA Schamann – Pedro Infinito”.

Objetivo General 4 (OG-4). Definición del ámbito: alcanzar una definición exacta de los límites de la zona comercial, mediante la delimitación de la misma y la transposición del concepto que supone este contorno a la ubicación y tipología de los elementos que compongan las mejoras del OG-1 y OG-2.

Objetivo General 5 (OG-5). Tejido comercial: elaborar e implantar medidas concretas y directas que, junto con las necesarias para el resto de Objetivos Generales, impulsen la renovación del tejido comercial, la puesta en marcha de locales vacíos y la variedad de actividades (comercial, ocio, espectáculos, ferias...). Integración en la ZCA del mercado municipal.

Objetivo General 6 (OG-6). Convivencia de usos: compaginar la actividad comercial y el incremento de su poder de atracción con el uso residencial del barrio.

Objetivo General 7 (OG-7). Imagen y apariencia 2: reducir los impactos paisajísticos y ambientales que suponen el deterioro de fachadas, la gestión de los residuos, la contaminación acústica (provocada por vehículos y la que pueda generar el incremento de la propia actividad comercial)

Objetivo General 8 (OG-8). Colaboración entre agentes: mantener y potenciar la colaboración entre la administración y los intereses empresariales y ciudadanos con la finalidad compartida de aumentar la riqueza local, el empleo de calidad y los ingresos públicos. Impulso a las relaciones comerciales entre la asociación de empresarios y los elementos atractores de su entorno (parque de Las Rehojas, CC La Ballena, etc.) y trabajo conjunto con los empresarios del mercado municipal de Altavista.

Objetivo General 9 (OG-9). Asociacionismo: reforzar el papel, actualmente poco consolidado, de la asociación de empresarios de la zona comercial mediante el fortalecimiento de sus estrategias y actividades de promoción comercial e institucional y la obtención de beneficios para sus participantes.

5.2. INTEGRACIÓN EN EL PDI-ZCA-GC.

En la elaboración del presente Plan Director se ha tenido en cuenta la influencia que supone la existencia de un Plan Director Insular, redactado por el cabildo de Gran Canaria, a efectos de que el presente Plan específico de una zona en concreto se integre en el mismo, persiguiendo los mismos objetivos comunes y encontrándose en sintonía con el Plan Insular en la medida en la que el paso del tiempo desde su redacción hace siete años (y las variaciones que hayan podido ocurrir desde entonces) y el acuerdo de criterio entre los equipos redactores lo permita.

El Plan Director Insular (PDI) de Zonas Comerciales Abiertas (ZCA) de Gran Canaria define los ámbitos comerciales de esta naturaleza que existen en la Isla (41), sus categorías -núcleos tradicionales, centros históricos, núcleos de litoral, ciudades turísticas y ejes urbanos-, establece su nivel de potencialidad y propone estrategias de actuación.

Dicho documento de alcance insular propone una actuación integral de definición de estas zonas comerciales abiertas mediante la elaboración de una marca específica, un logotipo de identificación y un manual de identidad corporativa que la dota de identidad visual, así como el desarrollo de la ZCA tanto en sus espacios físicos (con el establecimiento de una señalética in situ, mediante tótems) y su correspondencia en el espacio virtual (con el desarrollo de una web y una app para dispositivos móviles).

Para el caso concreto de la ZCA Schamann – Pedro Infinito, el Plan Director Insular valora su disposición en torno a los ejes principales (destaca Pedro Infinito, si bien no menciona Zaragoza) y su ubicación de centralidad urbana como algunos de los elementos que la identifican, además de destacar su muy alta accesibilidad por autopista/autovía, el alcance municipal de la misma y la inexistencia de Plan Director.

Como valores de madurez, se destaca la participación de la zona comercial en el Programa Zonas Comerciales Abiertas de Canarias y la existencia de una asociación de comerciantes propia.

Por otra parte, se menciona que el tejido comercial se representa por un predominio de la pequeña empresa y observa la sombra arbustiva a ambos lados del eje Pedro Infinito.

Especial énfasis debe hacerse en otros aspectos con los que el presente Plan Director concuerda con el Plan Director Insular, tales como la necesidad de consolidar el eje comercial Pedro Infinito como ámbito peatonal con la compatibilidad de transporte público-sólo Guaguas o la necesidad de ganancia de espacios libres (en la actualidad residuales) potenciando las actividades complementarias de ocio y restauración, relación que menciona como posible en la zona de la Plaza Don Benito.

Por otra parte, los datos que presenta el PDI respecto al número de establecimientos comerciales o la aseveración de que existe un déficit importante de aparcamiento son aspectos en los que tanto la realidad observada y estudiada durante la redacción del presente Plan Director como las cifras que manejan al respecto los organismos municipales no alcanzan un acuerdo.

Con las anteriores salvedades, se puede asegurar que existe una gran integración del presente Plan Director de la ZCA Schamann – Pedro Infinito en las directrices expuestas en la ficha del Plan Director Insular de las ZCA de Gran Canaria, tanto en el aspecto de diagnóstico como en las propuestas que se plantean.

5.3. INTEGRACIÓN EN EL PGO LPGC.

Se busca conseguir una adecuación al Plan General de Ordenación de la ciudad de las propuestas contempladas en este Plan Director, de manera que estas sean ejecutables acorde a dicho documento de preceptivo cumplimiento.

Se presentan a continuación las normas de las tres zonas tipo que se encuentran en la ZCA:

Norma Zonal A

Se recuerda lo ya citado a este respecto en el capítulo 2, subcapítulo 2.2: esta tipología se presenta únicamente en una parte de la calle Zaragoza y, las calles Doña Perfecta y Pío Coronado en sus tramos al oeste de Zaragoza.

1. Uso cualificado: Vivienda en sus categorías de Unifamiliar o Colectiva.
2. Usos vinculados: ninguno.
3. Usos complementarios:
 - a) En plantas bajo rasante:
 - Almacén, en sus categorías de Pequeño Almacén y Almacén Comercial, ligados a la actividad de planta baja.
 - Comercial, en las subcategorías de Pequeño Comercio y Local Comercial Tipo I, ligados a esta misma actividad en planta baja.
 - Recreativo-Ocio, en las subcategorías de Establecimientos para Consumo de Bebidas y Comidas, Salas de Reunión Tipo I, y Salas de Espectáculos Tipo I, ligados a la misma actividad en planta baja.
 - Transporte y Comunicaciones en su categoría de Garaje-Aparcamiento.
 - b) En plantas sobre rasante e inferiores a las de Vivienda:
 - Residencial, en las calles Alceste, entre los números 26 y 34, Ayacuchos, entre los números 21 y 29, y Plaza Alvarado y Saz, entre los números 4 y 7.
 - Industria en su categoría de Pequeña Industria (excepto para la Avenida Marítima).
 - Taller, en su categoría de Reparación en sus Tipos I y II (excepto para la Avenida Marítima).
 - Comercial, en las subcategorías de Pequeño Comercio y Local Comercial Tipo I.
 - Oficinas, en la subcategoría de Local de Oficinas.
 - Recreativo-Ocio, en todas las subcategorías Tipo I.
 - Servicios Comunitarios, en todas sus categorías.
 - Servicios Públicos, en sus categorías de Administración Pública y Correos y Telecomunicaciones.
 - Transporte y Comunicaciones, en su categoría de Garaje-Aparcamiento, (excepto en la primera crujía desde la alineación de la edificación).
 - c) En plantas de Vivienda:
 - Taller, en su categoría de Doméstico.
 - Oficinas, en la subcategoría de Despacho Doméstico.
4. Usos alternativos:
 - Residencia Comunitaria.
 - Alojamiento Turístico, en las subcategorías de Hotel y Hotel-Apartamento.
 - Oficinas, en la subcategoría de Local de Oficinas.
 - Servicios Comunitarios, en todas sus categorías.
 - Administración Pública.
5. Usos autorizables:
 - Comercial, en la subcategoría de Local Comercial Tipo II.
 - Recreativo-Ocio, en todas las subcategorías Tipo II.
6. En las parcelas provenientes de Planes Parciales, Planes Especiales y Estudios de Detalle ejecutados cuyas determinaciones han sido transcritas al Plan General, se permitirán los usos existentes con anterioridad a la

aprobación de las presentes Normas Urbanísticas, según les fue concedido en la correspondiente licencia de construcción.

Norma Zonal Bt

Se recuerda lo ya citado a este respecto en el capítulo 2, subcapítulo 2.2: esta tipología se presenta generalizada por toda la ZCA.

1. Uso cualificado: Vivienda, en su categoría de Unifamiliar o Colectiva.
2. Usos vinculados: ninguno.
3. Usos complementarios:
 - a) En plantas bajo rasante:
 - Almacén, en sus categorías de Pequeño Almacén y Almacén Comercial, ligados a la actividad desarrollada en planta baja.
 - Transporte y Comunicaciones, en su categoría de Garaje-Aparcamiento.
 - b) En planta baja:
 - Industria, en su categoría de Pequeña Industria.
 - Almacén, en sus categorías de Pequeño Almacén y Almacén Comercial.
 - Taller, en sus categorías de Reparación Tipo I y Doméstico.
 - Comercial, en las subcategorías de Pequeño Comercio y Local Comercial Tipo I.
 - Oficinas, en las subcategorías de Local de Oficinas y Despacho Doméstico.
 - Recreativo-Ocio, en la subcategoría de Establecimientos para Consumo de Bebidas y Comidas.
 - Servicios Comunitarios, en todas sus categorías.
 - Administración Pública.
 - Transportes y Comunicaciones, en su categoría de Garaje-Aparcamiento.
 - c) En plantas altas:
 - Taller, en su categoría de Doméstico.
 - Oficinas, en la subcategoría de Despacho Doméstico.
4. Usos alternativos:
 - a) Comercial, en las subcategorías de Pequeño Comercio y Local Comercial Tipo I.
 - b) Oficinas, en la subcategoría de Local de Oficinas.
 - c) Recreativo-Ocio, en la subcategoría de Establecimiento para Consumo de Bebidas y Comidas.
 - d) Servicios Comunitarios, en todas sus categorías.
 - e) Administración Pública.
5. Usos autorizables: Transporte y Comunicaciones, en su categoría de Garaje-Aparcamiento para parcelas registrales mayores de doscientos cincuenta (250) metros cuadrados, aunque estén registradas después de la aprobación de las presentes Normas, a condición de que la parcela que lo solicite quede en el exterior del área definida por un círculo de doscientos cincuenta (250) metros de radio con centro en el acceso rodado de la parcela más cercana con este mismo uso, ya sea esta última calificada como AP o se encuentre en explotación.

Norma Zonal M

Se recuerda lo ya citado a este respecto en el capítulo 2, subcapítulo 2.2: esta tipología se presenta únicamente en una manzana del sector C de estudio (la bordeada por las calles Don Pedro Infinito, Don Pío Coronado y Jacinta).

1. Uso cualificado: Vivienda en su categoría de Colectiva. Se permitirá Vivienda en su categoría de Unifamiliar en las zonas de M2, M3 y M4. No se podrán situar Viviendas en planta baja excepto en la M2 y M3. Asimismo, se exceptúa en la M4 de Almatriche, Tarahales y Las Torres. También se permite el uso de Vivienda en planta baja en la M5 de Acuarelista Elías Marrero y de La Suerte, excepto en el frente de fachada que da hacia la rambla del suelo urbanizable. Igualmente se permite el uso de Vivienda en planta baja en la M6 de la manzana delimitada por las

calles Laurel, Drago, Bambú y la Avda. Pintor Felo Monzón, en Las Torres. En la parcela situada en la calle León y Castillo nº 95, el uso vinculado será el de vivienda en régimen de protección.

2. Usos vinculados (salvo para las excepciones mencionadas en el anterior apartado, para las que se considerarán usos complementarios):
 - a) En plantas bajo rasante, o en planta baja excepto en la primera crujía:
 - Transporte y Comunicaciones, en su categoría de Garaje-Aparcamiento.
 - b) En planta baja, con una profundidad de al menos la primera crujía desde la alineación oficial, serán uno o varios de entre los siguientes:
 - Industria, en su categoría de Pequeña Industria.
 - Almacén, en sus categorías de Pequeño Almacén y Almacén Comercial Tipo I.
 - Taller, en su categoría de Reparación Tipo I.
 - Comercio, en las subcategorías de Pequeño Comercio y Local Comercial Tipo I.
 - Oficinas, en la subcategoría de Local de Oficinas.
 - Recreativo-Ocio, en todas las subcategorías Tipo I.
 - Servicios Comunitarios, en todas sus categorías excepto los no adecuados en relación al uso cualificado.
 - Servicios Públicos, en todas sus categorías excepto los no adecuados en relación al uso cualificado.
 - c) Las parcelas con linderos frontal inferior a ocho (8) metros o con superficie inferior a doscientos cincuenta (250) metros cuadrados, que puedan edificar según los parámetros de la Norma Zonal M por estar en algunos de los supuestos establecidos en el artículo 5.8.4 (apartado 3) del presente capítulo, no estarán obligados a cumplir simultáneamente con los usos vinculados de garaje más algunos de los situados en planta baja (apartado b), pudiendo optar en planta baja entre uno u otro, excepto en parcelas situadas en vías de interés (según lo dispuesto en el capítulo 2.7 de las Normas de Ordenación Pormenorizada) donde no se podrá optar por el uso Garaje-Aparcamiento.
 - d) La parcela situada en la calle León y Castillo nº 95 tendrá a nivel de la calle León y Castillo una servidumbre de paso de al menos 7 metros de ancho que resuelva el acceso al Espacio Libre situado en el interior de la manzana.
3. Usos complementarios:
 - a) En plantas bajo rasante:
 - Almacén, en sus categorías de Pequeño Almacén y Almacén Comercial Tipo I.
 - Comercial, en las subcategorías de Pequeño Comercio y Local Comercial Tipo I.
 - Recreativo-Ocio, en las subcategorías de Sala de Espectáculos Tipo I ligado a la misma actividad en planta baja, Establecimientos para Consumo de Bebidas y Comidas y Salas de Reunión Tipo I.

En sótanos, a excepción de Establecimientos de Consumo de Bebidas y Comidas y Salas de Reunión Tipo I, el resto de los usos permitidos deberán estar ligados a la misma actividad en planta baja.

En semisótanos, los usos permitidos bajo rasante podrán situarse sin estar ligados a la misma actividad de planta baja.

- b) En plantas superiores a la baja e inferiores a la de Vivienda:
 - Alojamiento Turístico, en todas las subcategorías.
 - Comercial, en las subcategorías de Pequeño Comercio y Local Comercial Tipo I.
 - Oficinas, en la subcategoría de Local de Oficinas.
 - Recreativo-Ocio, en la subcategoría de Establecimientos para Consumo de Bebidas y Comidas Tipo I, y Salas de Espectáculos Tipo I, ligados a la misma actividad en planta baja.
 - Servicios Comunitarios, en todas sus categorías excepto los no adecuados en relación al uso cualificado, ligados a la misma actividad en planta baja.
 - Servicios Públicos, en todas sus categorías excepto los no adecuados en relación al uso cualificado, ligados a la misma actividad en planta baja.
 - Transporte y Comunicaciones, en su categoría de Garaje-Aparcamiento.
- c) En plantas de Vivienda:

- Taller, en su categoría de Doméstico.
- Oficinas, en la subcategoría de Despacho Doméstico.
- 4. Usos alternativos:
 - Residencia Comunitaria.
 - Alojamiento Turístico, en todas las subcategorías.
 - Comercial, en la subcategoría de Local Comercial Tipo I.
 - Oficinas, en la subcategoría de Local de Oficinas.
 - Servicios Comunitarios, en cualquier categoría, excepto en vías de interés (capítulo 2.7 de estas Normas).
 - Servicios Públicos, en las categorías de Administración Pública, Seguridad y Protección, Justicia, y Servicios de Correos y Telecomunicaciones.
 - Transporte y Comunicaciones, en su categoría de Garaje-Aparcamiento. Se podrá superar el número máximo de plantas establecido en la Norma Zonal, siempre que no se supere la altura máxima en unidades métricas.
- 5. Usos autorizables:
 - Comercial, en las subcategorías de Local Comercial Tipo II y Grandes Superficies.
 - Recreativo-Ocio, en todas las subcategorías Tipo II.
 - Servicios Comunitarios, en cualquier categoría, en edificios de uso exclusivo y situados en vías de interés (capítulo 2.7 de estas Normas).
 - Taller de Automoción Tipo II, en planta baja, y a condición de que la parcela que lo solicite quede en el exterior del área definida por un círculo de trescientos (300) metros de radio con centro en el acceso rodado de la parcela o local más cercano con este mismo uso.

Llegado este punto, se debe reseñar la importancia de lo comentado en el capítulo 4. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN PRE-PLAN DE LA ZCA., apartado “Movilidad y accesibilidad.” respecto de la muy interesante posibilidad de realizar una excepción a los criterios de Usos autorizables en la Norma Zonal Bt para el área de Schamann en que esta norma aplica, de manera que se pueda flexibilizar las condiciones del Uso Garaje-Aparcamiento mediante la reducción de los doscientos cincuenta metros de radio mínimos entre accesos rodados de parcelas de este uso.

Dicha flexibilización tendría consecuencias favorables directas sobre el desarrollo de la ZCA así como sobre el uso residencial del barrio pues:

- Promocionaría el aprovechamiento de parcelas actualmente solares sin uso con potencialidad de ser edificios de Garaje-Aparcamiento, mejorando su atractivo económico y las posibilidades de explotación.
- Aumentaría la dotación de plazas disponibles en la zona, compensando las pérdidas que se produzcan por las actuaciones de devolución de parte del espacio público al peatón y a otros tipos de movilidad (peatonalización, ensanches de aceras...)
- Ante la mayor afluencia a la zona que se prevé como consecuencia de la implantación de las actuaciones propuestas en este Plan, esta medida garantizaría que se evitara un posible fenómeno de pérdida de capacidad de atracción por imposibilidad de estacionamiento.
- Ayudaría a solventar el problema del sector residencial, actualmente en una situación de práctica inexistencia de garajes privados en los edificios existentes.

5.4. LÍNEAS DE ACTUACIÓN.

Las actuaciones que se definen como vía de consecución de los Objetivos Generales del Plan quedan agrupadas, por afinidad de tipología, en líneas de actuación.

Estas líneas de actuación pueden tener distintas prioridades en un sector que en otro o, incluso, plantearse para un sector pero no para otro.

De esta forma se han tenido en cuenta actuaciones diferenciales espacialmente en tres áreas:

Actuaciones genéricas en toda la ZCA (Actuaciones A-)

Actuaciones en el Área de Preferente Intervención eje comercial Don Pedro Infinito (Actuaciones B-), la cual, junto con Zaragoza:

- Se distingue como eje comercial.
- Actúa como centro neurálgico de la zona comercial.
- Asume la mayor carga de transeúntes y de vehículos.
- Concentra la mayor densidad de comercios operativos.
- Funcionan como motor para el resto de viales y áreas de la ZCA, irradiando las mejoras que en ella se produzcan a las calles adyacentes.

Actuaciones en el Área de Preferente Intervención eje comercial Zaragoza (Actuaciones C-), la cual, junto con Pedro Infinito:

- Se distingue como eje comercial.
- Actúa como centro neurálgico de la zona comercial.
- Asume la mayor carga de transeúntes y de vehículos.
- Concentra la mayor densidad de comercios operativos.
- Funcionan como motor para el resto de viales y áreas de la ZCA, irradiando las mejoras que en ella se produzcan a las calles adyacentes.

Actuaciones en zonas concretas distintas de las Área de Preferente Intervención dentro y fuera de la ZCA (Actuaciones D-): resto de la Zona Comercial Abierta y zonas anexas a esta de especial interés o relevancia.

Ello relaciona directamente las propuestas contenidas en este capítulo 5 con las conclusiones ofrecidas en el capítulo 4, en el cual se presentan los problemas y necesidades actuales y se relaciona el tejido comercial con el espacio público destacando el papel protagonista de esta área de preferente intervención y el efecto de inercia sobre el resto de áreas.

Estas propuestas, llamadas Actuaciones, se agrupan en las Líneas de Actuación siguientes:

Línea de Actuación I (LA-I). Reestructuración viaria y del espacio público.

Línea de Actuación II (LA-II). Mejoras en la imagen y la definición del ámbito.

Línea de Actuación III (LA-III). Medidas directas sobre el tejido comercial.

Línea de Actuación IV (LA-IV). Acción pública y colectiva de fortalecimiento de la unión empresarial y la promoción de la zona.

Obsérvese la relación directa entre estas cuatro Líneas de Actuación propuestas por el equipo redactor y la teoría bibliográfica presentada en el anterior subapartado 5.1 relativa a las dimensiones clave para revitalizar áreas comerciales urbanas.¹⁷

Es preciso remarcar que lo anterior no se trata de una clasificación piramidal en la cual alguna de las Líneas de Actuación tenga mayor importancia sobre las demás pero sí determina, parcialmente, el cronograma que se observa en el subcapítulo 5.7, debido a que algunas de las actuaciones que componen estas líneas de actuación precisan, necesariamente, de la

¹⁷ Cerdá et al. (2007)

previa ejecución de otras que se encuentran en líneas de actuación diferentes de manera que, por ejemplo, no tendría sentido llevar a cabo actuaciones relacionadas con la imagen y la definición del ámbito antes de realizar la reestructuración viaria y del espacio público.

Este conjunto de líneas de actuación, tal como se comentó en el subcapítulo 1.4, conforma una guía-programación que, si bien es preciso que se ejecute con rigor para su éxito, no ha de ser inmutable habida cuenta de las variaciones que se dan en el medio plazo (más aún en el largo plazo) en términos de oportunidad, fluctuación económica y disponibilidad de inversión o apareamiento de propuestas con una valoración positiva que no hayan sido aquí recogidas.

De la misma manera, algunas actuaciones no son posibles o pierden gran parte de su efectividad si no se realizan otras que, mutuamente, sirven de complemento. Un desarrollo incompleto tendría como consecuencia una afección a la generalidad de la propuesta.

Por no existir, en el momento de redacción de este documento, un programa vigente de subvenciones para la dinamización de ZCA no es posible relacionar las inversiones que se prevén necesarias con dotaciones presupuestarias concretas pero es un avance muy importante (y, normalmente, una variable puntuable para su obtención) el hecho de disponer de un Plan ya redactado en el momento en que esos programas de financiación vuelvan a estar operativos.

En consecuencia, las intervenciones que estas Líneas de Actuación comprenden debieran ser sufragadas, en el marco temporal actual y a expensas de nuevos programas concretos, mediante otro tipo de financiaciones (fondos de la Comunidad Europea, fondos estatales del Gobierno de España, actuaciones municipales...).

Implantación de las líneas de actuación de forma genérica en toda la ZCA.

A nivel general, se proponen una serie de actuaciones para toda la zona comercial que contribuyen a implantar las líneas de actuación y a conseguir los objetivos generales. Esto es:

- ✓ Promoción del estacionamiento regulado (zona azul para rotación de usuarios y zona verde para protección de residentes).
- ✓ Compensación de los estacionamientos que se pierden en otras actuaciones mediante ganancias en zonas externas pero colindantes con la ZCA.
- ✓ Establecer una imagen común, en el espacio público y en el aspecto privado que le afecta, así como delimitar el ámbito de la ZCA.
- ✓ Fortalecer el papel de la asociación de empresarios y las actividades de dinamización en calle y promoción de la zona comercial.

Implantación de las líneas de actuación en el Área de Preferente Intervención.

En los viales Don Pedro Infinito y Zaragoza, las actuaciones de reestructuración viaria y del espacio público y de mejoras en la imagen y la definición del ámbito tienen como objetivos concretos:

- ✓ Ganancia de zonas libres y de continuidad entre ellas.
- ✓ Obtención de un nuevo itinerario peatonal continuo en ambos ejes, que albergue distintos usos y tipos de movilidad mediante la integración de estos, preferiblemente en una plataforma común.
- ✓ Aprovechamiento de las nuevas superficies para instalación de mobiliarios, promoción de otros usos (ocio, esparcimiento, eventos...) nuevas zonas de sombra, de estancia...
- ✓ Mejoras en la movilidad y adecuación del espacio urbano para el desarrollo e integración de ellas.
- ✓ Compensación de estacionamientos perdidos por las actuaciones propuestas mediante ganancias en otras zonas cercanas.
- ✓ Promoción de regulación de estacionamientos: zona azul para protección de clientes y comercios.
- ✓ Aumento del número de estacionamientos de motos.
- ✓ Aumento de metros lineales de carga/descarga y mejora en la ubicación de los mismos.

- ✓ Generación de una imagen común en ambos ejes, mediante el uso coordinado de materiales de pavimentación, mobiliarios, señaléticas, etc.

Para ello, se presenta el vial Don Pedro Infinito como eje estructurante de la ZCA, enlazando la zona baja de Schamann (Plaza Don Benito, paseo de San Antonio...) con la zona alta (zona del enlace con Avda. Escaleritas) sobre el cual se proponen actuaciones de mejora ambiental y recuperación del espacio así como implementación de diversos tipos de movilidad (Guagua, peatones, bicicletas/patinetas...).

Por otra parte, el aprovechamiento de los pocos y discontinuos espacios libres en la zona baja para integrarlos en una zona disponible para el disfrute de todos los usuarios de la zona comercial abierta genera un nuevo nodo de calidad ambiental que funcionará como área singular en el inicio del eje comercial.

Respecto a las medidas directas sobre el tejido comercial y la acción pública y colectiva de fortalecimiento de la unión empresarial y la promoción de la zona, las actuaciones que se proponen aplican a toda la zona comercial, no solo al Área de Preferente Intervención.

Implantación de las líneas de actuación en el Resto de la Zona Comercial Abierta.

En el resto de viales de la ZCA, las actuaciones de reestructuración viaria y del espacio público y de mejoras en la imagen y la definición del ámbito tienen como objetivos concretos:

- ✓ Variaciones en los sentidos de circulación de algunos viales para la correcta gestión del aumento de tráfico que soportarán por las actuaciones en el Área de Preferente Intervención.
- ✓ Ganancia de superficies de aceras, hasta un mínimo que permita la dinamización comercial del vial mediante la ubicación de terrazas y la ubicación de mobiliarios que enriquezcan el lugar y aumenten el tiempo de permanencia.
- ✓ Optimización de estacionamientos libres en superficie existentes.
- ✓ Promoción de regulación de estacionamientos: zona verde para protección de residentes.
- ✓ Promoción de la creación de nuevos edificios de garaje-aparcamiento.
- ✓ Aumento del número de estacionamientos de motos.
- ✓ Aumento de metros lineales de carga/descarga y mejora en la ubicación de los mismos.

Estos objetivos concretos se consiguen mediante la recuperación de ciertos ejes secundarios transversales a los ejes principales para su utilización como conexión de estos a otras zonas del entorno urbano circundante, de manera que sirvan de vía de circulación de transeúntes hacia el Área de Preferente Intervención y que, en sentido contrario, irradian el dinamismo comercial y de ocio de los ejes principales a las zonas aledañas (parque de Las Rehojas, plaza Don Benito, parque de Los Galgos, iglesia de Nuestra Señora de Los Dolores y parque Carmen González Roca).

Respecto a las medidas directas sobre el tejido comercial y la acción pública y colectiva de fortalecimiento de la unión empresarial y la promoción de la zona, las actuaciones que se proponen aplican a toda la zona comercial, no solo al Resto de la Zona Comercial Abierta.

5.5. ACTUACIONES.

A. Actuaciones genéricas en toda la ZCA.

De forma general y en todo el ámbito de la zona comercial abierta, se proponen medidas destinadas a compensar la pérdida de estacionamientos que producen algunas del resto de las propuestas, garantizar una imagen común y delimitar el inicio de la ZCA y reforzar el papel y la capacidad de la asociación de comerciantes, así como dar a conocer la zona comercial Schamann – Pedro Infinito.

En el apartado referente al estacionamiento, si bien tanto en el diagnóstico realizado en base al análisis que se presenta como en las consultas realizadas a fuentes de información municipales se ha concluido que el estacionamiento no es un problema grave en el área (bajo porcentaje de zona azul ocupada, estacionamientos libres en superficie sin ocupar en días laborales en las calles traseras a los ejes comerciales, etc.) no es menos cierto que la implantación de las propuestas que se presentan en el presente PD tienen dos efectos (aumento de la afluencia de usuarios y eliminación de plazas existentes) que generan una variación negativa en la relación oferta/demanda.

Por lo anterior, y de acuerdo a la bibliografía especializada, uno de los elementos a tener en cuenta en la dinamización de zonas comerciales al aire libre es el mantenimiento de una oferta de estacionamientos que no lastre su capacidad de atracción. En este sentido, se propone la promoción del estacionamiento regulado.

Actualmente no existe zona verde en el barrio y la zona azul se limita a los ejes comerciales. De esta manera, la inexistencia de zona verde conlleva una desprotección del residente, que ve cómo el usuario de la zona comercial invade las plazas de estacionamiento a priori destinadas a la población que vive en el barrio y, por otro lado, la insuficiencia de zona azul impide que el usuario de la zona comercial pueda tener una mayor garantía de estacionar su vehículo para realizar sus compras, pues el derecho de abonar una tasa para asegurarse un estacionamiento queda muy limitado, restringido a unos pocos viales, lo que genera una rotación muy baja.

Respecto a la imagen común de la ZCA, esta variable junto con la delimitación de la zona comercial (inexistente) fue presentada en el capítulo de 4. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN PRE-PLAN DE LA ZCA. como una de las principales deficiencias de Schamann-Pedro Infinito.

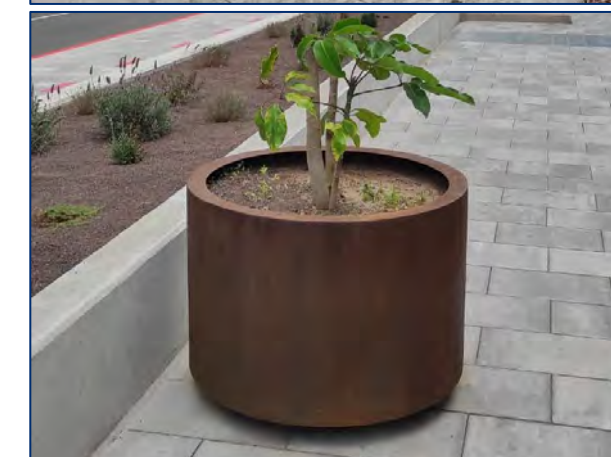
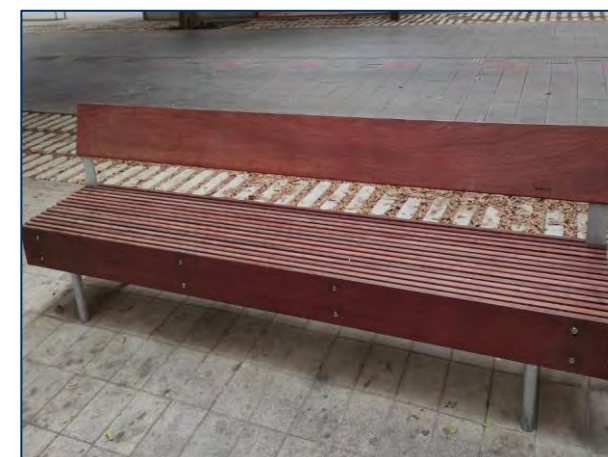
Este hecho tiene efectos de sensación de degradación y pérdida de identidad que afectan muy gravemente a la imagen de un centro comercial, sea este abierto o cerrado.

Por ello, *las propuestas de materiales y homogeneización* van encaminadas hacia el establecimiento de una imagen común en mobiliario público y privado y en materiales urbanos, así como un cambio claro de estos elementos a partir de las líneas que marcan el comienzo de la ZCA. Es deseable que esta imagen común responda a un acuerdo entre asociación de empresarios y ayuntamiento, que deciden de manera consensuada en base a propuestas realizadas por profesionales: de esta manera, se refuerza el papel de la asociación de cara a los empresarios de la zona y se fundamenta la imagen futura de la zona comercial en una propuesta profesional decidida de común acuerdo entre las partes.

Los proyectos de ejecución de obras que se redacten para las actuaciones que comprenden el Plan Director deberán seguir las pautas definidas en el resultado de la actuación A-ii. (Establecimiento de una imagen común y delimitación de la ZCA), en la cual se deben especificar, de manera clara e indubitable, las pautas estéticas que reunirán los elementos que conformen el urbanismo comercial y sus complementos.

El resultado de este estudio de imagen debe plasmarse en un documento que provenga del análisis de varias opciones, con recreaciones en tres dimensiones, en el cual se especifiquen materiales, calidades, colores, texturas, etc., orientando mediante imagen de cada elemento y nombre del fabricante y del modelo (“o similar”).

Dicho resultado debe respetar la línea marcada por las últimas actualizaciones de otras ZCA en la ciudad (Mesa y López, Luis Morote...), la cual se observa en las imágenes siguientes y en las que predominan las combinaciones de tonos grises combinados con aportaciones en madera y acero (inoxidable y corten) y consiguiendo el toque de color mediante la vegetación y elementos puntuales que se hacen preciso destacar:



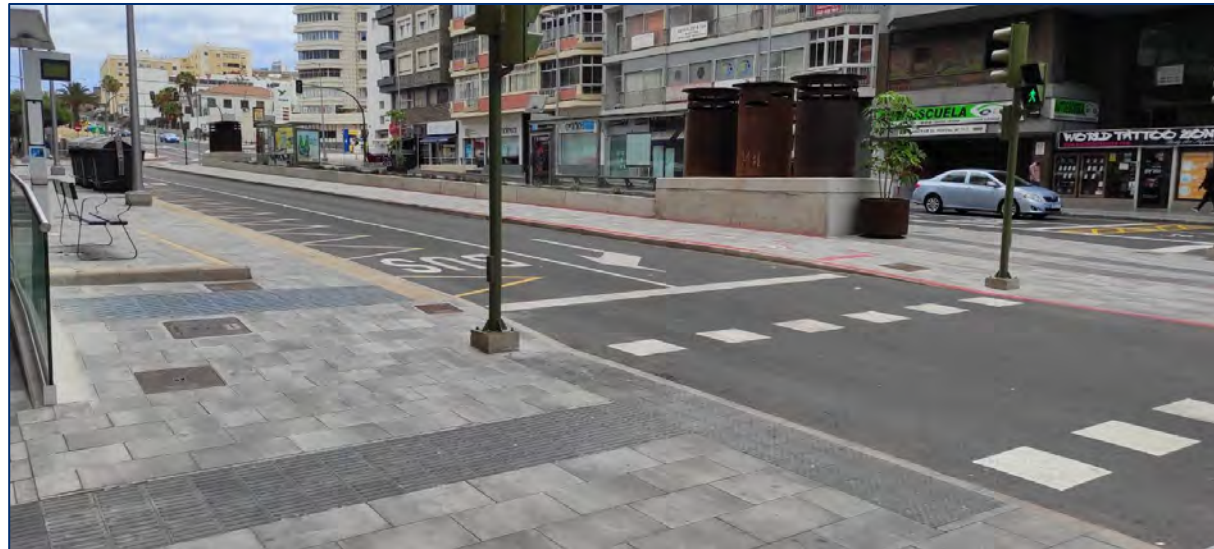


Ilustración 50. Propuesta de materiales y homogeneización.

Por tanto,

- los elementos de mobiliario (bancos, papeleras, marquesinas, maceteros, etc.),
- así como los que compongan las instalaciones de servicios urbanos (báculos de alumbrado y luminarias, tapas de arqueta, hidrantes...),
- los que conformen y delimiten las superficies (pavimentos, adoquinados, bordillos, carriles bici y su señalización, pavimentos podotáctiles...)
- y los que sirvan de complemento al resto de elementos (señaléticas, mapas informativos, carteles/mupis de bienvenida, letreros comerciales...)

deberán conformar un grupo coherente y relacionado en cuanto a materiales, texturas y colores, con un nivel de calidad similar (alto), de manera que se consiga una imagen íntegra y relacionable.

Todo ello sin perjuicio de plantear matices o propuestas que distingan la zona del resto de ZCA, siempre en el hilo argumental de las especificidades de Schamann-Pedro Infinito y los valores mencionados en capítulos previos que la diferencian de otras zonas comerciales.


Estas medidas, junto con las de actuación sobre la configuración urbana que orientan a la misma hacia un urbanismo comercial, buscan intensificar los niveles de confort de la ZCA mediante la reducción de la incidencia del tráfico, la potenciación y tratamiento paisajístico de zonas libre y singulares y la búsqueda mediante ambas actividades de nuevas zonas que generen enriquecimiento en estos sentidos.

Estas medidas deben, por tanto, entenderse como complementarias entre sí (las actuaciones que modifican el urbanismo y las que aumentan los niveles de confort y calidad paisajística), recogiendo elementos clave como el acompañamiento de estas actuaciones con unidades de vegetación, de mobiliario de descanso, de mobiliario asociado al servicio de guaguas, de puntos de estacionamiento de bicicletas y VMP, de señalética o de conjuntos de iluminación (báculo, luminaria, lámpara) compatibles estética y funcionalmente entre sí.

Por último, otro factor clave estudiado y del cual se concluyó una situación actual mejorable es el nivel de asociacionismo y fortaleza de la unión de empresarios, directamente relacionada con la capacidad de promoción de la zona así como las actuaciones sobre el tejido comercial, siendo estas el mantenimiento y/o potenciación de la posibilidad de terrazas para el sector hostelero o el especial cuidado en la subsanación de la actual deficiencia y actual mala ubicación de los puntos de carga/descarga o el establecimiento de un acuerdo de obligado cumplimiento respecto a la estética de fachadas y escaparates.

A continuación se detalla todo lo anterior actuación por actuación:

Actuación A-i.	<i>Estacionamiento. Promoción del estacionamiento regulado.</i>
Relación con líneas de actuación	· LA-I
Referencia en plano nº	-
Detalles	· Se propone que el organismo competente estudie la ampliación de la zona azul y la implantación de zona verde. · Es una medida que ha de tomarse con estudios que la avalen y compensando los efectos de la zona azul (más zona azul = mayor rotación, mayores posibilidades de estacionar, más tráfico, menor protección del residente) con zona verde (protección al residente).
Programación	En Fases 1, 2 y 3
Coste estimado	Pendiente de estudio de la entidad competente

Actuación A-ii.	Establecimiento de una imagen común y delimitación de la ZCA.
Relación con líneas de actuación	· LA-II
Referencia en plano nº	P.4. a P.8.
Detalles	<ul style="list-style-type: none"> · En los proyectos técnicos que definan las diferentes actuaciones que se proponen y que aplican las líneas de actuación LA-I y LA-II debe tenerse en cuenta la necesidad de concordancia entre los elementos que para ello se utilicen: mobiliario de todo tipo, señalética, pavimentos, elementos de información y regulación de la movilidad, vegetación y cualquier otro elemento que contribuya a definir una imagen de la zona comercial y a fortalecer el urbanismo comercial de la zona debe seguir un aspecto común, definido y diferenciable. · Lo anterior también aplica a las actuaciones sobre los corredores de conexión entre piezas atractoras y zona comercial. · La señalética debe diferenciar distintos tipos (de enclave singular, de directorio de empresas, de orientación hacia los servicios públicos de movilidad, letreros de negocios...) pero siempre bajo un patrón estético común. · Para la delimitación de la ZCA es igualmente fundamental que los proyectos técnicos que definan las obras necesarias estipulen tareas que consigan que se diferencie claramente el inicio del área comercial. Para ello, los proyectistas deben tener en cuenta los límites de la ZCA marcados en este PD y tenerlo en cuenta en los viales con los que esta delimitación se cruce, mediante una combinación de elementos (señalética, pavimentos, elementos de bienvenida...) que reciba al visitante y le aporte una sensación de centro comercial. · Todo lo comentado debe plasmarse en un estudio de diseño que marque las pautas estéticas y de materiales a utilizar en las distintas actuaciones de la ZCA. Sería deseable que dicho estudio realizara varias propuestas y que, de común acuerdo entre representantes empresariales y municipales se tomara la decisión sobre la estética que tendrá la zona comercial en los próximos años, reforzando el papel de la asociación empresarial y la colaboración entre esta y ayuntamiento.
Propuesta orientativa	
Programación	Estudio de diseño en Fase 1 (aplicar en todas las fases)
Coste estimado	9 000 € (para el estudio de diseño)

Actuación A-iii.	Acuerdo de un código de buenas prácticas de obligado cumplimiento para todos los empresarios de la ZCA respecto a fachadas y escaparates.
Relación con líneas de actuación	· LA-III · LA-IV
Referencia en plano nº	-
Detalles	<p>Encargar, por parte de la asociación de empresarios y del Ayuntamiento, un trabajo de diseño que sirva de marco para la redacción de un acuerdo de obligado cumplimiento para todos los negocios de la ZCA que defina los criterios estéticos y de ubicación de elementos en fachada a seguir por los locales, así como la periodicidad de tareas de mantenimiento de las mismas.</p> <p>De esta manera, deben quedar claros asuntos como la estética a seguir por la cartelería; forma y lugar de ubicación y cubrición de elementos en fachada como enfriadoras de aire acondicionado, banderolas o similares; períodos máximos entre repintado o similares... etc.</p> <p>El cumplimiento de este código debe ser obligatorio para aquellos empresarios que deseen pertenecer a la asociación de empresarios de la ZCA.</p>
Programación	Lo antes posible y con carácter indefinido
Coste estimado	5 000 € (para el estudio de diseño)

Actuación A-iv.	Fortalecimiento de la asociación empresarial y promoción de la ZCA.
Relación con líneas de actuación	· LA-IV
Referencia en plano nº	-
Detalles	<p>El fortalecimiento del papel de la asociación de empresarios de la zona comercial debe realizarse desde dos frentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> · El de la propia asociación; mediante la mejora en su funcionamiento, la creación de una web de la ZCA y el aumento de presencia en redes sociales y otros canales telemáticos así como la reorganización, asesorados por profesionales especialistas, que haga que a los empresarios les resulte atractiva su integración en la misma incluso a través el pago de una cuota, formación de gerentes y dinamizadores y; · El del impulso municipal, insular y autonómico; mediante la promoción de campañas de subvención para este tipo de sociedades, impartición de cursos de formación de gerentes y dinamizadores y publicación de manuales de apoyo así como organización de actividades de promoción en la zona, tales como: eventos tipo feria de productos locales, eventos tipo rastro solidario, eventos tipo ruta gastronómica, eventos tipo intercambio cultural u otros.
Programación	En Fase 1 por parte de la asociación y en fases 1, 2, 3, 4 y luego, con carácter indefinido por parte de las administraciones
Coste estimado	Fase 1: 67 600 € Fases 2, 3 y 4: 60 600 €

B. Actuaciones en el Área de Preferente Intervención eje comercial Don Pedro Infinito.

La propuesta para este ámbito de la ZCA se fundamenta en su función capital para toda la zona comercial, basada esta en el carácter estructurador de esta vía, la muy alta carga de negocios de todo tipo, la capacidad de su sección tipo y el bagaje histórico que supone el nombre “Pedro Infinito” en la zona y en la ciudad.

Los factores clave en los que se enmarca la propuesta para este eje comercial son:

- La necesidad imperiosa de ganancia de zonas libres y de esparcimiento en la ZCA tiene como únicos lugares de resolución los dos viales de sección amplia (Don Pedro Infinito y Zaragoza). Además, solamente Don Pedro Infinito dispone actualmente de un área abierta con potencialidad para este fin (zona baja del vial, en la cual preexisten algunas zonas libres actualmente fragmentadas y los viales Don Pedro Infinito y Alceste están sobredimensionados en calzada).
- La persecución del objetivo de aumentar los tiempos de permanencia de los usuarios de la ZCA pasa por ofrecer otras posibilidades más allá de la de acudir a un fin concreto y limitado. Para ello, se propone la consecución de un corredor continuo para el peatón que posibilite paseos por toda la longitud del eje comercial sin interrupciones o con las mínimas posibles, en una sección amplia, amable y que sea capaz de promover esta actividad.
- Lo anterior también ha de verse potenciado por la dinamización de los espacios libres existentes y la ganancia de nuevos del mismo tipo, que sean capaces de albergar otras actividades (ferias, mercadillos o similares) que aumenten el mencionado tiempo de permanencia a la vez que también impulsan el atractivo de la zona cara a captación de nuevos usuarios.
- El mantenimiento del carácter estructurador del eje comercial y la adecuación a tiempos actuales de este tipo de vías precisa la aportación de otros atributos que favorezcan dicho carácter, basados principalmente en actuaciones en la sección tipo del vial. Para ello, la inclusión en la sección tipo de espacios definidos y exclusivos a otros tipos de movilidad son fundamentales, por lo que se reestructura esta incluyendo el carril bici que se presenta en el Plan Director de la Bicicleta, fase II, la ganancia de áreas de circulación peatonal y la prioridad de ubicación de las paradas de guaguas, con carriles exclusivos.
- De manera similar, la necesidad de identificar un centro neurálgico centrado en el comercio y el disfrute del entorno urbano, unido al análisis de la situación y las potencialidades y posibilidades, llevan a promover la peatonalización (salvo accesos a garajes, vehículos municipales y guaguas) de un tramo de este eje.

El cambio que se propicia, especialmente en el tramo que se peatonaliza, desde una movilidad actual centrada en el transporte privado mecanizado de vehículo tipo turismo (con las ya mencionadas afecciones a la funcionalidad y estructura de la calle) hacia un área peatonal con restricción de circulación se considera de una relevancia alta, por lo que precisa de un proceso adaptativo que en este planteamiento se posibilita mediante la actuación por fases, de manera que se suavicen los posibles impactos en el dinamismo y movilidad de la zona y se dé oportunidad de asumirlos de manera paulatina.

Por otro lado, la eliminación de estacionamientos que suponen alguna de las actuaciones siguientes debe ir aparejada de las actuaciones que también se proponen en el apartado “A. Actuaciones genéricas en toda la ZCA.” para compensación de esas pérdidas, consiguiendo que en lugar de pérdidas sean traslados de ubicación, máxime cuando la ejecución de estas actuaciones lleva aparejado un aumento del flujo de usuarios por lo que es contraproducente reducir la capacidad de estacionamiento actual.

Para ello, los proyectos técnicos que desarrollen estas actuaciones deben contemplar aspectos tales como:

- La eliminación de barreras arquitectónicas.
- El desplazamiento, a los viales perpendiculares, de los contenedores de residuos (o el estudio de implantación de sistemas de soterramiento).
- El adecuado uso de pavimentos y señalética de sugestión para la percepción de las franjas destinadas a terrazas, circulación peatonal, estancia/permanencia, bicicleta o circulación rodada.

Las actuaciones propuestas en esta área son:

Actuación B-i.a.	Nuevo corredor en Don Pedro Infinito mediante conexión y ampliación de espacios libres existentes entre los cruces con calles Núñez de Balboa / Doctor Centeno y Alceste.
Relación con líneas de actuación	<ul style="list-style-type: none"> · LA-I · LA-II
Referencia en plano nº	P.5.
Detalles	<ul style="list-style-type: none"> · Incluye optimización del ancho de la calzada en la zona baja (actualmente un carril de 4,5 m) y desvío del tráfico hacia parque Don Benito por calles Fortunata, Gerona y Doctor Centeno. · Incluye implementación de carril bici en acera en concordancia con el PD de la Bicicleta, Fase II. · Incluye eliminación del actual "ceda el paso" desde Alceste hacia Don Pedro Infinito, con propuesta de continuidad de la circulación sin interrupción.
Sección tipo actual	<p>Diagrama de la sección tipo actual. El carril de circulación mide 4,50 m. El estacionamiento mide 1,90 m. La acera mide 1,85 m. La zona verde/libre mide 1,20 m. El ancho total es de 15,15 m.</p>
Sección tipo propuesta	<p>Diagrama de la sección tipo propuesta. El carril bici mide 2,20 m. El carril de circulación mide 3,00 m. El estacionamiento mide 2,00 m. La acera mide 3,85 m. La zona verde/libre mide variable. El ancho total es de 15,15 m.</p>
Programación	En Fase 1
Coste estimado	966 204 €

Actuación B-i.b.	Continuidad al nuevo corredor de la actuación B-i.a. en Don Pedro Infinito mediante ampliación de aceras entre los cruces con calles Alceste y Zaragoza.
Relación con líneas de actuación	<ul style="list-style-type: none"> · LA-I · LA-II
Referencia en plano nº	P.5.
Detalles	<ul style="list-style-type: none"> · Ganancia de superficie para el transeúnte y otros usos (terrazas, etc.) · Incluye implementación de carril bici en calzada en concordancia con el PD de la Bicicleta, Fase II. · Compensación en el balance de estacionamientos y aumento de dotación de carga/descarga.
Sección tipo actual	<p>Diagrama de la sección tipo actual. Tres carriles de circulación de 2,70 m cada uno. Una acera de 3,00 m y otra de 2,75 m. El ancho total es de 14,15 m.</p>
Sección tipo propuesta	<p>Diagrama de la sección tipo propuesta. Un carril bici de 2,60 m. Dos carriles de circulación de 2,90 m cada uno. Una acera de 3,00 m y otra de 2,55 m. El ancho total es de 14,15 m.</p>
Programación	En Fase 1
Coste estimado	78 230 €

Actuación B-ii.	Continuidad al nuevo corredor en Don Pedro Infinito de las actuaciones B-i.a. y B-i.b. mediante nueva plataforma única en las tres manzanas entre calles Zaragoza y Tormento.
Relación con líneas de actuación	<ul style="list-style-type: none"> · LA-I · LA-II
Referencia en plano nº	P.7.
Detalles	<ul style="list-style-type: none"> · Incluye implementación de carril bici en acera en concordancia con el PD de la Bicicleta, Fase II. · Implica desvío parcial de tráfico a las calles Don Pío Coronado y Agustina de Aragón, mediante cambio de sentido de esta última entre Zaragoza y Tormento. · Se posibilita y recomienda realizar pruebas (por ejemplo, en fin de semana) de exclusión de tráfico (salvo Guaguas, garajes y servicios municipales) en estas tres manzanas de C\ Don Pedro Infinito como anticipo de la fase 4 de la estrategia. · Reordenación del tráfico en el cruce Tormento - Don Pedro Infinito, con necesidad de semaforización. · Desplazamiento de los carga/descarga de Don Pedro Infinito a las perpendiculares Voluntad y Tristana, y ganancia neta de espacios para este fin. · Inclusión y modernización para homogeneización de la plaza Vicente Halconero en la plataforma única.
Sección tipo actual	

Actuación B-ii.	Continuidad al nuevo corredor en Don Pedro Infinito de las actuaciones B-i.a. y B-i.b. mediante nueva plataforma única en las tres manzanas entre calles Zaragoza y Tormento.
Sección tipo general propuesta	
Sección tipo propuesta con parada de guaguas	
Planta de distribución de usos propuesta	
Programación	En Fase 3
Coste estimado	796 480 €

Actuación B-iii.	Continuidad y finalización del nuevo corredor en Don Pedro Infinito de las actuaciones B-i.a., B-i.b. y B-ii. mediante conexión y ampliación de aceras existentes en el margen sur-sureste entre calles Tormento y Misericordia.
Relación con líneas de actuación	<ul style="list-style-type: none"> · LA-I · LA-II
Referencia en plano nº	P.8.
Detalles	<ul style="list-style-type: none"> · Incluye implementación de carril bici en calzada en concordancia con el PD de la Bicicleta, F II. · Posibilita el desplazamiento sin interrupción por todo el eje comercial Don Pedro Infinito, ganando superficie para el transeúnte y para otros usos (zonas infantiles, zonas de sombra, terrazas, etc.)
Sección tipo actual	
Sección tipo general propuesta	

Actuación B-iii.	Continuidad y finalización del nuevo corredor en Don Pedro Infinito de las actuaciones B-i.a., B-i.b. y B-ii. mediante conexión y ampliación de aceras existentes en el margen sur-sureste entre calles Tormento y Misericordia.
Sección tipo propuesta con parada de guaguas	
Planta de distribución de usos propuesta	
Programación	En Fase 4
Coste estimado	347 762 €

C. Actuaciones en el Área de Preferente Intervención eje comercial Zaragoza.

El caso del vial Zaragoza es similar en relevancia para la ZCA: este vial, como eje comercial preponderante junto con Don Pedro Infinito, caracteriza y estructura el resto de la zona comercial, manteniendo una alta carga de negocios, una sección tipo amplia y un reconocimiento local como calle comercial.

Los factores clave en los que se enmarca la propuesta para este eje comercial son:

- Tal como se comentó en las actuaciones propuestas en Don Pedro Infinito, Zaragoza es el otro vial de sección amplia que permite paliar la grave carencia de zonas libres y de esparcimiento en la ZCA.
- De la misma manera, con la intención de aumentar los tiempos de permanencia de los usuarios de la ZCA que ofrezcan otras posibles actividades, se propone la consecución de un segundo corredor continuo para el peatón que posibilite paseos por toda la longitud del vial Zaragoza sin interrupciones o con las mínimas posibles, en una sección amplia, confortable y que sea capaz de promover esta actividad.
- La falta de espacios libres que sean capaces de albergar otras actividades (ferias, mercadillos o similares) que aumenten el mencionado tiempo de permanencia a la vez que también impulsan el atractivo de la zona cara a captación de nuevos usuarios obliga a maximizar la conexión de este eje comercial con las zonas libres existentes (y, sobre todo, con las nuevas que se generan) a tal fin (actuación B-i.a., actuación D-i.)
- Con el mismo objetivo de mantener y potenciar el carácter estructurador del eje comercial y la adecuación del mismo a tiempos actuales se precisa también de la aportación de otros atributos que favorezcan dicho carácter, que se proponen mediante actuaciones en la sección tipo del vial. Para ello, se modifica la sección tipo actual incluyendo espacios definidos y exclusivos a otros tipos de movilidad fundamentales (a pie, en bicicleta o VMP y en transporte colectivo), por lo que se reestructura la sección y se propone la ganancia de área de circulación peatonal y la prioridad de ubicación de las paradas de guaguas, con carriles exclusivos. Todo ello es posible gracias a la sobredimensionada calzada actual, con un carril central hoy día inutilizado, y al desplazamiento de la línea de estacionamientos existentes a otros puntos de la ZCA y anexas.

De igual modo, la eliminación de estacionamientos que suponen alguna de las actuaciones siguientes debe ir aparejada de las actuaciones que también se proponen en “A. Actuaciones genéricas en toda la ZCA.” para compensación de esas pérdidas, consiguiendo que en lugar de pérdidas sean traslados de ubicación, máxime cuando la ejecución de estas actuaciones lleva aparejado un aumento del flujo de usuarios por lo que es contraproducente reducir la capacidad de estacionamiento actual.

Para ello, los proyectos técnicos que desarrollen estas actuaciones deben contemplar aspectos tales como:

- La eliminación de barreras arquitectónicas.
- El desplazamiento, a los viales perpendiculares, de los contenedores de residuos (o el estudio de implantación de sistemas de soterramiento).
- El adecuado uso de pavimentos y señalética de sugestión para la percepción de las franjas destinadas a terrazas, circulación peatonal, estancia/permanencia, bicicleta o circulación rodada.

Las actuaciones propuestas en esta área son:

Actuación C-i.	Nuevo corredor en Zaragoza mediante conexión y ampliación de aceras existentes en el margen suroeste y reordenación de la calzada.
Relación con líneas de actuación	<ul style="list-style-type: none"> · LA-I · LA-II
Referencia en plano nº	P.6.
Detalles	<ul style="list-style-type: none"> · Incluye optimización del ancho de la calzada y promueve desvío parcial del tráfico que utiliza Don Pedro Infinito a la calle Don Pío Coronado, generando carriles de desvío directo. · Incluye implementación de carril bici en calzada en concordancia con el PD de la Bicicleta, Fase II. · Incluye conexión del eje comercial con la zona libre Parque Carmen González Roca. · Apartadero exclusivo para la parada nº 304 de Guaguas Municipales, garantizando la no interrupción del flujo de tráfico en sentido Don Pedro Infinito – Don Pío Coronado. · Posibilita el desplazamiento casi sin interrupción (excepción en cruce con Don Pío Coronado) por todo el eje comercial Zaragoza, ganando superficie para el transeúnte y para otros usos (zonas infantiles, zonas de sombra, terrazas, etc.) · Se propone la ubicación de nueva Sombra Digital (ver detalle en ficha de actuación D-i.) · Desplazamiento, 145 metros, de la parada nº293 de Guaguas Municipales (nuevo emplazamiento en el nº2 de Obispo Romo, frente a oficinas del Distrito). · Adecantamiento de jardín entre calles Mariucha y sor Simona.
Sección tipo actual	
Sección tipo propuesta	
Programación	En Fase 2
Coste estimado	483 454 €

D. Actuaciones en zonas concretas distintas de las Área de Preferente Intervención dentro y fuera de la ZCA.

En otros puntos de la ZCA distintos de los dos ejes comerciales ya comentados se hacen necesarias ciertas actuaciones que complementan el desarrollo de dichos ejes, dando el carácter integrador que debe conllevar el Plan Director mediante la planificación del desarrollo de la zona comercial como un todo en el que las zonas menos preponderantes tienen también una influencia importante en la dinámica del urbanismo comercial de la zona.

Estas actuaciones están encaminadas a la mejora y/o corrección de problemáticas puntuales muy localizadas espacialmente y a la conexión entre puntos de atracción cercanos y los ejes comerciales, de manera que se consiga canalizar el flujo de transeúntes desde los lugares de atracción que circundan la ZCA hacia la propia zona comercial, haciéndole sentir ya en ese vial, mediante la concordancia estética del mismo y la señalética de sugestión, en un acceso cómodo, directo y confortable a la zona comercial.

Para ello, los proyectos técnicos que desarrollen estas actuaciones deben contemplar aspectos tales como:


- La eliminación de barreras arquitectónicas.
- El adecuado uso de pavimentos y señalética de sugestión para la percepción la conexión entre estos lugares y los ejes comerciales de la zona comercial abierta.


En el apartado referente al estacionamiento, si bien tanto en el diagnóstico realizado en base al análisis que se presenta como en las consultas realizadas a fuentes de información municipales se ha concluido que el estacionamiento no es un problema grave en el área (bajo porcentaje de zona azul ocupada, estacionamientos libres en superficie sin ocupar en días laborales en las calles traseras a los ejes comerciales, etc.) no es menos cierto que la implantación de las propuestas que se presentan en el presente PD tienen dos efectos (aumento de la afluencia de usuarios y eliminación de plazas existentes) que generan una variación negativa en la relación oferta/demanda.



Por lo anterior, y de acuerdo a la bibliografía especialista, uno de los elementos a tener en cuenta en la dinamización de zonas comerciales al aire libre es el mantenimiento de una oferta de estacionamientos que no lastre su capacidad de atracción. En este sentido, se proponen las actuaciones siguientes:

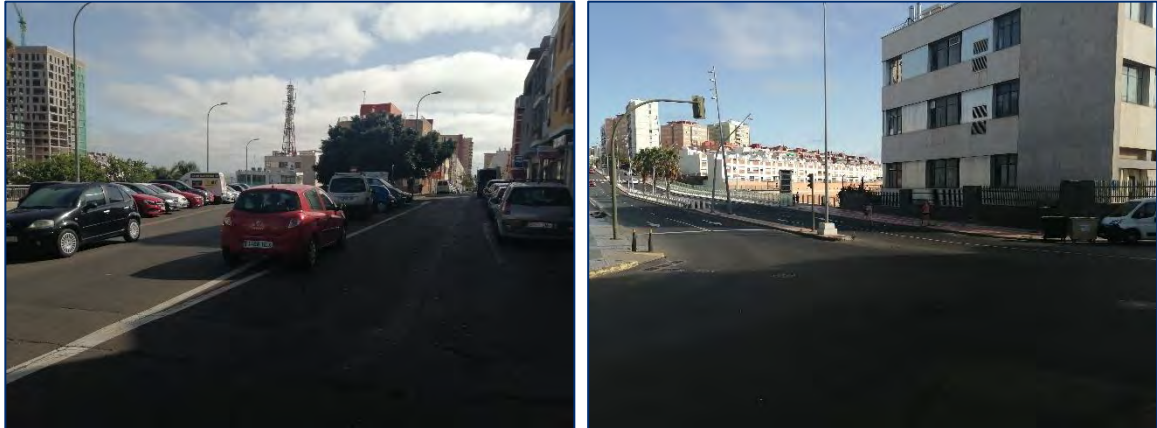
- Reordenación de estacionamientos actualmente existentes en la zona, mediante la delimitación y optimización de sus plazas, con la consiguiente ganancia en capacidad de estacionamiento.
- Excepción en el PGO a las condiciones para uso autorizable Garaje/Aparcamiento en la norma zonal Bt en el caso de Schamann. Los condicionantes que se recogen en la ficha Bt, que rige la zona de Schamann, para el establecimiento de nuevos edificios de aparcamientos impiden el establecimiento de nuevas edificaciones de este tipo. Actualmente, existen parcelas solares que, si fueran posible destinar a ese uso, quizá tuvieran un atractivo comercial y servirían de solución a este problema. Este hecho es un factor diferencial de la ZCA Schamann-Pedro Infinito como detrimento de su potencialidad y discriminatorio para ella respecto a otras ZCA de la ciudad que no conviven con la norma zonal Bt en sus inmediaciones y, por tanto, no tienen tan restringido el establecimiento de edificios de garaje/aparcamiento.
- Promoción, en base a las condiciones establecidas en el PGOU, para las dos parcelas cercanas que figuran como "EL" (Espacio Libre) de categoría II, que contempla como uso complementario el garaje-aparcamiento bajo rasante, de la construcción de aparcamientos subterráneos.


Las actuaciones propuestas en esta área son:


Actuación D-i.	Ordenación de usos en el Parque Carmen González Roca.
Relación con líneas de actuación	<ul style="list-style-type: none"> · LA-I · LA-II · LA-IV
Referencia en plano nº	P.5.
Detalles	<p>La zona es, actualmente, un área diáfana sin definición ni uso, pero con potencial: 1 965 m² con vista panorámica de parte de la ciudad y, hacia el centro de la isla, de la cumbre. Se valora la dinamización e incremento del atractivo de la misma mediante la ordenación de su superficie para usos varios:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Concesión de una parte del suelo (100 m²) para kiosco/terrace/cafetería. · Nueva zona de sombra bajo pérgola orientada hacia las vistas panorámicas disponibles (60 m²). · Nueva zona de Sombra Digital, entendida como tal aquel espacio en el cual los usuarios pueden disfrutar de internet inalámbrico, se les proporciona información de la ZCA mediante un Mupi digital y todo ello utilizando mobiliario urbano de asientos con iluminación propia, así como una iluminación del área con tiras LED empotradas en el suelo dibujando hexágonos (forma geométrica asociada a la interconexión) con césped artificial sobre el pavimento preexistente y reforzando la imagen de la ciudad como Ciudad Digital o Smart City (60 m²). · Incluir zona de juegos infantiles (130 m²). · Reservar un área amplia para celebración de eventos al aire libre (ferias, stands y similares). <p>Lo anterior se potencia con la conexión de esta zona con el eje comercial Zaragoza presentado en la Actuación C-i.</p>
Estado actual	
Programación	En Fase 1
Coste estimado	166 175 €


Actuación D-ii.	Reconversión del vial Jacinta (entre las calles Don Pío Coronado y Don Pedro Infinito) a calle 30 con acera que albergue terrazas.
Relación con líneas de actuación	<ul style="list-style-type: none"> · LA-I · LA-II · LA-III
Referencia en plano nº	P.5.
Detalles	<p>Recientemente, en este tramo de la calle Jacinta se ha llevado a cabo un proyecto piloto de peatonalización mediante intervención suave (coloreado del pavimento e impedimento de circulación de vehículos mediante maceteros y bolardos).</p> <p>Sin embargo, el hecho de que no ha tenido unos efectos notables en la zona y que los comerciantes no valoran su implantación, unido a la afición a la movilidad que producen otras actuaciones propuestas en este PD, hacen concluir como necesaria su reconversión a vial de circulación rodada con acceso directo a Don Pedro Infinito en carril exclusivo, permitiendo el giro de vehículos en esta manzana y descargando el tramo de Don Pedro Infinito que ahora mismo asume esta función y al cual se le varía la sección tipo en este PD (tramo entre los números 12 y 18).</p> <p>A pesar de lo mencionado, la peatonalización realizada y, en mayor medida, las condiciones a la hostelería durante la pandemia de coronavirus COVID-19 han hecho proliferar las terrazas asociadas a los negocios de hostelería que se ubican en este tramo de la calle Jacinta, lo que requiere que el rediseño de la sección tipo sea capaz de albergar este uso.</p> <p>Por ello, se propone una nueva sección tipo con un carril de circulación de 3,0 m y dos aceras de 1,5 y 3,5 metros respectivamente.</p>
Estado actual	
Programación	En Fase 1
Coste estimado	37 451 €


Actuación D-iii.	Generación y rehabilitación de corredores de conexión entre piezas atractoras y ejes comerciales. Etapa 1.
Relación con líneas de actuación	<ul style="list-style-type: none"> · LA-II
Referencia en plano nº	P.5.
Detalles	<p>Conversión de viales clave en corredores de conexión mediante utilización de mismo pavimento que la ZCA, señalética sugerente e información de tiempos de desplazamiento, locales, lugares de interés y servicios de movilidad.</p> <p>Aplica a las vías siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Calle Agustina de Aragón desde el cruce con calle Zaragoza hasta el acceso al Parque de Las Rehoyas. · Calle Halma.
Estado actual	 
Programación	En Fase 1
Coste estimado	87 474 €

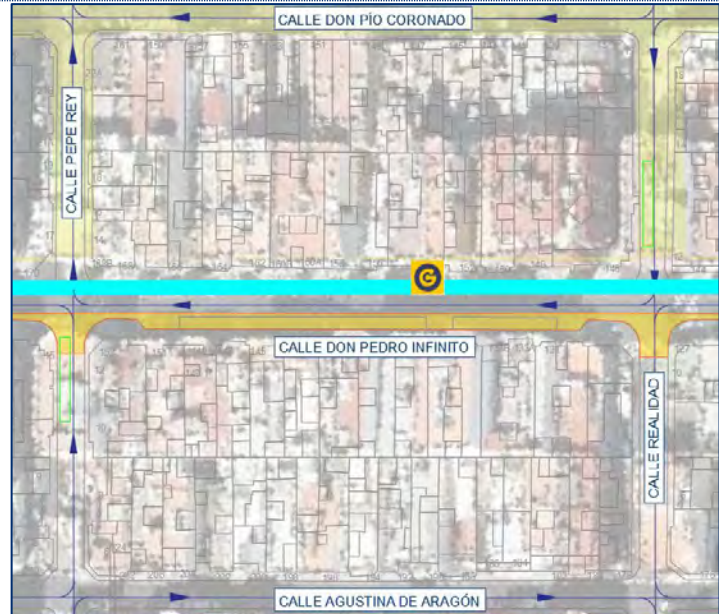
Actuación D-iv.	Generación y rehabilitación de corredores de conexión entre piezas atractoras y ejes comerciales. Etapa 2.
Relación con líneas de actuación	· LA-II
Referencia en plano nº	P.6.
Detalles	<p>Conversión de viales clave en corredores de conexión mediante utilización de mismo pavimento que la ZCA, señalética sugerente e información de tiempos de desplazamiento, locales, lugares de interés y servicios de movilidad.</p> <p>Aplica a las vías siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Calle Mariucha, entre calle Zaragoza y cruce con calle Tormento. · Calle Obispo Romo, desde calle Zaragoza hasta mercado de Altavista.
Estado actual	
Programación	En Fase 2
Coste estimado	228 377 €

Actuación D-v.	Generación y rehabilitación de corredores de conexión entre piezas atractoras y ejes comerciales. Etapa 3.
Relación con líneas de actuación	· LA-II
Referencia en plano nº	P.7.
Detalles	<p>Conversión de viales clave en corredores de conexión mediante utilización de mismo pavimento que la ZCA, señalética sugerente e información de tiempos de desplazamiento, locales, lugares de interés y servicios de movilidad.</p> <p>Aplica a las vías siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Calle Tormento, entre calle Mariucha y calle Don Pedro Infinito.
Estado actual	
Programación	En Fase 3
Coste estimado	54 716 €

Actuación D-vi.	Generación y rehabilitación de corredores de conexión entre piezas atractoras y ejes comerciales. Etapa 4.	
Relación con líneas de actuación	· LA-II	
Referencia en plano nº	P.8.	
Detalles	<p>Conversión de viales clave en corredores de conexión mediante utilización de mismo pavimento que la ZCA, señalética sugerente e información de tiempos de desplazamiento, locales, lugares de interés y servicios de movilidad.</p> <p>Aplica a las vías siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Calle Don Pedro Infinito, entre calle Misericordia y parque/estacionamiento José Saramago. 	
Estado actual		
Programación	En Fase 4	
Coste estimado	31 971 €	

Actuación D-vii.	Ensanche de aceras en calle Tormento, entre calles Agustina de Aragón y Don Pedro Infinito.	
Relación con líneas de actuación	<ul style="list-style-type: none"> · LA-I · LA-II 	
Referencia en plano nº	P.7.	
Detalles	<ul style="list-style-type: none"> · Optimización de la sección tipo de la vía, obteniendo anchos de acera bajo normativa. 	
Sección tipo actual		
Programación	En Fase 3	
Coste estimado	38 283 €	

Actuación D-viii.	Traslado y ganancia neta de espacios de carga/descarga desde calle Don Pedro Infinito –tramo central- a sus perpendiculares.
Relación con líneas de actuación	<ul style="list-style-type: none"> · LA-I · LA-III
Referencia en plano nº	P.7.
Detalles	<p>El nuevo diseño de la sección tipo propuesta para el vial Don Pedro Infinito en las actuaciones B-ii. y B-iii. no deja hueco para los carga/descarga.</p> <p>La importante función de este instrumento para la actividad de la zona comercial convierte en fundamental su reubicación de la manera más idónea así como la manifiesta insuficiencia de la dotación actual requiere de un aumento de estos espacios.</p> <p>La opción más plausible es la de reubicarlos en las calles perpendiculares, inmediatamente junto al eje comercial, esto es en las calles Voluntad y Tristana. De esta manera se consigue:</p> <ul style="list-style-type: none"> · No sólo mantener sino aumentar (pasando de 47 a 68 metros lineales) la capacidad de carga/descarga regulados en el eje comercial. · Desplazar la parada de vehículos de transporte fuera del vial, suprimiendo la disfuncionalidad que genera que esa actividad se desarrolle en área peatonal y reservando ese suelo para otras funciones. · Que el desplazamiento de estos puntos no suponga lejanía ni aumento de la distancia a recorrer desde el vehículo de transporte hasta el comercio objetivo, pues la redistribución que se propone menores distancias que las actuales. · Que la operativa de los vehículos de transporte no se realice en las calles Don Pío Coronado ni Agustina de Aragón, las cuales verán aumentada su intensidad de circulación por asumir el actual flujo de Don Pedro Infinito, evitando retenciones por este motivo en esas vías.
Ubicación en planta de los nuevos puntos de carga/descarga (rectángulos en verde)	
Programación	En Fase 3
Coste estimado	468 €

Actuación D-ix.	Generación de nuevos espacios de carga/descarga en las perpendiculares a calle Don Pedro Infinito –tramo superior-.
Relación con líneas de actuación	<ul style="list-style-type: none"> · LA-I · LA-III
Referencia en plano nº	P.8.
Detalles	<p>El nuevo diseño de la sección tipo propuesta para el vial Don Pedro Infinito en las actuaciones B-ii. y B-iii. no deja hueco para los carga/descarga.</p> <p>La importante función de este instrumento para la actividad de la zona comercial así como la manifiesta insuficiencia de la dotación actual en este tramo de vía requiere de un aumento de estos espacios.</p> <p>La opción más plausible es la de reubicarlos en las calles perpendiculares, inmediatamente junto al eje comercial, esto es en las calles Realidad y Pepe Rey. De esta manera se consigue:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Generar espacios inexistentes (pasando de 0 a 30 metros lineales) de carga/descarga regulados en el eje comercial. · Ubicar la parada de vehículos de transporte fuera del vial, suprimiendo la disfuncionalidad que genera que esa actividad se desarrolle en área peatonal y reservando ese suelo para otras funciones. · Que el desplazamiento de estos puntos no suponga lejanía desde el vehículo de transporte hasta el comercio objetivo. · Que la operativa de los vehículos de transporte no se realice en las calles Don Pío Coronado ni Agustina de Aragón, las cuales verán aumentada su intensidad de circulación por asumir el actual flujo de Don Pedro Infinito, evitando retenciones por este motivo en esas vías.
Ubicación en planta de los nuevos puntos de carga/descarga (rectángulos en verde)	
Programación	En Fase 4
Coste estimado	412 €

Actuación D-x.	Generación de nuevos espacios de carga/descarga en las perpendiculares a calle Zaragoza.
Relación con líneas de actuación	<ul style="list-style-type: none"> · LA-I · LA-III
Referencia en plano nº	P.6.
Detalles	<p>El nuevo diseño de la sección tipo propuesta para el vial Zaragoza en las actuaciones C-i. no deja hueco para los carga/descarga que además a día de hoy son inexistentes.</p> <p>La importante función de este instrumento para la actividad de la zona comercial así como la manifiesta insuficiencia de la dotación actual en esta vía requiere de un aumento de estos espacios.</p> <p>La opción más plausible es la de reubicarlos en las calles perpendiculares, inmediatamente junto al eje comercial, esto es en las calles Mariucha y Federico Viera. De esta manera se consigue:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Generar espacios inexistentes (pasando de 0 a 30 metros lineales) de carga/descarga regulados en el eje comercial. · Ubicar la parada de vehículos de transporte fuera del vial, suprimiendo la disfuncionalidad que genera que esa actividad se desarrolle en área peatonal y reservando ese suelo para otras funciones. · Que el desplazamiento de estos puntos no suponga lejanía desde el vehículo de transporte hasta el comercio objetivo. · Que la operativa de los vehículos de transporte no se realice en la calle Zaragoza, pues precisará de una fluidez muy alta.
Ubicación en planta de los nuevos puntos de carga/descarga (rectángulos en verde)	
Programación	En Fase 2
Coste estimado	412 €

Actuación D-xi.	Rehabilitación del vial Juan Ramón Jiménez en el acceso al mercado de Altavista.
Relación con líneas de actuación	<ul style="list-style-type: none"> · LA-I · LA-II · LA-III
Referencia en plano nº	P.6.
Detalles	Restitución de pavimento de plataforma única en zona rodonal de acceso al mercado de Altavista, con la misma estética que la ZCA, y ganancia de superficie peatonal sobre cebreado entre C\ Obispo Romo y C\ Juan Ramón Jiménez.
Estado actual y propuesta en planta	
Programación	En Fase 2
Coste estimado	108 615 €

Actuación D-xii.a.	Estacionamiento. Reordenación de estacionamientos libres existentes.
Relación con líneas de actuación	<ul style="list-style-type: none"> · LA-I
Referencia en plano nº	P.3. y P.4.
Detalles	Se propone reordenar y delimitar plazas en los estacionamientos existentes cercanos, al objeto de optimizarlos, lo que supone una estimación de ganancia neta de 98 plazas a pocos metros de la zona comercial.
Programación	En Fase 1
Coste estimado	43 001 €

Actuación D-xii.b.	Estacionamiento. Excepción en el PGOU a las condiciones del uso autorizable Garaje/Aparcamiento en la norma zonal "Bt" para el barrio de Schamann.
Relación con líneas de actuación	· LA-I
Referencia en plano nº	P.3.
Detalles	· Una flexibilización en los radios mínimos entre accesos a dos edificios de esta misma tipología implicaría un aumento del atractivo de algunos solares de la zona que podrían ser convertidos a este uso, lo que supone una estimación de ganancia neta de 42, 33, 75, 50 y 90 plazas en cada uno de los cinco solares susceptibles de esta variación.
Programación	Lo antes posible, debido al coste temporal de las tramitaciones necesarias para ello
Coste estimado	-,-- €

Actuación D-xii.c.	Estacionamiento. Construcción de parking subterráneo bajo el parque José Saramago.
Relación con líneas de actuación	· LA-I
Referencia en plano nº	P.3. y P.4.
Detalles	· Aprovechamiento de la oportunidad que da el PGOU en parcela municipal para generación de hasta 95 nuevas plazas (estimación) a una distancia de 60 metros de la ZCA.
Programación	En Fase 3
Coste estimado	2 688 384 €

Actuación D-xii.d.	Estacionamiento. Construcción de parking subterráneo bajo nuevo espacio libre en solar entre las calles Mariucha, Inesilla y Pedro Minio.
Relación con líneas de actuación	· LA-I
Referencia en plano nº	P.3. y P.4.
Detalles	· Aprovechamiento de la oportunidad que da el PGOU en parcela municipal para generación de hasta 59 nuevas plazas (estimación) a una distancia inferior a 250 metros de la ZCA.
Programación	En Fase 2
Coste estimado	1 596 492 €

La ejecución de las actuaciones anteriores conllevará la compensación siguiente (no se tiene en cuenta el estacionamiento regulado, pendiente de estudio por parte del organismo competente, ni el efecto de la actuación D-xii.b., dependiente de modificación jurídica y posterior promoción privada):

Tabla 39. Compensación de estacionamientos por ejecución de las actuaciones propuestas.

ESTACIONAMIENTOS. BALANCE NETO.

En totales: signo positivo = ganancia; signo negativo = pérdida.

	FASE 1			FASE 2		
	Ganados	Perdidos	Balance	Ganados	Perdidos	Balance
Estacionamiento turismos libre	98	30	68	0	18	-18
Estacionamiento turismos azul/parking público	24	0	24	59	14	45
Estacionamiento turismos verde	9	0	9	0	0	0
Total turismos			101			27
Total PMR	2	1	1	1	2	-1
Total moto	10	0	10	15	10	5
Total carga/descarga (metros lineales)	30	15	15	45	0	45
	FASE 3			FASE 4		
	Ganados	Perdidos	Balance	Ganados	Perdidos	Balance
Estacionamiento turismos libre	0	26	-26	0	7	-7
Estacionamiento turismos azul/parking público	98	11	87	0	38	-38
Estacionamiento turismos verde	0	0	0	0	0	0
Total turismos			61			-45
Total PMR	2	2	0	1	1	0
Total moto	15	12	3	10	3	7
Total carga/descarga (metros lineales)	68	47	21	30	0	30
TODAS LAS FASES TERMINADAS						
	Ganados	Perdidos	Balance			
Estacionamiento turismos libre	98	81	17			
Estacionamiento turismos azul/parking público	181	63	118			
Estacionamiento turismos verde	9	0	9			
Total turismos			144			
Total PMR	6	6	0			
Total moto	50	25	25			
Total carga/descarga (metros lineales)	173	62	111			

*** En este cómputo se tienen en cuenta únicamente aquellas variaciones imputables al PD ZCA. Las afecciones de otras planificaciones que impliquen variación de estacionamientos (por ejemplo, el PD de la bicicleta fase II), no se tienen en cuenta.

5.6. CUADRO RESUMEN DE CONTROL DE OBJETIVOS.

GRUPO DE ACTUACIONES		ACTUACIÓN		LÍNEA/S DE ACTUACIÓN EN LA/S QUE SE ENCUADRA		OBJETIVO/S GENERAL/ES QUE BUSCA SATISFACER	
CÓDIGO	NOMBRE	CÓDIGO	NOMBRE	CÓDIGO	NOMBRE	CÓDIGO	NOMBRE
A	Actuaciones genéricas en toda la ZCA.	A-i.	Estacionamiento. Promoción del estacionamiento regulado.	· LA-I	· Reestructuración viaria y del espacio público.	· OG-2 · OG-6	· Movilidad local. · Convivencia de usos.
		A-ii.	Establecimiento de una imagen común y delimitación de la ZCA.	· LA-II	· Mejoras en la imagen y la definición del ámbito.	· OG-1 · OG-3 · OG-4	· Ámbito urbano. · Imagen y apariencia 1. · Definición del ámbito.
		A-iii.	Acuerdo de un código de buenas prácticas de obligado cumplimiento para todos los empresarios de la ZCA respecto a fachadas y escaparates.	· LA-III · LA-IV	· Medidas directas sobre el tejido comercial. · Acción pública y colectiva de fortalecimiento de la unión empresarial y la promoción de la zona.	· OG-1 · OG-3 · OG-5 · OG-7 · OG-9	· Ámbito urbano. · Imagen y apariencia 1. · Tejido comercial. · Imagen y apariencia 2. · Asociacionismo.
		A-iv.	Fortalecimiento de la asociación empresarial y promoción de la ZCA.	· LA-IV	· Acción pública y colectiva de fortalecimiento de la unión empresarial y la promoción de la zona.	· OG-5 · OG-8 · OG-9	· Tejido comercial. · Colaboración entre agentes. · Asociacionismo.
B	Actuaciones en el Área de Preferente Intervención eje comercial Don Pedro Infinito.	B-i.a.	Nuevo corredor en Don Pedro Infinito mediante conexión y ampliación de espacios libres existentes entre los cruces con calles Núñez de Balboa / Doctor Centeno y Alceste.	· LA-I · LA-II	· Reestructuración viaria y del espacio público. · Mejoras en la imagen y la definición del ámbito.	· OG-1 · OG-2 · OG-3 · OG-4 · OG-6	· Ámbito urbano. · Movilidad local. · Imagen y apariencia 1. · Definición del ámbito. · Convivencia de usos.
		B-i.b.	Continuidad al nuevo corredor de la actuación B-i.a. en Don Pedro Infinito mediante ampliación de aceras entre los cruces con calles Núñez de Balboa / Doctor Centeno y Alceste.				
		B-ii.	Continuidad al nuevo corredor en Don Pedro Infinito de las actuaciones B-i.a. y B-i.b. mediante nueva plataforma única en las tres manzanas entre calles Zaragoza y Tormento.				
		B-iii.	Continuidad y finalización del nuevo corredor en Don Pedro Infinito de las actuaciones B-i.a., B-i.b. y B-ii. mediante conexión y ampliación de aceras existentes en el margen sur-sureste entre calles Tormento y Misericordia.				
C	Actuaciones en el Área de Preferente Intervención eje comercial Zaragoza.	C-i.	Nuevo corredor en Zaragoza mediante conexión y ampliación de aceras existentes en el margen suroeste y reordenación de la calzada.	· LA-I · LA-II	· Reestructuración viaria y del espacio público. · Mejoras en la imagen y la definición del ámbito.	· OG-1 · OG-2 · OG-3 · OG-4 · OG-6	· Ámbito urbano. · Movilidad local. · Imagen y apariencia 1. · Definición del ámbito. · Convivencia de usos.
D	Actuaciones en zonas concretas distintas de las Área de Preferente Intervención dentro y fuera de la ZCA.	D-i.	Ordenación de usos en el Parque Carmen González Roca.	· LA-I · LA-II · LA-IV	· Reestructuración viaria y del espacio público. · Mejoras en la imagen y la definición del ámbito. · Acción pública y colectiva de fortalecimiento de la unión empresarial y la promoción de la zona.	· OG-1 · OG-3 · OG-5	· Ámbito urbano. · Imagen y apariencia 1. · Tejido comercial.
		D-ii.	Reconversión del vial Jacinta (entre las calles Don Pío Coronado y Don Pedro Infinito) a calle 30 con acera que albergue terrazas.	· LA-I · LA-II · LA-III	· Reestructuración viaria y del espacio público. · Mejoras en la imagen y la definición del ámbito. · Medidas directas sobre el tejido comercial.	· OG-1 · OG-2 · OG-3 · OG-4 · OG-5 · OG-6	· Ámbito urbano. · Movilidad local. · Imagen y apariencia 1. · Definición del ámbito. · Tejido comercial. · Convivencia de usos.
		D-iii.	Generación y rehabilitación de corredores de conexión entre piezas atractoras y ejes comerciales. Etapa 1.	· LA-II	· Mejoras en la imagen y la definición del ámbito.	· OG-1 · OG-3	· Ámbito urbano. · Imagen y apariencia 1.
		D-iv.	Generación y rehabilitación de corredores de conexión entre piezas atractoras y ejes comerciales. Etapa 2.				
		D-v.	Generación y rehabilitación de corredores de conexión entre piezas atractoras y ejes comerciales. Etapa 3.				
		D-vi.	Generación y rehabilitación de corredores de conexión entre piezas atractoras y ejes comerciales. Etapa 4.				
		D-vii.	Ensanche de aceras en calle Tormento, entre calles Agustina de Aragón y Don Pedro Infinito.	· LA-I · LA-II	· Reestructuración viaria y del espacio público. · Mejoras en la imagen y la definición del ámbito.	· OG-1 · OG-2 · OG-3	· Ámbito urbano. · Movilidad local. · Imagen y apariencia 1.

GRUPO DE ACTUACIONES		ACTUACIÓN		LÍNEA/S DE ACTUACIÓN EN LA/S QUE SE ENCUADRA		OBJETIVO/S GENERAL/ES QUE BUSCA SATISFACER	
CÓDIGO	NOMBRE	CÓDIGO	NOMBRE	CÓDIGO	NOMBRE	CÓDIGO	NOMBRE
		D-viii.	Traslado y ganancia neta de espacios de carga/descarga desde calle Don Pedro Infinito –tramo central- a sus perpendiculares.	· LA-I · LA-III	· Reestructuración viaria y del espacio público. · Medidas directas sobre el tejido comercial.	· OG-1 · OG-2 · OG-5 · OG-6 · OG-7	· Ámbito urbano. · Movilidad local. · Tejido comercial. · Convivencia de usos · Imagen y apariencia 2.
		D-ix.	Generación de nuevos espacios de carga/descarga en las perpendiculares a calle Don Pedro Infinito –tramo superior-.				
		D-x.	Generación de nuevos espacios de carga/descarga en las perpendiculares a calle Zaragoza.				
		D-xi.	Rehabilitación del vial Juan Ramón Jiménez en el acceso al mercado de Altavista.	· LA-I · LA-II · LA-III	· Reestructuración viaria y del espacio público. · Mejoras en la imagen y la definición del ámbito. · Medidas directas sobre el tejido comercial.	· OG-1 · OG-2 · OG-3 · OG-4 · OG-5 · OG-6	· Ámbito urbano. · Movilidad local. · Imagen y apariencia 1. · Definición del ámbito. · Tejido comercial. · Convivencia de usos
		D-xii.a.	Estacionamiento. Reordenación de estacionamientos libres existentes.	· LA-I	· Reestructuración viaria y del espacio público.	· OG-2 · OG-2 · OG-6 · OG-7	· Movilidad local. · Convivencia de usos. · Imagen y apariencia 2.
		D-xii.b.	Estacionamiento. Excepción en el PGOU a las condiciones del uso autorizable Garaje/Aparcamiento en la norma zonal “Bt” para el barrio de Schamann.				
		D-xii.c.	Estacionamiento. Construcción de parking subterráneo bajo el parque José Saramago.				
		D-xii.d.	Estacionamiento. Construcción de parking subterráneo bajo nuevo espacio libre en solar entre las calles Mariucha, Inesilla y Pedro Minio.				

5.7. PROGRAMACIÓN.

Como se ha mencionado, la consecución de los objetivos generales pasa por la ejecución de líneas de actuación, entendidas estas como el compendio de diferentes actuaciones las cuales pueden, simultáneamente, satisfacer más de una línea de actuación.

De la misma manera, se ha enfatizado en la necesidad de que un Plan Director como el que nos ocupa sea un documento relevante, estructurante e integral, lo que conlleva un estudio completo de la zona y, en el caso de la zona que nos ocupa, con grandes necesidades, un programa amplio de medidas en todos los sentidos.

Todo lo anterior conlleva un largo compendio de actuaciones que abarcan un ámbito de estudio de tamaño no menor, con inversiones igualmente importantes, que el equipo redactor ha considerado necesario dividir en fases de actuaciones. Los criterios utilizados para agrupar las actuaciones propuestas por fases de ejecución han sido:

- Necesidad. Hay sectores de la ZCA que, por su estado actual, precisan de manera más acuciante de cierta/s línea/s de actuación que otros, así como la ejecución de algunas actuaciones necesitan de otras que actúan como complemento.
- Oportunidad. Algunas actuaciones, bien sea por su sencillez o coste, o por su afinidad a otras, conviene que se ubiquen en la misma fase de ejecución.
- Disposición del espacio de la actuación. La agrupación espacial es uno de los criterios fundamentales, promoviendo que se actúe no solamente por agrupación de tipologías, necesidades o afinidades sino también por coincidencia espacial. Paradójicamente este criterio encuentra también su extremo opuesto, la agrupación a pesar de la lejanía, en las actuaciones de promoción de estacionamientos las cuales fundamentalmente vienen a compensar la pérdida de estacionamientos en cada fase con una ganancia en zonas periféricas de la ZCA.

De esta manera, las actuaciones necesarias para la consecución de los objetivos generales se han agrupado en cuatro fases de ejecución, numeradas de la 1 a la 4.

Fase 1.

En la primera fase propuesta se actúa principalmente en los dos extremos del eje comercial Don Pedro Infinito, aunque también en algunas zonas externas al mismo, de maneras distintas:

- En el extremo este se busca paliar la perentoria necesidad de ganancia de espacios de esparcimiento en la ZCA, incluyendo otros tipos de movilidad mediante la reestructuración del eje viario y la inclusión del carril bici proyectado en el Plan Director de la Bicicleta, Fase II, así como reordenando el parque Carmen González Roca.
- En el extremo oeste y en el fondo de saco de la calle Pantoja se realizan reordenaciones de estacionamiento, que se incluyen en esta Fase 1 a fin de disponer a la mayor brevedad posible de un incremento en el número de estacionamientos en zonas exteriores pero cercanas a la ZCA. De esta manera, en esta Fase 1 se pierden 30 estacionamientos libres pero se ganan 122 (sin contabilizar la muy importante influencia que tenga la implantación de zonas de estacionamiento regulado).
- Se actúa ampliando la dotación de puntos de carga/descarga (ganancia de 15 metros lineales) y de estacionamientos de motos (ganancia de 10 plazas nuevas).

Asimismo, se promueve la conexión de la zona comercial abierta con el gran polo atractor que supone el parque de Las Rehojas mediante actuación de conexión entre ambos y el parque Carmen González Roca, mediante la primera fase de su integración en la ZCA (se completa en Fase 2 con la actuación en el extremo sureste de Zaragoza).

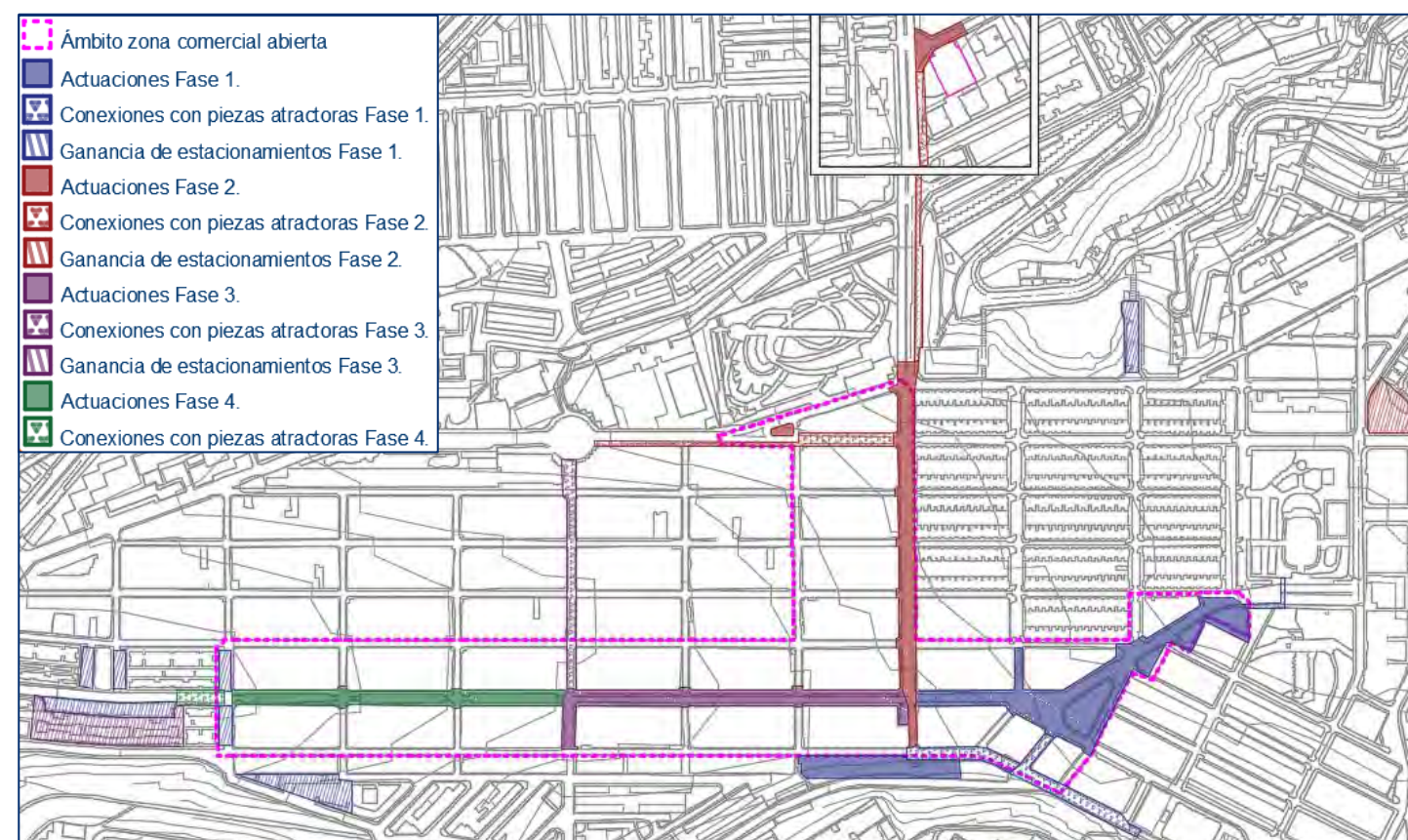


Ilustración 51. Vista general en planta de las fases de actuación.

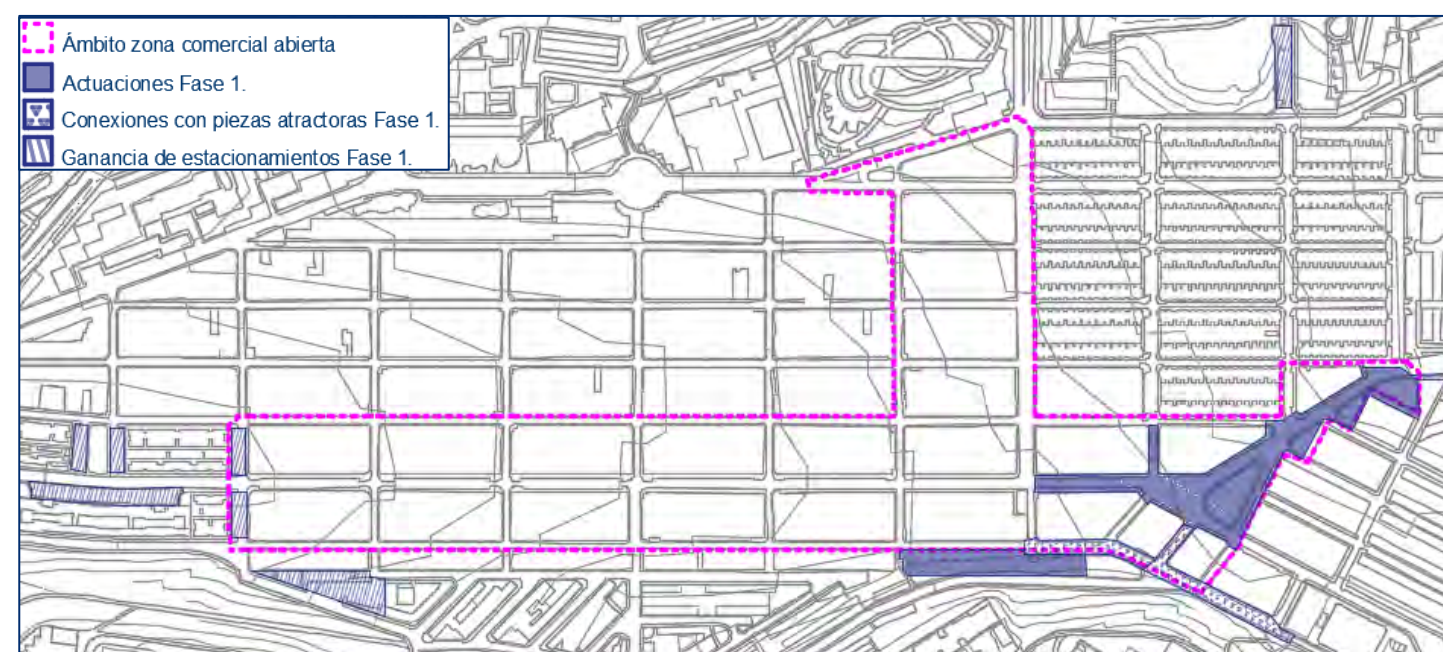


Ilustración 52. Vista general en planta de la Fase 1 de actuaciones.

Por último, es apremiante que también desde un principio se actúe en la concreción de un código de diseño urbano a seguir por todos los proyectos de la ZCA y se acuerde por parte de los empresarios las pautas a seguir en la integración de sus negocios en la estética del centro comercial.

Todo lo anterior favorece una redefinición del espacio que también se busca en el resto de fases, persiguiendo una mejora en el entorno como zona de paseo, de estancia, mejora en la calidad ambiental y existencia de lugares para el desarrollo de actividades complementarias a la actividad comercial (ocio, gastronomía, ferias, etc.)

Fase 2.

En segundo orden de ejecución, las actuaciones que comprenden la Fase 2 se trasladan principalmente al vial Zaragoza (y su prolongación hasta el mercado de Altavista, Obispo Romo) y el entorno del mercado de Altavista.

La mayor parte de la dotación presupuestaria de esta fase se la lleva una actuación opcional en función de la necesidad que se observe llegado el momento: como posibilidad, se plantea la construcción de un edificio de estacionamiento bajo espacio libre en la parcela entre las calles Inesilla, Mariucha y Pedro Minio que sería capaz de aportar hasta 59 plazas.

La propuesta sobre el vial Zaragoza se basa en la mejora del vial hacia un urbanismo comercial como único camino a la pervivencia del sector en esta calle y lo potencie. Para ello, se aprovecha el actual carril central sin uso y la fila de estacionamientos (solamente se pierden 17 en toda la calle), posibilitando ganancia de espacios libres y aceras para distintos usos (terrazas, zonas de sombra, zonas de juegos infantiles, itinerario de paseo...) a la vez que se garantiza espacio exclusivo para paradas de guaguas y desvíos directos a Don Pío Coronado, de manera que no se detenga la circulación por estos motivos. También ha sido posible incluir, en la nueva sección tipo, la integración de carril bici en calzada, tal como propone el PD de la Bicicleta, Fase II.

Se ubican, en las calles perpendiculares en inmediaciones a los cruces con Zaragoza (lo más cerca posible del destino), puntos de carga y descarga (carencia actualmente grave en el vial), con una ganancia neta de 45 metros lineales para este uso.

A su vez, esta segunda fase termina de integrar en la ZCA el hasta ahora aislado parque Carmen González Roca, ya redistribuido y conectado al extremo este de Don Pedro Infinito mediante adecuación del vial Agustina de Aragón y Halma en Fase 1 y mediante inclusión en la actuación del vial Zaragoza de su tramo entre las calles Don Pedro Infinito y Agustina de Aragón.

Siguiendo la misma estrategia de adecuación de corredores transversales entre la zona comercial y polos de atracción cercanos, se promueve la conexión de la ZCA con los centros dotacionales de la calle Mariucha a través de la adecuación del tramo de esta vía entre Tormento y Zaragoza así como se establece una nueva conexión visual y de percepción de integración del mercado de Altavista en la zona comercial gracias a la misma propuesta para el vial Obispo Romo entre la calle Zaragoza y el propio mercado.

Todo lo anterior persigue captar flujos de personas en puntos de atracción cercanos (parque de Las Rehoyas, centros dotacionales de calle Mariucha, mercado de Altavista) y dirigirlos de manera sugestiva a la zona comercial, en un entorno que anticipa la estética y la comodidad de la ZCA.

Por último, se actúa en el entorno del mercado de Altavista mediante la adecuación del tramo de la calle Juan Ramón Jiménez con la mejora y ampliación del tramo de plataforma única en sustitución de la existente, deteriorada y sin singularidad estética, ganando el cebrado entre esta vía y Obispo Rome como espacio para otros usos, siguiendo los criterios del estudio de diseño para la zona comercial.

Tanto en esta zona del exterior del mercado como en el corredor de conexión a la zona comercial y el resto de corredores, la estética de materiales (pavimentos, mobiliario, etc.) debe seguir el criterio de diseño establecido para toda

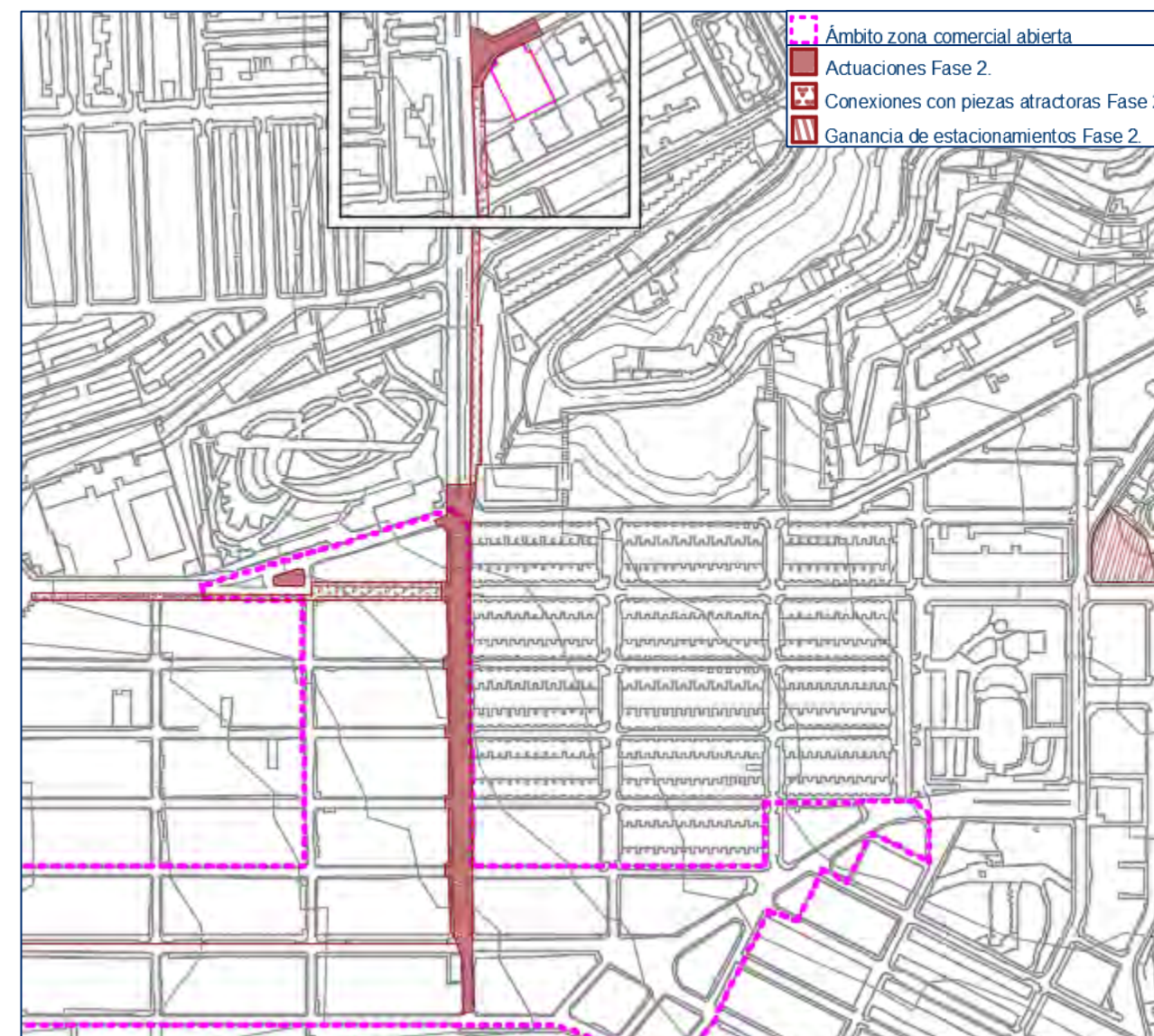


Ilustración 53. Vista general en planta de la Fase 2 de actuaciones.

la zona comercial abierta y la señalética de sugestión debe estar enfocada en informar al viandante de hacia dónde debe dirigirse para llegar a una zona, un lugar de interés de la zona comercial o un negocio en concreto.

Fase 3.

Después de una segunda fase enfocada en Zaragoza y la zona noroeste de la ZCA, la tercera fase de actuaciones vuelve a enfocarse en Don Pedro Infinito, concretamente en el tramo entre Zaragoza y Tormento.

Principalmente, el objetivo es la ganancia de la primera zona en plataforma única de la zona comercial abierta, con vistas a un uso en Fase 4 de total restricción al tráfico rodado (excepto guaguas, garajes y servicios municipales) pero manteniendo en esta Fase 3 un carril de circulación ordinario, con calmado de tráfico (velocidad limitada a 30 km/h).

Se amplía, de esta manera, la parte de la sección tipo dedicada al uso peatonal y de otros tipos de movilidad, incluyendo prolongación del carril bici de las Fases 1 y 2, así como el espacio disponible para otros usos.

Para asumir el tráfico que Don Pedro Infinito dejará de ser capaz de gestionar, el vial Agustina de Aragón en su tramo entre Zaragoza y Tormento debe cambiar el sentido (pasar de sentido Zaragoza a sentido Tormento). Con este cambio y el establecimiento de prioridad en intersecciones en Don Pío Coronado se dispondrán de dos carriles de subida en viales

distintos, que es mayor capacidad que la que actualmente dispone Don Pedro Infinito de un carril único (aunque son dos, uno está constantemente ocupado por vehículos en doble fila). Además, este sistema permite realizar pruebas de restricción total (al efecto de la futura Fase 4) en Don Pedro Infinito en ciertos días o en fines de semana, a fin de corroborar la viabilidad de la propuesta para Fase 4 y respaldar los resultados de los estudios de tráfico que los avalen.

La afección al estacionamiento de esta actuación en Don Pedro Infinito se traduce en una pérdida de 37 plazas que, si bien son asumidas por la reordenación practicada en Fase 1 pueden ser aún menos relevantes si se lleva a cabo la propuesta que se plantea, como opción, para la parcela del parque José Saramago en la cual se podría edificar un estacionamiento bajo espacio libre con una aportación de hasta 98 plazas nuevas. Esta actuación se lleva la mayor parte del presupuesto de esta fase y, como se ha comentado, es una posibilidad que puede llevarse a cabo o no en función de la situación que se observe en ese momento y las predicciones más precisas que llegado el momento puedan realizarse.

En esta fase, los puntos de carga/descarga se desplazan a las calles perpendiculares, lo más cerca posible a los cruces con Don Pedro Infinito (destino del servicio), con una ganancia neta respecto a la situación actual de 21 metros.

La misma política de promoción de conexiones transversales de las fases anteriores se aplica aquí a la calle Tormento, aprovechando (como se hiciera en Fase 2 hacia Zaragoza) el polo de atracción de las dotaciones existentes en calle Mariucha para dirigirlo, en este caso, a Don Pedro Infinito.

Fase 4.

Por último, la cuarta fase de actuaciones del Plan Director actúa sobre la zona alta o extremo oeste de la zona comercial (esto es, las tres manzanas de Don Pedro Infinito entre Tormento y Misericordia).

Llegado este punto, la zona comercial dispone ya de dos itinerarios de paseo (uno, el de Zaragoza, completo y otro, el de Don Pedro Infinito, que se finaliza en esta fase), una zona de plataforma única de aproximadamente 300 metros de longitud, zonas libres para esparcimiento y otros usos e inclusión de otros tipos de movilidad, con el estacionamiento y los carga/descarga resueltos.

Falta, por tanto, la resolución a una de las carencias que retrata a esta ZCA: la disposición de un espacio de exclusividad peatonal con una concentración comercial importante más allá de plazas o zonas de parque. Para ello, en esta cuarta fase la plataforma única de la Fase 3 toma una restricción total al tráfico (salvo guaguas, servicios municipales y garajes), consolidando su adecuación al urbanismo comercial establecido en el resto de áreas competenciales.

Como complemento a todo ello, en esta cuarta fase se continúa y finaliza el corredor de paseo de Don Pedro Infinito, mediante ensanche de aceras en su margen sur e inclusión de carril bici en la sección tipo del vial, consiguiendo la incorporación de nuevos tipos de movilidad (bicicleta, VMP's, peatón) a todo el eje comercial y la ganancia de espacio para el transeúnte, la permanencia, la disposición de terrazas, etc.

Esta fase conlleva una eliminación de 38 estacionamientos que suponen una cifra ya asumida por las actuaciones de compensación de fases anteriores. En conclusión, con la ejecución de las cuatro fases se puede compensar todas y cada una de las plazas perdidas e, incluso, aumentar la dotación hasta un máximo de aproximadamente 144 plazas de incremento neto y todo ello sin tener en cuenta las posibilidades que ofrecen los solares susceptibles de transformarse en edificios de estacionamiento (ver capítulos anteriores) que podrían ofrecer hasta 290 plazas más y sin contabilizar tampoco el impacto que pueda tener la inclusión de zonas de regulación horaria (verde y azul).

Por otro lado, se establecen nuevos puntos de carga/descarga de mercancías (actualmente inexistentes) en los viales perpendiculares, con una ganancia neta de 30 metros lineales para este uso.

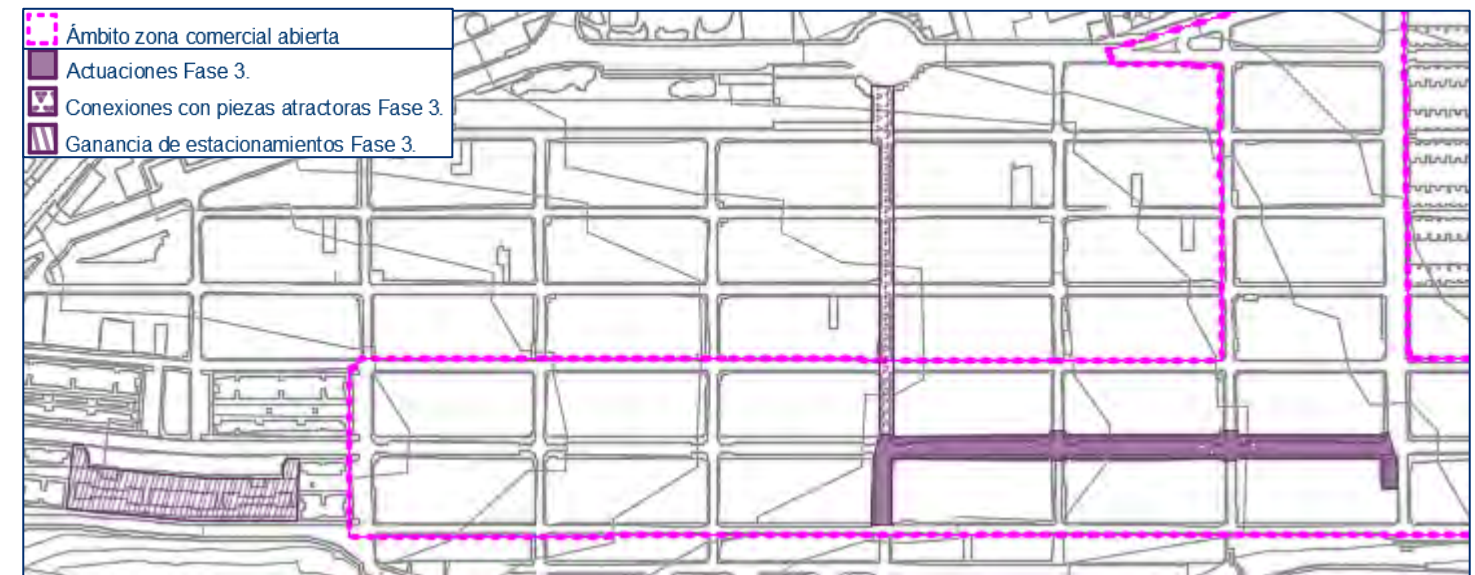


Ilustración 54. Vista general en planta de la Fase 3 de actuaciones.



Ilustración 55. Vista general en planta de la Fase 4 de actuaciones.

Cuadro resumen de cronograma de actuaciones por fases.

FASE	ACTUACIÓN		GRUPO DE ACTUACIONES		PRIORIDAD	COSTE ESTIMADO	PLAZO ESTIMADO (MESES)*
	CÓDIGO	NOMBRE	CÓDIGO	NOMBRE			
1	A-i.	Estacionamiento. Promoción del estacionamiento regulado.	A	Actuaciones genéricas en toda la ZCA.	4º	Pendiente de estudio de la entidad competente	3
	A-ii.	Establecimiento de una imagen común y delimitación de la ZCA.			1º	9 000 €	4
	A-iii.	Acuerdo de un código de buenas prácticas de obligado cumplimiento para todos los empresarios de la ZCA respecto a fachadas y escaparates.			2º	5 000 €	2
	A-iv.	Fortalecimiento de la asociación empresarial y promoción de la ZCA.			3º	67 600 €	2
	B-i.a.	Nuevo corredor en Don Pedro Infinito mediante conexión y ampliación de espacios libres existentes entre los cruces con calles Núñez de Balboa / Doctor Centeno y Alceste.	B	Actuaciones en el Área de Preferente Intervención eje comercial Don Pedro Infinito.	7º	966 204 €	9
	B-i.b.	Continuidad al nuevo corredor de la actuación B-i.a. en Don Pedro Infinito mediante ampliación de aceras entre los cruces con calles Núñez de Balboa / Doctor Centeno y Alceste.			8º	78 230 €	3
	D-i.	Ordenación de usos en el Parque Carmen González Roca.	D	Actuaciones en zonas concretas distintas de las Área de Preferente Intervención dentro y fuera de la ZCA.	9º	166 175 €	2
	D-ii.	Reconversión del vial Jacinta (entre las calles Don Pío Coronado y Don Pedro Infinito) a calle 30 con acera que albergue terrazas.			6º	37 451 €	2
	D-iii.	Generación y rehabilitación de corredores de conexión entre piezas atractoras y ejes comerciales. Etapa 1.			10º	87 474 €	6
	D-xii.a.	Estacionamiento. Reordenación de estacionamientos libres existentes.			5º	43 001 €	2
	D-xii.b.	Estacionamiento. Excepción en el PGOU a las condiciones del uso autorizable Garaje/Aparcamiento en la norma zonal "Bt" para el barrio de Schamann.			11º	-,- €	9
	TOTAL FASE 1					1 460 135 €	44*

*El total de meses del plazo estimado de ejecución corresponde a la suma de los plazos individuales de cada actuación, no teniéndose en cuenta la posibilidad de ejecución de actuaciones de forma simultánea.

FASE	ACTUACIÓN		GRUPO DE ACTUACIONES		PRIORIDAD	CONSTE ESTIMADO	PLAZO ESTIMADO (MESES)*
	CÓDIGO	NOMBRE	CÓDIGO	NOMBRE			
2	A-i.	Estacionamiento. Promoción del estacionamiento regulado.	A	Actuaciones genéricas en toda la ZCA.	2º	Pendiente de estudio de la entidad competente	3
	A-iv.	Fortalecimiento de la asociación empresarial y promoción de la ZCA.			1º	60 600 €	2
	C-i.	Nuevo corredor en Zaragoza mediante conexión y ampliación de aceras existentes en el margen suroeste y reordenación de la calzada.	C	Actuaciones en el Área de Preferente Intervención eje comercial Zaragoza.	4º	483 454 €	9
	D-iv.	Generación y rehabilitación de corredores de conexión entre piezas atractoras y ejes comerciales. Etapa 2.	D	Actuaciones en zonas concretas distintas de las Área de Preferente Intervención dentro y fuera de la ZCA.	6º	228 377 €	5
	D-x.	Generación de nuevos espacios de carga/descarga en las perpendiculares a calle Zaragoza.			3º	412 €	1
	D-xi.	Rehabilitación del vial Juan Ramón Jiménez en el acceso al mercado de Altavista.			5º	108 615 €	2
	D-xii.d.	Estacionamiento. Construcción de parking subterráneo bajo nuevo espacio libre en solar entre las calles Mariucha, Inesilla y Pedro Minio.			7º	1 596 492 €	15
	TOTAL FASE 2					2 477 950 €	37*

*El total de meses del plazo estimado de ejecución corresponde a la suma de los plazos individuales de cada actuación, no teniéndose en cuenta la posibilidad de ejecución de actuaciones de forma simultánea.

FASE	ACTUACIÓN		GRUPO DE ACTUACIONES		PRIORIDAD	COSTE ESTIMADO	PLAZO ESTIMADO (MESES)*
	CÓDIGO	NOMBRE	CÓDIGO	NOMBRE			
3	A-i.	Estacionamiento. Promoción del estacionamiento regulado.	A	Actuaciones genéricas en toda la ZCA.	2º	Pendiente de estudio de la entidad competente	3
	A-iv.	Fortalecimiento de la asociación empresarial y promoción de la ZCA.			1º	60 600 €	2
	B-ii.	Continuidad al nuevo corredor en Don Pedro Infinito de las actuaciones B-i.a. y B-i.b. mediante nueva plataforma única en las tres manzanas entre calles Zaragoza y Tormento.	B	Actuaciones en el Área de Preferente Intervención eje comercial Don Pedro Infinito.	4º	796 480 €	12
	D-v.	Generación y rehabilitación de corredores de conexión entre piezas atractoras y ejes comerciales. Etapa 3.	D	Actuaciones en zonas concretas distintas de las Área de Preferente Intervención dentro y fuera de la ZCA.	6º	54 716 €	4
	D-vii.	Ensanche de aceras en calle Tormento, entre calles Agustina de Aragón y Don Pedro Infinito.			5º	38 283 €	2
	D-viii.	Traslado y ganancia neta de espacios de carga/descarga desde calle Don Pedro Infinito –tramo central- a sus perpendiculares.			3º	468 €	1
	D-xii.c.	Estacionamiento. Construcción de parking subterráneo bajo el parque José Saramago.			7º	2 688 384 €	24
TOTAL FASE 3					3 638 931 €	48*	

*El total de meses del plazo estimado de ejecución corresponde a la suma de los plazos individuales de cada actuación, no teniendo en cuenta la posibilidad de ejecución de actuaciones de forma simultánea.

FASE	ACTUACIÓN		GRUPO DE ACTUACIONES		PRIORIDAD	COSTE ESTIMADO	PLAZO ESTIMADO (MESES)*
	CÓDIGO	NOMBRE	CÓDIGO	NOMBRE			
4	A-iv.	Fortalecimiento de la asociación empresarial y promoción de la ZCA.	A	Actuaciones genéricas en toda la ZCA.	1º	60 600 €	2
	B-iii.	Continuidad y finalización del nuevo corredor en Don Pedro Infinito de las actuaciones B-i.a., B-i.b. y B-ii. mediante conexión y ampliación de aceras existentes en el margen sur-sureste entre calles Tormento y Misericordia.	B	Actuaciones en el Área de Preferente Intervención eje comercial Don Pedro Infinito.	3º	347 762 €	7
	D-vi.	Generación y rehabilitación de corredores de conexión entre piezas atractoras y ejes comerciales. Etapa 4.	D	Actuaciones en zonas concretas distintas de las Área de Preferente Intervención dentro y fuera de la ZCA.	4º	31 971 €	2
	D-ix.	Generación de nuevos espacios de carga/descarga en las perpendiculares a calle Don Pedro Infinito –tramo superior-			2º	412 €	1
	TOTAL FASE 4						440 745 €

*El total de meses del plazo estimado de ejecución corresponde a la suma de los plazos individuales de cada actuación, no teniendo en cuenta la posibilidad de ejecución de actuaciones de forma simultánea.

FASE	COSTE ESTIMADO	PLAZO ESTIMADO (MESES)*
1	1 460 135 €	44
2	2 477 950 €	37
3	3 638 931 €	48
4	440 745 €	12
TOTAL ACTUACIONES PD ZCA SCHAMANN-PEDRO INFINITO	8 017 761 €	141*

*El total de meses del plazo estimado de ejecución corresponde a la suma de los plazos individuales de cada actuación en cada fase, no teniendo en cuenta la posibilidad de ejecución de actuaciones de forma simultánea.

6. BIBLIOGRAFÍA.

1. “Plan Director de la Zona Comercial Abierta Mesa y López. Las Palmas de Gran Canaria.” GEURSA (2004).
2. “Las Zonas Comerciales Abiertas en Canarias”. ARTURO CABRERA GONZÁLEZ. Ponencia (2006).
3. “Formatos y estrategias para el control del espacio comercial urbano: el caso de Valladolid y su entorno.” CALDERÓN CALDERÓN Y GARCÍA CUESTA (2006).
4. “El comercio y la regeneración urbana de la ciudad. Una estrategia integral de marketing de ciudades.” ELIZAGÁRATE, V. (2006).
5. “Los centros comerciales en Las Palmas de Gran Canaria. Dinámicas e impactos en el espacio urbano.” ARMENGOL MARTÍN Y GONZÁLEZ MORALES (2007).
6. “Plan Director de la Zona Comercial Abierta Puerto - Canteras. Las Palmas de Gran Canaria.” GEURSA (2012).
7. “Plan General de Ordenación de Las Palmas de Gran Canaria”. GEURSA (2012).
8. “Plan Director de la Bicicleta de las Palmas de Gran Canaria”. GEA21 (2012).
9. “Mejoras en la accesibilidad y la calidad medioambiental. Zona Comercial Pedro Infinito. Calle Zaragoza”. ÁREA DE GOBIERNO DE ORDENACIÓN DEL TERRITORIO, URBANISMO, VIVIENDA Y AGUAS. PROYECTOS Y OBRAS (2013).
10. “Plan director Insular de Zonas Comerciales Abiertas de Tenerife”. GESTUR TENERIFE (2015).
11. “Documento de aprobación inicial: Plan Director Insular de Zonas Comerciales Abiertas de Gran Canaria”. CASARIEGO GUERRA, S.L. (2015).
12. “Asistencia técnica para la actualización del Plan Director de la Bicicleta de Las Palmas de Gran Canaria”. ESTUDIO MC (2016).
13. “Dimensiones clave para revitalizar áreas comerciales urbanas: El caso de Getafe, España”. CERDÁ SUÁREZ, L.M. (2016). Revista de Ciencias Sociales (RCS) Vol. XXII, No. 1, Enero-Marzo 2016, pp. 98-109. Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.
14. “Plan de Dinamización Comercial de Torrelodones”. AUREN (2017).
15. “Plan Director Zonas Comerciales Abiertas de Santa Mª de Guía”. ARQUITECTURA ANCA / EDEI CONSULTORES (2018).
16. “Estudio para la implantación de la bicicleta en Ciudad Alta – Tamaraceite – Plan Director de la Bicicleta de Las Palmas de Gran Canaria Fase II. IDEA ESTUDIO INGENIERÍA (2020).
17. “Indicadores de Movilidad de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria”. OBSERVATORIO DE MOVILIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA (2020).
18. “Movilidad Urbana Sostenible. Implantación de los Planes de Movilidad Urbana en Canarias (I)”. BRITO CASTRO, P.J. Y OROMÍ FRAGOSO, P. Revista de ingeniería civil Cimbra (2021).
19. “Plan Municipal de Dinamización del Comercio de Albacete”. CONCEJALÍA DE EMPLEO, INDUSTRIA, TECNOLOGÍA Y COMERCIO.
20. “Proyecto peatonalización Pedro Infinito”. ARERTE LÓPEZ CRUZ Y JOSÉ DOMÍNGUEZ (POLICÍA DE BARRIO).
21. Informaciones proporcionadas por la Concejalía del Área de Gobierno de Promoción Económica, Empleo, Turismo, Movilidad y Ciudad de Mar. Excmo. Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria.

7. PLANOS.



Planos de análisis

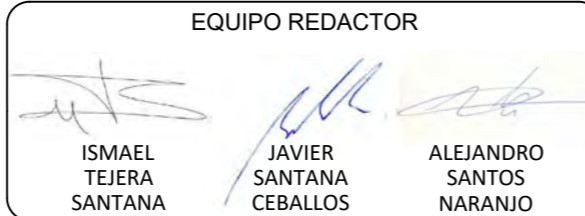
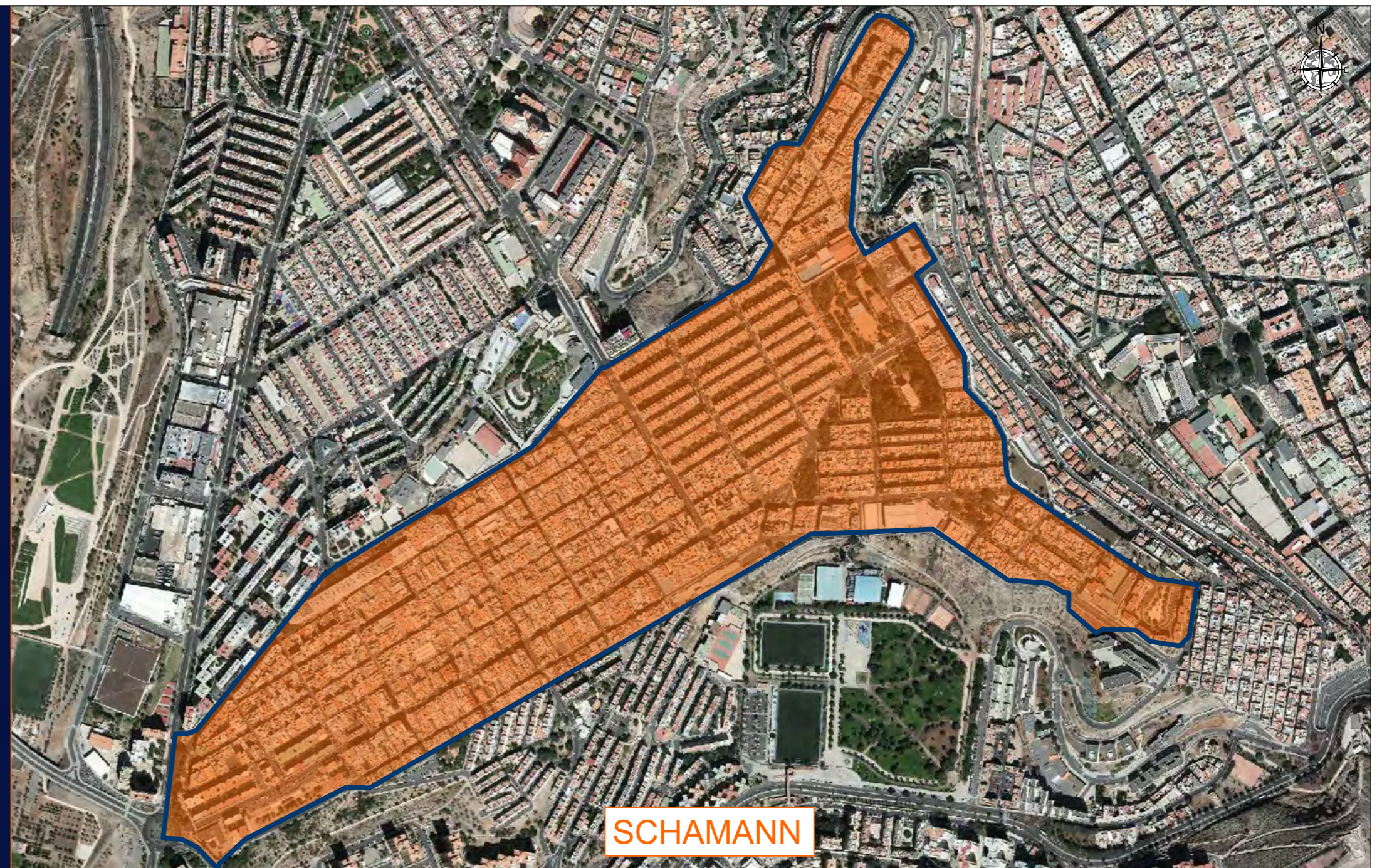
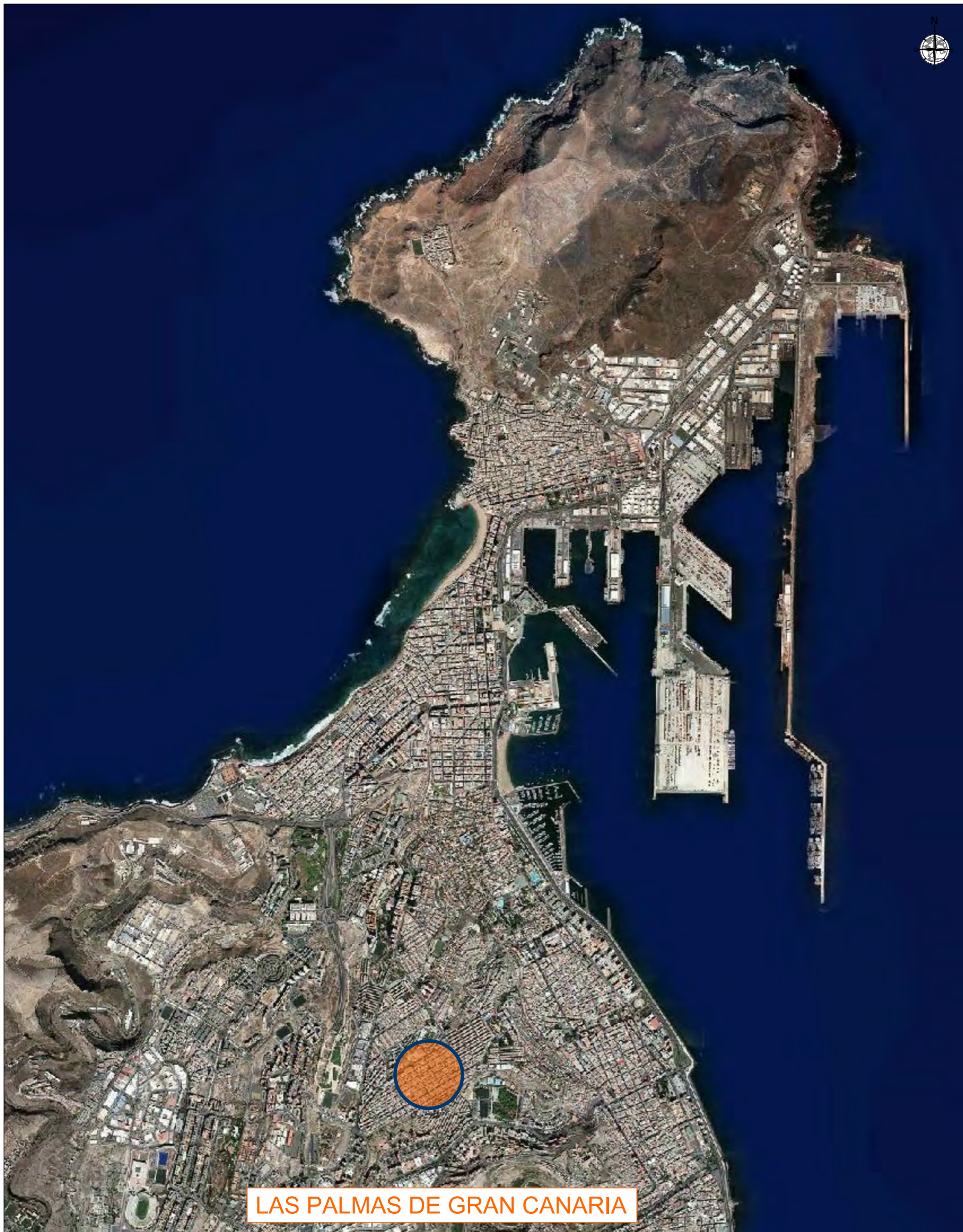
- A.1. ANÁLISIS: SITUACIÓN (1 hoja)
- A.2. ANÁLISIS: EMPLAZAMIENTO (3 hojas)
- A.3. ANÁLISIS: PIEZAS ATRACTORAS (1 hoja)
- A.4. ANÁLISIS: SECTORIZACIÓN (1 hoja)
- A.5. ANÁLISIS: TEJIDO COMERCIAL (8 hojas)
- A.6. ANÁLISIS: MOVILIDAD PEATONAL Y VEHICULAR (4 hojas)
- A.7. ANÁLISIS: ZONAS DE ESTACIONAMIENTO (4 hojas)
- A.8. ANÁLISIS: SERVICIOS URBANOS Y DOTACIONALES (4 hojas)
- A.9. ANÁLISIS: ZONAS VERDES, ESPACIOS LIBRES Y MOBILIARIO URBANO (4 hojas)

Planos de propuestas

- P.1. PROPUESTAS: DEFINICIÓN GENERAL DE LA ESTRATEGIA (1 hoja)
- P.2. PROPUESTAS: DESARROLLO URBANO (1 hoja)
- P.3. PROPUESTAS: DESARROLLO DE LA MOVILIDAD GENERAL (2 hojas)
- P.4. PROPUESTAS: FASES DE ACTUACIONES (1 hoja)
- P.5. PROPUESTAS: DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA Y LAS ACTUACIONES – FASE 1 (3 hojas)
- P.6. PROPUESTAS: DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA Y LAS ACTUACIONES – FASE 2 (3 hojas)
- P.7. PROPUESTAS: DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA Y LAS ACTUACIONES – FASE 3 (3 hojas)
- P.8. PROPUESTAS: DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA Y LAS ACTUACIONES – FASE 4 (3 hojas)

En Las Palmas de Gran Canaria, a 31 de diciembre de 2020.

El equipo redactor:		
		
Ismael Tejera Santana Ingeniero Civil Colegiado nº20822	Javier Santana Ceballos Ingeniero Civil Colegiado nº20832	F. Alejandro Santos Naranjo Ingeniero Técnico de OO. PP. Colegiado nº23638



DOCUMENTO

PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO

ANÁLISIS: SITUACIÓN

MUNICIPIO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA

DICIEMBRE DE 2020

ESCALA

VARIAS

ORIGINAL DIN A2

Nº PLANO

A.1.

HOJA

1 DE 1



LEYENDA

- Ámbito zona comercial abierta
- Eje comercial Pedro Infinito
- Eje comercial Zaragoza

ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO



EQUIPO REDACTOR

ISMAEL TEJERA SANTANA JAVIER SANTANA CEBALLOS ALEJANDRO SANTOS NARANJO

DOCUMENTO

PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO

ANÁLISIS: EMPLAZAMIENTO

MUNICIPIO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA

DICIEMBRE DE 2020

ESCALA

1/2000

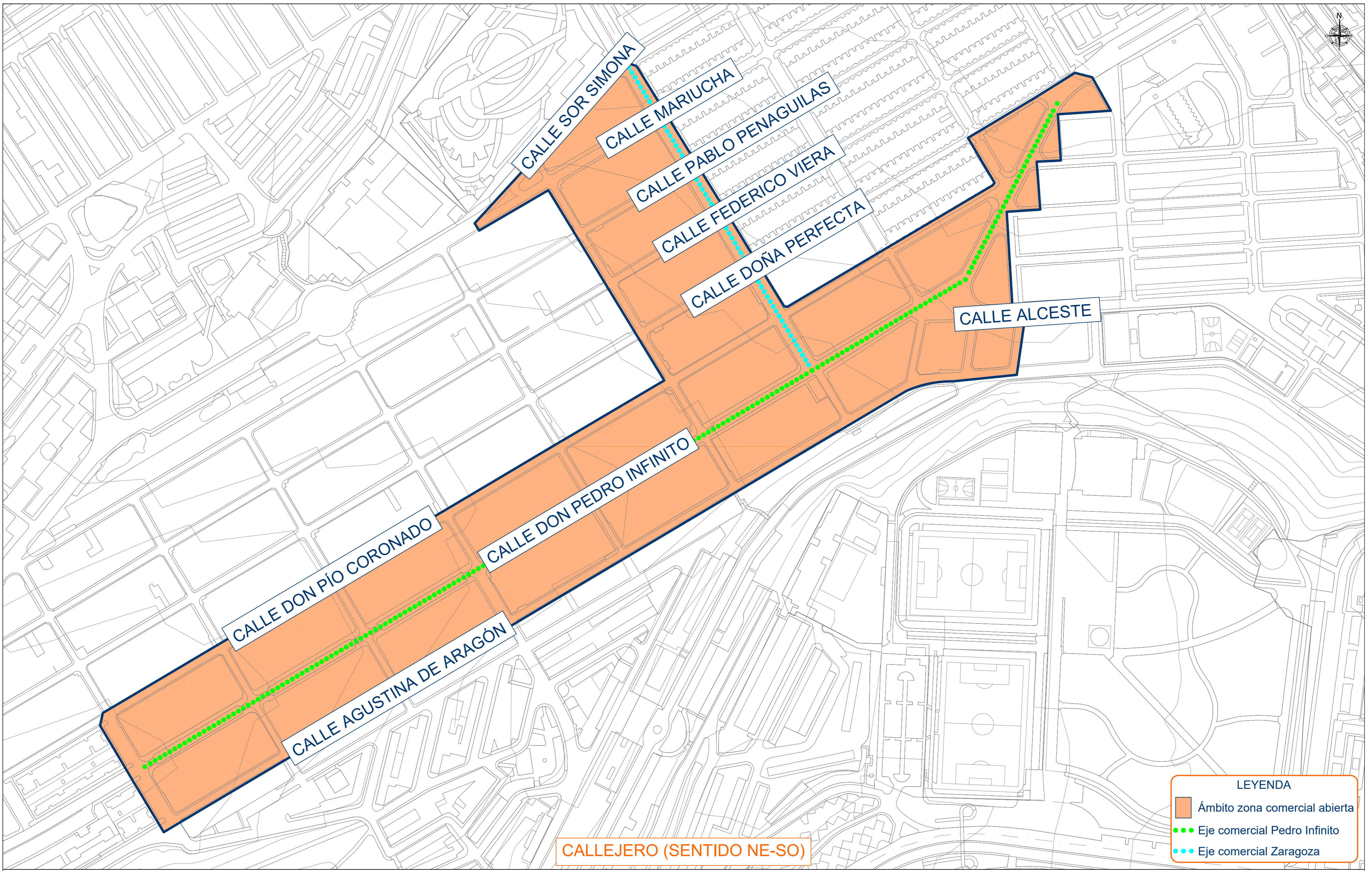
ORIGINAL DIN A2

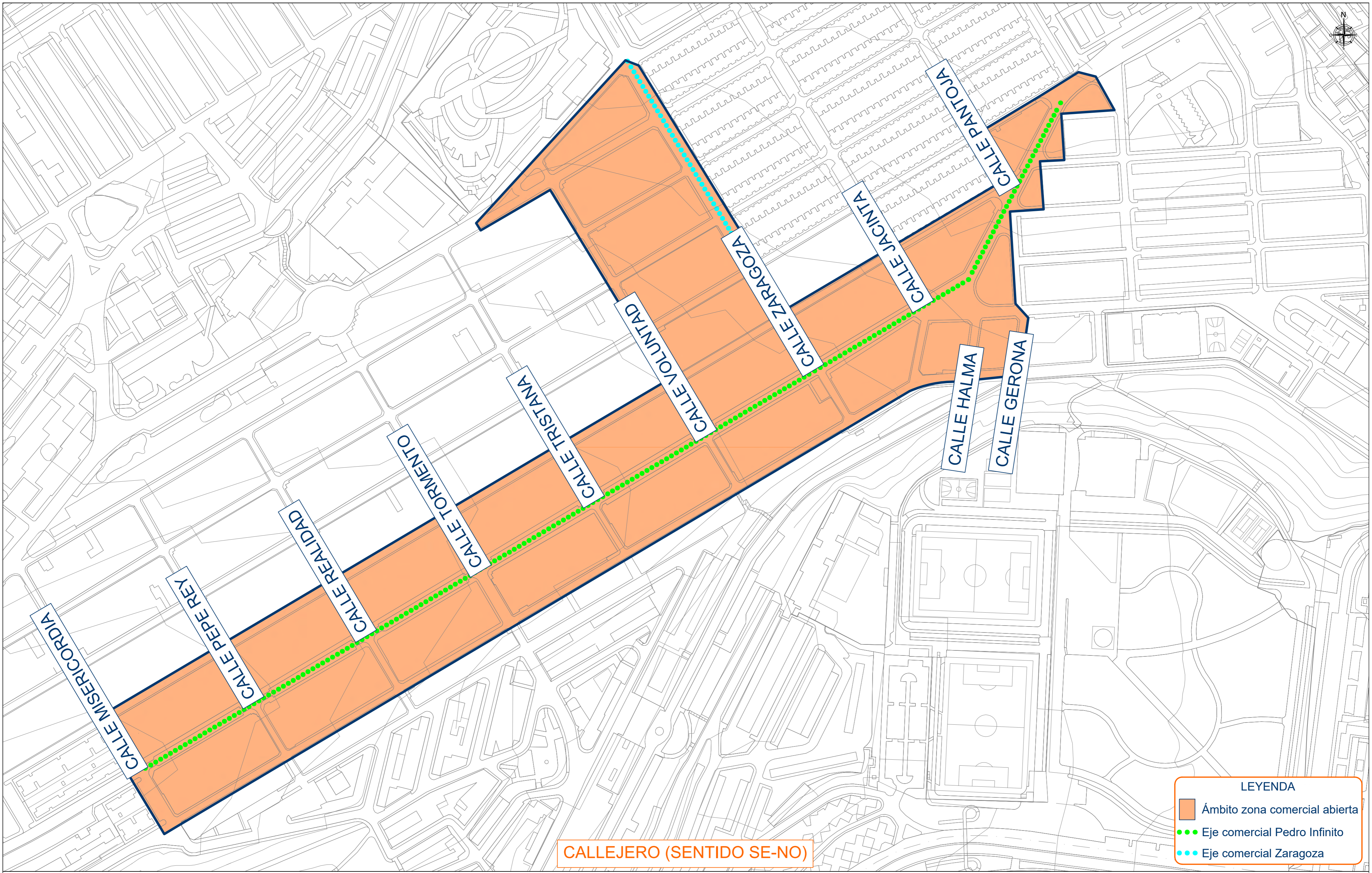
Nº PLANO

A.2.

HOJA

1 DE 3





CALLEJERO (SENTIDO SE-NO)

LEYENDA

- Ámbito zona comercial abierta**
- Eje comercial Pedro Infinito**
- Eje comercial Zaragoza**



EQUIPO REDACTOR

ISMAEL TEJERA SANTANA
 JAVIER SANTANA CEBALLOS
 ALEJANDRO SANTOS NARANJO

DOCUMENTO

PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO

ANÁLISIS: EMPLAZAMIENTO

MUNICIPIO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA

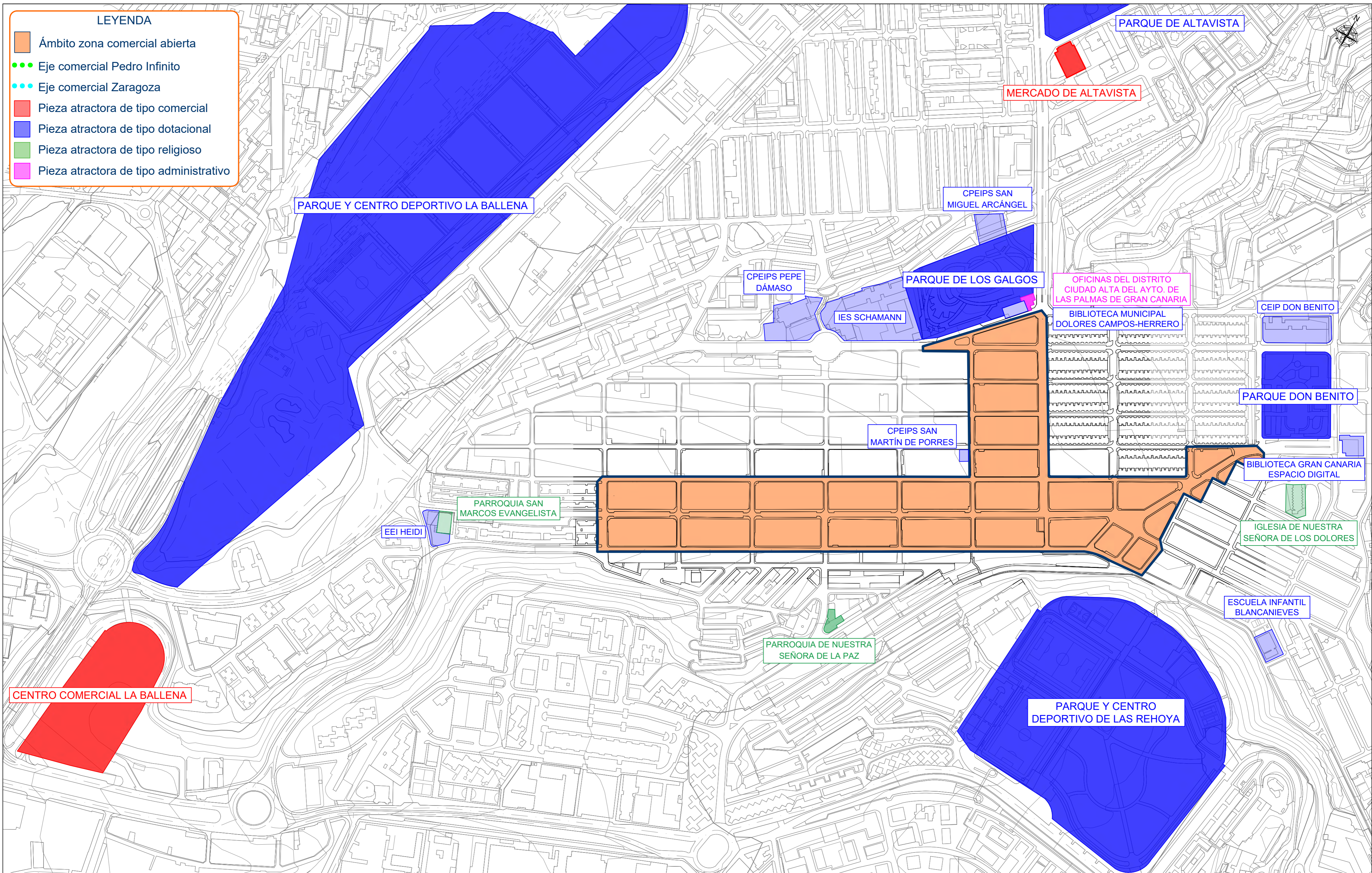
DICIEMBRE DE 2020

ESCALA

1/2000
 ORIGINAL DIN A2

Nº PLANO

A.2.
HOJA
 3 DE 3



LEYENDA

- Ámbito zona comercial abierta
- Eje comercial Pedro Infinito
- Eje comercial Zaragoza
- Pieza atractora de tipo comercial
- Pieza atractora de tipo dotacional
- Pieza atractora de tipo religioso
- Pieza atractora de tipo administrativo



EQUIPO REDACTOR

ISMAEL TEJERA SANTANA JAVIER SANTANA CEBALLOS ALEJANDRO SANTOS NARANJO

DOCUMENTO

PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO

ANÁLISIS: PIEZAS ATRACTORAS

MUNICIPIO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA

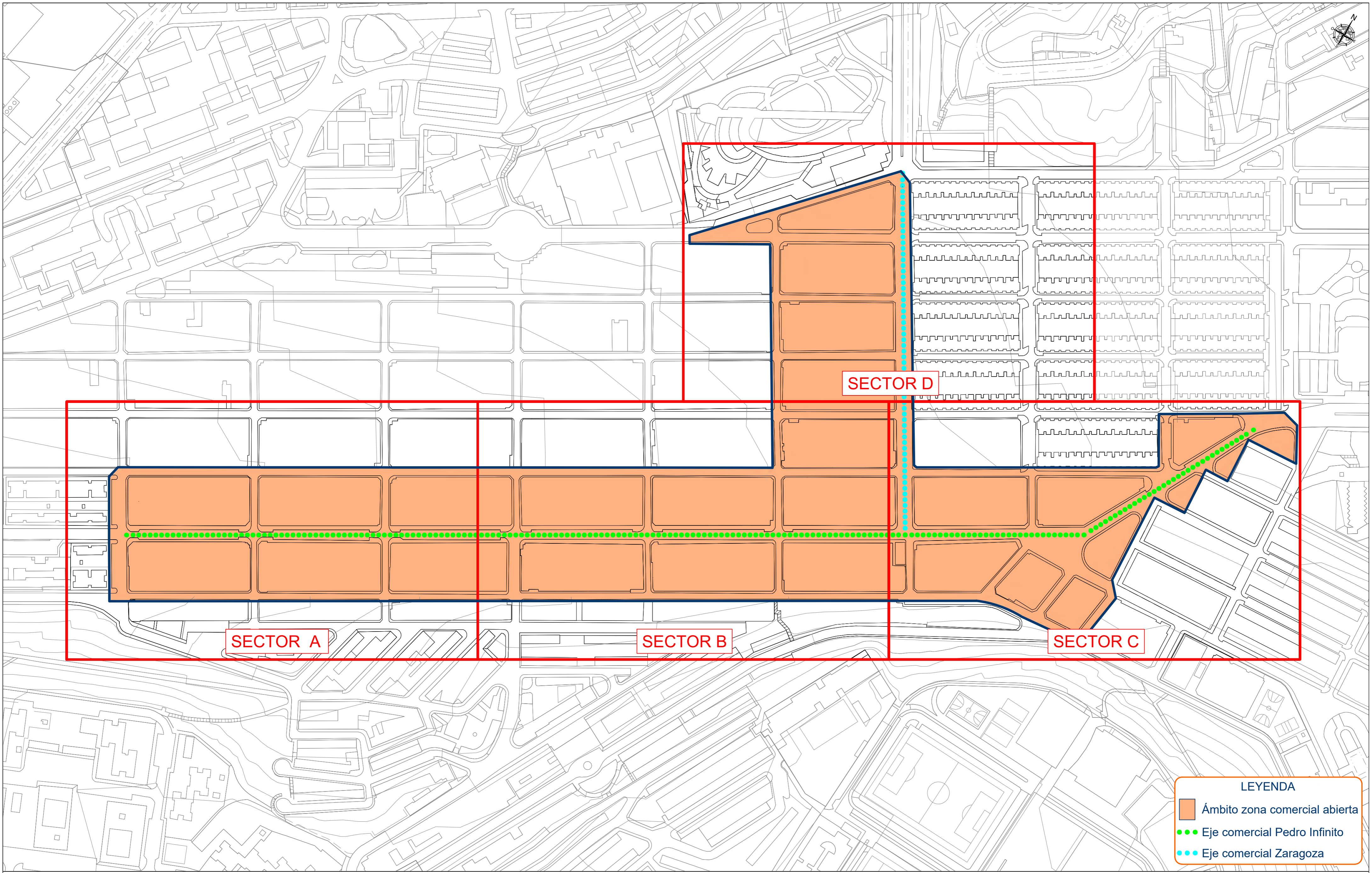
DICIEMBRE DE 2020

ESCALA

1/3500
ORIGINAL DIN A2

Nº PLANO

A.3.
HOJA 1 DE 1



LEYENDA

- Ámbito zona comercial abierta**
- Eje comercial Pedro Infinito**
- Eje comercial Zaragoza**



EQUIPO REDACTOR

ISMAEL TEJERA SANTANA
 JAVIER SANTANA CEBALLOS
 ALEJANDRO SANTOS NARANJO

DOCUMENTO

PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO

ANÁLISIS: SECTORIZACIÓN

MUNICIPIO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA

DICIEMBRE DE 2020

ESCALA

1/2000
ORIGINAL DIN A2

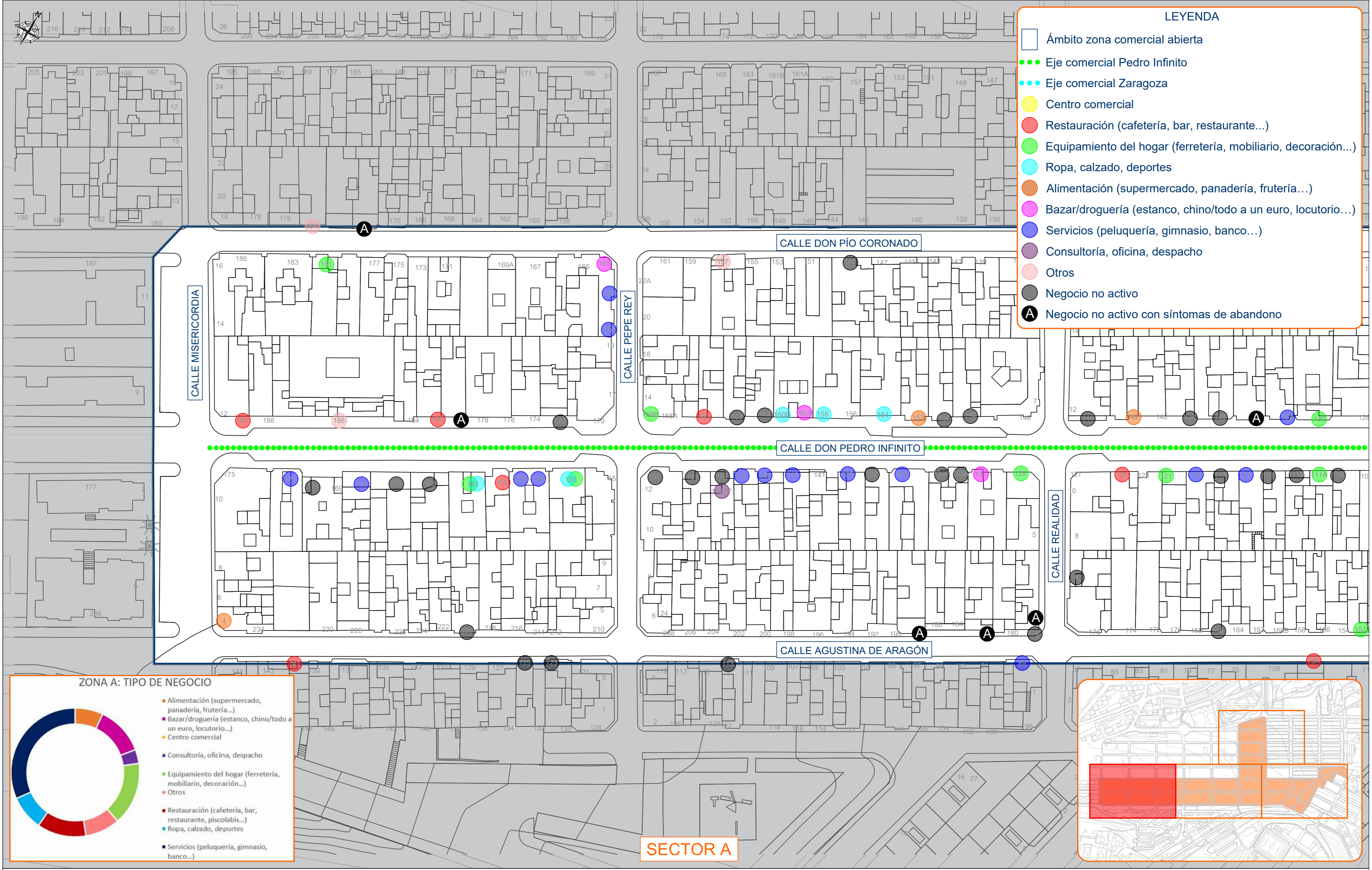
Nº PLANO

A.4.
HOJA 1 DE 1

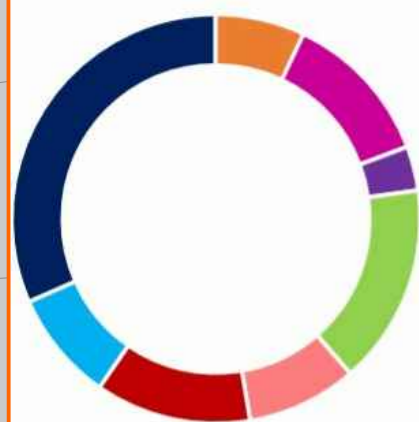


LEYENDA

- Ámbito zona comercial abierta
- Eje comercial Pedro Infinito
- Eje comercial Zaragoza
- Centro comercial
- Restauración (cafetería, bar, restaurante...)
- Equipamiento del hogar (ferretería, mobiliario, decoración...)
- Ropa, calzado, deportes
- Alimentación (supermercado, panadería, frutería...)
- Bazar/droguería (estanco, chino/todo a un euro, locutorio...)
- Servicios (peluquería, gimnasio, banco...)
- Consultoría, oficina, despacho
- Otros
- Negocio no activo
- A Negocio no activo con síntomas de abandono

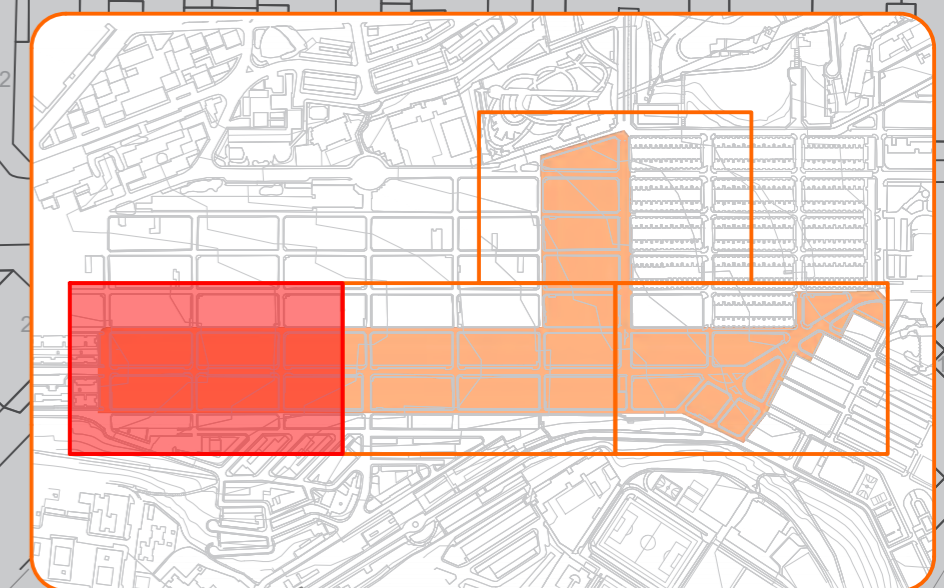


ZONA A: TIPO DE NEGOCIO



- Alimentación (supermercado, panadería, frutería...)
- Bazar/droguería (estanco, chino/todo a un euro, locutorio...)
- Centro comercial
- Consultoría, oficina, despacho
- Equipamiento del hogar (ferretería, mobiliario, decoración...)
- Otros
- Restauración (cafetería, bar, restaurante, piscochis...)
- Ropa, calzado, deportes
- Servicios (peluquería, gimnasio, banco...)

SECTOR A



EQUIPO REDACTOR

ISMAEL TEJERA SANTANA
 JAVIER SANTANA CEBALLOS
 ALEJANDRO SANTOS NARANJO

DOCUMENTO

PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO

ANÁLISIS: TEJIDO COMERCIAL

MUNICIPIO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA

DICIEMBRE DE 2020

ESCALA

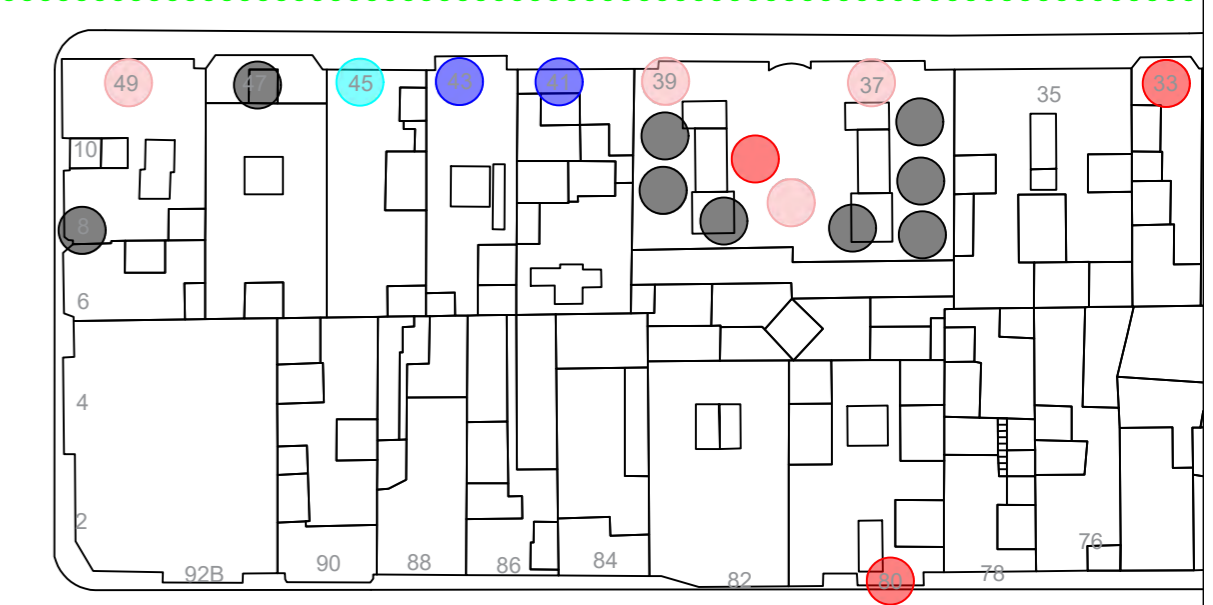
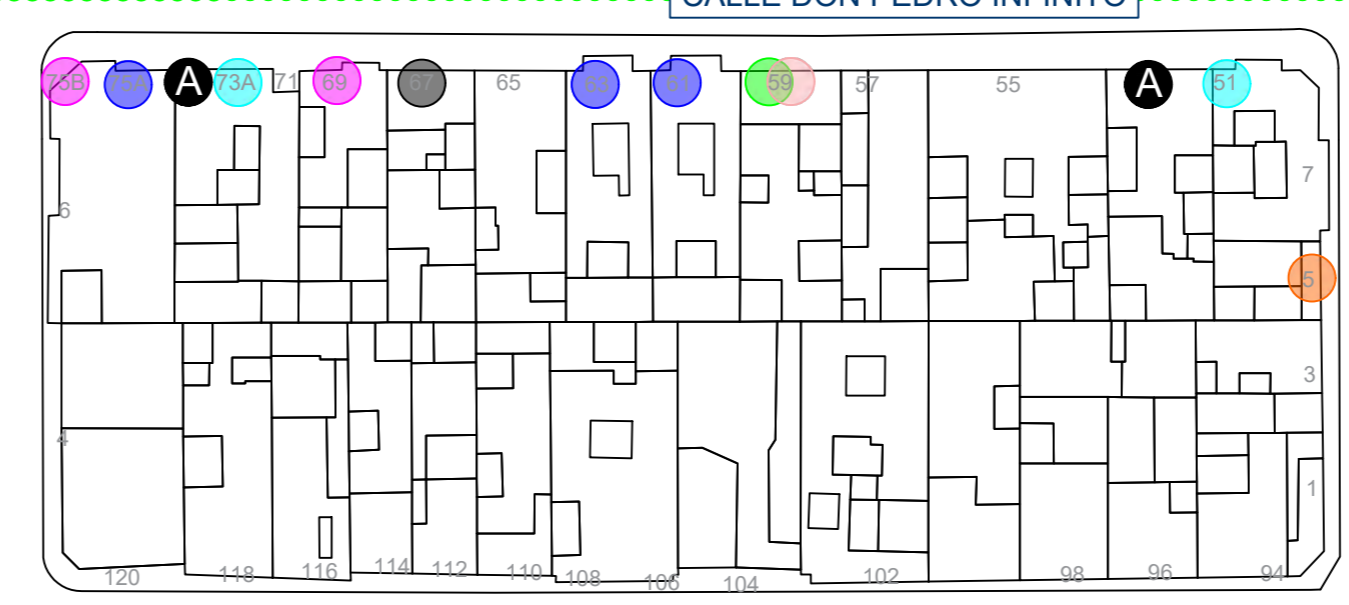
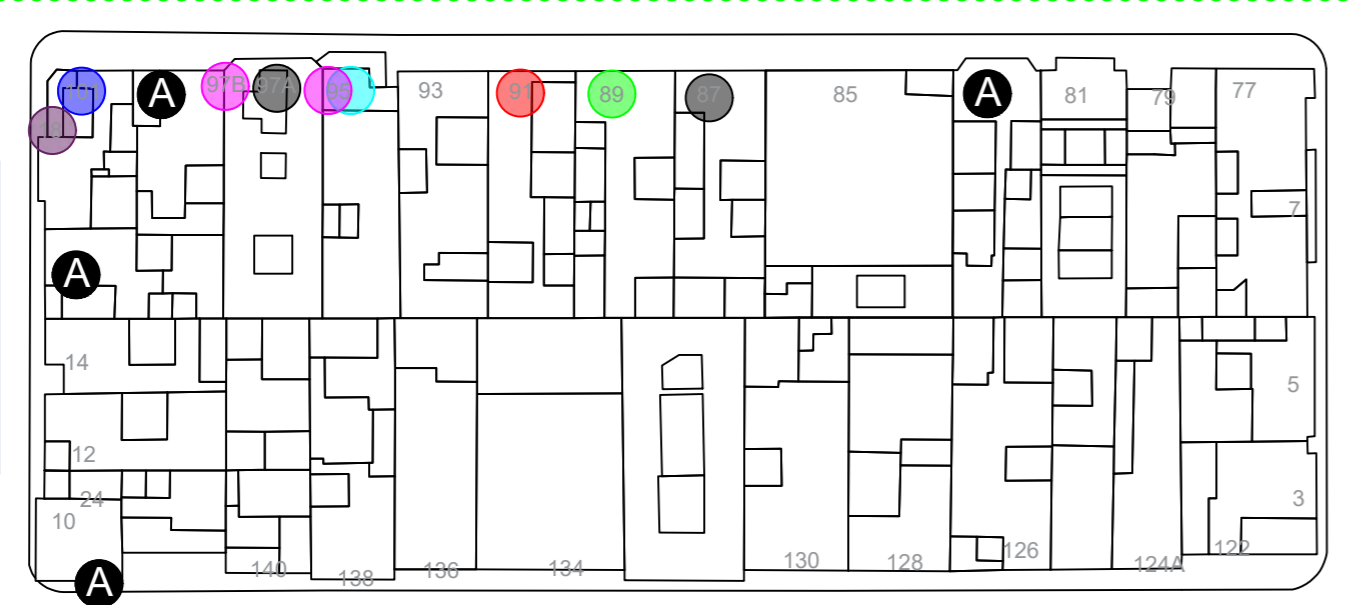
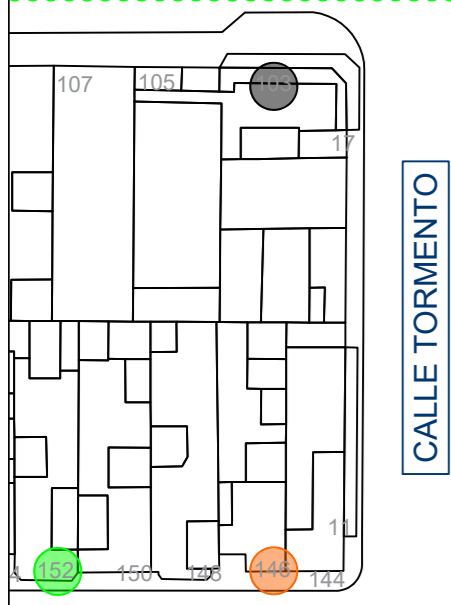
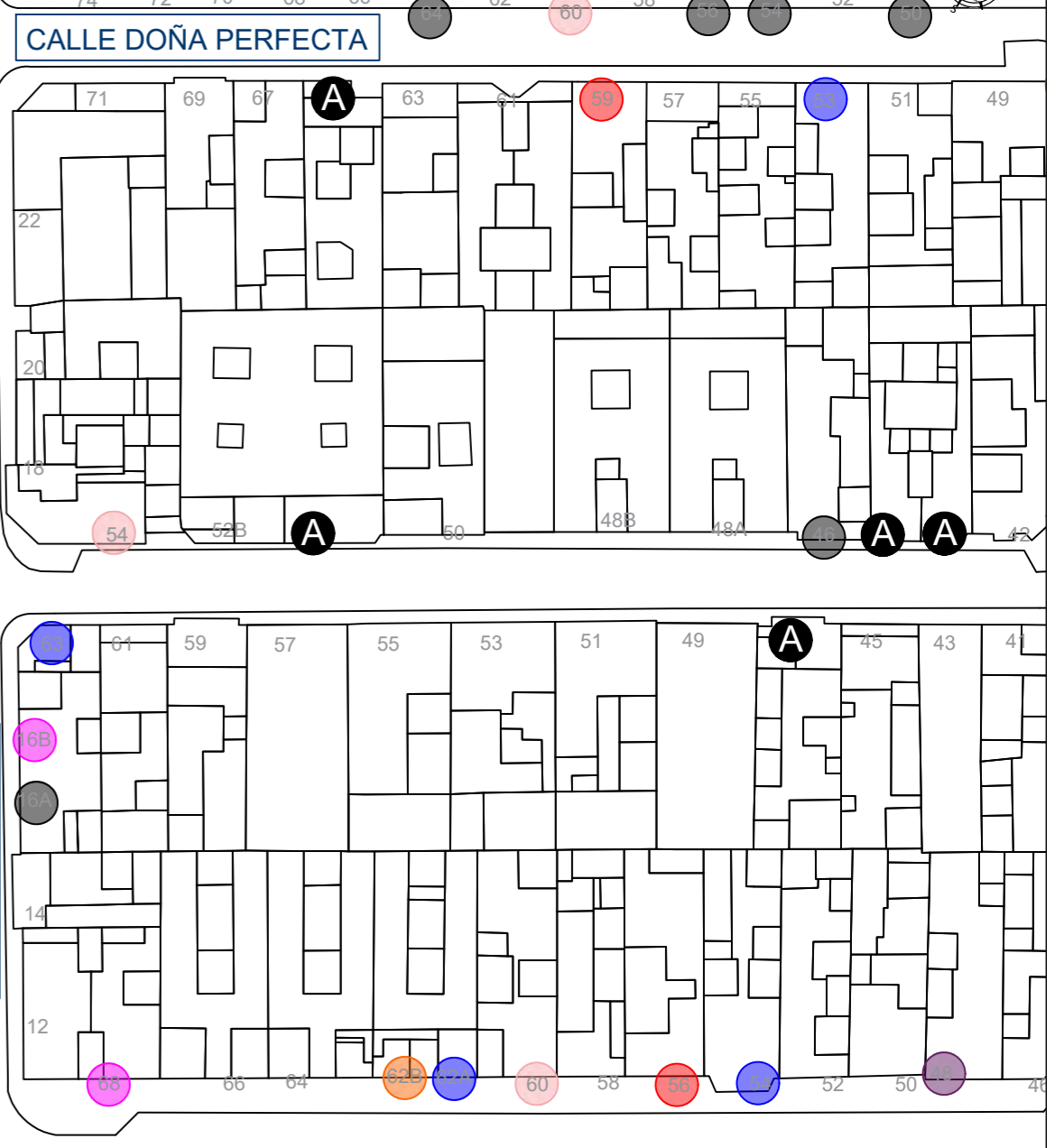
1/600
ORIGINAL DIN A2

Nº PLANO

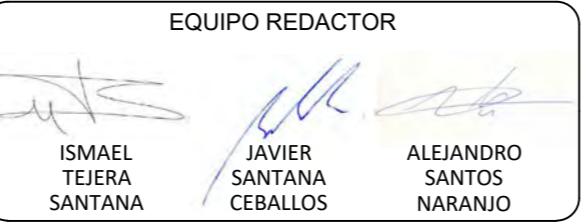
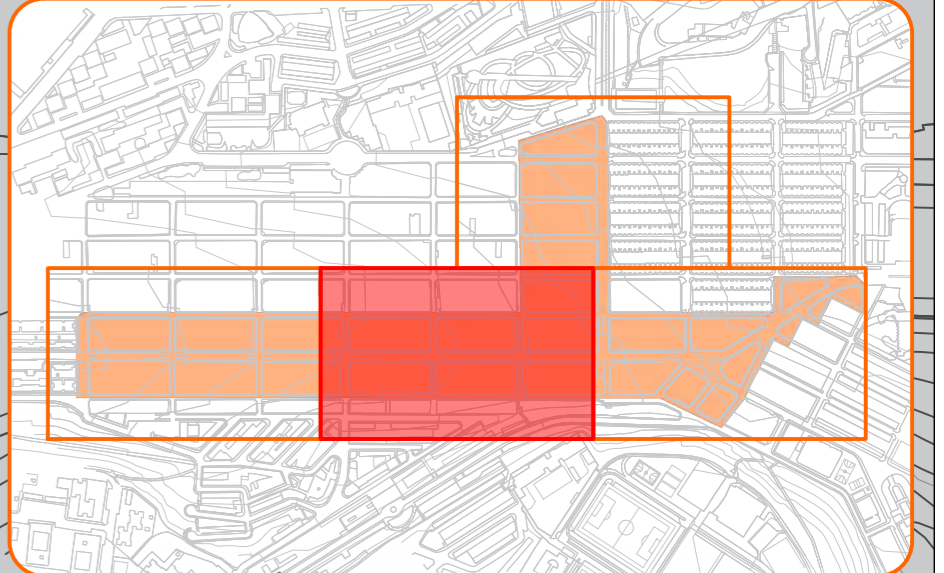
A.5.
HOJA 1 DE 8

LEYENDA

- Ámbito zona comercial abierta
- Eje comercial Pedro Infinito
- Eje comercial Zaragoza
- Centro comercial
- Restauración (cafetería, bar, restaurante...)
- Equipamiento del hogar (ferretería, mobiliario, decoración...)
- Ropa, calzado, deportes
- Alimentación (supermercado, panadería, frutería...)
- Bazar/droguería (estanco, chino/todo a un euro, locutorio...)
- Servicios (peluquería, gimnasio, banco...)
- Consultoría, oficina, despacho
- Otros
- Negocio no activo
- A Negocio no activo con síntomas de abandono



SECTOR B



DOCUMENTO
PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

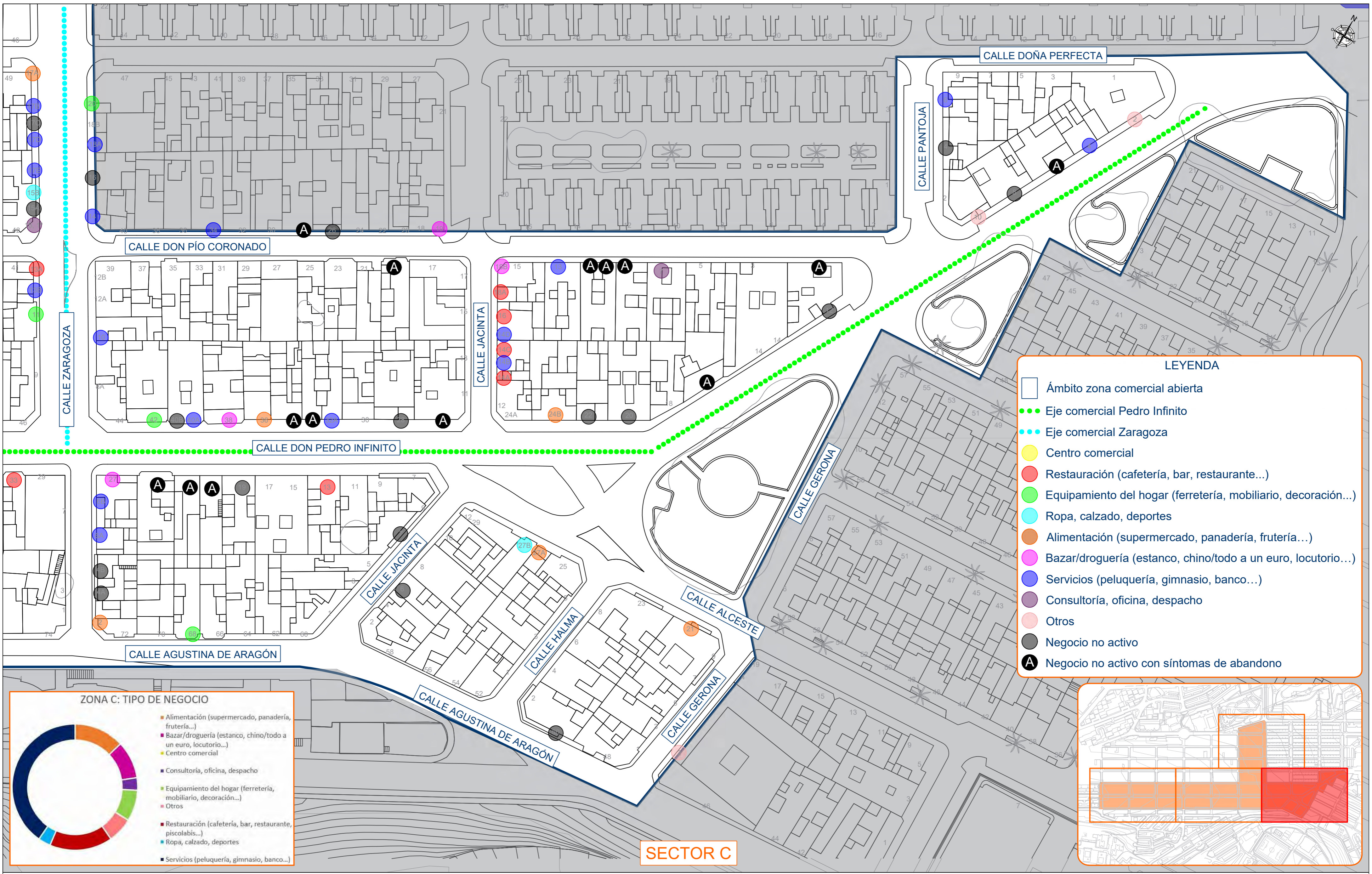
NOMBRE DE PLANO
ANÁLISIS: TEJIDO COMERCIAL

MUNICIPIO
LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA
DICIEMBRE DE 2020

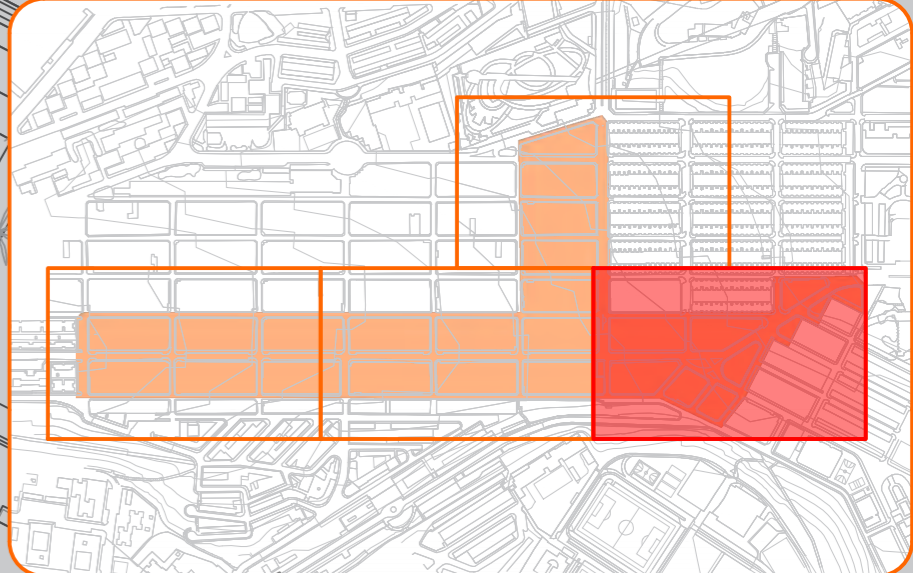
ESCALA
1/600
ORIGINAL DIN A2

Nº PLANO
A.5.
HOJA
2 DE 8



LEYENDA

- Ámbito zona comercial abierta
- Eje comercial Pedro Infinito
- Eje comercial Zaragoza
- Centro comercial
- Restauración (cafetería, bar, restaurante...)
- Equipamiento del hogar (ferretería, mobiliario, decoración...)
- Ropa, calzado, deportes
- Alimentación (supermercado, panadería, frutería...)
- Bazar/droguería (estanco, chino/todo a un euro, locutorio...)
- Servicios (peluquería, gimnasio, banco...)
- Consultoría, oficina, despacho
- Otros
- Negocio no activo
- A Negocio no activo con síntomas de abandono



SECTOR C



EQUIPO REDACTOR

ISMAEL TEJERA SANTANA
 JAVIER SANTANA CEBALLOS
 ALEJANDRO SANTOS NARANJO

DOCUMENTO

PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO

ANÁLISIS: TEJIDO COMERCIAL

MUNICIPIO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA

DICIEMBRE DE 2020

ESCALA

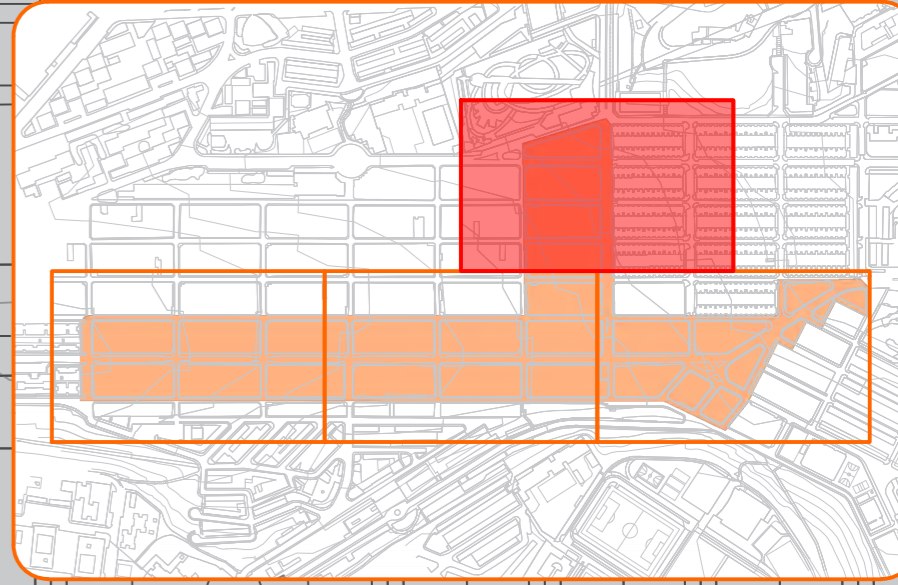
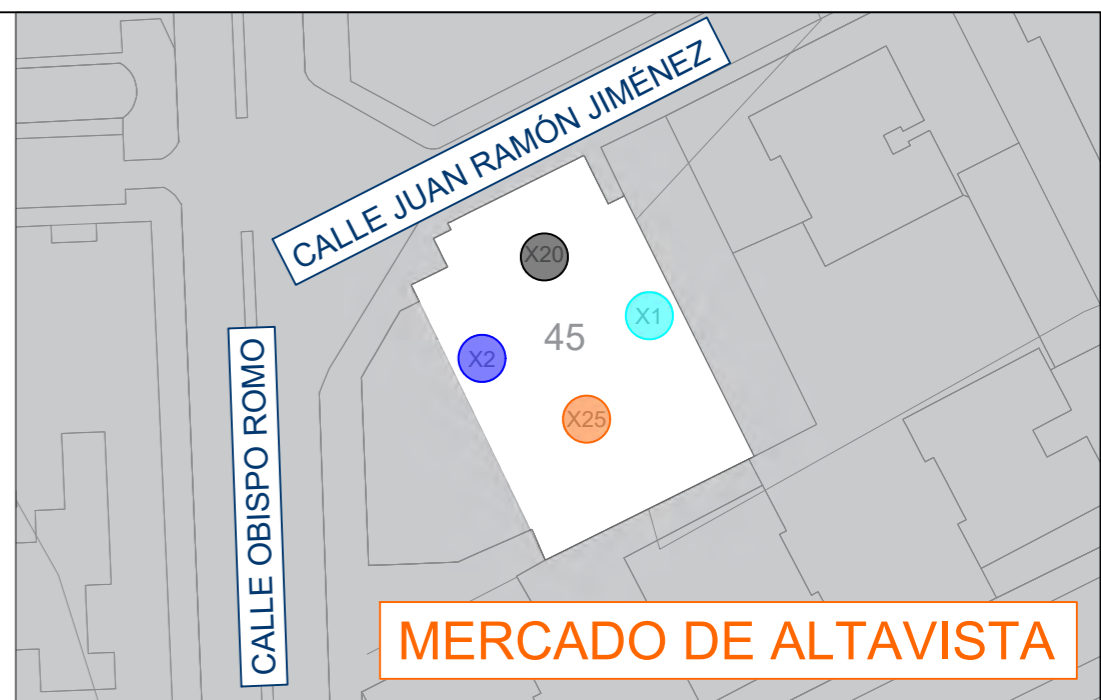
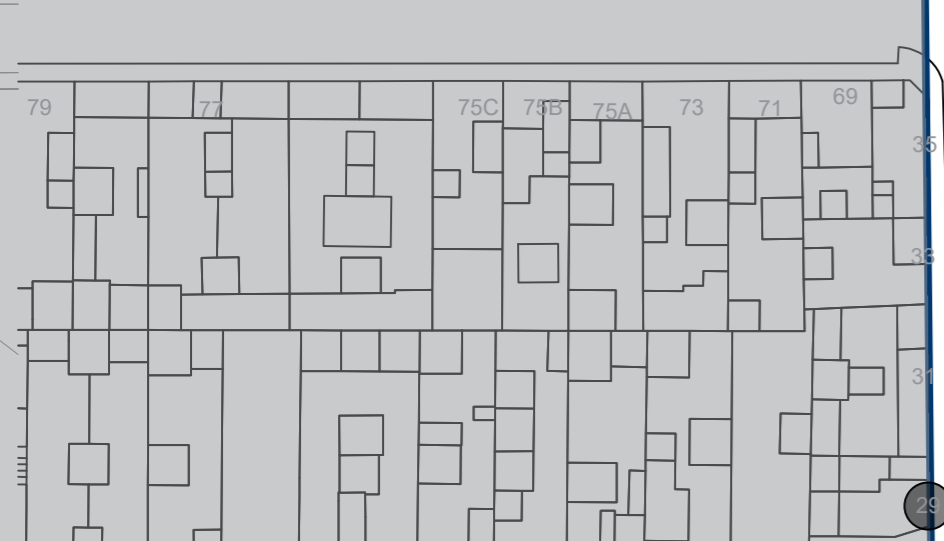
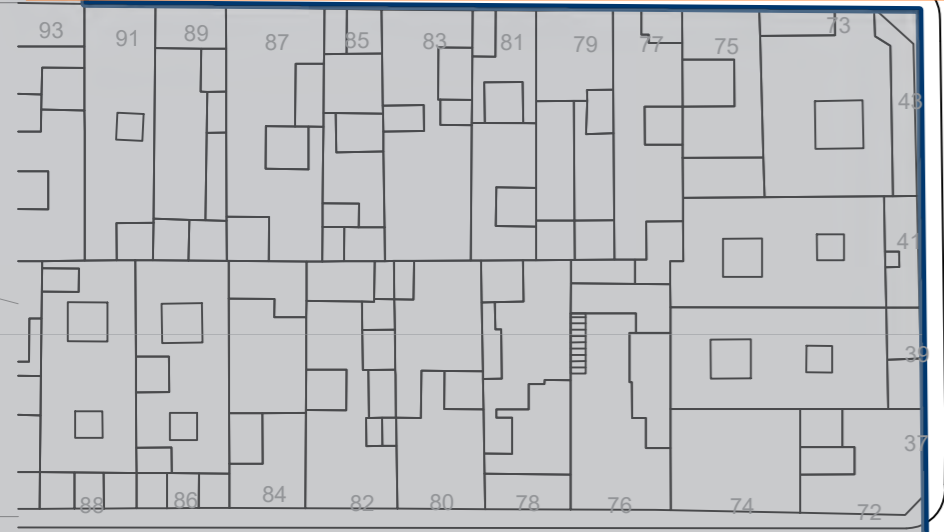
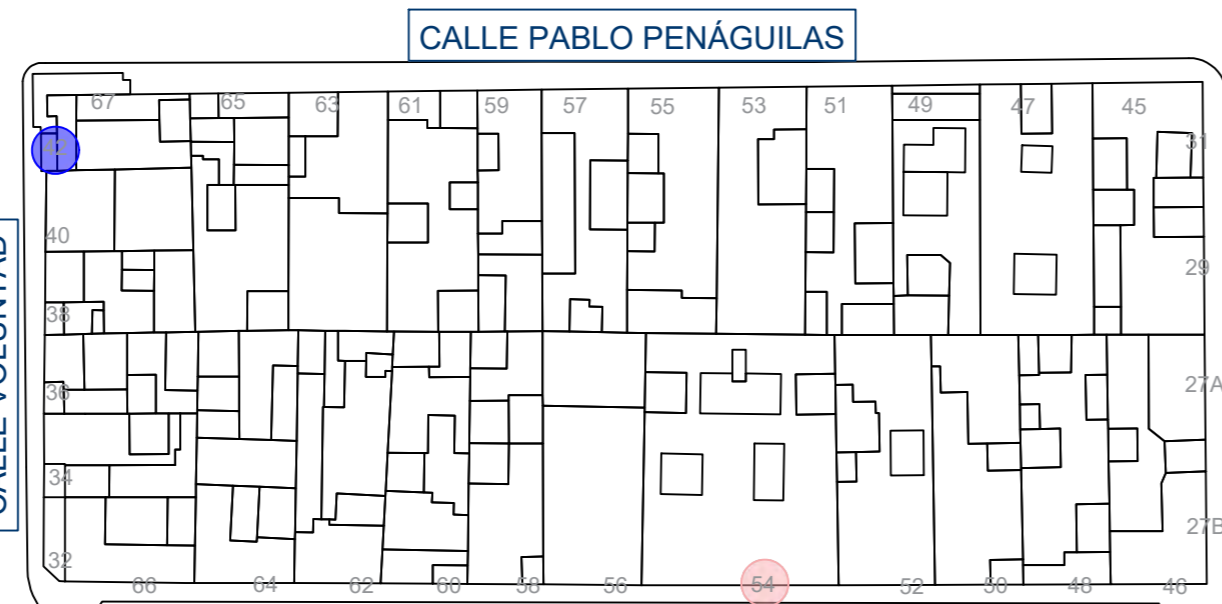
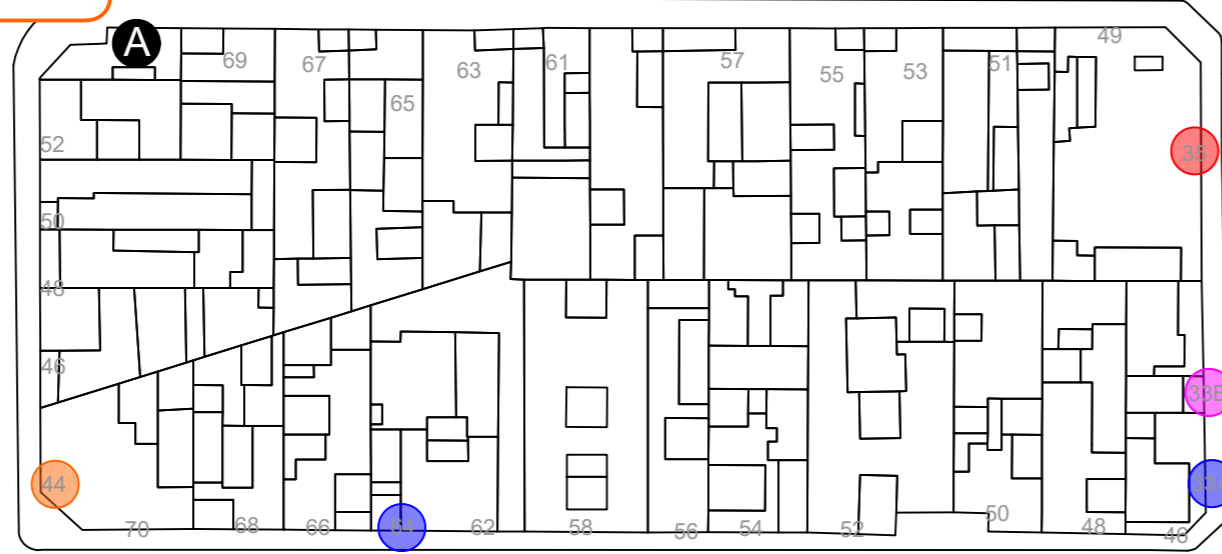
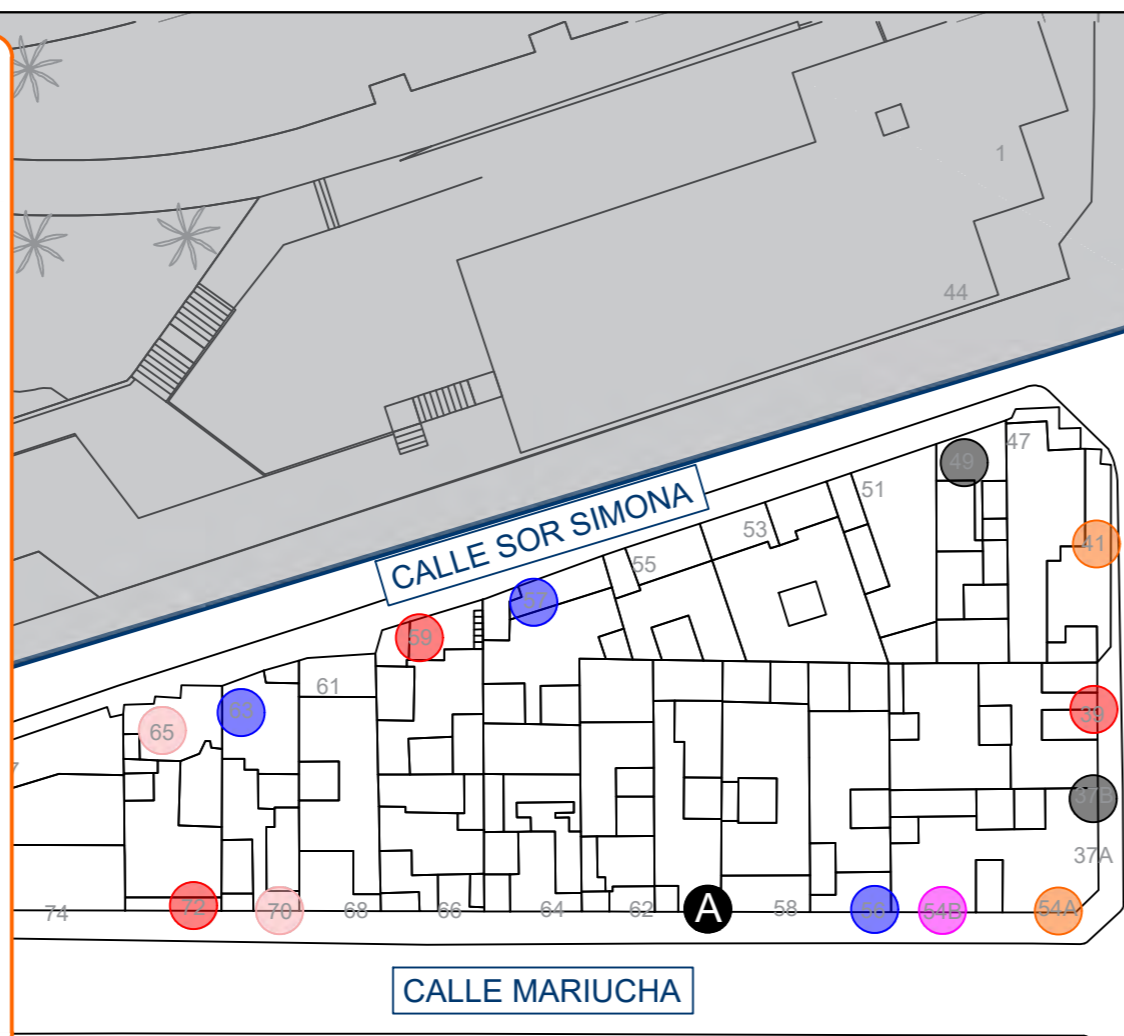
1/600
ORIGINAL DIN A2

Nº PLANO

A.5.
HOJA 3 DE 8

LEYENDA

- Ámbito zona comercial abierta
- Eje comercial Pedro Infinito
- Eje comercial Zaragoza
- Centro comercial
- Restauración (cafetería, bar, restaurante...)
- Equipamiento del hogar (ferretería, mobiliario, decoración...)
- Ropa, calzado, deportes
- Alimentación (supermercado, panadería, frutería...)
- Bazar/droguería (estanco, chino/todo a un euro, locutorio...)
- Servicios (peluquería, gimnasio, banco...)
- Consultoría, oficina, despacho
- Otros
- Negocio no activo
- A Negocio no activo con síntomas de abandono



SECTOR D



LEYENDA

- Ámbito zona comercial abierta
- Eje comercial Pedro Infinito
- Eje comercial Zaragoza
- Centro comercial
- Franquicia o cadena
- Centro de salud o análogo
- Administración de loterías
- Cadena de alimentación
- Aseguradora
- Oficina bancaria
- Establecimiento cultural

CALLE MISERICORDIA

CALLE PEPE REY

CALLE DON PÍO CORONADO

CALLE DON PEDRO INFINITO

CALLE REALIDAD

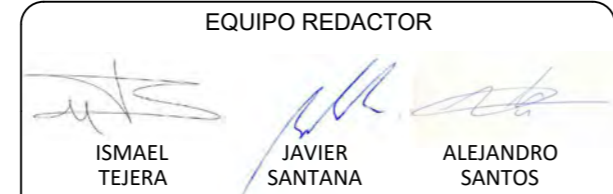
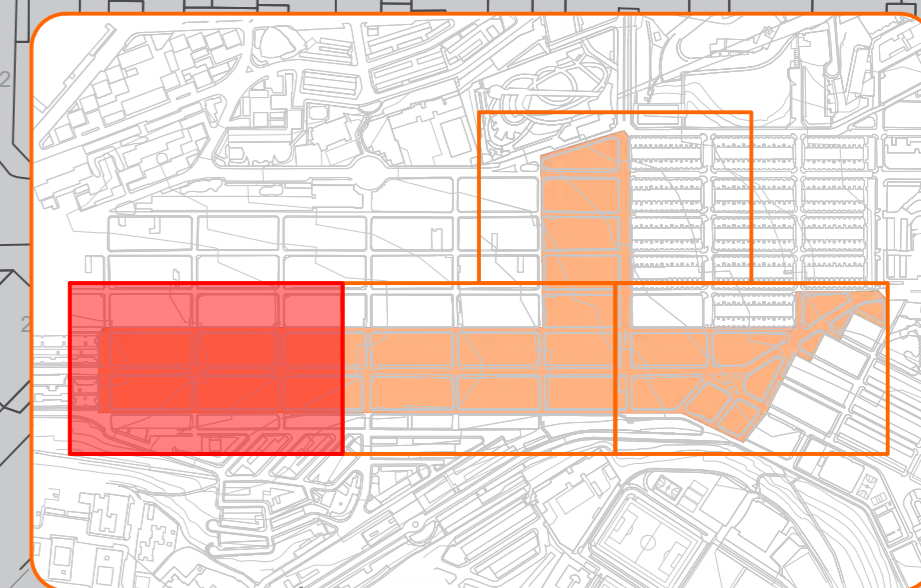
CALLE AGUSTINA DE ARAGÓN

SECTOR A

LOCOMOTORA ECONÓMICA



- Administración de loterías
- Administración pública
- Aseguradora
- Cadena de alimentación
- Centro comercial
- Centro de salud o análogo
- Establecimiento cultural (cine, teatro, sala de exposiciones, etc.)
- Franquicia o cadena
- Mercado tradicional
- Oficina bancaria



DOCUMENTO

PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO

ANÁLISIS: TEJIDO COMERCIAL

MUNICIPIO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA

DICIEMBRE DE 2020

ESCALA

1/600

ORIGINAL DIN A2

Nº PLANO

A.5.

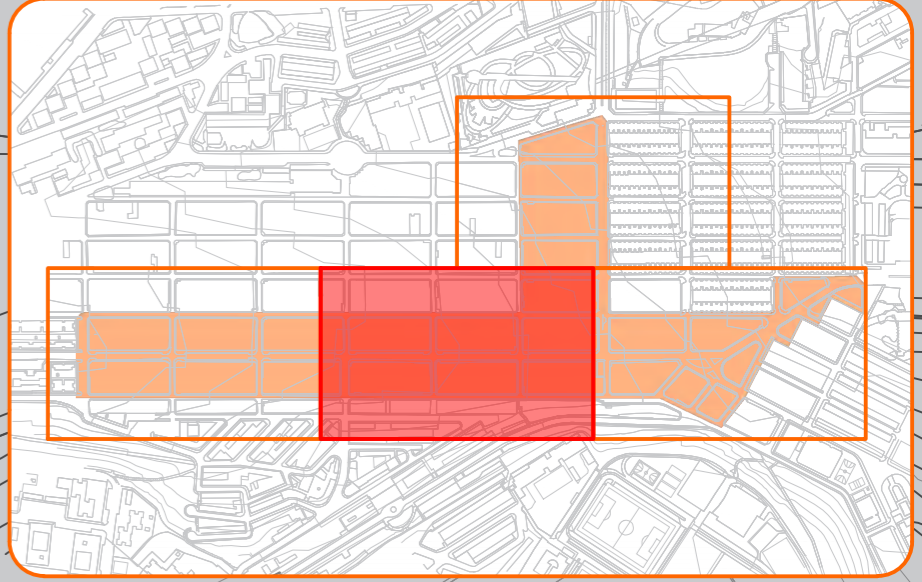
HOJA

5 DE 8



LEYENDA

- Ámbito zona comercial abierta
- Eje comercial Pedro Infinito
- Eje comercial Zaragoza
- ⬡ Centro comercial
- ⬡ Franquicia o cadena
- ⬡ Centro de salud o análogo
- ⬡ Administración de loterías
- ⬡ Cadena de alimentación
- ⬡ Aseguradora
- ⬡ Oficina bancaria
- ⬡ Establecimiento cultural



SECTOR B



EQUIPO REDACTOR

ISMAEL TEJERA SANTANA
 JAVIER SANTANA CEBALLOS
 ALEJANDRO SANTOS NARANJO

DOCUMENTO

PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO

ANÁLISIS: TEJIDO COMERCIAL

MUNICIPIO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA

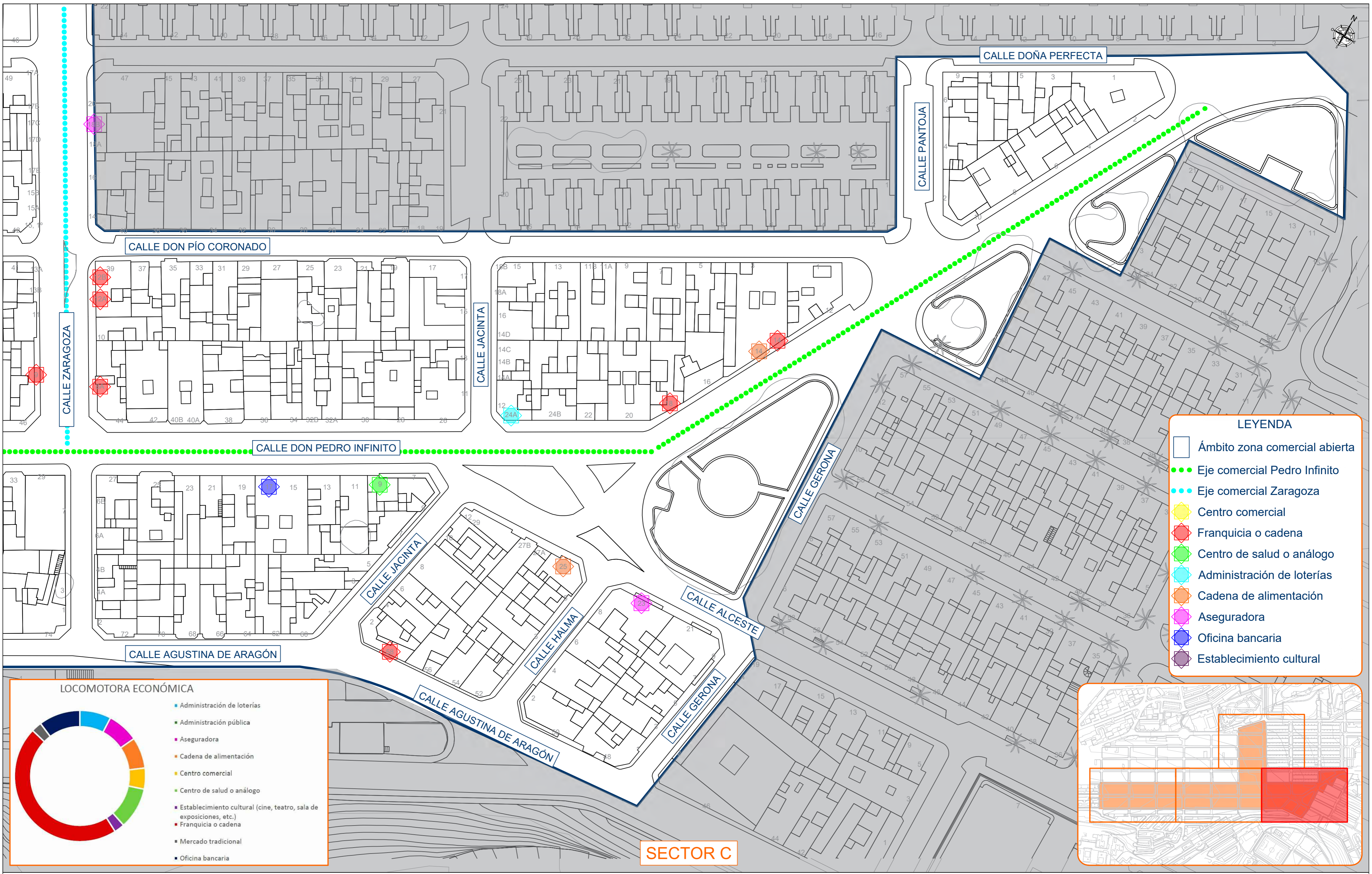
DICIEMBRE DE 2020

ESCALA

1/600
ORIGINAL DIN A2

Nº PLANO

A.5.
HOJA 6 DE 8

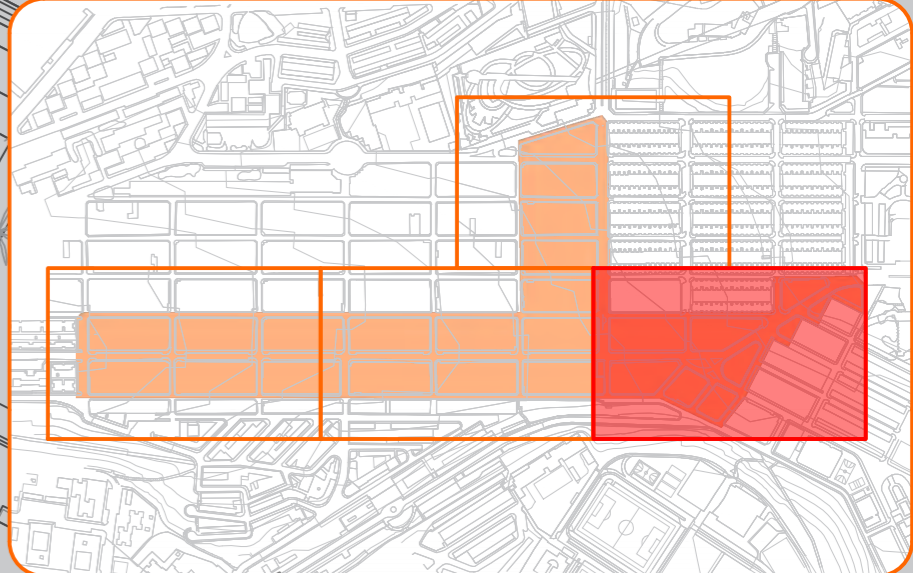


LEYENDA

- Ámbito zona comercial abierta
- Eje comercial Pedro Infinito
- Eje comercial Zaragoza
- Centro comercial
- Franquicia o cadena
- Centro de salud o análogo
- Administración de loterías
- Cadena de alimentación
- Aseguradora
- Oficina bancaria
- Establecimiento cultural












LOCOMOTORA ECONÓMICA

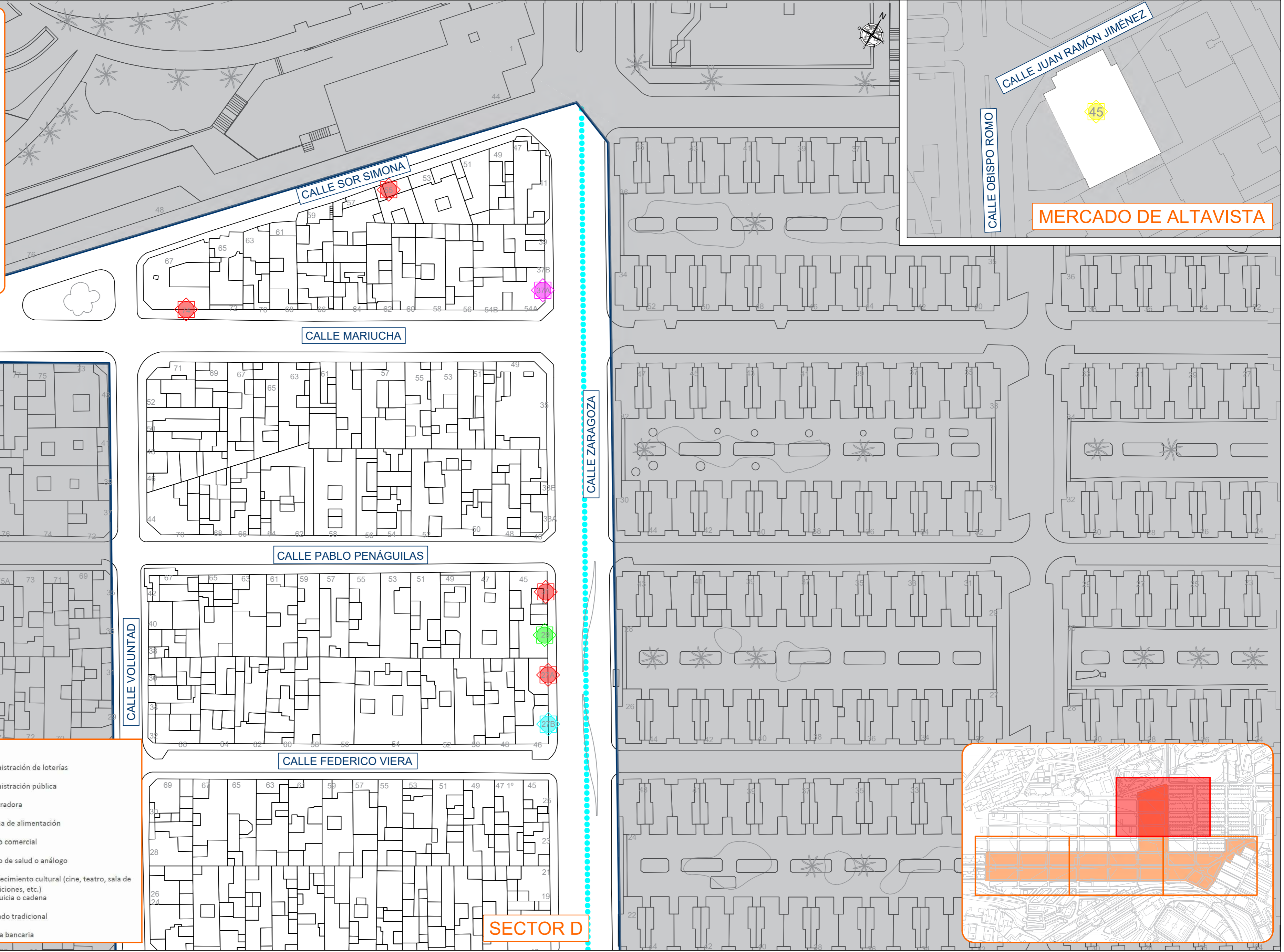
- Administración de loterías
- Administración pública
- Aseguradora
- Cadena de alimentación
- Centro comercial
- Centro de salud o análogo
- Establecimiento cultural (cine, teatro, sala de exposiciones, etc.)
- Franquicia o cadena
- Mercado tradicional
- Oficina bancaria



SECTOR C

LEYENDA

-  Ámbito zona comercial abierta
-  Eje comercial Pedro Infinito
-  Eje comercial Zaragoza
-  Centro comercial
-  Franquicia o cadena
-  Centro de salud o análogo
-  Administración de loterías
-  Cadena de alimentación
-  Aseguradora
-  Oficina bancaria
-  Establecimiento cultural



SECTOR D



EQUIPO REDACTOR

ISMAEL TEJERA SANTANA JAVIER SANTANA CEBALLOS ALEJANDRO SANTOS NARANJO

DOCUMENTO

PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO

ANÁLISIS: TEJIDO COMERCIAL

MUNICIPIO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA

DICIEMBRE DE 2020

ESCALA

1/600

ORIGINAL DIN A2

Nº PLANO

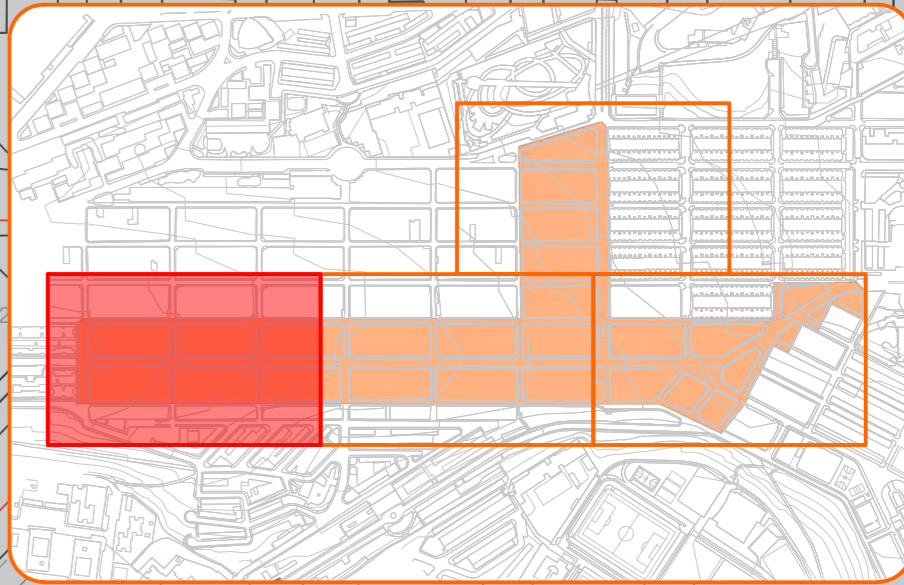
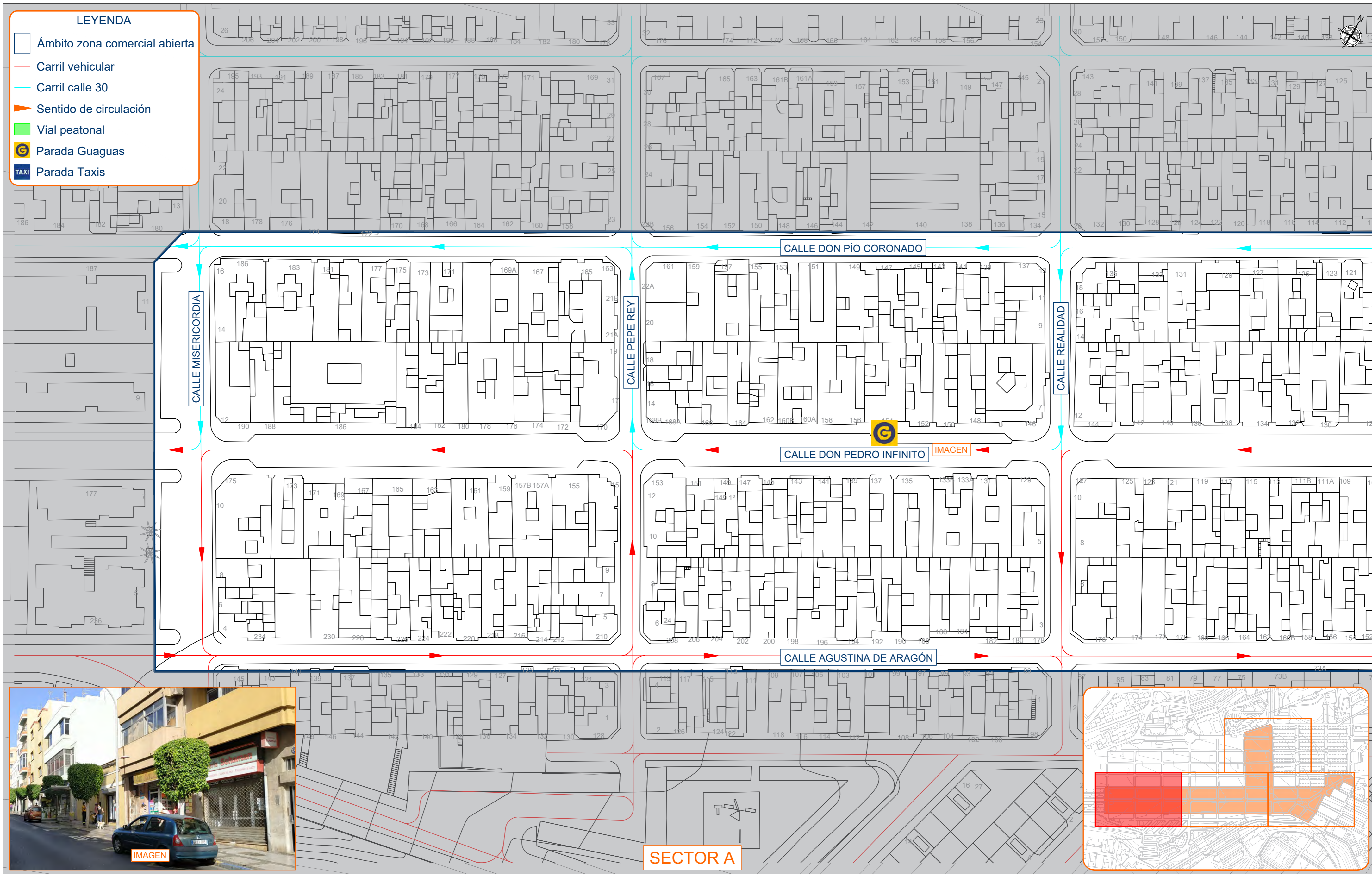
A.5.

HOJA




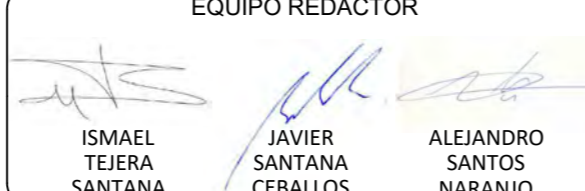
8 DE 8

LEYENDA







- Ámbito zona comercial abierta
- Carril vehicular
- Carril calle 30
- Sentido de circulación
- Vial peatonal
- G Parada Guaguas
- TAXI Parada Taxis

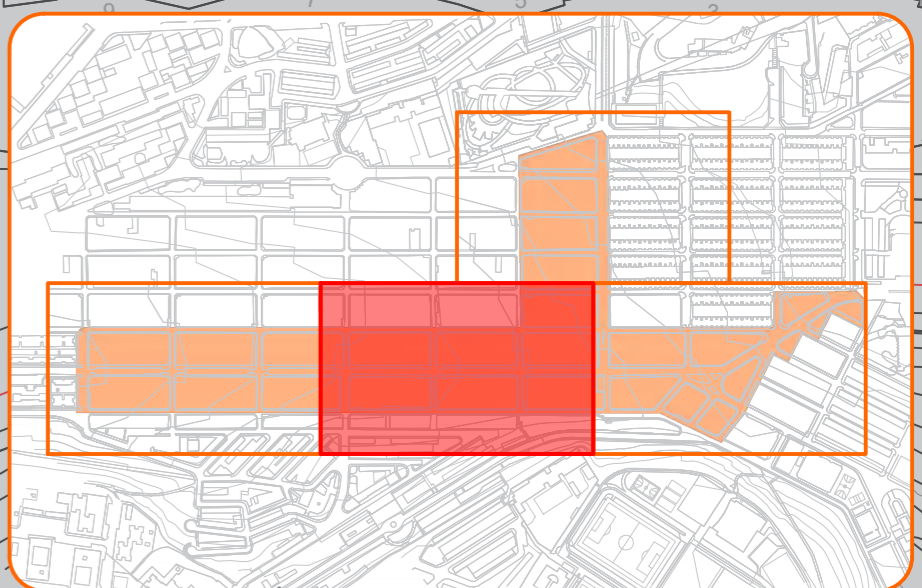
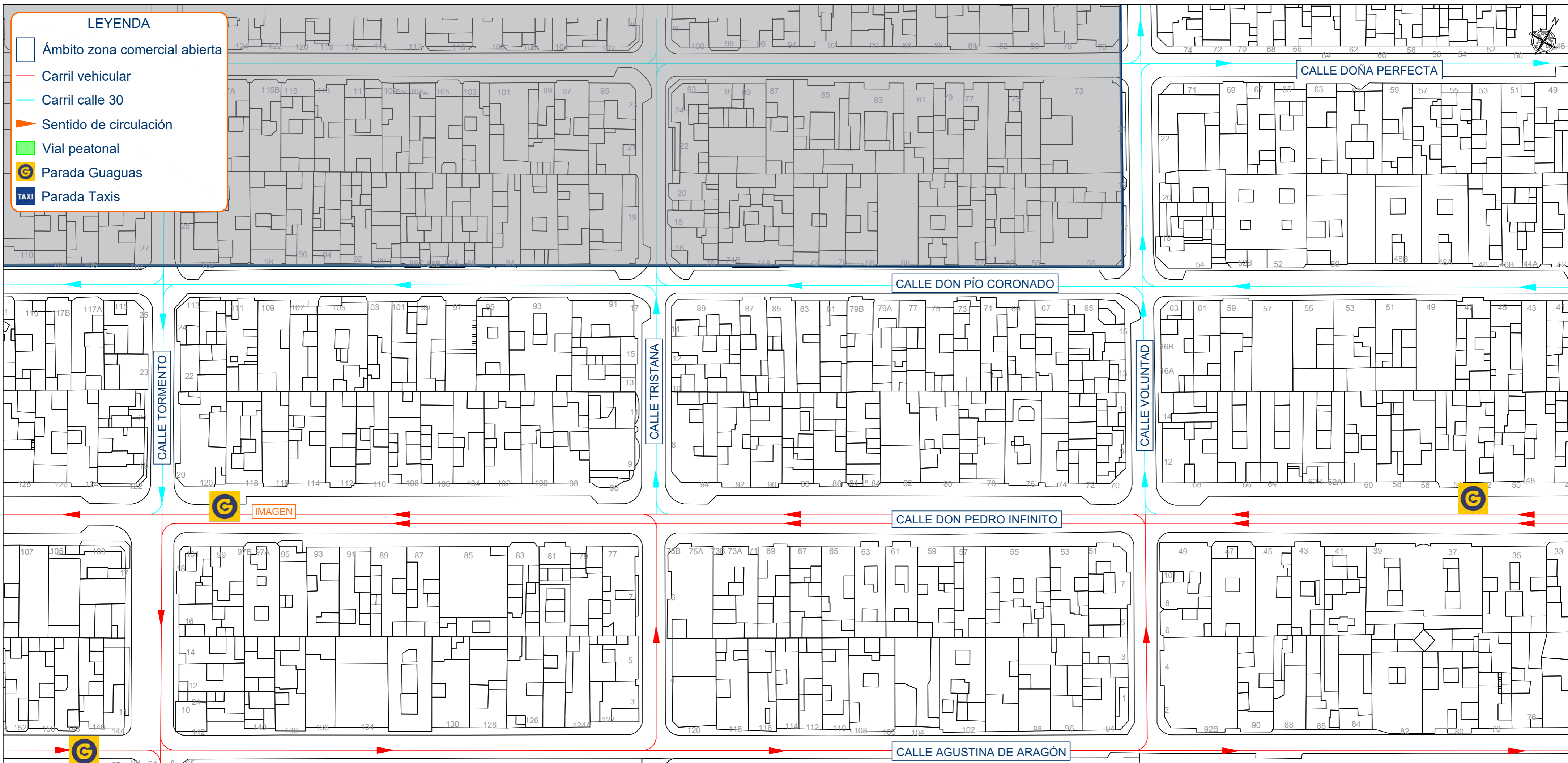


SECTOR A

 <p>Consejería de Industria, Comercio y Artesanía</p>	 <p>Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria</p>		EQUIPO REDACTOR	DOCUMENTO	NOMBRE DE PLANO	MUNICIPIO	FECHA	ESCALA	Nº PLANO
			 <p>ISMAEL TEJERA SANTANA JAVIER SANTANA CEBALLOS ALEJANDRO SANTOS NARANJO</p>	PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO	ANÁLISIS: MOVILIDAD PEATONAL Y VEHICULAR	LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	DICIEMBRE DE 2020	1/600 ORIGINAL DIN A2	A.6. HOJA 1 DE 4

LEYENDA

-  Ámbito zona comercial abierta
-  Carril vehicular
-  Carril calle 30
-  Sentido de circulación
-  Vial peatonal
-  Parada Guaguas
-  Parada Taxis



SECTOR B



EQUIPO REDACTOR

ISMAEL TEJERA SANTANA JAVIER SANTANA CEBALLOS ALEJANDRO SANTOS NARANJO

DOCUMENTO

PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO

ANÁLISIS: MOVILIDAD PEATONAL Y VEHICULAR

MUNICIPIO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA

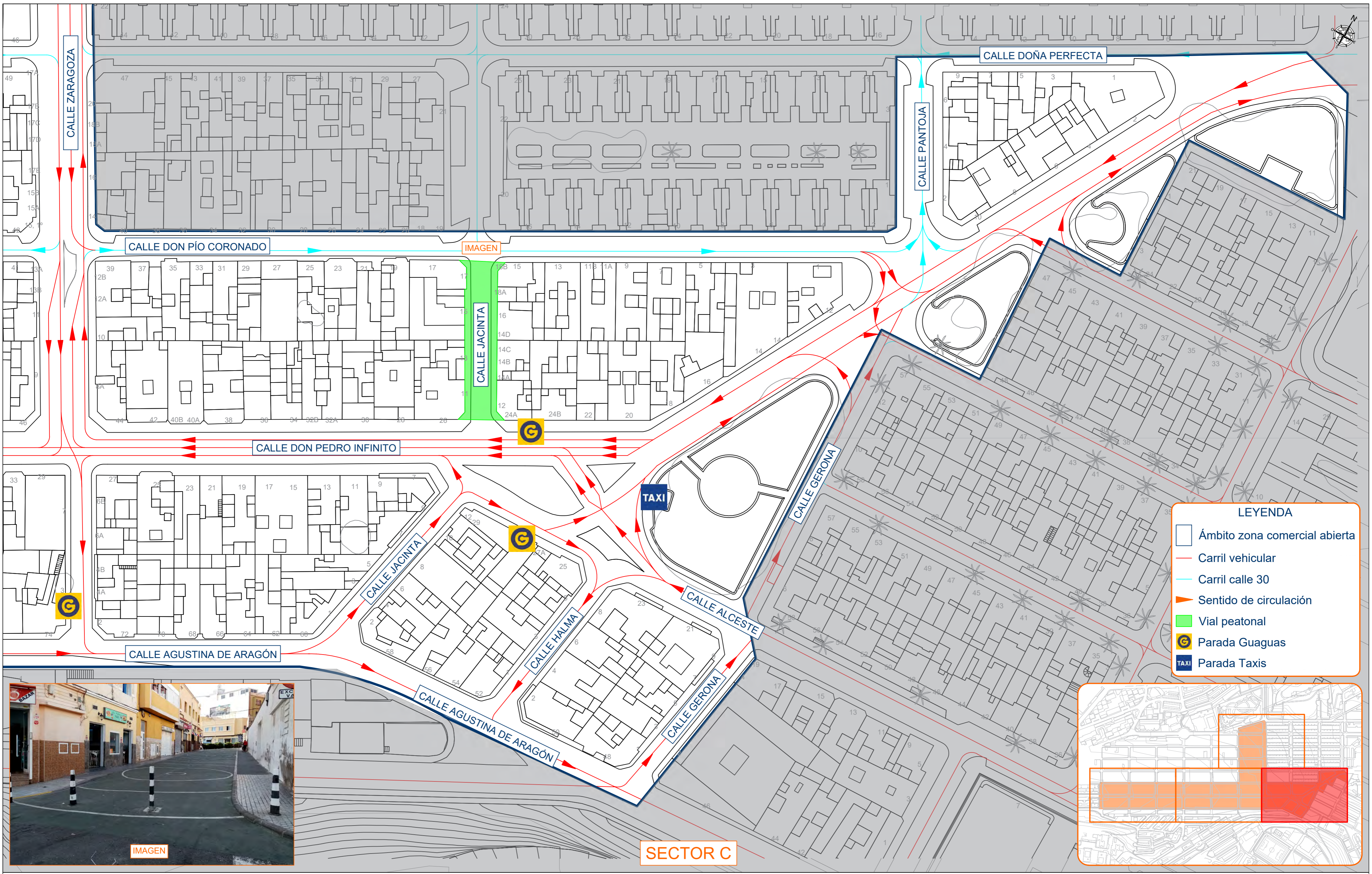
DICIEMBRE DE 2020

ESCALA

1/600
ORIGINAL DIN A2

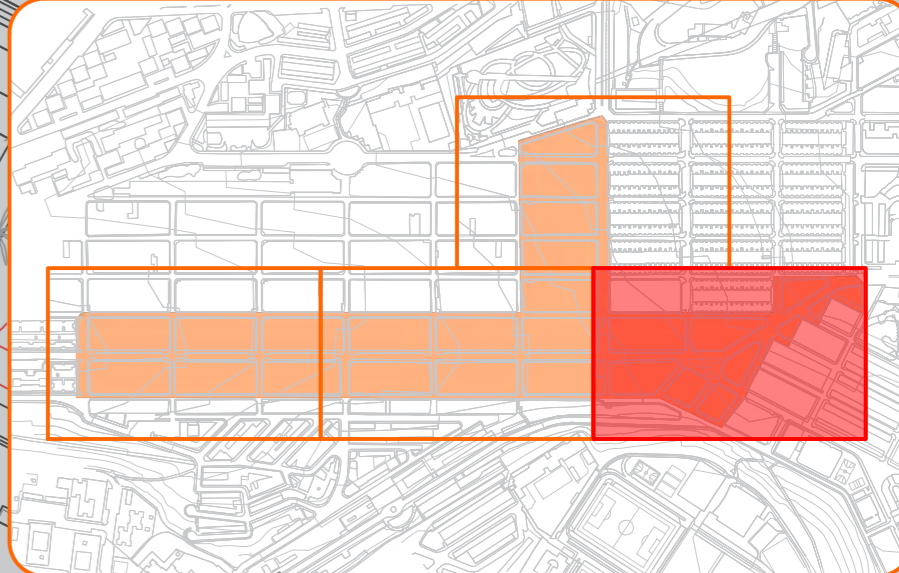
Nº PLANO

A.6.
HOJA 2 DE 4










LEYENDA

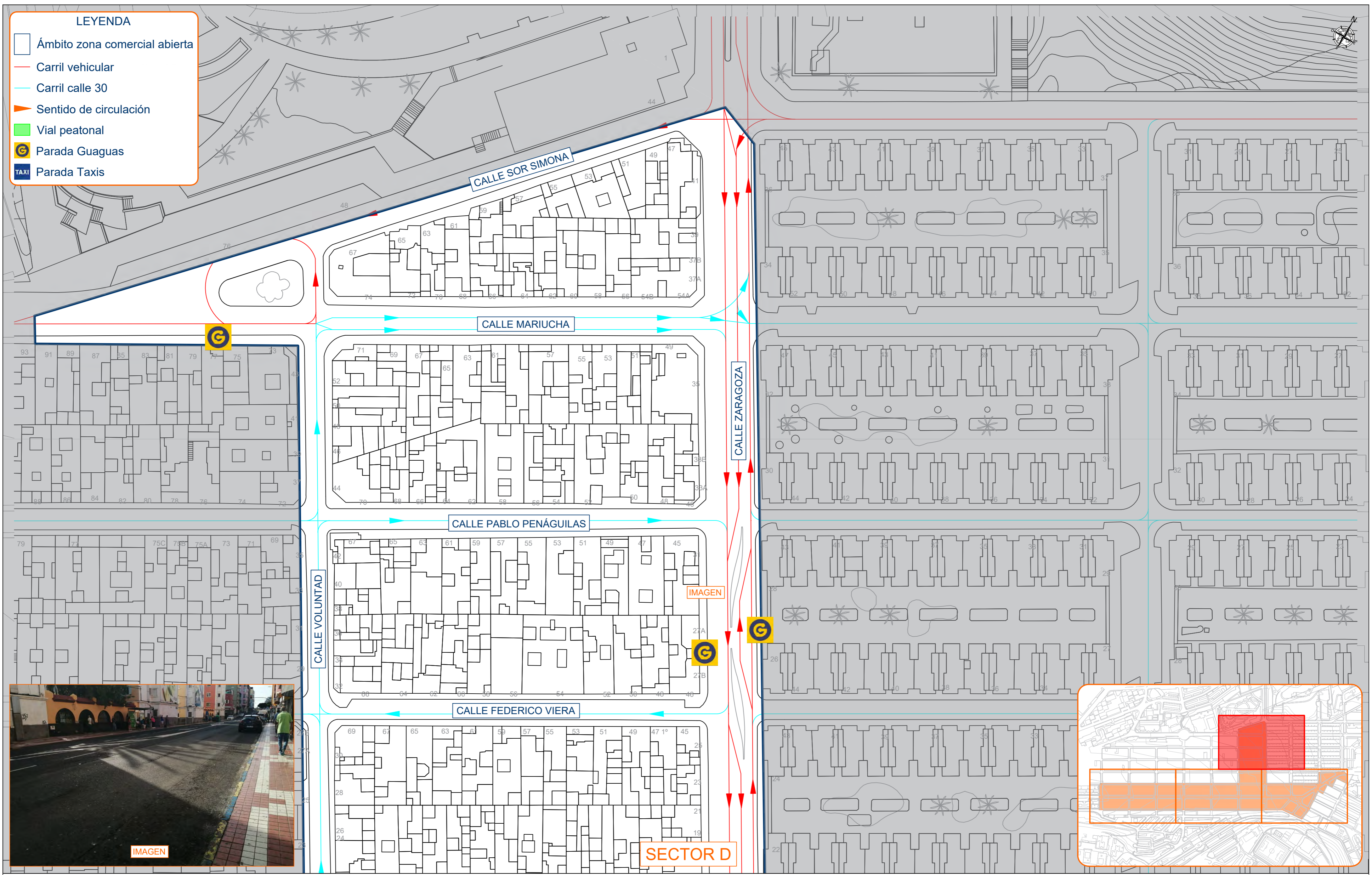
- Ámbito zona comercial abierta
- Carril vehicular
- Carril calle 30
- Sentido de circulación
- Vial peatonal
- G Parada Guaguas
- TAXI Parada Taxis



SECTOR C

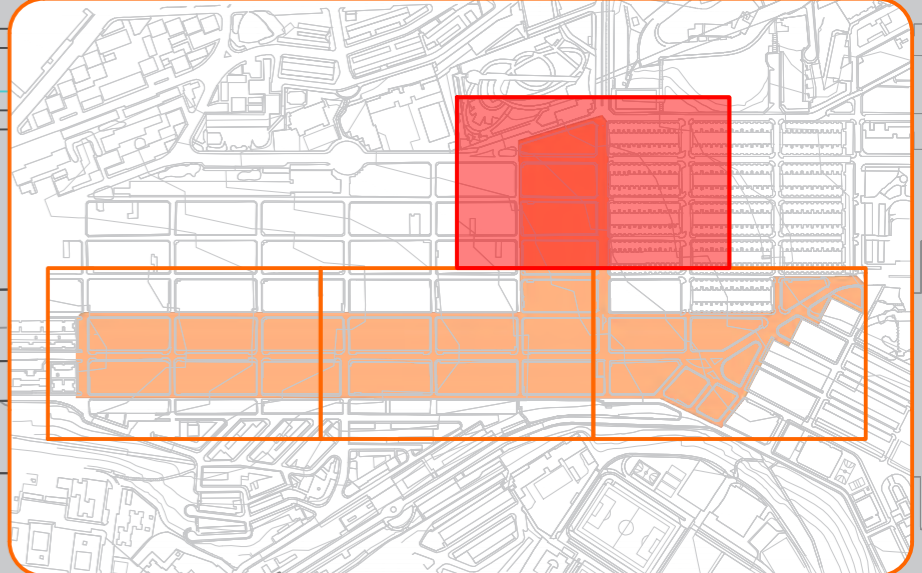
LEYENDA

-  Ámbito zona comercial abierta
-  Carril vehicular
-  Carril calle 30
-  Sentido de circulación
-  Vial peatonal
-  Parada Guaguas
-  Parada Taxis



IMAGEN

SECTOR D



EQUIPO REDACTOR

ISMAEL TEJERA SANTANA
 JAVIER SANTANA CEBALLOS
 ALEJANDRO SANTOS NARANJO

DOCUMENTO

PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO

ANÁLISIS: MOVILIDAD PEATONAL Y VEHICULAR

MUNICIPIO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA

DICIEMBRE DE 2020




ESCALA

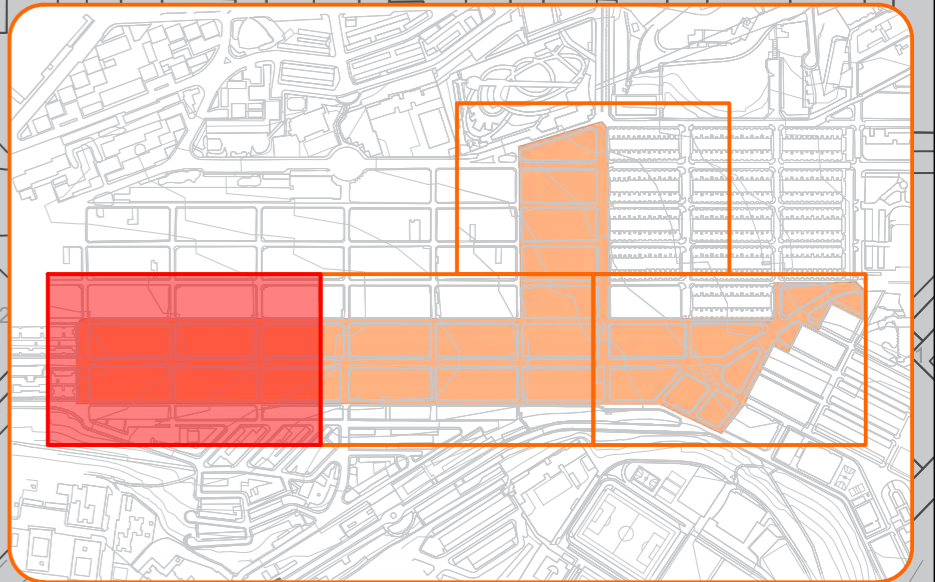
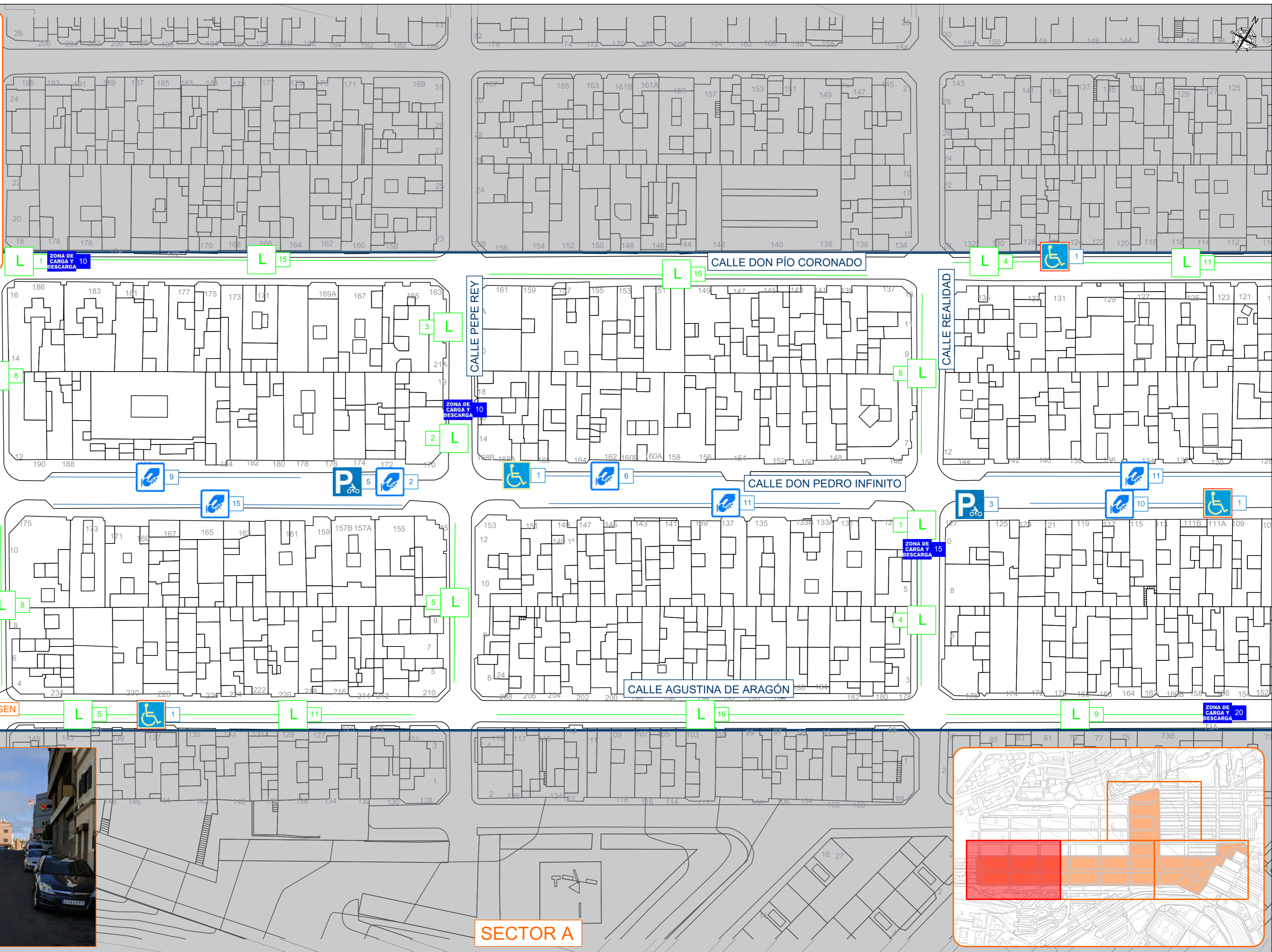
1/600
ORIGINAL DIN A2

Nº PLANO

A.6.
HOJA 4 DE 4

LEYENDA

-  Ámbito zona comercial abierta
-  Estacionamiento libre
-  Estacionamiento ilegal
-  Estacionamiento Zona Azul
-  Estacionamiento motocicletas
-  Estacionamiento PMR libre
-  Estacionamiento PMR reservado
-  Estimación nº estacionamientos
-  Zona de carga y descarga
-  Estimación metros lineales CyD



EQUIPO REDACTOR

ISMAEL TEJERA SANTANA
 JAVIER SANTANA CEBALLOS
 ALEJANDRO SANTOS NARANJO

DOCUMENTO

PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO

ANÁLISIS:
ZONAS DE ESTACIONAMIENTO

MUNICIPIO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA

DICIEMBRE DE 2020











ESCALA

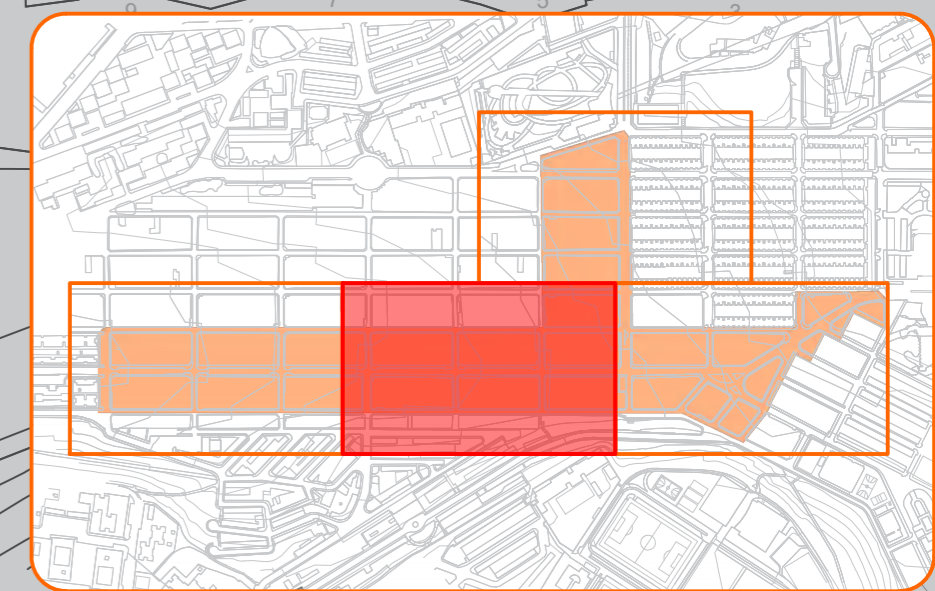
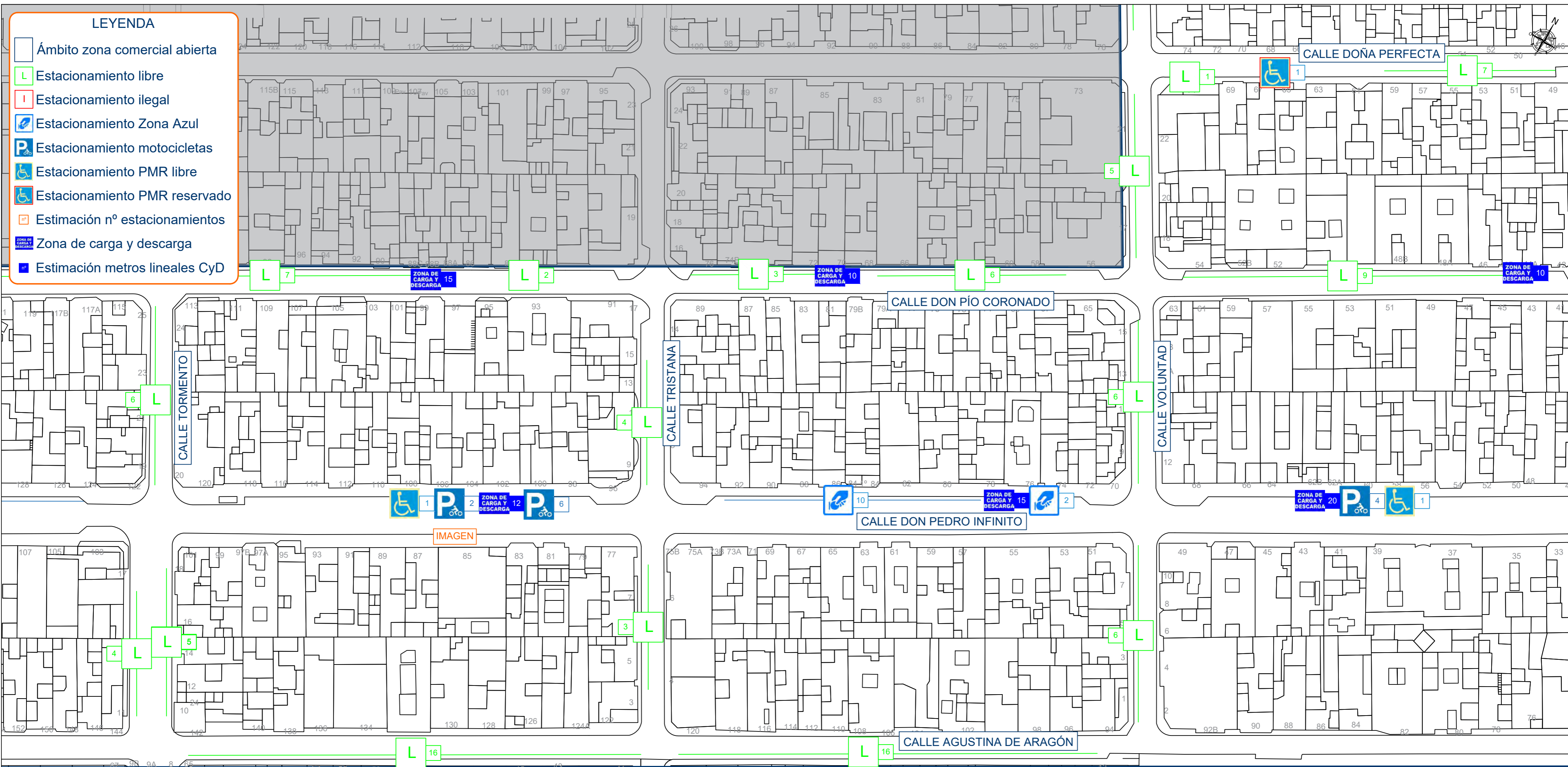
1/600
ORIGINAL DIN A2

Nº PLANO




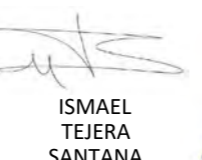
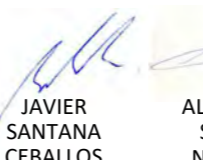
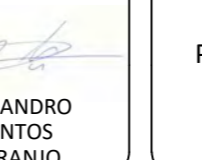
A.7.
HOJA
1 DE 4

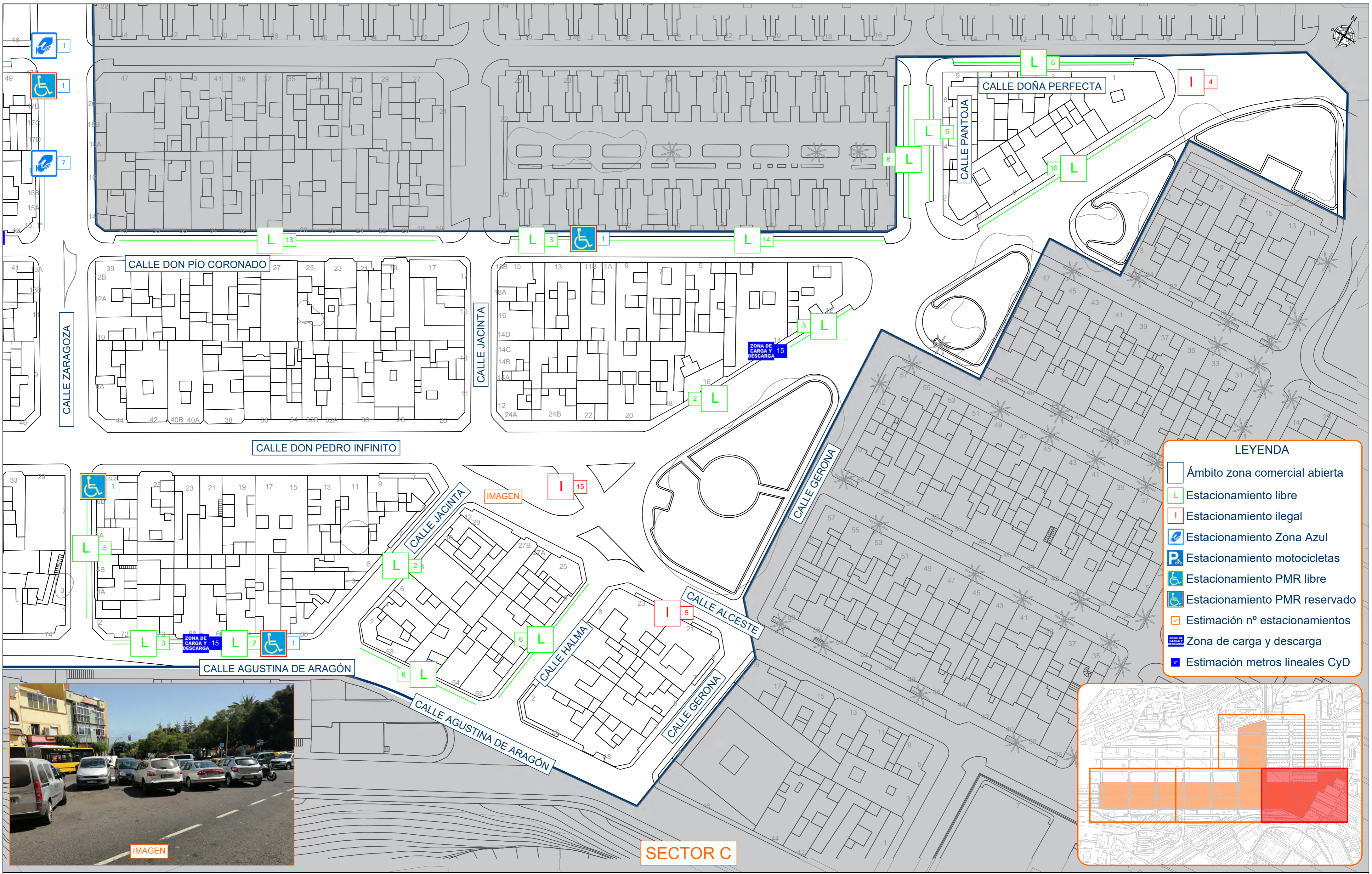
LEYENDA

-  Ámbito zona comercial abierta
-  Estacionamiento libre
-  Estacionamiento ilegal
-  Estacionamiento Zona Azul
-  Estacionamiento motocicletas
-  Estacionamiento PMR libre
-  Estacionamiento PMR reservado
-  Estimación nº estacionamientos
-  Zona de carga y descarga
-  Estimación metros lineales CyD



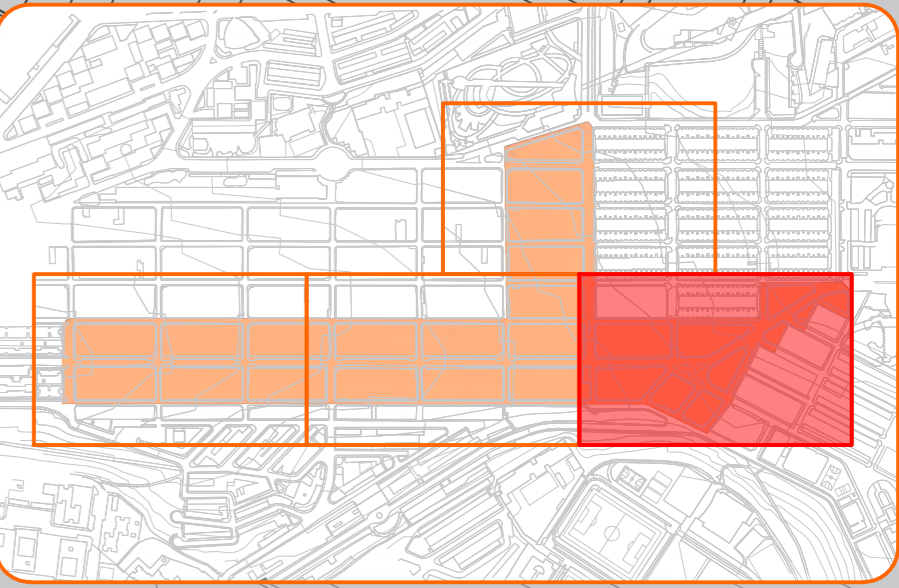
SECTOR B

 <p>Consejería de Industria, Comercio y Artesanía</p>	 <p>Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria</p>		EQUIPO REDACTOR		DOCUMENTO	NOMBRE DE PLANO	MUNICIPIO	FECHA	ESCALA	Nº PLANO
			 ISMAEL TEJERA SANTANA	 JAVIER SANTANA CEBALLOS	 ALEJANDRO SANTOS NARANJO	PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO	ANÁLISIS: ZONAS DE ESTACIONAMIENTO	LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	DICIEMBRE DE 2020	1/600 ORIGINAL DIN A2



LEYENDA

- Ámbito zona comercial abierta**
- Estacionamiento libre**
- Estacionamiento ilegal**
- Estacionamiento Zona Azul**
- Estacionamiento motocicletas**
- Estacionamiento PMR libre**
- Estacionamiento PMR reservado**
- Estimación nº estacionamientos**
- Zona de carga y descarga**
- Estimación metros lineales CyD**



EQUIPO REDACTOR

ISMAEL TEJERA SANTANA JAVIER SANTANA CEBALLOS ALEJANDRO SANTOS NARANJO

DOCUMENTO

PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO

ANÁLISIS: ZONAS DE ESTACIONAMIENTO

MUNICIPIO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA

DICIEMBRE DE 2020











ESCALA

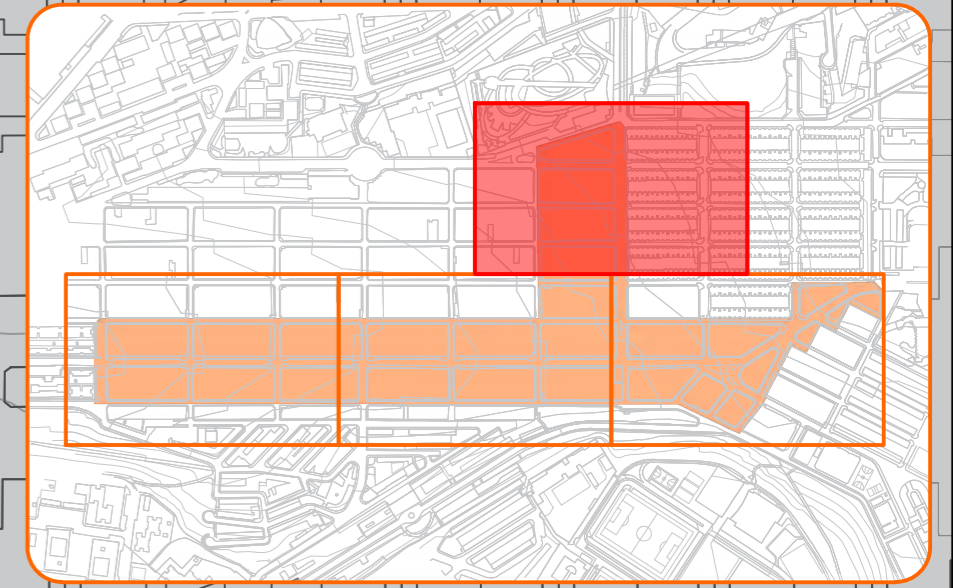
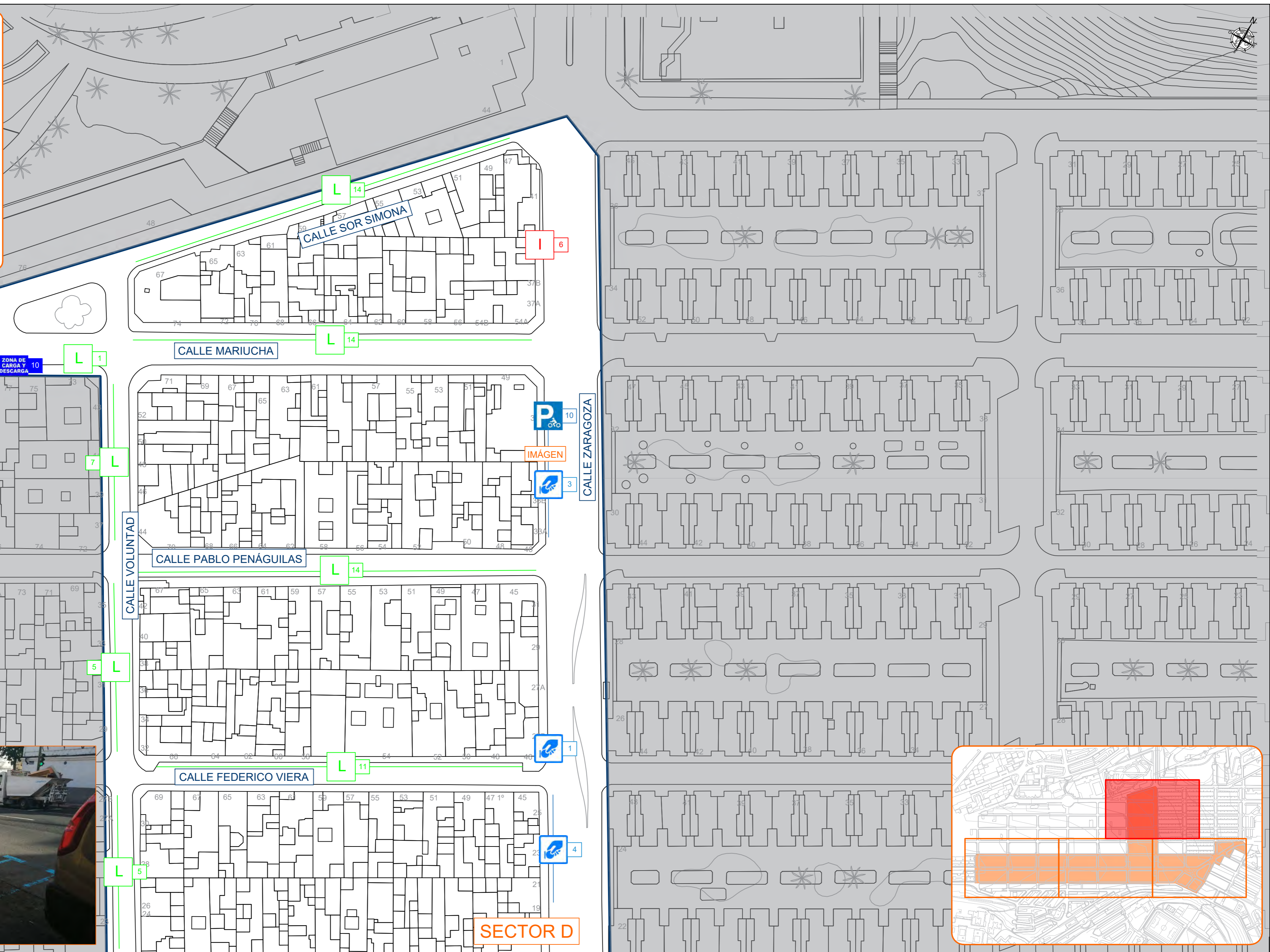
1/600
ORIGINAL DIN A2

Nº PLANO

A.7.
HOJA 3 DE 4

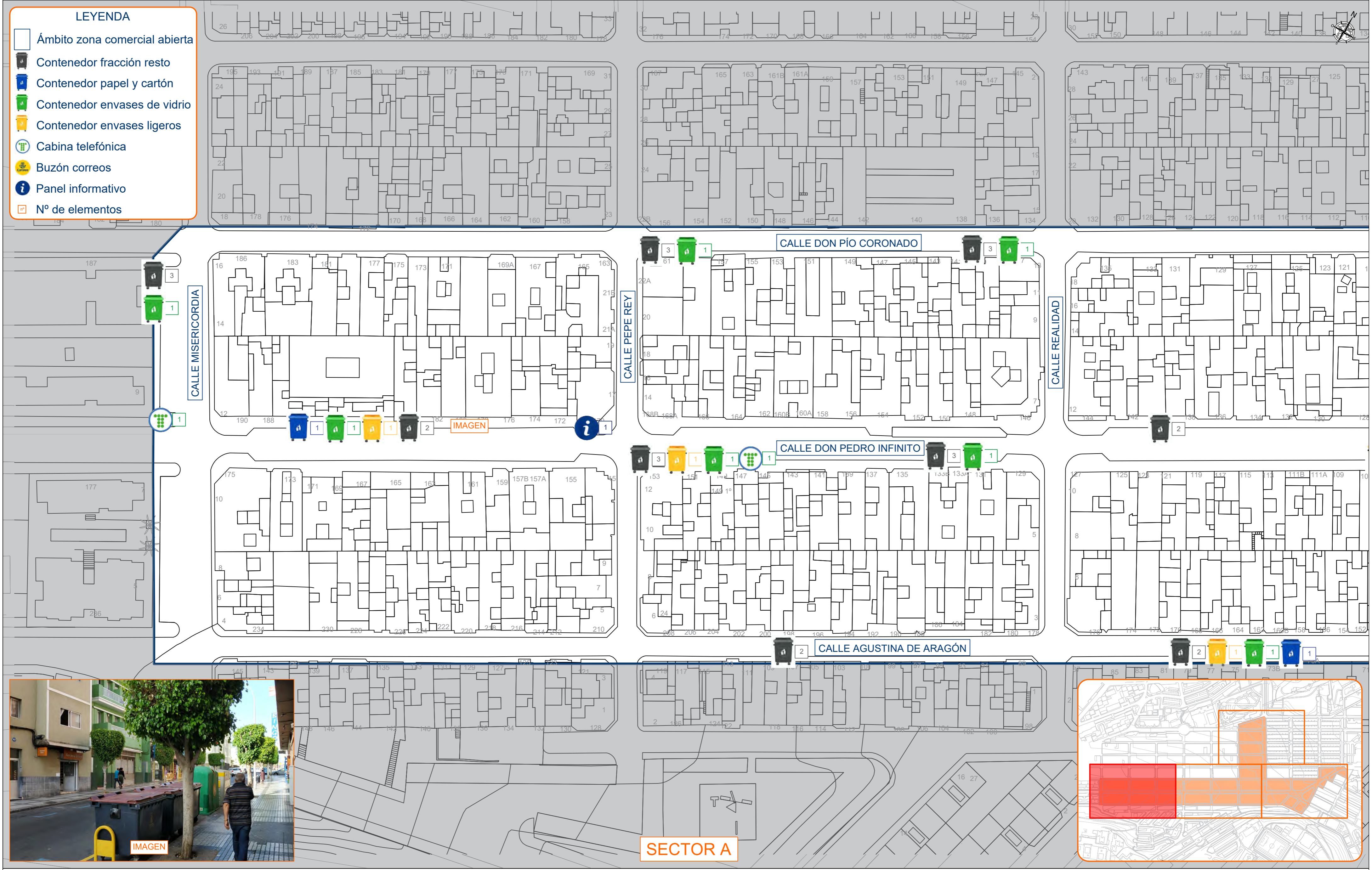
LEYENDA

-  Ámbito zona comercial abierta
-  Estacionamiento libre
-  Estacionamiento ilegal
-  Estacionamiento Zona Azul
-  Estacionamiento motocicletas
-  Estacionamiento PMR libre
-  Estacionamiento PMR reservado
-  Estimación nº estacionamientos
-  Zona de carga y descarga
-  Estimación metros lineales CyD



LEYENDA

-  Ámbito zona comercial abierta
-  Contenedor fracción resto
-  Contenedor papel y cartón
-  Contenedor envases de vidrio" data-bbox="21 132 35 146"/>
-  Contenedor envases ligeros" data-bbox="21 159 35 173"/>
-  Cabina telefónica" data-bbox="21 186 35 200"/>
-  Buzón correos" data-bbox="21 213 35 227"/>
-  Panel informativo" data-bbox="21 240 35 254"/>
-  Nº de elementos" data-bbox="21 267 35 281"/>



SECTOR A



EQUIPO REDACTOR

ISMAEL TEJERA SANTANA JAVIER SANTANA CEBALLOS ALEJANDRO SANTOS NARANJO

DOCUMENTO

PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO

ANÁLISIS: SERVICIOS URBANOS Y DOTACIONALES

MUNICIPIO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA

DICIEMBRE DE 2020

ESCALA

1/600

ORIGINAL DIN A2


Nº PLANO

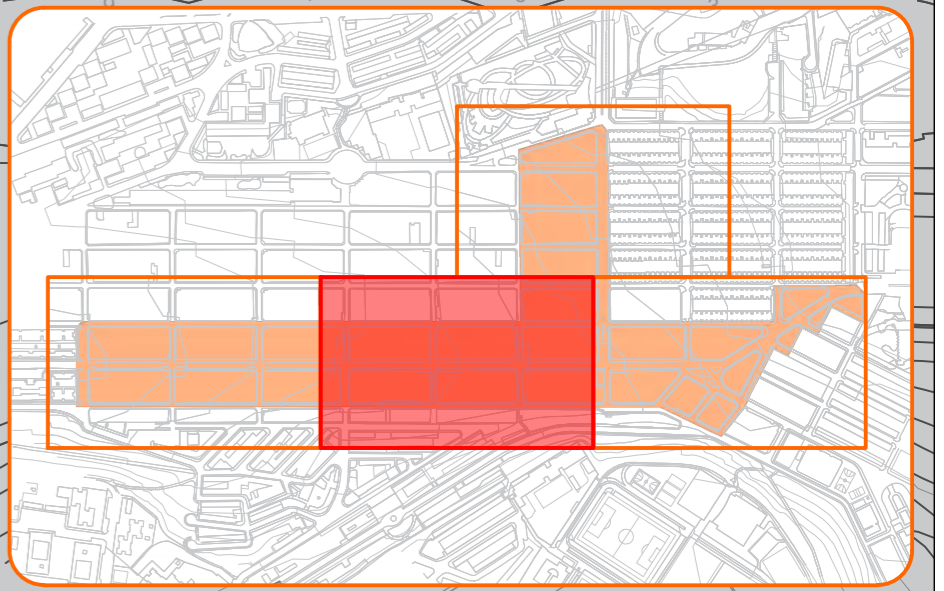
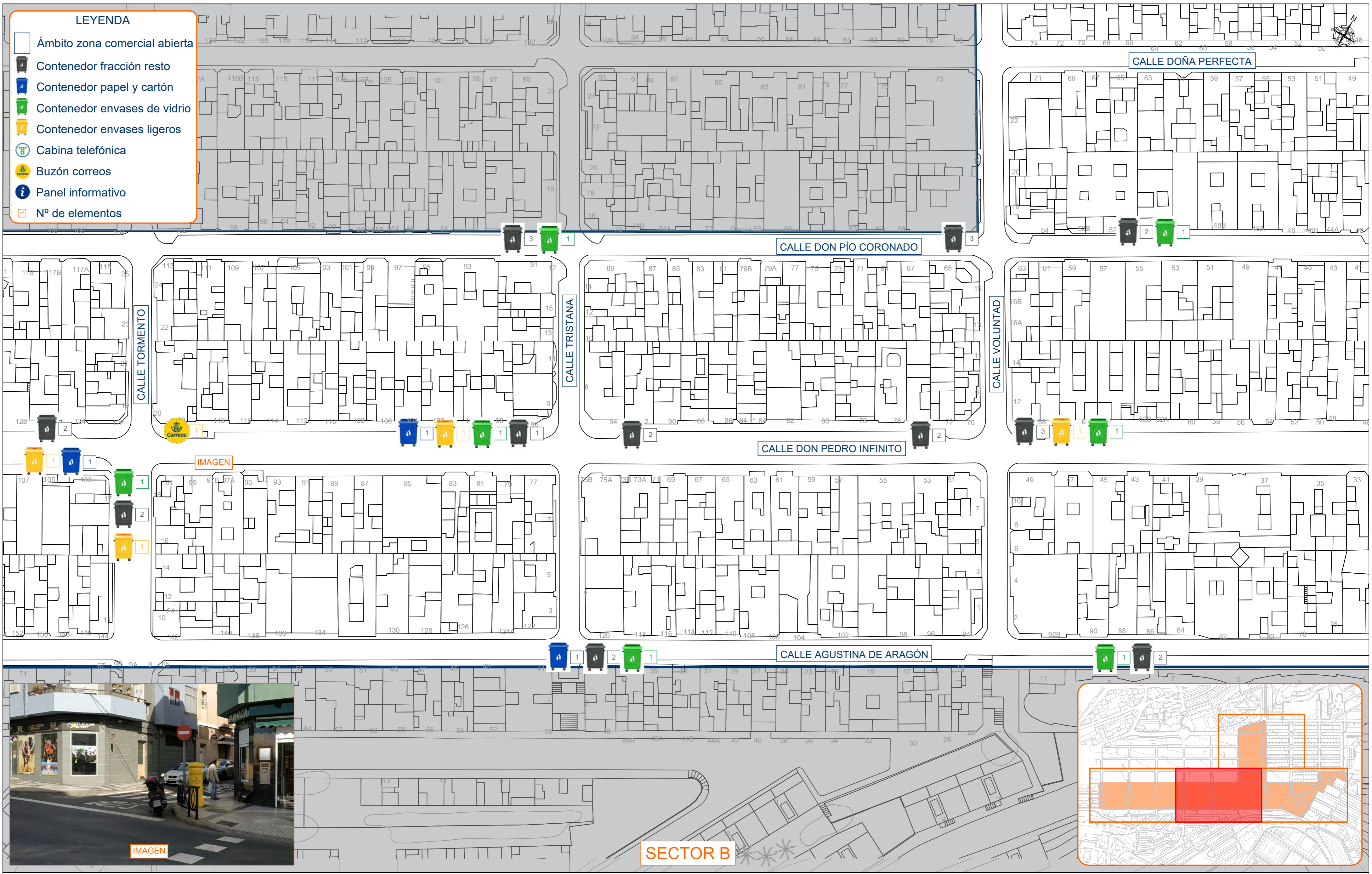
A.8.

HOJA

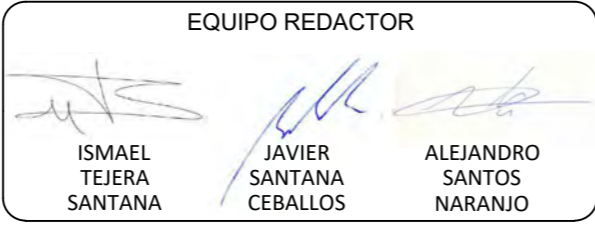
1 DE 4

LEYENDA

-  Ámbito zona comercial abierta
-  Contenedor fracción resto
-  Contenedor papel y cartón
-  Contenedor envases de vidrio
-  Contenedor envases ligeros
-  Cabina telefónica
-  Buzón correos
-  Panel informativo
-  Nº de elementos



SECTOR B



DOCUMENTO
 PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

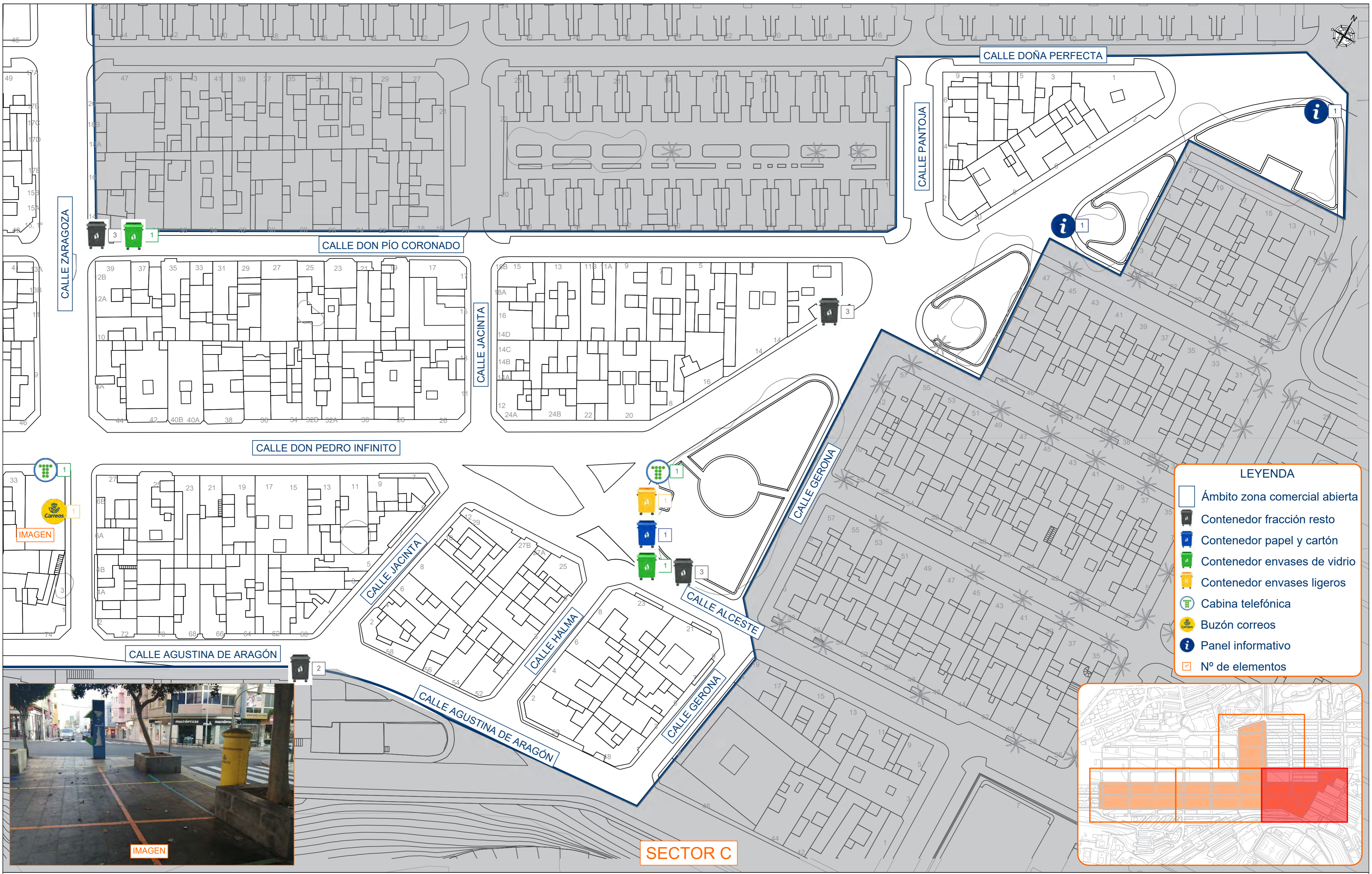
NOMBRE DE PLANO
 ANÁLISIS: SERVICIOS URBANOS Y DOTACIONALES

MUNICIPIO
 LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA
 DICIEMBRE DE 2020

ESCALA
 1/600
 ORIGINAL DIN A2

Nº PLANO
 A.8.
 HOJA
 2 DE 4



LEYENDA

- Ámbito zona comercial abierta
- Contenedor fracción resto
- Contenedor papel y cartón
- Contenedor envases de vidrio
- Contenedor envases ligeros
- Cabina telefónica
- Buzón correos
- Panel informativo
- Nº de elementos

SECTOR C



EQUIPO REDACTOR

ISMAEL TEJERA SANTANA	JAVIER SANTANA CEBALLOS	ALEJANDRO SANTOS NARANJO

DOCUMENTO

PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO

ANÁLISIS: SERVICIOS URBANOS Y DOTACIONALES

MUNICIPIO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA

DICIEMBRE DE 2020

ESCALA

1/600
ORIGINAL DIN A2






Nº PLANO

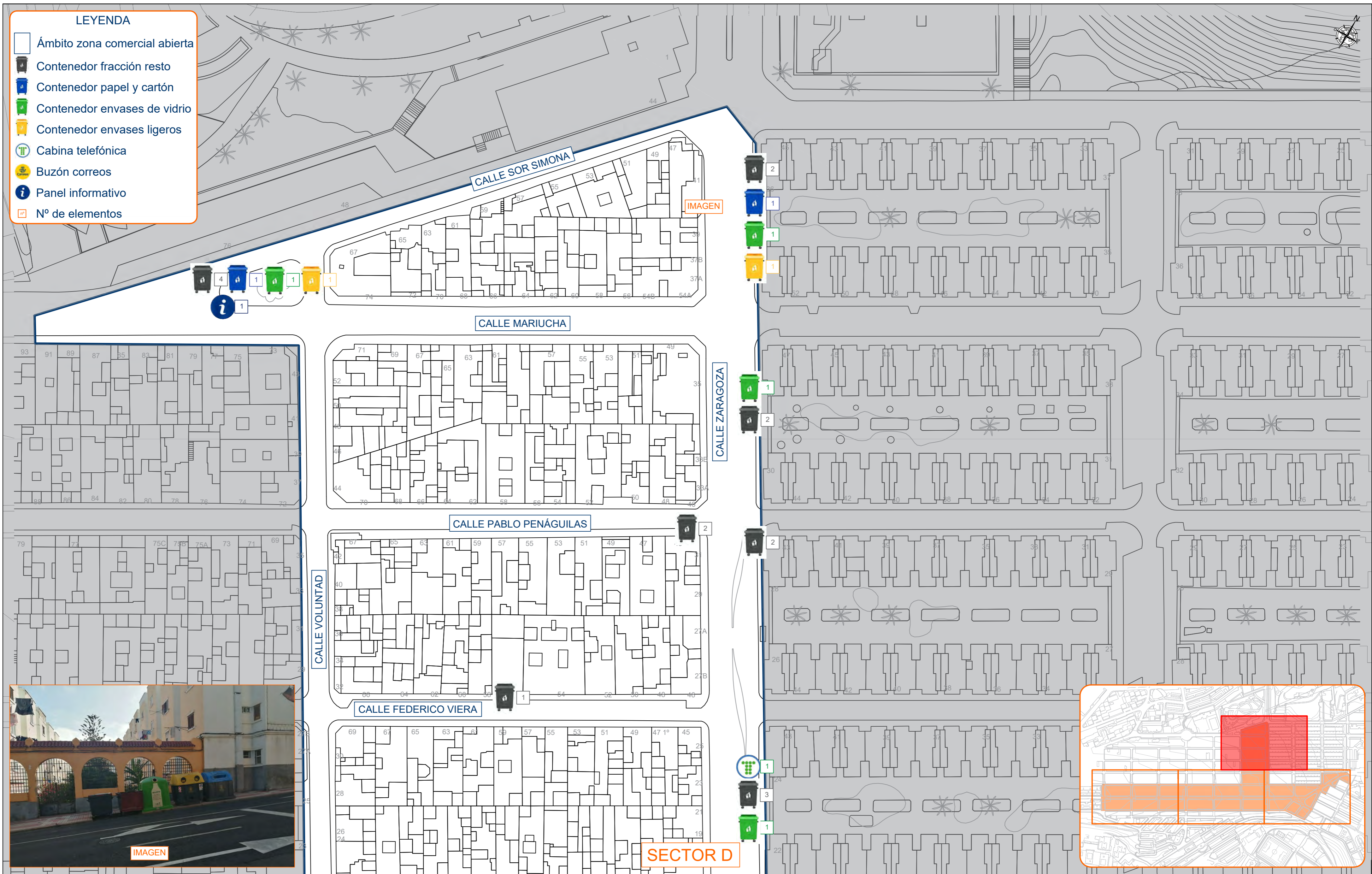
A.8.

HOJA

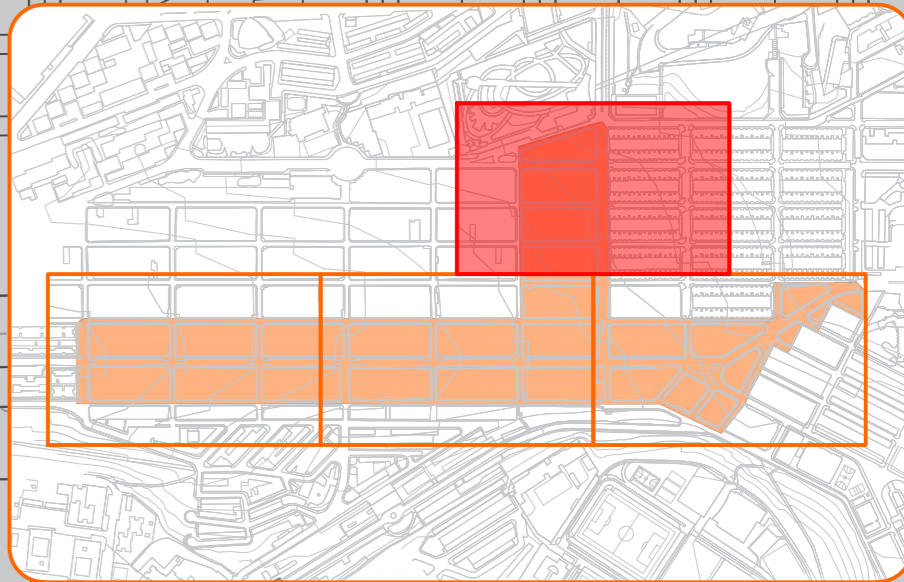
3 DE 4

LEYENDA

-  Ámbito zona comercial abierta
-  Contenedor fracción resto
-  Contenedor papel y cartón
-  Contenedor envases de vidrio" data-bbox="21 156 35 170"/>
-  Contenedor envases ligeros
-  Cabina telefónica
-  Buzón correos
-  Panel informativo
-  Nº de elementos



IMAGEN



EQUIPO REDACTOR

ISMAEL TEJERA SANTANA JAVIER SANTANA CEBALLOS ALEJANDRO SANTOS NARANJO

DOCUMENTO

PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO

ANÁLISIS: SERVICIOS URBANOS Y DOTACIONALES

MUNICIPIO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA

DICIEMBRE DE 2020

ESCALA

1/600

ORIGINAL DIN A2

Nº PLANO

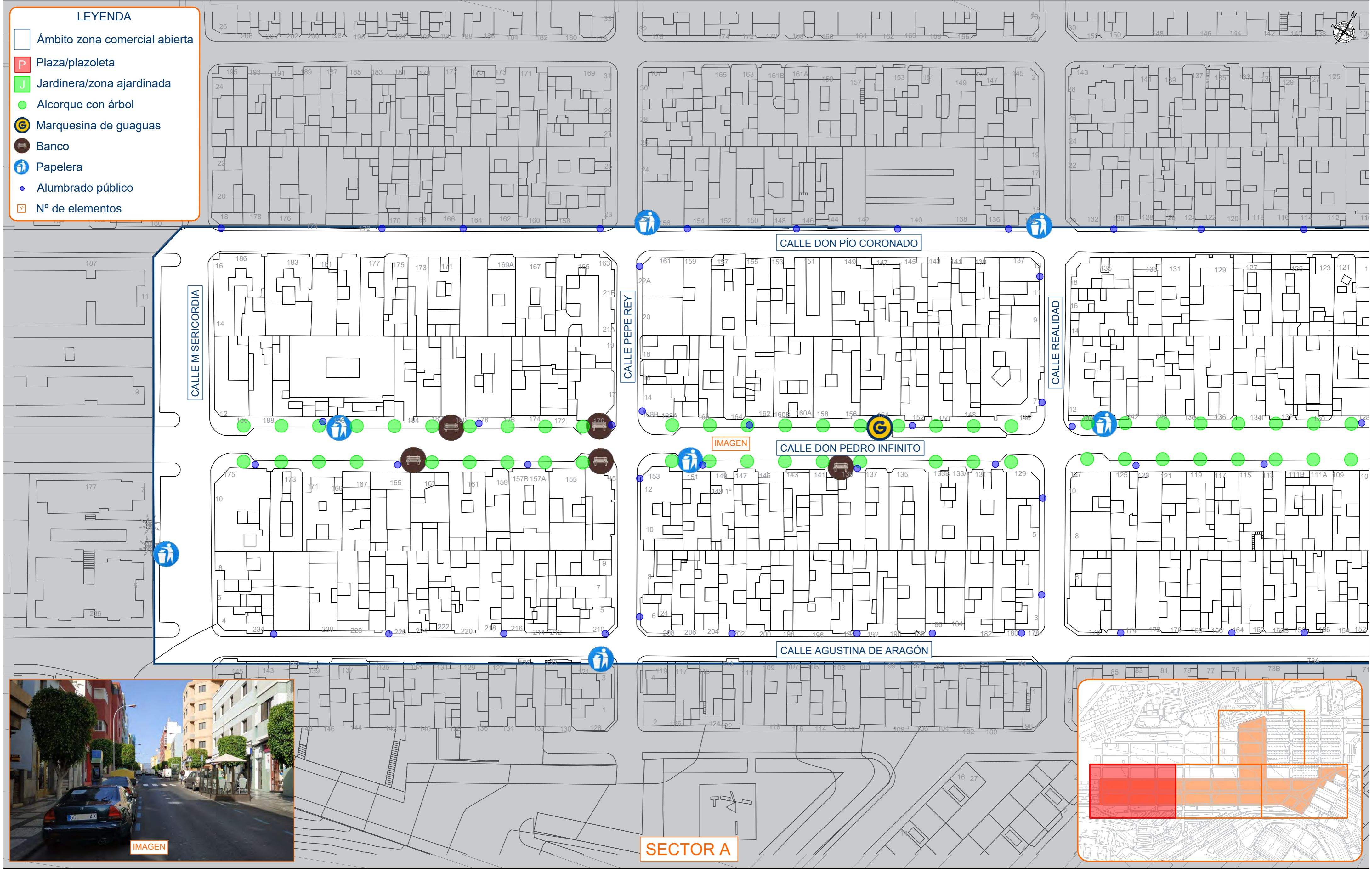
A.8.

HOJA

4 DE 4

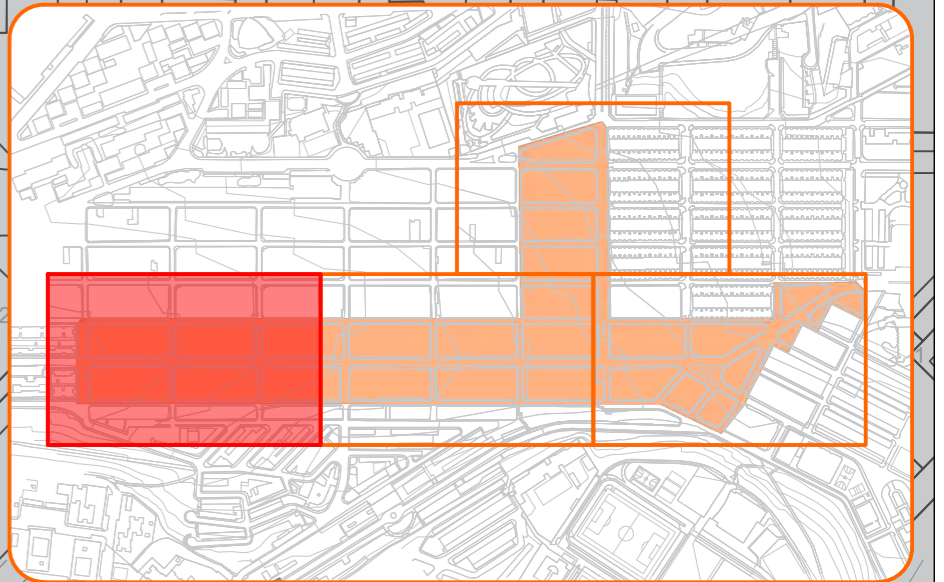
LEYENDA

- Ámbito zona comercial abierta
- P Plaza/plazoleta
- J Jardinera/zona ajardinada
- Alcorque con árbol
- G Marquesina de guaguas
- B Banco
- ♿ Papelera
- Alumbrado público
- Nº N° de elementos



IMAGEN

SECTOR A



EQUIPO REDACTOR

ISMAEL TEJERA SANTANA JAVIER SANTANA CEBALLOS ALEJANDRO SANTOS NARANJO

DOCUMENTO

PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO

ANÁLISIS: ZONAS VERDES, ESPACIOS LIBRES Y MOBILIARIO URBANO

MUNICIPIO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA

DICIEMBRE DE 2020

ESCALA

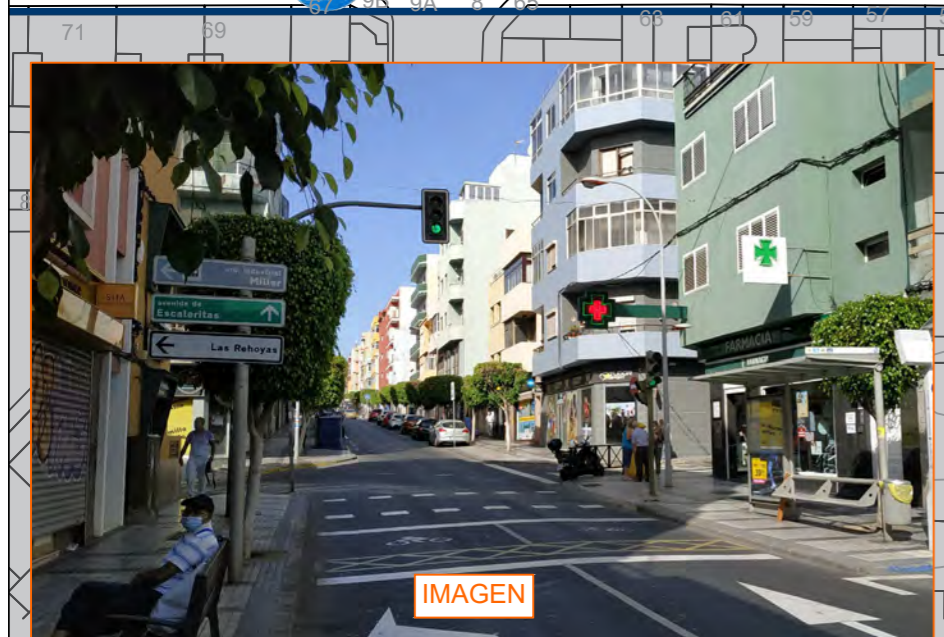
1/600
ORIGINAL DIN A2

Nº PLANO

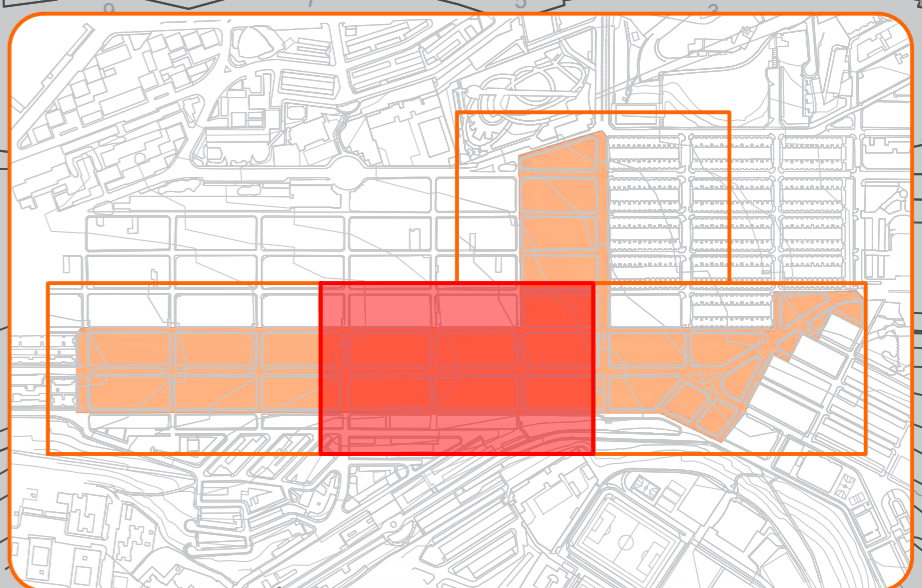
A.9.
HOJA 1 DE 4

LEYENDA

-  Ámbito zona comercial abierta
-  Plaza/plazoleta
-  Jardinera/zona ajardinada
-  Alcorque con árbol
-  Marquesina de guaguas
-  Banco
-  Papelera
-  Alumbrado público
-  N° de elementos



IMAGEN



SECTOR B



EQUIPO REDACTOR

ISMAEL TEJERA SANTANA JAVIER SANTANA CEBALLOS ALEJANDRO SANTOS NARANJO

DOCUMENTO

PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO

ANÁLISIS: ZONAS VERDES, ESPACIOS LIBRES Y MOBILIARIO URBANO

MUNICIPIO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA

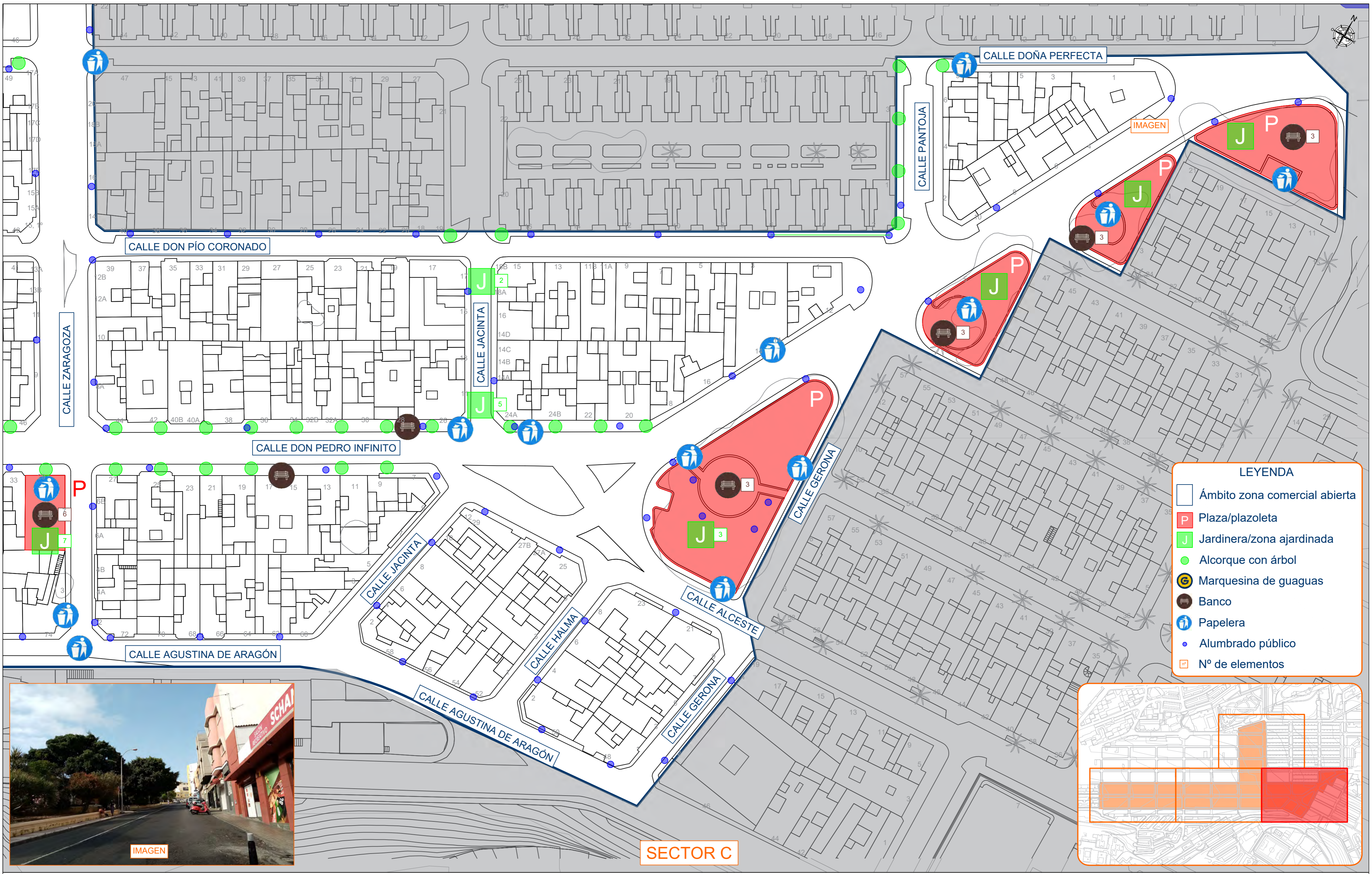
DICIEMBRE DE 2020

ESCALA

1/600
ORIGINAL DIN A2

Nº PLANO

A.9.
HOJA 2 DE 4












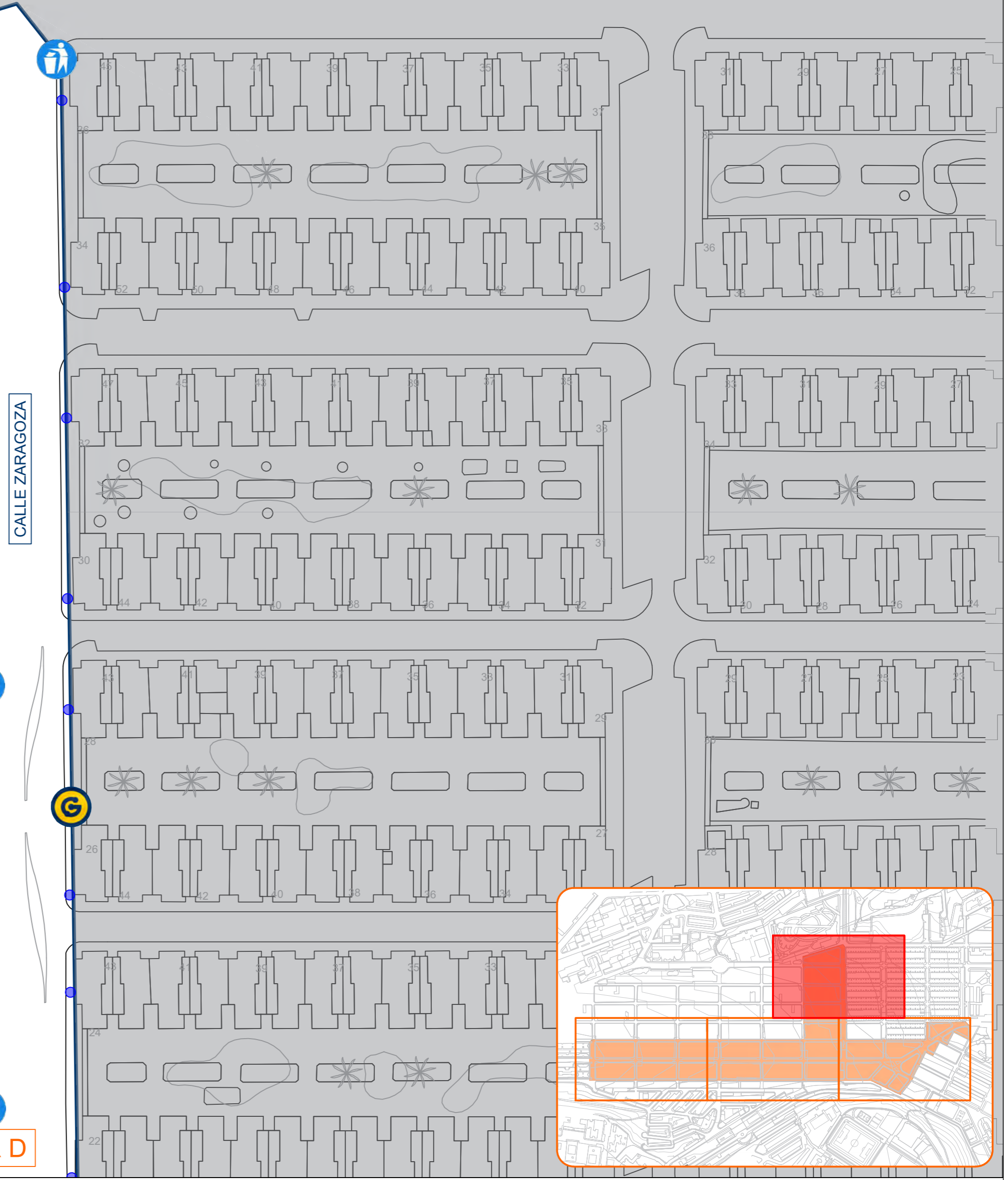
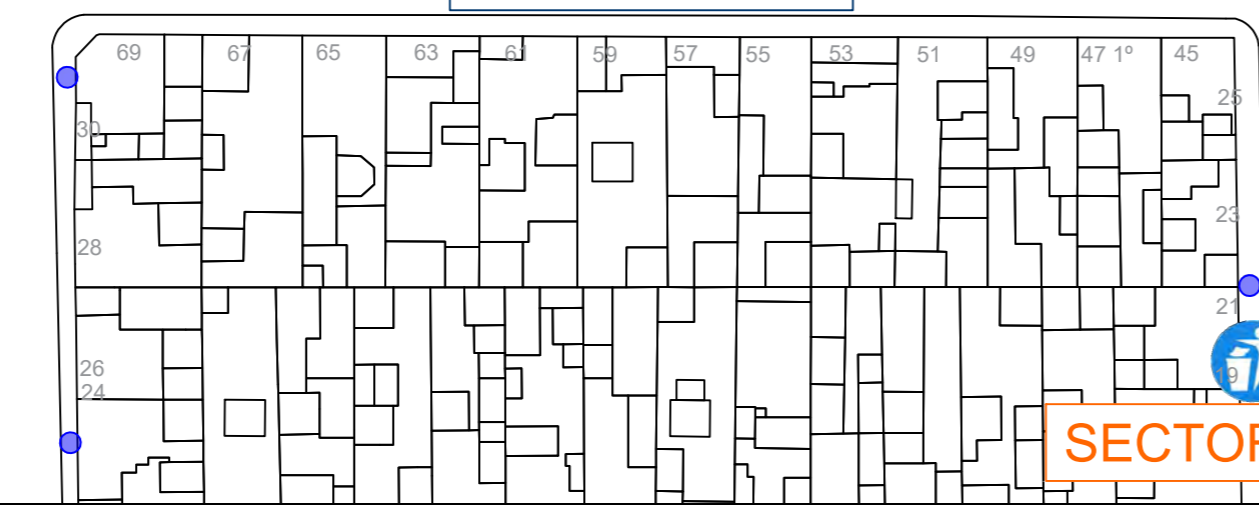
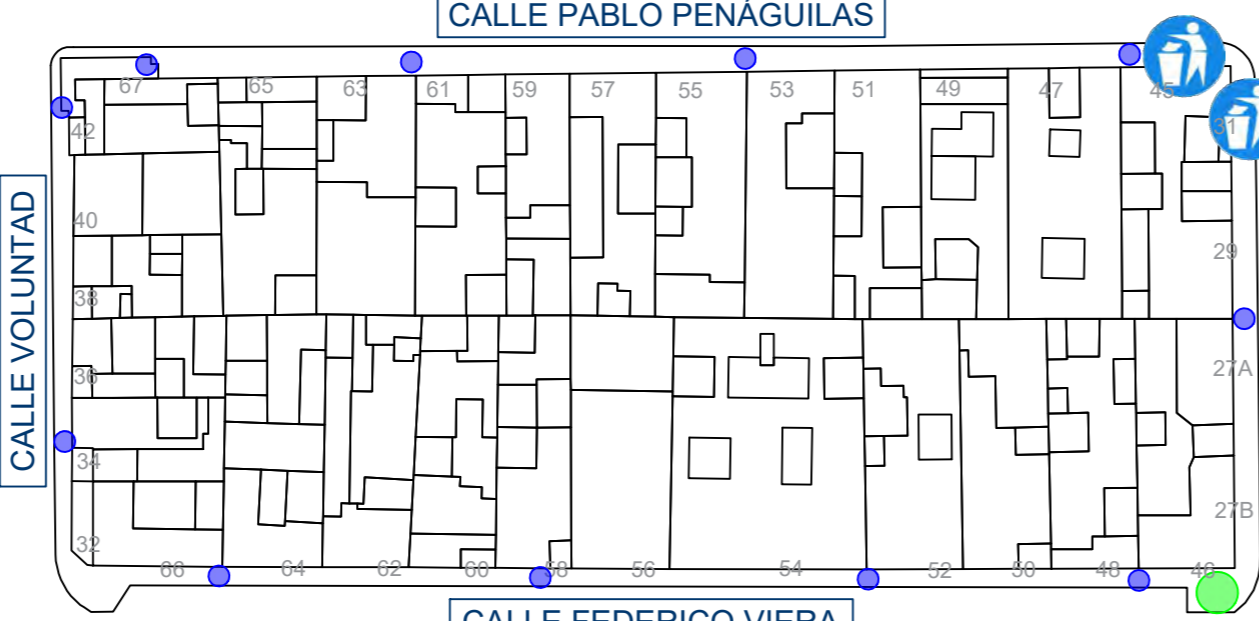
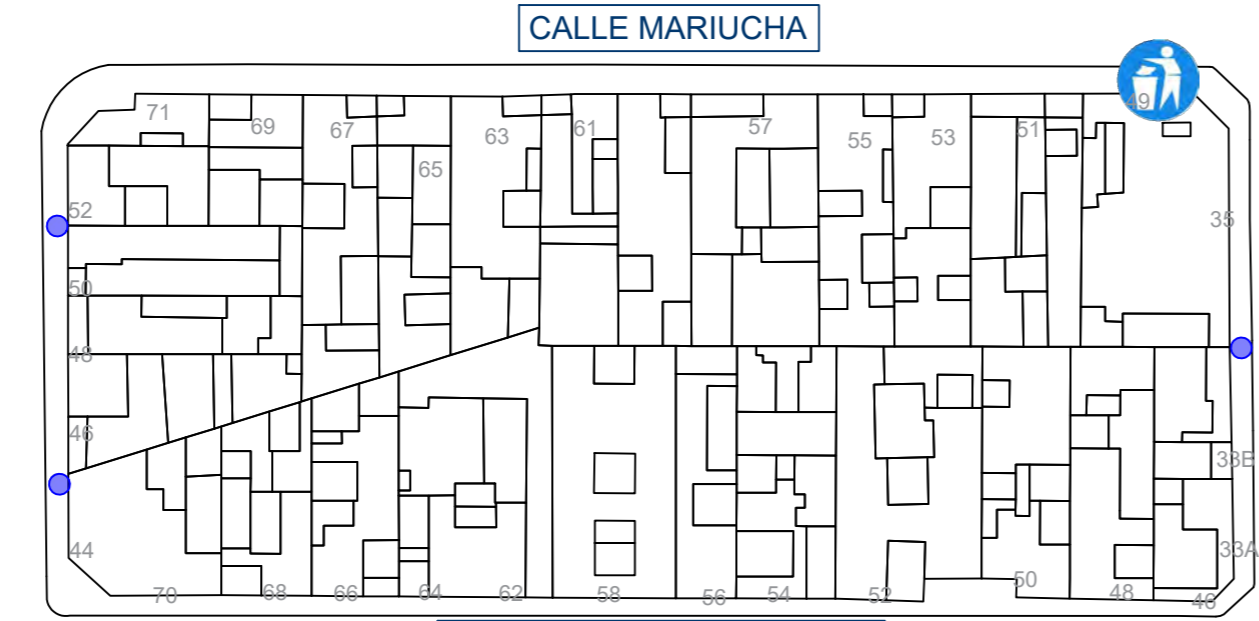
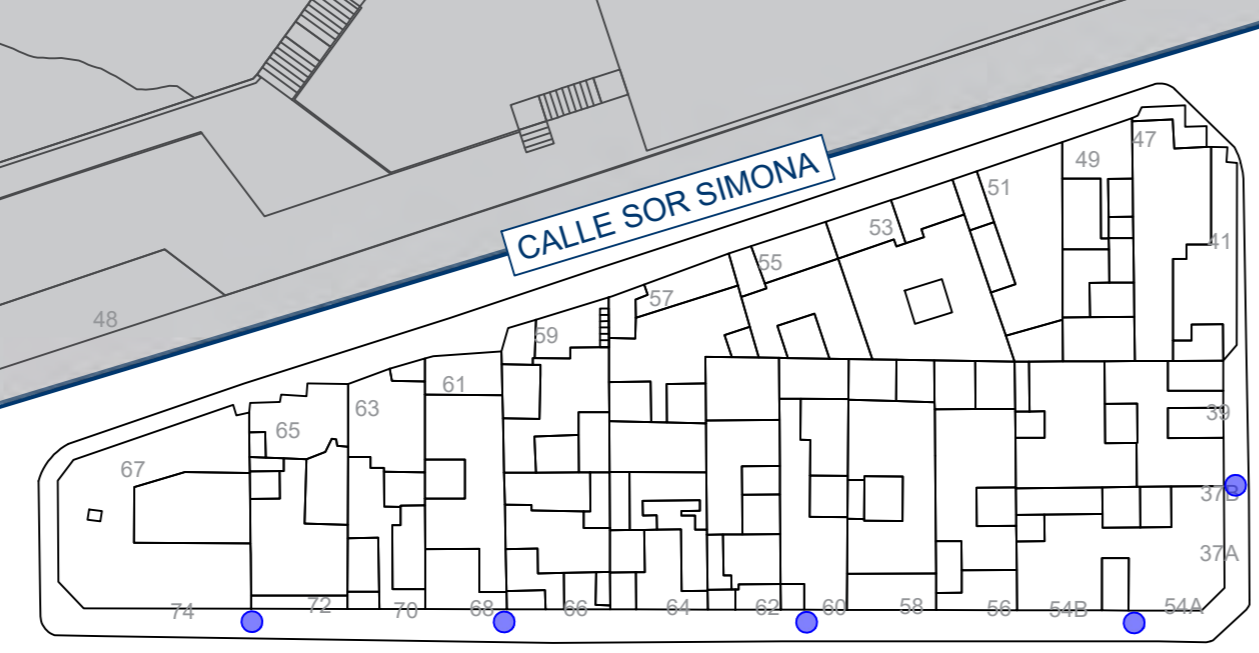
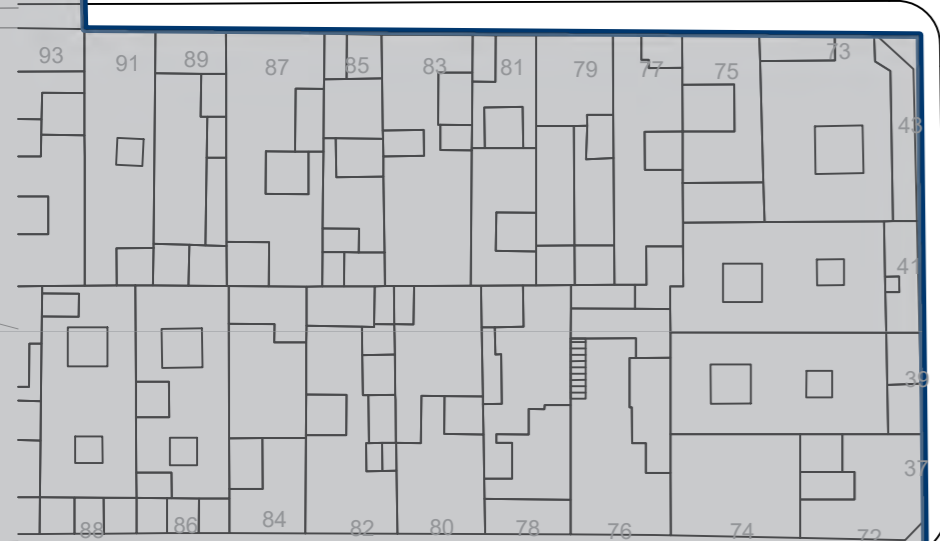
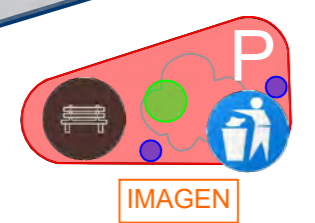
LEYENDA

- Ámbito zona comercial abierta
- P Plaza/plazoleta
- J Jardinera/zona ajardinada
- Alcorque con árbol
- G Marquesina de guaguas
- Banco
- ♻️ Papelera
- Alumbrado público
- Nº Nº de elementos

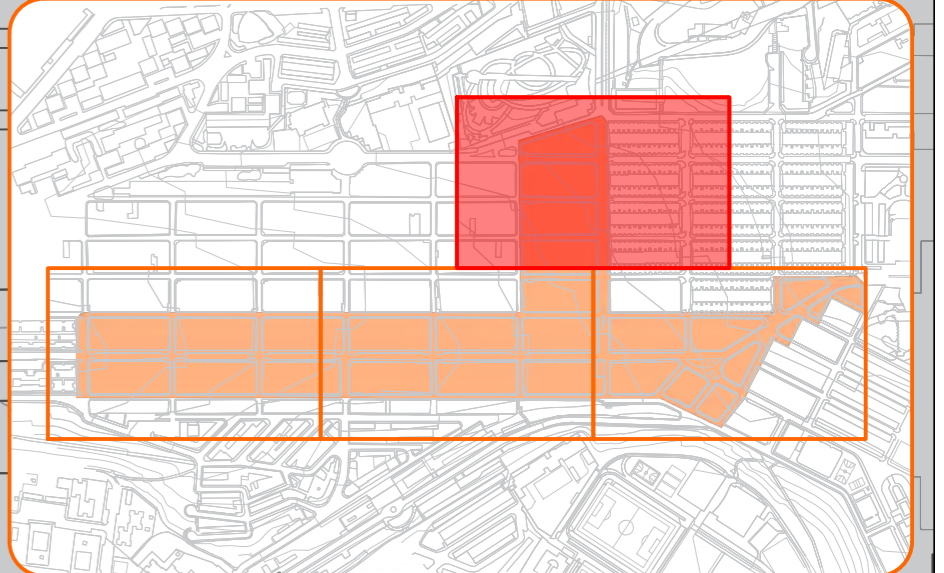


SECTOR C

- LEYENDA**
-  Ámbito zona comercial abierta
 -  Plaza/plazoleta
 -  Jardinera/zona ajardinada
 -  Alcorque con árbol
 -  Marquesina de guaguas
 -  Banco
 -  Papelera
 -  Alumbrado público
 -  N° de elementos



SECTOR D



EQUIPO REDACTOR

ISMAEL TEJERA SANTANA
 JAVIER SANTANA CEBALLOS
 ALEJANDRO SANTOS NARANJO

DOCUMENTO

PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO

ANÁLISIS: ZONAS VERDES, ESPACIOS LIBRES Y MOBILIARIO URBANO

MUNICIPIO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA

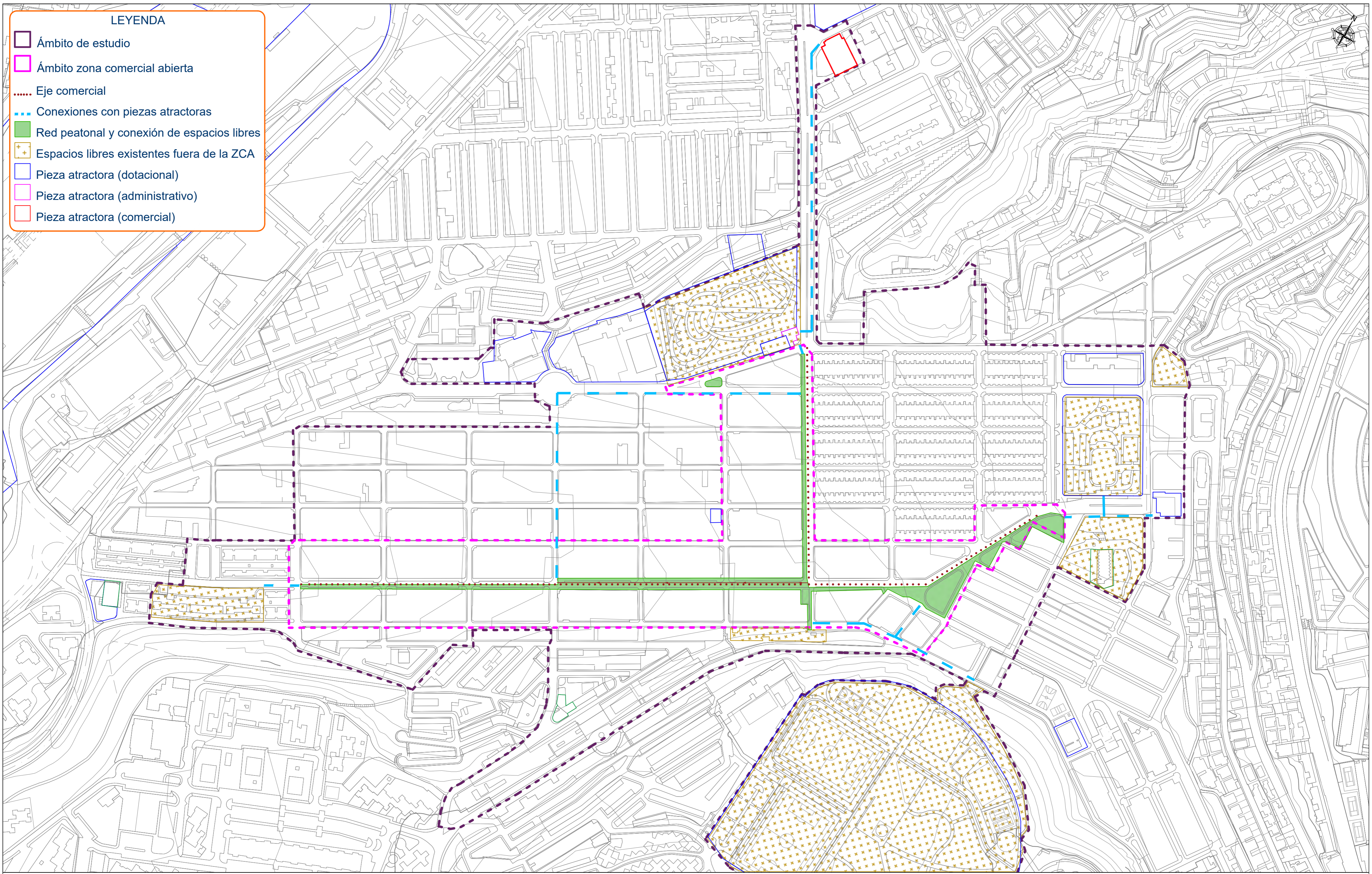
DICIEMBRE DE 2020

ESCALA

1/600
ORIGINAL DIN A2

Nº PLANO

A.9.
HOJA 4 DE 4



LEYENDA

- Ámbito de estudio
- Ámbito zona comercial abierta
- Eje comercial
- Conexiones con piezas atractoras
- Red peatonal y conexión de espacios libres
- Espacios libres existentes fuera de la ZCA
- Pieza atractora (dotacional)
- Pieza atractora (administrativo)
- Pieza atractora (comercial)



EQUIPO REDACTOR

ISMAEL TEJERA SANTANA JAVIER SANTANA CEBALLOS ALEJANDRO SANTOS NARANJO

DOCUMENTO

PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO

PROPUESTAS: DEFINICIÓN GENERAL DE LA ESTRATEGIA

MUNICIPIO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA

DICIEMBRE DE 2020

ESCALA

1/3.000

ORIGINAL DIN A2

Nº PLANO

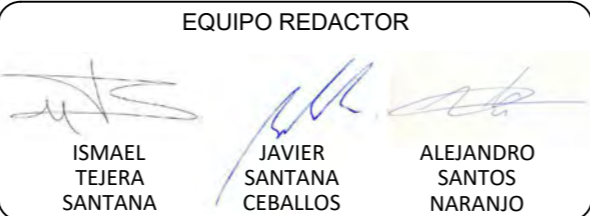
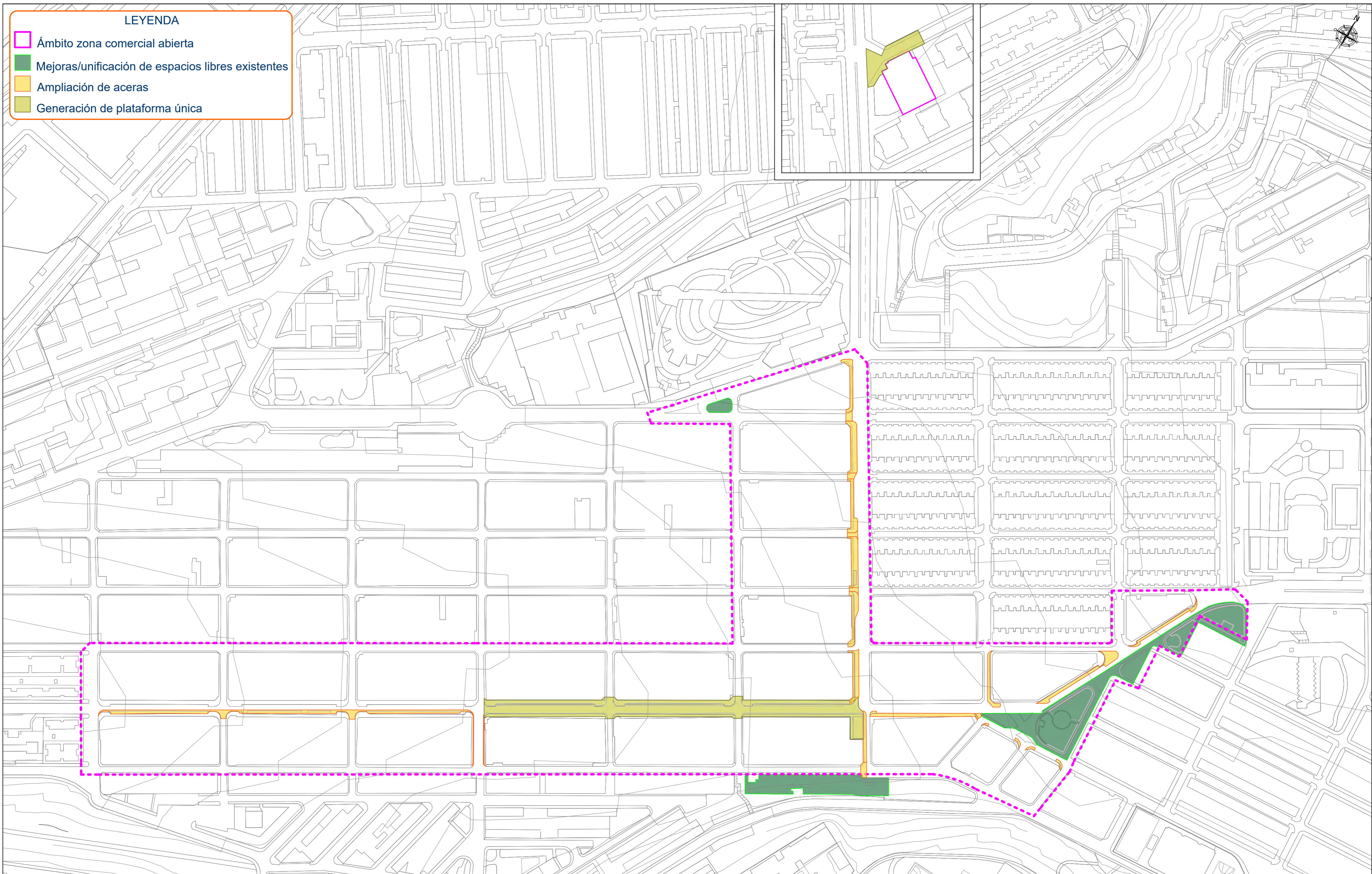
P.1.

HOJA

1 DE 1

LEYENDA

- Ámbito zona comercial abierta
- Mejoras/unificación de espacios libres existentes
- Ampliación de aceras
- Generación de plataforma única



DOCUMENTO
PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO
PROPUESTAS: DESARROLLO URBANO








MUNICIPIO
LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

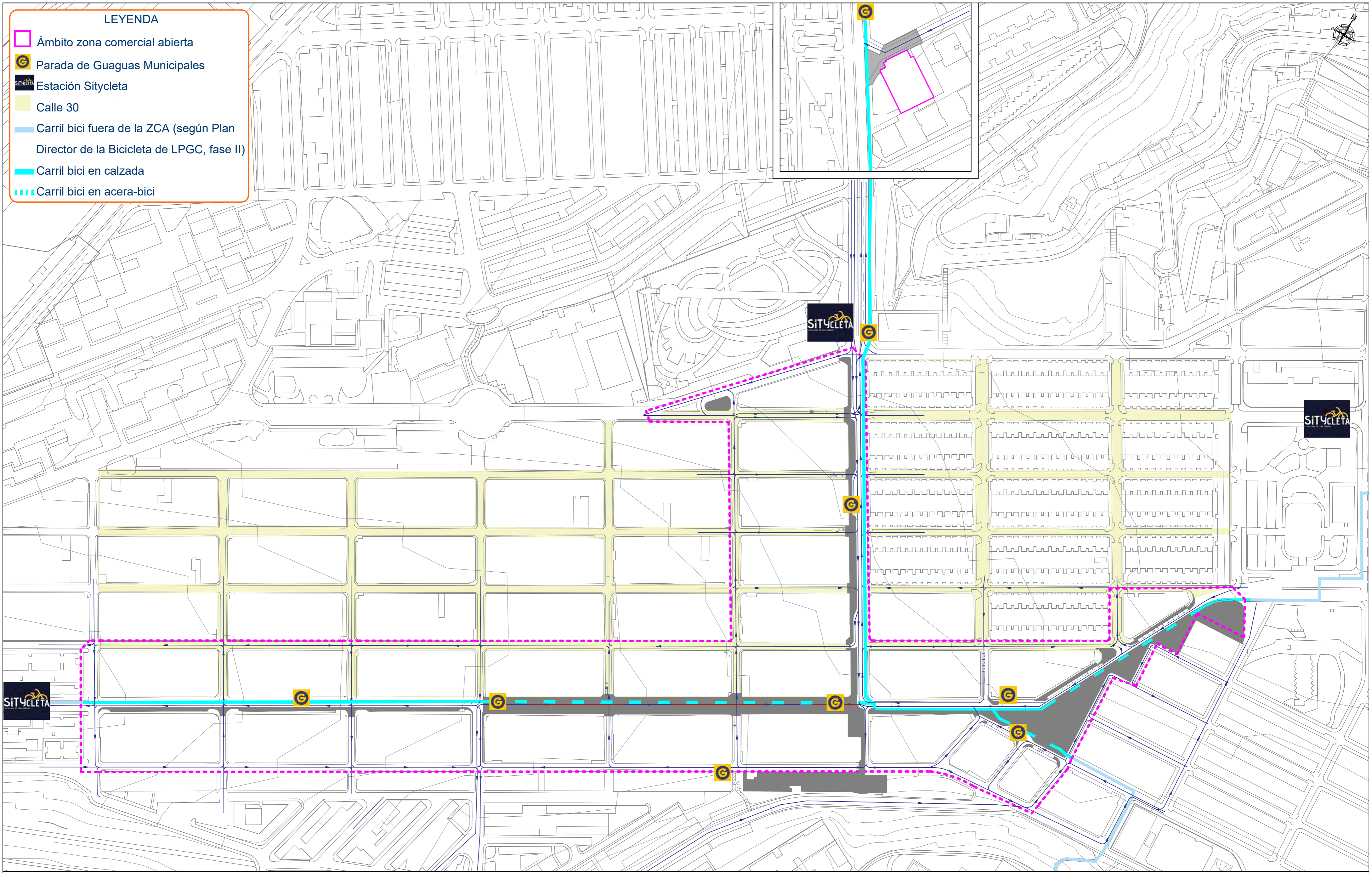
FECHA
DICIEMBRE DE 2020

ESCALA
1/2.000
ORIGINAL DIN A2

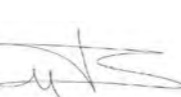

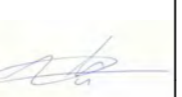
Nº PLANO
P.2.
HOJA
1 DE 1

LEYENDA

-  Ámbito zona comercial abierta
-  Parada de Guaguas Municipales
-  Estación Sitycleta
-  Calle 30
-  Carril bici fuera de la ZCA (según Plan Director de la Bicicleta de LPGC, fase II)
-  Carril bici en calzada
-  Carril bici en acera-bici



EQUIPO REDACTOR

 ISMAEL TEJERA SANTANA
 JAVIER SANTANA CEBALLOS
 ALEJANDRO SANTOS NARANJO

DOCUMENTO

PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO

PROPUESTAS: DESARROLLO DE LA MOVILIDAD GENERAL

MUNICIPIO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA

DICIEMBRE DE 2020

ESCALA

1/2.000

ORIGINAL DIN A2

Nº PLANO

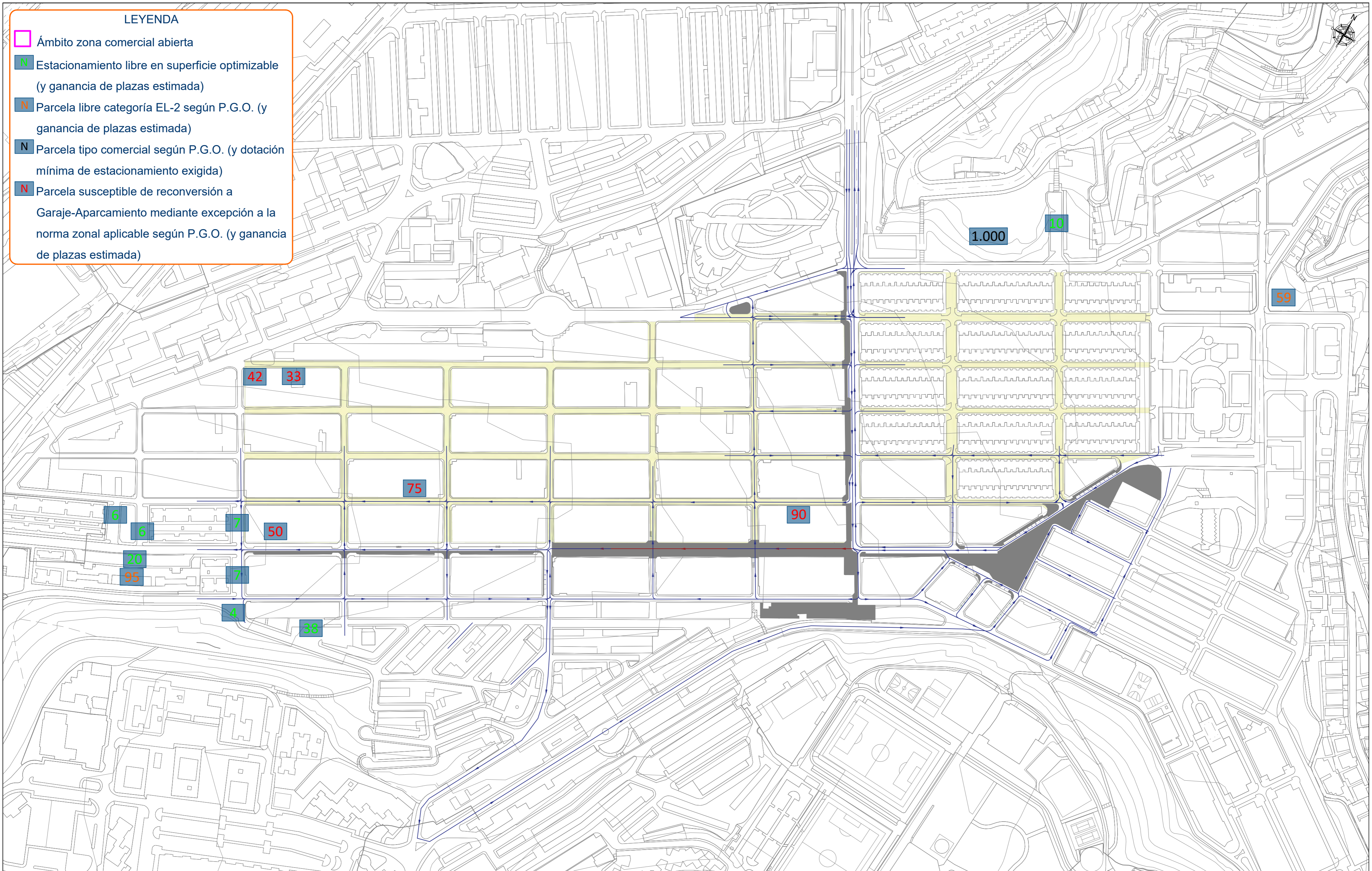
P.3.

HOJA













1 DE 2

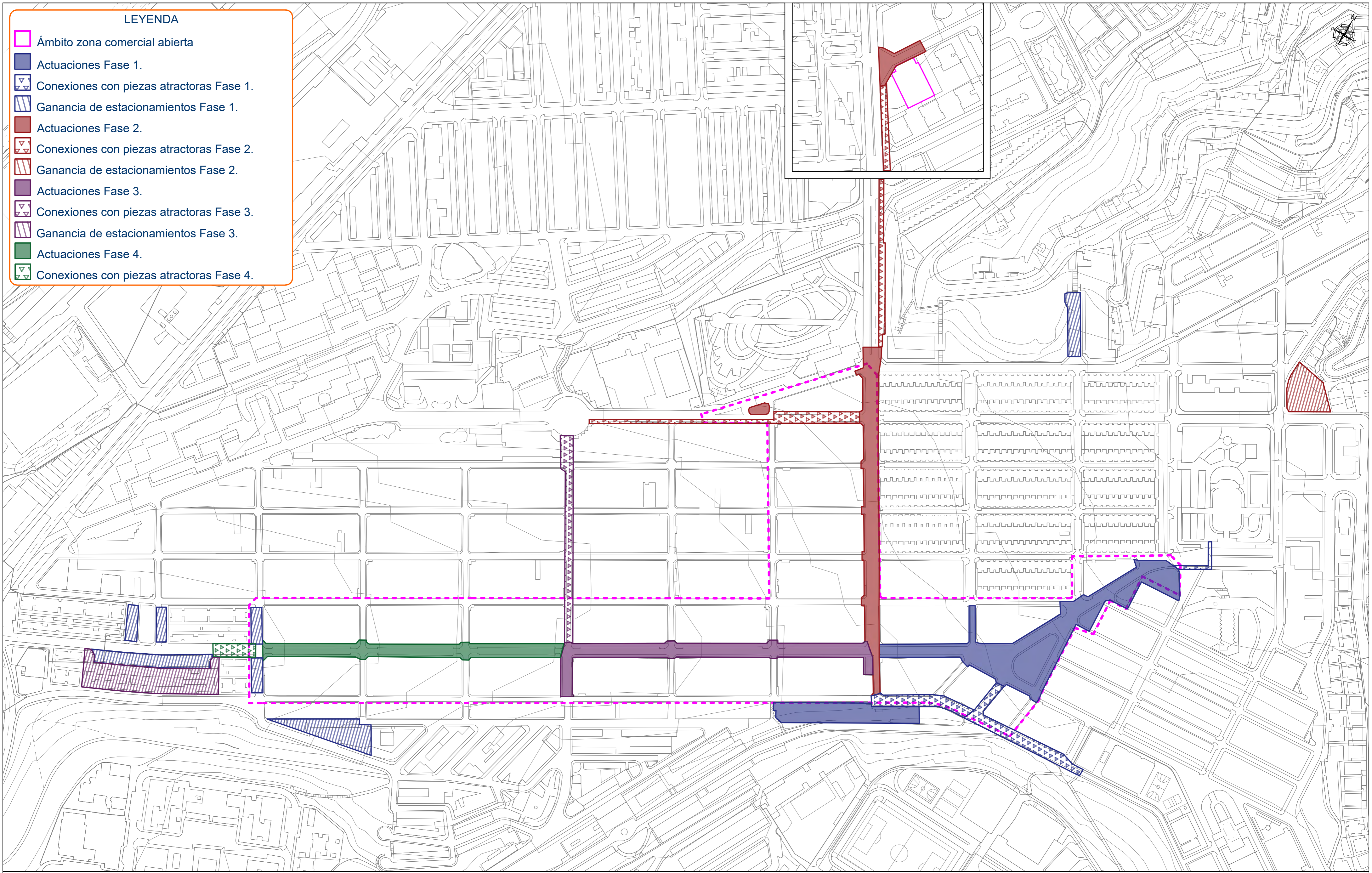
LEYENDA

- Ámbito zona comercial abierta**
- Estacionamiento libre en superficie optimizable (y ganancia de plazas estimada)**
- Parcela libre categoría EL-2 según P.G.O. (y ganancia de plazas estimada)**
- Parcela tipo comercial según P.G.O. (y dotación mínima de estacionamiento exigida)**
- Parcela susceptible de reconversión a Garaje-Aparcamiento mediante excepción a la norma zonal aplicable según P.G.O. (y ganancia de plazas estimada)**

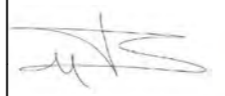



LEYENDA


-  Ámbito zona comercial abierta
-  Actuaciones Fase 1.
-  Conexiones con piezas atractoras Fase 1.
-  Ganancia de estacionamientos Fase 1.
-  Actuaciones Fase 2.
-  Conexiones con piezas atractoras Fase 2.
-  Ganancia de estacionamientos Fase 2.
-  Actuaciones Fase 3.
-  Conexiones con piezas atractoras Fase 3.
-  Ganancia de estacionamientos Fase 3.
-  Actuaciones Fase 4.
-  Conexiones con piezas atractoras Fase 4.



EQUIPO REDACTOR

 ISMAEL TEJERA SANTANA

 JAVIER SANTANA CEBALLOS

 ALEJANDRO SANTOS NARANJO

DOCUMENTO

PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO

PROPUESTAS: FASES DE ACTUACIONES

MUNICIPIO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA

DICIEMBRE DE 2020

ESCALA

1/2.500

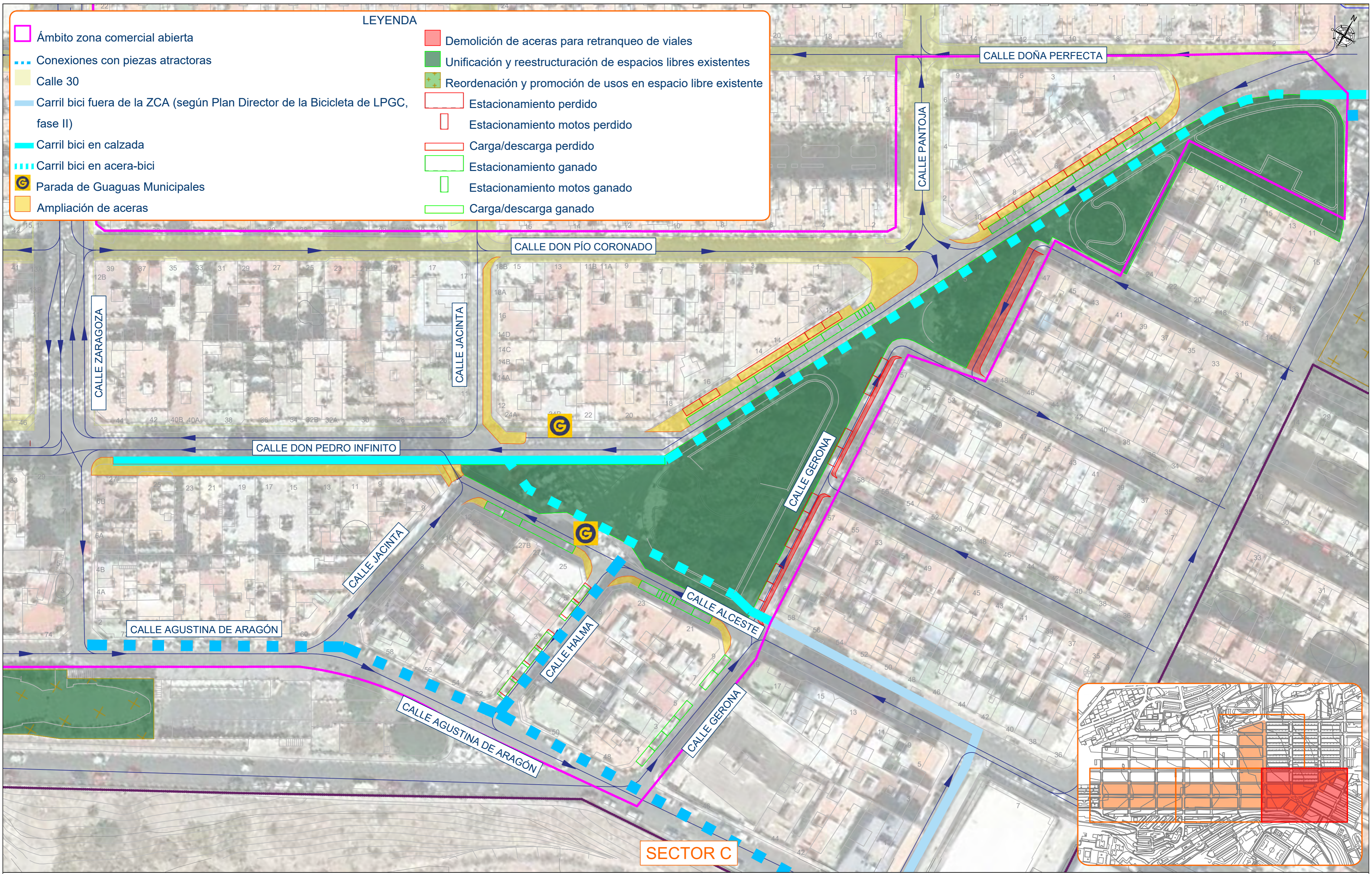
ORIGINAL DIN A2

Nº PLANO

P.4.

HOJA

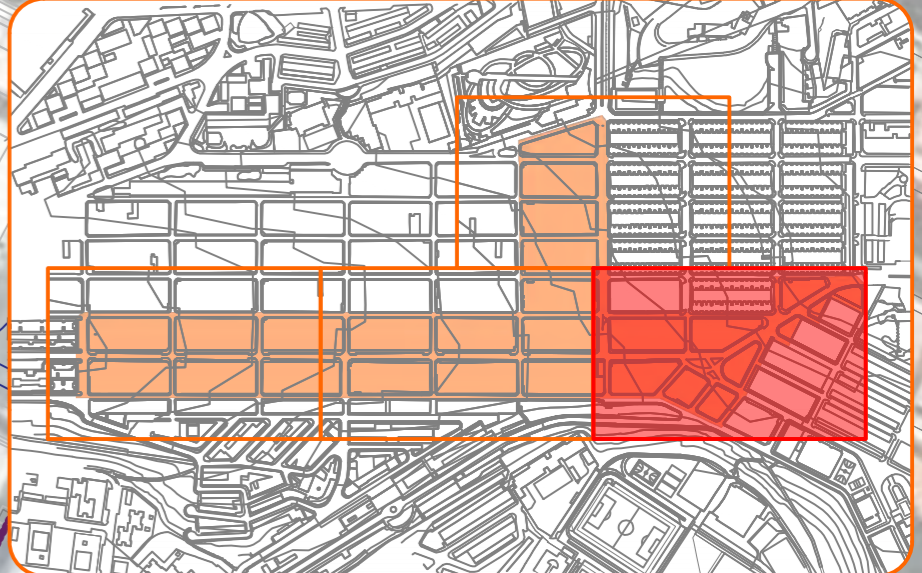
1 DE 1



LEYENDA

- Ámbito zona comercial abierta
- Conexiones con piezas atractoras
- Calle 30
- Carril bici fuera de la ZCA (según Plan Director de la Bicicleta de LPGC, fase II)
- Carril bici en calzada
- Carril bici en acera-bici
- G Parada de Guaguas Municipales
- Ampliación de aceras
- Demolición de aceras para retranqueo de viales
- Unificación y reestructuración de espacios libres existentes
- Reordenación y promoción de usos en espacio libre existente
- Estacionamiento perdido
- Estacionamiento motos perdido
- Carga/descarga perdido
- Estacionamiento ganado
- Estacionamiento motos ganado
- Carga/descarga ganado

SECTOR C



EQUIPO REDACTOR

ISMAEL TEJERA SANTANA JAVIER SANTANA CEBALLOS ALEJANDRO SANTOS NARANJO

DOCUMENTO

PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO

PROPUESTAS: DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA Y LAS ACTUACIONES - FASE 1

MUNICIPIO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA

DICIEMBRE DE 2020

ESCALA

1/600

ORIGINAL DIN A2

Nº PLANO

P.5.

HOJA

1 DE 3



ESTADO ACTUAL DEL SECTOR A
INTERVENIR (sin escala)



PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA Y
ACTUACIONES (FASE 1) (sin escala)

ACTUACIONES QUE SE PROPONEN:

- Nuevo corredor mediante conexión y ampliación de espacios libres existentes, posibilitando el desplazamiento sin interrupción por todo el eje comercial Pedro Infinito.
- Optimización del ancho de la calzada en la zona baja (actualmente un carril de 4,5 m) y desvío del tráfico hacia parque Don Benito por calles Fortunata, Gerona y Doctor Centeno.
- Eliminación del actual "ceda el paso" desde Alceste hacia Don Pedro Infinito, con propuesta de continuidad sin interrupción.
- Implementación de carril bici, en acera (línea discontinua) y en calzada (línea continua) en concordancia con el PD de la Bicicleta, Fase II.
- Ampliación de aceras para ganancia de superficie para el transeúnte y otros usos (terrazas, etc.).
- Práctica inafección al servicio municipal de Guaguas, si bien se garantiza fluidez en la operativa de las mismas mediante prioridad en la ubicación de paradas.
- Conversión de viales clave en corredores de conexión mediante utilización de mismo pavimento que la ZCA, señalética sugerente e información de tiempos de desplazamiento, locales, lugares de interés y servicios de movilidad.
- Compensación en el balance de estacionamientos y aumento de dotación de carga/descarga.
- Reconversión del vial Jacinta a tráfico rodado, manteniendo ancho de acera que permita la permanencia de las actuales terrazas.
- Adcentamiento y reordenación del espacio del parque Carmen González Roca (nueva zona de sombra, concesión para kiosco con terraza y nuevo parque infantil).



ESTADO ACTUAL



ESTADO ACTUAL



ESTADO ACTUAL



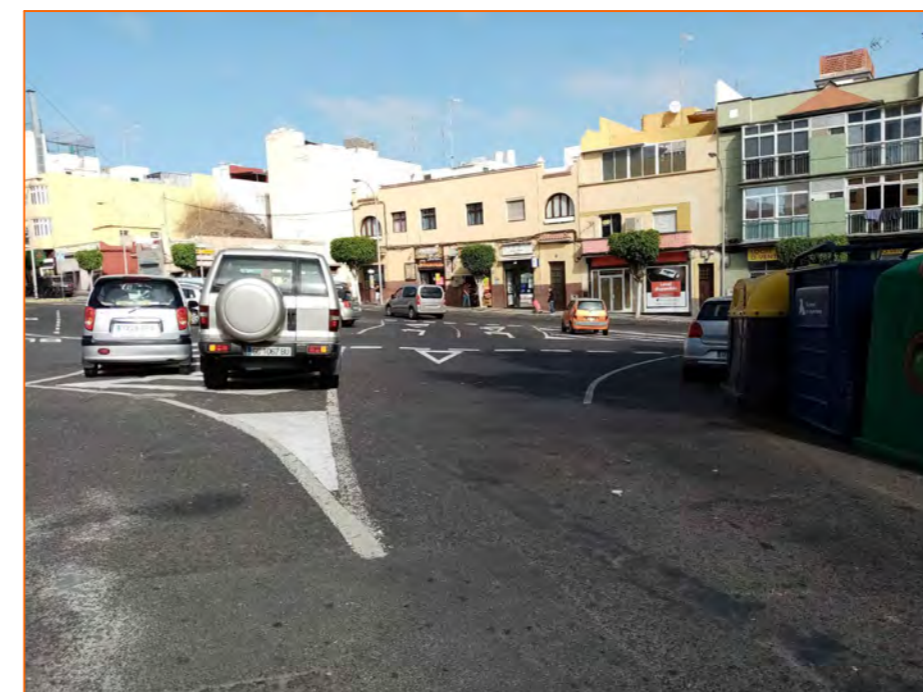
EJEMPLO ORIENTATIVO DE LA PROPUESTA



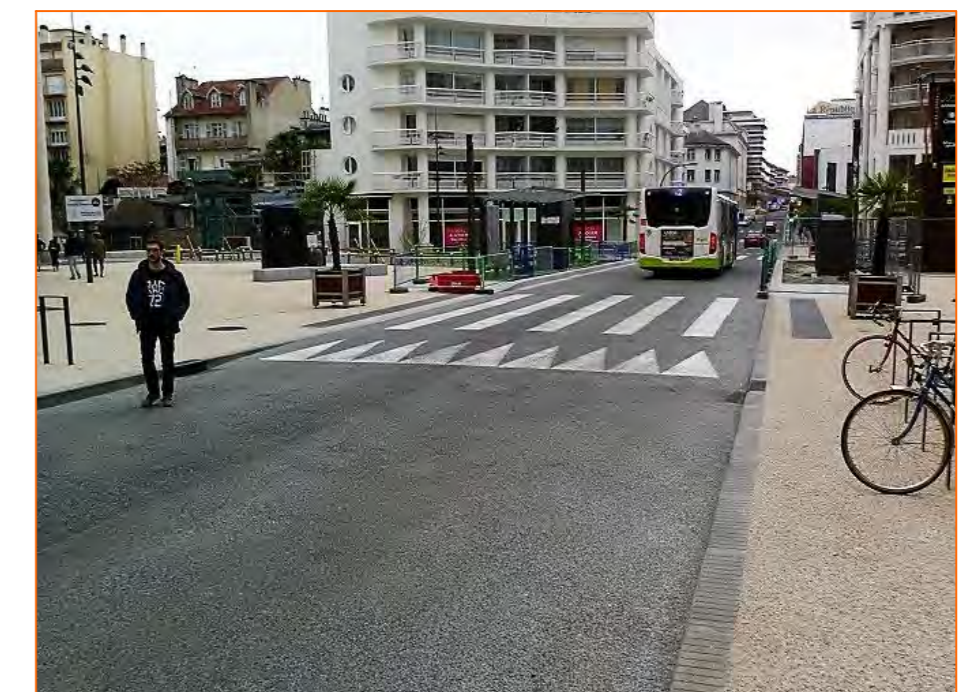
ESTADO ACTUAL



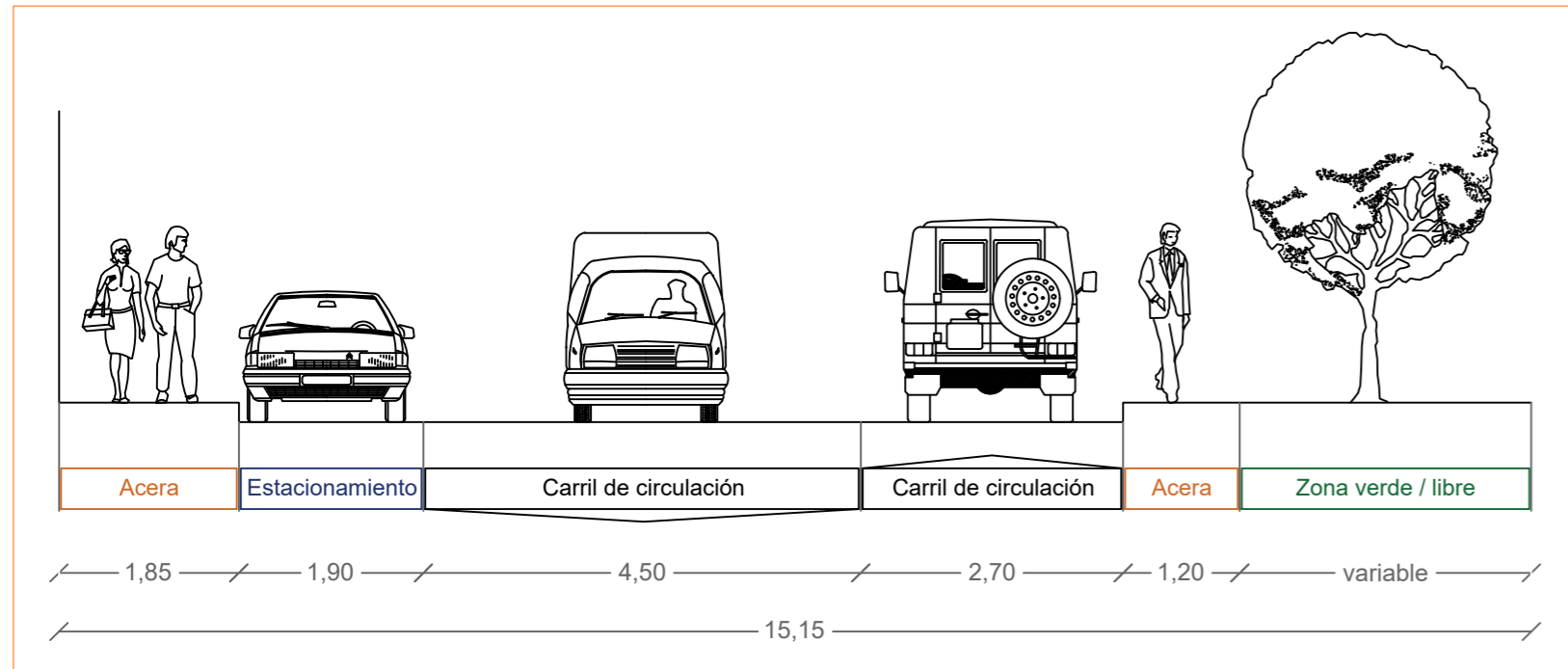
ESTADO ACTUAL



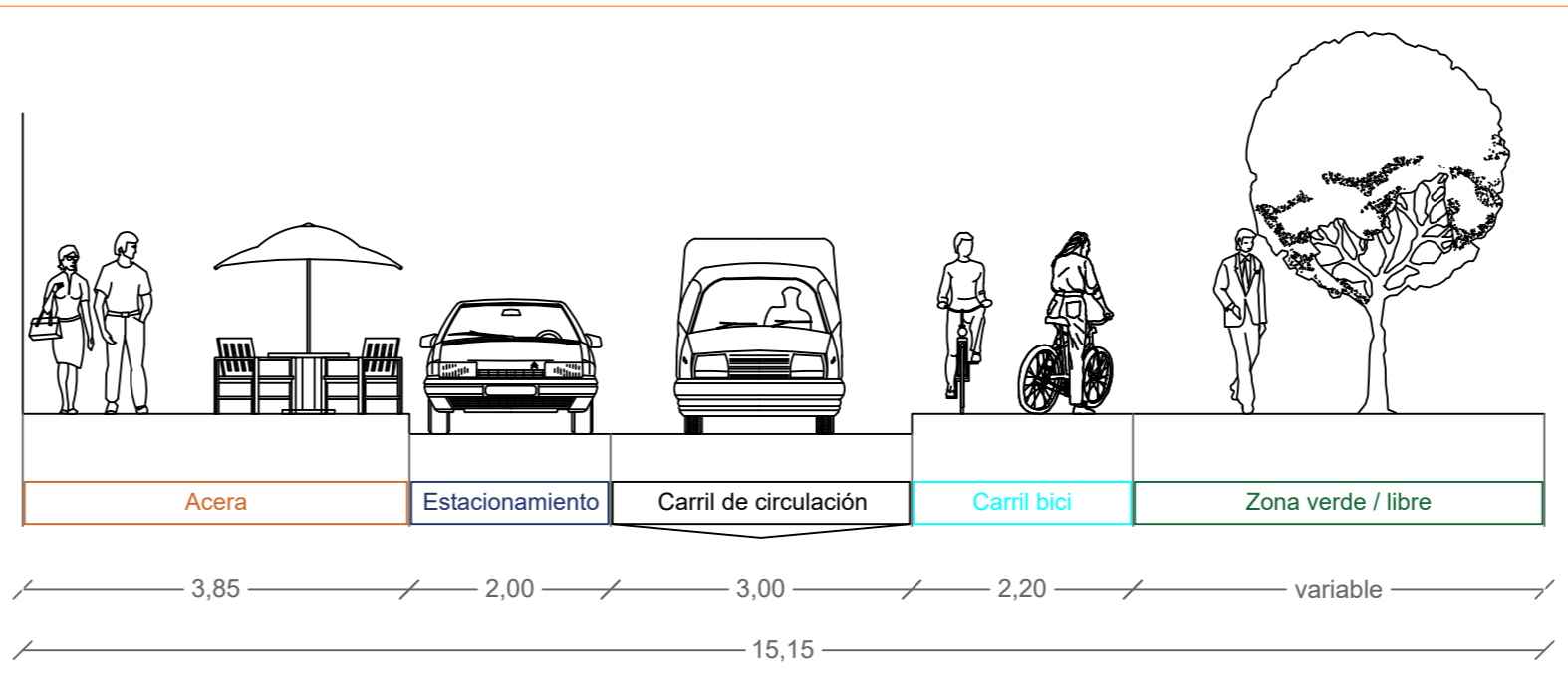
ESTADO ACTUAL



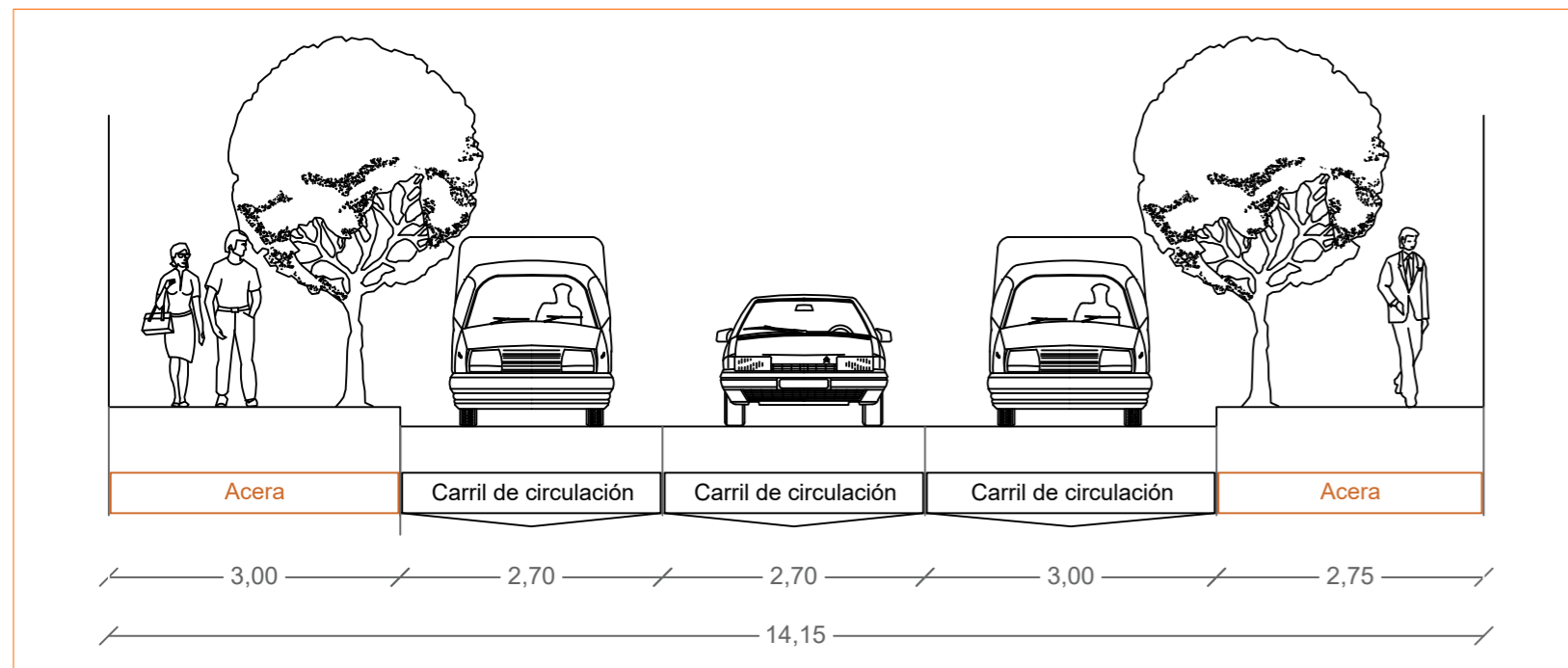
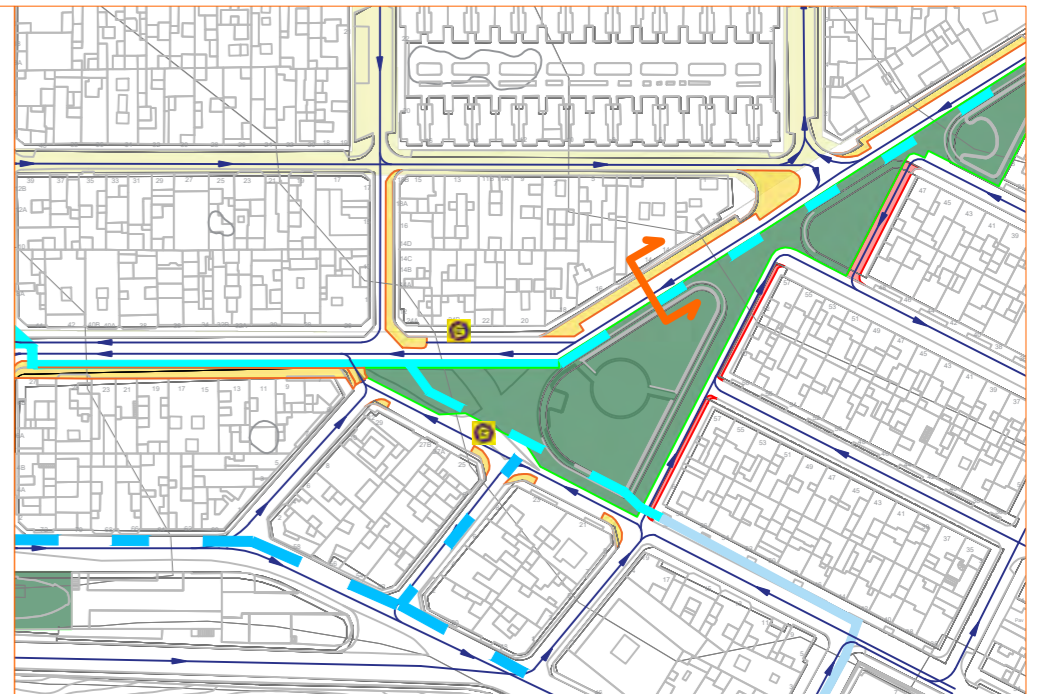
EJEMPLO ORIENTATIVO DE LA PROPUESTA



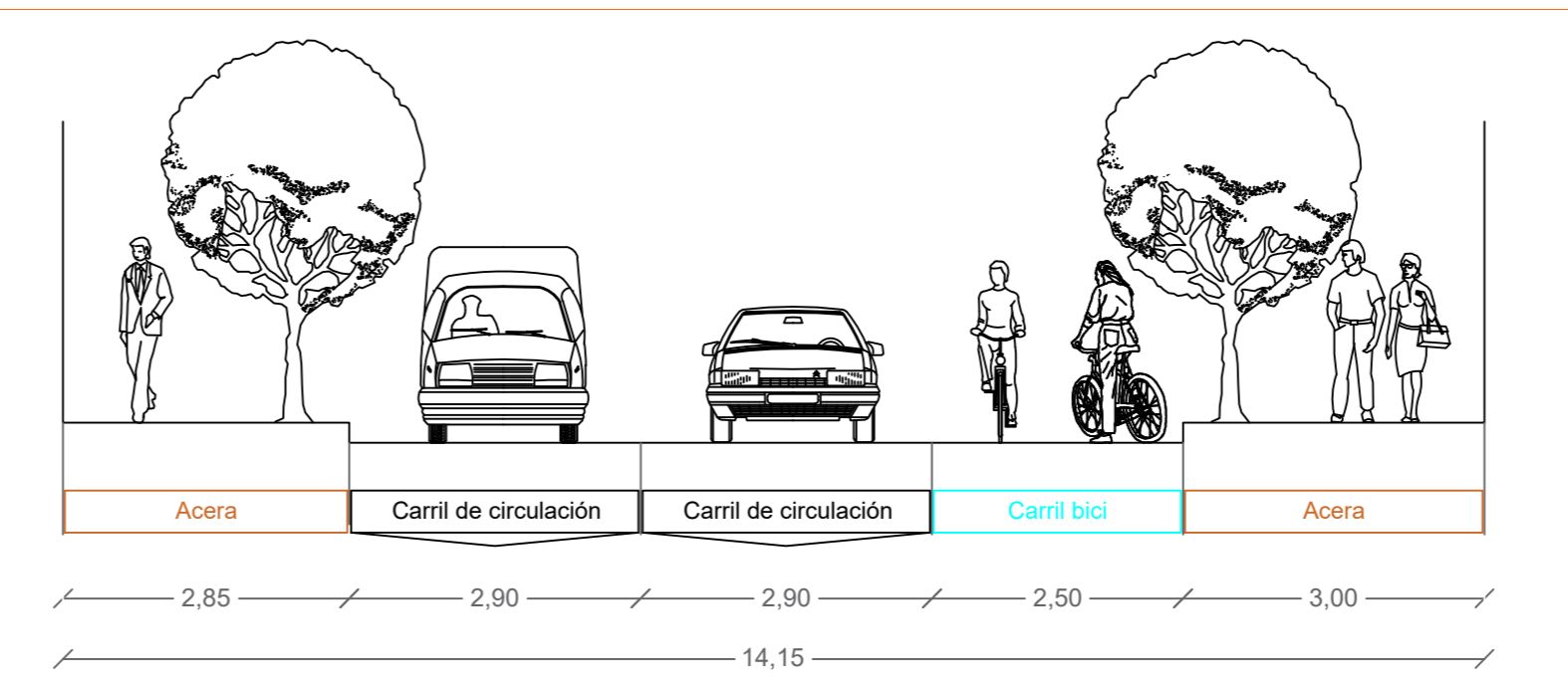
SECCIÓN TIPO ACTUAL C\ DON PEDRO INFINITO (Nº 2 - 20)



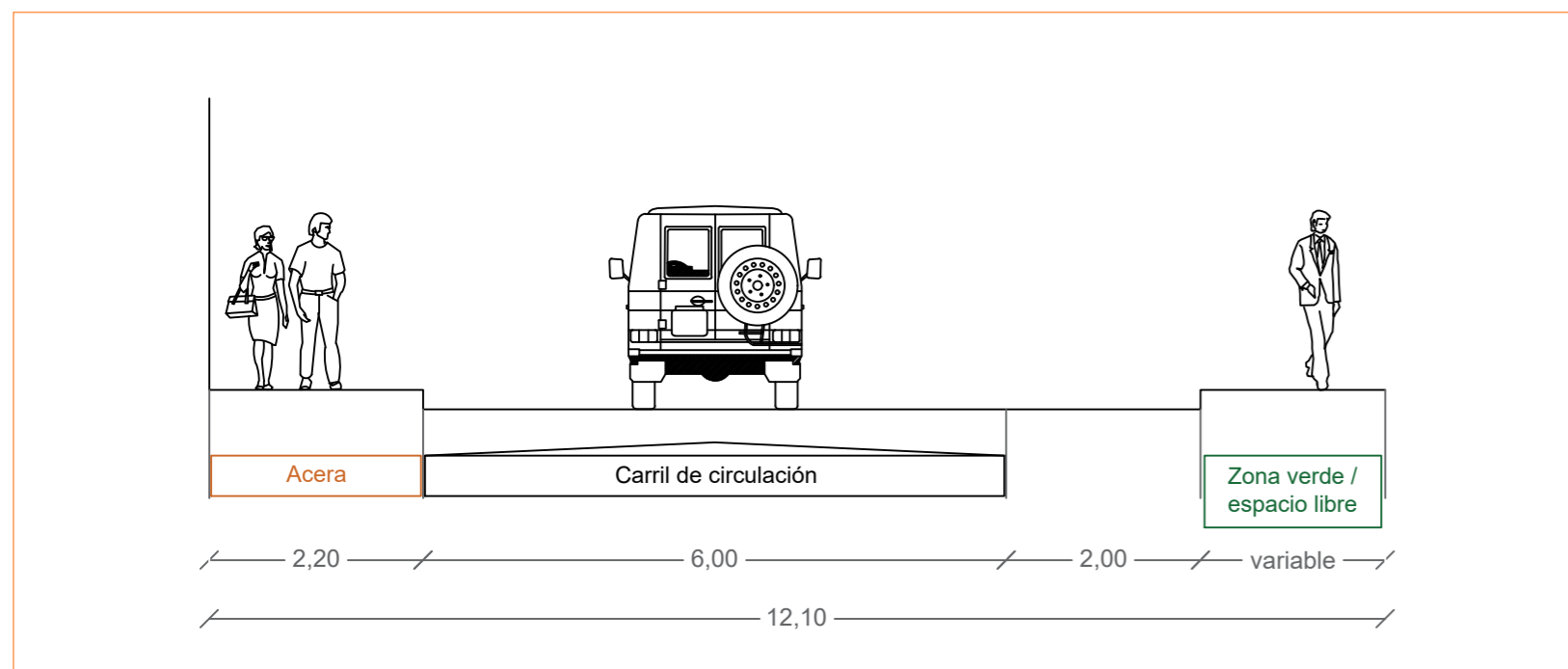
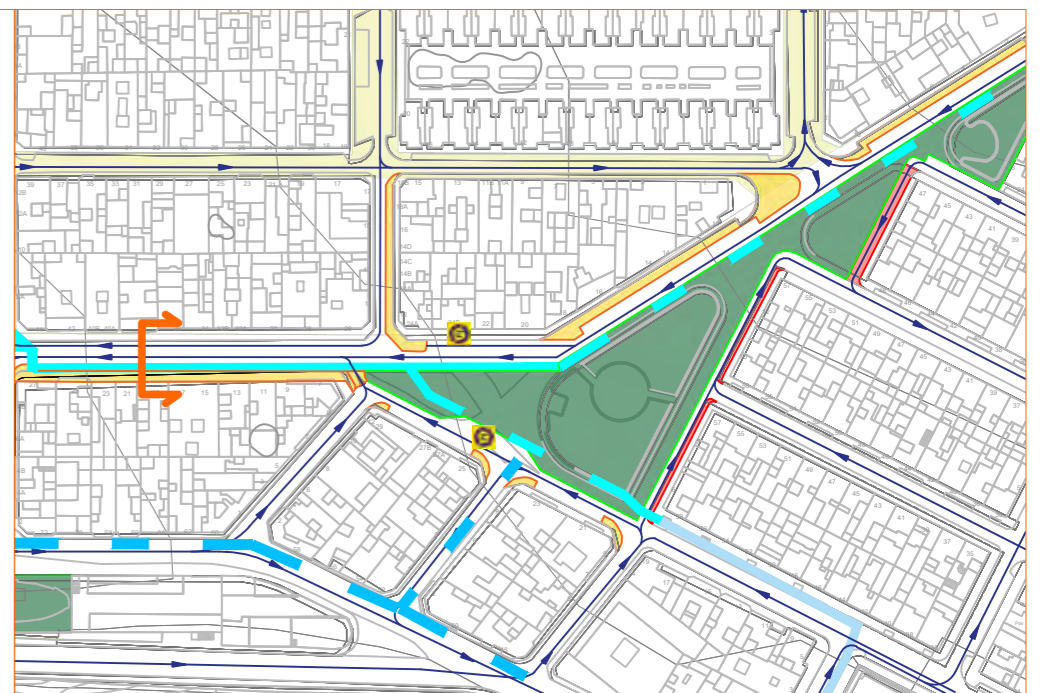
SECCIÓN TIPO PROPUESTA C\ DON PEDRO INFINITO (Nº 2 - 20)



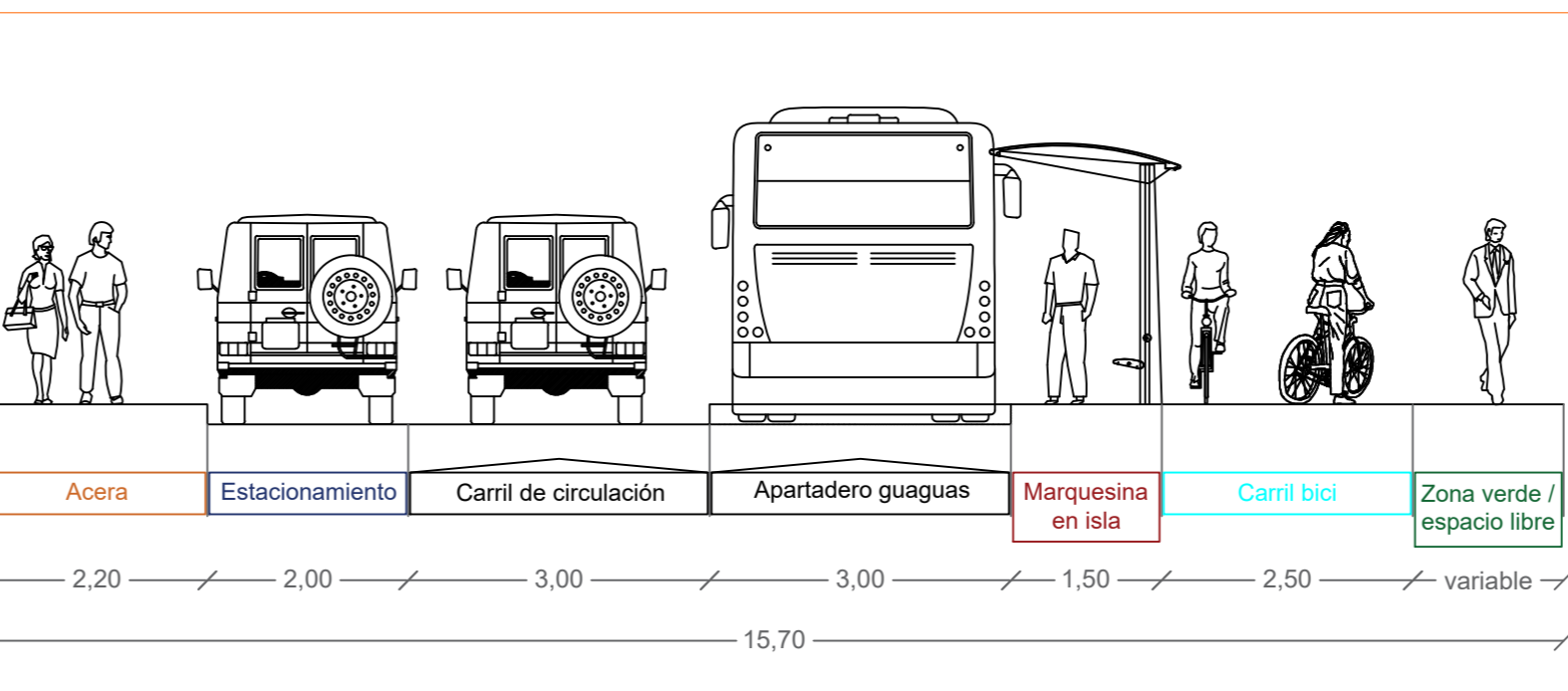
SECCIÓN TIPO ACTUAL C\ DON PEDRO INFINITO (Nº 26 - 44)



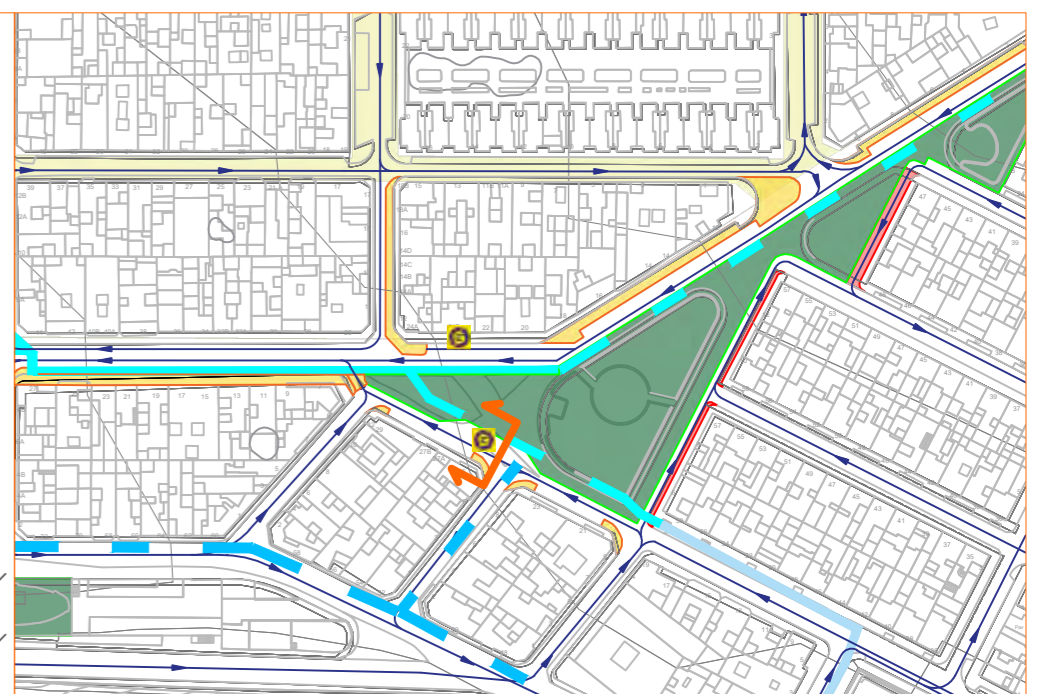
SECCIÓN TIPO PROPUESTA C\ DON PEDRO INFINITO (Nº 26 - 44)



SECCIÓN TIPO ACTUAL C\ ALCESTE (Nº 12 - 19)



SECCIÓN TIPO PROPUESTA C\ ALCESTE (Nº 12 - 19)

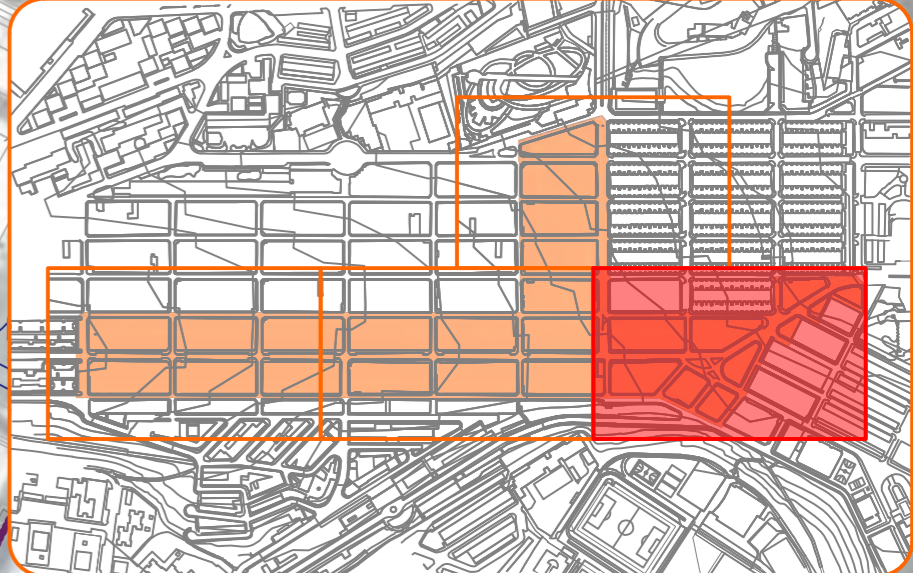


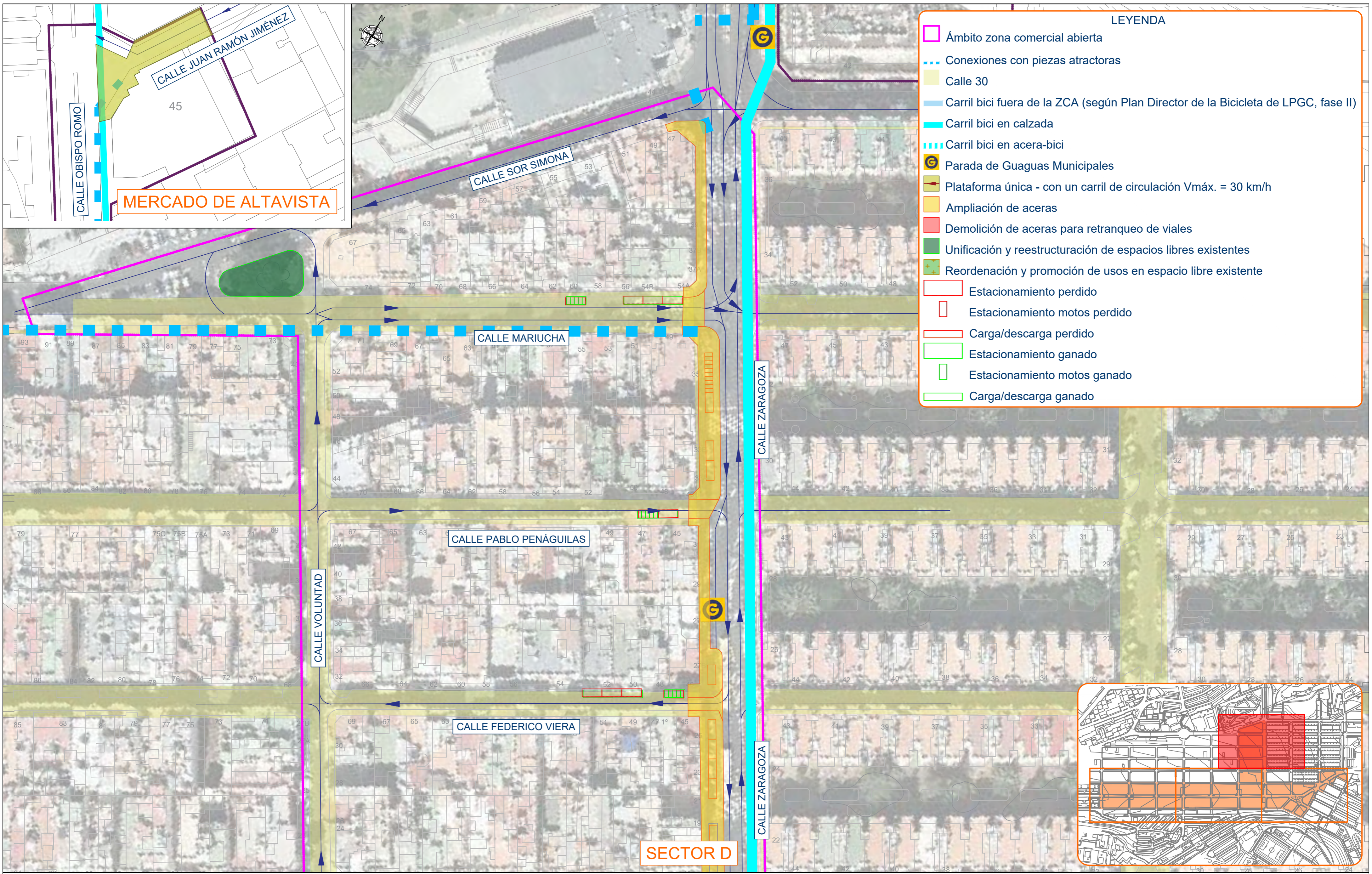


LEYENDA

- Ámbito zona comercial abierta
- Conexiones con piezas atractoras
- Calle 30
- Carril bici fuera de la ZCA (según Plan Director de la Bicicleta de LPGC, fase II)
- Carril bici en calzada
- Carril bici en acera-bici
- G Parada de Guaguas Municipales
- Ampliación de aceras
- Demolición de aceras para retranqueo de viales
- Unificación y reestructuración de espacios libres existentes
- Reordenación y promoción de usos en espacio libre existente
- Estacionamiento perdido
- Estacionamiento motos perdido
- Carga/descarga perdido
- Estacionamiento ganado
- Estacionamiento motos ganado
- Carga/descarga ganado

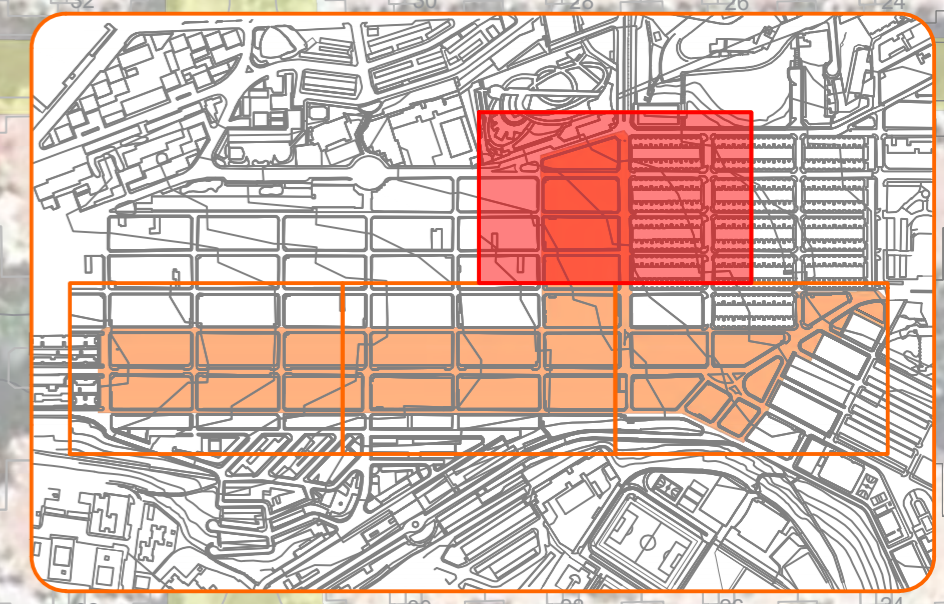
SECTOR C





LEYENDA

- Ámbito zona comercial abierta
- Conexiones con piezas atractoras
- Calle 30
- Carril bici fuera de la ZCA (según Plan Director de la Bicicleta de LPGC, fase II)
- Carril bici en calzada
- Carril bici en acera-bici
- Parada de Guaguas Municipales
- Plataforma única - con un carril de circulación Vmáx. = 30 km/h
- Ampliación de aceras
- Demolición de aceras para retranqueo de viales
- Unificación y reestructuración de espacios libres existentes
- Reordenación y promoción de usos en espacio libre existente
- Estacionamiento perdido
- Estacionamiento motos perdido
- Estacionamiento ganado
- Estacionamiento motos ganado
- Carga/descarga ganado



EQUIPO REDACTOR

ISMAEL TEJERA SANTANA JAVIER SANTANA CEBALLOS ALEJANDRO SANTOS NARANJO

DOCUMENTO

PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO

PROPUESTAS: DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA Y LAS ACTUACIONES - FASE 2

MUNICIPIO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA

DICIEMBRE DE 2020

ESCALA

1/600

ORIGINAL DIN A2

Nº PLANO

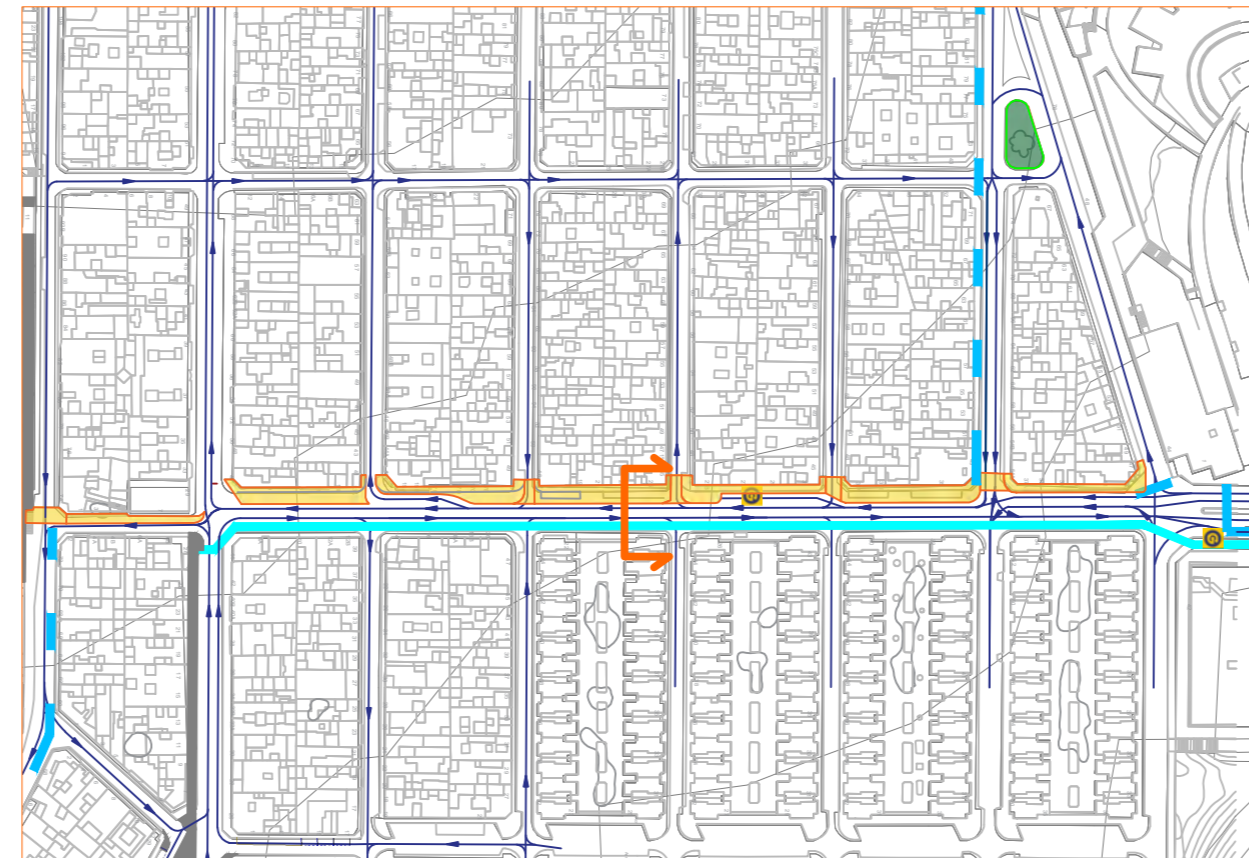
P.6.

HOJA

2 DE 3



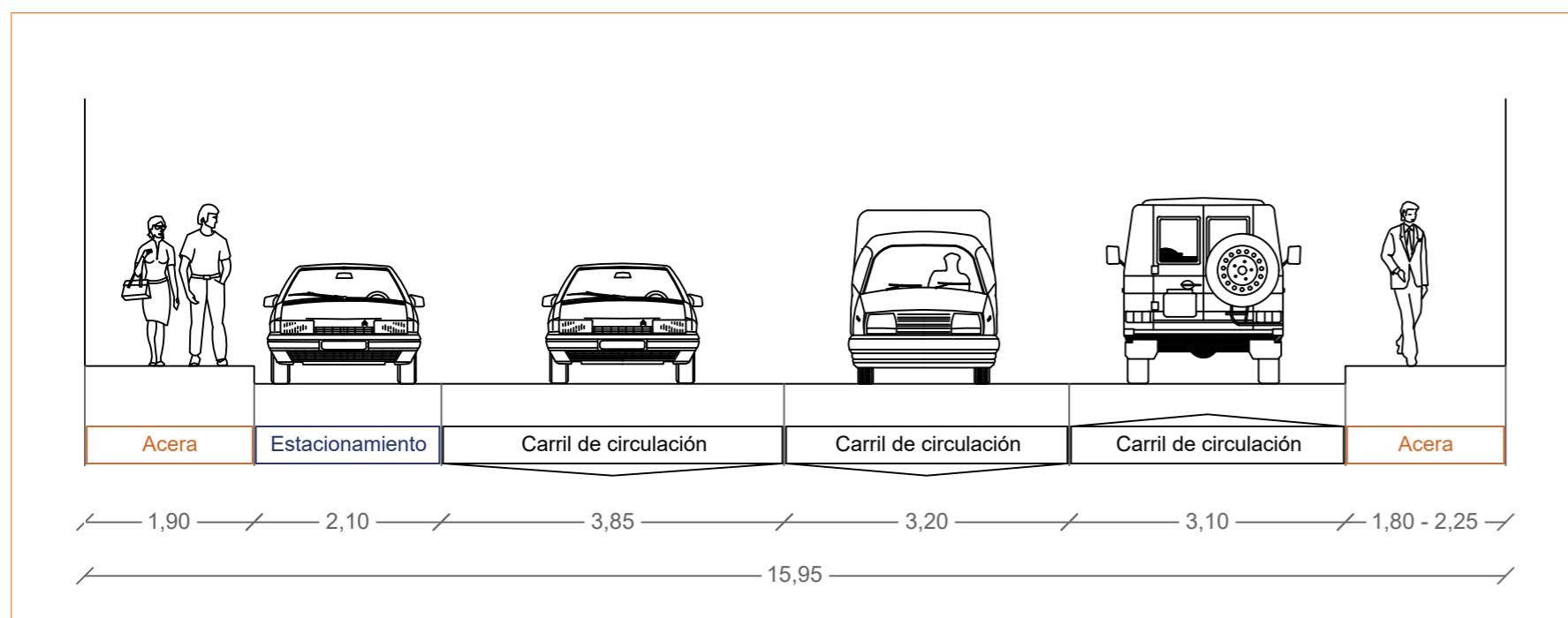
ESTADO ACTUAL DEL SECTOR A
INTERVENIR (sin escala)



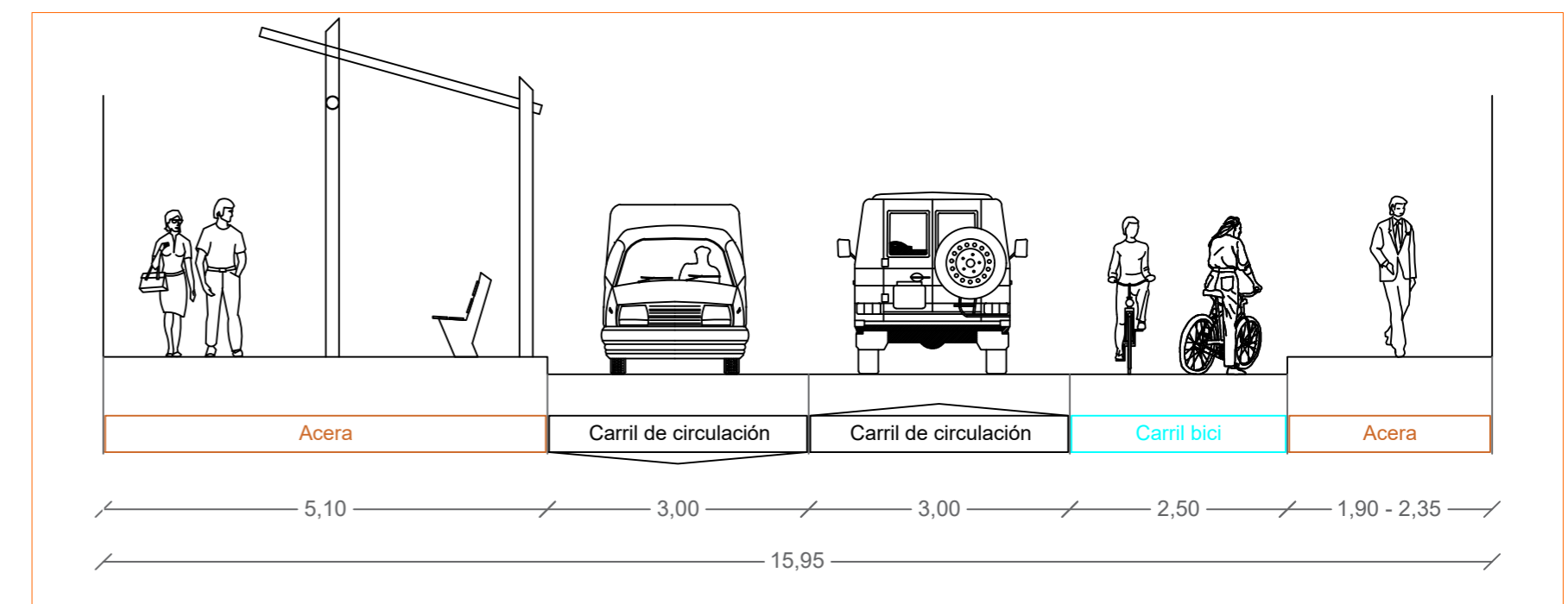
PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA Y
ACTUACIONES (FASE 2) (sin escala)

ACTUACIONES QUE SE PROPONEN:

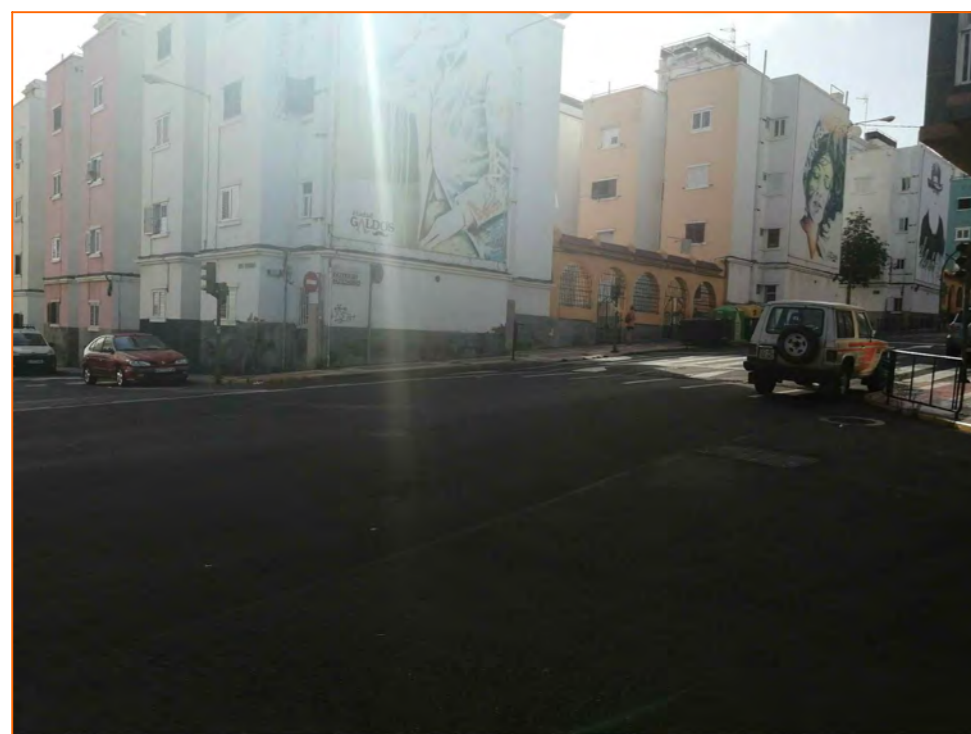
- Reordenación de tráfico rodado, promoviendo el uso de C\ Pío Coronado frente a C\ Pedro Infinito (anticipo a fase 3), optimizando ancho de calzada y generando carriles de desvío directo y apartadero exclusivo de Guaguas que garantizan la no interrupción del carril de circulación sentido sureste.
- Nuevo corredor mediante conexión y ampliación de aceras existentes en el margen suroeste, posibilitando el desplazamiento sin interrupción por todo el eje comercial Zaragoza y ganando superficie para el transeúnte y para otros usos (zonas infantiles, zonas de sombra, terrazas, etc.)
- Implementación de carril bici en calzada en concordancia con el PD de la Bicicleta, fase II.
- Desplazamiento, 145 metros, de la parada nº293 de Guaguas Municipales (nuevo emplazamiento en el nº2 de Obispo Romo, frente a oficinas del Distrito).
- Conversión de viales clave en corredores de conexión mediante utilización de mismo pavimento que la ZCA, señalética sugerente e información de tiempos de desplazamiento, locales, lugares de interés y servicios de movilidad. Misma actuación en Obispo Romo, conectando mercado Altavista y ZCA.
- Restitución de pavimento en plataforma única en zona rodonal de acceso al mercado de Altavista, con la misma estética que la ZCA, y ganancia de superficie peatonal sobre cebreado entre C\ Obispo Romo y C\ Juan Ramón Jiménez.
- Aumento de dotación de carga/descarga.
- Adecentamiento de jardín entre calles Mariucha y sor Simona.



SECCIÓN TIPO ACTUAL C\ ZARAGOZA (Nº 8 - 32)



SECCIÓN TIPO PROPUESTA C\ ZARAGOZA (Nº 8 - 32)



ESTADO ACTUAL



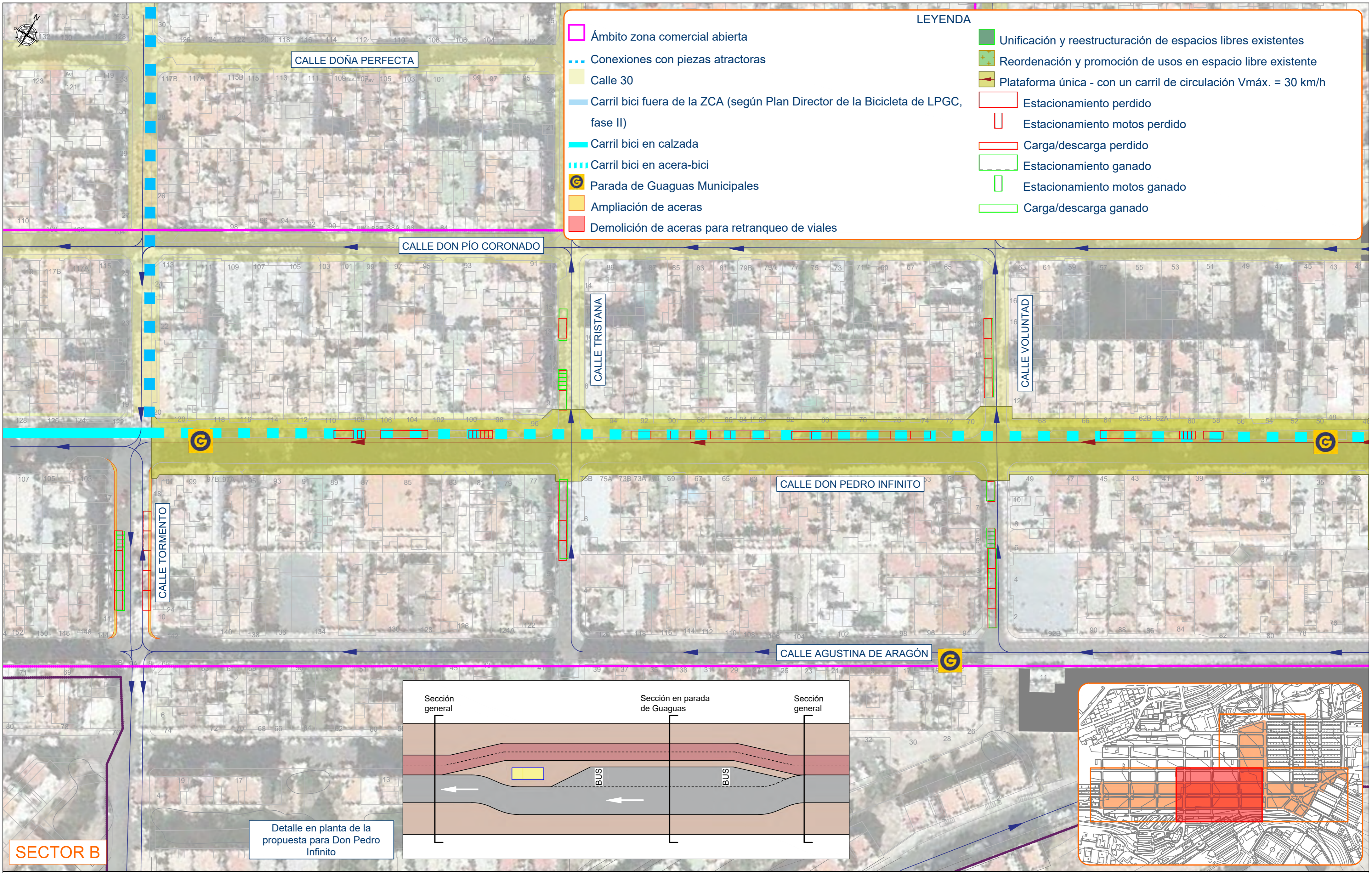
ESTADO ACTUAL



ESTADO ACTUAL

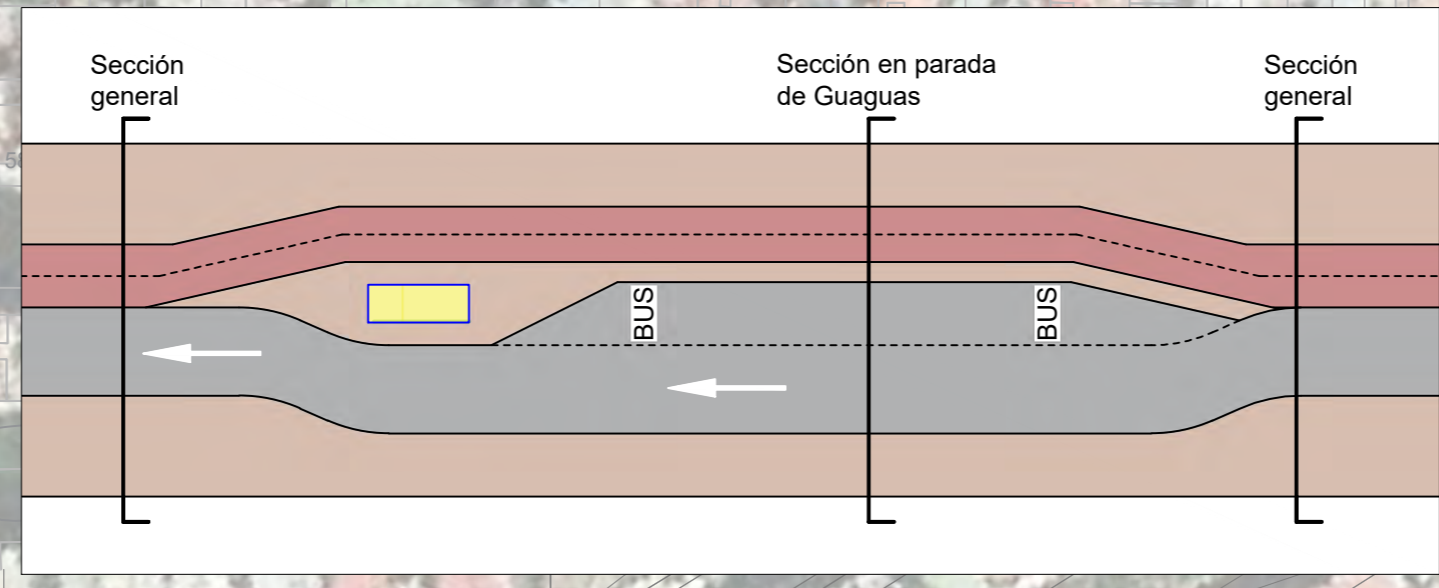


EJEMPLO ORIENTATIVO DE LA PROPUESTA

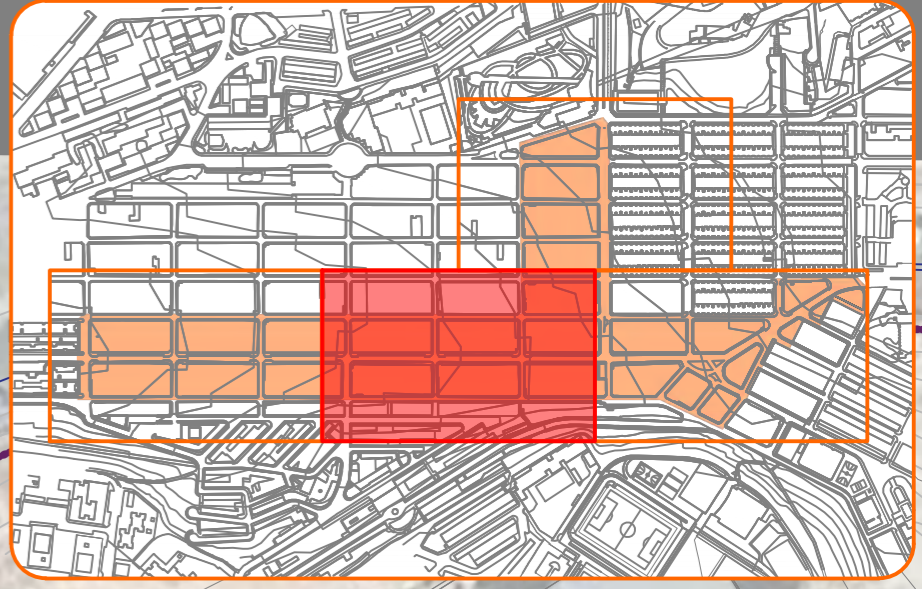


LEYENDA

- Ámbito zona comercial abierta
- Conexiones con piezas atractoras
- Calle 30
- Carril bici fuera de la ZCA (según Plan Director de la Bicicleta de LPGC, fase II)
- Carril bici en calzada
- Carril bici en acera-bici
- G Parada de Guaguas Municipales
- Ampliación de aceras
- Demolición de aceras para retranqueo de viales
- Unificación y reestructuración de espacios libres existentes
- Reordenación y promoción de usos en espacio libre existente
- Plataforma única - con un carril de circulación Vmáx. = 30 km/h
- Estacionamiento perdido
- Estacionamiento motos perdido
- Carga/descarga perdido
- Estacionamiento ganado
- Estacionamiento motos ganado
- Carga/descarga ganado



Detalle en planta de la propuesta para Don Pedro Infinito



SECTOR B



EQUIPO REDACTOR

ISMAEL TEJERA SANTANA JAVIER SANTANA CEBALLOS ALEJANDRO SANTOS NARANJO

DOCUMENTO

PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO

PROPUESTAS: DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA Y LAS ACTUACIONES - FASE 3

MUNICIPIO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA

DICIEMBRE DE 2020

ESCALA

1/600

ORIGINAL DIN A2

Nº PLANO

P.7.

HOJA

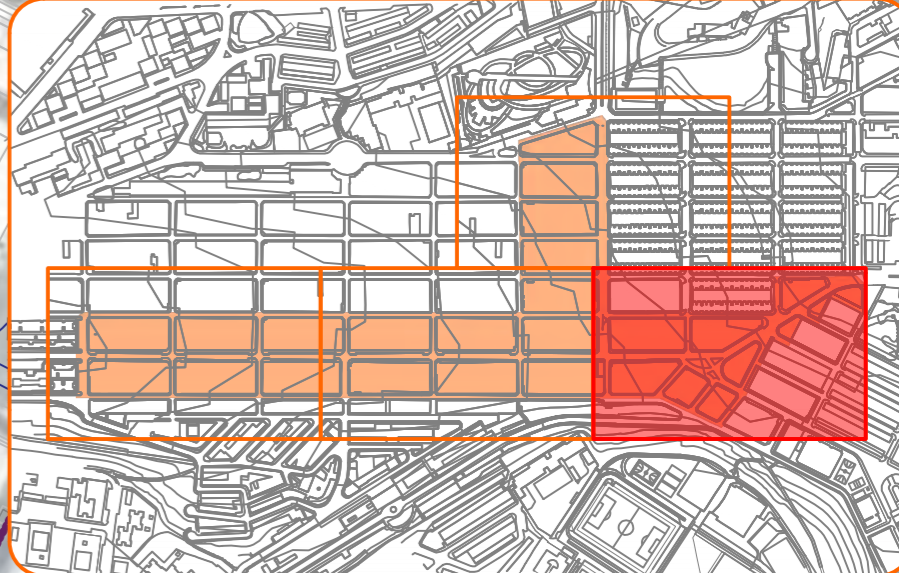
1 DE 3



LEYENDA

- Ámbito zona comercial abierta
- Calle 30
- Carril bici fuera de la ZCA (según Plan Director de la Bicicleta de LPGC, fase II)
- Carril bici en calzada
- Carril bici en acera-bici
- G Parada de Guaguas Municipales
- Plataforma única - con un carril de circulación Vmáx. = 30 km/h

SECTOR C



EQUIPO REDACTOR

ISMAEL TEJERA SANTANA
 JAVIER SANTANA CEBALLOS
 ALEJANDRO SANTOS NARANJO

DOCUMENTO

PLAN DIRECTOR DE LA ZONA COMERCIAL ABIERTA SCHAMANN - PEDRO INFINITO

NOMBRE DE PLANO

PROPUESTAS: DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA Y LAS ACTUACIONES - FASE 3

MUNICIPIO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

FECHA

DICIEMBRE DE 2020

ESCALA

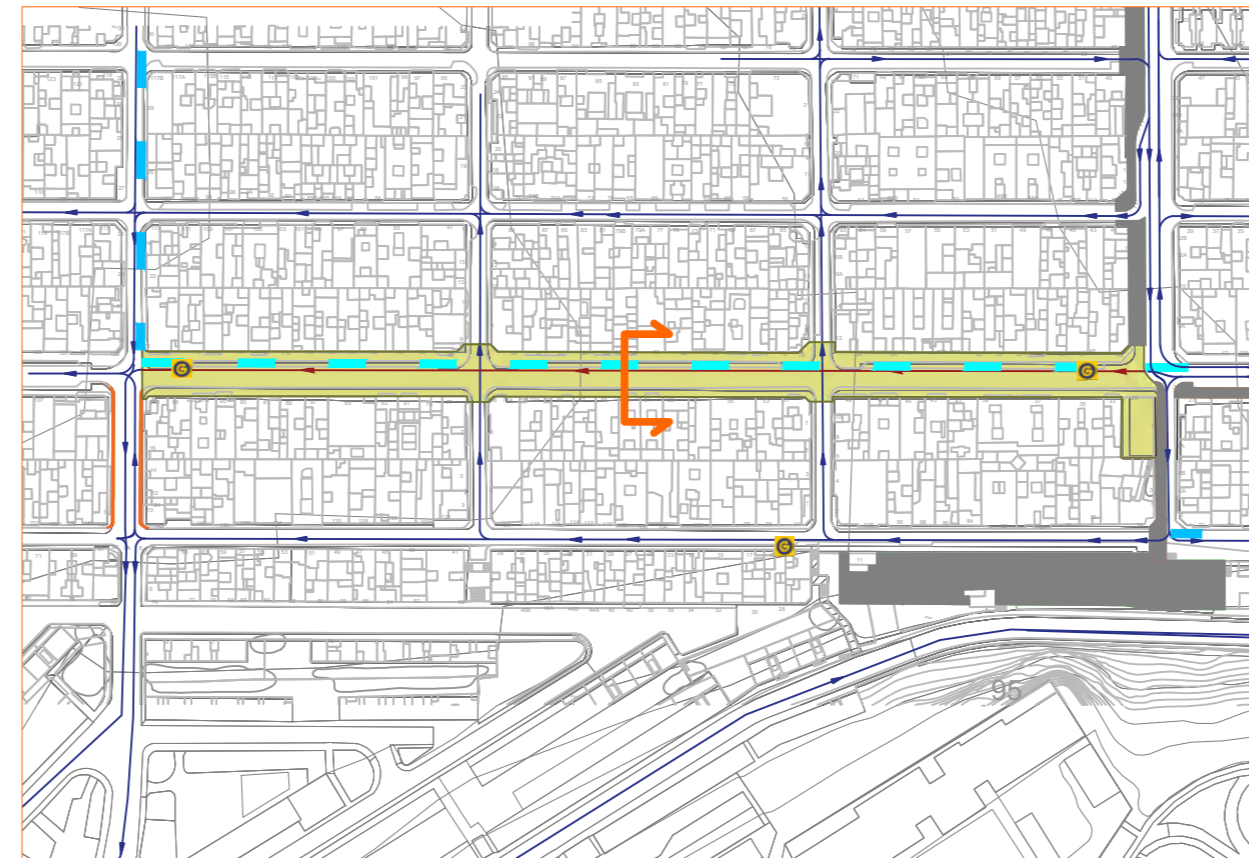
1/600
ORIGINAL DIN A2

Nº PLANO

P.7.
HOJA 2 DE 3



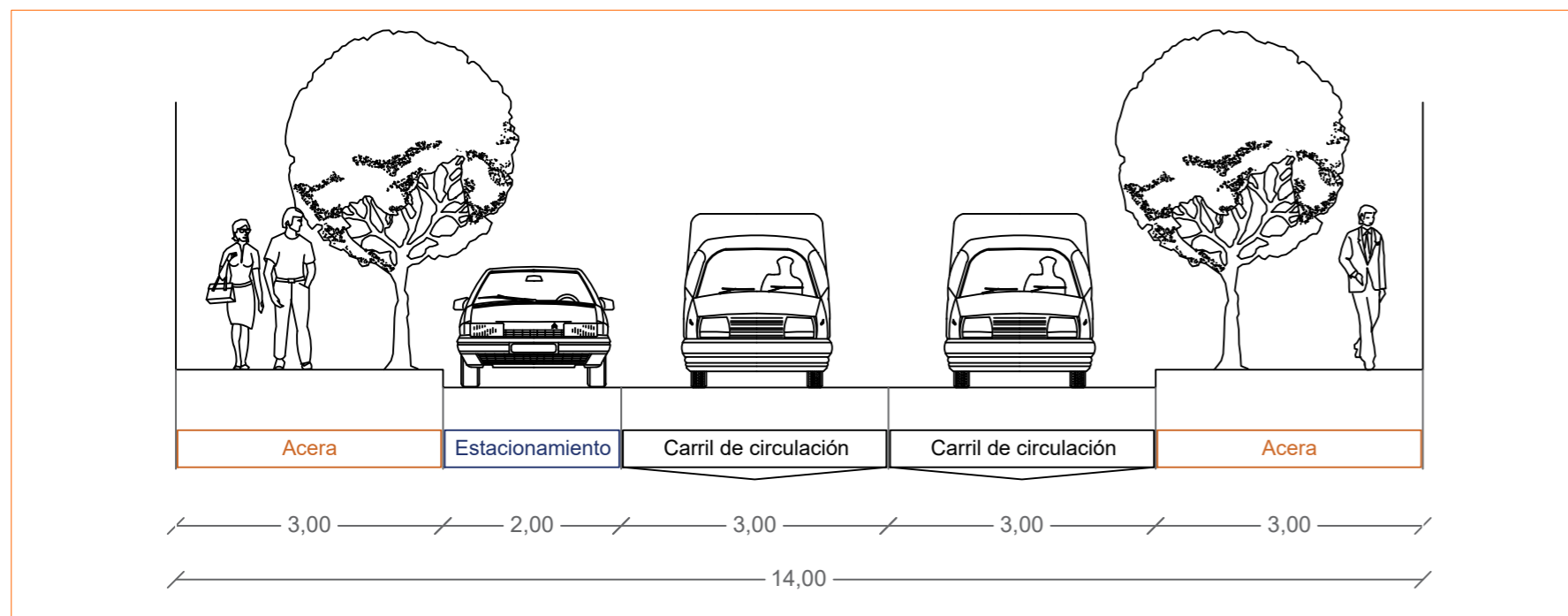
ESTADO ACTUAL DEL SECTOR A
INTERVENIR (sin escala)



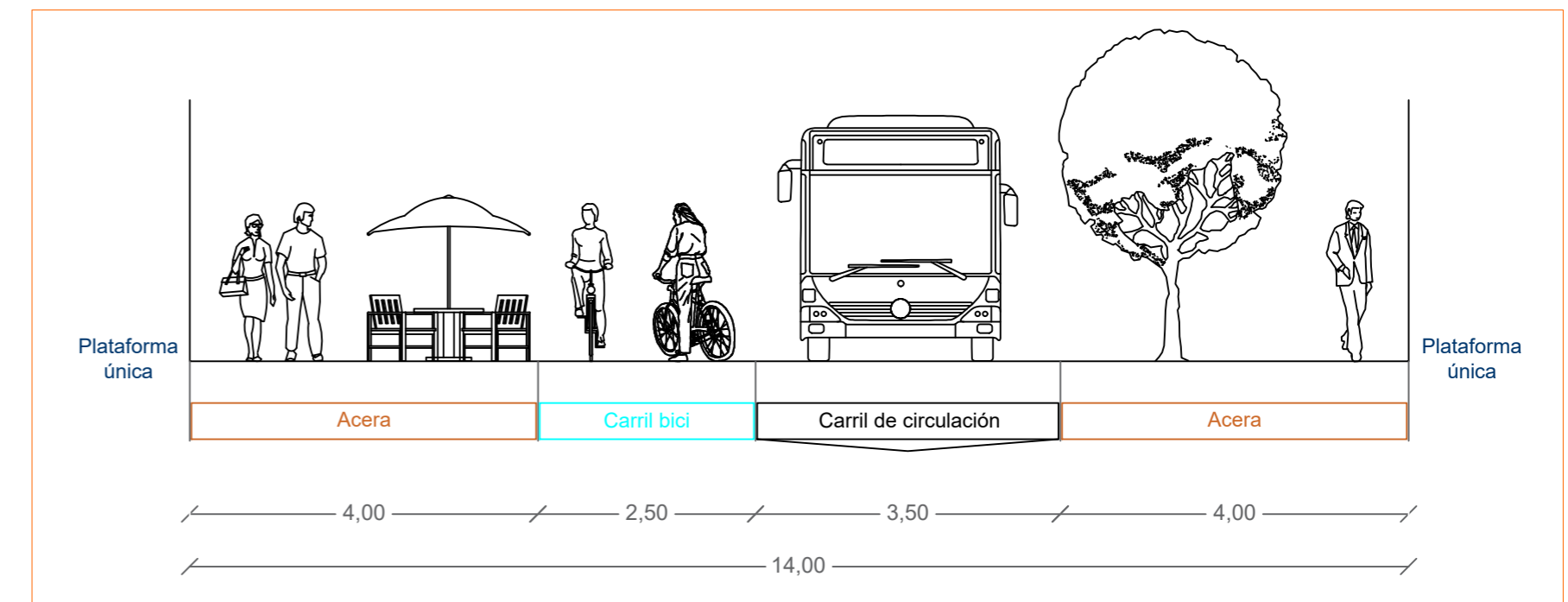
PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA Y
ACTUACIONES (FASE 3) (sin escala)

ACTUACIONES QUE SE PROPONEN:

- Continuidad al nuevo corredor generado en fase 1 en la zona baja de C\ Don Pedro Infinito mediante nueva plataforma única en las tres manzanas entre calles Zaragoza y Tormento. Inclusión en esta plataforma única de carril bici en acera en concordancia con el PD de la Bicicleta, fase II.
- Desvío de la mayoría del tráfico rodado de C\ Don Pedro Infinito a C\ Don Pío Coronado y a C\ Agustina de Aragón, mediante cambio de sentido de esta última entre Zaragoza y Tormento, sistema que posibilita pruebas (por ejemplo, en fin de semana) de exclusión de tráfico (salvo Guaguas, garajes y serv. municipales) en estas tres manzanas de C\ Don Pedro Infinito como anticipo de la fase 4 de la estrategia.
- Reordenación del tráfico en el cruce Tormento - Don Pedro Infinito, con necesidad de semaforización.
- Desplazamiento de los carga/descarga de Don Pedro Infinito a las perpendiculares Voluntad y Tristana, y ganancia neta de espacios para este fin.
- Conversión de viales clave en corredores de conexión mediante utilización de mismo pavimento que la ZCA, señalética sugerente e información de tiempos de desplazamiento, locales, lugares de interés y servicios de movilidad.
- Ensanche de aceras en calle Tormento, tramo entre Agustina de Aragón y Don Pedro Infinito.



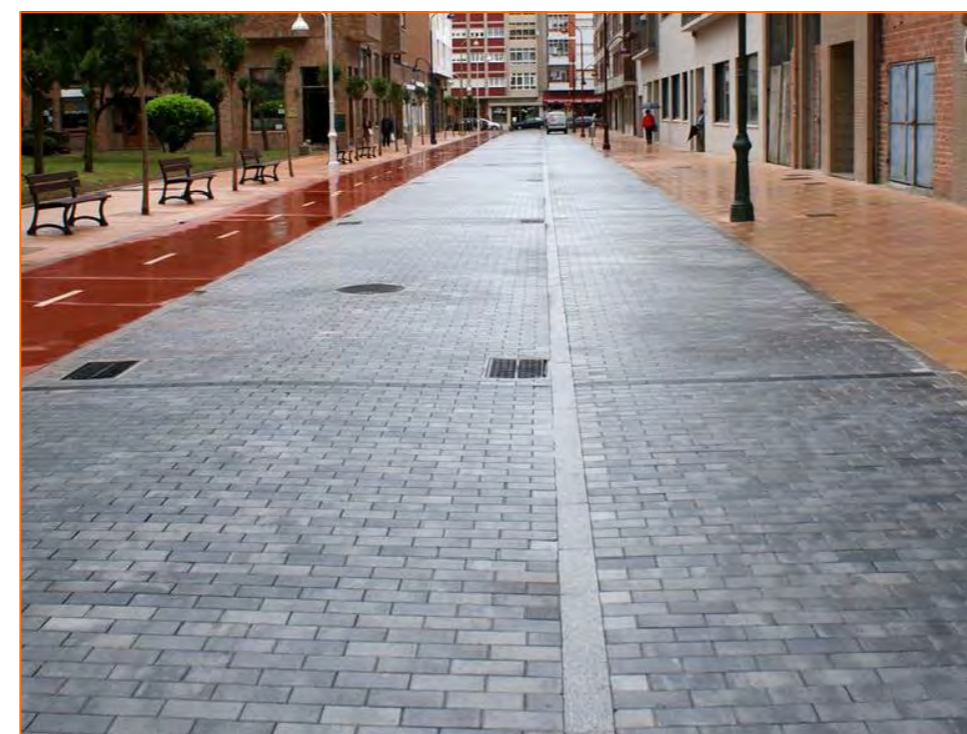
SECCIÓN TIPO ACTUAL C\ DON PEDRO INFINITO (Nº 46 - 120)



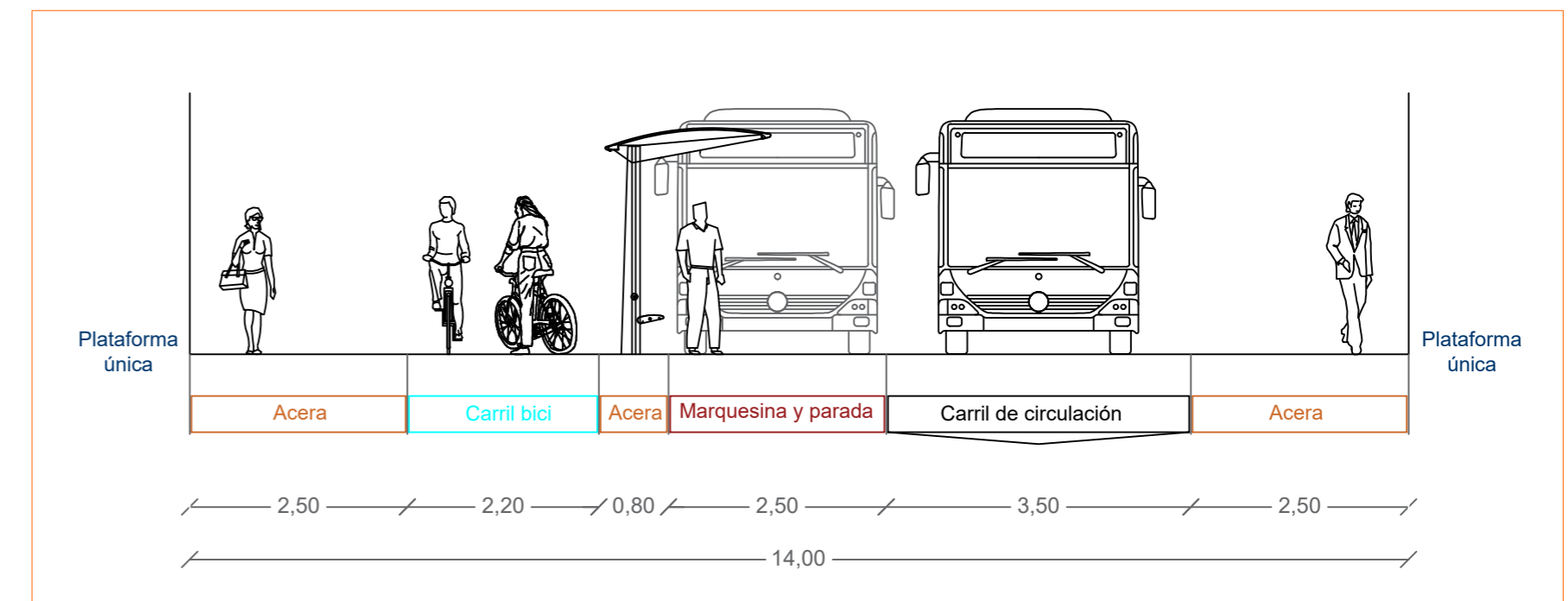
SECCIÓN TIPO GENERAL PROPUESTA C\ DON PEDRO INFINITO (Nº 46 - 120)



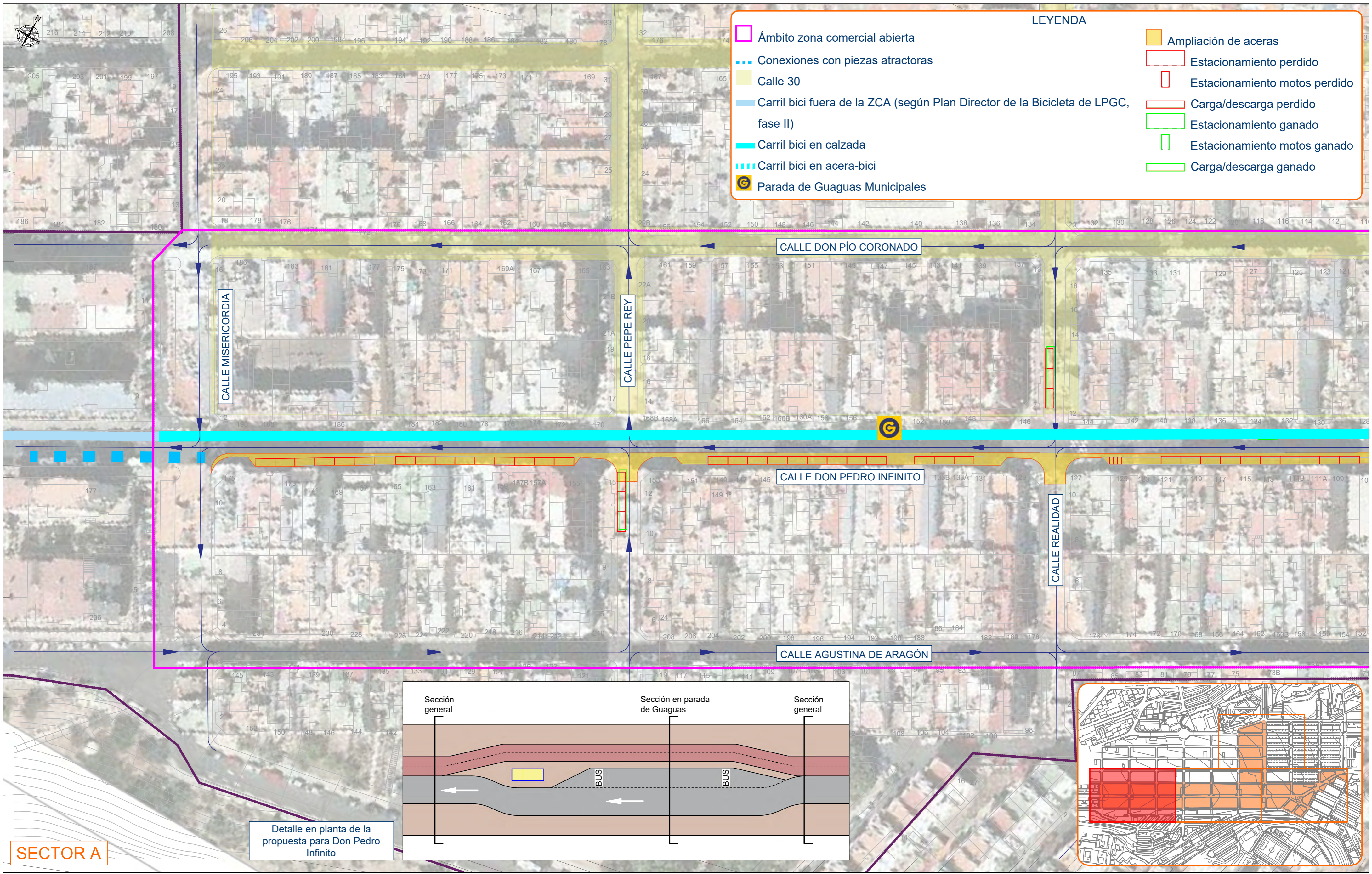
ESTADO ACTUAL



EJEMPLO ORIENTATIVO DE LA PROPUESTA

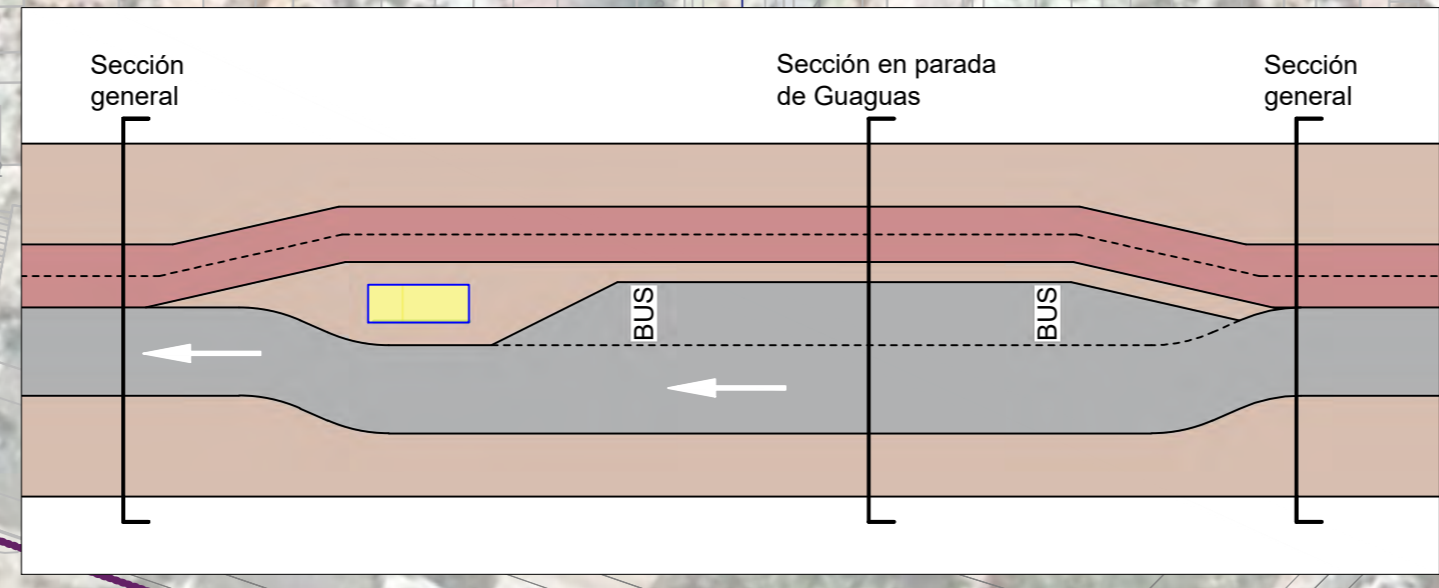


SECCIÓN TIPO PROPUESTA CON PARADA DE GUAGUAS C\ DON PEDRO INFINITO (Nº 46 - 120)



LEYENDA

- Ámbito zona comercial abierta**
- Conexiones con piezas atractoras**
- Calle 30**
- Carril bici fuera de la ZCA (según Plan Director de la Bicicleta de LPGC, fase II)**
- Carril bici en calzada**
- Carril bici en acera-bici**
- G **Parada de Guaguas Municipales**
- Ampliación de aceras**
- Estacionamiento perdido**
- Estacionamiento motos perdido**
- Carga/descarga perdido**
- Estacionamiento ganado**
- Estacionamiento motos ganado**
- Carga/descarga ganado**



Detalle en planta de la propuesta para Don Pedro Infinito

SECTOR A



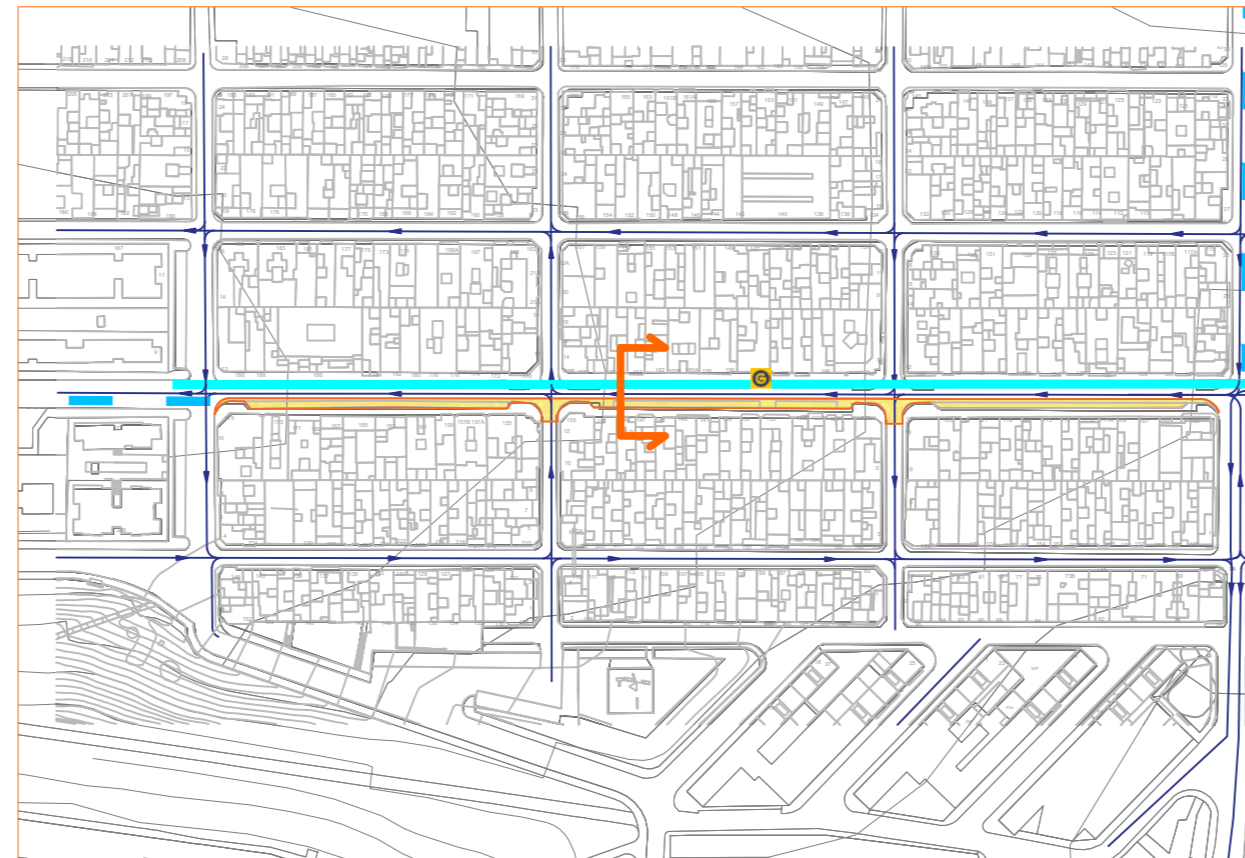
LEYENDA

- Ámbito zona comercial abierta**
- Conexiones con piezas atractoras**
- Calle 30**
- Carril bici fuera de la ZCA (según Plan Director de la Bicicleta de LPGC, fase II)**
- Carril bici en calzada**
- Carril bici en acera-bici**
- Parada de Guaguas Municipales**
- Ampliación de aceras**
- Plataforma única - sólo Guaguas, Servs. Municipales, carga/descarga y garajes**
- Estacionamiento perdido**
- Estacionamiento motos perdido**
- Carga/descarga perdido**
- Estacionamiento ganado**
- Estacionamiento motos ganado**
- Carga/descarga ganado**

SECTOR B



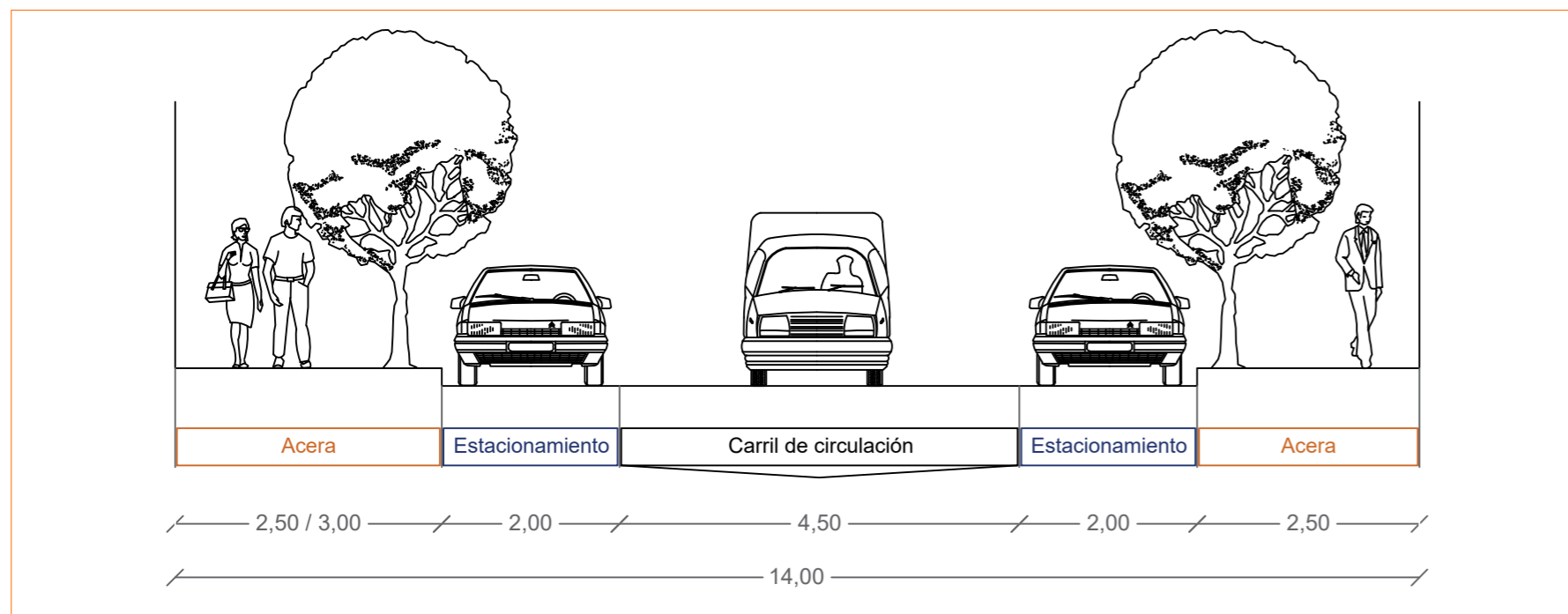
ESTADO ACTUAL DEL SECTOR A
INTERVENIR (sin escala)



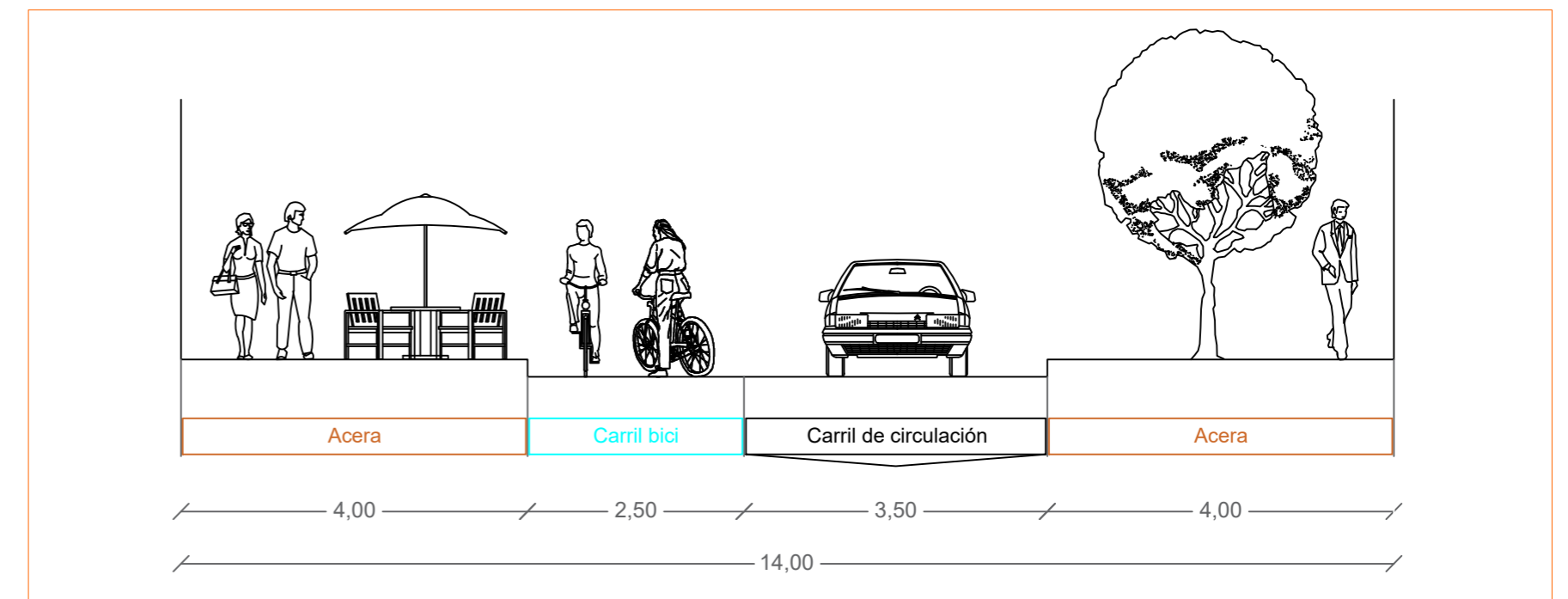
PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA Y
ACTUACIONES (FASE 4) (sin escala)

ACTUACIONES QUE SE PROPONEN:

- Continuidad al nuevo corredor generado en fases 1 y 3 en las zonas más bajas de C\ Don Pedro Infinito mediante conexión y ampliación de aceras existentes en el margen sur-sureste, posibilitando el desplazamiento sin interrupción por todo el eje comercial Don Pedro Infinito y ganando superficie para el transeúnte y para otros usos (zonas infantiles, zonas de sombra, terrazas, etc.)
- Implementación de carril bici en calzada en concordancia con el PD de la Bicicleta, fase II.
- Ganancia de nuevos carga/descarga en calles Realidad y Pepe Rey.
- Conversión del tramo de C\ Don Pedro Infinito entre C\ Misericordia y parque/estacionamiento José Saramago en corredor de conexión mediante utilización de mismo pavimento que la ZCA, señalética sugerente e información de tiempos de desplazamiento, locales, lugares de interés y servicios de movilidad.



SECCIÓN TIPO ACTUAL C\ DON PEDRO INFINITO (Nº 120 - 190)



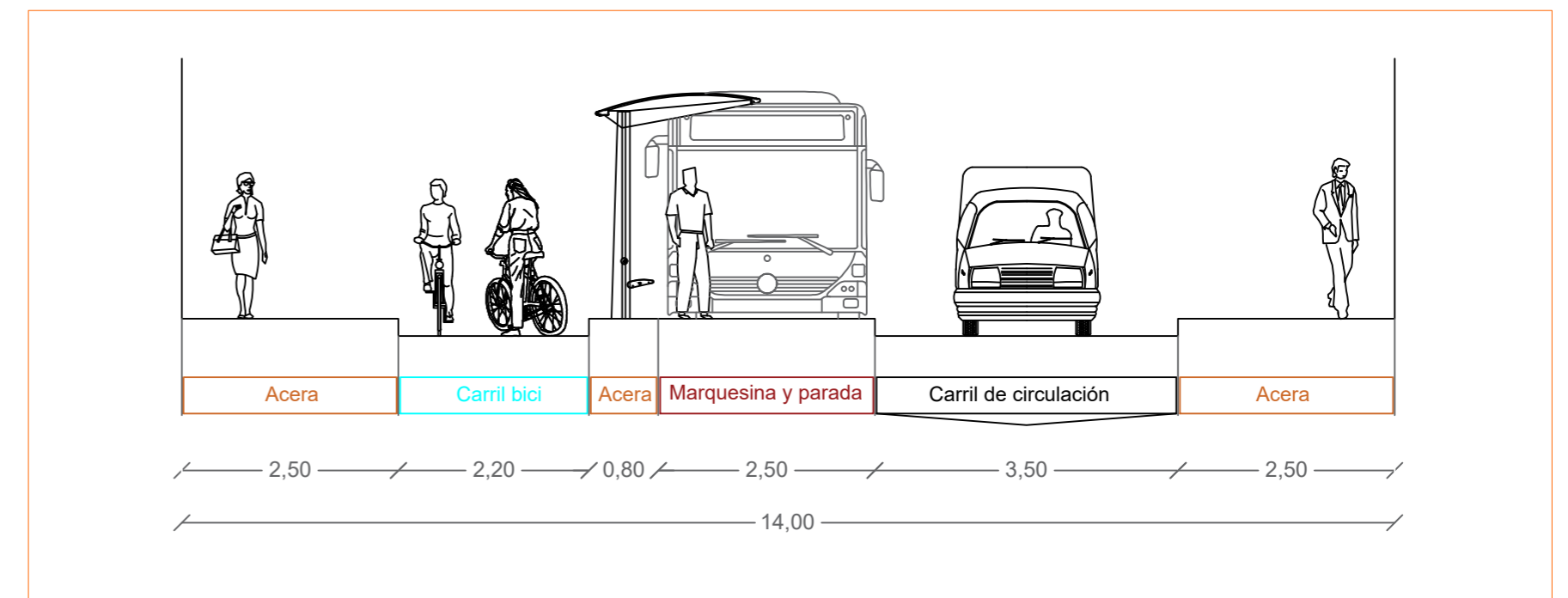
SECCIÓN TIPO GENERAL PROPUESTA C\ DON PEDRO INFINITO (Nº 120 - 190)



ESTADO ACTUAL



EJEMPLO ORIENTATIVO DE LA PROPUESTA



SECCIÓN TIPO PROPUESTA CON PARADA DE GUAGUAS C\ DON PEDRO INFINITO (Nº 120 - 190)