

ANEJO 1. ESTUDIO DE LAS ÁREAS COMERCIALES TRADICIONALES DE FUENLABRADA

Índice

1	<i>Introducción y antecedentes</i>	8
2	<i>Metodología</i>	10
3	<i>Campaña de Trabajos de Campo</i>	11
3.1	Visitas Previas	11
3.2	Inventario de locales comerciales	11
3.3	Encuestas	12
3.3.1	Encuestas a comerciantes	12
3.3.2	Encuestas a empleados	13
3.3.3	Encuestas a consumidores	14
3.4	Campaña de aparcamientos	15
3.5	Carga y descarga	16
4	<i>La actividad comercial en Fuenlabrada</i>	17
4.1	Introducción	17
4.2	El Comercio en Fuenlabrada y su Evolución	18
4.2.1	Unidades Locales	18
4.2.2	Principales equipamientos comerciales	20
4.2.3	Generación de empleo	25
4.2.4	Índices Comerciales	26
5	<i>Caracterización de las Zonas Comerciales Tradicionales</i>	29
5.1	Localización y Zonificación	29
5.1.1	Zona comercial calle Leganés	29
5.1.2	Zona comercial calle Portugal.....	30
5.2	Oferta Comercial	33
5.2.1	Localización de los locales comerciales	33
5.2.2	Caracterización de los locales comerciales.....	38
5.3	Demanda	45
5.3.1	Volumen y caracterización de los consumidores	45

5.3.2	Valoración de las zonas comerciales tradicionales.....	51
5.4	La problemática de las zonas comerciales tradicionales	54
6	<i>La movilidad en las zonas comerciales tradicionales</i>	66
6.1	La movilidad global.....	66
6.2	Movilidad Peatonal	70
6.2.1	Demanda peatonal	71
6.2.2	Itinerarios peatonales.....	72
6.2.3	Análisis de la seguridad y peligrosidad vial.....	77
6.3	Tráfico	78
6.3.1	Configuración de la red viaria.....	78
6.3.2	Tráfico del entorno	81
6.3.3	Análisis de velocidades	84
6.4	Aparcamiento.....	85
6.4.1	Introducción	85
6.4.2	La oferta de aparcamiento	86
6.4.3	Percepción de la oferta en las zonas comerciales tradicionales.....	95
6.4.4	La demanda de aparcamiento	96
6.4.5	Carga y descarga	108
6.5	Transporte público	123
6.5.1	Oferta.....	123
6.5.2	Percepción de la oferta.....	128
6.5.3	Demanda	129
6.5.4	Análisis de accesibilidad	131
6.5.5	Accesibilidad peatonal a las paradas de autobús	137
7	<i>Benchmarking. Experiencias europeas y españolas.....</i>	140
8	<i>Propuestas de Movilidad.....</i>	142
8.1	Zona Comercial calle Leganés.....	142
8.1.1	Justificación	142
8.1.2	Objetivo	142
8.1.3	Descripción	142
8.2	Zona comercial calle Portugal	144
8.2.1	Justificación	144
8.2.2	Objetivo	144
8.2.3	Descripción	144
9	<i>Propuestas de dinamización comercial.....</i>	147

Índice de tablas:

Tabla 1: Resumen trabajos de campo.....	11
Tabla 2: Ocupados por 1.000 habitantes del sector servicios 2005.....	18
Tabla 3: Unidades locales de Fuenlabrada por actividad principal 2006.....	20
Tabla 4: Número y dimensión de los establecimientos comerciales minoristas de Fuenlabrada 2007.....	22
Tabla 5: Número y dimensión de los establecimientos comerciales minoristas del Sur Metropolitano 2007 ...	23
Tabla 6: Número y dimensión de los centros comerciales del Sur Metropolitano 2007	25
Tabla 7: Ocupados por municipio del Sur Metropolitano 2006.....	26
Tabla 8: Índice de densidad comercial Municipios del Sur Metropolitano 2007.....	27
Tabla 9: Índice de superficie comercial Municipios del Sur Metropolitano 2007.....	28
Tabla 10: Locales comerciales por calle. Zona comercial de la calle Leganés.....	33
Tabla 11: Locales comerciales por calle. Zona comercial de la calle Portugal	36
Tabla 12: Locales comerciales vacíos por calle. Zona comercial de la calle Leganés	38
Tabla 13: Locales comerciales por actividad. Zona comercial de la calle Leganés.....	39
Tabla 14: Superficie total y superficie media por actividad. Zona comercial calle Leganés	40
Tabla 15: Locales comerciales vacíos por calle. Zona comercial de la calle Portugal	41
Tabla 16: Locales comerciales por actividad. Zona comercial de la calle Portugal	43
Tabla 17: Superficie total y superficie media por actividad. Zona comercial calle Portugal	44
Tabla 18: Locales más visitados zona comercial calle Leganés por actividad	48
Tabla 19: Locales más visitados zona comercial calle Portugal por actividad.....	50
Tabla 20: Evolución de la movilidad de los residentes según el motivo de viaje.....	67
Tabla 21: Distribución de la movilidad peatonal por motivos. 2008	70
Tabla 22: Evolución del nº de accidentes en las calles de mayor siniestralidad 2001 - 2007	78
Tabla 23: Vías arteriales de las zonas comerciales tradicionales de Fuenlabrada	79
Tabla 24: Resumen comparativo día medio laborable y de fin de semana	81
Tabla 25: Efectos de la ilegalidad de estacionamiento.....	85
Tabla 26: Oferta de aparcamiento en superficie. Zona comercial calle Leganés.....	86
Tabla 27: Reservas Zona comercial calle Leganés.....	89
Tabla 28: Vados Zona comercial calle Leganés	89
Tabla 29: Oferta de aparcamiento en superficie. Zona comercial calle Portugal	91
Tabla 30: Reservas Zona comercial calle Portugal.....	94
Tabla 31: Vados Zona comercial calle Portugal	94

Tabla 32: Demanda de mañana. Zona comercial calle Leganés.....	96
Tabla 33: Demanda de tarde. Zona comercial calle Leganés.....	100
Tabla 34: Resumen inventarios Zona comercial calle Leganés	102
Tabla 35: Demanda de mañana. Zona comercial calle Portugal.....	103
Tabla 36: Demanda de tarde. Zona comercial calle Portugal	105
Tabla 37: Resumen inventarios Zona comercial calle Portugal	107
Tabla 38: Principales características zonas de carga y descarga de las zonas comerciales tradicionales.....	109
Tabla 39: Medidas de mejora para las zonas de carga y descarga	115
Tabla 40: Localización zonas de carga y descarga áreas comerciales tradicionales.....	117
Tabla 41: Tiempos de estancia por itinerarios de rotación realizados Zona comercial de la calle Leganés	120
Tabla 42: Tiempos de estancia por itinerarios de rotación realizados Zona comercial de la calle Portugal.....	121
Tabla 43: Distribución de la movilidad en transporte público por motivos. 2008.....	123
Tabla 44: Oferta de transporte público de Fuenlabrada	124
Tabla 45: Viajeros en transporte público en el mes de noviembre de 2007 en Fuenlabrada.....	129
Tabla 46: Línea de autobús utilizada para acceder a las zonas comerciales tradicionales	130
Tabla 47: Líneas con parada a menos de 300 metros de las zonas comerciales tradicionales.....	132
Tabla 48: Relación de paradas de las zonas comerciales tradicionales con problemas de accesibilidad.....	138

Índice de Gráficos:

Gráfico 1: Composición del Producto Interior Bruto. 2005	17
Gráfico 2: Porcentaje de unidades locales del Sur Metropolitano por Municipios	19
Gráfico 3: Evolución unidades locales Fuenlabrada 1998 - 2006.....	19
Gráfico 4: Evolución del nº de actividades comerciales minoristas en Fuenlabrada 1996 - 2007	21
Gráfico 5: Evolución de la superficie de centros comerciales de Fuenlabrada 2007	24
Gráfico 6: Evolución del número de ocupados Fuenlabrada 1998 - 2006	26
Gráfico 7: Reparto de locales por zona comercial tradicional	33
Gráfico 8: Reparto de locales comerciales por calle Zona comercial calle Leganés.....	34
Gráfico 9: Reparto de locales comerciales por calle. Zona comercial calle de Portugal	36
Gráfico 10: Locales con y sin actividad. Zona comercial calle Leganés.....	38
Gráfico 11: Locales del ámbito por sector de actividad. Zona comercial de la calle Leganés.....	39
Gráfico 12: Antigüedad de los comercios. Zona comercial calle Leganés.....	40
Gráfico 13: Número de asalariados. Zona comercial calle Leganés.....	41

Anejo. Estudio de Áreas Comerciales

Gráfico 14: Locales con y sin actividad. Zona comercial calle Portugal	41
Gráfico 15: Locales comerciales vacíos por calle. Zona comercial calle Portugal	42
Gráfico 16: Locales del ámbito por sector de actividad. Zona comercial de la calle Portugal	42
Gráfico 17: Antigüedad de los comercios. Zona comercial calle Portugal	43
Gráfico 18: Número de asalariados. Zona comercial calle Portugal	44
Gráfico 19: Nº medio de visitantes en día laborable y fin de semana Zona comercial calle Leganés.....	45
Gráfico 20: Características Consumidores zona comercial calle Leganes	46
Gráfico 21: Frecuencia con la que visita la zona comercial de la calle leganés.....	47
Gráfico 22: Duración de la visita zona comercial calle Leganés.....	47
Gráfico 23: Nº medio de visitantes en día laborable y fin de semana Zona comercial calle Portugal	48
Gráfico 24: Características Consumidores zona comercial calle Portugal	49
Gráfico 25: Frecuencia con la que visita la zona comercial de la calle Portugal	49
Gráfico 26: Duración de la visita zona comercial calle Portugal	50
Gráfico 27: Grado de satisfacción zonas comerciales tradicionales	51
Gráfico 28: Valoración de medidas de mejora consumidores zonas tradicionales	55
Gráfico 29: Lugares preferidos por los consumidores para realizar sus compras	57
Gráfico 30: Motivos por los que acuden a las grandes superficies.....	57
Gráfico 31: Motivos por los que acuden a la zona comercial tradicional	58
Gráfico 32: Medidas de mejora que fomentaría las visitas en las zonas tradicionales.....	58
Gráfico 33: Valoración de medidas de mejora comerciantes zonas tradicionales	59
Gráfico 34: Disminución de visitas a las zonas tradicionales últimos años.....	61
Gráfico 35: Motivos disminución visitas zonas comerciales tradicionales	62
Gráfico 36: Disponibilidad a pagar la primera hora de aparcamiento de los clientes	62
Gráfico 37: Valoración de medidas de mejoras empleados zonas tradicionales.....	63
Gráfico 38: Reparto modal Fuenlabrada	66
Gráfico 39: Evolución de la movilidad obligada y no obligada.....	67
Gráfico 40: Reparto de viajes por motivo. Viajes dentro y fuera del barrio.	68
Gráfico 41: Modo de acceso de los comerciantes.	68
Gráfico 42: Modo de acceso de los empleados.	69
Gráfico 43: Modo de acceso de los consumidores.	69
Gráfico 44: Valoración media sobre las características de los itinerarios peatonales	71
Gráfico 45: Grado de satisfacción itinerarios peatonales zonas comerciales tradicionales	72
Gráfico 46: Evolución de los accidentes y atropellos en la ciudad de Fuenlabrada.....	77

Gráfico 47: Evolución horaria del tráfico urbano en un día laborable medio. Calle Luis Sauquillo	82
Gráfico 48: Evolución Horaria del tráfico urbano en día medio de fin de semana. Calle Luis Sauquillo.....	82
Gráfico 49: Aforo manual zona comercial de la calle Portugal. Periodo de mañana.....	83
Gráfico 50: Aforo manual zona comercial de la calle Portugal. Periodo de tarde	83
Gráfico 51: Evolución horaria de la velocidad en las zonas comerciales tradicionales.....	84
Gráfico 52: % de reparto por tipología. Zona comercial calle Leganés.....	87
Gráfico 53: % de reparto de las reservas por tipo. Zona comercial calle Leganés.....	89
Gráfico 54: % de reparto por tipología. Zona comercial calle Portugal	94
Gráfico 55: % de Reparto demanda de mañana. Zona comercial calle Leganés.....	98
Gráfico 56: % de Reparto demanda de tarde. Zona comercial calle Leganés.....	102
Gráfico 57: Resumen de demanda Zona comercial calle Leganés	103
Gráfico 58: % de Reparto demanda de mañana. Zona comercial calle Portugal	105
Gráfico 59: % de Reparto demanda de tarde. Zona comercial calle Portugal	107
Gráfico 60: Resumen de demanda Zona comercial calle de Portugal	107
Gráfico 61: Grado de satisfacción de los comerciantes respecto a la carga y descarga	113
Gráfico 62: % de demanda legal e ilegal en las zonas de carga y descarga. Zona comercial calle Leganés.....	116
Gráfico 63: % de demanda legal e ilegal en las zonas de carga y descarga. Zona comercial calle Portugal	117
Gráfico 64: Tiempos medios de estancia Zona comercial calle Leganés	120
Gráfico 65: Tiempos medios de estancia Zona comercial calle Portugal.....	121
Gráfico 66: Grado de satisfacción transporte público zonas comerciales tradicionales.....	128
Gráfico 67: Transporte público elegido para acceder a las zonas comerciales tradicionales	130
Gráfico 68: Autobuses utilizados para acceder a las zonas comerciales tradicionales.....	131
Gráfico 69: Aumento del volumen de negocio tras la creación de zonas peatonales	141

Índice de Planos e ilustraciones:

Ilustración 1: Ámbito de Influencia y ejes comerciales principales. Zona comercial de la calle Leganés	31
Ilustración 2: Ámbito de Influencia y ejes comerciales principales. Zona comercial de la calle Portugal.....	32
Ilustración 3: Censo de locales comerciales. Zona comercial de la calle Leganés	35
Ilustración 4: Censo de locales comerciales. Zona comercial de la calle Portugal.....	37
Ilustración 5: Itinerario peatonal. Calle de la Plaza.....	73
Ilustración 6: Cruce calles Leganés, Francisco Javier Sauquillo y La Paz	74
Ilustración 7: Obstáculos en la calle Leganés.....	75

Ilustración 8: Escaleras acera este de la calle Portugal.....	76
Ilustración 9: Zonas verdes, y arbolado en ambos lados de la calle Portugal.....	77
Ilustración 10: Jerarquía viaria.....	80
Ilustración 11: Oferta de aparcamiento zona comercial calle Leganés	88
Ilustración 12: Bolsa de aparcamiento Fuenlabrada Central.....	90
Ilustración 13: Bolsa de aparcamiento zona comercial calle Portugal.....	92
Ilustración 14: Oferta de aparcamiento zona comercial calle Portugal.....	93
Ilustración 15: Grado de dificultad para aparcar en las zonas comerciales tradicionales	95
Ilustración 16: Ilegales en la calle Leganés	98
Ilustración 17: Demanda de mañana zona comercial calle Leganés.....	99
Ilustración 18: Demanda de tarde zona comercial calle Leganés	101
Ilustración 19: Demanda de mañana zona comercial calle Portugal	104
Ilustración 20: Demanda de tarde zona comercial calle Portugal	106
Ilustración 21: Zona reservada para carga y descarga de correos en calle del Tesillo.....	110
Ilustración 22: Carga y descarga en el área peatonal de la zona comercial de la calle Leganés.....	110
Ilustración 23: Carga y descarga Zona comercial tradicional de la calle Leganés	111
Ilustración 24: Carga y descarga Zona comercial tradicional de la calle Portugal	112
Ilustración 25: Localización itinerarios de rotación de carga y descarga. Zona comercial calle Leganés.....	118
Ilustración 26: Localización itinerarios de rotación de carga y descarga. Zona comercial calle Portugal.....	119
Ilustración 27: Red de transporte público. Zona comercial de la calle Leganés	126
Ilustración 28: Red de transporte público. Zona comercial de la calle Portugal.....	127
Ilustración 29: Accesibilidad de los principales equipamientos.....	133
Ilustración 30: Accesibilidad Zona comercial calle Leganés.....	135
Ilustración 31: Accesibilidad Zona comercial de la calle Portugal.....	136
Ilustración 32: Problemas de accesibilidad parada Leganés – Polvoranca por estacionamiento.....	138
Ilustración 33: Problemas de accesibilidad parada Arroyada del Tesillo	138
Ilustración 34: Barrera Calles Portugal - Andorra	144
Ilustración 35: Zona de prioridad peatonal zona comercial calle Portugal.....	145

1 Introducción y antecedentes

El comercio juega un papel relevante en las ciudades ya que garantiza el abastecimiento de sus habitantes cubriendo su necesidad de acceso a los bienes y servicios. Además se configura como motor de la economía municipal mediante la generación de empleo y riqueza. Y por último, cumple una función social como punto de encuentro dentro del municipio para el establecimiento y fomento de relaciones personales.

En Fuenlabrada estas funciones y necesidades estaban cubiertas por los locales comerciales situados a pie de calle en zonas de alta concentración comercial y, por supuesto, por los locales comerciales que se encuentran diseminados por el municipio.

Son dos las zonas de de alta concentración comercial que se localizan en Fuenlabrada y que configuran las zonas comerciales tradicionales del municipio:

- Zona Centro – Calle Leganés. Abarca la Calle Leganés, en su tramo entre las calles Málaga y Móstoles, y sus alrededores. En sus inicios el eje principal estaba constituido por la calle La Plaza. Sin embargo, debido a su peatonalización y a la tendencia a la búsqueda de locales de mayor superficie, poco a poco fue perdiendo importancia, dejando el papel de eje principal a la calle Leganés que se configura como la vía de mayor concentración comercial del ámbito.
- Zona Calle Portugal – Fuenlabrada 2. Esta zona abarca a la calle Portugal en su tramo entre las calles Francia y Grecia y sus alrededores. Se trata de una zona comercial de recorrido muy lineal en la que la mayoría de locales comerciales se localizan en el eje principal. Se caracteriza por la existencia en la zona de un centro comercial y la existencia de supermercados medianos en el eje principal.

El incremento de la oferta comercial del municipio por la proliferación de centros comerciales, los cambios que está experimentando el sector comercial en los últimos años propiciado por factores socioeconómicos y el soporte físico de estas zonas y sus limitaciones en cuanto a movilidad han favorecido el desgaste y paulatino abandono que están sufriendo estas zonas comerciales tradicionales.

Por tanto, la problemática de estas zonas comerciales tradicionales tiene dos vertientes bien diferenciadas:

- Proceso de cambio en el que está inmerso el sector comercial que tiene relación con diversos factores socioeconómicos
- El soporte físico de las zonas comerciales tradicionales.

El primero de los problemas viene determinado por factores como el aumento de la competencia, la evolución de la demografía, las nuevas tecnologías, tendencias de los

nuevos hábitos y costumbres de los consumidores, transformaciones sociales, incorporación de la mujer al mercado laboral, incremento del nivel de renta, etc...

Estos cambios inciden sobre el sector comercial tanto de forma directa como indirecta y deben detectarse y gestionarse adecuadamente para aprovechar las oportunidades que presentan y evitar o superar las amenazas o problemas que plantean.

No se trata tanto de predecir como de comprender las tendencias, ya que si se aprovechan pueden constituir la base de nuevas oportunidades para el comercio. Esto exige estar en permanente aprendizaje y adaptación.

La segunda vertiente del problema incide sobre el soporte físico y la movilidad de estas zonas. Resulta necesario que la planificación urbana tenga en cuenta la actividad comercial de estas zonas tradicionales como motores económicos, equipamientos comunitarios y elementos estructurantes de la trama urbana.

La mejora de la accesibilidad al las zonas comerciales y la mejora de la movilidad dentro de las mismas junto con la mejora del aparcamiento y las infraestructuras de transporte resultan factores determinantes en el proceso de dinamización comercial

Como puntos adicionales cabe destacar que la existencia de uniformidad de criterios urbanísticos y estéticos, así como la limpieza y el aumento de la seguridad en estas zonas son aspectos muy valorados por los consumidores, ya que hacen más cómoda y agradable la movilidad en estas zonas comerciales urbanas y tradicionales.

Por tanto, en este estudio se plantearán soluciones de movilidad que trataran de solventar los problemas de soporte de estas zonas. Se propondrán desarrollar acciones de planificación y reordenación encaminadas a mejorar las características anteriormente mencionadas fomentando, así, el atractivo de estas zonas comerciales tradicionales.

2 Metodología

En el presente estudio se tratará de mitigar los problemas que se plantean en las zonas comerciales tradicionales del municipio. Para ello se plantearán una serie de medidas encaminadas a mejorar los problemas de movilidad existentes en estas zonas.

El estudio se realizará en dos partes bien diferenciadas. En la primera de ellas se realizará una caracterización y un profundo análisis de la situación actual de estas zonas comerciales tradicionales y su movilidad mediante la recopilación de la información y de todas aquellas variables que resulten significativas. En la segunda parte del estudio, teniendo en cuenta el profundo análisis efectuado previamente, se realizarán las propuestas que pongan solución a los problemas de movilidad existentes. Cada una de las propuestas irá acompañada de su debida justificación, así como de su detallada descripción y dimensionamiento.

En la primera parte de análisis de la situación actual se incluye la localización y delimitación de los ámbitos de influencia y la descripción

En primer lugar se realizará un **análisis de la situación actual**, se incluye:

1. **Caracterización del municipio**, en este apartado se realizará un análisis general de la actividad comercial de Fuenlabrada
 - Recopilación y análisis de las estadísticas socioeconómicas disponibles relativas a la actividad comercial del municipio.
2. **Caracterización del ámbito de estudio**, tras el análisis municipal se procederá a la caracterización de las zonas de comercio tradicional.
 - Zonificación y delimitación de los ámbitos de estudio.
 - Caracterización de la oferta comercial de las zonas tradicionales.
3. Una vez realizada la caracterización del ámbito de estudio en cuanto a variables sociodemográficas se procede a la recopilación de datos y **diagnóstico de la movilidad actual** que afecta a los ámbitos de estudio.
 - Itinerarios peatonales.
 - Tráfico
 - Aparcamiento
 - Transporte público

En la segunda parte del estudio se plantean soluciones a los problemas de movilidad detectados en los ámbitos mediante las **propuestas**. Estas propuestas se justificarán en base a los análisis realizados en la primera parte del estudio.

3 Campaña de Trabajos de Campo

Este capítulo tiene como objetivo exponer la planificación de los trabajos de campo que se han realizado y su ejecución en el tiempo. A modo de resumen, en la siguiente tabla se recogen las diversas campañas que han integrado el trabajo de campo.

Tabla 1: Resumen trabajos de campo

➤ Visitas previas
➤ Inventario de locales comerciales
➤ Encuestas
▪ Encuestas a comerciantes
▪ Encuestas a empleados
▪ Encuestas a consumidores
➤ Campaña de aparcamiento
▪ Oferta. Número de plazas por calle
▪ Demanda. Porcentaje de demanda por calle en periodos de mañana y tarde
▪ Bolsa de aparcamiento. Número de plazas y porcentaje de ocupación, en periodos de mañana y tarde, de las bolsas de aparcamiento.
▪ Aparcamientos públicos. Número de plazas y porcentaje de ocupación, en periodos de mañana y tarde.
➤ Carga y descarga
▪ Inventario de las plazas reservadas para carga y descarga
▪ Itinerarios de rotación en periodos de mañana, mediodía y tarde

3.1 *Visitas Previas*

Para la correcta definición del diseño metodológico del trabajo de campo necesario para la elaboración del análisis de las áreas comerciales tradicionales, se han realizado visitas previas al municipio de Fuenlabrada.

Las visitas previas han sido realizadas por técnicos de ETT, permitiendo un mayor conocimiento del ámbito de estudio, facilitando la toma de decisiones en la planificación de los diferentes trabajos de campo que se consideren adecuados para el análisis de la movilidad de las zonas comerciales tradicionales de Fuenlabrada.

3.2 *Inventario de locales comerciales*

Fechas realización trabajo	Noviembre de 2008
Trabajo / Objetivo	Inventario de locales comerciales de las zonas comerciales tradicionales de Fuenlabrada

Se ha realizado un inventario de los locales comerciales de las zonas comerciales tradicionales de Fuenlabrada entre los días 18 y 21 de Noviembre por los técnicos de ETT.

Para poder llevar a cabo de forma correcta los inventarios de locales comerciales se crearon unas fichas con una serie de campos a rellenar por el encuestador y con el fin de crear una base de datos accesible, manejable y completa con la que poder realizar los estudios de la situación actual de los comercios de Fuenlabrada tanto en su conjunto como de forma desagregada por calles o zonas.

Este trabajo consiste en recorrer todas las vías de las zonas objeto de la investigación anotando los siguientes campos de cada ficha de inventario del viario:

- **Ubicación:** Necesaria dirección completa para conocer la ubicación geográfica exacta de cada local comercial
- **Id Establecimiento**
- **Actividad**
- **Número de empleados**
- **Superficie de venta**
- **Antigüedad establecimiento**
- **Horario**

3.3 Encuestas

Esta campaña consiste en la realización de diversas encuestas que permitan obtener información sobre la situación actual y la problemática de las zonas comerciales tradicionales de Fuenlabrada desde el punto de vista tanto de los comerciantes como de los consumidores.

3.3.1 Encuestas a comerciantes

Fechas realización trabajo	Noviembre de 2008
Trabajo / Objetivo	Encuestas autorrellenables a Comerciantes de los locales comerciales de las zonas tradicionales de Fuenlabrada sobre la situación y problemática de estas zonas.
Resultados / Horas	276

Las encuestas a comerciantes son autorrellenables y deben ser cumplimentadas por el dueño o gerente del establecimiento. Se realizará a la vez que el censo de locales comerciales, dejándose una encuesta en cada establecimiento.

Las encuestas que se dejan en los locales comerciales llevan asignados el código de identificación del establecimiento para poder unir las respuestas de los comerciantes con la información recogida en el censo.

En total se han recogido 276 encuestas cumplimentadas por los encargados o dueños de los locales comerciales de las zonas tradicionales de Fuenlabrada. Si distinguimos entre zonas han sido 145 las recogidas en la calle de Leganés y las restantes 131 pertenecen a la zona comercial de la calle Portugal.

El cuestionario realizado se divide en tres partes. En primer lugar se preguntan las características del establecimiento, a continuación se caracteriza la movilidad del comerciante cuestionándole acerca de la forma habitual de desplazamiento a la zona y finalmente se consulta al encuestado sobre la problemática de la zona y su valoración acerca de las medidas a tomar. Un resumen de las preguntas realizadas sería el siguiente:

1. Datos de caracterización del establecimiento	
–	Datos de identificación y caracterización del establecimiento , con información referente a su ubicación, superficie de venta, antigüedad, actividad, número de empleados, horario y número medio de visitas tanto en día laborable como en fin de semana.
2. Encuesta de movilidad	
–	Datos de movilidad del comerciante , con información relativa al modo de transporte que utiliza de forma habitual para desplazarse hasta la zona y su valoración acerca del mismo.
3. Zonas comerciales tradicionales	
–	Zonas comerciales tradicionales , con información referente a su situación actual y su valoración sobre las medidas a tomar para paliar el problema.

3.3.2 Encuestas a empleados

Fechas realización trabajo	Noviembre de 2008
Trabajo / Objetivo	Encuestas autorrellenables a los empleados de los locales comerciales de las zonas tradicionales de Fuenlabrada sobre la situación y problemática de estas zonas.
Resultados / Horas	456

Las encuestas a empleados son autorrellenables y deben ser cumplimentadas por los empleados de cada establecimiento. Se realizará a la vez que el censo de locales comerciales y las encuestas a comerciantes, dejándose una encuesta por empleado en cada establecimiento.

Estas encuestas, al igual que las de comerciantes, llevan asignados el código de identificación del establecimiento para poder unir las respuestas de los empleados con la de los comerciantes y la información recogida en el censo.

Se han recogido 456 encuestas correctamente cumplimentadas de los empleados de las zonas comerciales tradicionales de Fuenlabrada, de las que 261 pertenecen a la zona de la calle Leganés y 195 pertenecen al área de la calle Portugal.

El cuestionario realizado se divide en dos partes y es más breve que el realizado a los comerciantes. En primer lugar se realizan preguntas sobre la movilidad para obtener información acerca de su forma de desplazamientos hasta la zona y su grado de satisfacción acerca del modo utilizado, a continuación y para finalizar se pide al encuestado su valoración acerca de ciertas medidas para hacer más atractiva la zona. Un resumen de las preguntas realizadas sería el siguiente:

1. Encuesta de movilidad

- **Datos de movilidad del comerciante**, con información relativa al modo de transporte que utiliza de forma habitual para desplazarse hasta la zona y su valoración acerca del mismo.

2. Zonas comerciales tradicionales

- **Valoración de medidas**, el empleado debe valorar las medidas propuestas para hacer más atractivas estas zonas comerciales tradicionales.

3.3.3 Encuestas a consumidores

Fechas realización trabajo	Noviembre de 2008
Trabajo / Objetivo	Encuestas personales y autorrellenables a los consumidores de las zonas tradicionales de Fuenlabrada sobre la situación y problemática de estas zonas.
Resultados / Horas	254 Encuestas

Las encuestas a consumidores son de dos tipos, autorrellenables y personales. Las encuestas personales se han realizado a pie de calle, de forma itinerante en los ejes principales de cada una de las zonas comerciales tradicionales a las personas que entran o salen de algún establecimiento. Las encuestas autorrellenables se han realizado como complemento a las personales dejando algunos ejemplares en los distintos locales comerciales para que sus clientes los rellenen siempre contando con el consentimiento y la colaboración del dueño del establecimiento.

Para la realización de estas encuestas se ha tenido a un encuestador en cada zona comercial durante 8 horas diarias a lo largo de dos días en el caso de la calle Portugal y de tres en la zona de la calle Leganés. El resultado ha sido la obtención de un total de 254 encuestas que se reparten en 152 y 102 para las zonas comerciales de Leganés y Portugal respectivamente.

Si tenemos en cuenta el volumen total de encuestas realizadas a los distintos agentes se obtiene un total de 986 encuestas realizadas en estas zonas comerciales con el objetivo de analizar su opinión respecto de diversas características de cada zona.

El cuestionario realizado se divide en tres partes. En primer lugar se realizan preguntas para caracterizar al encuestado, en segundo lugar se cuestiona sobre la movilidad para obtener información acerca de la frecuencia de visitas a la zona, su forma de desplazamiento hasta la misma y su grado de satisfacción acerca del modo utilizado, a continuación y para finalizar se pide al encuestado su valoración acerca de ciertas medidas para hacer más atractiva la zona. Un resumen de las preguntas realizadas sería el siguiente:

1. Datos de caracterización del establecimiento <ul style="list-style-type: none"> – Datos de identificación y caracterización del consumidor, con información referente a su carácter o no de residente en el municipio, edad, sexo, situación laboral, disponibilidad de permiso de conducción y de vehículo privado para sus desplazamientos habituales.
2. Encuesta de movilidad <ul style="list-style-type: none"> – Datos de movilidad del consumidor, con información relativa al modo de transporte que utiliza de forma habitual para desplazarse hasta la zona y su valoración acerca del mismo.
3. Zonas comerciales tradicionales <ul style="list-style-type: none"> – Zonas comerciales tradicionales, con información referente a la situación actual de la zona y su valoración sobre las medidas a tomar para paliar el problema.

3.4 Campaña de aparcamientos

Fechas realización trabajo	Noviembre de 2008
Trabajo / Objetivo	Inventario de la oferta de aparcamiento (número de plazas) Prospecciones para determinar la demanda de aparcamiento en periodos de mañana y tarde.

La campaña de trabajos de campo de aparcamiento consiste en la realización de una serie de inventarios y prospecciones que permitan obtener una imagen fiel de la oferta y demanda a nivel de calle de aparcamiento existente en las zonas comerciales tradicionales de Fuenlabrada. Estos inventarios se han realizado para el aparcamiento en superficie, en calle, para las bolsas de aparcamiento y para el aparcamiento subterráneo.

La oferta de aparcamiento es el número total de plazas disponibles en superficie. Se ha realizado un inventario a nivel calle para cada una de las zonas comerciales tradicionales en el que se registra el número de plazas por calle y tipo de aparcamiento.

Se realizaron prospecciones de aparcamiento diurnas en las dos zonas comerciales tradicionales del municipio. Las prospecciones se han realizado en horario comercial de mañana y de tarde con el fin de obtener el grado de ocupación y poder calcular el déficit de aparcamiento existente en la zona debido a estacionamientos rotacionales.

Adicionalmente y de forma paralela se ha efectuado un inventario de las bolsas de aparcamiento existentes en las zonas, tales como la situada en el Paseo de Setúbal en la zona comercial de la calle de Portugal. El inventario ha consistido en el cálculo aproximado de la oferta total para las bolsas de aparcamiento localizadas. En base al inventario de oferta se detectan los niveles de ocupación en los diferentes periodos del día (prospecciones de demanda de mañana y tarde), permitiendo así conocer el grado de ocupación de los mismos.

Por último se ha procedido de la misma forma en lo referente a los aparcamientos subterráneos localizados en el ámbito, como el del centro comercial Fuenlabrada 2 en la zona de la calle de Portugal.

3.5 *Carga y descarga*

Fechas realización trabajo	Noviembre de 2008
Trabajo / Objetivo	Inventario de las plazas de carga y descarga Rotación de las plazas de carga y descarga.

El inventario de las plazas de carga y descarga permitirá cuantificar el número de plazas existentes en cada ámbito y su localización exacta. Una vez se cuenta con esta información se establecerá un itinerario para llevar a cabo la rotación. Esta rotación permitirá la toma de matrículas y la anotación de incidencias (estacionamiento de turismos, descargas en doble fila y tipo de mercancía) cada 10 minutos en cada punto de carga y descarga. La rotación se llevará a cabo durante dos horas en periodos de mañana y tarde.

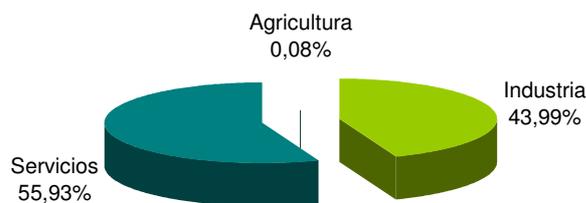
4 La actividad comercial en Fuenlabrada

4.1 Introducción

El área comercial de la Comunidad de Madrid se divide en 11 subáreas que se corresponden con el municipio de Madrid; el norte, sur, este y oeste metropolitano; el norte, centro y sur de la sierra y el nordeste, sudeste y sudoeste de la comunidad de Madrid. Fuenlabrada se ubica dentro de la zona sur metropolitana junto con 11 municipios más.

El Producto Interior Bruto de Fuenlabrada se divide de la siguiente manera por sectores de actividad:

Gráfico 1: Composición del Producto Interior Bruto. 2005



Fuente: Instituto de estadística de la Comunidad de Madrid.

Servicios es el sector que adquiere mayor protagonismo representando un 56% del PIB municipal. También tiene un papel significativo el sector industrial que representa un 44% de la economía local que con numerosos y extensos polígonos industriales representa un 25% de la industria de la Comunidad de Madrid. Y por último, la agricultura que tan solo representa un 0,08% de la economía del municipio.

El sector servicios está formado por subsectores, entre los que se encuentran el comercio, que a su vez se divide en comercio mayorista o al por mayor y minorista o al por menor, hostelería, turismo, transporte y comunicaciones, intermediación financiera, administración pública, educación, sanidad, inmobiliarias, servicios empresariales y otros servicios.

Para medir la importancia de las distintas categorías que configuran el sector servicios en Fuenlabrada se utilizará el número de ocupados por cada 1.000 habitantes, resultando ser el comercio el que aglutina el mayor número de empleos con una gran diferencia respecto al resto de categorías. Le siguen en importancia las inmobiliarias y servicios empresariales y la administración pública, educación y servicios sanitarios.

Tabla 2: Ocupados por 1.000 habitantes del sector servicios 2005

Servicios	Ocupados por 1.000 habitantes
Comercio	61,16
Hostelería	15,33
Transporte y comunicaciones	12,29
Intermediación financiera	6,96
Administración pública, educación y sanidad	31,44
Inmobiliarias y servicios empresariales	35,34
Otros Servicios	9,83

Fuente: Instituto de estadística de la Comunidad de Madrid.

4.2 El Comercio en Fuenlabrada y su Evolución

Para definir y caracterizar el comercio de Fuenlabrada y su evolución en los últimos años se ha acudido al Directorio de Unidades de Actividad Económica publicado en el Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid. Los datos son relativos al año 2006.

Este Directorio de Unidades de Actividad Económica contiene los datos básicos de nombre, localización, empleo, actividad, antigüedad y tipo de sociedad del conjunto de centros de producción de bienes o servicios o unidades locales.

Las unidades locales son centros de producción de bienes o servicios. Cada unidad local se corresponde con una empresa o parte de una empresa, taller, fábrica, almacén, etc., situada en un lugar delimitado topográficamente.

La publicación de este Directorio de Actividades Económicas se realiza con carácter anual. La actualización de datos para cada año se realiza en primer lugar en base a fuentes de carácter administrativo. En el caso de que la información administrativa no sea suficientemente fiable o resulte insuficiente se contactará con los informantes, el contacto en primer lugar se realiza vía telefónica, pero para las unidades no resueltas de esa manera se realizarán visitas domiciliarias a las unidades informantes.

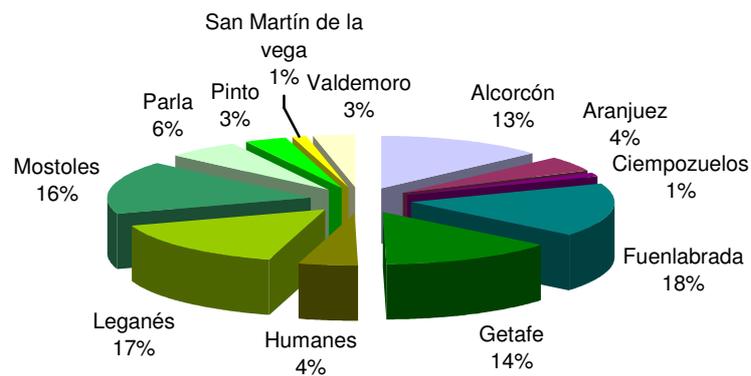
Por otra parte y para los municipios que cumplen determinados requisitos se realiza una actualización a través de recorrido exhaustivo ya sea de un municipio o de un distrito entero en el caso del municipio de Madrid. Fuenlabrada consta como uno de los municipios que fueron actualizados de este modo en el año 2006, por lo que la información disponible se encuentra totalmente actualizada.

4.2.1 Unidades Locales

El municipio de Fuenlabrada contaba en 2006 con un total de 7.462 unidades locales, lo que supone un 2,75% sobre el total de la Comunidad de Madrid.

Como ya se ha mencionado anteriormente la Comunidad de Madrid se divide en varias zonas y Fuenlabrada pertenece a la zona del Sur metropolitano, junto con 11 municipios más, resultando ser, además, el municipio con mayor porcentaje de unidades locales con un 18%, seguido muy de cerca de localidades similares como Leganés, Móstoles, Getafe y Alcorcón con 17%, 16%, 14% y 13% respectivamente. El resto de municipios que conforman el sur metropolitano cuentan con porcentajes individuales inferiores al 10%.

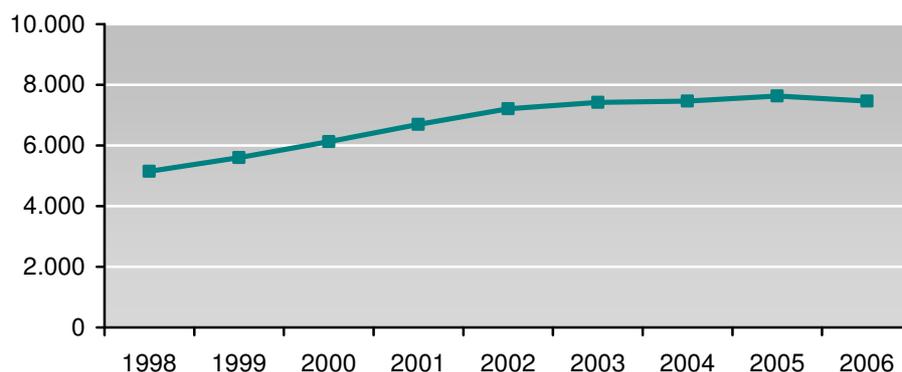
Gráfico 2: Porcentaje de unidades locales del Sur Metropolitano por Municipios



Fuente: Instituto de estadística Comunidad de Madrid. Directorio de Unidades de Actividad Económica 2006.

En cuanto a la evolución del número de unidades locales en los últimos años el municipio de Fuenlabrada ha mostrado una tendencia de ligero crecimiento, destacando una disminución en el último periodo.

Gráfico 3: Evolución unidades locales Fuenlabrada 1998 - 2006



Fuente: Instituto de estadística de la Comunidad de Madrid. Directorio de Unidades de Actividad Económica.

El incremento de esta variable en términos absolutos ha sido de 2.310 unidades locales, lo que supone una variación en términos porcentuales del 44,84% a lo largo del periodo comprendido entre 1998 y 2006. Este dato revela un incremento mayor al experimentado por el global de los municipios que integran la zona del sur metropolitano. Sin embargo,

han sido municipios en pleno auge de expansión como Valdemoro y Pinto los que han experimentado crecimientos mayores en este periodo con un 81,12% y 75,15%, respectivamente.

La actividad principal que recoge el mayor número de unidades principales del municipio de Fuenlabrada es el comercio con un 38%, le sigue muy de cerca, con un 14% aquellos cuya actividad es la industria manufacturera y es que no hay que olvidar que Fuenlabrada es uno de los municipios con mayor peso dentro de la industria de la comunidad de Madrid. La siguiente actividad con mayor presencia de unidades locales es la hostelería representando un 10% sobre el total. El resto de actividades cuentan con porcentajes inferiores al 10%.

Tabla 3: Unidades locales de Fuenlabrada por actividad principal 2006

Actividad	Unidades locales	%
Industria	1.042	14%
Construcción	605	8%
Comercio y reparación de vehículos a motor	2.825	38%
Hostelería	764	10%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	397	5%
Intermediación financiera	205	3%
Inmobiliaria y servicios empresariales	642	9%
Administración pública	20	0%
Educación	208	3%
Actividades sanitarias y servicios sociales	229	3%
Otras actividades sociales	453	6%
Sin código de actividad	72	1%
TOTAL	7.462	100%

Fuente: Instituto de estadística de la Comunidad de Madrid. Directorio de Unidades de Actividad Económica

Por tanto, el municipio de Fuenlabrada cuenta con una importante representación del comercio dentro de las unidades locales instaladas en el municipio. Además, no solo hay que tener en cuenta las unidades locales de carácter comercial, sino también aquellas cuya actividad principal son servicios y la hostelería que también cuentan con presencia en los locales comerciales del municipio y de las zonas comerciales tradicionales y que representan un 78% de las unidades locales del municipio.

4.2.2 Principales equipamientos comerciales

El estudio de unidades locales realizado en el apartado anterior nos ayuda a hacernos una idea de la configuración y características de las unidades empresariales del municipio de Fuenlabrada y, a su vez, del comercio ya que tal y como hemos visto se presenta como la actividad principal mayoritaria. No obstante, y para centrar el estudio en el panorama

comercial del municipio se van a analizar las actividades de comercio minorista de forma agregada, así como los principales centros comerciales instalados en el municipio.

Para elaborar este estudio se ha tomado como fuente de información los datos sobre actividades comerciales publicados por la Caixa en el Anuario económico de 2008 que recoge información a fecha de 1 de enero de 2007.

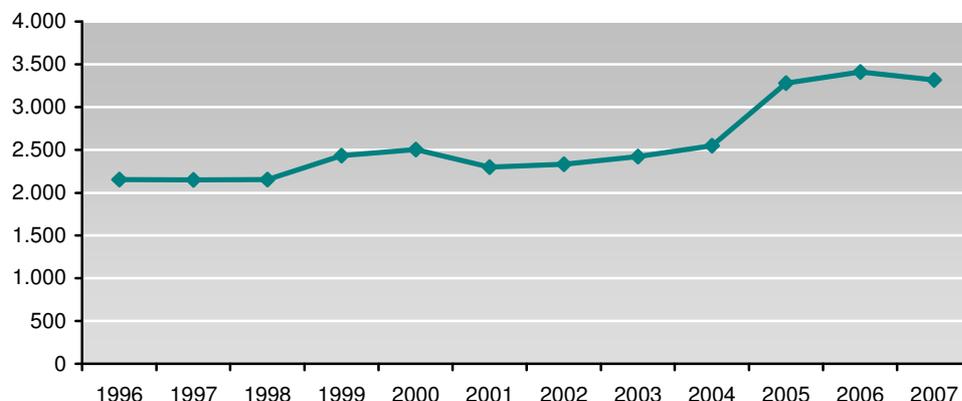
Las actividades comerciales minoristas se desglosan en tres grupos:

- Alimentación: productos alimentarios, bebidas tanto alcohólicas como no alcohólicas consumidas en el hogar y tabaco.
- No Alimentación: Comprende las siguientes categorías:
 - Vestido y calzado: ropa, calzado, calzado deportivo, pieles y artículos de cuero.
 - Hogar: Muebles, textil hogar, electrodomésticos, material eléctrico del hogar, artículos de cocina, menaje, droguería y utensilios del jardín.
 - Resto: Artículos recreativos, papelería, libros, prensa, perfumería cosmética, relojería joyería, etc.
- Mixto y otros: Establecimientos que comercializan tanto productos de alimentación como los de no alimentación.

Por último resaltar que los datos referentes a superficie de las actividades comerciales hace referencia a la superficie computable del Impuesto de Actividades Económicas y que se aproxima bastante a la superficie bruta alquilable (SBA).

Fuenlabrada cuenta con 3.318 actividades comerciales minoristas lo que representa un 3% del total de la Comunidad de Madrid. Su evolución en el tiempo se caracteriza por ser algo irregular con dos periodos principales de crecimiento en los años 1999 y 2005.

Gráfico 4: Evolución del nº de actividades comerciales minoristas en Fuenlabrada 1996 - 2007



Fuente: Anuario económico de la Caixa 2008

En el último periodo se ha producido una ligera disminución. No obstante, si consideramos todo el periodo el número de establecimientos se ha incrementado en un 54% en términos relativos, lo que suponen 1.166 unidades más.

La actividades comerciales minoristas que cuentan con mayor protagonismo en Fuenlabrada son Resto, del grupo no alimentación, y el comercio tradicional con porcentajes del 30 y 22, respectivamente. Por tanto, en lo referente al número de establecimientos el comercio tradicional se configura como una de las actividades que cuenta con mayor presencia en el municipio.

Si analizamos la superficie de cada tipología de establecimientos son las actividades del Hogar y Resto, del grupo no alimentación, las que concentran mayor porcentaje de superficie comercial. El comercio tradicional, formado habitualmente por establecimientos de poca superficie tan solo representa un 1%.

Tabla 4: Número y dimensión de los establecimientos comerciales minoristas de Fuenlabrada 2007

Actividades comerciales minoristas		Nº	%	m ²	%
Alimentación	Comercio tradicional	737	22%	3.582	1%
	Supermercados	77	2%	31.340	7%
No Alimentación	Vestido y calzado	543	16%	48.609	10%
	Hogar	636	19%	174.078	37%
	Resto no alimentación	1.009	30%	136.024	29%
Mixto y Otros	Grandes almacenes	0	0%	0	0%
	Hipermercados	3	0%	35.000	7%
	Almacenes populares	25	1%	26.261	6%
	Mercadillos y venta ambulante	99	3%	-	-
	Otros	189	6%	20.049	4%
TOTAL		3.318	100%	475.033	100%

Fuente: Anuario económico de la Caixa 2008

Además y para terminar de caracterizar el comercio minorista de Fuenlabrada se va a realizar una comparativa del municipio con el resto de localidades de la Comunidad de Madrid y con los de la zona del Sur Metropolitano que configuran su entorno más cercano.

Si en la Comunidad de Madrid realizamos una clasificación de municipios en función del número de actividades comerciales, Fuenlabrada con 3.318 establecimientos se sitúa en el tercer puesto, superado tan solo por los municipios de Madrid y Getafe. Mantendría este tercer puesto, por detrás de Madrid y Alcorcón, si en lugar de clasificar por el número de establecimientos lo hiciésemos por la superficie. Por tanto, el municipio de

Fuenlabrada cuenta con una importante y representativa cantidad de establecimientos comerciales minoristas dentro de la Comunidad de Madrid.

Si consideramos solo los municipios del Sur metropolitano, se mantiene la situación que configura a Fuenlabrada junto con Getafe y Alcorcón como municipios punteros de la zona en lo que a comercio minorista se refiere.

Tabla 5: Número y dimensión de los establecimientos comerciales minoristas del Sur Metropolitano 2007

Municipio	Nº comercios minoristas	%	Superficie (m ²)	%
Alcorcón	2.627	13,1%	478.637	17,6%
Aranjuez	833	4,2%	112.777	16,1%
Ciempozuelos	277	1,4%	32.929	12,8%
Fuenlabrada	3.318	16,6%	475.033	17,4%
Getafe	3.776	18,8%	438.630	10,7%
Humanes	479	2,4%	85.524	4,6%
Leganés	2.665	13,3%	348.782	1,9%
Móstoles	2.860	14,3%	292.385	4,7%
Parla	1.341	6,7%	125.455	4,1%
Pinto	745	3,7%	52.482	1,2%
San Martín de la Vega	338	1,7%	154.290	3,1%
Valdemoro	789	3,9%	127.247	5,7%
Sur Metropolitano	20.048	100%	2.724.171	100%

Fuente: Anuario económico de la Caixa 2008

Una vez caracterizados los establecimientos dedicados a actividades comerciales minoristas de forma agregada se van a describir y analizar los centros comerciales ubicados en el municipio.

Fuenlabrada cuenta en la actualidad con 4 centros comerciales lo que supone una superficie de prácticamente 100.000 m².

Centro Comercial Fuenlabrada 2: Se sitúa en la Calle Portugal en una de las zonas comerciales tradicionales del municipio. Por sus dimensiones es considerado un centro comercial pequeño, ya que cuenta con 23.000 m² y su superficie bruta alquilable se sitúa ligeramente por encima de los 15.000 m². Se inauguró en 1986 y por aquel año era uno de los primeros centros comerciales del municipio y, por supuesto, el primero de estas dimensiones. Cuenta con 82 tiendas y el supermercado Usera como locomotora. Posee aparcamiento gratuito tanto en superficie como subterráneo, este último contaba con alrededor de 800 plazas, pero en la actualidad se encuentra cerrado.

Centro Comercial Plaza de Las Provincias: Se sitúa en la avenida de las Provincias y cuenta con una superficie de 10.723 m² por lo que se le clasifica como centro de tamaño

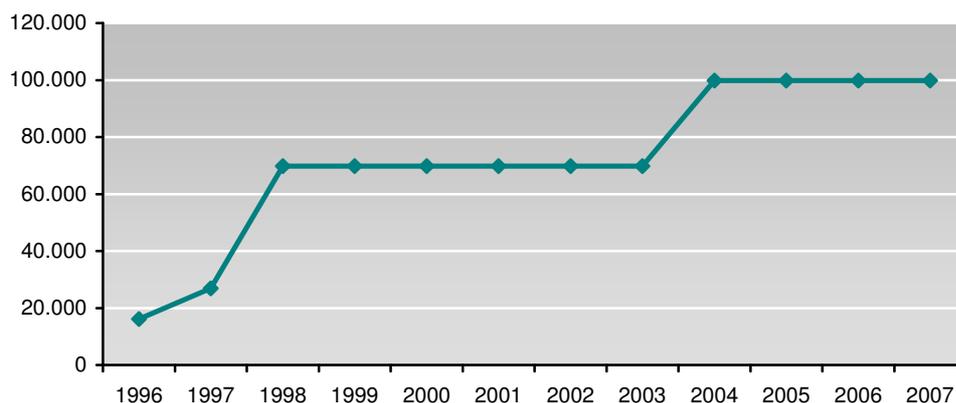
pequeño. Se compone de 57 tiendas y el supermercado Eroski como locomotora, así mismo, dispone de aparcamiento gratuito de unas 100 plazas en superficie y 423 subterráneas. Fue inaugurado en 1996.

Centro Comercial Loranca: Ubicado en la ciudad jardín del mismo nombre fue inaugurado en 1998. Con 45.540 m² de superficie es el primer y único centro comercial de tamaño grande del municipio que cuenta con el Hipermercado Alcampo como motor y 127 tiendas. Dispone de 2.640 plazas de estacionamiento gratuito subterráneo y de aproximadamente 400 en superficie.

Centro Comercial Plaza de la Estación: Ubicado en pleno centro del municipio abrió sus puertas en el año 2004, siendo así el centro comercial de menor antigüedad de Fuenlabrada. Con sus más de 35.000 m² y una superficie bruta alquilable de 30.000 m² no supera en dimensiones al de Loranca y es calificado como centro de tipo mediano. El Hipermercado Carrefour es la locomotora del centro que cuenta con 69 tiendas. Su privilegiada situación permite un cómodo acceso mediante los diversos modos de transporte público que lo comunican, así como en vehículo privado ya que cuenta con 1.600 plazas de estacionamiento gratuito.

La serie de evolución de la superficie de centros comerciales en Fuenlabrada sufre tres incrementos importantes a lo largo del periodo considerado (1996 – 2007). En 1996 en el municipio tan solo había un centro comercial, Fuenlabrada 2, lo que suponía una superficie bruta alquilable algo inferior a 20.000 m².

Gráfico 5: Evolución de la superficie de centros comerciales de Fuenlabrada 2007



Fuente: Anuario económico de la Caixa 2008

El primer aumento de la serie se produce en 1996 fruto de la inauguración del centro comercial Plaza de las Provincias. En el siguiente periodo, 1998, la serie se incrementa de forma considerable debido a la apertura del centro comercial Loranca dejando la serie del municipio prácticamente en los 70.000 m², cifra que se mantendrá constante hasta el año

2004, cuando sufre un nuevo incremento por la inauguración del centro Plaza de la Estación. A partir de esa fecha la evolución de la serie se mantiene constante en aproximadamente 100.000 m².

Si comparamos estas variables de número y superficie de centros comerciales de Fuenlabrada con la del resto de municipios de su entorno más cercano que forman parte de la zona Sur metropolitano se comprueba que Fuenlabrada se sitúa como el cuarto municipio en cuanto a dotación comercial y representa el 15% sobre el total del Sur metropolitano.

Tabla 6: Número y dimensión de los centros comerciales del Sur Metropolitano 2007

Municipio	Nº	%	Superficie (m ²)	%
Alcorcón	5	18,5%	248.727	30,7%
Aranjuez	1	3,7%	6.675	0,8%
Ciempozuelos	0	0,0%	0	0,0%
Fuenlabrada	4	14,8%	99.848	12,3%
Getafe	5	18,5%	137.889	17,0%
Humanes	0	0,0%	0	0,0%
Leganés	4	14,8%	206.545	25,5%
Móstoles	4	14,8%	35.123	4,3%
Parla	2	7,4%	29.500	3,6%
Pinto	1	3,7%	31.070	3,8%
San Martín de la Vega	0	0,0%	0	0,0%
Valdemoro	1	3,7%	14.100	1,7%
Sur Metropolitano	22	100%	809.477	100%

Fuente: Anuario económico de la Caixa 2008

4.2.3 Generación de empleo

Una de las principales funciones del comercio, tal y como se apuntaba en la introducción del presente estudio, es la de actuar como motor de la economía local a través de la generación de empleo y riqueza. Para realizar una primera aproximación de la generación de empleo del comercio en el municipio de Fuenlabrada, el Directorio de Unidades de Actividad Económica publica datos sobre el número de ocupados en las unidades locales del municipio para el año 2006.

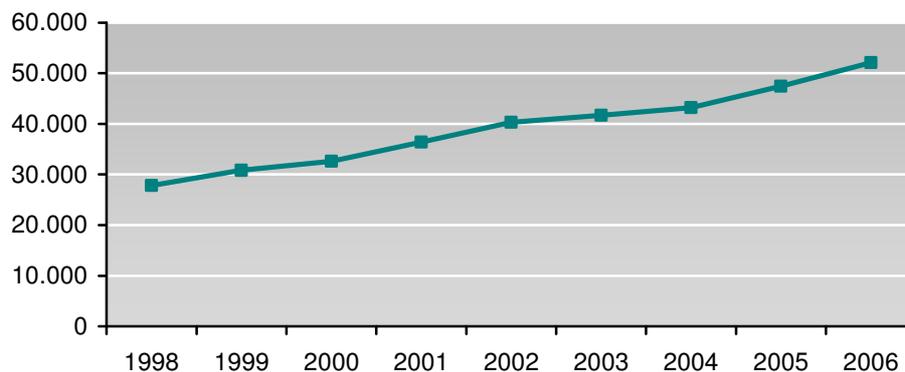
Fuenlabrada cuenta con 52.088 ocupados en el municipio, lo que supone un 2% de los ocupados de la Comunidad de Madrid y un 16% de los de la zona del Sur Metropolitano. Tan solo se ve superado por un municipio del área en cuanto al número de ocupados, ya que Getafe con 56.477 ocupados representa un 18% del total del sur metropolitano.

Tabla 7: Ocupados por municipio del Sur Metropolitano 2006

Municipio	Ocupados	%
Alcorcón	40.426	13%
Aranjuez	11.215	3%
Ciempozuelos	3.781	1%
Fuenlabrada	52.088	16%
Getafe	56.477	18%
Humanes	12.349	4%
Leganés	48.037	15%
Móstoles	40.262	13%
Parla	13.255	4%
Pinto	20.096	6%
San Martín de la Vega	4.075	1%
Valdemoro	18.453	6%
Sur Metropolitano	320.514	100%

Fuente: Instituto de estadística de la Comunidad de Madrid. Directorio de Unidades de Actividad Económica

Gráfico 6: Evolución del número de ocupados Fuenlabrada 1998 - 2006



Fuente: Instituto de estadística de la Comunidad de Madrid. Directorio de Unidades de Actividad Económica.

La evolución del número de ocupados en el municipio de Fuenlabrada a lo largo del periodo comprendido entre 1998 y 2006 ha sido de crecimiento continuo en la que se distingue un primer periodo en el que se aprecian incrementos anuales de 10%. Posteriormente en los años 2003 y 2004 se registran unos crecimientos más moderados en torno al 3% para pasar en los últimos periodos a recuperar el ritmo de crecimiento inicial.

4.2.4 Índices Comerciales

Existen índices que se utilizan para medir y cuantificar la actividad comercial de un municipio y así poder obtener un indicador que permita realizar comparaciones con otras unidades geográficas sin tener en cuenta su tamaño.

4.2.4.1 Índice Comercial Minorista

El índice comercial minorista mide el peso relativo de la actividad comercial minorista de una unidad geográfica con respecto al total de España en tanto por cien mil. Este índice se publica en el Anuario Económico de La Caixa y se elabora a partir de los datos del impuesto de actividades económicas (IAE) correspondientes a las actividades del comercio minorista.

El índice de comercio minorista de Fuenlabrada es de 516. Para revelar más datos de este indicador se plantea la situación de realizar una clasificación del índice de comercio minorista de los municipios que conforman la Comunidad de Madrid, Fuenlabrada se situaría en el tercer puesto por debajo del municipio de Madrid y del municipio de Getafe, lo que le sitúa en una posición privilegiada dentro del comercio minorista de la Comunidad de Madrid.

4.2.4.2 Índice de densidad comercial

El índice de densidad comercial se define como el número de establecimientos de comercio minorista por cada 1.000 habitantes. Según esta definición, Fuenlabrada cuenta con 17 establecimientos por cada 1.000 habitantes, valor que se sitúa como media para el Sur Metropolitano. El índice para el resto de municipios de la zona varía entre el 14 de municipios como Móstoles, Parla y Ciempozuelos hasta 29 con el que cuenta el municipio de Humanes de Madrid. Por su lado tanto la Comunidad de Madrid como el municipio cuentan con un índice de densidad comercial de 18 muy similar al de Fuenlabrada.

Tabla 8: Índice de densidad comercial Municipios del Sur Metropolitano 2007

Municipio	Índice de densidad comercial
Alcorcón	16
Aranjuez	17
Ciempozuelos	14
Fuenlabrada	17
Getafe	24
Humanes	29
Leganés	15
Móstoles	14
Parla	14
Pinto	18
San Martín de la Vega	21
Valdemoro	15
Sur Metropolitano	17
Madrid	18
Comunidad de Madrid	18

Fuente: Elaboración propia

4.2.4.3 Índice de Superficie comercial

El índice de superficie comercial mide los metros cuadrados disponibles en un municipio por cada 1.000 habitantes. Fuenlabrada dispone de 2.447 m² de superficie comercial minorista por cada 1.000 habitantes, cifra algo superior a la media tanto de la zona del Sur metropolitano como de la Comunidad de Madrid que se sitúan en 2.230 y 2.336, respectivamente.

Tabla 9: Índice de superficie comercial Municipios del Sur Metropolitano 2007

Municipio	Índice de superficie comercial (m ² /1.000 habitantes)
Alcorcón	2.874
Aranjuez	2.282
Ciempozuelos	1.646
Fuenlabrada	2.447
Getafe	2.753
Humanes	5.184
Leganés	1.912
Móstoles	1.430
Parla	1.272
Pinto	1.284
San Martín de la Vega	9.609
Valdemoro	2.392
Sur Metropolitano	2.230
Madrid	2.216
Comunidad de Madrid	2.336

Fuente: Elaboración propia

5 Caracterización de las Zonas Comerciales Tradicionales

En el apartado anterior se ha realizado una caracterización del panorama comercial global del municipio de Fuenlabrada ayudándonos de variables generales, como el número de unidades locales y número de establecimientos de comercio minorista, publicadas en distintas fuentes oficiales. En el presente apartado el ámbito de estudio se reducirá a las zonas comerciales tradicionales de Fuenlabrada y la información disponible será más concreta y se obtendrá como resultado del trabajo de campo realizado en estas áreas comerciales.

5.1 Localización y Zonificación

Fuenlabrada cuenta con dos zonas que se caracterizan por su alta concentración de locales comerciales y por su carácter tradicional. Estas zonas se configuraban como principales dentro de los hábitos de ocio y compras, tanto de carácter diario como ocasional, de los habitantes del municipio.

5.1.1 Zona comercial calle Leganés

La zona comercial de la calle Leganés, también conocida como centro de Fuenlabrada, se sitúa en el centro histórico del municipio. En un principio, el eje comercial principal de esta zona giraba en torno a la calle de la Plaza. Sin embargo, factores como su peatonalización, el traslado del Ayuntamiento a su nueva sede y la búsqueda de locales comerciales dotados de mayor superficie han configurado a la calle de Leganés como el nuevo eje principal de esta zona. No obstante la calle de la Plaza continúa soportando movimiento, siendo un gran número de locales comerciales los que han centrado su actividad en el ocio y la restauración.

El ámbito de influencia de esta zona comercial ha quedado fijado al norte por la avenida de los Estados y la calle de Málaga, las calles Delicias, Cruz de Luisa y de las Navas conforman el sur del ámbito. El límite este está conformado por las vías Salamanca, Galapagar, paseo de Oriente y paseo de la Estación y, por último, las calles de Lima, Miguel de Unamuno y la Paz establecen el límite oeste.

Los ejes comerciales principales de este ámbito se encuentran señalados en el siguiente plano, no obstante cabe destacar de forma especial las calles de Leganés y la Plaza. Así como los cruces de la primera con la avenida Francisco Javier Sauquillo y con las calles Tesillo y Lechuga.

5.1.2 Zona comercial calle Portugal.

La zona comercial de la calle Portugal se trata de una área bien distinta a la descrita anteriormente, tanto por su configuración comercial como por sus características de movilidad, que se describirán posteriormente de forma detallada.

El ámbito de influencia queda determinado por las calles de Francia, al norte, y de Turquía, al sur. El límite oriental queda fijado por la avenida de las Naciones y la calle Chipre y el occidental por la vía de Circunvalación M-506 y el parque de la solidaridad.

El eje principal se centra en la calle de Portugal, en su tramo entre las calles Francia y Turquía, donde se concentra la gran mayoría de actividad comercial del ámbito. Las calles de Andorra y Grecia en sus tramos más cercanos al cruce con el eje principal también se configuran como zonas de mayor actividad comercial. El resto de calles registran una actividad más moderada con locales comerciales más diseminados.

Alguna de sus peculiaridades con respecto a la zona de la calle Leganés consiste en la existencia del centro comercial Fuenlabrada 2 dentro del ámbito de influencia que se presenta como un importante complemento de la zona comercial tradicional. Además el eje comercial principal cuenta con dos supermercados que contribuyen a generar un importante número de visitas por motivo de compra diaria.

El centro comercial Fuenlabrada 2 se ha integrado en el eje comercial principal de esta zona, por razones de continuidad y por la estrecha relación del centro comercial con el eje principal, ya que existen locales ubicados en el centro comercial con fachada y puerta de entrada en la calle Portugal.

5.2 Oferta Comercial

Una vez caracterizada en términos generales las variables comerciales del municipio en el apartado anterior, se va a realizar un análisis pormenorizado de la oferta comercial de las zonas comerciales tradicionales del municipio.

Este análisis pormenorizado se apoya en el censo de locales realizado como parte de los trabajos de campo efectuados para el presente estudio que permitirán cuantificar, caracterizar y localizar espacialmente la oferta estas zonas comerciales tradicionales.

5.2.1 Localización de los locales comerciales

El censo de locales comerciales efectuado para las áreas comerciales tradicionales de Fuenlabrada revela la existencia de 774 locales comerciales, de los cuales, 521 están ubicados en la zona comercial de la calle de Leganés y los restantes 253 pertenecen a la zona de la calle Portugal.

Gráfico 7: Reparto de locales por zona comercial tradicional



5.2.1.1 Zona comercial de la calle Leganés

Si consideramos la zona comercial de la calle de Leganés, los 521 locales comerciales existentes en la zona se reparten de la siguiente manera en las distintas calles del ámbito de influencia:

Tabla 10: Locales comerciales por calle. Zona comercial de la calle Leganés

Vía	Nº Locales	Vía	Nº Locales
Arroyada del Tesillo	2	Luis Sauquillo	8
Av de los Estados	5	Málaga	5
Ávila	7	Maximino Pérez	4
Berro	6	Móstoles	20
Callejón de la Huerta	1	Oriente	28
Constitución	7	Paz	21
Corralones	7	Pelayos	6
Cruz de Luisa	11	Plaza de España	8
Cuartel	2	Plaza de Francisco Escolar	4
Delicias	9	Plaza de Matute	3

Anejo. Estudio de Áreas Comerciales

Vía	Nº Locales	Vía	Nº Locales
Honduras	12	Plaza del Tesillo	4
Humilladero	23	Pº de San Antonio	7
Iglesia	6	Pº Dr. Severo Ochoa	7
La Plaza	56	Polvoranca	7
Sierra	6	Pozuelo	16
Lechuga	16	San Andrés	16
Leganes	111	Tesillo	9
Lima	42	Fco. Javier Sauquillo	3
Los Ángeles	16		
Área Comercial Tradicional de la calle Leganés			521

Tal y como se puede ver la calle que aglutina un mayor número de locales comerciales de la zona es la calle de Leganés que se configura como el eje comercial principal con el 21% de los locales situados en el ámbito. Le sigue en importancia la calle la Plaza, único espacio peatonal de la zona, donde se concentra el 11% de la oferta. Por último, con porcentajes inferiores al 10% tenemos las calles Lima, Oriente, Humilladero, Paz y Móstoles.

Gráfico 8: Reparto de locales comerciales por calle Zona comercial calle Leganés

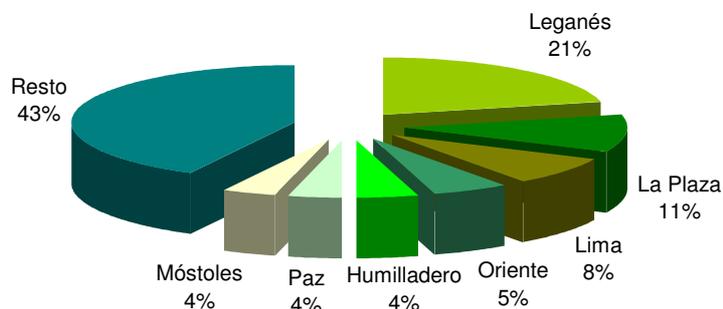
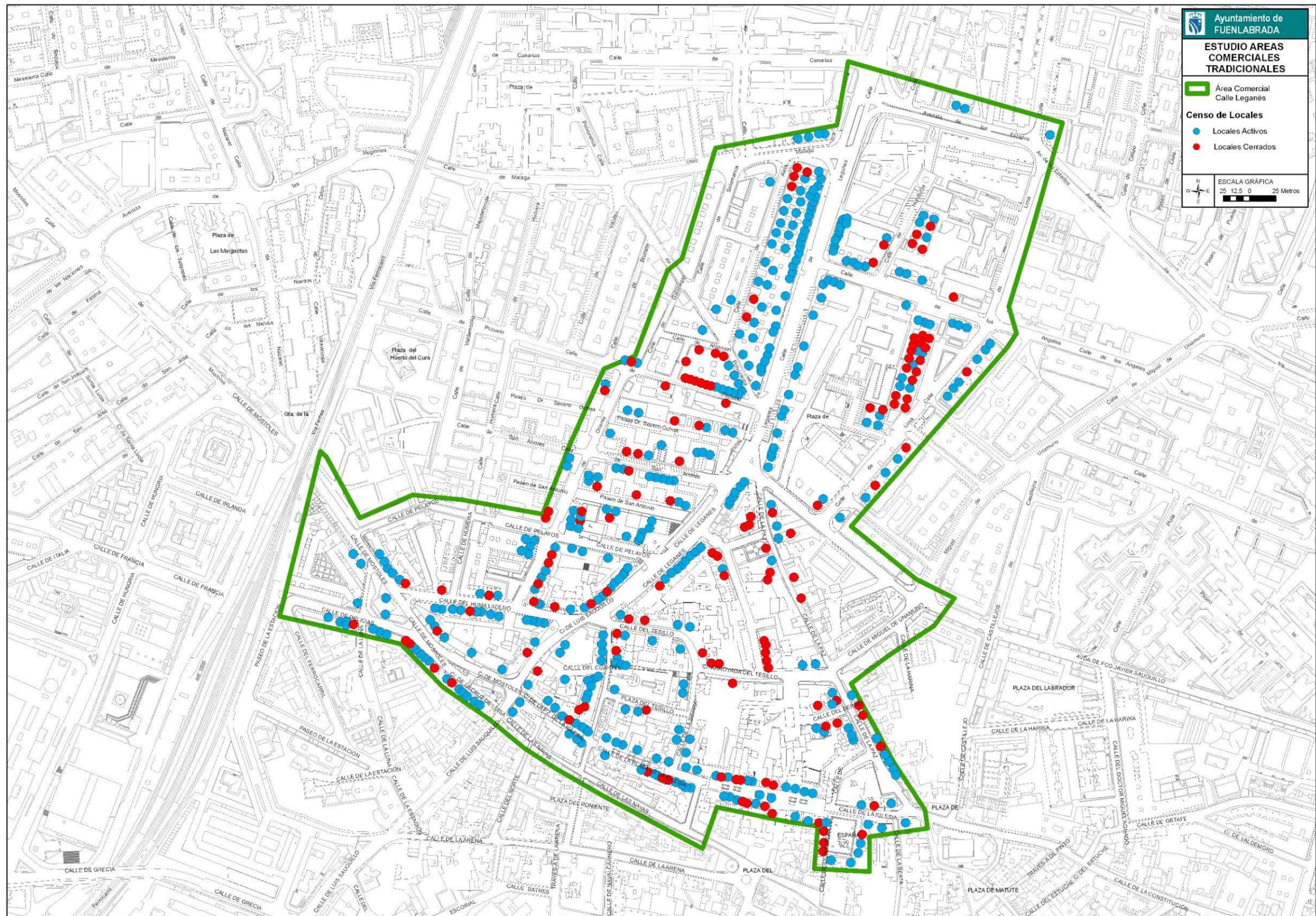


Ilustración 3: Censo de locales comerciales. Zona comercial de la calle Leganés



5.2.1.2 Zona comercial de la calle Portugal

Si realizamos el mismo análisis para la zona de la calle Portugal, se obtiene el siguiente reparto de los 253 locales comerciales del ámbito por calles:

Tabla 11: Locales comerciales por calle. Zona comercial de la calle Portugal

Vía	Nº Locales	Vía	Nº Locales
Andorra	14	Malta	9
Chipre	6	Pº Estoril	7
Francia	16	Pº Olimpo	18
Grecia	13	Plaza París	5
Italia	9	Portugal	156
Área Comercial Tradicional de la calle Portugal			253

El 62% de los locales comerciales de este ámbito se concentran en el eje comercial principal, la calle de Portugal. El resto de calles del ámbito presentan una oferta comercial significativamente inferior y más dispersa.

Gran parte de la concentración de locales que se produce en la calle Portugal es debido a la existencia del centro comercial de Fuenlabrada 2 en esta calle. Por tanto, se va a diferenciar el número de locales que se sitúan en la calle Portugal y cuántos pertenecen al centro comercial. Para realizar esta división, los locales comerciales que forman parte del centro comercial, pero que tienen fachada y acceso por la calle de Portugal se han contabilizado como parte ésta.

Gráfico 9: Reparto de locales comerciales por calle. Zona comercial calle de Portugal

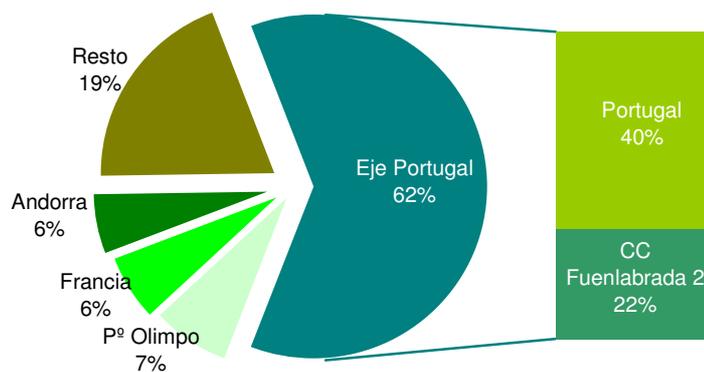
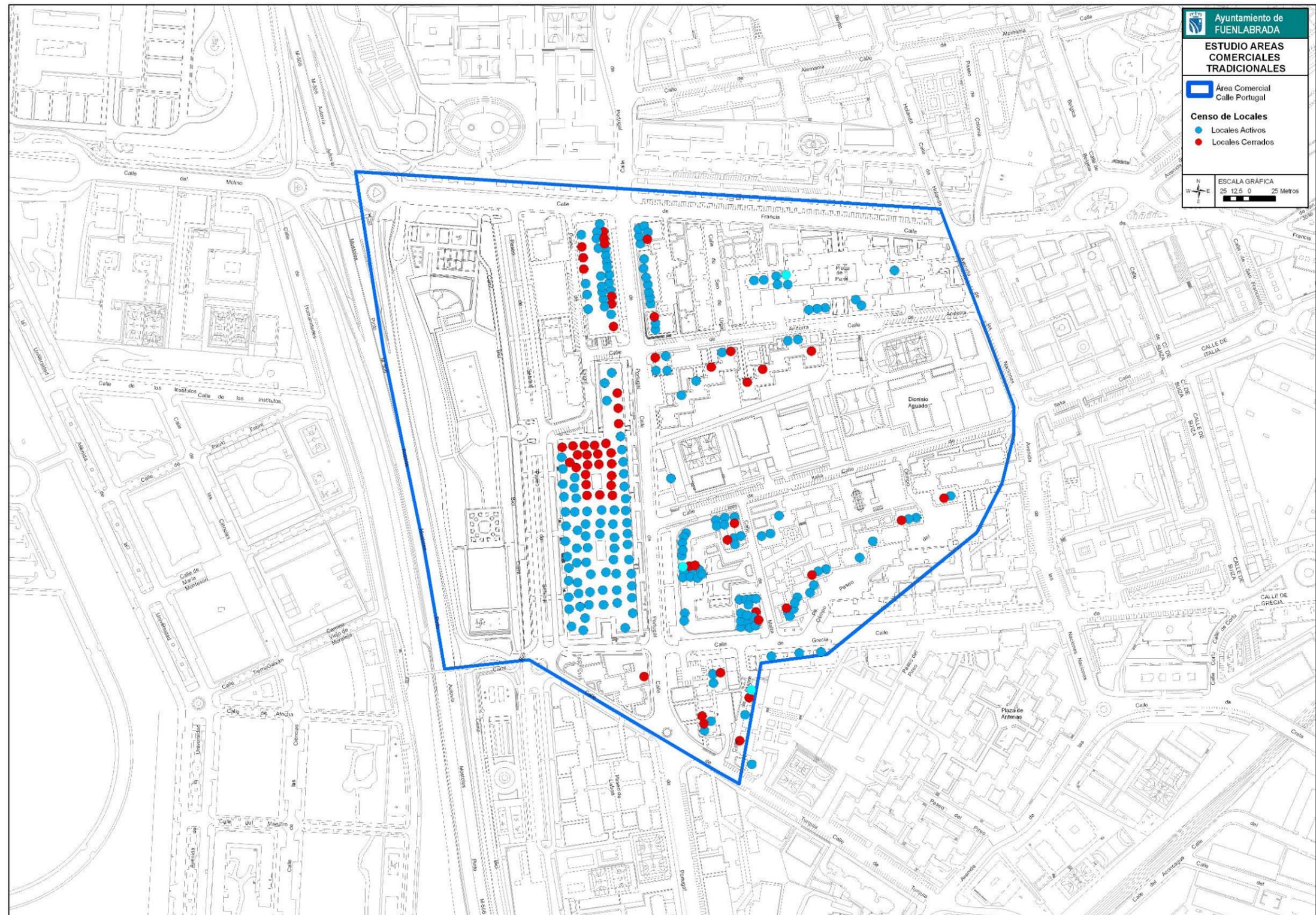


Ilustración 4: Censo de locales comerciales. Zona comercial de la calle Portugal



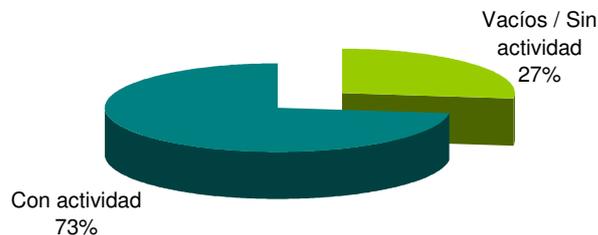
5.2.2 Caracterización de los locales comerciales

A continuación y tras determinar la ubicación de los locales de las zonas comerciales tradicionales se estudiarán sus principales características.

5.2.2.1 Zona comercial de la calle Leganés

De los 521 locales comerciales ubicados en la zona de la calle de Leganés, en la actualidad, existen un total de 140 establecimientos vacíos o sin actividad. Esta cifra supone un 27% sobre el total de los establecimientos del área, porcentaje significativo que pone de manifiesto la delicada situación de esta zona comercial tradicional.

Gráfico 10: Locales con y sin actividad. Zona comercial calle Leganés



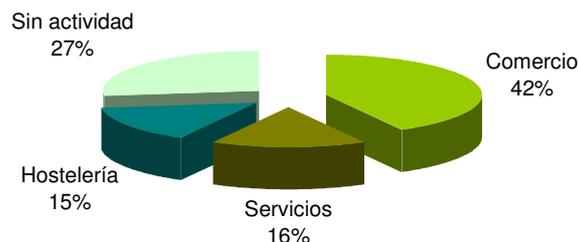
Los locales vacíos o sin actividad se concentran principalmente en los ejes principales del área. De este modo la calle Lima aglutina el 16%, seguido de las calles Leganés y la Plaza con el 10% y 9%, respectivamente.

Tabla 12: Locales comerciales vacíos por calle. Zona comercial de la calle Leganés

Vía	Nº Locales vacíos	Vía	Nº Locales vacíos
Arroyada del Tesillo	0	Luis Sauquillo	3
Av de los Estados	0	Málaga	0
Ávila	3	Maximino Pérez	1
Berro	3	Móstoles	1
Callejón de la Huerta	1	Oriente	8
Constitución	4	Paz	9
Corralones	5	Pelayos	1
Cruz de Luisa	4	Plaza de España	3
Cuartel	1	Plaza de Francisco Escolar	1
Delicias	0	Plaza de Matute	2
Honduras	5	Plaza del Tesillo	1
Humilladero	5	Pº de San Antonio	4
Iglesia	1	Pº Dr. Severo Ochoa	3
La Plaza	13	Polvoranca	2
Sierra	0	Pozuelo	9
Lechuga	3	San Andrés	3
Leganés	14	Tesillo	4
Lima	22	Fco. Javier Sauquillo	1
Los Ángeles	0		
Área Comercial Tradicional de la calle Leganés			140

Los locales del ámbito se clasifican de forma general de la siguiente manera según el sector de actividad:

Gráfico 11: Locales del ámbito por sector de actividad. Zona comercial de la calle Leganés



Los locales dedicados a actividades comerciales suponen un 42% sobre el total, seguido de un 27% que se encuentran vacíos o sin actividad. Por último, los dedicados a servicios y hostelería representan un 16% y 15%, respectivamente.

Los centros comerciales tradicionales más atractivos cuentan con una proporción de comercios en torno al 70-75%. La zona comercial de la calle Leganés con un 42% se aleja de esta proporción. Si desglosamos los locales por tipo de actividad se obtiene:

Tabla 13: Locales comerciales por actividad. Zona comercial de la calle Leganés

Actividad	Nº Locales	%
Vacíos / Sin actividad	140	27%
Alimentación, bebidas y tabaco	53	10%
Equipamiento de la persona	50	10%
Equipamiento del hogar	19	4%
Salud e higiene	29	6%
Comercio especializado	67	13%
Bancos, seguros y gestorías	30	6%
Hoteles, bares y restaurantes	78	15%
Otros servicios	52	10%
Equipamiento médico - cultural	3	1%
Total	521	100%
Índice de especialización comercial		53,7%

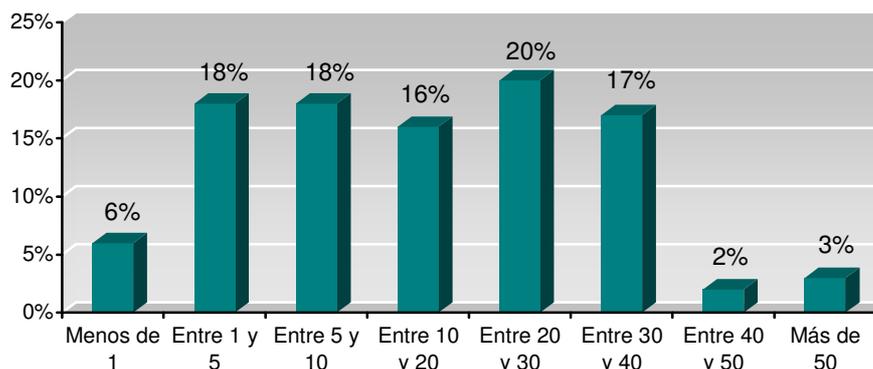
Dejando de lado los locales vacíos o sin actividad de los que se ha hablado anteriormente, los establecimientos dedicados a hostelería (hoteles, bares y restaurantes) son mayoritarios representando el 15% del total, seguido de alimentación, bebidas y tabaco, equipamiento de la persona y otros servicios con 10%.

El índice de especialización comercial mide el porcentaje que representan los locales dedicados a equipamiento de la persona y comercio especializado respecto del total de actividades comerciales. Los centros comerciales tradicionales más atractivos cuentan con

un índice de especialización comercial mínimo del 70%, sin embargo, de nuevo el de la zona, con un 53,7%, se sitúa por debajo.

La antigüedad media de los comercios de esta zona se sitúa en los 19 años, siendo un 20% los que se cuentan con entre 20 y 30 años y un 24% los que cuentan con menos de 5 años.

Gráfico 12: Antigüedad de los comercios. Zona comercial calle Leganés



La superficie comercial de la zona de la calle Leganés alcanza los 41.256 m². Entre las categorías de actividad que representan un mayor peso porcentual se encuentran los hoteles, bares y restaurantes, que representan cerca de la mitad del total de superficie, 45%. Con bastante diferencia le siguen el equipamiento de la persona y el comercio especializado con un 10% cada uno. Por último, señalar que el menor peso de superficie comercial pertenece a las categorías de equipamiento médico-cultural, 1%, y salud e higiene, 4%.

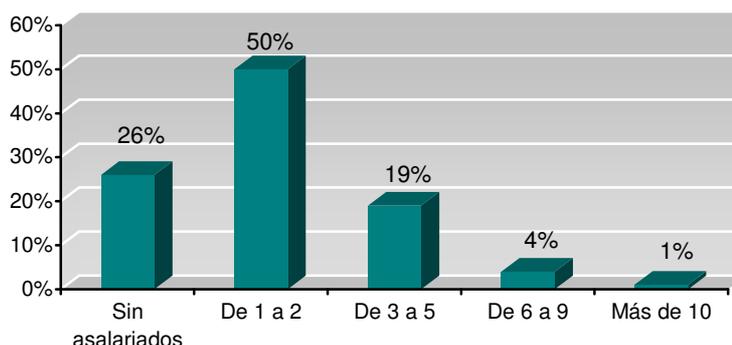
Tabla 14: Superficie total y superficie media por actividad. Zona comercial calle Leganés

Actividad	Superficie total	%	Superficie media
Alimentación, bebidas y tabaco	2.766	7%	55
Equipamiento de la persona	4.286	10%	89
Equipamiento del hogar	2.865	7%	159
Salud e higiene	1.762	4%	61
Comercio especializado	4.237	10%	67
Bancos, seguros y gestorías	3.240	8%	116
Hoteles, bares y restaurantes	18.705	45%	243
Otros servicios	2.955	7%	59
Equipamiento médico - cultural	440	1%	220
Total	41.256	100%	113

La superficie media de la zona comercial de la calle de Leganés es de 113 m². Los locales más grandes son los que se dedican a actividades hosteleras, hoteles, bares y restaurantes con 243 m² de media, seguido de los locales de equipamiento médico-cultural con una superficie media de 220 m². Los de menor superficie son los de bienes de primera necesidad, alimentación, bebidas y tabaco, con locales de 50 m² de media.

Tal y como se ha comentado, una de las principales consecuencias de la actividad comercial en el municipio es la creación de puestos de trabajo. Los datos del censo de locales comerciales revelan que el número medio de trabajadores por establecimiento es 5. La mitad de los locales de esta zona comercial cuentan con entre 1 y 2 trabajadores asalariados. Estas variables nos indican el protagonismo del pequeño comercio en la zona.

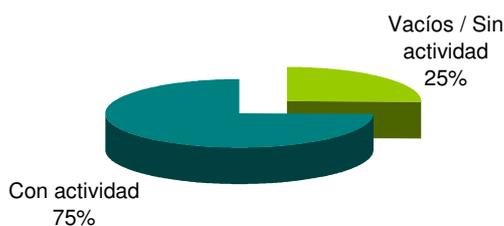
Gráfico 13: Número de asalariados. Zona comercial calle Leganés



5.2.2.2 Zona comercial de la calle Portugal

De los 253 locales comerciales ubicados en la zona de la calle Portugal, en la actualidad, existen un total de 64 establecimientos vacíos o sin actividad, cifra que representa la cuarta del total de los locales del área, porcentaje significativo que pone de manifiesto la delicada situación de esta zona comercial tradicional.

Gráfico 14: Locales con y sin actividad. Zona comercial calle Portugal



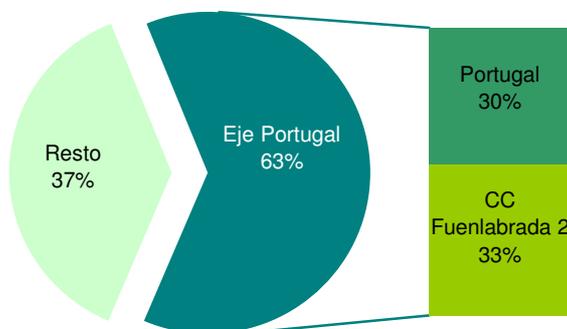
Al igual que ocurría en la zona comercial de la calle Leganés, los locales vacíos o sin actividad se concentran principalmente en los ejes principales del área, en este caso la calle Portugal aglutina el 63%, frente al 36% del resto de las calles.

Tabla 15: Locales comerciales vacíos por calle. Zona comercial de la calle Portugal

Vía	Nº Locales vacíos	Vía	Nº Locales vacíos
Andorra	6	Malta	1
Chipre	3	Pº Estoril	3
Francia	3	Pº Olimpo	4
Grecia	2	Plaza París	0
Italia	2	Portugal	40
Área Comercial Tradicional de la calle Portugal			64

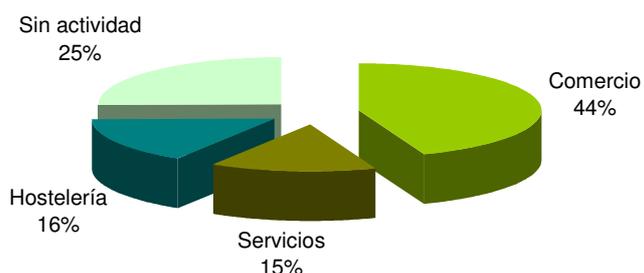
Dentro del eje de la calle de Portugal, son un 33% los que se sitúan en la misma calle y el 30% restante se encuentran en el interior del centro comercial de Fuenlabrada 2.

Gráfico 15: Locales comerciales vacíos por calle. Zona comercial calle Portugal



Los locales del ámbito se clasifican de forma general de la siguiente manera según el sector de actividad:

Gráfico 16: Locales del ámbito por sector de actividad. Zona comercial de la calle Portugal



Los locales dedicados a actividades comerciales suponen un 44% sobre el total, seguido de un 25% que se encuentran vacíos o sin actividad. Por último, los dedicados a servicios y hostelería representan un 16% y 15%, respectivamente. La proporción de locales por sector de actividad es bastante similar a la de la zona comercial de la calle de Leganés estudiada anteriormente.

La zona comercial de la calle Portugal cuenta con una proporción de comercios del 44%, porcentaje que se aleja del 70-75% que se registra en los centros comerciales tradicionales más atractivos.

Dejando de lado los locales vacíos o sin actividad de los que se ha hablado anteriormente, los locales comerciales dedicados al comercio especializado, son mayoritarios representando el 22% del total, seguido de los dedicados a hostelería con un 16% y otros servicios con 12%.

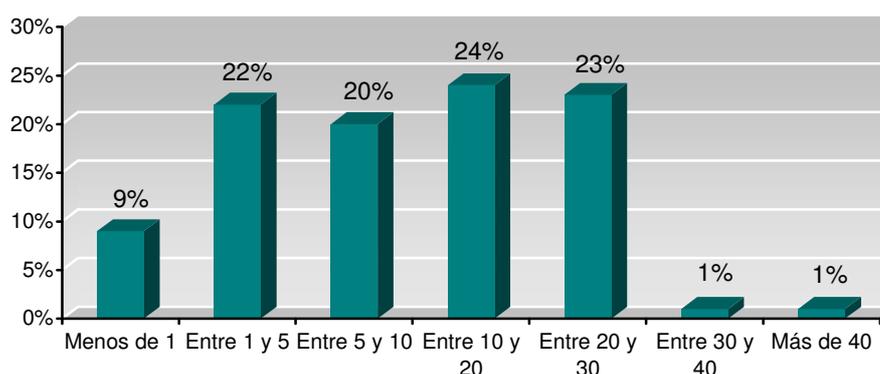
Tabla 16: Locales comerciales por actividad. Zona comercial de la calle Portugal

Actividad	Nº Locales	%
Vacíos / Sin actividad	64	25%
Alimentación, bebidas y tabaco	18	7%
Equipamiento de la persona	16	6%
Equipamiento del hogar	12	5%
Salud e higiene	11	4%
Comercio especializado	55	22%
Bancos, seguros y gestorías	4	2%
Hoteles, bares y restaurantes	40	16%
Otros servicios	31	12%
Equipamiento médico - cultural	2	1%
Total	253	100%
Índice de especialización comercial		40,3%

El índice de especialización comercial mide el porcentaje que representan los locales dedicados a equipamiento de la persona y a comercio especializado respecto del total de actividades comerciales. Los centros comerciales tradicionales más atractivos cuentan con un índice de especialización comercial mínimo del 70%, sin embargo, de nuevo el de la zona con un 40,3% se sitúa por debajo, debido principalmente a la escasez de locales dedicados a equipamiento de la persona.

La antigüedad media de los comercios de esta zona se sitúa en los 11 años, por tanto resultan menos antiguos que los de la calle de Leganés.

Gráfico 17: Antigüedad de los comercios. Zona comercial calle Portugal



Todos los intervalos de edad cuentan con porcentajes algo superiores al 20%, excepto los que tienen menos de un año de antigüedad que representan un 9% y los de entre 30 y 40 y mayores de 40 años de antigüedad ambos con un 1%.

La superficie comercial de la zona de la calle de Portugal alcanza los 18.984 m². Entre las categorías de actividad de mayor peso porcentual se encuentran alimentación, bebida y tabaco, que representan una cuarta parte total de superficie, posiblemente debido a los

medianos supermercados instalados en la zona. Le siguen en importancia las actividades de otros servicios y comercio especializado con un 24% y 19%, respectivamente.

Tabla 17: Superficie total y superficie media por actividad. Zona comercial calle Portugal

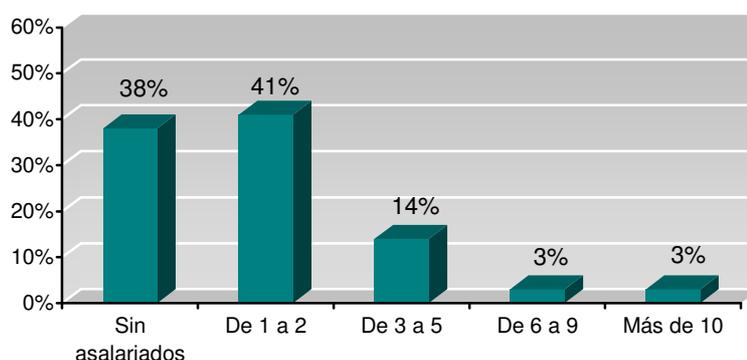
Actividad	Superficie total	%	Superficie media
Alimentación, bebidas y tabaco	4.680	25%	260
Equipamiento de la persona	885	5%	59
Equipamiento del hogar	1.016	5%	102
Salud e higiene	896	5%	81
Comercio especializado	3.587	19%	70
Bancos, seguros y gestorías	325	2%	108
Hoteles, bares y restaurantes	2.939	15%	84
Otros servicios	4.476	24%	160
Equipamiento médico - cultural	180	1%	180
Total	18.984	100%	110

Las categorías que presentan el menor peso de superficie comercial son equipamiento médico-cultural, 1%, y equipamiento de la persona, equipamiento del hogar y salud e higiene con un 5% cada uno. En esta zona comercial la hostelería representa un discreto 15%, por lo que no se aprecia el protagonismo de esta actividad, como ocurría en la de la calle Leganés que representaba un 45% del total.

La superficie media de la zona comercial de la calle de Portugal es de 110 m². Los locales más grandes son los que se dedican a alimentación, bebida y tabaco con 260 m² de media, seguido de los locales de equipamiento médico-cultural con una superficie media de 180 m². Los de menor superficie son las de equipamiento personal con locales de 59 m² de media.

A partir de los datos del censo de locales comerciales realizado se llega a la conclusión que el número medio de trabajadores por establecimiento es 2 empleados. Cerca del 80% de los establecimientos de la zona comercial de la calle Portugal cuentan con entre 0 y 2 trabajadores asalariados. Estas variables nos indican el protagonismo del pequeño comercio en la zona.

Gráfico 18: Número de asalariados. Zona comercial calle Portugal



5.3 Demanda

5.3.1 Volumen y caracterización de los consumidores

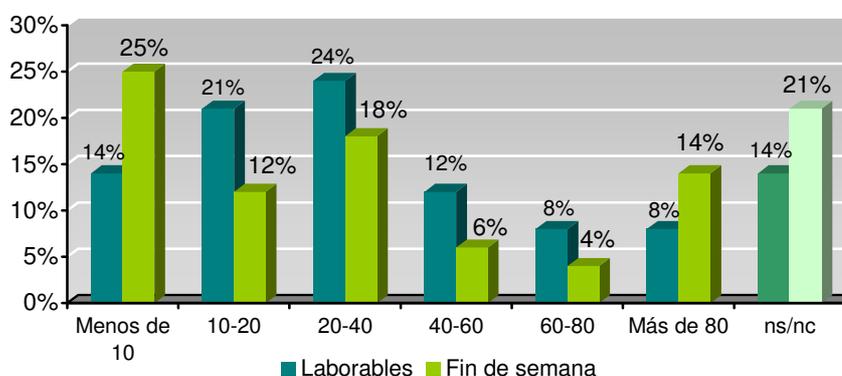
En este apartado se estudiarán las principales características de la demanda de estas zonas comerciales tradicionales, como pueden ser sexo, edad, situación laboral, frecuencia y tipo de establecimientos que visita, gracias a los datos proporcionados por en las encuestas de consumidores.

Además de las características anteriormente mencionadas y con el objetivo de cuantificar el volumen de visitantes de cada una de las zonas comerciales se les preguntó a los comerciantes, como parte de la encuesta a comerciantes, el número medio de visitantes distinguiendo entre días laborables y de fin de semana. Cabe destacar que gran parte de los encuestados no han sido capaces de realizar esta estimación, número que se incrementa cuando se trata de hacer la estimación para los días de fin de semana.

5.3.1.1 Zona comercial de la calle Leganés

Los establecimientos de la zona comercial de la calle Leganés reciben una media de 34 visitantes en los días laborables, esta cantidad se incrementa ligeramente a 37 visitantes en fin de semana.

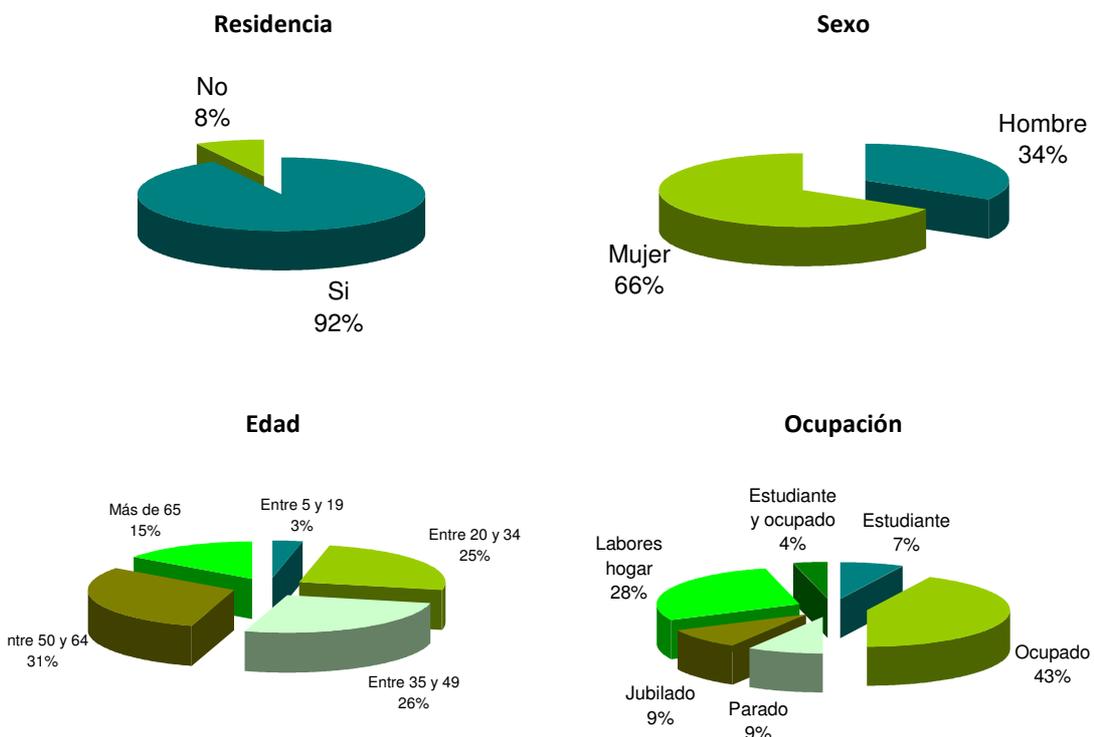
Gráfico 19: Nº medio de visitantes en día laborable y fin de semana Zona comercial calle Leganés



El 60% de los establecimientos de la zona tienen entre 0 y 40 visitantes en un día laborable medio, siendo menos de 10 visitantes un 14%, entre 10 y 20 visitas para el 21% y el 24% tiene entre 20 y 40. En fin de semana este porcentaje desciende ligeramente hasta el 55%, destacando, además, que el 25% tiene menos de 10 visitas, el 12% entre 10 y 20 y el 18% de los locales cuenta con entre 20 y 40 visitas.

A continuación vamos a caracterizar los consumidores de estas zonas comerciales tradicionales mediante el análisis de características como edad, sexo, situación laboral, residencia, frecuencia con la que visita la zona, etc.

Gráfico 20: Características Consumidores zona comercial calle Leganes

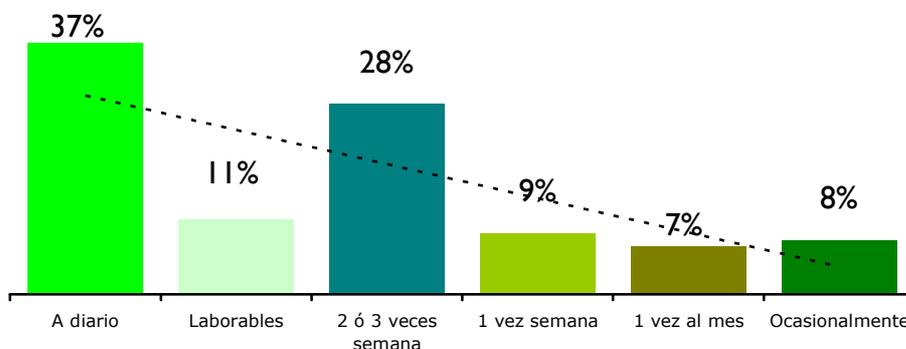


El 92% de los consumidores encuestados en la zona comercial de la calle Leganes son residentes en el municipio y el 66% son mujeres. Las edades son bastante variadas de modo que el 31% se sitúan entre 50 y 64, seguido de los que tienen 35 y 49 años que representan el 26% y un 25% los que tienen entre 20 y 34 años. Por último, el 43% de los encuestados resultan encontrarse ocupados en la actualidad, siendo el de las personas que se dedican a las labores del hogar el segundo grupo mayoritario representando un 28%.

En cuanto a la frecuencia con la que visitan la zona de la calle Leganes cabe destacar que la mayoría lo hacen a diario, concretamente un 37%, el 11% de los encuestados visitan la zona los días laborables, los que acuden 2 ó 3 veces en semana representan un 28% del total. Los que visitan la zona con menor frecuencia no superan el 10%.

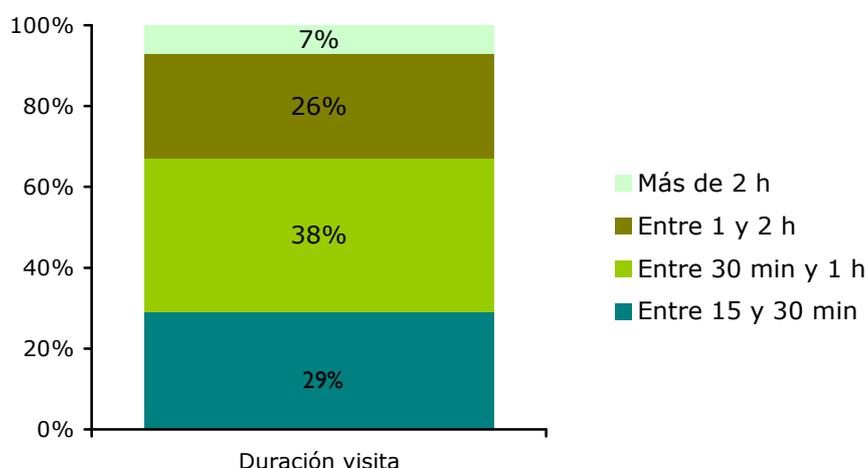
Esta asiduidad con la que los consumidores visitan la zona indica la existencia de una clientela fija que realiza sus compras diarias y habituales en la zona.

Gráfico 21: Frecuencia con la que visita la zona comercial de la calle Leganés



El 38% de las visitas que realizan los consumidores encuestados a esta zona comercial dura entre 30 minutos y 1 hora, seguida de las que duran entre 15 y 30 minutos que representan el 29% de las visitas. Mientras que el 27% duran entre 1 y 2 horas y el 7% que dura más de dos horas.

Gráfico 22: Duración de la visita zona comercial calle Leganés



Por último, se ha preguntado a los consumidores de esta zona los establecimientos que suele visitar en la zona. Esta pregunta es multirespuesta, es decir, que los consumidores han elegido más de una opción, por ello los porcentajes no suman 100%, pero si que es muy útil para detectar cuales son las actividades que atraen a mas consumidores. Los resultados obtenidos se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 18: Locales más visitados zona comercial calle Leganés por actividad

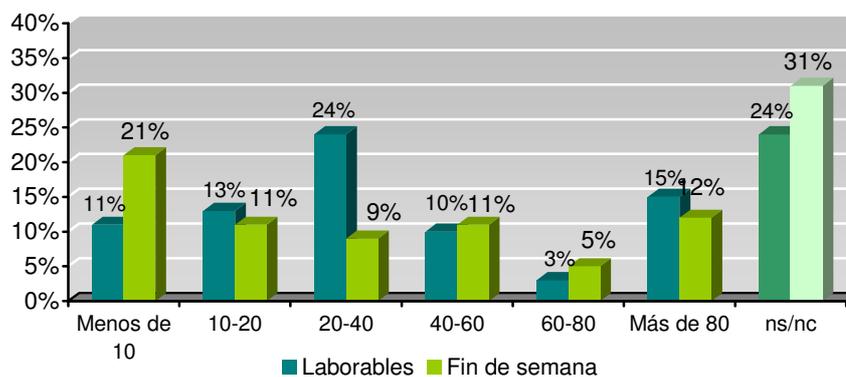
Actividad	%	Actividad	%
Tiendas de moda	31%	Regalos	7%
Calzado y complementos	26%	Electrodomésticos	13%
Deportes	5%	Equipamiento para el hogar	4%
Perfumería / Droguería	26%	Iluminación	3%
Joyería / Relojería	8%	Alimentación	71%
Salud	17%	Bancos, gestorías, seguros	48%
Fotografía	2%	Agencia de viajes	2%
Librería / papelería	9%	Peluquería	11%
Música	2%	Bares, restaurantes	24%
Bazares / "Chinos"	24%	Bares de copas	5%

En esta zona de comercio tradicional los locales comerciales más visitados son los de alimentación, mencionado por el 71% de los consumidores, seguido de los bancos, gestorías y seguros, 48%, tiendas de moda con un 31%, calzados y complementos y perfumería y droguería ambos con 26%.

5.3.1.2 Zona comercial de la calle Portugal

Por último, se les cuestionó a los encuestados de la zona acerca del número medio de visitantes, distinguiendo entre días laborables y fin de semana. Los establecimientos de la zona comercial de la calle Leganés reciben una media de 34 visitantes en los días laborables, esta cantidad se incrementa ligeramente a 37 visitantes en fin de semana.

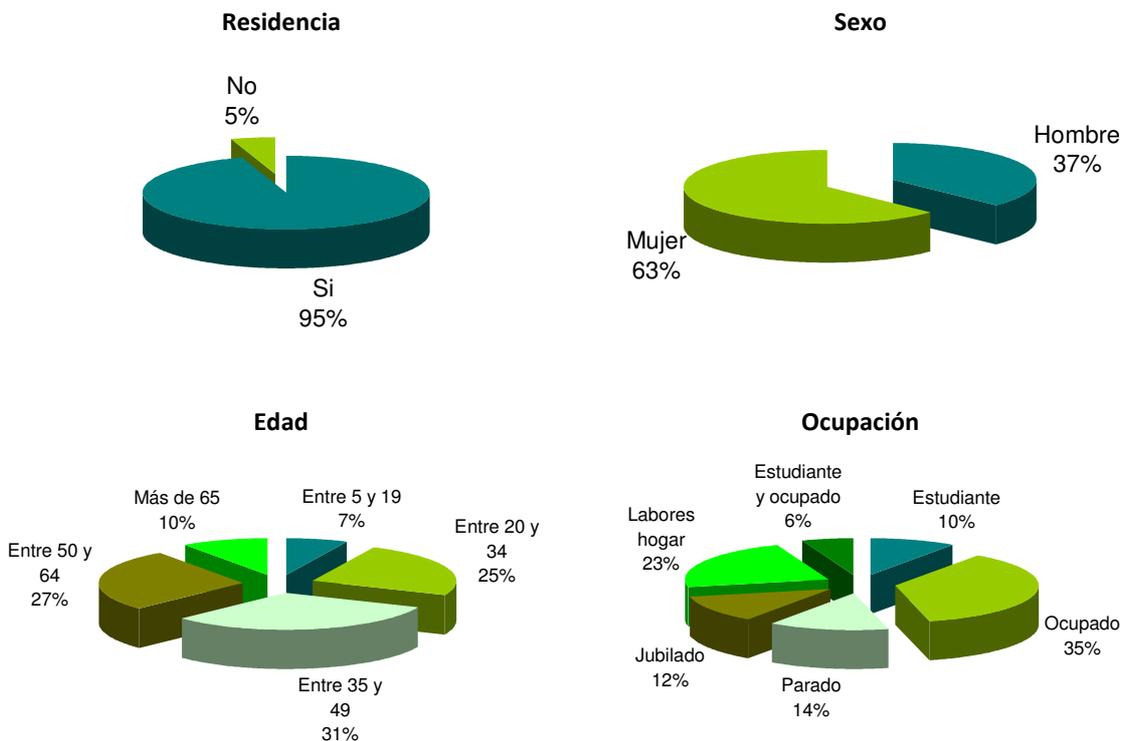
Gráfico 23: Nº medio de visitantes en día laborable y fin de semana Zona comercial calle Portugal



El 60% de los establecimientos de la zona tienen entre 0 y 40 visitantes en un día laborable medio, siendo menos de 10 visitantes un 14%, entre 10 y 20 visitas para el 21% y el 24% tiene entre 20 y 40. En fin de semana este porcentaje desciende ligeramente hasta el 55%, destacando, además, que el 25% tiene menos de 10 visitas, el 12% entre 10 y 20 y el 18% de los locales cuenta con entre 20 y 40 visitas.

A l igual que se ha hecho para la zona comercial de Leganés, se van a analizar diversas características de los consumidores de esta zona:

Gráfico 24: Características Consumidores zona comercial calle Portugal



El 95% de los consumidores encuestados en la calle Portugal son residentes en Fuenlabrada y el 63% son mujeres. El 31% tiene una edad comprendida entre 35 y 49 años, seguido de los de entre 50 y 64 y 20 y 34 con 27% y 25%, respectivamente. Por último, los consumidores que más acuden a esta zona comercial se encuentran ocupados, 35%, y el 23% se dedican a las labores del hogar. En general estos porcentajes son muy similares a los de la zona comercial de la calle Leganés, destacando una población algo más joven en esta zona.

Gráfico 25: Frecuencia con la que visita la zona comercial de la calle Portugal

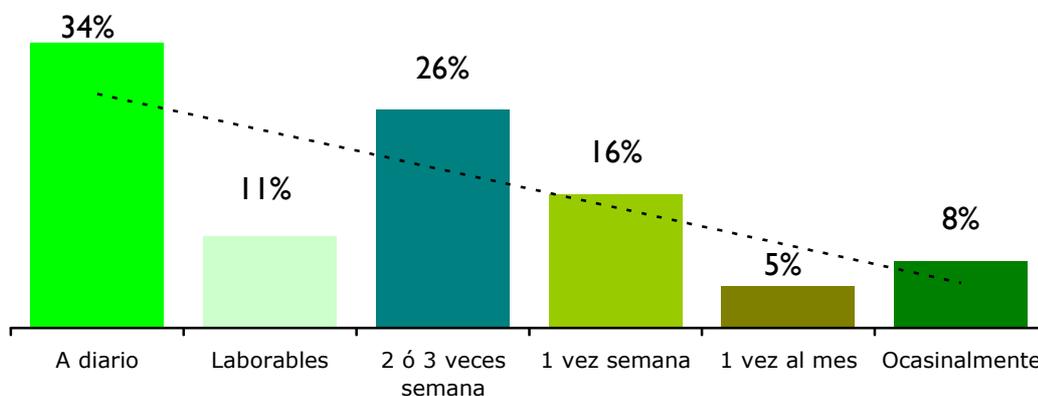
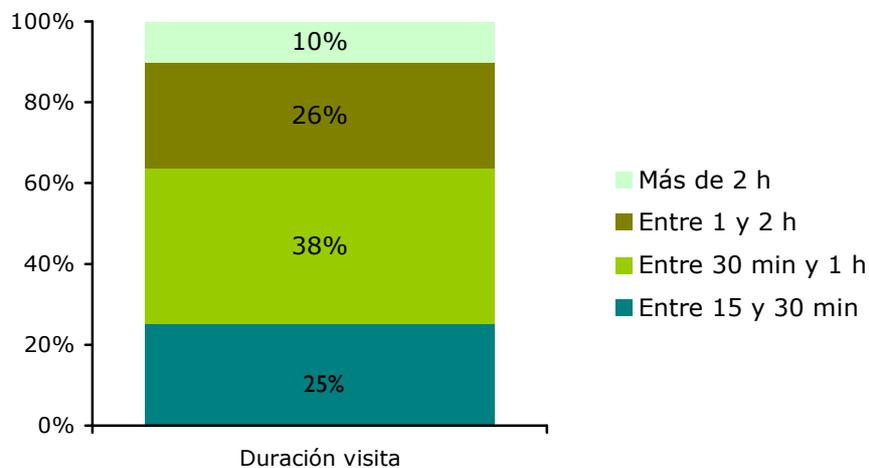


Gráfico 26: Duración de la visita zona comercial calle Portugal


En general, la duración de las visitas a esta zona comercial es muy similar a la obtenida en la zona comercial de la calle Leganés, con una duración de entre 30 minutos y 1 hora el 38% de las visitas, seguido de las que duran entre 15 y 30 minutos y entre 1 y 2 horas con un 25 y 26% respectivamente. Por último las que duran más de 2 horas suponen un 10% sobre el total.

Por último, se ha preguntado a los consumidores de esta zona los establecimientos que suele visitar en la zona. Esta pregunta es multirespuesta, es decir, que los consumidores han elegido más de una opción, por ello los porcentajes no suman 100%, pero si que es muy útil para detectar cuales son las actividades que atraen a mas consumidores. Los resultados obtenidos se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 19: Locales más visitados zona comercial calle Portugal por actividad

Actividad	%	Actividad	%
Tiendas de moda	33%	Regalos	6%
Calzado y complementos	30%	Electrodomésticos	5%
Deportes	8%	Equipamiento para el hogar	3%
Perfumería / Droguería	12%	Iluminación	4%
Joyería / Relojería	7%	Alimentación	65%
Salud	5%	Bancos, gestorías, seguros	42%
Fotografía	2%	Agencia de viajes	0%
Librería / papelería	13%	Peluquería	6%
Música	4%	Bares, restaurantes	34%
Bazares / "Chinos"	15%	Bares de copas	6%

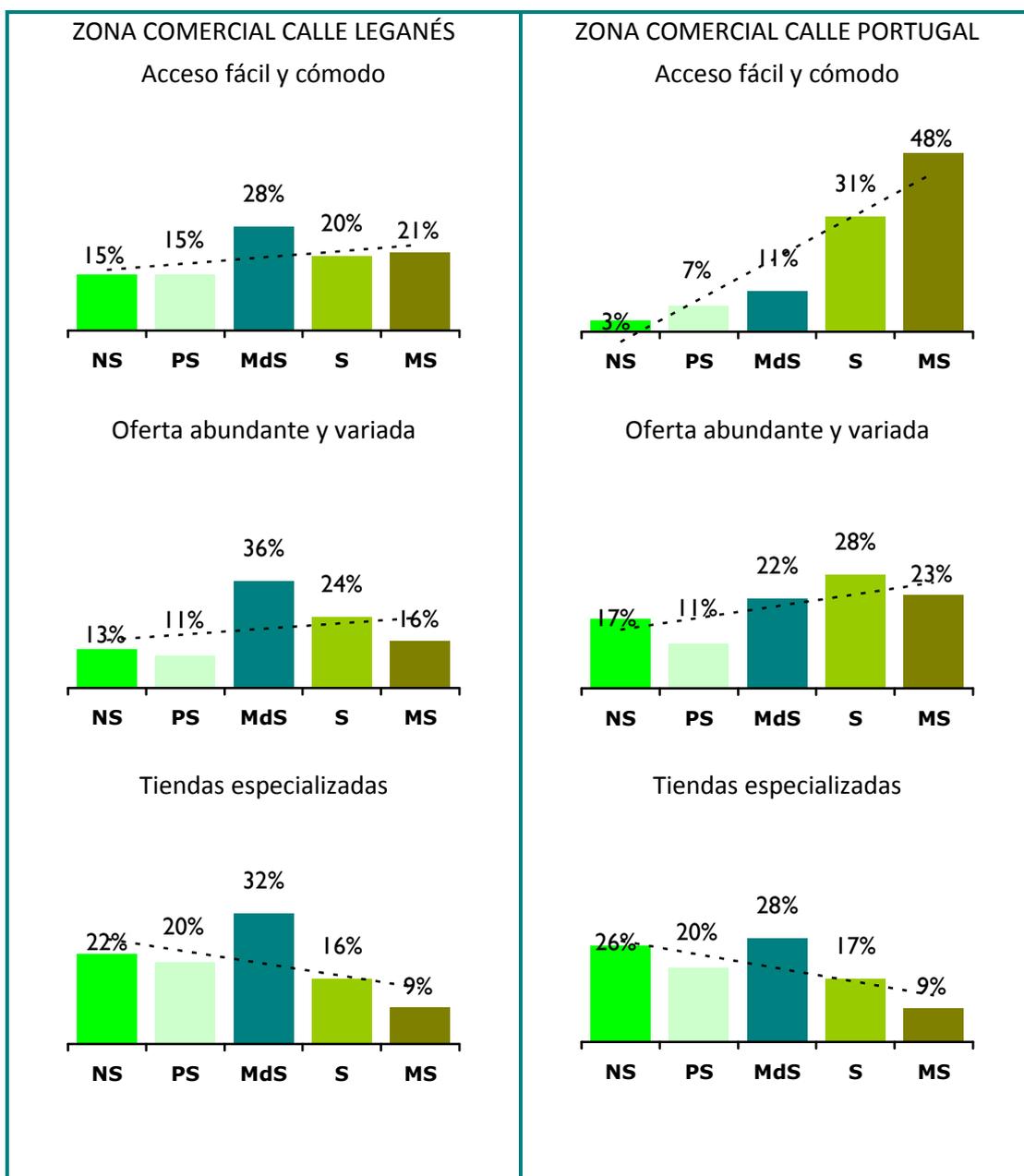
En esta zona de comercio tradicional los locales comerciales más visitados son los de alimentación, mencionado por el 65% de los casos, seguido de los bancos, gestorías y seguros, 42%, bares y restaurantes con un 34%, moda y complementos, 33%, y calzados y complementos con 30%.

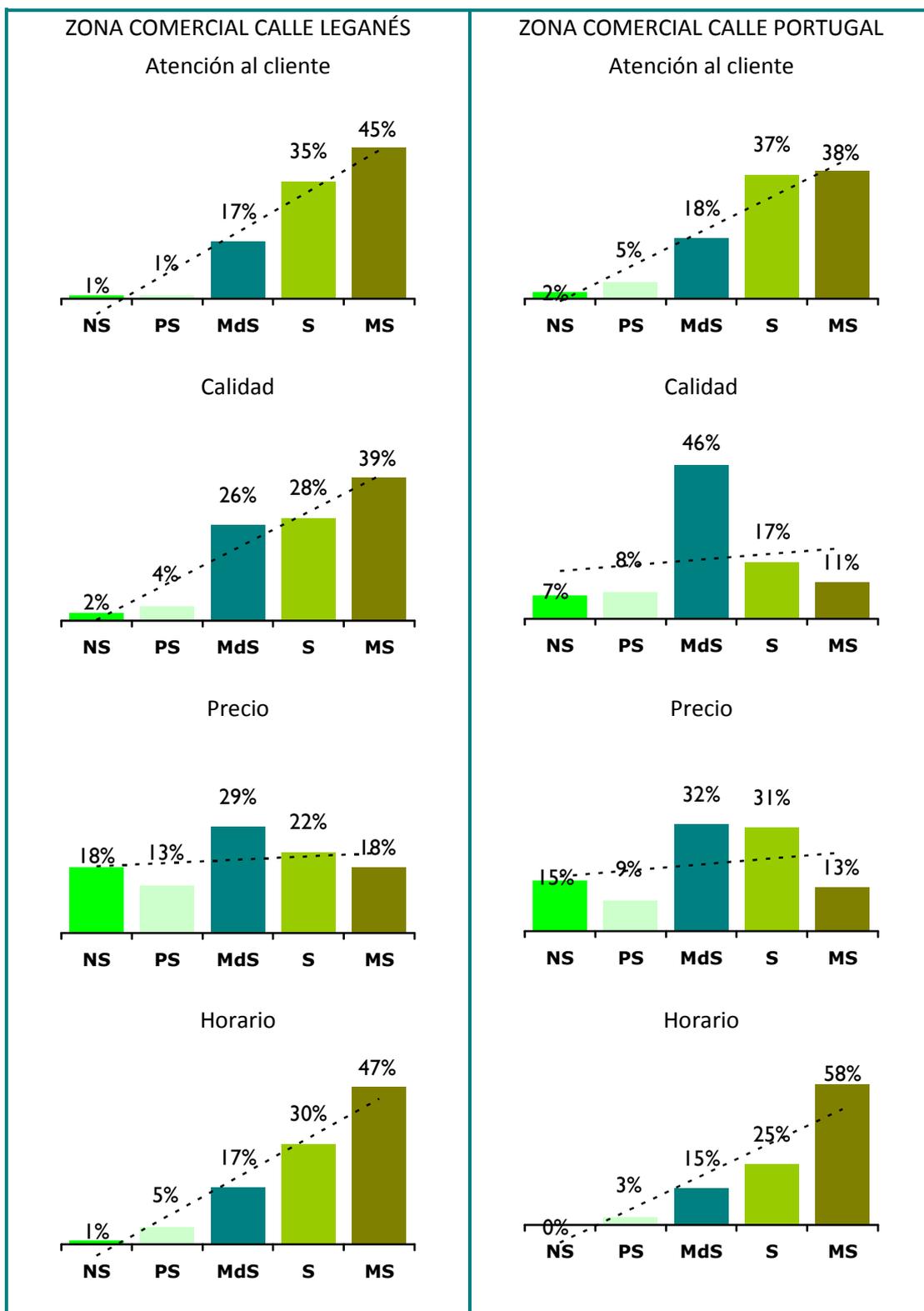
5.3.2 Valoración de las zonas comerciales tradicionales

Para poder obtener datos acerca de la valoración de los consumidores acerca de las zonas comerciales se les ha pedido que valoren distintos aspectos de las mismas según su grado de satisfacción con las mismas. La valoración se ha realizado en un grado del 1 al 5 obteniéndose los siguientes resultados.

(1) NS	Nada Satisfecho	(2) PS	Poco Satisfecho	(3) MdS	Medianamente Satisfecho
(4) S	Satisfecho	(5) MS	Muy Satisfecho		

Gráfico 27: Grado de satisfacción zonas comerciales tradicionales





Las principales conclusiones que se obtienen de los datos expuestos son las siguientes:

- **Acceso fácil y cómodo:** Esta característica revela la existencia de grandes diferencias entre las dos áreas comerciales estudiadas, poniendo de manifiesto una mejor valoración por parte de los consumidores encuestados de la zona de la calle Portugal en lo que accesibilidad se refiere. Cerca del 80% de los encuestados en la calle Portugal se muestran satisfechos o muy satisfechos con el acceso a esta zona, mientras que en la calle Leganés representan un 41%. Posteriormente en el análisis de los itinerarios peatonales se pondrán de manifiesto estas diferencias entre las zonas, puesto que se detectan mayores problemas de accesibilidad en la zona comercial de la calle Leganés que en la de Portugal
- **Oferta abundante y variada:** Los consumidores otorgan una valoración similar a ambas zonas en esta característica, resultando ser los visitantes de la calle Portugal los que se muestran algo más satisfechos con la oferta que encuentran en los comercios de esta zona.
- **Tiendas especializadas:** Llamen la atención la atención los resultados de valoración de esta característica, puesto que en muchas ocasiones el comercio tradicional opta por diferenciarse y ganar protagonismo en el mercado mediante la especialización. Sin embargo los consumidores, se muestran en general poco satisfechos con la existencia de este tipo de comercio en las zonas comerciales tradicionales de Fuenlabrada.
- **Atención al cliente:** La respuesta de los consumidores en lo que a trato personal y atención al cliente se refiere es muy satisfactoria en ambas zonas comerciales, destacando en este caso las valoraciones proporcionadas por los encuestados en la zona de la calle de Leganés donde el 80% se muestra satisfecho o muy satisfecho con la atención que recibe, en la calle de Portugal este porcentaje también es muy significativo, aunque desciende ligeramente hasta el 75%.
- **Calidad:** En este aspecto los consumidores de una y otra zona difieren de forma significativa. Cerca del 70% de los visitantes de la zona de la calle de Leganés se muestran satisfechos o muy satisfechos con la calidad de los productos que se comercializan en ella, sin embargo, en general los de la calle Portugal perciben la calidad como medianamente satisfactoria.
- **Precio:** los encuestado de ambas zonas han otorgado sus opiniones de forma similar, destacando en ambos casos el porcentaje de visitantes que lo califican como medianamente satisfactorio, 29% en la calle Leganés y 32% en Portugal.

- Horario:** Este aspecto de las áreas comerciales de Fuenlabrada ha sido valorado por los visitantes de ambas zonas de forma bastante favorable, de modo que aproximadamente el 80% de los encuestados se muestran satisfechos o muy satisfechos con el horario de estas zonas comerciales. No obstante, cabe destacar una respuesta positiva de los consumidores a una de las características que según los comerciantes más les perjudica en comparación con los grandes centros comerciales.

Tras analizar las distintas características valoradas por los visitantes, a modo de conclusión cabe resaltar aquellos aspectos valorados de forma positiva como la atención al cliente, calidad y horario. Y destacar por otro lado que ninguno de los aspectos propuestos ha sido valorado de forma masiva o generalizada como nada o poco satisfactorio. En general los consumidores parecen tener una buena concepción de estas áreas de comercio tradicional del municipio.

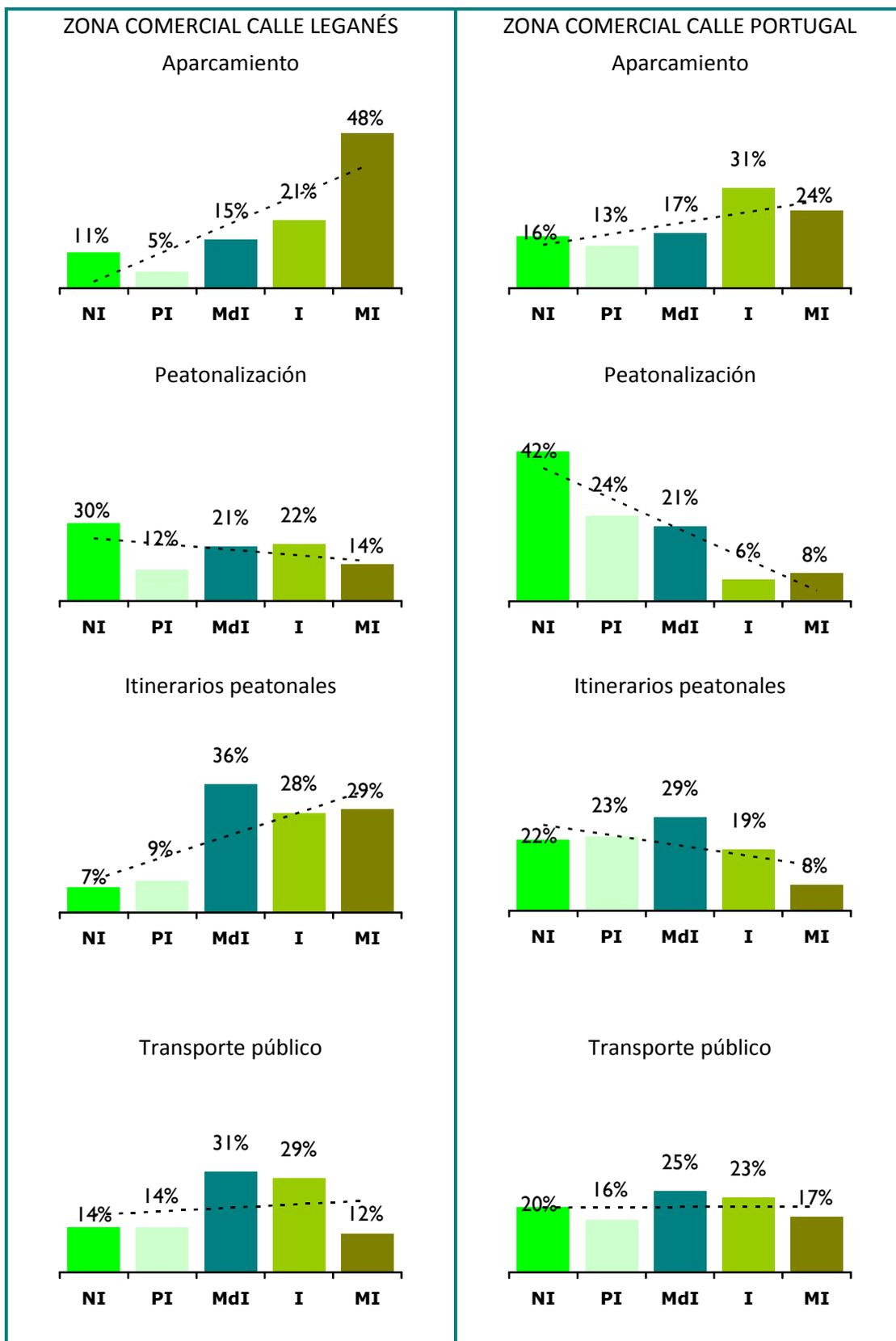
5.4 *La problemática de las zonas comerciales tradicionales*

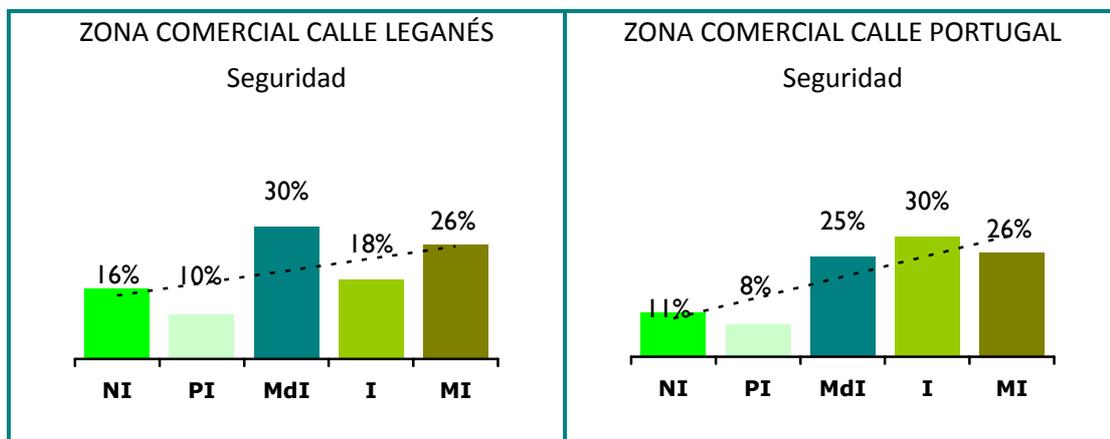
A parte de detallar los problemas de movilidad detectados en las zonas comerciales tradicionales mediante los trabajos de campo realizados, se ha preguntado a todos los agentes implicados en las zonas comerciales: consumidores, empleados y comerciantes, su opinión en cuanto a diferentes aspectos de la movilidad, medidas para mejorar la misma y la problemática que cada uno de ellos detectan en las zonas comerciales tradicionales.

No cabe duda de que los **consumidores** son la parte esencial del funcionamiento y fomento de estas zonas comerciales, por ello se les ha preguntado su valoración sobre distintos aspectos de mejora para potenciar estas zonas comerciales tradicionales, obteniendo las siguientes respuestas:

(1) NI	Nada importante	(2) PI	Poco importante	(3) Mdi	Medianamente importante
(4) I	Importante	(5) MI	Muy Importante		

Gráfico 28: Valoración de medidas de mejora consumidores zonas tradicionales





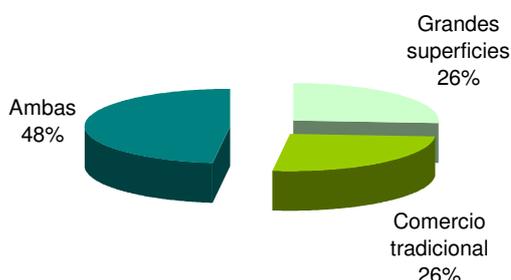
De estas valoraciones de los consumidores se obtienen los siguientes resultados:

- Mejora del aparcamiento:** Esta característica revela la existencia de diferencias entre las dos áreas comerciales estudiadas, poniendo de manifiesto que la mejora del aparcamiento resulta más importante para los consumidores encuestados en la zona de la calle Leganés. Cerca del 70% de los encuestados en esta zona consideran importante o muy importante la mejora del aparcamiento en la zona, mientras que en la calle Portugal representan un 55%. Estas respuestas están muy relacionadas con las realizadas en el apartado en el que se analiza la problemática del aparcamiento, donde se comprueba como todos los usuarios de la zona comercial de la calle Leganés manifiestan encontrar mayores problemas para estacionar su vehículo que los de la calle Portugal
- Peatonalización:** Los consumidores no dan importancia a la peatonalización como medida para fomentar estas zonas comerciales. Los resultados de la calle Portugal reflejan que un 66% de los visitantes encuestados consideran esta medida nada o poco importante. En la calle Leganés las opiniones están algo más repartidas siendo un 42% los que opinan que es nada o poco importante.
- Mejora de los itinerarios peatonales:** Más de la mitad de los consumidores encuestados en la zona de la calle Leganés consideran esta medida importante o muy importante. Sin embargo, los visitantes del área comercial de la calle Portugal le otorgan menor importancia, siendo en este caso más de la mitad los que la consideran poco o nada importante.
- Mejora del transporte público:** La respuesta de los consumidores en cuanto a mejoras en el transporte público es similar en ambas zonas comerciales, decantándose de forma general por considerarla medianamente importante.

- **Aumento de la seguridad:** Este aspecto es más valorado por los consumidores de la calle Portugal, ya que la valoración que aglutina un porcentaje mayor es la de importante con un 30% de los encuestados. En el caso de la calle Leganés la respuesta más repetida ha sido la de medianamente importante, representando un 30% de los visitantes preguntados.

Además se les ha preguntado por las superficies en las que prefieren realizar sus compras y los motivos por los que han elegido cada una de ellas.

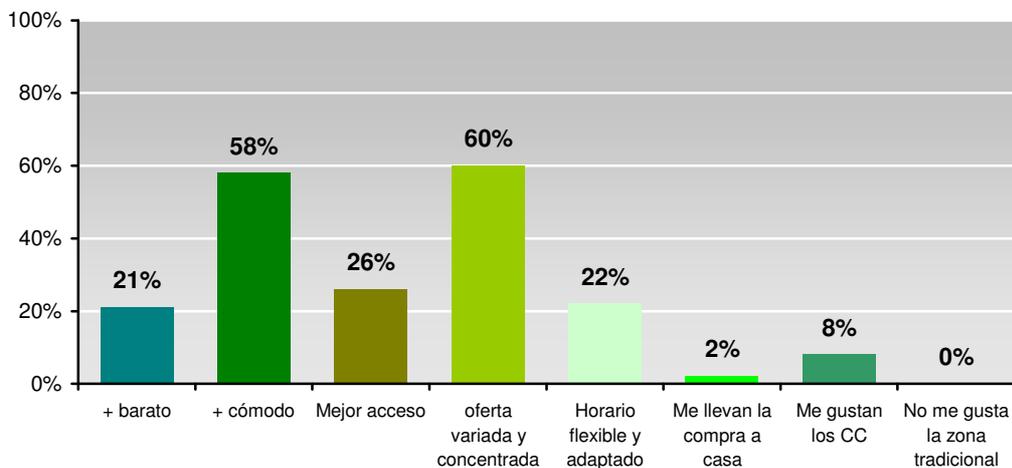
Gráfico 29: Lugares preferidos por los consumidores para realizar sus compras



El 48% de los consumidores encuestados en ambas zonas comerciales han manifestado una preferencia por acudir tanto a grandes superficies como a las zonas comerciales tradicionales para realizar sus compras. En cuanto a los motivos que les lleva a acudir a uno y otro sitio respondieron lo siguiente:

En la encuesta esta pregunta era multirespuesta, es decir, cada uno de los encuestados ha podido elegir más de una opción por lo que las distintas respuestas no suman 100%. Sin embargo este gráfico es muy útil pues proporciona información acerca de los motivos más nombrados por los consumidores para acudir a una u otra zona.

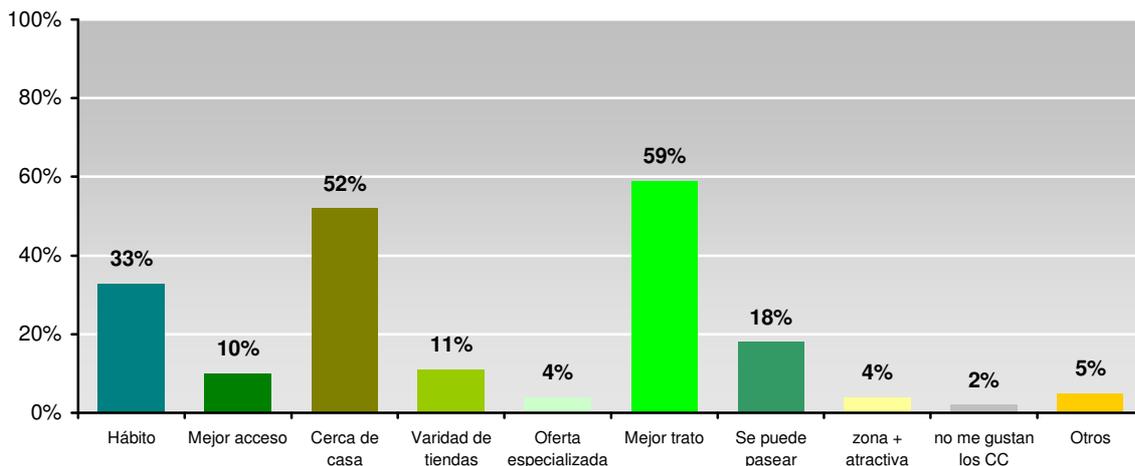
Gráfico 30: Motivos por los que acuden a las grandes superficies



Entre las características más mencionadas por los visitantes encuestados se encuentran la existencia de una oferta variada y concentrada en una sola superficie, mencionada en el 60% de los casos, le sigue con el 58% la comodidad de acudir a estas grandes superficies.

De la misma forma se ha preguntado a los consumidores que optan por las zonas comerciales tradicionales por los motivos que le incitan a hacerlo.

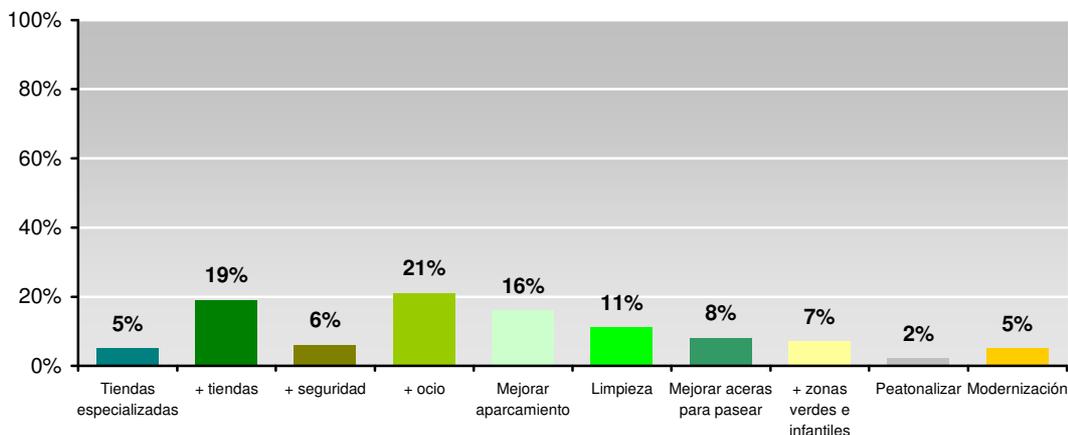
Gráfico 31: Motivos por los que acuden a la zona comercial tradicional



Entre las características más mencionadas por los visitantes encuestados se encuentran el mejor trato y atención al cliente percibido, mencionada en el 59% de los casos, le sigue con el 52% la situación cercana al domicilio del consumidor y con un 33% el hábito o la costumbre. Por último destacar que el 5% de los encuestados han especificado otros motivos entre los que se han mencionado la calidad, confianza y mejores precios.

Por último, se les ha preguntado a los visitantes que actividad echan en falta en la zona que la haría más atractiva y motivaría un aumento de las visitas. Esta pregunta se ha formulado permitiendo una respuesta abierta.

Gráfico 32: Medidas de mejora que fomentaría las visitas en las zonas tradicionales

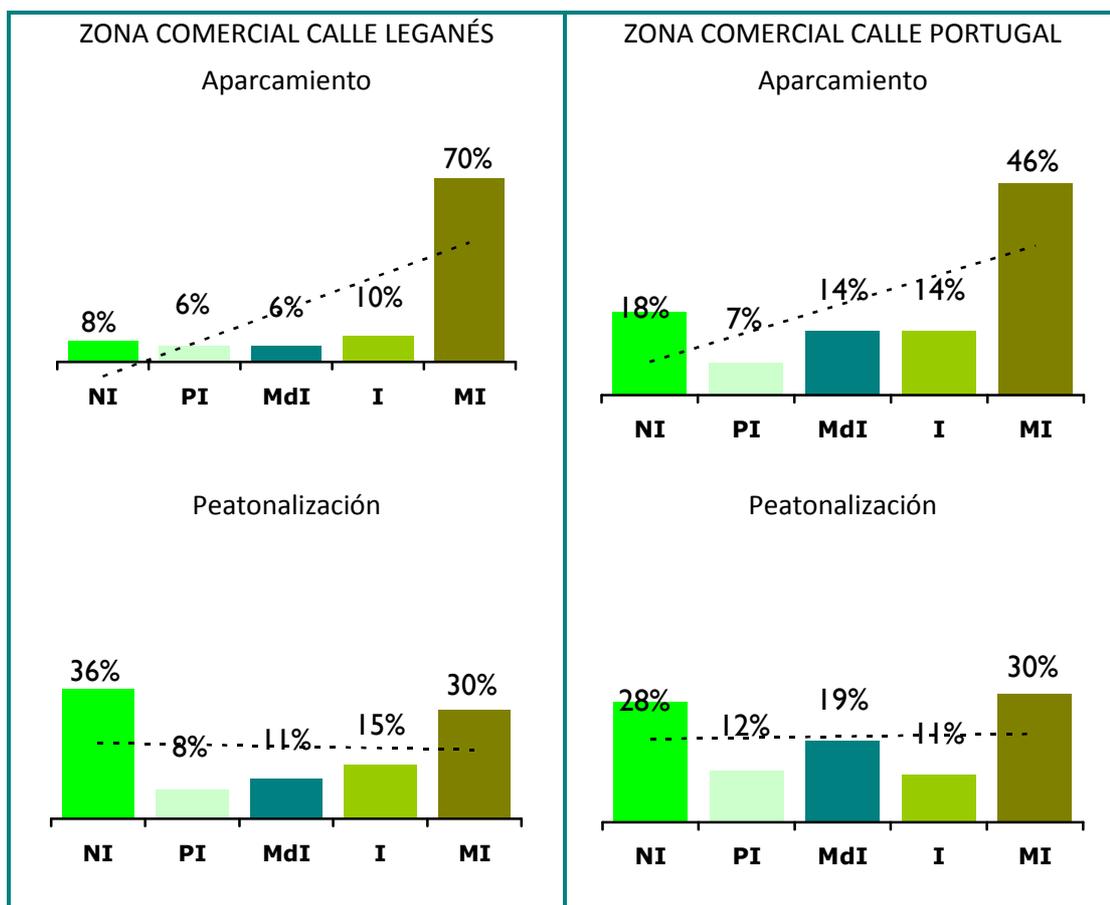


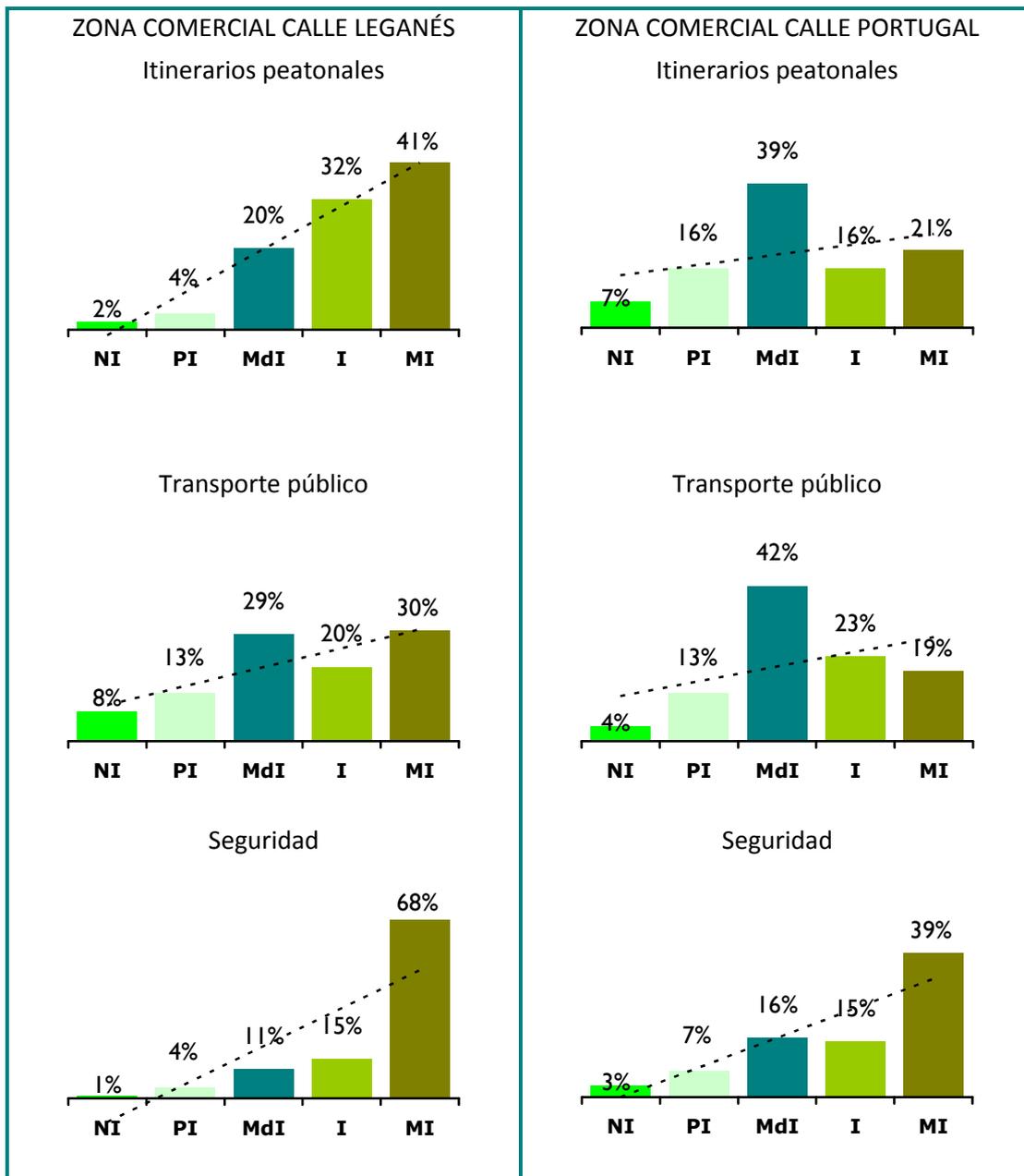
Al ser una respuesta abierta, las contestaciones ha sido muy variadas, pero cabe resaltar la petición de más locales de ocio (cines, bares, restaurantes, etc), sobretodo en la zona de la calle Portugal, mejorar el aparcamiento, repetida con frecuencia en la zona de la calle Leganés, aumentar el número de tiendas, mejorar las aceras para pasear y curiosamente, se ha reiterado mucho el tema de la limpieza en las calles.

A los **comerciantes** de las zonas comerciales objeto del presente estudio se les a formulado las mismas preguntas que a los consumidores sobre mejora de estas zonas comerciales, con el fin de tener en cuenta cuales son las medidas más valoradas por ellos para fomentar estas áreas comerciales.

(1) NI	Nada importante	(2) PI	Poco importante	(3) MdI	Medianamente importante
(4) I	Importante	(5) MI	Muy Importante		

Gráfico 33: Valoración de medidas de mejora comerciantes zonas tradicionales





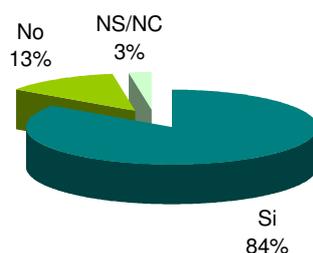
De estas valoraciones de los comerciantes se obtienen los siguientes resultados:

- Mejora del aparcamiento:** Esta característica revela la existencia de grandes diferencias entre las dos áreas comerciales estudiadas, poniendo de manifiesto que la mejora del aparcamiento resulta más importante para los comerciantes encuestados en la zona de la calle Leganés. El 70% de los encuestados en esta zona consideran muy importante la mejora del aparcamiento en la zona, mientras que en la calle Portugal este porcentaje se reduce al 46%.

- **Peatonalización:** Los comerciantes de ambas zonas comerciales no dan excesiva importancia a la peatonalización como medida para fomentar estas zonas comerciales, resaltando que el 36% de los comerciantes encuestados en la calle Leganés consideran esta medida como nada importante a la hora de fomentar esa zona.
- **Mejora de los itinerarios peatonales:** Este aspecto está más valorado por los comerciantes de la calle Leganés que por los de la calle Portugal. El 41% de los encuestados en la calle Leganés consideran la mejora de los itinerarios peatonales de la zona una medida muy importante. Sin embargo, en la zona de la calle Portugal el 39% consideran esta medida medianamente importante.
- **Mejora del transporte público:** La respuesta de los comerciantes en cuanto a mejoras en el transporte público es similar en ambas zonas comerciales, decantándose de forma general por considerarla medianamente importante.
- **Aumento de la seguridad:** En contraste con las opiniones de los consumidores, son los comerciantes de la calle Leganés los que consideran esta medida más importante que los de la calle Portugal. Un 68% de los encuestados en la calle Leganés la consideran muy importante, frente al 39% de los de la calle Portugal.

Adicionalmente se les ha preguntado sobre su visión acerca de la situación de estas zonas comerciales tradicionales, tratando de averiguar si han notado un descenso en las visitas a la zona en los últimos años y sobre los motivos que creen que provocan esta disminución, los resultados obtenidos son los siguientes:

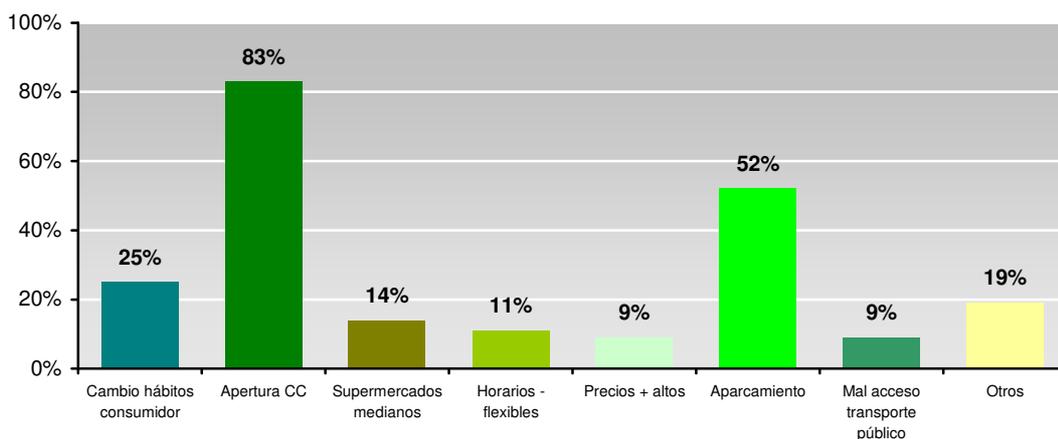
Gráfico 34: Disminución de visitas a las zonas tradicionales últimos años



El 84% de los comerciantes encuestados en ambas zonas comerciales determinan que sí han percibido una reducción del número de visitas a la zona en los últimos años, frente al 13% que no lo ha notado y el 3% que no sabe, normalmente éstos últimos no suelen llevar mucho tiempo instalados en la zona.

Para averiguar los motivos principales por los que los comerciantes creen que están sufriendo una disminución del número de visitas en los últimos tiempos se ha elaborado una pregunta multirespuesta, es decir, cada uno de los encuestados ha podido elegir más de una opción por lo que las distintas respuestas no suman 100%. Sin embargo este gráfico es muy útil pues proporciona información acerca de los motivos más nombrados por los comerciantes.

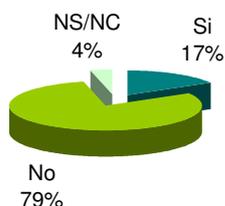
Gráfico 35: Motivos disminución visitas zonas comerciales tradicionales



Entre los motivos más mencionados por los comerciantes están la apertura de los centros comerciales citado por el 83% de los encuestados, seguido de la dificultad para aparcar con el 52%, este motivo ha sido especialmente repetido en la zona de la calle Leganés. El 25% piensa que es debido a cambios en los hábitos del consumidor y un 19% alude a la categoría otros especificando en la mayor parte de los casos la actual crisis económica.

Dada la preocupación existente por el **tema del aparcamiento que se reitera** a lo largo de todas las respuestas de las encuestas realizadas a los comerciantes sobretodo de la calle Leganés se les ha preguntado si ante la posible construcción de un aparcamiento subterráneo en la zona si estarían dispuestos a pagar la primera hora de sus clientes.

Gráfico 36: Disponibilidad a pagar la primera hora de aparcamiento de los clientes

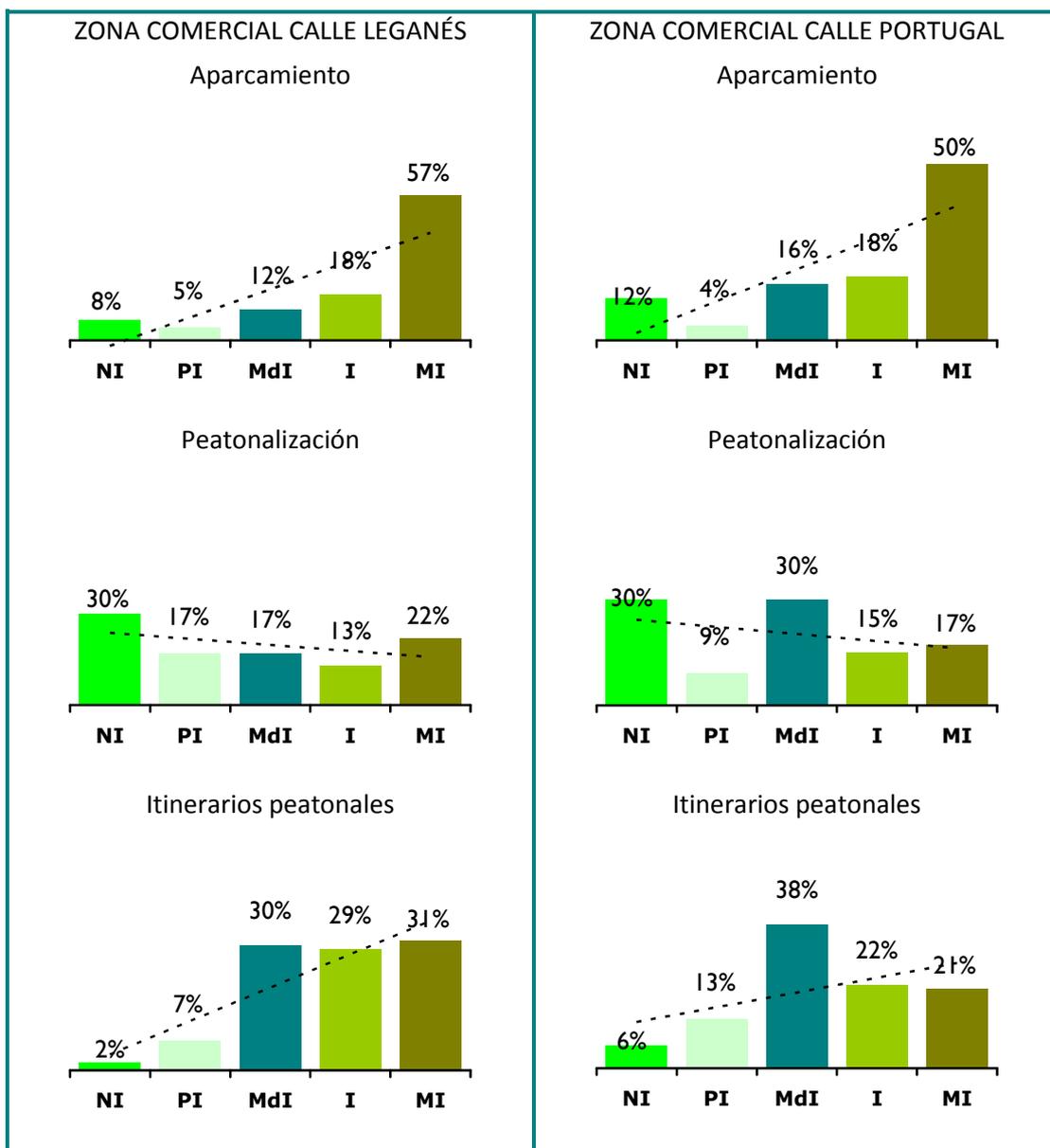


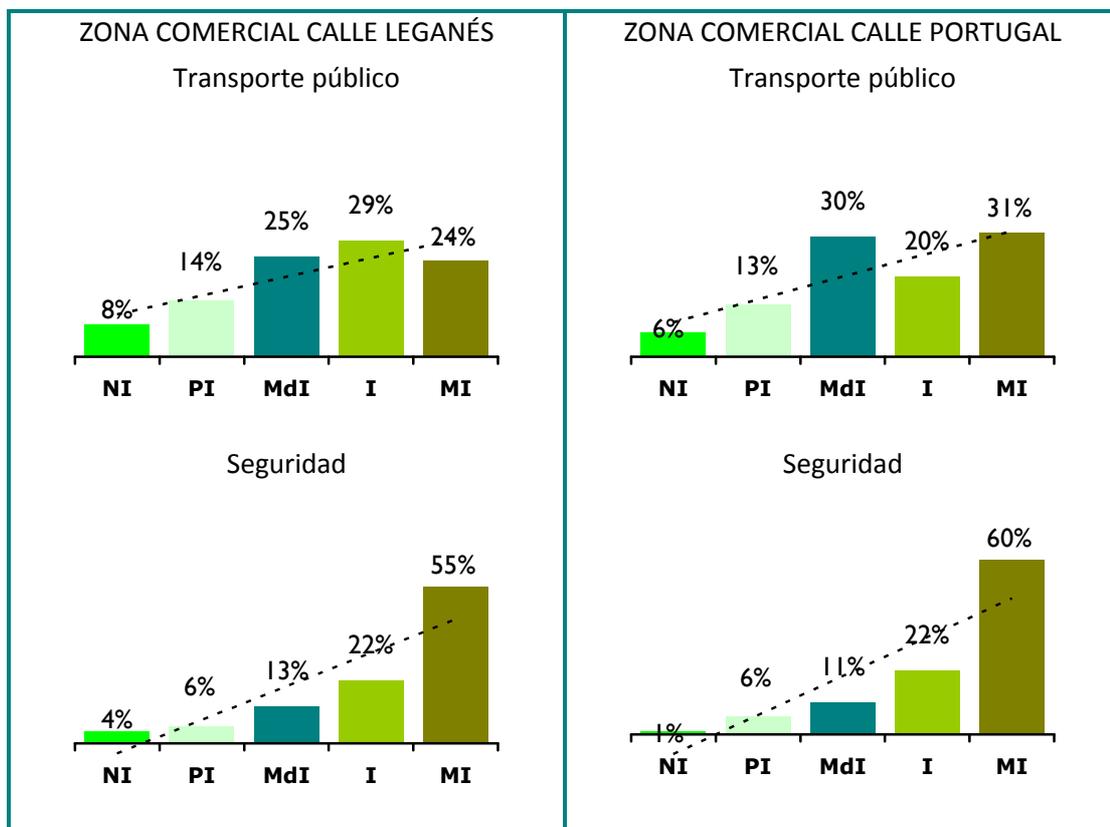
A pesar de considerarlo un problema de importancia los comerciantes no están predisuestos a correr con los gastos de la primera hora de aparcamiento de sus clientes.

Para terminar a los **empleados** también se les han realizado las preguntas sobre las medidas de mejora de las zonas comerciales. Sus valoraciones han sido las siguientes:

(1) NI	Nada importante	(2) PI	Poco importante	(3) MdI	Medianamente importante
(4) I	Importante	(5) MI	Muy Importante		

Gráfico 37: Valoración de medidas de mejoras empleados zonas tradicionales





De estas valoraciones de los comerciantes se obtienen los siguientes resultados:

- Mejora del aparcamiento:** Esta característica revela la existencia de diferencias entre las dos áreas comerciales estudiadas, no obstante las diferencias expresadas por los empleados no son tan importantes como las de los comerciantes y consumidores. El 57% de los encuestados en la calle Leganés consideran muy importante la mejora del aparcamiento en la zona, este porcentaje se reduce al 50% para los trabajadores de la calle Portugal.
- Peatonalización:** Los empleados de ambas zonas comerciales no otorgan excesiva importancia a la peatonalización como medida para fomentar estas zonas comerciales. De modo que en ambas zona el 30% de los empleados considera esta medida nada importante.
- Mejora de los itinerarios peatonales:** La mejora de itinerarios peatonales que no implica peatonalización está más valorado en ambas zonas comerciales. De modo que en la calle Leganes es considerada como una medida importante muy importante por el 60% de los trabajadores encuestados en esa zona. La valoración

de esta medida disminuye en la calle Portugal, donde el 38% de los empleados encuestados la califican de medianamente importante.

- **Mejora del transporte público:** La respuesta de los empleados en cuanto a mejoras en el transporte público es similar en ambas zonas comerciales, decantándose de forma general por considerarla importante en el caso de la calle Leganés y muy importante en el de la calle Portugal.
- **Aumento de la seguridad:** Los empleados de ambas zonas comerciales coinciden en calificar de muy importante la mejora de la seguridad como medida atractora para estas áreas tradicionales. En el caso de la calle Leganés son el 55% y el 60% en la calle Portugal los que han calificado de muy importante este aspecto.

6 La movilidad en las zonas comerciales tradicionales

6.1 La movilidad global

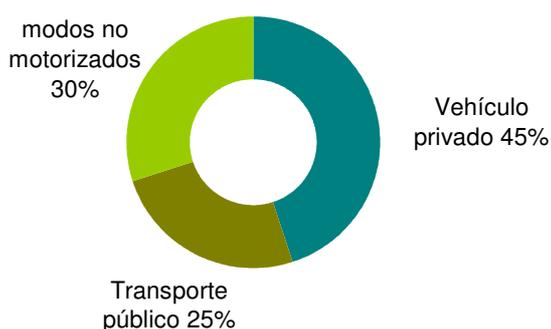
Para caracterizar la movilidad global del municipio se ha realizado una encuesta telefónica de movilidad a los residentes de Fuenlabrada. Además, el Consorcio Regional de Transportes nos ha proporcionado los datos referentes a Fuenlabrada de las encuestas domiciliarias de movilidad de los años 1996 y 2004. De esta manera se puede caracterizar la evolución de la movilidad del municipio en los últimos años.

Mediante la caracterización de variables como distribución de los viajes, reparto modal, motivo principal y matrices origen destino se determina la movilidad del municipio y su evolución.

La distribución de viajes revela que en 2008 un 46% del total de viajes son externos al municipio de Fuenlabrada y un 54% se configuran como internos. A lo largo del tiempo se ha observado un aumento de los viajes externos en detrimento de los internos, lo que revela la relación de dependencia funcional de Fuenlabrada con la Comunidad de Madrid y, más concretamente, con los municipios del sur.

Este aumento de los viajes externos a Fuenlabrada ha supuesto un aumento de la distancia de cada viaje lo que ha contribuido a que los modos motorizados, vehículo privado y transporte público, cobren un mayor protagonismo en el reparto por modos de transporte, en detrimento de los modos no motorizados.

Gráfico 38: Reparto modal Fuenlabrada



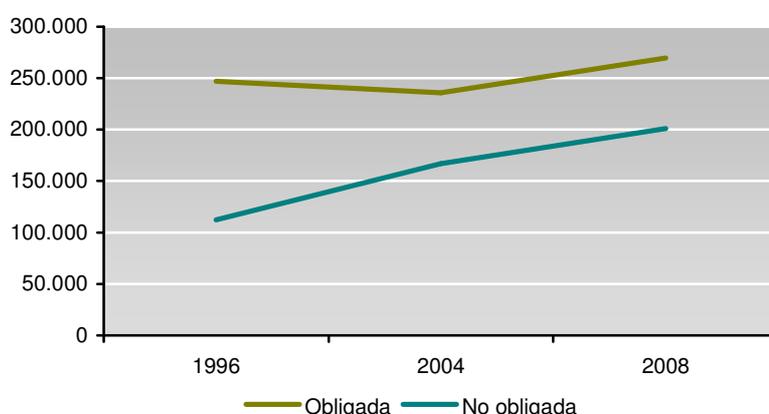
Fuente: ETM08

Si comparamos este reparto modal con el que se extraía de la encuesta de movilidad de 1996, se pone de manifiesto este cambio en el reparto de los viajes según el modo de transporte utilizado. En 1996 el 62% de los desplazamientos se realizaban en modos no motorizados, en transporte público el 15% y 23% en vehículo privado. Estas cifras revelan

que en los últimos años el vehículo privado y, en menor medida el transporte público, han ido tomando el papel protagonista en la movilidad del municipio de Fuenlabrada.

Los motivos de los viajes se pueden clasificar como movilidad obligada (trabajo o estudios) y no obligada (compras, ocio, asuntos personales, etc.). La movilidad obligada aglutina un mayor número de desplazamientos, no obstante, desde 1996 hasta la actualidad la diferencia existente entre ambas ha disminuido considerablemente. Por tanto, la movilidad no obligada va tomando protagonismo en los desplazamientos que se realizan en el municipio.

Gráfico 39: Evolución de la movilidad obligada y no obligada



Fuente: ETM08

Si profundizamos más en el motivo de los viajes descubrimos que las compras se presentan como el motivo que ha registrado un mayor crecimiento entre 1996 y 2008 con un 7,63% seguido por el ocio con un 6,31%, ambos incrementos superiores al experimentado por el motivo trabajo. Estos datos ponen de manifiesto un aumento considerable del número de viajes propiciada por motivos de compras y ocio en los últimos años.

Tabla 20: Evolución de la movilidad de los residentes según el motivo de viaje

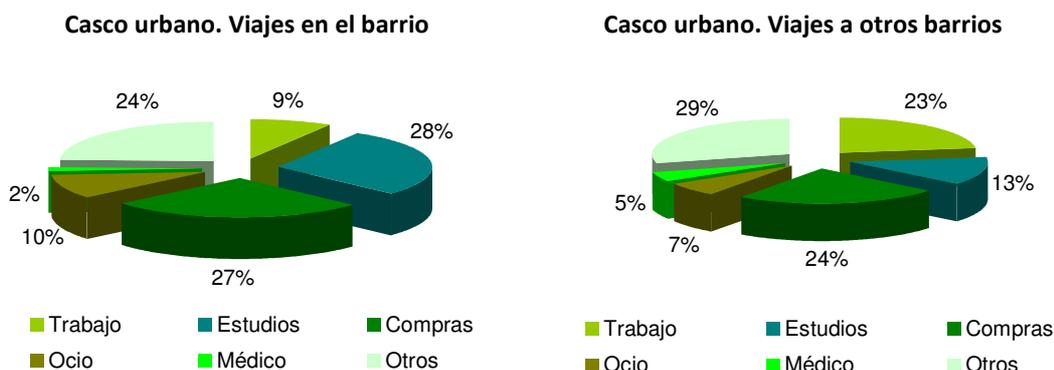
Motivo	1996	2004	2008	c.a.a. 96-08
Trabajo	108.827	133.794	206.980	5,50%
Estudios	137.987	101.964	62.696	-6,36%
Compras	25.784	43.919	62.291	7,63%
Ocio	13.056	14.348	27.221	6,31%
Médico	5.318	14.858	-	-
Otros	66.398	93.583	111.368	4,40%
Total	359.366	402.466	470.556	2,27%

Fuente: ETM08

Por último, la encuesta telefónica de movilidad nos proporciona información acerca de los viajes en el casco urbano por barrios según el motivo del desplazamiento en la que se

aprecia, en primer lugar, una participación mayoritaria del motivo compras tanto en los desplazamientos dentro del barrio como en los que se realizan a otros barrios, y en segundo lugar, una ligera preferencia por realizar las compras dentro del mismo barrio, un 27% lo prefieren así, frente al 24% que se desplazan a otros barrios.

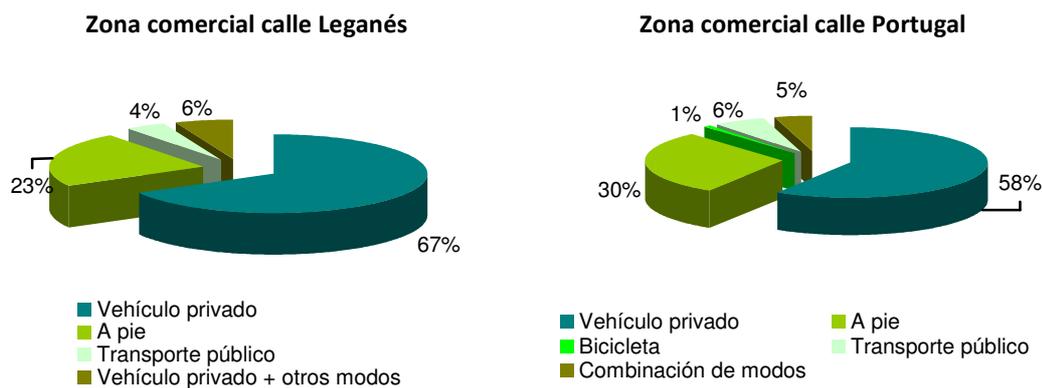
Gráfico 40: Reparto de viajes por motivo. Viajes dentro y fuera del barrio.



En las encuestas realizadas a los distintos tipos de agentes que se desplazan hasta las zonas comerciales tradicionales del municipio se ha preguntado acerca del modo de transporte empleado en el traslado a estas zonas.

El modo de transporte utilizado para acceder a las zonas comerciales varía de forma significativa según la persona a la que se le pregunta. A continuación se muestran los resultados por tipo de encuestado y por zona comercial.

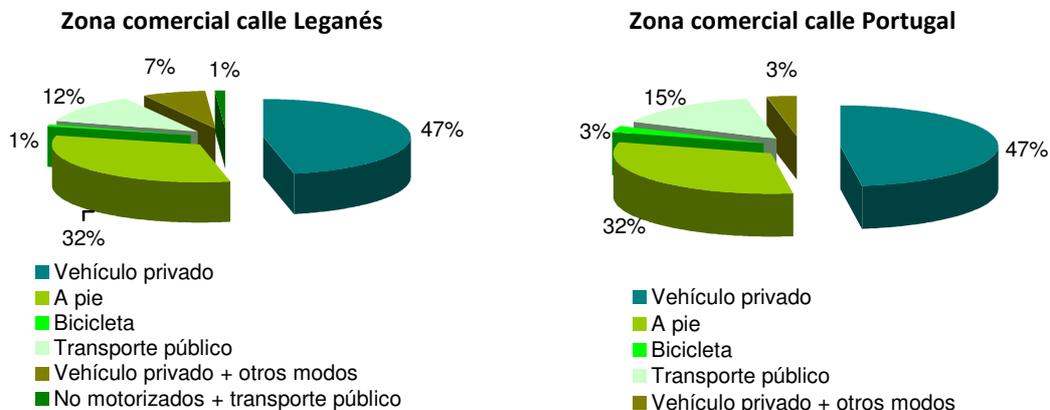
Gráfico 41: Modo de acceso de los comerciantes.



En la zona comercial de la calle Leganés el 67% de los comerciantes encuestados acceden a su lugar de trabajo en vehículo privado, la mayoría de ellos como conductores. Este porcentaje disminuye ligeramente hasta el 58% en el caso de la calle Portugal. A pie se trasladan el 23% en el caso de la calle Leganés y el 30% en el de la calle Portugal. Cabe destacar el escaso porcentaje que representan los comerciantes que se trasladan hasta

estas zonas en transporte público, 4% en el caso de la calle Leganés y 6% a la calle Portugal.

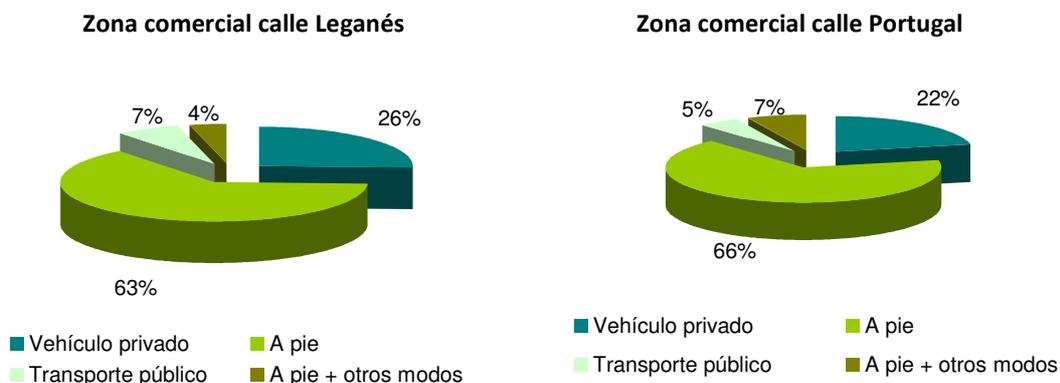
Gráfico 42: Modo de acceso de los empleados.



El reparto modal de los empleados es muy similar en ambas zonas comerciales. Cerca de la mitad de los trabajadores encuestados acuden a las zonas en vehículo privado, en su mayoría como conductores. Le sigue en importancia los trabajadores que acceden a las zonas caminando que representan un 32% y los que lo hacen en transporte público que representan aproximadamente un 15%. Por último, los empleados que acuden en bicicleta o utilizando una combinación de varios modos representan porcentajes inferiores al 7% en ambas zonas.

Aunque los empleados encuestados manifiestan un menor acceso a las zonas en vehículo privado, éste continúa siendo el modo más utilizado en los desplazamientos a la zona lo que contribuye a congestionar el ámbito desde el punto de vista del aparcamiento ya que un gran número de las plazas disponibles en superficie se encuentran ocupadas por los residentes, comerciantes y empleados de la zona, dejando pocas plazas en rotación para los visitantes que eligen este modo para desplazarse a esta áreas comerciales tradicionales.

Gráfico 43: Modo de acceso de los consumidores.



Los desplazamientos de los comerciantes y empleados forman parte de la movilidad obligada, de ahí el uso predominante del vehículo privado para acceder a la zona. Sin embargo, el caso de los consumidores o visitantes de las zonas es bien distinto, ya que, **accede mayoritariamente a pie, 63% y 66% para las calles Leganés y Portugal respectivamente**. Entre el 22% y el 26% dependiendo de la zona, accede en vehículo privado. El resto lo hace en transporte público o combinando el acceso a pie con otros modos.

Tras el estudio de los tres tipos de agentes que se desplazan a estas zonas, cabe destacar el escaso porcentaje que utiliza el transporte público para llegar hasta ellas, pese a que como veremos más adelante ambas zonas comerciales presenta una cobertura de transporte público aceptable.

6.2 Movilidad Peatonal

Según la encuesta telefónica de movilidad los desplazamientos peatonales suponen cerca de un 30% del conjunto de los desplazamientos del municipio. Los modos no motorizados cobran mayor importancia cuando se trata de desplazamientos cortos, realizados en el interior del casco urbano, ya que suponen el 61% del total, si bien, hay que destacar que este porcentaje ha disminuido con respecto al registrado en 2004, 70%. En los trayectos medios los desplazamientos peatonales van perdiendo protagonismo en detrimento del vehículo privado, sin embargo, cabe destacar el aumento de los modos no motorizados experimentado en los últimos cuatro años fruto de la mejora de los itinerarios peatonales y ciclistas. Por último, los desplazamientos de largo recorrido (al exterior del municipio) también se observan porcentajes significativos de los modos no motorizados, sobretudo hacia los municipios cuyos cascos urbanos se encuentran próximos.

Tabla 21: Distribución de la movilidad peatonal por motivos. 2008

Motivo	A pie	%
Trabajo	8.310	6,12
Estudios	36.969	27,23
Compras	33.457	24,64
Médico	2.137	1,57
Ocio	16.607	12,23
Gestiones	24.636	18,14
Acompañamiento escolar	2.774	2,04
Otros	10.899	8,03
Total	135.790	100

Fuente: ETM08

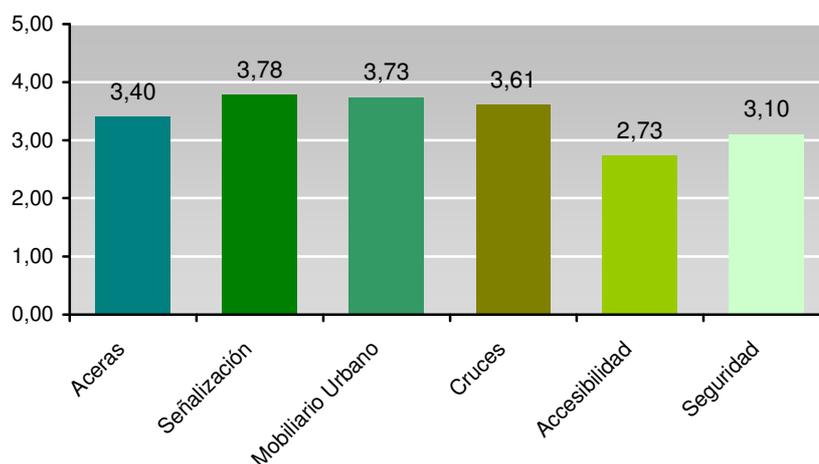
Los desplazamientos peatonales del municipio motivados por las compras se configuran como los segundos en importancia, por detrás de los viajes a los centros educativos, representando un 25% del total de los viajes a pie del municipio. La presencia de zonas comerciales tradicionales, numerosas tiendas, supermercados, galerías comerciales y centros comerciales ubicados en el núcleo urbano invitan a los habitantes de Fuenlabrada realizar sus compras caminando.

6.2.1 Demanda peatonal

La demanda peatonal de Fuenlabrada se caracterizará mediante preguntas de satisfacción realizadas telefónicamente junto con la encuesta de movilidad realizada para el Plan de Movilidad Urbana y Sostenible. Análisis que se completará con reseñas sobre el grado de satisfacción de los itinerarios peatonales percibido por los clientes de las zonas comerciales tradicionales como parte de la campaña de trabajos de campo del presente estudio.

Se ha pedido a los encuestados que valoren ciertas características de los itinerarios peatonales del 1 al 5, siendo 1 muy malo y 5 muy bueno. En general la opinión de los itinerarios peatonales del municipio es positiva ya que en todos los casos supera la puntuación del 2,5. Las características que han obtenido una valoración más baja son la accesibilidad y seguridad.

Gráfico 44: Valoración media sobre las características de los itinerarios peatonales



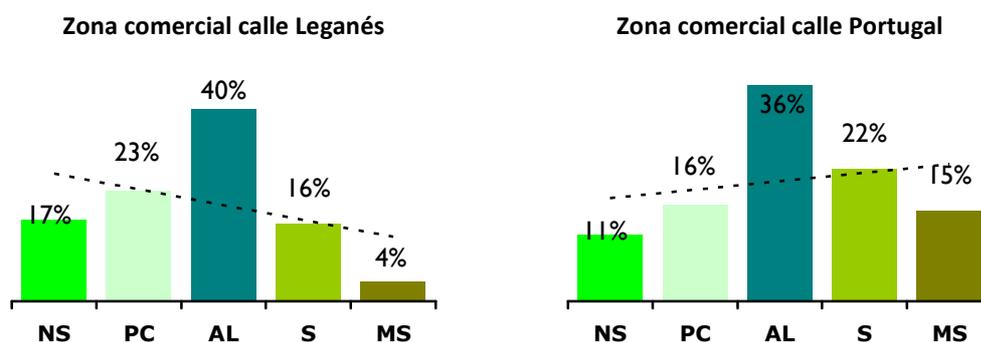
Fuente: ETM08

A pesar de estos resultados de valoración positiva por parte de los usuarios de la vía no hay que olvidar que en la realización del inventario se han detectado ciertos problemas que se expondrán de forma detallada en el siguiente apartado. Parte de estos problemas se localizan en los itinerarios de las zonas comerciales tradicionales, que se configuran como ejes principales del municipio en lo que a tráfico e itinerarios peatonales se refiere.

Para caracterizar la demanda peatonal de las zonas comerciales tradicionales de forma más concreta se pedía a los distintos usuarios que valorasen del 1 al 5 los itinerarios peatonales existentes en la actualidad según su grado de satisfacción con los mismos. Las valoraciones se realizaron según el siguiente rango:

(1) NS	Nada Satisfecho	(2) PC	Poco Satisfecho	(3) AS	Algo Satisfecho
(4) S	Satisfecho	(5) MS	Muy Satisfecho		

Gráfico 45: Grado de satisfacción itinerarios peatonales zonas comerciales tradicionales



Observando los gráficos se aprecia una mejor valoración de los itinerarios peatonales de la calle Portugal en comparación con la de la calle Leganés.

En la zona de la calle de Leganés tan solo el 4% de los encuestados manifiestan estar muy satisfechos y el 16% dicen estar satisfechos. Mientras que el 17% y el 23% manifiestan estar nada o poco satisfechos respectivamente. En un grado intermedio, el 40% está algo satisfecho.

En la calle de Portugal el 15% de los encuestados están muy satisfechos, seguido del 22% que se manifiesta satisfecho. Por el contrario el 11% y el 16% se muestra nada y poco satisfecho respectivamente. Por último, el 36% se posiciona en un grado intermedio manifestando estar algo satisfecho.

Estos resultados acerca de la opinión de los encuestados corroboran la existencia de ciertos problemas de movilidad en las zonas comerciales tradicionales, en especial en la de la calle Leganés. Los problemas de movilidad detectados en las zonas comerciales tradicionales se detallan en el siguiente apartado de itinerarios peatonales.

6.2.2 Itinerarios peatonales

Fuenlabrada se configura como un municipio con una trama compacta en la que los diferentes usos se encuentran próximos, ya que las viviendas se mezclan con dotaciones comerciales, escolares y deportivas lo que configuran unas distancias asequibles para

realizar a pie. Por otra parte es un municipio en el que apenas existen desniveles o pendientes significativas que superen los umbrales de accesibilidad peatonal y ciclista.

Sin embargo, se han observado otro tipo de barreras que limitan la movilidad peatonal las más significativas son las infraestructuras viarias, como la M-506 y la A-42, y las ferroviarias. Pero también se presentan como relevantes las barreras que existen en viarios interiores como el estrechamiento de ciertos itinerarios peatonales, obstáculos del mobiliario urbano e incluso vehículos mal estacionados que se configuran como obstáculos para los peatones y, especialmente, para las personas con movilidad reducida.

La situación del casco urbano que presenta aceras estrechas y, en muchas ocasiones impracticables, contrasta con los nuevos desarrollos y ciertas calles remodeladas en las que se han conseguido dimensionar de forma correcta los itinerarios peatonales.

En la actualidad, Fuenlabrada se caracteriza por la carencia de espacios e itinerarios peatonales. En el casco antiguo, el área peatonal corresponde al entorno de la Plaza de España donde se ubicaba el antiguo ayuntamiento y a la calle de la plaza que transcurre desde la calle Luis Sauquillo hasta la calle de la Beata.

La peatonalización aislada de esta calle y su falta de continuidad ha contribuido a su decadencia como eje comercial principal a favor de la calle Leganés que como contraste soporta una gran intensidad de tráfico. La idea es relanzar este espacio peatonal para que junto con la calle Leganés conformen el itinerario comercial principal de esta zona de comercio tradicional.

Ilustración 5: Itinerario peatonal. Calle de la Plaza



A continuación se va a realizar un análisis específico de los itinerarios peatonales de los ejes principales de las zonas comerciales tradicionales:

6.2.2.1 Zona Comercial Calle Leganés

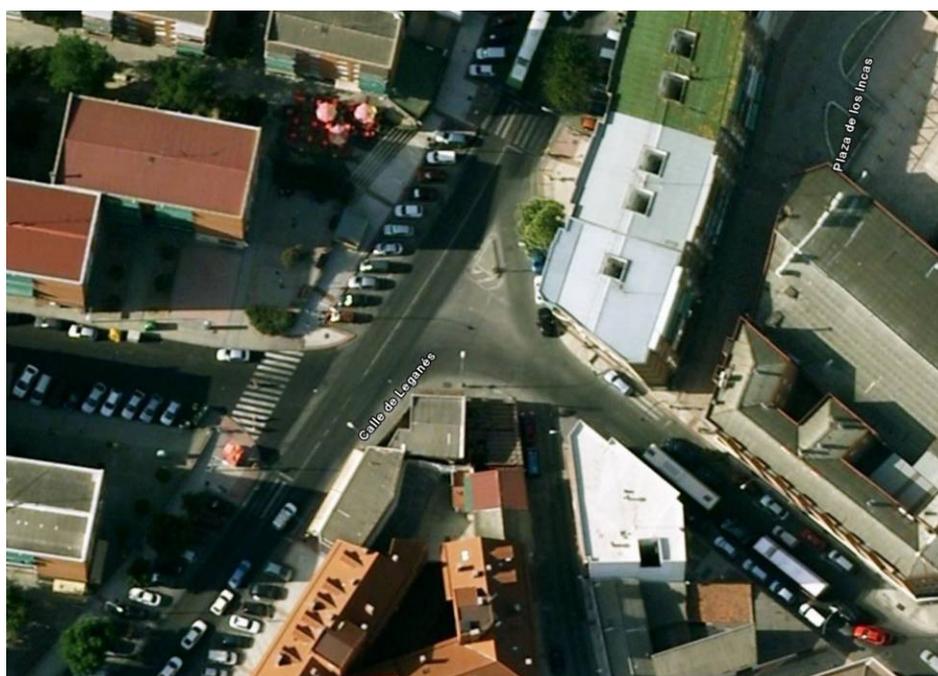
La calle de Leganés se configura como el eje comercial principal de esta zona, que comienza en el cruce de ésta con la calle de Málaga y finaliza en la calle Luis Sauquillo a la altura del cruce con la calle de Móstoles.

Este eje se caracteriza por tener dos carriles, uno para cada sentido de la circulación, y aparcamiento en batería a ambos lados. La acera es más ancha en el tramo de la calle que discurre entre las calles Málaga y Francisco Javier Sauquillo que desde este último a la calle del Humilladero.

La vía cuenta con un buen estado de conservación, el alumbrado del que dispone es más adecuado para la circulación rodada que para la circulación peatonal, carece de arbolado y cuenta con bordillos rebajados y orejas que evitan la invasión del espacio peatonal por parte de los vehículos mediante el estacionamiento ilegal.

Todos los cruces poseen pasos de peatones, ya sean semaforizados o no. A excepción del punto en el que confluyen las calles: Leganés, la Paz y Francisco Javier Sauquillo. La conexión entre Leganés y Francisco Javier Sauquillo se solventa mediante un paso de peatones semaforizado. Sin embargo, este semáforo se sitúa muy metido en la calle Francisco Javier Sauquillo lo que invita a realizar cruces fuera del paso de peatones. La conexión entre la calle de Leganés y la Paz esta regulada con un semáforo para el tráfico rodado, pero no existe indicador para los peatones ni señalización horizontal de un paso de peatones.

Ilustración 6: Cruce calles Leganés, Francisco Javier Sauquillo y La Paz



Por último, destacar que existen serios problemas de accesibilidad peatonal en algunos tramos de la acera este, debido a la existencia de escaleras, rampas, bordillos, etc. que dificultan enormemente los desplazamientos a pie.

Ilustración 7: Obstáculos en la calle Leganés



El último tramo de este eje comercial pertenece a la calle Luis Sauquillo en la parte que discurre entre las calles humilladero y Móstoles. Se mantiene un carril para cada sentido de la circulación, pero no se permite el aparcamiento lo que implica que la calle se estrecha, pero no la acera que conserva la misma anchura que en la calle de Leganés.

Los principales problemas que se encuentran en este tramo son un alumbrado inadecuado y que no todos los bordillos se encuentran rebajados. Por último, destacar que en el lado más próximo a la calle de Móstoles la acera oeste es insuficiente y con obstáculos.

Este eje con anchos de calzada para el tráfico rodado de entre 8 y 10 metros con un solo carril de circulación en cada sentido es un claro ejemplo de la preferencia que se ha asignado al tráfico motorizado en la zona. Este sobredimensionamiento de los carriles de circulación posibilita y fomenta el estacionamiento en doble fila, lo que pone en evidencia el espacio realmente necesario para la circulación.

La existencia de aparcamiento en los dos lados de la calle, ambos en batería, supone una importante barrera para los peatones, ya que disminuye el espacio para la circulación no motorizada y resta calidad ambiental a los recorridos.

6.2.2.2 Zona Comercial Calle Portugal

La calle de Portugal se configura como el eje comercial principal de esta zona comercial en el tramo que discurre entre las calles Francia y Grecia. Desde el punto de vista de la movilidad peatonal en este eje se pueden diferenciar claramente dos tramos, uno primero que transcurre entre las calles Francia y Andorra y el segundo que va desde la calle Andorra hasta la calle de Grecia, este segundo tramo discurre paralelo a la fachada del centro comercial Fuenlabrada 2.

En el primer tramo existen dos carriles para cada sentido de la circulación y el aparcamiento se realiza en batería en el lado este y en línea en el lado oeste, lo que implica una disminución del espacio peatonal que genera ciertas dificultades en el itinerario, ya que esta calle soporta una intensidad peatonal alta.

La vía cuenta con un buen estado de conservación, el alumbrado del que dispone es más adecuado para la circulación rodada que para la circulación peatonal, carece de arbolado y cuenta con bordillos rebajados y orejas que evitan la invasión del espacio peatonal por parte de los vehículos mediante el estacionamiento ilegal. Todos los cruces poseen pasos de peatones, siendo los de la intersección con la calle de Francia regulados por semáforos.

Por último destacar los desniveles existentes en la acera este del primer tramo del eje comercial principal salvados con pronunciadas escaleras que dividen el espacio peatonal disponible.

Ilustración 8: Escaleras acera este de la calle Portugal



El segundo tramo del eje comercial mantiene los dos carriles de circulación para cada sentido, sin embargo el aparcamiento se realiza en línea a ambos lados y el espacio peatonal disponible es mucho más amplio favorecido por la configuración del centro comercial.

La vía cuenta con un buen estado de conservación y un correcto alumbrado con altura y potencia adaptados al viandante lo que aporta confort y sensación de seguridad al peatón. También cuenta con numerosas zonas verdes y arbolado en ambas aceras que favorecen el itinerario peatonal.

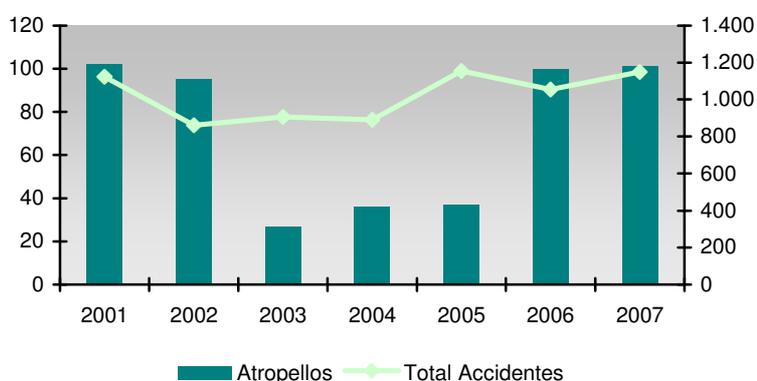
Ilustración 9: Zonas verdes, y arbolado en ambos lados de la calle Portugal



6.2.3 Análisis de la seguridad y peligrosidad vial

La encuesta de satisfacción realizada en los trabajos de campo del Plan de movilidad Urbana y Sostenible revela que los ciudadanos se muestran bastante satisfechos con el nivel de seguridad de los itinerarios peatonales, a pesar del elevado número de atropellos que se registran en las calles.

Gráfico 46: Evolución de los accidentes y atropellos en la ciudad de Fuenlabrada



Fuente: Memorias anuales de la Policía Local de Fuenlabrada (2001 – 2007)

En 2007 en Fuenlabrada ocurrieron un total 1.150 accidentes, de los que un 8,78% fueron atropellos. En 2001 el número de atropellos supera los 100, a partir de este año se inicia una evolución descendente llegando en 2003 a situarse en 27. A partir de esta fecha comienza experimentarse un ascenso hasta situarse en 2007 en los niveles de 2001.

En las memorias anuales de la Policía Local de Fuenlabrada se detalla el número de accidentes en las calles con mayor siniestralidad del municipio, que se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 22: Evolución del nº de accidentes en las calles de mayor siniestralidad 2001 - 2007

Vía	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
C Leganés	85	63	90	56	65	72	64
Avda Móstoles	73	52	60	34	56	68	40
Avda España	70	44	51	44	63	56	62
Avda Hispanidad	56	42	53	39	58	63	45
C Luis Sauquillo	48	41	46	52	71	71	66
Avda Europa	46	26	23		27		
C Portugal	44	29	37		42		
Avda Pablo Iglesias	22	18	13		18		
Avda de los Andes	16	10					
C Galicia		16	13				
Total Accidentes Fuenlabrada	1.094	853	906	890	1.142	1.122	1.145

Fuente: Memorias anuales de la Policía Local de Fuenlabrada (2001 – 2007)

La calle de Leganés es una de las vías que mayores accidentes registra, junto con la calle de Luis Sauquillo que experimenta un notable aumento del número de accidentes en el periodo estudiado. La calle de Portugal, al principio del periodo estudiado figura entre las calles de mayor accidentalidad, sin embargo a partir de 2005 se desmarca de esta lista y el número de accidentes que registra queda incluido en el resto del municipio.

Por tanto, en lo que a las zonas comerciales se refiere se registra una falta de seguridad en los itinerarios peatonales del eje principal de la zona de la calle de Leganés. En el caso de la zona comercial de la calle de Portugal, los datos reflejan una menor siniestralidad en su eje principal favorecido por la disponibilidad de mayor espacio para los peatones.

6.3 Tráfico

6.3.1 Configuración de la red viaria

El PMUS de Fuenlabrada planteó una jerarquía de la red viaria del municipio distinguiendo las siguientes categorías:

- **Vías Interurbanas:** Se trata de las vías de unión de Fuenlabrada con el resto de municipios. Dentro de estas se pueden distinguir:
 - Varios de penetración o radial: Son aquellas que permiten la movilidad desde Fuenlabrada hacia Madrid. Son las carreteras de Toledo (A-42), de Leganés (M-409), de Humanes (M-405), Moraleja de Enmedio (M-413) y la carretera de Leganés – Griñón (M-407).
 - Varios de Circunvalación: Son vías cuyo trazado discurre por la totalidad del municipio, pero que no llega a penetrar en el entramado urbano. Estas

vías son M-50 y la M-506, que antiguamente constituía el límite con el casco urbano, pero en la actualidad se ha traspasado por el polígono de la Cantueña, Hospital y Universidad, y por tanto, ha quedado integrado en el municipio.

- **Vías arteriales:** Son aquellas que canalizan los flujos en el interior de Fuenlabrada y permiten realizar itinerarios de cruce o circunvalación en el interior de la ciudad. Estas vías suelen ser las de mayor capacidad del municipio, aunque en ocasiones cuentan con tan solo un carril por sentido para salvar barreras como el ferrocarril o para garantizar la continuidad del itinerario.

Entre las vías arteriales establecidas en el PMUS figuran los ejes principales de las zonas comerciales tradicionales, calles de Leganés y Portugal, así como otras vías que forman parte de sus ámbitos de influencia.

Tabla 23: Vías arteriales de las zonas comerciales tradicionales de Fuenlabrada

Zona Comercial calle de Leganés		Zona Comercial calle de Portugal
C Móstoles	C Humilladero	C Francia
C Málaga	C Fco Javier Sauquillo	
C Luís Sauquillo	Avda de los Estados	

- **Vías distribuidoras:** Aquellas las que canalizan los flujos en el interior de los barrios y polígonos del municipio.
- **Vías locales:** Son las vías que permiten el acceso a las zonas de viviendas y centros de atracción de viajes.

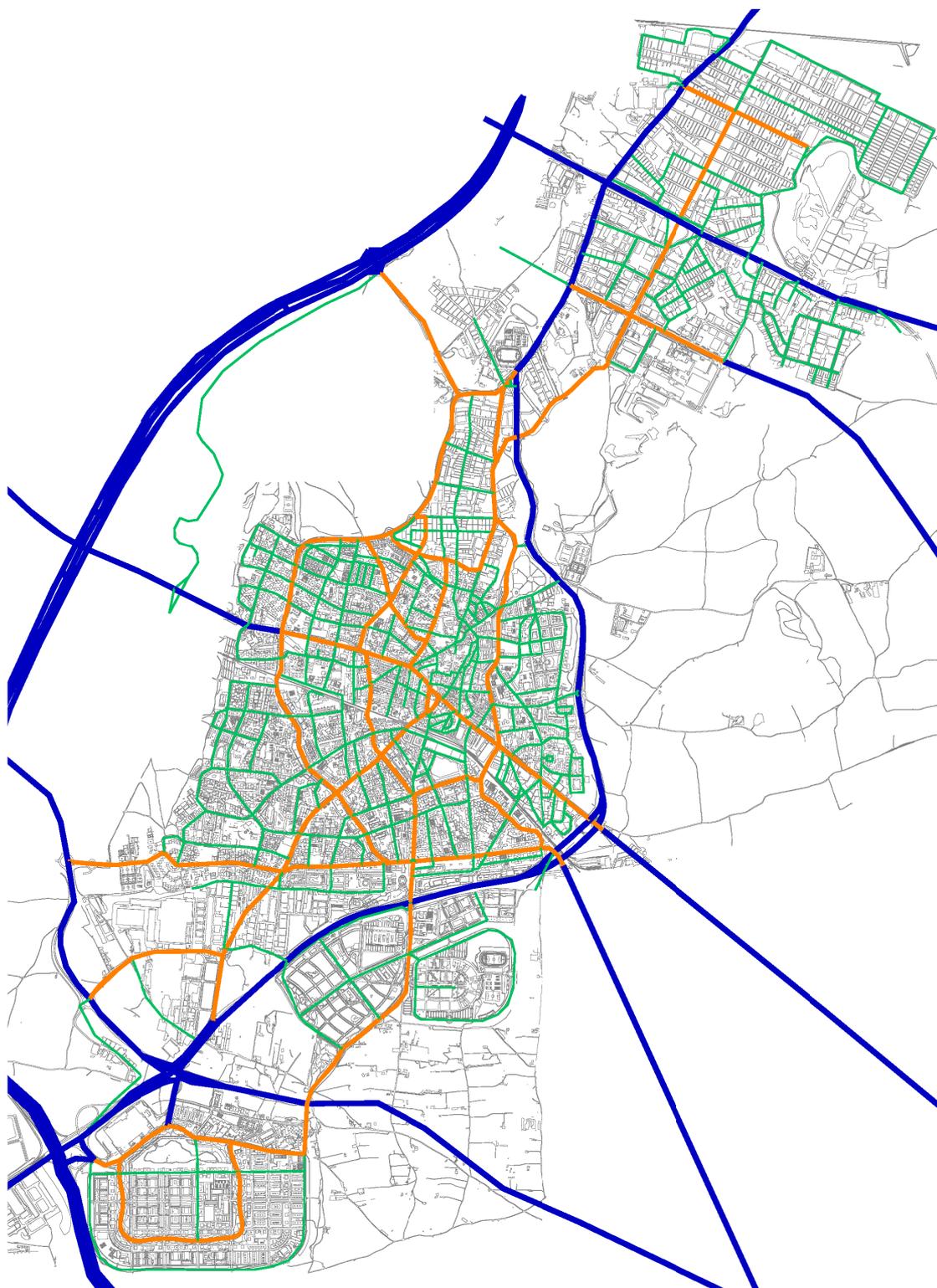
Observando el mapa de Fuenlabrada, se pueden seguir en el casco histórico el trazado de vías de carácter radial. Más concretamente, la carretera tradicional a Leganés (y por extensión a Madrid) y Humanes (en sentido norte-sur-suroeste). A partir del cruce de las calles de Móstoles y Luis Sauquillo, en sentido nor-oeste se tienen las antiguas carreteras a Móstoles y Alcorcón.

Pero aparte de los ejes radiales, dentro del casco urbano destacan dos itinerarios concéntricos, que actúan como rondas de la ciudad histórica:

- En el interior se puede distinguir el anillo del que forman parte, entre otras, las calles de Extremadura y de la Constitución, la avenida de Los Estados, calle de Málaga, avenidas de las Regiones y de las Naciones y la calle de Creta.
- Al exterior, apoyándose en la M-506, se tiene el anillo configurado por esta autovía, avenida de la Hispanidad, avenida de España, avenida de Europa y calle de Portugal.

En el siguiente plano se muestra el esquema de jerarquía viaria anteriormente expuesto donde se distinguen los ejes interurbanos en color azul, las vías arteriales en naranja y por último en color verde las distribuidoras.

Ilustración 10: Jerarquía viaria



6.3.2 Tráfico del entorno

El tráfico en el municipio de Fuenlabrada presenta las características propias de la movilidad metropolitana en la que se aprecian mayores intensidades de tráfico en periodos de mañana y tarde, reduciéndose los fines de semana, a excepción, de los puntos de atracción por motivos de ocio y/o compras. Las zonas comerciales tradicionales y su entorno se caracterizan por que los valles entre las citadas horas punta son menores, registrando un mayor tráfico por motivo de compras, gestiones, etc.

En la zona comercial de la calle de Leganés se cuenta con datos de un aforo mecánico colocado en el ámbito de influencia, concretamente en la calle de Luis Sauquillo a la altura de su cruce con la calle de Móstoles, de manera que se puede caracterizar el tráfico de la zona en un día medio laborable y de fin de semana durante las 24 horas del día.

Tabla 24: Resumen comparativo día medio laborable y de fin de semana

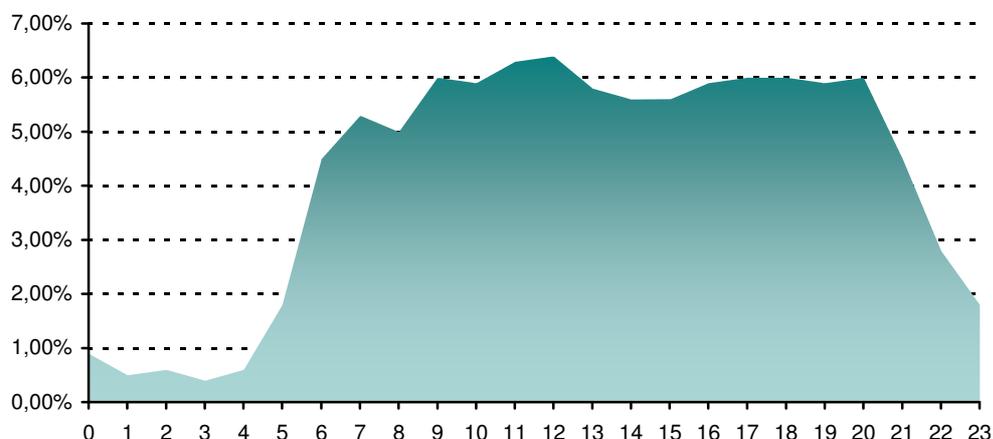
Horario		Laborable		Fin de semana	
		Ligeros	%	Ligeros	%
Comercial	9:00-14:00 y 17:00-21:00	3.318	54,3%	2.634	49,2%
Mañana	9:00-14:00	1.854	30,3%	1.403	26,2%
Tarde	17:00-21:00	1.464	24,0%	1.231	23,0%
No comercial	(21:00-9:00 y 14:00-17:00)	2.793	45,7%	2.724	50,8%
Total		6.111	100%	5.358	100%

El tráfico del entorno que se concentra en el horario comercial fijado de 9:00 a 14:00 y de 17:00 a 21:00 y supone un 54% en día laborable, porcentaje que se reduce al 49% en fin de semana. En ambos casos se registra un mayor tráfico en el periodo de mañana que en el de tarde. El máximo número de vehículos se localiza en ambos casos a las 12 de la mañana y representa un 6,4% del total de vehículos ligeros.

A continuación se muestran los gráficos de evolución horaria del tráfico a lo largo de un día, ya sea laborable o de fin de semana, resumido en periodos de una hora para la zona comercial de la calle de Leganés:

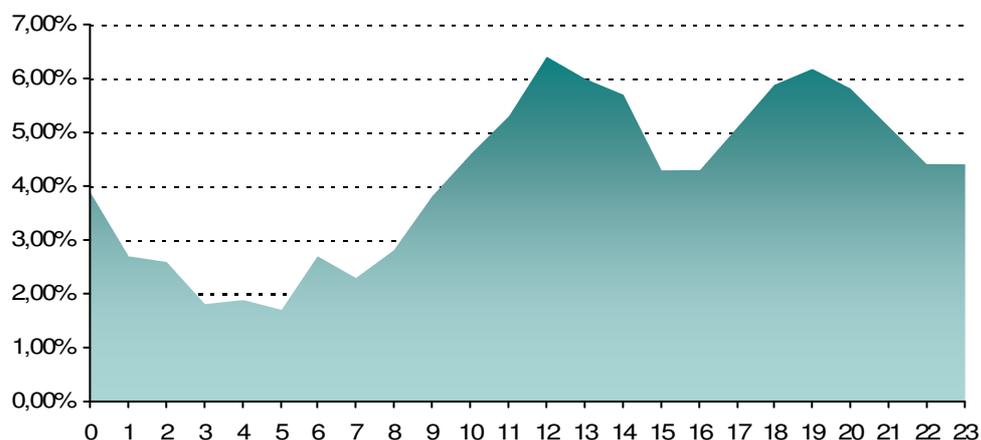
En el caso de un día medio laboral la hora punta de mañana se prolonga durante el horario comercial, registrando a las 12 del mediodía el máximo de afluencia de vehículos al entorno. A partir de esa hora se reduce ligeramente hasta que a las 16:00 comienza a aumentar, permaneciendo prácticamente constante durante el horario comercial de tarde, tras el cual comienza a disminuir.

Gráfico 47: Evolución horaria del tráfico urbano en un día laborable medio. Calle Luis Sauquillo



En un día de fin de semana las horas de actividad comercial se caracterizan por registrar la mayor afluencia de vehículos en el entorno. En este caso, durante el periodo de mediodía sin actividad comercial la disminución del número de vehículos se vuelve más acusada que en un día medio laborable. Por último, a partir de las 8 comienza a disminuir el número de vehículos, pero menos que en un día medio laborable dada la existencia de numerosos bares y locales de copas en el ámbito de influencia.

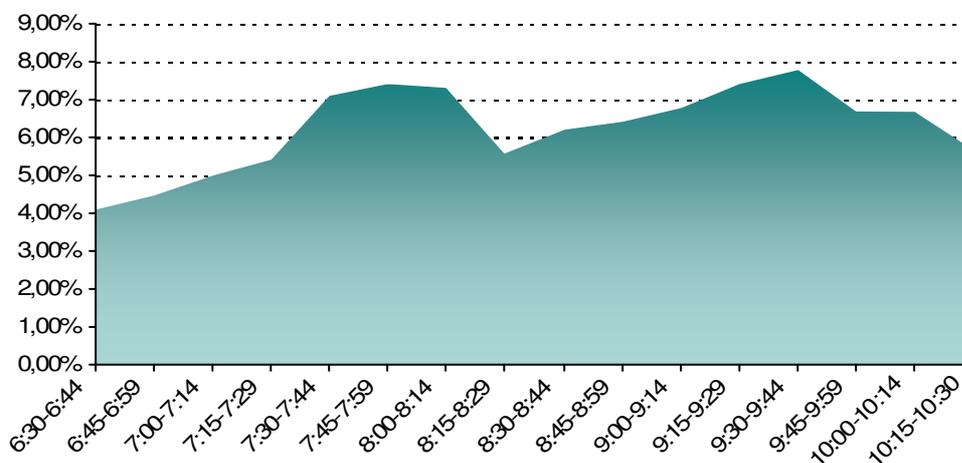
Gráfico 48: Evolución Horaria del tráfico urbano en día medio de fin de semana. Calle Luis Sauquillo



En la zona comercial de la calle de Portugal se llevó a cabo un aforo manual en una de las intersecciones de entrada a la zona comercial, concretamente en el cruce de las calles Francia y Portugal. En este aforo se han contabilizado de forma manual los vehículos de todos los movimientos en intervalos de cuarto de hora durante 8 horas en horario de mañana y tarde en un día laborable medio. Para la elaboración de los gráficos solo se han tenido en cuenta los vehículos de la calle de Portugal y los de Francia que giran a Portugal,

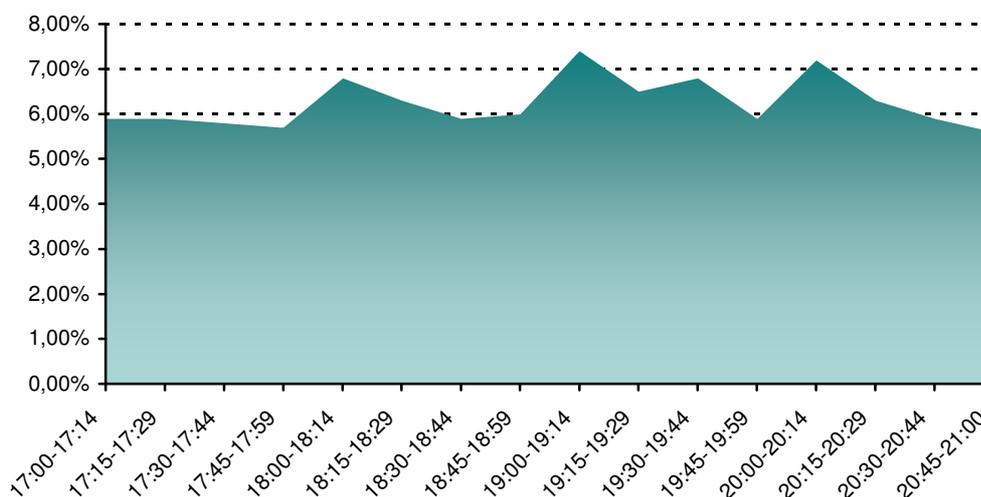
dejando de lado los que circulan por la calle Francia ya sea en dirección a la M-506 ó hacía el centro del municipio.

Gráfico 49: Aforo manual zona comercial de la calle Portugal. Periodo de mañana



El aforo en horario de mañana se realizó en hora punta, de 6:30 a 10:30, por lo que no refleja con fidelidad el tráfico de esta área en el periodo comercial de mañana que comienza a las 9.00 hasta las 14:00 horas. Cabe destacar que en este periodo comercial se registra el mayor porcentaje de vehículos ligeros del periodo de mañana, 7,8% sobre el total.

Gráfico 50: Aforo manual zona comercial de la calle Portugal. Periodo de tarde



Sin embargo en el periodo de tarde se posee información de 17.00 a 21:00, periodo que coincide con el horario comercial. Según se puede observar en el gráfico las 19:00 horas resulta el periodo de mayor afluencia de vehículos ligeros a la zona, representando un 7,4% sobre el total de este periodo.

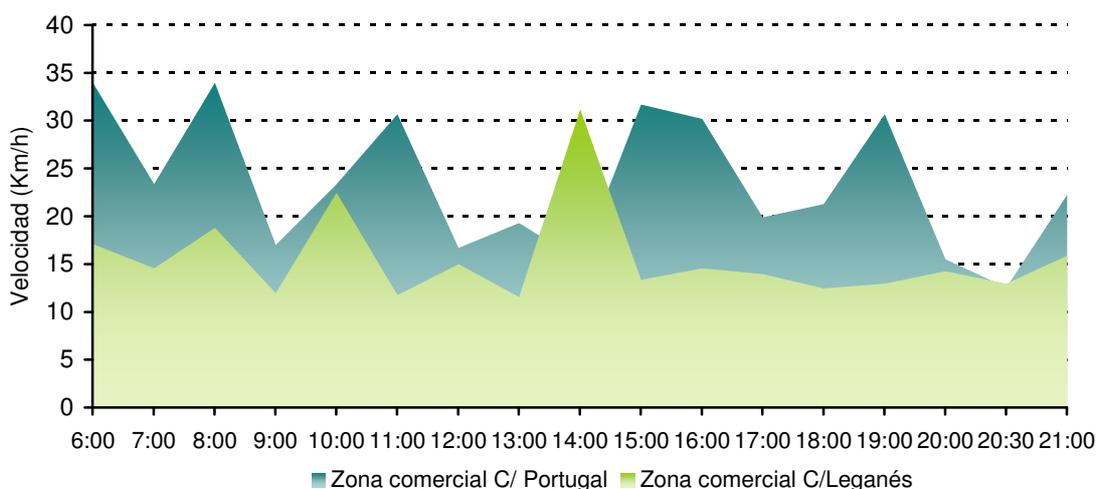
6.3.3 Análisis de velocidades

La toma de velocidades se realizó mediante la técnica del vehículo flotante en un día laborable de 7 de la mañana a 23 horas de la noche. En total se realizaron 16 vueltas a un recorrido compuesto por un total de 9 tramos de las calles Luis Sauquillo, Leganés, avenida de España, avenida de Europa, calle de Portugal y calle Turquía.

Los ejes principales de las zonas comerciales se encuentran entre los 9 tramos. El primero de ellos pertenece a la zona de la calle de Leganés y comprende desde el cruce de Luis Sauquillo con la calle de Móstoles hasta el cruce de Leganes con Málaga. El otro tramo pertenece a la zona comercial de la calle de Portugal, que va desde el cruce de ésta con Francia hasta la glorieta con la calle de Turquía.

En términos generales la velocidad de la zona de la calle de Portugal es superior a la registrada en la de la calle de Leganés. Ambas registran una evolución similar en las primeras horas de la mañana, sin embargo a partir de las 9:00 evolucionan de forma distinta.

Gráfico 51: Evolución horaria de la velocidad en las zonas comerciales tradicionales



La velocidad en la calle de Leganés experimenta un mayor variabilidad en horario de mañana, de hecho es en este periodo donde se registra la máxima y mínima velocidad del área, siendo 31,2 y 11,6 km/h respectivamente. En el periodo de tarde muestra un comportamiento más estable en torno a los 14 km/h.

La zona comercial de la calle de Portugal muestra una evolución muy variable a lo largo de todo el periodo estudiado. La velocidad máxima se registra a las 8:00 y queda fijada en 34 km/h, la mínima se produce a las 20:30 con 11,6 km/h.

6.4 Aparcamiento

6.4.1 Introducción

La existencia de aparcamiento resulta relevante para cualquier superficie de tipo comercial y su escasez conlleva, en primer lugar, un aumento del tráfico del entorno causado por vehículos en busca de aparcamiento en la zona generando problemas de circulación de vehículos y peatones, además de la contaminación acústica y medioambiental. Y en segundo lugar, se genera un aumento de la ilegalidad en sus diferentes formas (estacionamientos en doble fila, bordillos, aceras, rotondas y cruces) produciendo consecuencias diversas que se recogen a modo de resumen en el siguiente cuadro:

Tabla 25: Efectos de la ilegalidad de estacionamiento.

Lugar del viario	Efectos
Calzada	<ul style="list-style-type: none"> - Reducción de la capacidad del viario - Incremento de incidencias en transporte público - Incremento del riesgo de accidente en función de la velocidad de circulación de la vía
Carril solo bus	<ul style="list-style-type: none"> - Doble reducción de la capacidad del viario (si el carril es abierto obliga a salir al autobús a otro carril) - Pérdida de tiempo para los usuarios del autobús - Incremento de los gastos de explotación de las empresas de autobús
Carga y descarga	<ul style="list-style-type: none"> - Incremento de los gastos de distribución - Realización de las tareas de carga y descarga en sitios alternativos.
Rotonda, intersección o esquinas de cruces	<ul style="list-style-type: none"> - Reducción de la capacidad del viario - Incremento de incidencias en transporte público - Incremento del riesgo de accidente en función de la velocidad de circulación de la vía
Pasos de peatones	<ul style="list-style-type: none"> - Molestias para los peatones que pueden llegar a suponer barreras infranqueables para personas con movilidad reducida
Plazas reservadas a otros usos (Bus, taxi, minusválidos)	<ul style="list-style-type: none"> - Molestias para los usuarios de las plazas reservadas - Imposibilidad, a veces, de prestar el servicio previsto - Incremento de los gastos de explotación de las empresas afectadas.

La escasez de aparcamiento puede suponer el aislamiento de la zona comercial tradicional pasando de ser un foco de atracción comercial a nivel municipal a dar un servicio de comercio de barrio a los consumidores que se trasladan a pie a la zona.

6.4.2 La oferta de aparcamiento

El municipio de Fuenlabrada dedica, como suele ser habitual en casi todas las ciudades desarrolladas del mundo, una gran cantidad de espacio público al aparcamiento en el viario. Según el inventario realizado en el PMUS, la ciudad ofrece 72.195 plazas de estacionamiento en superficie, cifra en la cual se incluyen las plazas existentes tanto en playas como en viario.

En este capítulo se reflejarán los resultados del inventario de aparcamiento realizado en los ámbitos de influencia de las áreas comerciales tradicionales de Fuenlabrada.

6.4.2.1 Zona Comercial Calle Leganés

Según los datos obtenidos del inventario realizado en la zona comercial tradicional de la calle de Leganés, el ámbito de estudio tiene una oferta de plazas de aparcamiento de 1.627, de las cuales el 48% (780) son en línea y las plazas en batería suponen un 50% (817). Por su parte, las plazas reservadas ascienden a 30, lo que supone un 2% del total de plazas del ámbito.

Las plazas de aparcamiento desagregadas por calles y en función de la tipología del aparcamiento se pueden ver con más detalle en la siguiente tabla:

Tabla 26: Oferta de aparcamiento en superficie. Zona comercial calle Leganés

Calle	En línea	En batería	Reservas	Total Oferta
Av de los Estados	65	10		75
C/ Alcorcón	9			9
C/ Alicante		28		28
C/ Aravaca	5			5
C/ Arroyada del Tesillo	38			38
C/ Ávila	26	43		69
C/ Berro		16		16
C/ Corralones	43			43
C/ Charca		21		21
C/ de la Paz	37			37
C/ de la Sierra				0
C/ de los Ángeles	10	58	21	89
C/ del Berro	13			13
C/ del Norte				0
C/ del Tesillo	15			15
C/ Delicias	24			24
C/ Ferrocarril	7			7
C/ Francisco Javier Sauquillo	45			45
C/ Galapagar	10			10
C/ Honduras	11	68		79
C/ Húmera	16			16
C/ Humilladero	12	19	1	32
C/ Lechuga				0
C/ Leganés	21	169	1	191
C/ Lima	80	156	4	240

Calle	En línea	En batería	Reservas	Total Oferta
C/ Luis Sauquillo				0
C/ Luna	13			13
C/ Málaga	8	9		17
C/ Máximo Pérez				0
C/ Miguel de Unamuno	43			43
C/ Móstoles	23		1	24
C/ Oriente	34	27		61
C/ Pelayos	13	71		84
C/ Polvoranca	31			31
C/ Pozuelo	20	33		53
C/ Salamanca	25	33	2	60
C/ San Andrés	27	56		83
C/ de la Cruz de Luisa	5			5
C/ Navas	33			33
C/ Plaza de la Iglesia				0
Plaza de los Incas				0
Plaza del Tesillo	18			18
Travesía de navas				0
Total general	780	817	30	1.627

Cabe destacar las calles de Lima y Leganés que se configuran como las que presentan un mayor número de oferta de plazas de aparcamiento, con 240 y 191 plazas, respectivamente.

Gráfico 52: % de reparto por tipología. Zona comercial calle Leganés



El reparto por tipología de plaza de esta zona comercial está muy equiparado entre línea (48%) y batería (50%). Tan solo el 2% de las plazas cuentan con algún tipo de reserva.

Las reservas se dividen entre las destinadas a minusválidos, que con 9 plazas representan un 30% sobre el total, y las denominadas otras reservas, que recogen las plazas destinadas a servicios oficiales, ambulancias, etc, que con 21 plazas suponen el 70% del total de reservas de la zona comercial.

Ilustración 11: Oferta de aparcamiento zona comercial calle Leganés

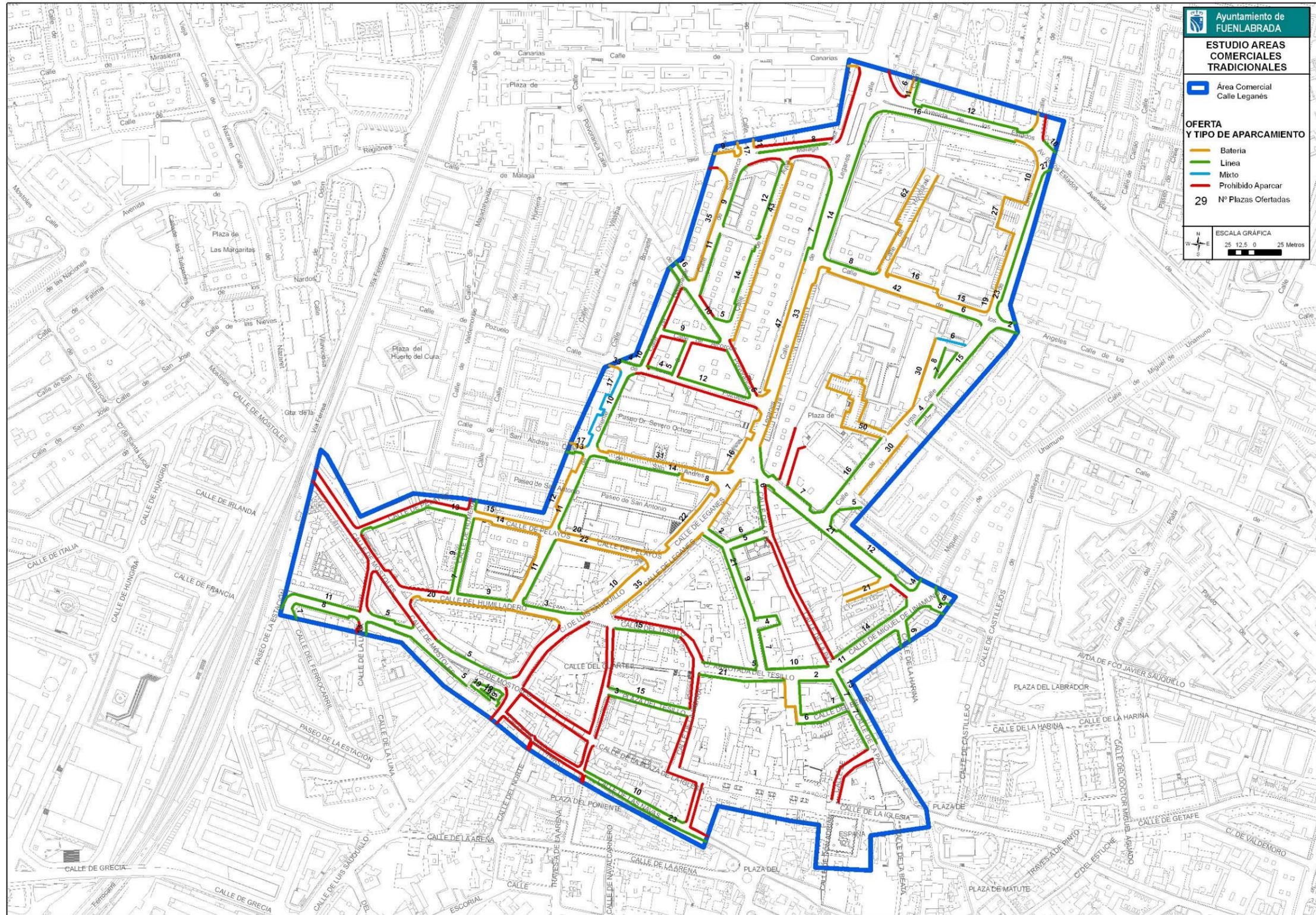
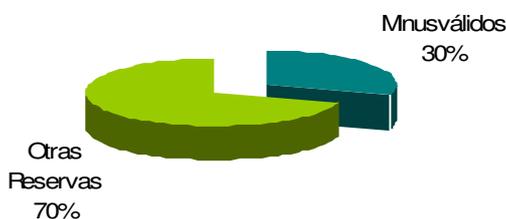


Gráfico 53: % de reparto de las reservas por tipo. Zona comercial calle Leganés



La totalidad de estas reservas se concentra la calle de los Ángeles y pertenecen a las plazas situadas frente a la comisaría de policía y dedicadas a este servicio de tipo oficial.

De forma conjunta, el reparto de las plazas reservadas en las tres tipologías es el que se muestra a continuación:

Tabla 27: Reservas Zona comercial calle Leganés

Calle	Minusválidos	Otras Reservas	Total Reservas
C/ de los Ángeles		21	21
C/ Humilladero	1		1
C/ Leganés	1		1
C/ Lima	4		4
C/ Móstoles	1		1
C/ Salamanca	2		2
Total general	9	21	30

Por último se han contabilizado los vados existentes en la zona, ascendiendo a 61. La vía que aglutina un mayor número de ellos es la calle de la Paz, que con un total de 8 representa un 13% sobre el total.

En la siguiente tabla se representa la desagregación de los vados en función de la calle en la que están situados:

Tabla 28: Vados Zona comercial calle Leganés

Calle	Vados
C/ Alcorcón	1
C/ Aravaca	4
C/ Arroyada del Tesillo	2
C/ Ávila	1
C/ Corralones	3
C/ de la Paz	8
C/ de los Ángeles	1
C/ del Berro	1
C/ del Tesillo	4
C/ Ferrocarril	1
C/ Galapagar	3
C/ Honduras	1

Calle	Vados
C/ Húmera	2
C/ Leganés	2
C/ Luis Sauquillo	2
C/ Luna	1
C/ Miguel de Unamuno	2
C/ Oriente	1
C/ Pelayos	4
C/ Polvoranca	2
C/ Salamanca	1
C/ San Andrés	5
C/ Navas	6
Plaza del Tesillo	2
Travesía de navas	1
Total general	61

El ámbito de influencia determinado para esta zona comercial carece tanto de bolsas de aparcamiento como de aparcamientos públicos de rotación. La bolsa de aparcamiento más cercana al ámbito es la que se encuentra junto a la estación de Metrosur y RENFE Fuenlabrada Central. Sin embargo su función es la de facilitar el aparcamiento a los usuarios de estos modos de transporte público y se llena desde primera horas de la mañana. El aparcamiento público más cercano a la zona es el que se encuentra situado en el Ayuntamiento del municipio, sin embargo queda algo lejano a la zona y cuenta con la importante barrera de las vías del tren

Ilustración 12: Bolsa de aparcamiento Fuenlabrada Central



6.4.2.2 Zona Comercial Calle Portugal

Según los datos obtenidos del inventario realizado en la zona comercial tradicional de la calle de Portugal, el ámbito de estudio tiene una oferta de plazas de aparcamiento de

1.888, de las cuales el 19,5% (369) son en línea y las plazas en batería suponen un 80% (1.511). Por su parte, las plazas reservadas ascienden a 8, lo que supone un 0,5% del total de plazas del ámbito.

Las plazas de aparcamiento desagregadas por calles y en función de la tipología del aparcamiento se pueden ver con más detalle en la siguiente tabla:

Tabla 29: Oferta de aparcamiento en superficie. Zona comercial calle Portugal

Calle	En línea	En batería	Reservas	Total Oferta
Av de las Naciones	25	111		136
C/ Andorra	12	209	1	222
C/ Chipre		28		28
C/ de Seo de Urgel		62		62
C/ Francia	94	112		206
C/ Grecia	23	98		121
C/ Holanda		5		5
C/ Italia	21	111	1	133
C/ Malta	40	10		50
C/ Portugal	113	31		144
C/ Turquía	14	12	1	27
Pso de Estoril	27	30	1	58
Pso del Olimpo		160	4	164
Bolsa Pso de Setúbal		532		532
Total general	369	1.511	8	1.888

De las plazas de aparcamiento en viario cabe destacar las calles Andorra y Francia que se configuran como las que presentan un mayor número de oferta de plazas de aparcamiento, con 222 y 206 plazas, respectivamente.

Sin embargo, la mayor concentración de plazas de aparcamiento se sitúa en la bolsa del Paseo de Setúbal, paralelo a la calle de Portugal, que proporcionan aparcamiento añadido a la zona comercial de 532 plazas.

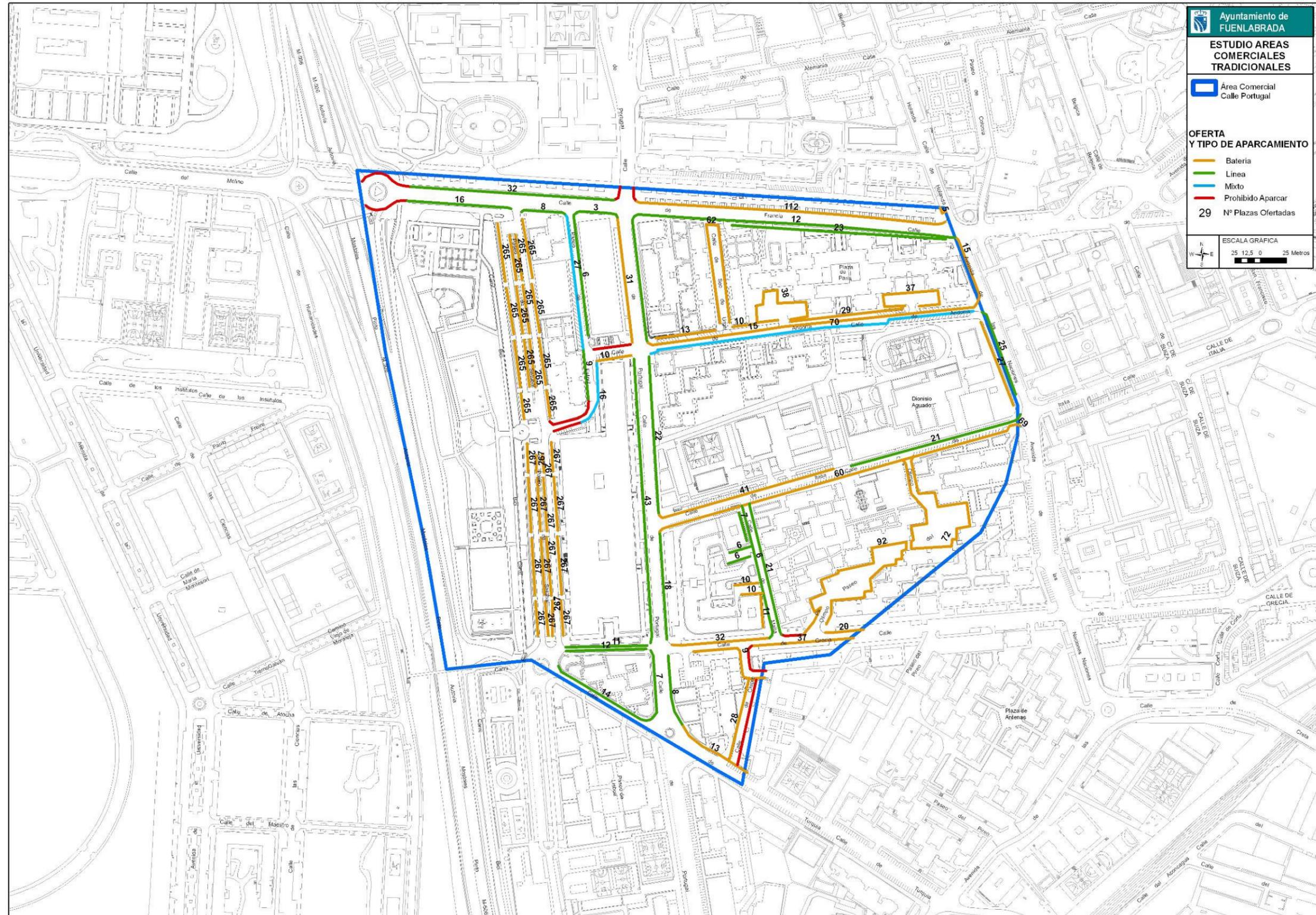
Esta bolsa se encuentra dividida en dos partes por el paseo de Estoril, quedando una parte de la bolsa frente al centro comercial Fuenlabrada 2 y la otra más próxima a la intersección con la calle de Francia.

Ilustración 13: Bolsa de aparcamiento zona comercial calle Portugal



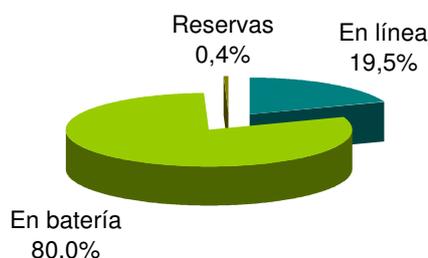
Esta bolsa aporta un total de 532 plazas en superficie al ámbito, todas ellas en batería, lo que supone un gran desahogo para la zona comercial. Antiguamente el centro comercial contaba con un aparcamiento subterráneo que en la actualidad se encuentra cerrado. Además, el supermercado Mercadona que se ubica en el ámbito también cuenta con aparcamiento propio para sus clientes.

Ilustración 14: Oferta de aparcamiento zona comercial calle Portugal



El reparto por tipología de plaza de esta zona comercial es de un 19,5% en línea y un 80% de las plazas en batería. Tan solo el 0,4% de las plazas cuentan con algún tipo de reserva.

Gráfico 54: % de reparto por tipología. Zona comercial calle Portugal



Las reservas de esta zona comercial están destinadas en su totalidad a minusválidos y ascienden a un total de 8 plazas. En cuanto a su reparto por calles la mitad de ellas se sitúan en el Paseo del Olimpo, el resto se encuentran repartidas por otras calles del modo que se muestra a continuación:

Tabla 30: Reservas Zona comercial calle Portugal

Calle	Reservas Minusválidos
C/ Andorra	1
C/ Italia	1
C/ Turquía	1
Pso de Estoril	1
Pso del Olimpo	4
Total	8

Por último se han contabilizado los vados existentes en la zona, ascendiendo a 4, que se encuentran repartidos por varias de las vías que conforman el ámbito de influencia de esta zona comercial.

En la siguiente tabla se representa la desagregación de los vados en función de la calle en la que están situados:

Tabla 31: Vados Zona comercial calle Portugal

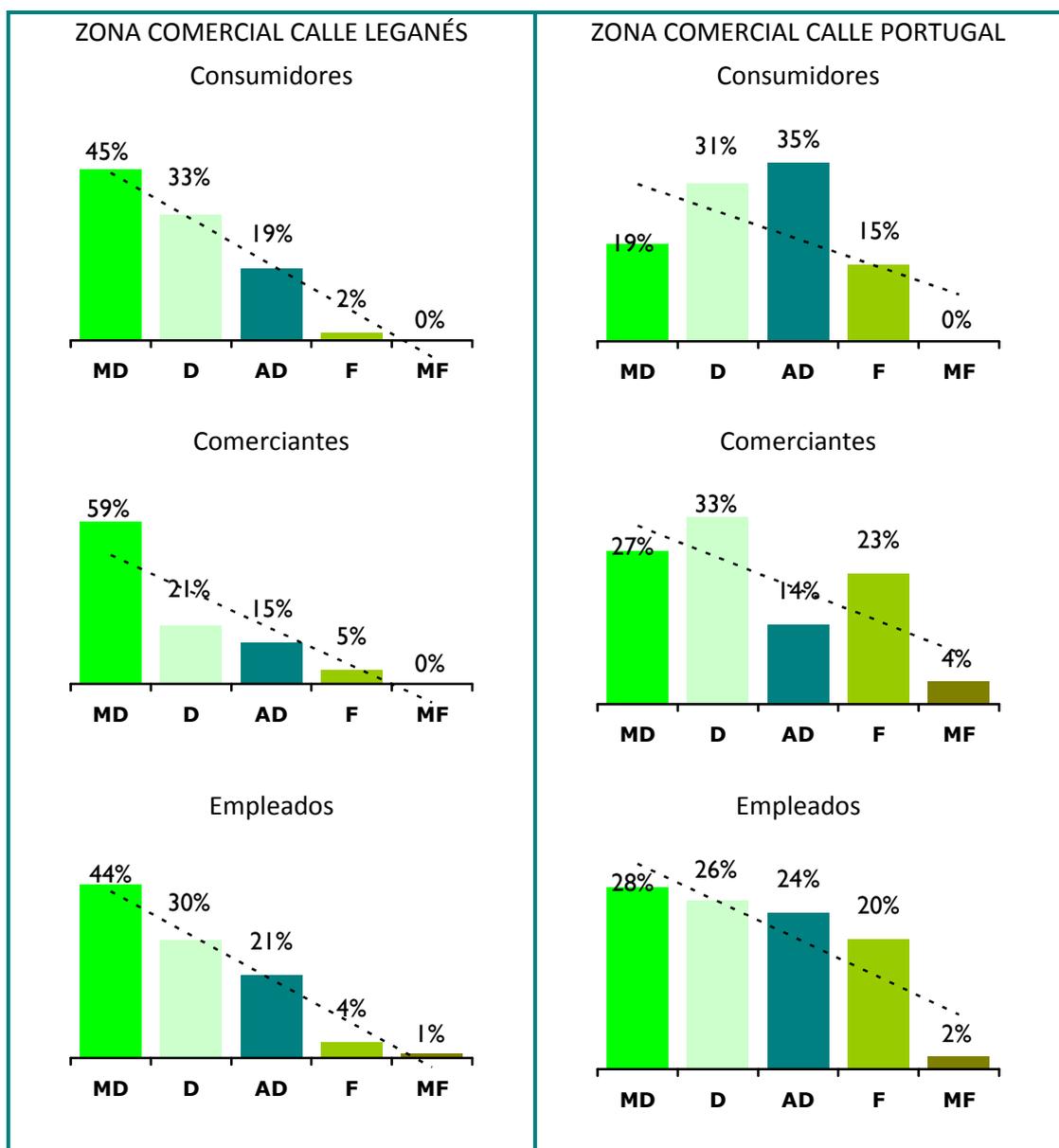
Calle	Vados
C/ Andorra	1
C/ Chipre	1
Pso de Estoril	1
Bolsa Pso de Setúbal	1
Total general	4

6.4.3 Percepción de la oferta en las zonas comerciales tradicionales

En este caso se va a proceder a analizar las opiniones de los encuestados en las zonas comerciales tradicionales acerca de la dificultad percibida a la hora de estacionar su vehículo en las zonas comerciales tradicionales del municipio en un rango del 1 al 5. Las valoraciones se realizaron según el siguiente rango:

(1) MD	Muy Difícil	(2) D	Difícil	(3) AD	Algo Difícil
(4) F	Fácil	(5) MF	Muy Fácil		

Ilustración 15: Grado de dificultad para aparcar en las zonas comerciales tradicionales



La dificultad de aparcamiento en la zona de la calle Leganés se hace patente en las respuestas de los tres tipos de encuestados. Cerca de la mitad de los visitantes y empleados entrevistados califican de muy difícil el aparcamiento en la zona. Los comerciantes son todavía más contundentes, siendo el 59% de los encuestados los que califican el aparcamiento de muy difícil. Estas opiniones ponen de manifiesto una percepción de escasez de aparcamiento en la zona que se reflejará posteriormente en el análisis de la demanda.

En la zona comercial de la calle Portugal la percepción de la dificultad de aparcamiento es inferior a la de la calle Leganés, posiblemente debido a la existencia de dos bolsas de aparcamiento que proporcionan una gran oferta de aparcamiento en la zona. En este caso son los empleados encuestados los que perciben una mayor dificultad de aparcamiento

6.4.4 La demanda de aparcamiento

En este apartado se va a llevar a cabo un estudio de cómo se ocupan las plazas en superficie situadas en los ámbitos de influencia de las zonas comerciales tradicionales de Fuenlabrada. Para ello se realizaron inventarios en periodos de mañana y tarde, en horario comercial.

6.4.4.1 Zona Comercial Calle Leganés

En relación al tipo de estacionamiento, legal o ilegal, se obtiene la desagregación de la demanda de estacionamiento por calle de la zona comercial de la calle de Leganés que se muestra en la siguiente tabla.

En la tabla también se incluye el déficit de plazas de aparcamiento en superficie durante el periodo de mañana. Este déficit se ha calculado considerando que a partir del 90% de ocupación en calle existe un problema de aparcamiento. Por último resaltar que este déficit ha sido calculado por calle para delimitar geográficamente el déficit existente en cada calle y en la zona en general.

Tabla 32: Demanda de mañana. Zona comercial calle Leganés

Calle	Legal	Ilegal	Total demanda	% Demanda	Déficit
Av de los Estados	61	2	63	84%	0
C/ Alcorcón	8	1	9	100%	1
C/ Alicante	26	0	26	93%	1
C/ Aravaca	5	0	5	100%	1
C/ Arroyada del Tesillo	29	1	30	79%	0
C/ Ávila	63	2	65	94%	3
C/ Berro	10	0	10	63%	0
C/ Corralones	39	0	39	91%	0
C/ Charca	14	2	16	76%	0
C/ de la Paz	33	1	34	92%	1
C/ de la Sierra	0	2	2	Ilegal	
C/ de los Ángeles	67	3	70	79%	0

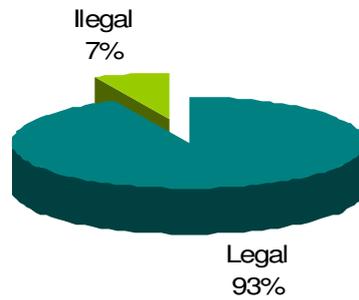
Anejo. Estudio de Áreas Comerciales

Calle	Legal	Ilegal	Total demanda	% Demanda	Déficit
C/ del Berro	9	0	9	69%	0
C/ del Norte	0	0	0		
C/ del Tesillo	13	7	20	133%	7
C/ Delicias	24	2	26	108%	4
C/ Ferrocarril	7	0	7	100%	1
C/ Francisco Javier Sauquillo	36	0	36	80%	0
C/ Galapagar	8	0	8	80%	0
C/ Honduras	71	7	78	99%	7
C/ Húmera	16	0	16	100%	2
C/ Humilladero	31	4	35	109%	6
C/ Lechuga	0	3	3	Ilegal	
C/ Leganés	178	28	206	108%	34
C/ Lima	228	12	240	100%	24
C/ Luis Sauquillo	0	1	1	Ilegal	
C/ Luna	14	0	14	108%	2
C/ Málaga	13	0	13	76%	0
C/ Máximo Pérez	0	0	0		
C/ Miguel de Unamuno	37	0	37	86%	0
C/ Móstoles	23	7	30	125%	8
C/ Oriente	58	4	62	102%	7
C/ Pelayos	82	7	89	106%	13
C/ Polvoranca	28	1	29	94%	1
C/ Pozuelo	49	4	53	100%	5
C/ Salamanca	54	1	55	92%	1
C/ San Andrés	81	1	82	99%	7
C/ de la Cruz de Luisa	5	6	11	220%	7
C/ Navas	29	0	29	88%	0
C/ Plaza de la Iglesia	0	0	0		
Plaza de los Incas	0	0	0		
Plaza del Tesillo	15	2	17	94%	1
Travesía de navas	0	0	0		
Total general	1.464	111	1.575	97%	145

En niveles generales la zona comercial de la calle de Leganés registra una ocupación del 97% en periodo de mañana. Si estudiamos las distintas calles que la componen observamos que la mayor parte de las calles superan el 80% de ocupación. Destacar las calles de la Cruz de Luisa y del Tesillo por presentar los mayores porcentajes de demanda del ámbito con un 220% y un 133%, respectivamente.

El déficit de plazas de aparcamiento en la zona comercial de la calle Leganés en el periodo de mañana asciende a 145 plazas de aparcamiento. Las calles con mayor déficit son la Leganés con 34 plazas de déficit y Lima con 24. El resto de calles presentan déficits inferiores, por debajo de las 15 plazas.

Gráfico 55: % de Reparto demanda de mañana. Zona comercial calle Leganés

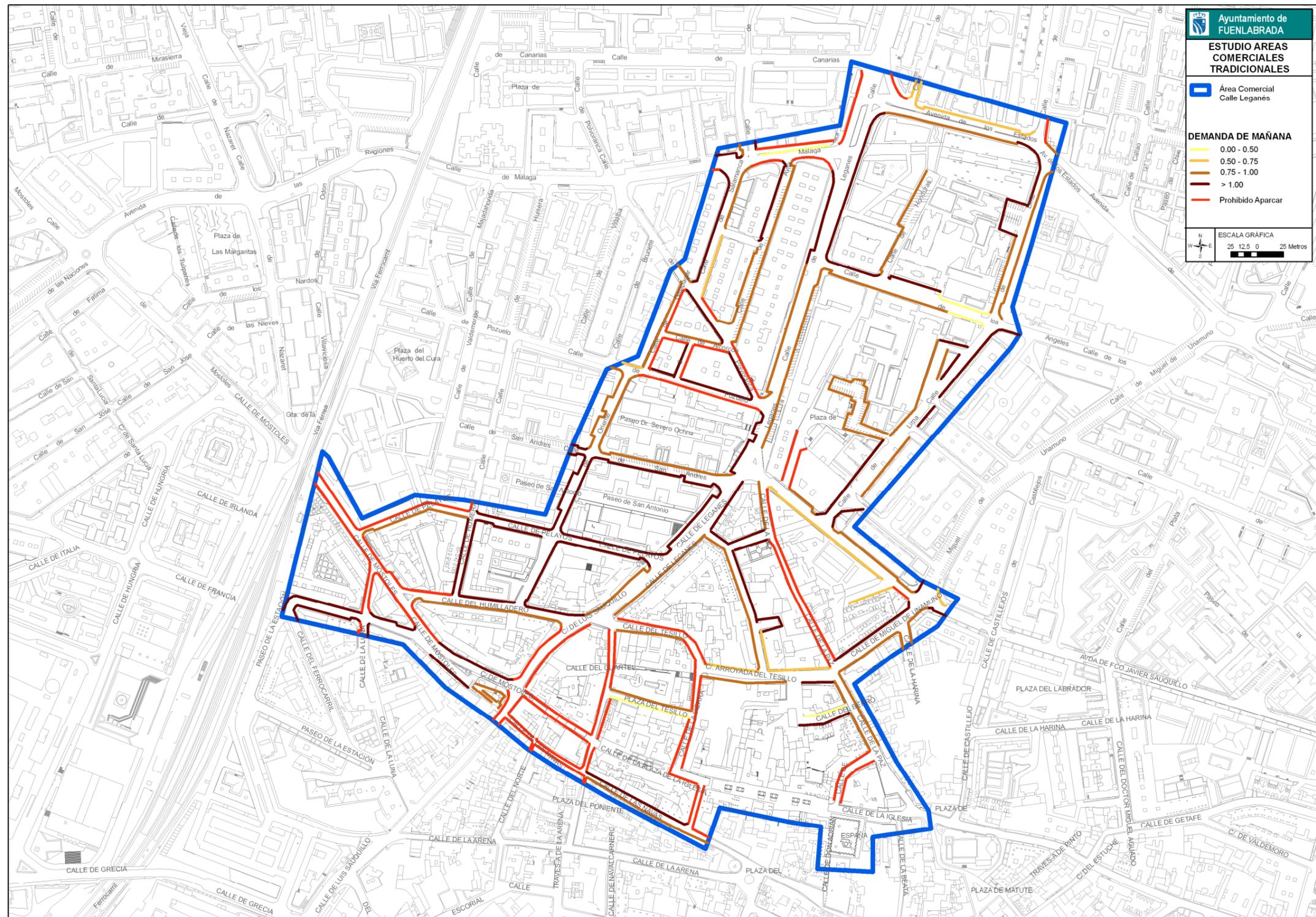


De los vehículos estacionados en la zona comercial un 93% lo han hecho de forma legal y el 7% restante de forma ilegal. El mayor número de ilegales se produce en la calle de Leganés con 28 vehículos mal estacionados que suponen un 13% de la demanda de esta calle.

Ilustración 16: Ilegales en la calle Leganés



Ilustración 17: Demanda de mañana zona comercial calle Leganés

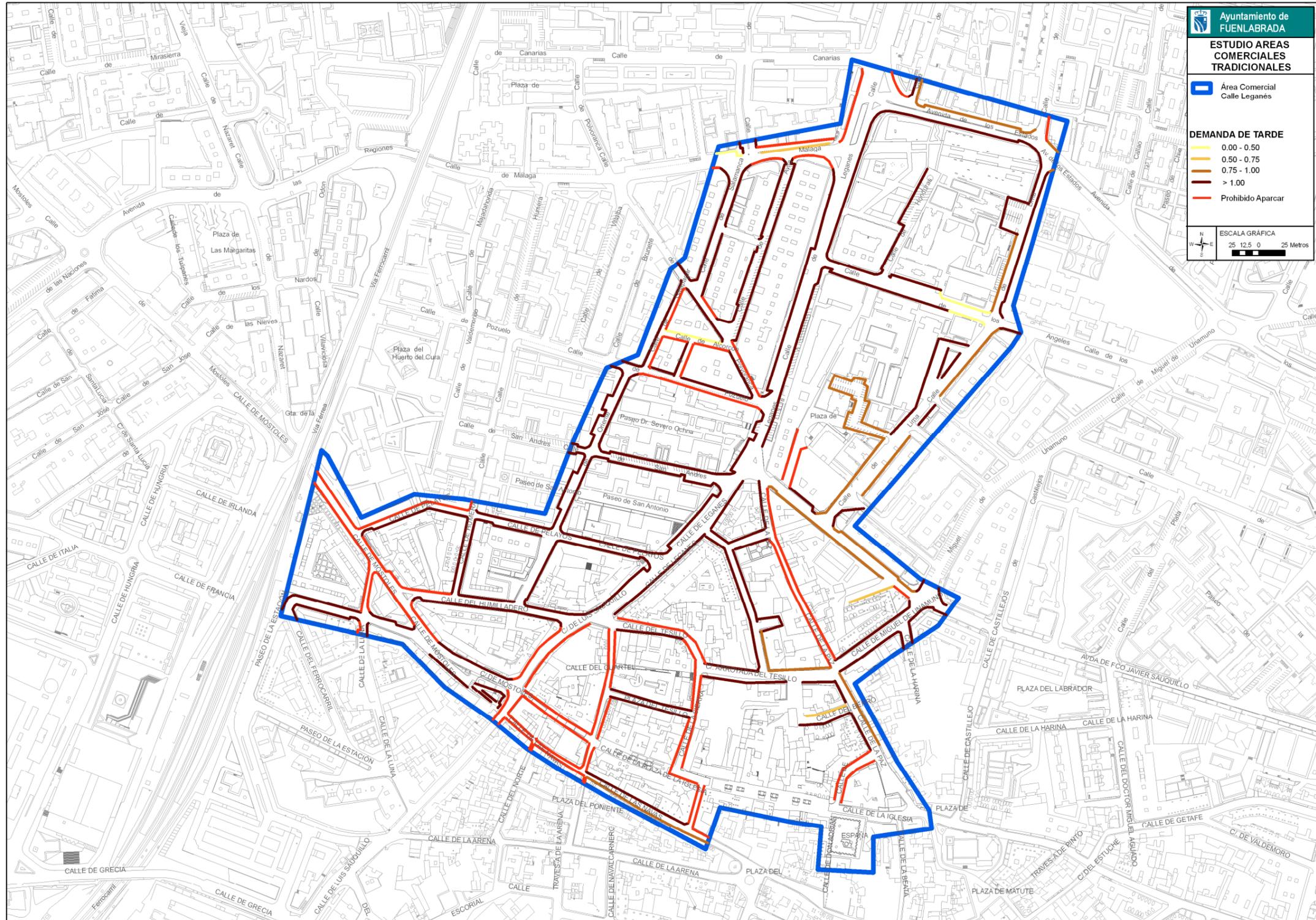


Siguiendo la misma metodología se ha realizado un inventario en horario comercial de tarde para comprobar la saturación del ámbito.

Tabla 33: Demanda de tarde. Zona comercial calle Leganés

Calle	Legal	Ilegal	Total demanda	% Demanda	Déficit
Av de los Estados	70	5	75	100%	8
C/ Alcorcón	0	0	0	0%	0
C/ Alicante	28	0	28	100%	3
C/ Aravaca	5	0	5	100%	1
C/ Arroyada del Tesillo	37	1	38	100%	4
C/ Ávila	69	0	69	100%	7
C/ Berro	15	0	15	94%	1
C/ Corralones	42	2	44	102%	5
C/ Charca	15	1	16	76%	0
C/ de la Paz	34	3	37	100%	4
C/ de la Sierra	0	1	1	Illegales	
C/ de los Ángeles	68	8	76	85%	0
C/ del Berro	11	0	11	85%	0
C/ del Norte	0	0	0		
C/ del Tesillo	15	11	26	173%	13
C/ Delicias	24	0	24	100%	2
C/ Ferrocarril	7	0	7	100%	1
C/ Francisco Javier Sauquillo	40	4	44	98%	4
C/ Galapagar	10	0	10	100%	1
C/ Honduras	78	5	83	105%	12
C/ Húmera	16	0	16	100%	2
C/ Humilladero	32	0	32	100%	3
C/ Lechuga	0	2	2	Illegales	
C/ Leganés	191	8	199	104%	27
C/ Lima	234	14	248	103%	32
C/ Luis Sauquillo	0	0	0		
C/ Luna	13	0	13	100%	1
C/ Málaga	6	0	6	35%	0
C/ Máximo Pérez	0	0	0		
C/ Miguel de Unamuno	43	6	49	114%	10
C/ Móstoles	24	0	24	100%	2
C/ Oriente	61	0	61	100%	6
C/ Pelayos	84	0	84	100%	8
C/ Polvoranca	31	0	31	100%	3
C/ Pozuelo	53	2	55	104%	7
C/ Salamanca	60	0	60	100%	6
C/ San Andrés	83	0	83	100%	8
C/ de la Cruz de Luisa	5	0	5	100%	1
C/ Navas	31	0	31	94%	1
C/ Plaza de la Iglesia	0	0	0		
Plaza de los Incas	0	0	0		
Plaza del Tesillo	18	1	19	106%	3
Travesía de navas	0	0	0		
Total general	1.553	74	1.627	100%	188

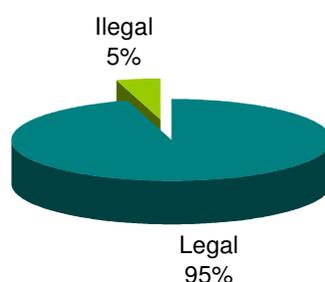
Ilustración 18: Demanda de tarde zona comercial calle Leganés



A nivel general y en el periodo de tarde, la zona comercial de la calle de Leganés presenta un grado de ocupación ligeramente superior que en el periodo de mañana, llegando al 100% de ocupación. Si nos centramos en las distintas calles que la componen observamos que la mayor parte de las calles superan el 80% de ocupación. Destacar las calles del Tesillo y Miguel de Unamuno por presentar los mayores porcentajes de demanda del ámbito con un 173% y un 114%, respectivamente.

El déficit de aparcamiento registrado en el periodo de tarde de 188 plazas también es algo superior al de mañana. De nuevo las calles Lima y Leganés se sitúan a la cabeza de las vías con mayor déficit de la zona comercial con 32 y 27 plazas respectivamente. Al igual que en el periodo de mañana el resto de calles registran déficits por debajo de las 15 plazas.

Gráfico 56: % de Reparto demanda de tarde. Zona comercial calle Leganés



A pesar de que el ámbito de influencia de la zona comercial registra un mayor porcentaje de ocupación que en el periodo de mañana, la ilegalidad disminuye ligeramente del 7% de la mañana al 5%. El mayor número de ilegales se concentra en la calle de Lima con 14 vehículos mal estacionados.

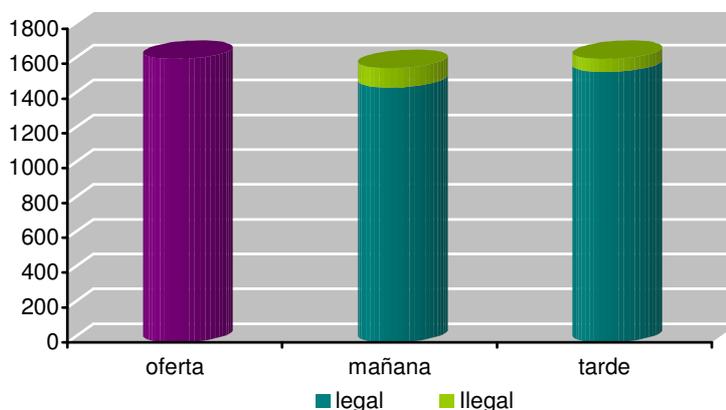
Por tanto, a modo de resumen, cabe destacar que la zona comercial tradicional de la calle de Leganés cuenta con 1.627 plazas, en relación a la demanda y en función de si el vehículo se encuentra estacionado de forma legal o ilegal tenemos:

Tabla 34: Resumen inventarios Zona comercial calle Leganés

	Legal	Ilegal	Demanda	% Ilegal	%Demanda	Déficit
Mañana	1.464	111	1.575	7,1%	96,8%	145
Tarde	1.553	74	1.627	4,6%	100,0%	188

Los datos reflejan que los mayores porcentajes de demanda se dan en el periodo de tarde alcanzando el 100% de ocupación. En este periodo el 95,4% de los vehículos se encuentran correctamente estacionados y el 4,6% restante están aparcados de forma ilegal. En el periodo de mañana la ocupación es ligeramente inferior situándose en el 96,8%, porcentaje que aún se considera alto desde el punto de vista de la saturación del aparcamiento de la zona. Sin embargo la ilegalidad es mayor que en el periodo de tarde, ya que representan un 7,1%, siendo el 92,9% los vehículos estacionados correctamente.

Gráfico 57: Resumen de demanda Zona comercial calle Leganés



6.4.4.2 Zona Comercial Calle Portugal

La demanda en horario comercial de mañana de la zona comercial de la calle de Portugal se detalla por calles en la siguiente tabla:

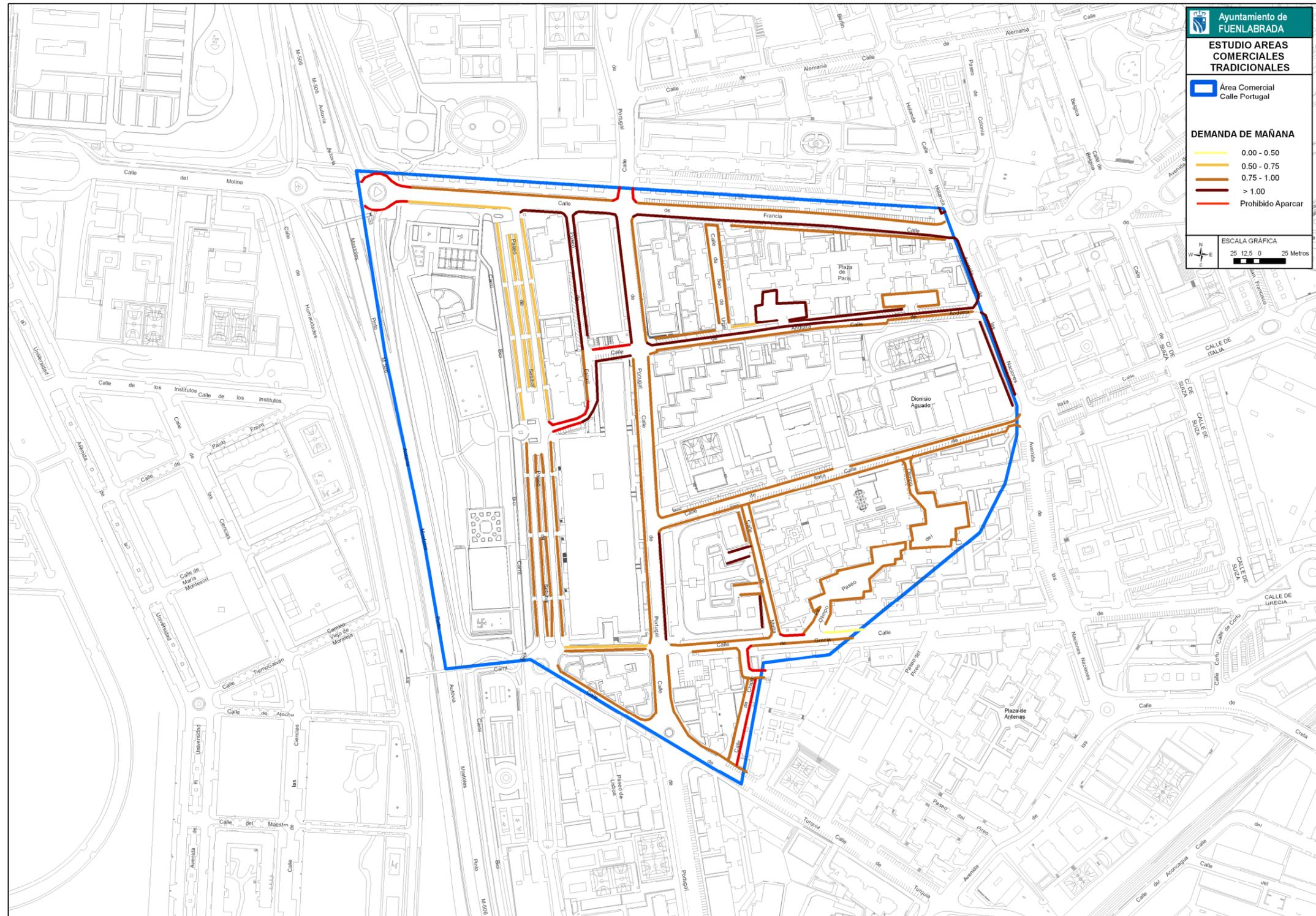
Tabla 35: Demanda de mañana. Zona comercial calle Portugal

Calle	Legal	Ilegal	Total demanda	% Demanda	Déficit
Av de las Naciones	129		129	95%	7
C/ Andorra	211	0	211	95%	11
C/ Chipre	27	4	31	111%	6
C/ de Seo de Urgel	55		55	89%	0
C/ Francia	177		177	86%	0
C/ Grecia	91	6	97	80%	0
C/ Holanda	5		5	100%	1
C/ Italia	110	5	115	86%	0
C/ Malta	43	1	44	88%	0
C/ Portugal	137	5	142	99%	12
C/ Turquía	22		22	81%	0
Pso de Estoril	57	4	61	105%	9
Pso del Olimpo	156		156	95%	8
Bolsa Pso de Setúbal	429	7	436	82%	0
Total general	1.649	32	1.681	89%	54

El ámbito presenta un ocupación global del 89%. Por calles, las que presentan mayor porcentaje de demanda son Chipre con 110% y Paseo de Estoril con 105%. El eje comercial principal, también presenta altos niveles de demanda, con un 95%.

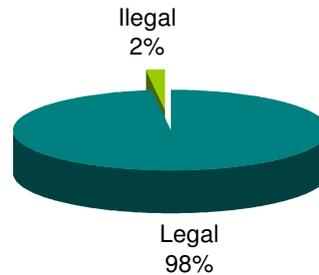
El déficit en la zona comercial de la calle Portugal es inferior al de la calle Leganés tal y como apuntaban las percepciones de los encuestados sobre la dificultad de aparcamiento. En el periodo de mañana el déficit asciende a 54 plazas siendo las calles Portugal y Andorra las que presentan mayores necesidades de aparcamiento.

Ilustración 19: Demanda de mañana zona comercial calle Portugal



Del total de coches estacionados en la zona comercial tradicional de la calle de Portugal en el periodo de mañana, un 2% lo hacen de forma ilegal y el 98% restante lo hacen de forma legal.

Gráfico 58: % de Reparto demanda de mañana. Zona comercial calle Portugal



Los niveles de ocupación de la zona comercial se incrementan en el periodo comercial de tarde, pasando del 86% del periodo de mañana al 94%

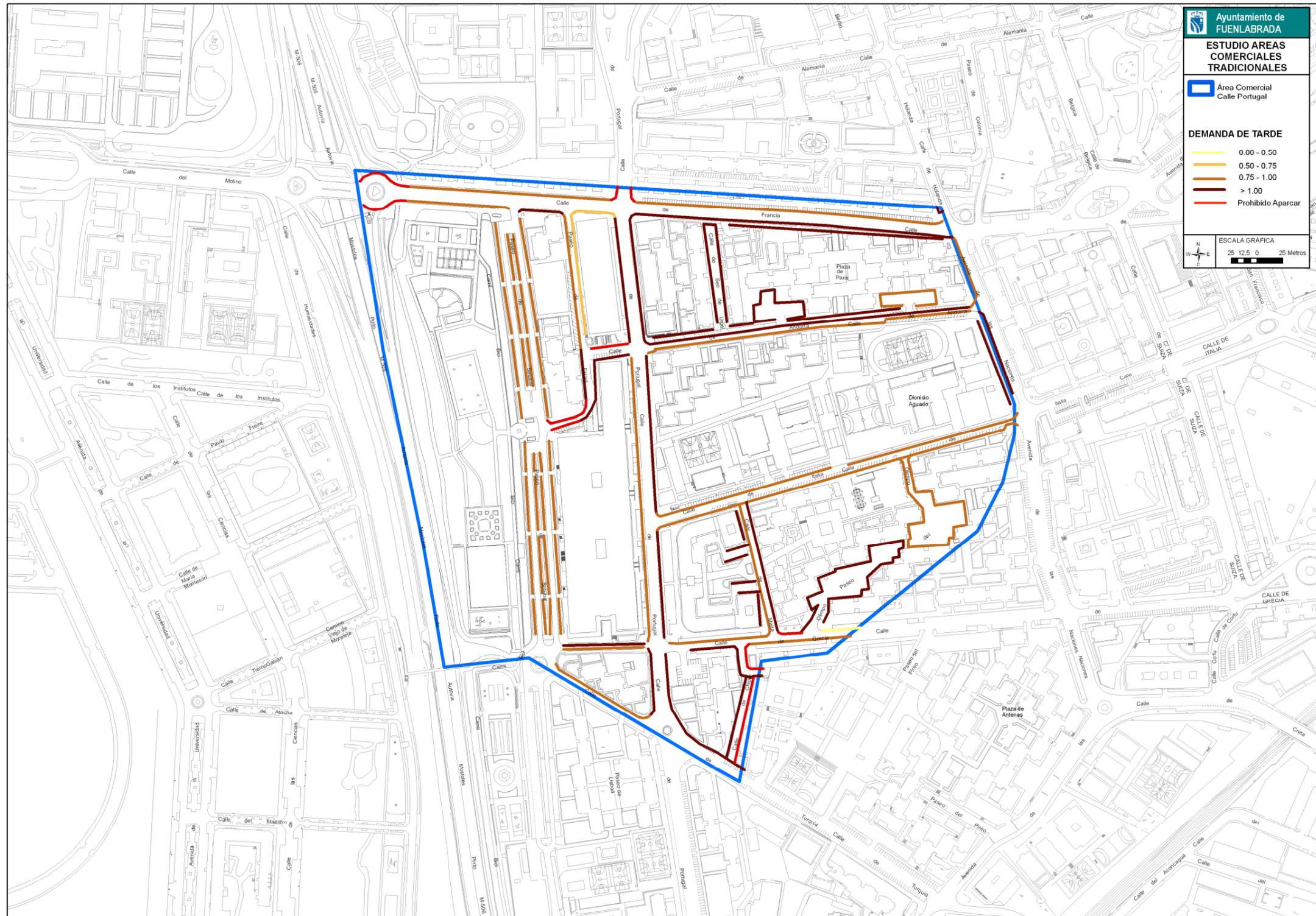
Las vías con mayor ocupación son Portugal y turquí con 108% y 107%, respectivamente. Todas las calles registran una demanda en torno al 90 – 100%. La bolsa del Paseo de Setúbal es la que presenta la menor ocupación del ámbito con un 80%.

Tabla 36: Demanda de tarde. Zona comercial calle Portugal

Calle	Legal	Ilegal	Total demanda	% Demanda	Déficit
Av de las Naciones	131	1	132	97%	10
C/ Andorra	218	12	230	104%	30
C/ Chipre	28		28	100%	3
C/ de Seo de Urgel	62		62	100%	6
C/ Francia	199		199	97%	14
C/ Grecia	97	11	108	89%	0
C/ Holanda	5		5	100%	1
C/ Italia	130	3	133	100%	13
C/ Malta	49	4	53	106%	8
C/ Portugal	143	13	156	108%	26
C/ Turquía	26	3	29	107%	5
Pso de Estoril	53	4	57	98%	5
Pso del Olimpo	163	2	165	101%	17
Bolsa Pso de Setúbal	427	0	427	80%	0
Total general	1.731	53	1.784	94%	138

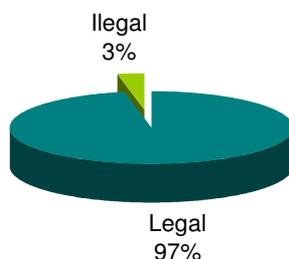
El déficit en el periodo de tarde aumenta considerablemente en esta zona comercial llegando hasta las 138 plazas. De nuevo son las calles Andorra y Portugal las que presentan mayores déficits de aparcamiento con 30 y 26 plazas, respectivamente.

Ilustración 20: Demanda de tarde zona comercial calle Portugal



En total en el ámbito se han contabilizado 53 vehículos aparcados ilegalmente, lo que supone un 3% sobre el total. La calle con mayor ilegalidad del ámbito es el eje comercial principal, calle de Portugal, con 13 vehículos mal estacionados.

Gráfico 59: % de Reparto demanda de tarde. Zona comercial calle Portugal

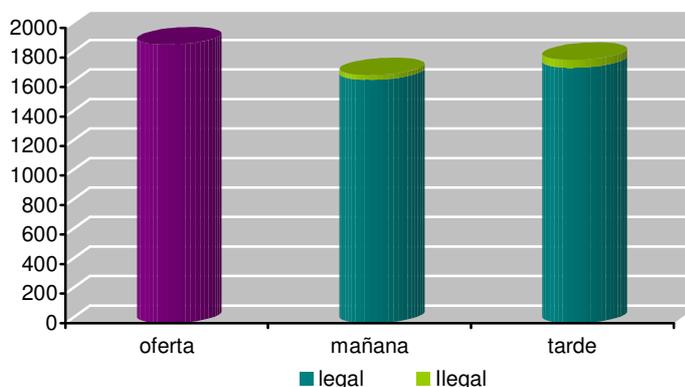


Por tanto, a modo de resumen, cabe destacar que la zona comercial tradicional de la calle de Leganés cuenta con 1.627 plazas, en relación a la demanda y en función de si el vehículo se encuentra estacionado de forma legal o ilegal tenemos:

Tabla 37: Resumen inventarios Zona comercial calle Portugal

	Legal	Ilegal	Demanda	% Ilegal	%Demanda	Déficit
Mañana	1649	32	1.681	1,9%	89,0%	54
Tarde	1.731	53	1.784	3,0%	94,5%	138

Gráfico 60: Resumen de demanda Zona comercial calle de Portugal



Los datos reflejan que los mayores porcentajes de demanda se dan en el periodo de tarde alcanzando el 95% de ocupación. En este periodo el 97% de los vehículos se encuentran correctamente estacionados y el 3% restante están aparcados de forma ilegal. En el periodo de mañana la ocupación es ligeramente inferior situándose en el 89%, porcentaje que aún se considera alto desde el punto de vista de la saturación del aparcamiento de la zona. Del mismo modo la ilegalidad disminuye, aunque muy ligeramente, en este periodo, representando un 2%, siendo el restante 98% los vehículos estacionados correctamente.

6.4.5 *Carga y descarga*

En el presente capítulo se analizan la situación de la carga y descarga de mercancías en las zonas comerciales tradicionales de Fuenlabrada. Este análisis se centra en las operaciones de carga y descarga que se realizan en las zonas de aparcamiento reservadas para tal efecto y que resultan fundamentales en estas zonas de actividad comercial, ya que, tal y como se comentaba anteriormente, la ocupación ilegal de estas plazas reservadas genera consecuencias como el aumento de costes de distribución, efectuar tareas de carga y descarga en doble fila, etc.

En el presente apartado se analizará, en primer lugar, las condiciones de oferta existentes. Por un lado, la regulación que se aplica al estacionamiento para la carga y descarga y, posteriormente, se evalúa la oferta física de zonas reservadas de carga y descarga.

El estudio de la demanda de zonas de carga y descarga se ha centrado en los datos obtenidos en los conteos de ocupación realizados en los itinerarios de rotación fijados, definiendo así la tasa de ocupación y el grado de ocupación ilegal de las zonas reservadas.

6.4.5.1 *Regulación*

En la actualidad no existe ninguna normativa que regule y defina el uso de los espacios reservados para las actividades de carga y descarga del municipio de Fuenlabrada.

La única regulación existente al respecto es la ordenanza fiscal de tasa por entradas de vehículos a través de las aceras y las reservas en la vía pública para aparcamientos exclusivos y carga y descarga de cualquier clase.

Esta ordenanza fiscal tan solo recoge el precio por reserva en función de su uso y de la categoría de la calle, quedando sin definir los espacios reservados a tal efecto, el tipo de señalización, horarios, permanencia máxima, las condiciones de carga y descarga en las zonas peatonales o de coexistencia, etc.

En el diagnóstico del PMUS de Fuenlabrada se ha detectado esta carencia de regulación de las actividades de carga y descarga de mercancías, por lo que está prevista la propuesta de normativa en este aspecto como parte de la fase de propuestas del PMUS.

6.4.5.2 *Oferta de plazas reservadas para carga y descarga*

Formando parte del trabajo de campo efectuado para el estudio de las áreas comerciales tradicionales se ha realizado un inventario de las zonas de carga y descarga existentes en los ámbitos de influencia del municipio de Fuenlabrada, cuyo objetivo es conocer el número de plazas, su situación en el ámbito, el horario y la limitación de tiempo de carga y descarga en el caso de que existiese.

En las zonas comerciales tradicionales del municipio existen un total de 11 zonas de carga y descarga cuya distribución y características se muestran a continuación:

Tabla 38: Principales características zonas de carga y descarga de las zonas comerciales tradicionales.

ID	Zona	Vía	Plazas	Tipo	Horario	Limitación
1	Leganés	C/ Delicias	2	Línea	Laborables 08:00-20:00	No
2	Leganés	C/ Humilladero	4	Línea	Laborables 08:00-20:00	No
3	Leganés	C/ Leganés	5	Batería	Sin horario	No
4	Leganés	Av Fco J Sauquillo	3	Línea	08:00-20:00	No
5	Leganés	C/ Ávila	4	Batería	08:00-20:00	No
6	Leganés	C/ Ávila	5	Batería	Laborables 08:00-20:00	No
7	Leganés	Av Fco J Sauquillo	4	Línea	Laborables 08:00-14:00	No
8	Portugal	Pso de Estoril	6	Línea	Laborables 08:00-20:00	No
9	Portugal	C/ Portugal	3	Línea	Laborables 08:00-14:00 16:30-20:00	No
10	Portugal	C/ Portugal	3	Línea	Laborables 08:00-14:00 16:30-20:00	No
11	Portugal	C/ Portugal	2	Línea	L-V 08:00-14:00 16:30-20:00	15 min

Esas 11 zonas de carga y descarga suponen un total de 41 plazas reservadas a estas actividades en el ámbito de influencia, de las que 27 de estacionamiento en línea y 14 en batería.

A nivel general se debe prever al menos una zona de carga y descarga por cada 7 establecimientos comerciales. Así mismo, estas zonas deberán situarse a una distancia nunca superior a 150 metros de cualquier establecimiento minorista.

Partiendo de estas premisas se puede analizar a nivel general si el número de zonas de carga y descarga de las zonas comerciales tradicionales es el recomendable. Según el censo de locales realizado, la zona comercial de la calle de Leganés cuenta con un total de 521 establecimientos comerciales. Por tanto, las 7 zonas de carga y descarga con un total de 27 plazas de que dispone resulta una cifra algo escasa si lo comparamos con las recomendaciones anteriormente descritas. De igual forma la zona comercial de la calle Portugal cuenta con 253 establecimientos y tan solo dispone de 4 zonas de carga y descarga con un total de 14 plazas disponibles.

En las zonas comerciales tradicionales de Fuenlabrada se ha detectado una escasez de zonas de carga y descarga, que más adelante se comprobará si se corrobora con la percepción de los comerciantes en este aspecto.

A parte de estas zonas de carga y descarga de mercancías, en el ámbito de la calle de Leganés se han localizado reservas destinadas a servicios públicos. En la calle del Tesillo existe una zona reservada para las tareas de carga y descarga de correos y en las calles de los ángeles y Lima existen alrededor de 20 plazas reservadas a servicios oficiales y policía.

Ilustración 21: Zona reservada para carga y descarga de correos en calle del Tesillo



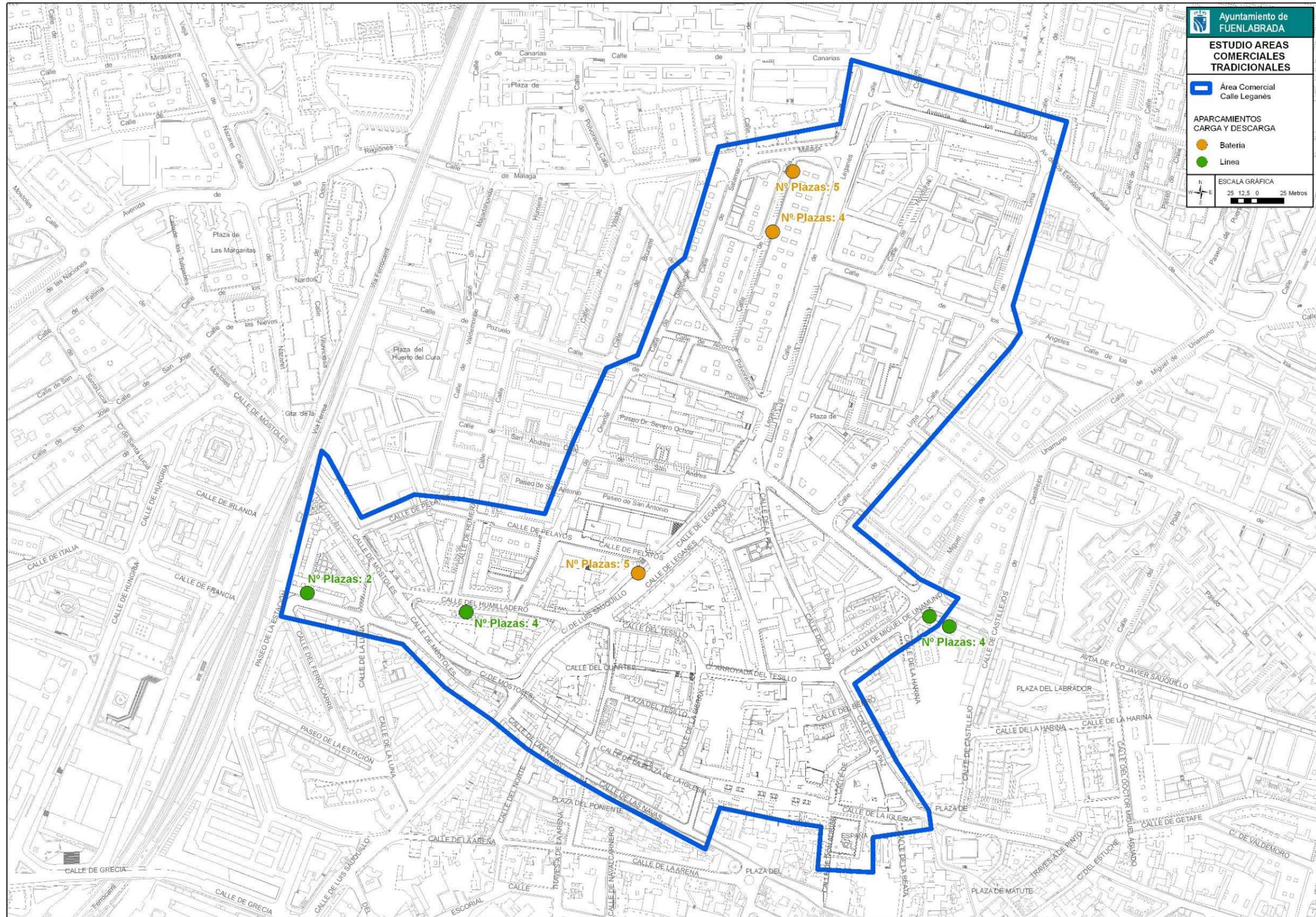
Estas zonas reservadas a servicios públicos específicos no se han contabilizado dentro de la oferta general de plazas de carga y descarga.

La calle de la Plaza que constituye el área peatonal de la zona comercial de la calle de Leganés, permite el acceso para tareas de carga y descarga en el horario comprendido entre las 08:00 y 12:00 horas.

Ilustración 22: Carga y descarga en el área peatonal de la zona comercial de la calle Leganés



Ilustración 23: Carga y descarga Zona comercial tradicional de la calle Leganés

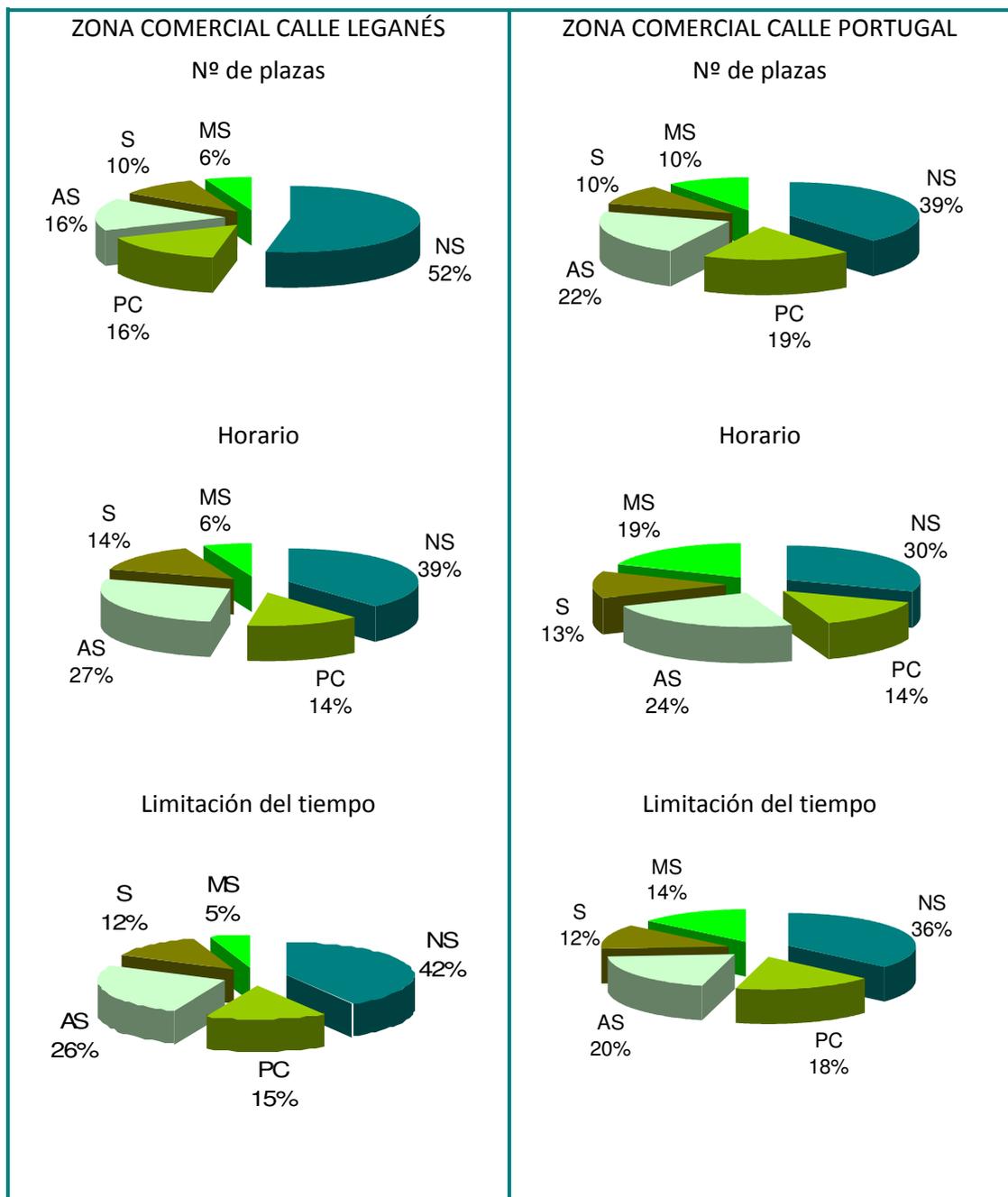


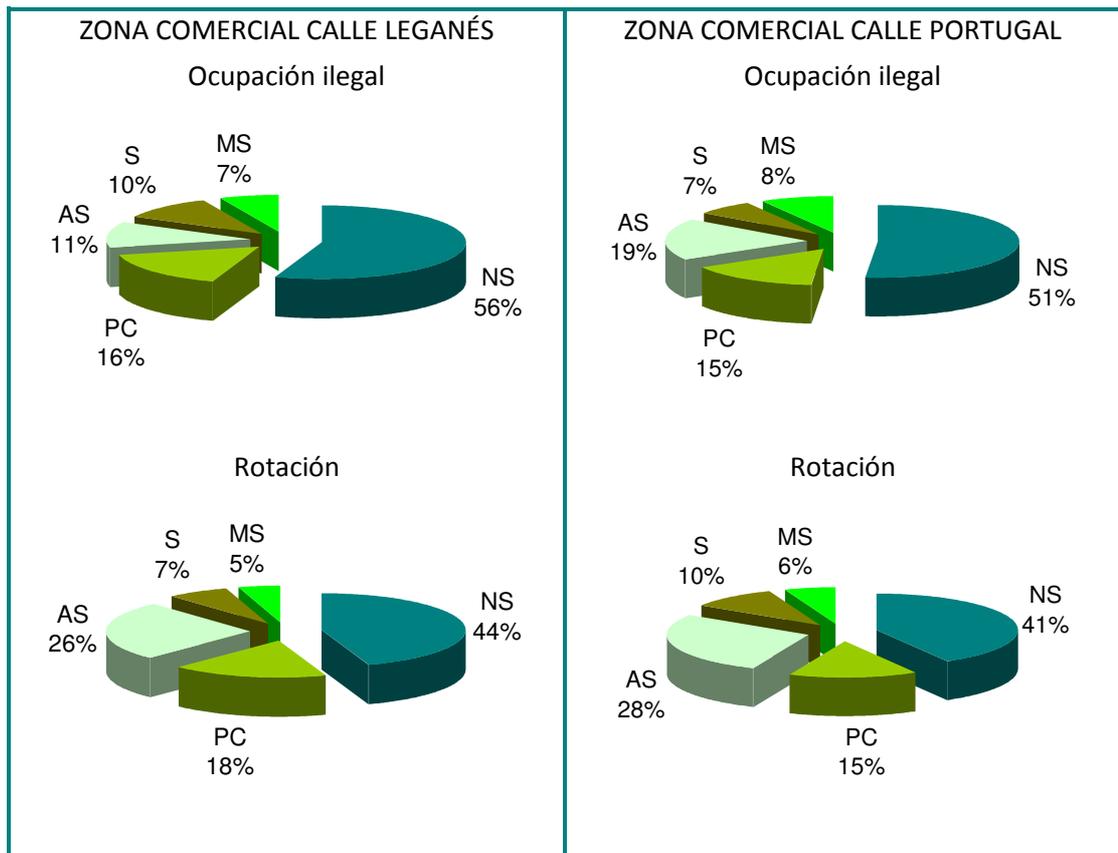
6.4.5.3 Percepción de la oferta de plazas de carga y descarga.

En las encuestas realizadas en las zonas comerciales tradicionales a los comerciantes se les ha pedido que valoren del 1 al 5 diversos aspectos relativos a la carga y descarga de la zona según su grado de satisfacción obteniéndose los siguientes resultados:

(1) NS	Nada Satisfecho	(2) PC	Poco Satisfecho	(3) AS	Algo Satisfecho
(4) S	Satisfecho	(5) MS	Muy Satisfecho		

Gráfico 61: Grado de satisfacción de los comerciantes respecto a la carga y descarga





En general los comerciantes se muestran muy poco satisfechos con las distintas características de las zonas de carga y descarga. Destaca en ambas zonas el porcentaje de comerciantes encuestados que se muestran nada satisfechos con la ocupación ilegal de estas plazas reservadas, 56% en la calle Leganés y 51% en el caso de la calle Portugal.

En la calle Leganés también resulta significativo que el 52% de los comerciantes entrevistados se muestran nada satisfechos con las plazas reservadas en el ámbito para carga y descarga. En el caso de la calle Portugal son de la misma opinión el 39% de los encuestados.

En la zona de la calle Portugal la característica que cuenta con un mayor porcentaje de comerciantes muy satisfechos es la del horario para la realización de las tareas de carga y descarga con un 19%. En el caso de la calle Leganés es la ocupación ilegal con un 7%.

También se les ha cuestionado a los comerciantes sobre las medidas que adoptaría para mejorar las zonas reservadas para carga y descarga, obteniéndose los siguientes resultados:

Tabla 39: Medidas de mejora para las zonas de carga y descarga

Medida	ZC Leganés	ZC Portugal
Aumentar nº de plazas	14%	11%
Ampliar horario	2%	3%
Aumentar vigilancia	8%	9%
Implantar un sist de reparto inteligente de carga y descarga	19%	22%
Carga y descarga nocturna	2%	7%
Aumentar nº de plazas + otras medidas	16%	19%
Ampliar horario + otras medidas	4%	6%
Aumentar vigilancia + otras medidas	8%	9%
Combinación de varias medidas	26%	14%

En la zona comercial de la calle Leganés el mayor porcentaje de los comerciantes encuestados, 26%, se han inclinado por la combinación de medidas para la mejora de la carga y descarga, seguido del 19% que opta por la implantación de un sistema inteligente de reparto de carga y descarga. Esta última medida es la más elegida con un 22% por los comerciantes de la zona comercial de la calle Portugal encuestados, seguida de la combinación del aumento del número de plazas con otras medidas.

Resulta curioso la escasa recomendación de la medida de aumento de la vigilancia, 8% en la zona de la calle Leganés y 9% en la de Portugal, si tenemos en cuenta que la ocupación ilegal era uno de los aspectos con los que menos satisfechos se mostraban en las preguntas sobre satisfacción anteriormente expuestas.

6.4.5.4 Demanda de carga y descarga

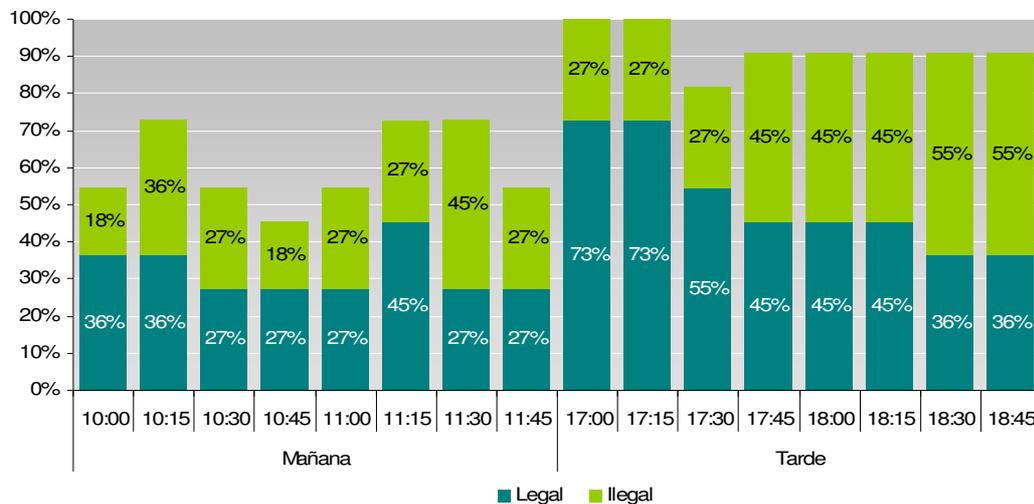
Para cuantificar la demanda de las zonas de carga y descarga de las áreas comerciales tradicionales se ha procedido a realizar una prospección de demanda en las zonas de carga y descarga en el ámbito de influencia de las zonas comerciales tradicionales de Fuenlabrada. Esta prospección se ha realizado cada 15 minutos durante dos horas por la mañana y dos horas por la tarde. Los datos recogidos han sido el porcentaje de ocupación tanto legal como ilegal para tres puntos de carga y descarga representativos de cada ámbito.

La demanda en el ámbito de las zonas comerciales de Fuenlabrada se ha analizado en función del porcentaje de ocupación. Dicho porcentaje de ocupación se define como el número de vehículos aparcados en una zona reservada de carga y descarga entre la capacidad teórica de dicha zona. La capacidad teórica de la zona de carga y descarga se ha establecido a partir de la longitud de cada zona y una longitud media de un vehículo de carga y descarga estándar (furgoneta).

En primer lugar analizaremos las prospecciones realizadas en la **zona comercial de la calle Leganés**. En términos generales la demanda del periodo de tarde se caracteriza por ser más estable y superior a la de mañana.

En el periodo de mañana la ocupación máxima registrada asciende al 73% y es alcanzada de forma puntual a las 10:15 y a las 11:15, en esta ocasión se mantiene hasta las 11:45. En el periodo de tarde la ocupación máxima asciende hasta el 100% y se alcanza a las 17:00 con el inicio de la actividad comercial, luego se reduce, para mantenerse estable hasta el final del periodo analizado en el 90%.

Gráfico 62: % de demanda legal e ilegal en las zonas de carga y descarga. Zona comercial calle Leganés

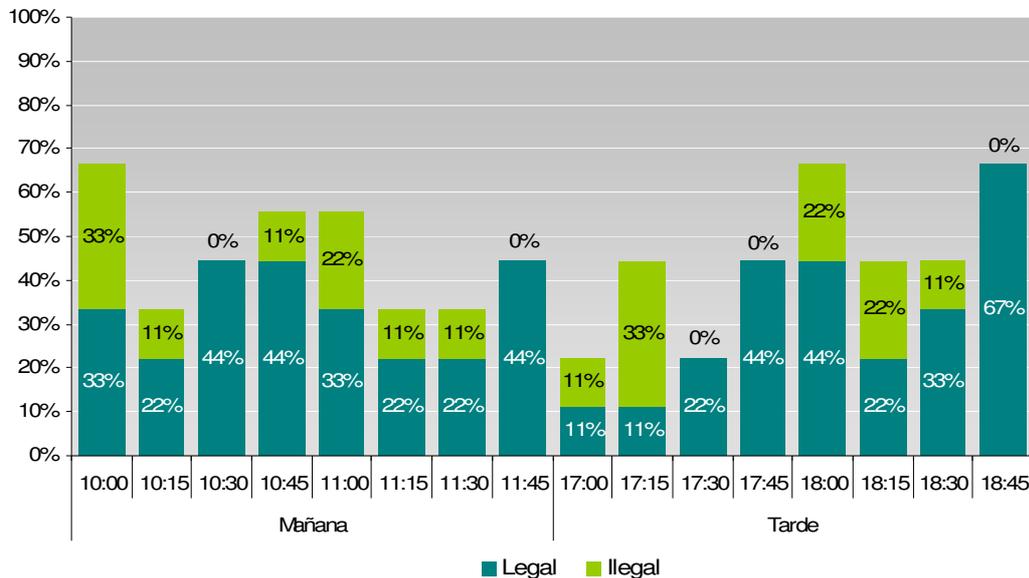


En cuanto a los mayores porcentajes de ilegalidad (estacionamientos indebidos, mal aparcados etc...), éstos se producen en el periodo de tarde, llegando incluso situarse por encima de los legales.

Las prospecciones de demanda realizadas en las zonas de carga y descarga de la **zona comercial tradicional de la calle de Portugal** reflejan, en general una ocupación menor, de la que se produce en el ámbito de la calle de Leganés. Uno de los puntos en los que se ha realizado el inventario cuenta con una limitación de 15 minutos para realizar las tareas de carga y descarga, lo que contribuye a facilitar la rotación de los vehículos.

El mayor porcentaje de demanda alcanzado queda fijado en el 67% y es alcanzado de forma puntual a primera hora de la mañana (10:00) y a las 18:00 y 18:45 durante el periodo de tarde., destacando que en este último caso no existe porcentaje alguno de ilegalidad.

Gráfico 63: % de demanda legal e ilegal en las zonas de carga y descarga. Zona comercial calle Portugal



Los mayores porcentajes de ilegalidad quedan fijados en el 33%, porcentaje registrado a las 10:00 y a las 17:15, siendo en este último caso superior al porcentaje de demanda legal.

6.4.5.5 Tiempo de estancia en zonas de carga y descarga

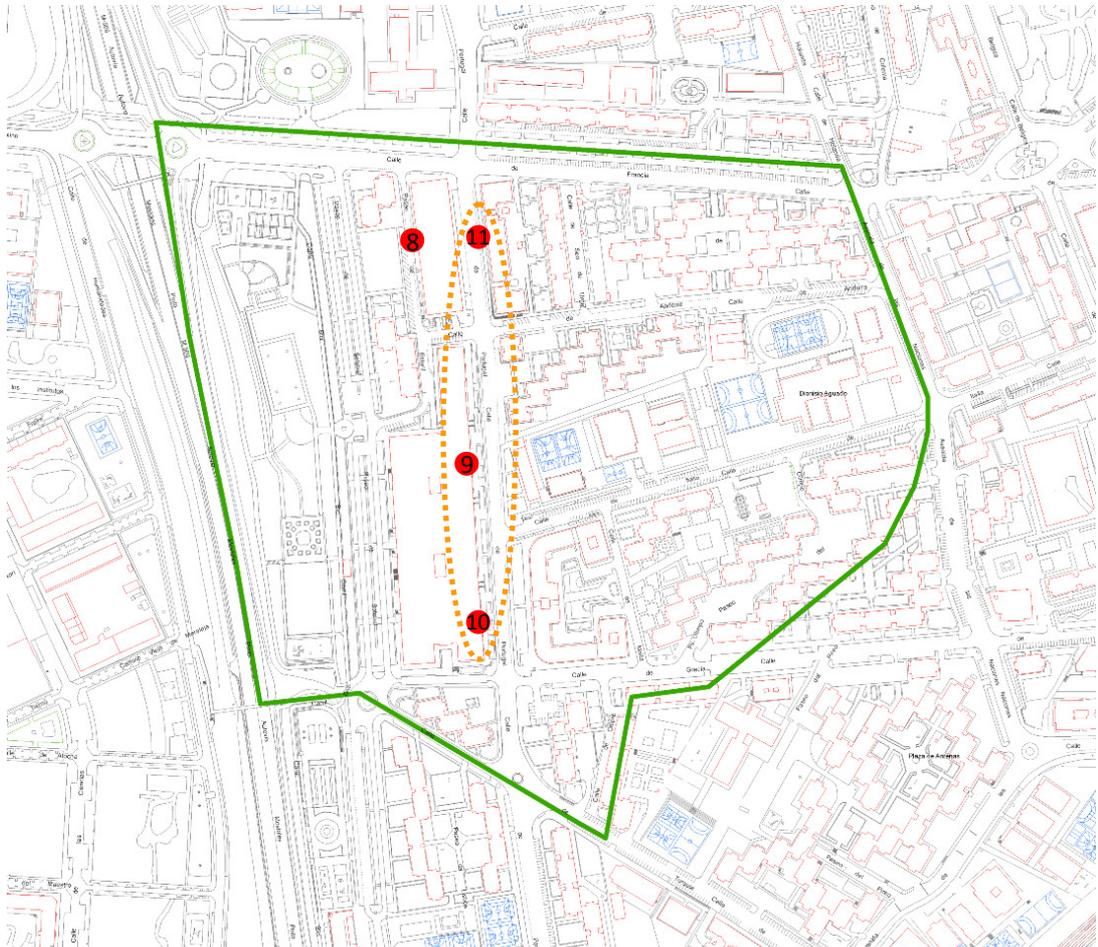
Además de la prospección de demanda se han realizado itinerarios de rotación entre puntos de carga y descarga en cada una de las zonas comerciales tradicionales con el objetivo de determinar la estancia media de permanencia de los vehículos en dichas zonas. Se han aforado una serie de itinerarios representativos en cada una de las zonas comerciales tradicionales. Estos itinerarios son los siguientes.

Tabla 40: Localización zonas de carga y descarga áreas comerciales tradicionales.

Zona comercial calle Leganés		Zona comercial calle Portugal	
ID	Dirección	ID	Dirección
3	C/ Leganés	9	C/ Portugal
5	C/ Ávila	10	C/ Portugal
6	C/ Ávila	11	C/ Portugal

Se ha realizado un itinerario de rotación formado por tres puntos de carga y descarga en cada una de las zonas comerciales tradicionales, permitiendo la toma de matriculas cada 15 minutos en cada punto de carga y descarga, anotando los vehículos aparcados de forma legal e ilegal. Se considera ocupación ilegal de la plaza reservada para carga y descarga aquellos casos en que el vehículo está aparcado sin realizar actividades de carga y descarga ni se trata de una parada, entiendo por esta un estacionamiento de corta

Ilustración 26: Localización itinerarios de rotación de carga y descarga. Zona comercial calle Portugal



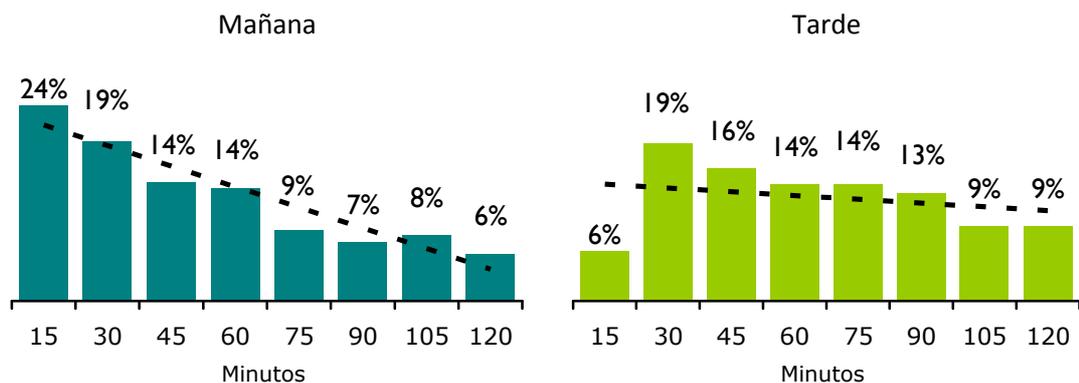
En la **zona comercial de la calle de Leganés** los tiempos de estancia de los vehículos en las zonas de carga y descarga en el periodo de tarde resulta superior a la del periodo de mañana. Cerca de la cuarta parte de los vehículos estacionados en las zonas de carga y descarga en horario de mañana lo hacen en un periodo de tiempo inferior a 15 minutos, porcentaje que se reduce de forma significativa hasta el 6% por la tarde.

A continuación estarían los estacionamientos de duración entre los 15 y 30 minutos con aproximadamente el 20% de los vehículos inventariados tanto en periodo de mañana como en el de tarde, mientras que entre 30 y 45 minutos serían alrededor del 15% para ambos periodos y son un 14% los que o han hecho durante una hora. Por último, cerca del 30% de los vehículos han permanecido en las zonas de carga y descarga por periodos superiores a una hora en el periodo de mañana, cifra que aumenta hasta el 45% en el caso de la tarde.

Tabla 41: Tiempos de estancia por itinerarios de rotación realizados Zona comercial de la calle Leganés

Tiempo estancia	Mañana				Tarde			
	Media	Punto 3	Punto 5	Punto 6	Media	Punto 3	Punto 5	Punto 6
15 min.	23,6%	32,5%	27,8%	15,6%	6,0%	11,9%	5,0%	2,9%
30 min.	19,3%	17,5%	22,2%	18,8%	19,2%	21,4%	20,0%	17,4%
45 min.	14,3%	15,0%	22,2%	9,4%	15,9%	16,7%	17,5%	14,5%
60 min.	13,6%	10,0%	13,9%	15,6%	13,9%	14,3%	12,5%	14,5%
75 min.	8,6%	10,0%	5,6%	9,4%	13,9%	11,9%	15,0%	14,5%
90 min.	7,1%	5,0%	2,8%	10,9%	12,6%	11,9%	10,0%	14,5%
105 min.	7,9%	5,0%	5,6%	10,9%	9,3%	7,1%	10,0%	10,1%
120 min.	5,7%	5,0%	0,0%	9,4%	9,3%	4,8%	10,0%	11,6%

Gráfico 64: Tiempos medios de estancia Zona comercial calle Leganés



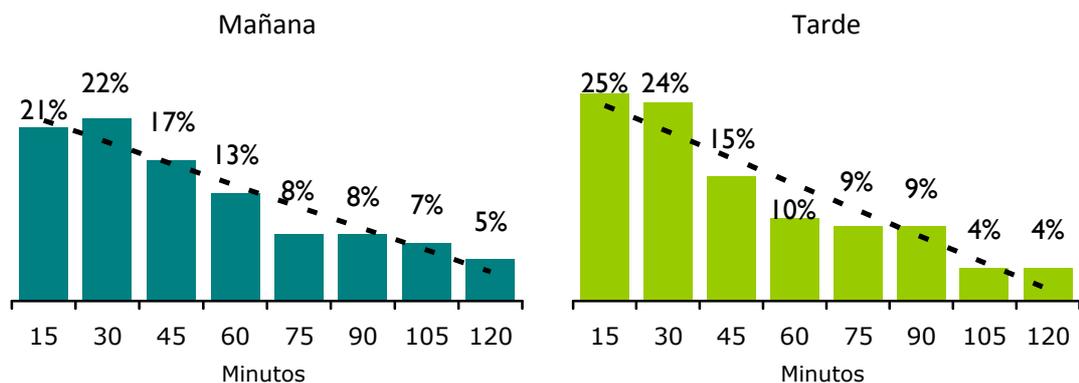
Realizando el mismo análisis para la **zona comercial de la calle de Portugal**, se ha obtenido que en el periodo de tarde, existe un mayor porcentaje de estacionamientos de corta duración en comparación con el periodo de mañana. Concretamente alrededor del 50% de los vehículos permanece menos de 30 minutos estacionados en las zonas de carga y descarga. Este porcentaje se reduce al 42% en el periodo de mañana.

Los vehículos que prolongan su estacionamiento durante 45 minutos suponen un 16% por la mañana y un 14% por la tarde. Durante la mañana son un 13% los vehículos estacionados durante una hora, porcentaje que disminuye significativamente durante la tarde situándose en un 2,8%. Por último, los vehículos estacionados por periodos superiores a una hora suponen aproximadamente una cuarta parte del total tanto en periodo de mañana como en el de tarde.

Tabla 42: Tiempos de estancia por itinerarios de rotación realizados Zona comercial de la calle Portugal

Tiempo estancia	Mañana				Tarde			
	Media	Punto 10	Punto 11	Punto 9	Media	Punto 10	Punto 11	Punto 9
15 min.	20,9%	12,5%	18,4%	32,4%	25,2%	41,7%	20,0%	15,4%
30 min.	21,7%	20,0%	26,3%	18,9%	24,3%	25,0%	25,0%	23,1%
45 min.	16,5%	20,0%	15,8%	13,5%	14,8%	13,9%	15,0%	15,4%
60 min.	13,0%	15,0%	13,2%	10,8%	10,4%	2,8%	12,5%	15,4%
75 min.	7,8%	7,5%	5,3%	10,8%	8,7%	5,6%	7,5%	12,8%
90 min.	7,8%	7,5%	7,9%	8,1%	8,7%	5,6%	10,0%	10,3%
105 min.	7,0%	10,0%	7,9%	2,7%	4,3%	2,8%	5,0%	5,1%
120 min.	5,2%	7,5%	5,3%	2,7%	3,5%	2,8%	5,0%	2,6%

Gráfico 65: Tiempos medios de estancia Zona comercial calle Portugal



6.4.5.6 Conclusiones

Cabe destacar la falta de regulación de las zonas de carga y descarga existente en la actualidad en el municipio de Fuenlabrada. Lo que significa que no existe normativa alguna que defina horarios de carga y descarga según área en las zonas señalizadas a tal efecto, tiempos de estancia y tipo de vehículos y permisos necesarios.

La única regulación existente sobre el tema es la ordenanza fiscal de tasa por entradas de vehículos a través de las aceras y las reservas en la vía pública para aparcamientos exclusivos y carga y descarga de cualquier clase, en la que tan solo se recoge el precio por reserva en función de su uso y de la categoría de la calle.

Las zonas reservadas para carga y descarga están indicadas con señalización vertical y horizontal que delimitan perfectamente el área afectada y el horario en el que es válida esa reserva.

Se ha detectado una escasez de plazas reservadas para tareas de carga y descarga en ambas zonas comerciales, situación también percibida por los comerciantes de la zona que muestran, en general, un bajo grado de satisfacción con los distintos aspectos de las zonas de carga y descarga de mercancías.

La ocupación de las zonas reservadas de las áreas comerciales tradicionales de Fuenlabrada durante un día laborable es muy elevada, sobretodo en el caso de la zona de la calle de Leganés que en el periodo de tarde la demanda no disminuye del 80%. Lo que si parecen reflejar los datos disponibles es una muy **alta duración de las estancias**.

Por último indicar que la ocupación de zonas de carga y descarga es en un **porcentaje elevado de ocupación ilegal**. Es decir, en general se trata de vehículos que no realizan carga y descarga y que ocupan las plazas durante periodos prolongados. Esto puede deberse a la **falta de vigilancia**.

6.5 Transporte público

Según la encuesta telefónica de movilidad los desplazamientos en transporte público suponen un 21% del conjunto de los desplazamientos del municipio. El transporte público cobra mayor importancia conforme se alarga el recorrido de los desplazamientos. En los trayectos cortos tan solo representan el 9%, en los trayectos medios comienzan a ganar protagonismo, representado el 17% de los viajes y en los de largo recorrido (al exterior del municipio) el porcentaje de viajes realizados en transporte público aumenta hasta el 38%

Cabe destacar que si comparamos con la encuesta de movilidad realizada en 2004 el transporte público solo ha aumentado su participación sobre el total de viajes en los de corto recorrido, sin embargo en los de medio y largo recorrido ha disminuido.

Tabla 43: Distribución de la movilidad en transporte público por motivos. 2008

Motivo	Transporte Público	%
Trabajo	60.457	61,79
Estudios	11.084	11,33
Compras	2.547	2,60
Médico	6.807	6,96
Ocio	867	0,89
Gestiones	8.111	8,29
Acompañamiento escolar	2.027	2,07
Otros	5.941	6,07
Total	97.841	100

Fuente: ETM08

Los desplazamientos realizados en Fuenlabrada en transporte público motivados por las compras tan solo representan un 2,60%, que junto con el acompañamiento escolar resulta uno de los motivos para los que menos se utiliza este modo de transporte y que sería importante potenciar dada la saturación, tanto de tráfico como de aparcamiento, que se produce en las zonas comerciales tradicionales y de forma más acusada en la zona de la calle de Leganés.

6.5.1 Oferta

El transporte público de Fuenlabrada cuenta con tres modos principales: Cercanías, Metrosur y autobús. Este último se divide en dos grupos, las líneas urbanas, que comunican el interior del municipio y las interurbanas, que comunican Fuenlabrada con Madrid y con el resto de municipios del entorno.

Tabla 44: Oferta de transporte público de Fuenlabrada

Red	Nº Línea	Líneas	Nº Paradas
Cercanías	C5	Humanes – Móstoles el Soto	2
Metrosur	L12	Línea 12 Metrosur	5
Autobús urbano	L1	P.I. Sevilla – Loranca – Miraflores	69
	L2	Circular verde	46
	L3	Circular Roja	42
	L4	Arroyo Lafuente – Loranca	50
	L5	Servicio nocturno hospital	41
	L12	Directo Tren (Asepeyo – La Serna)	
	L13	Directo Tren (Naranjo – Fuenlabrada Central y La Serna)	7
Autobús interurbano	461	Madrid (Plaza Elíptica) – Parla	8
	482	Madrid (Aluche) – Fuenlabrada (Loranca)	19
	491	Madrid (Aluche) – Fuenlabrada (El Naranjo)	23
	492	Madrid (Aluche) – Fuenlabrada (Parque Granada)	32
	493	Madrid (Aluche) – Fuenlabrada (Loranca)	39
	455	Getafe – Pinto	5
	462	Getafe – Parla	8
	468	Getafe – Casarrubuelos / Serranillos	12
	471	Humanes – Pinto	51
	496	Leganés – Arroyomolinos	24
	497	Leganés – Las Colinas	24
	498	Móstoles – Moraleja - Fuenlabrada	10
	525	Fuenlabrada – Móstoles (Hospital)	22
	526	Fuenlabrada – Móstoles (FFCC)	22
	527	Móstoles (FFCC) – Fuenlabrada (Loranca)	17
	N-803	Getafe – Fuenlabrada	23
L-122	MetroBuho Getafe – Fuenlabrada		
L-123	MetroBuho Fuenlabrada – Móstoles – Alcorcón		

Fuente: ETM08

El municipio de Fuenlabrada cuenta con una completa red de transporte en el que figuran 26 líneas de transporte colectivo por carretera que conectan con Madrid y el resto de localidades del sur, así como 8 líneas de autobús urbanas que conectan el interior del municipio, la línea de cercanías C5 con dos paradas, La Serna y Fuenlabrada Central, y el Metrosur con 5 paradas, Parque de los Estados, Fuenlabrada Central, Parque Europa, Hospital de Fuenlabrada y Loranca.

6.5.1.1 Zona Comercial Calle Leganés

La calle de Leganés se configura como el eje central de Fuenlabrada por lo que cuenta con una comunicación excepcional. Por este eje comercial pasan y cuentan con varias paradas 9 de las 14 líneas diurnas ordinarias de autobuses interurbanos que recorren el municipio, así como todas las líneas de autobús urbano. En cuanto a las infraestructuras de mayor capacidad señalar que, aunque se sitúa fuera del ámbito de influencia, la parada de cercanías y de Metrosur de Fuenlabrada Central queda muy cerca del ámbito.

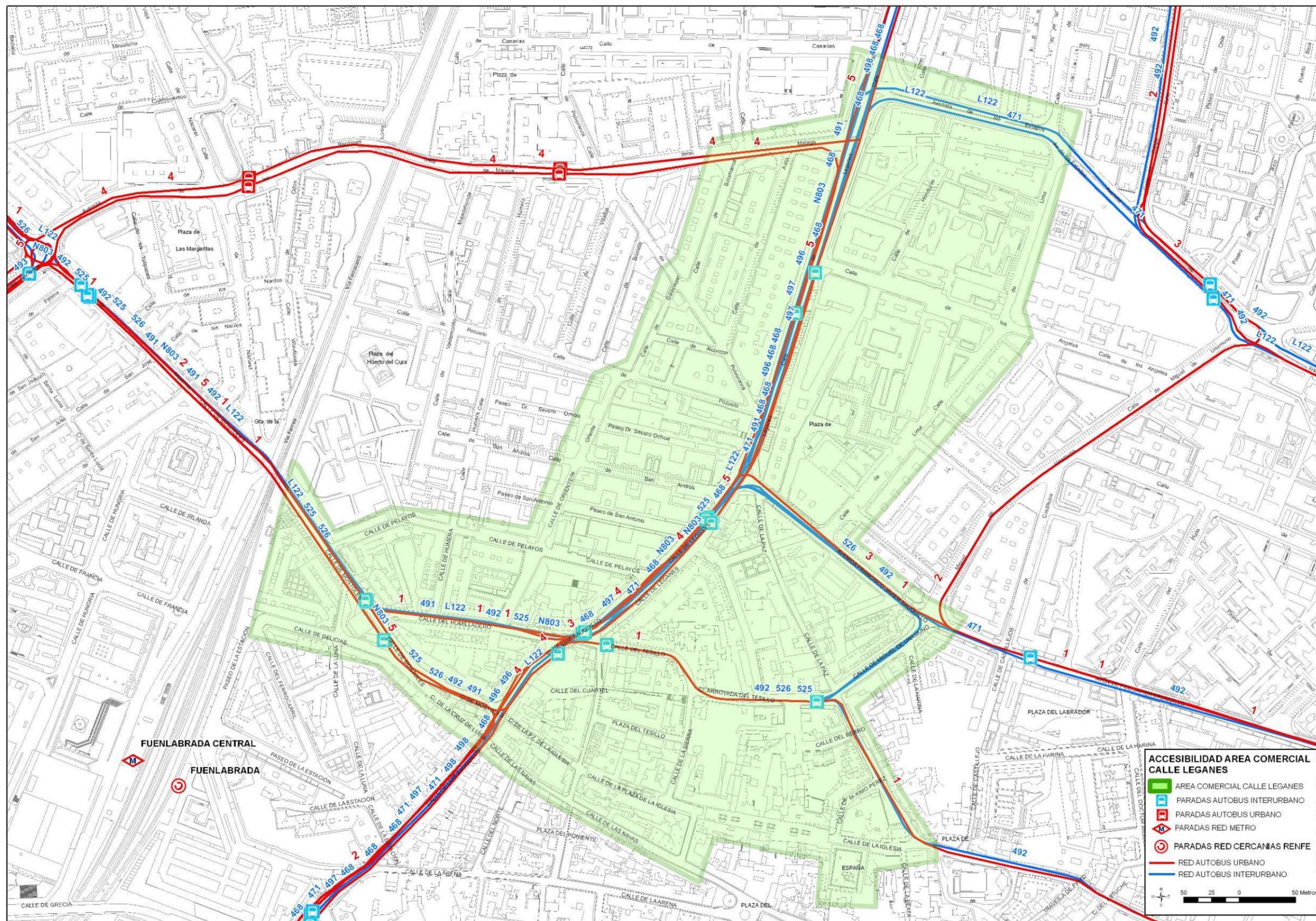
6.5.1.2 Zona Comercial Calle Portugal

La zona de la calle de Portugal se encuentra algo más alejada del centro histórico del municipio, aún así también cuenta con una buena cobertura de transporte público. Las calles por las que pasan la mayor parte de las líneas de autobús en el ámbito son la de Francia, que se configura como la vía de unión con Loranca, y la calle de Portugal.

Por el área de influencia delimitada pasan 3 de las 14 líneas diurnas ordinarias de la red de autobuses interurbanos del municipio, con paradas en las calles Francia y Portugal. Así mismo, todas las líneas de autobús urbanos pasan por esta zona comercial, las líneas 1 y 4 con parada en la calle de Francia y las 2 y 3 en la calle de Portugal.

Por último, en cuanto a las infraestructuras de mayor capacidad, señalar que, aunque se sitúa fuera del ámbito de influencia, la parada de Parque Europa situada en la calle de Francia queda cercana a esta zona comercial tradicional.

Ilustración 27: Red de transporte público. Zona comercial de la calle Leganés

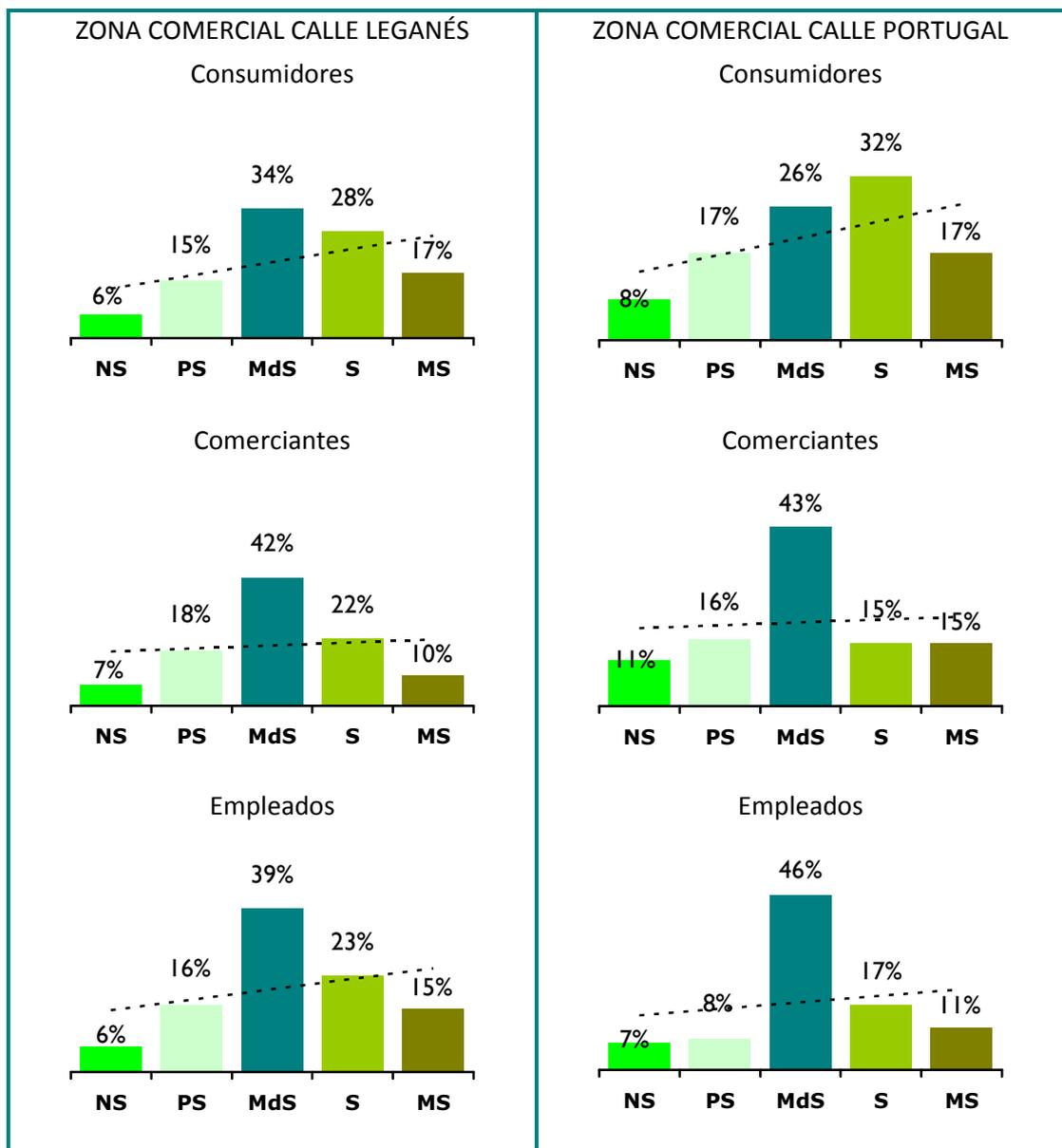


6.5.2 Percepción de la oferta

En las encuestas realizadas en las zonas comerciales tradicionales como parte de los trabajos de campo realizados para el presente estudio, se ha preguntado a los entrevistados sobre su grado de satisfacción con el transporte público que da servicio a las zonas comerciales tradicionales que han valorado en un rango del 1 al 5:

(1) NS	Nada Satisfecho	(2) PS	Poco Satisfecho	(3) MdS	Medianamente Satisfecho
(4) S	Satisfecho	(5) MS	Muy Satisfecho		

Gráfico 66: Grado de satisfacción transporte público zonas comerciales tradicionales



A grandes rasgos los usuarios que muestran un mayor grado de satisfacción con el transporte público son los consumidores, particularmente los de la zona de la calle Portugal. El resto de usuarios se muestran en general medianamente satisfechos en las dos zonas comerciales tradicionales del municipio.

6.5.3 Demanda

Los datos de demanda de viajeros de los distintos modos de transporte de Fuenlabrada han sido proporcionados por el Consorcio Regional de Transportes. La información es una serie de viajeros totales por línea para día laborable medio, festivo y sábados del mes de noviembre, que se caracteriza por ser el mes de máxima ocupación. Los datos están actualizados hasta 2007 a excepción del caso de cercanías, cuyo último dato disponible es de 2004.

Tabla 45: Viajeros en transporte público en el mes de noviembre de 2007 en Fuenlabrada.

Modo de transporte	Número de viajeros	Viajeros día medio
Autobús interurbano	1.662.138	64.279
Autobús urbano	387.939	15.320
Cercanías	*72.270	2.972
Metrosur	724.753	28.621
Total	2.813.367	111.192

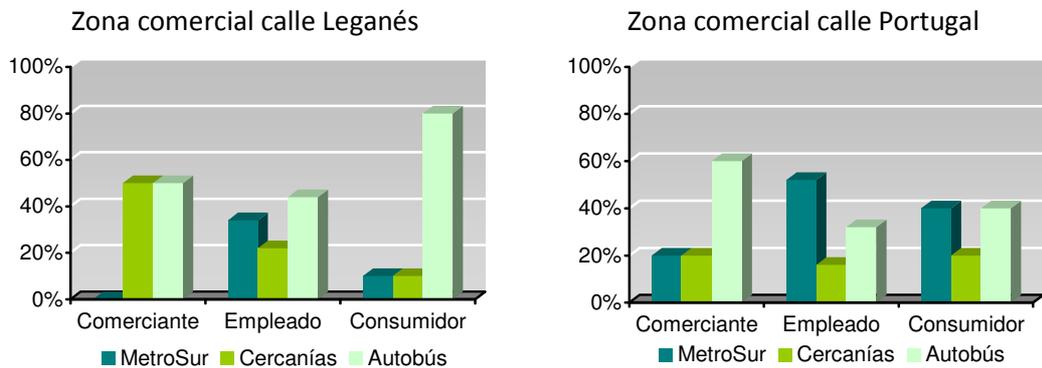
Fuente: Consorcio Regional de Transportes de Madrid

* Último dato disponible: Noviembre de 2004.

El modo de transporte que registra un mayor número de viajeros es el de autobuses interurbanos, teniendo la mayor parte de ellos parada en la zona comercial tradicional de la calle de Leganés y algunos en la de la calle de Portugal. El siguiente modo de transporte en número de viajeros es el Metrosur que cuenta con paradas fuera del ámbito, pero cercanas a las zonas comerciales tradicionales.

Centrándonos de lleno en las zonas comerciales tradicionales del municipio y utilizando la explotación de los datos obtenidos en las encuestas se obtiene que el porcentaje de personas que se desplazan hasta las zonas comerciales en transporte público resulta escaso, ya que en el caso de los visitantes prefieren mayoritariamente hacerlo en modos no motorizados o en su defecto en vehículo privado. En el caso de comerciantes se usa de forma masiva el vehículo privado. Por último los empleados son los que más usan este modo de transporte para acceder a las zonas comerciales y aún así, tan solo representan entre el 12 y 15% dependiendo de la zona comercial considerada.

De los encuestados que acceden a las zonas en transporte público se les ha preguntado que modalidad de las disponibles en Fuenlabrada, Metrosur, cercanías o autobús, utilizan:

Gráfico 67: Transporte público elegido para acceder a las zonas comerciales tradicionales


El tipo de transporte público más utilizado para acceder a la zona comercial de la calle Leganés es el autobús que es usado de forma mayoritaria por los visitantes, por la mayoría de los empleados y por la mitad de los comerciantes encuestados que acceden en transporte público. Este dato no es de extrañar puesto que la mayoría de los autobuses que pasan por el municipio tiene parada en la calle Leganés, por tanto se puede acceder a ella desde diversos puntos del municipio y de municipios aledaños.

En la zona comercial de la calle Portugal más de la mitad de los comerciantes encuestados que se trasladan en transporte público a la zona prefieren, también, el autobús. Algo más de la mitad de los empleados prefieren el MetroSur como modo de transporte a la zona y, por último, los consumidores encuestados utilizan el MetroSur y el autobús. En esta ocasión tanto el autobús como el MetroSur toman el papel protagonista en lo que a transporte público se refiere.

Como el autobús es uno de los modos más utilizados para acceder a estas zonas comerciales se les ha preguntado a los encuestados que se trasladan hasta las zonas comerciales en autobús en qué línea lo hacen con el objetivo de saber cuales son las más utilizadas por si fuera necesario tomar medidas para facilitar y fomentar el acceso a estas zonas en este modo de transporte público.

Tabla 46: Línea de autobús utilizada para acceder a las zonas comerciales tradicionales

Línea	Zona comercial calle Leganés	Zona comercial calle Portugal
1	7%	11%
2	7%	23%
3	7%	27%
4	9%	4%
468	11%	0%
471	3%	4%
491	18%	0%

Línea	Zona comercial calle Leganés	Zona comercial calle Portugal
492	3%	8%
493	3%	15%
496	12%	4%
497	9%	4%
525	2%	0%
526	9%	0%

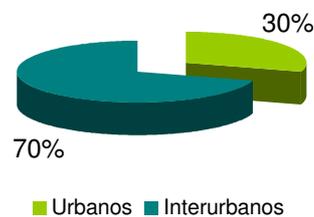
La línea más utilizada para acceder a la zona comercial de la calle Leganés es la 491, utilizada por el 18% de los encuestados, seguida de la 496, 12%, y la 468, 11%, el resto de líneas representan porcentajes por debajo del 10%.

En el caso de la zona de la calle Portugal las mayoritarias son la 3, 27%, la 2, 23%, la 493, 15%, y la 1 con 11%, el resto de líneas representan valores inferiores al 5%.

Si distinguimos entre líneas urbanas e interurbanas, en la zona comercial de la calle Leganés toman mayor protagonismo las interurbanas con un 70%. Sin embargo en la zona de la calle Portugal se intercambian los papeles resultando más utilizadas las líneas interurbanas con un 65%

Gráfico 68: Autobuses utilizados para acceder a las zonas comerciales tradicionales

Zona comercial calle Leganés



Zona comercial calle Portugal



6.5.4 Análisis de accesibilidad

La accesibilidad permite analizar de forma cuantitativa el correcto trazado de las líneas de transporte de Fuenlabrada y la adecuación de éstas a la demanda ya sea puntual por centros comerciales y equipamientos o constante por residentes y trabajadores.

Si se realiza un análisis de accesibilidad de forma global, es decir sin distinguir por modo de transporte, se obtiene que casi toda la población del municipio se encuentra cubierta por algún modo de transporte a una distancia inferior a 450 metros desde su lugar de residencia.

Si distinguimos entre los diversos modos de transporte se obtiene que la red de autobuses interurbanos es la que presenta una mayor cobertura, proporcionando una

parada de autobús a menos de 300 metros del lugar de residencia del 90% de la población fuenlabreña. A la misma distancia los autobuses urbanos proporcionan una cobertura superior al 75% de la población.

La accesibilidad de las infraestructuras de mayor capacidad como son el MetroSur y cercanías se miden en coberturas de mayor amplitud, 300 y 600 metros. En este tipo de infraestructuras la población cubierta en cada una de las paradas disminuye y pasan a depender de su conexión con otros modos de transporte. El MetroSur cubre alrededor del 50% de la población a una distancia inferior a los 600 metros, porcentaje que disminuye en el caso del cercanías hasta el 2%.

También se ha realizado un análisis de cobertura a los principales equipamientos existentes en Fuenlabrada que se configuran como focos atractores de viajes, entre los que se incluyen las zonas comárcales tradicionales del municipio. Las zonas comerciales tradicionales se configuran, por regla general, como focos generadores de viajes internos al municipio, por lo que resulta relevante la accesibilidad a las redes de transporte urbano.

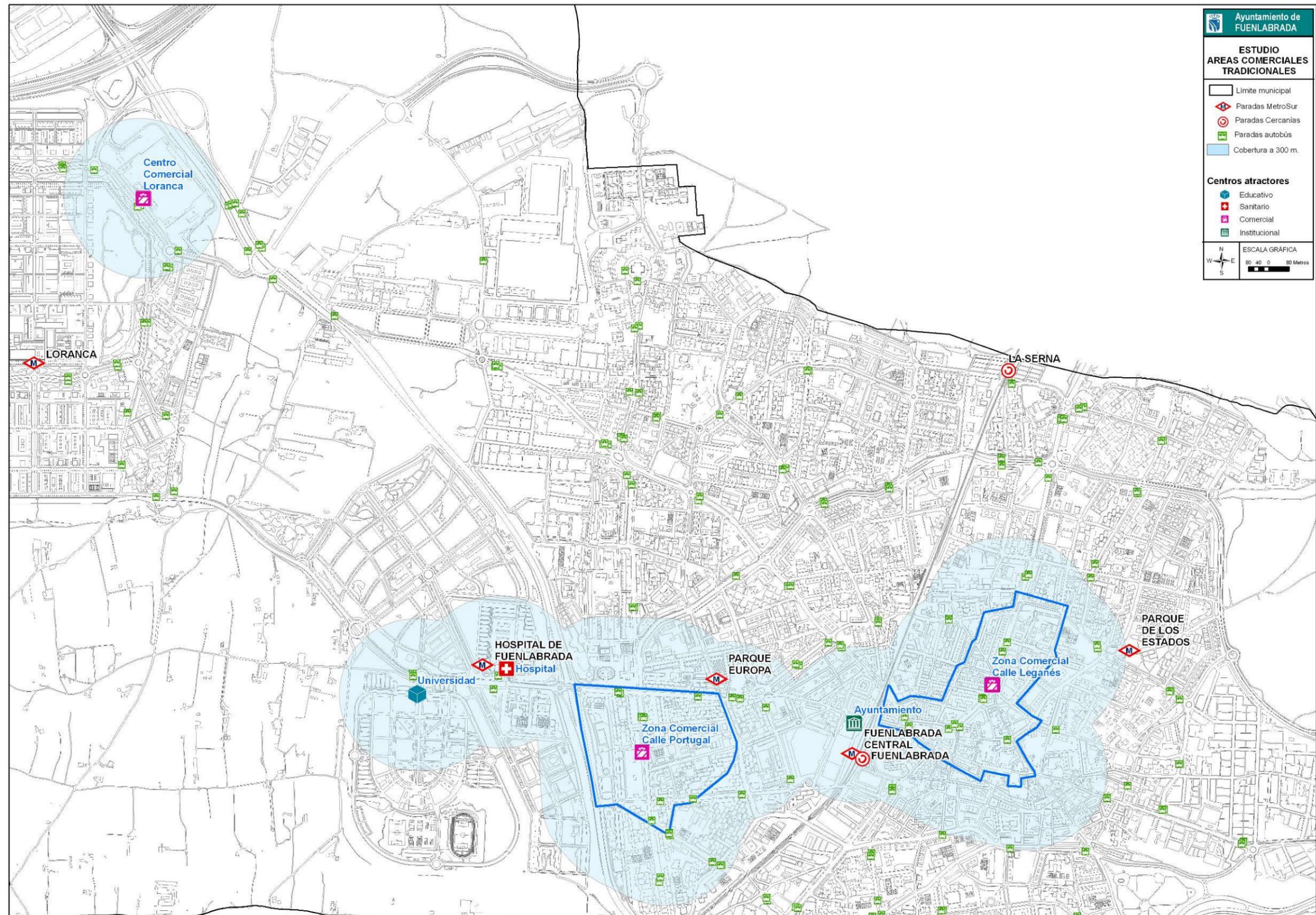
Tabla 47: Líneas con parada a menos de 300 metros de las zonas comerciales tradicionales.

Zona Comercial	Parada de Cercanías	Paradas MetroSur	Paradas autobús urbano por línea	Paradas autobús interurbano por línea
Calle de Leganés	Fuenlabrada	Fuenlabrada	1, 2, 3, 4	468, 471, 491, 492, 496, 497, 498, 525, 526
Calle de Portugal	---	Parque Europa	1, 2, 3, 4	492, 493, 496, 497, 498

Fuente: Elaboración propia

A continuación se muestra un plano en el que se resume la accesibilidad a los equipamientos de los distintos modos de transporte público presentes en Fuenlabrada, considerando un radio de cobertura de 300 metros.

Ilustración 29: Accesibilidad de los principales equipamientos.



Ayuntamiento de FUENLABRADA

ESTUDIO AREAS COMERCIALES TRADICIONALES

- Limite municipal
- Paradas MetroSur
- Paradas Cercanías
- Paradas autobús
- Cobertura a 300 m.

Centros atractores

- Educativo
- Sanitario
- Comercial
- Institucional

ESCALA GRÁFICA
0 40 80 Metros

Tal y como se puede apreciar en el plano de accesibilidad a los equipamientos ambas zonas comerciales tradicionales están totalmente cubiertas por los modos de transporte existentes en la actualidad.

Si nos centramos en cada una de las zonas comerciales tradicionales y escogiendo un punto central, también se puede observar la cobertura del transporte a radios de 100, 200 y 300 metros.

En el área comercial de la calle de Leganés se ha establecido como punto central el cruce de la misma con la calle Francisco Javier Sauquillo, por considerarse un de los puntos cruciales y de mayor importancia desde el punto de vista comercial.

En el caso de la zona comercial de la calle de Portugal el centro se ha establecido en la calle de Portugal entre los cruces con las calles Italia y Andorra.

Partiendo de esos puntos centrales se han establecido áreas de 100, 200 y 300 metros que reflejan el número de paradas que se sitúan dentro de cada área.

En la zona de la calle de Leganés la mayor parte de las paradas que entran dentro de estos radios de cobertura pertenecen a los autobuses interurbanos. En la zona comercial de la calle de Portugal se da la misma situación aunque se denota mayor presencia de autobuses urbanos. En ambas zonas quedan fuera de los radios de cobertura tanto el cercanías como el Metrosur.

Ilustración 30: Accesibilidad Zona comercial calle Leganés.

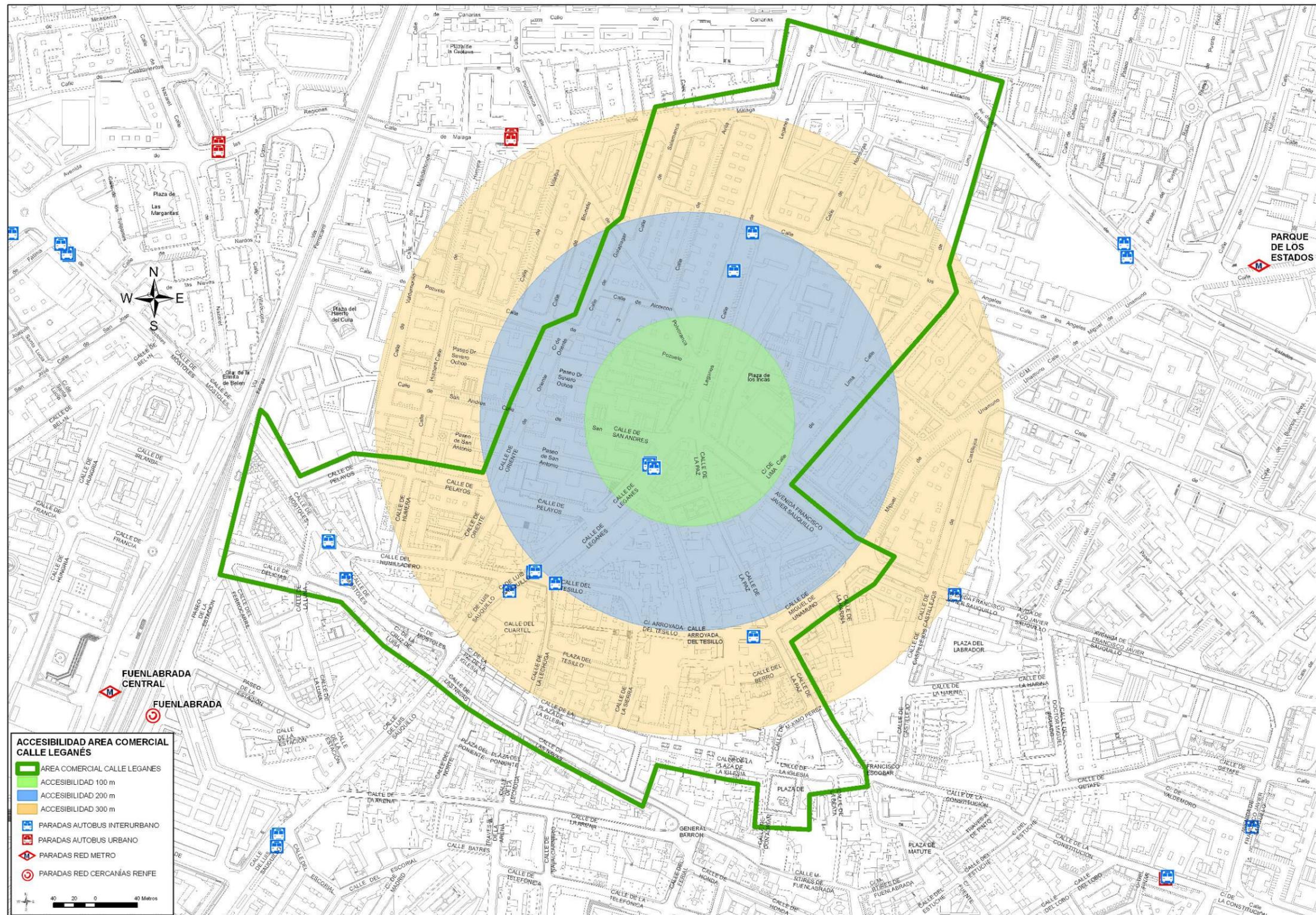
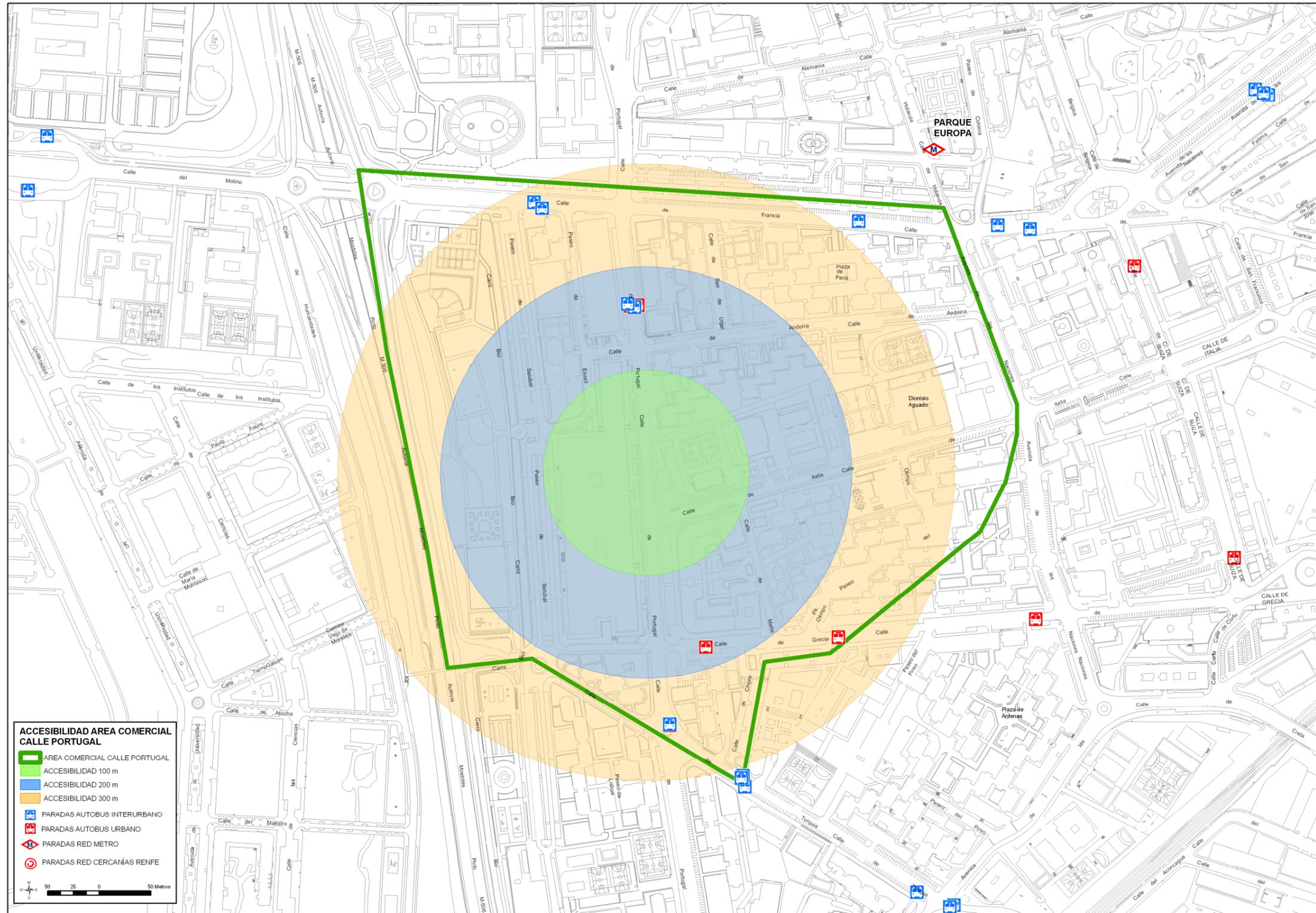


Ilustración 31: Accesibilidad Zona comercial de la calle Portugal



6.5.5 Accesibilidad peatonal a las paradas de autobús

Como parte de los trabajos de campo del PMUS de Fuenlabrada se realizó un inventario de las paradas de autobús del municipio. El resultado global del estudio de todo el municipio refleja que el 54,3% de las paradas del municipio no presenta ningún problema de accesibilidad.

En este inventario se ha valorado la accesibilidad peatonal de las mismas teniendo en cuenta los siguientes principios.

- Accesibilidad de itinerario peatonal hasta la parada valorando los aspectos:
 - Inexistencia de paso de peatones.
 - Presencia de barreras arquitectónicas
 - Falta de pavimento
 - Peligrosidad por falta o insuficiencia de acera.
- Accesibilidad de la parada desde acera y marquesina en base a los siguientes criterios:
 - Interrupción del paso.
 - Si hay que bajar de la calzada para colocarse en la marquesina.
 - Comodidad durante la espera.
 - Existencia de obstáculos entre el itinerario y el lugar de estancia.
- Accesibilidad al autobús, valorándose los siguientes aspectos:
 - Presencia de obstáculos (coches estacionados, mobiliario urbano, etc).
 - Distancia entre la parada y el lugar de detención del autobús.
- Grado de visibilidad, valorándose los siguientes criterios:
 - Estacionamiento permitido en las proximidades de la parada.
 - Obstáculos arquitectónicos.
 - Parada retrocedida
 - Relación tiempo de reacción / Velocidad de la vía.

Teniendo en cuenta estos criterios se ha recogido la problemática de la accesibilidad a las paradas de autobús de las zonas comerciales tradicionales de Fuenlabrada. Teniendo en cuenta las paradas de las zonas comerciales tan solo se han encontrado problemas de accesibilidad en dos, ambas pertenecientes a la zona comercial de la calle de Leganés.

Tabla 48: Relación de paradas de las zonas comerciales tradicionales con problemas de accesibilidad.

Zona Comercial	Localización	Accesibilidad comprometida			
		itinerario	Parada	Autobús	Visibilidad
Leganés	C/ Leganés - Polvoranca		X	X	X
Leganés	Arroyada del Tesillo	X	X	X	X

Fuente: Elaboración propia

La parada de la calle de Leganés cerca de su cruce con Polvoranca registra obstáculos por estacionamiento que dificultan el acceso peatonal a la parada y al autobús, así como la visibilidad entre el conductor y el viajero en espera.

Ilustración 32: Problemas de accesibilidad parada Leganés – Polvoranca por estacionamiento.



Por su parte en la parada de la calle Arroyada del Tesillo son varios los problemas de accesibilidad que registra, figurando en la lista de las paradas con problemas de estacionamiento, de obstáculos de mobiliario, de pasos de peatones sin rebaje y en la de paradas con deterioro de su mobiliario.

Ilustración 33: Problemas de accesibilidad parada Arroyada del Tesillo



Presencia de mobiliario urbano



Falta de rebajes en el paso de peatones

Por tanto a parte de los efectos causados por el estacionamiento de vehículos, esta parada presenta problemas en la accesibilidad física, transitabilidad y visibilidad debido a la presencia de mobiliario urbano. La existencia de paso de peatones sin bordillo rebajado para facilitar el acceso entre la calzada y la acera se presenta como un problema relativo a la accesibilidad de itinerario. Por último, registra un problema de deterioro parcial de la parada por incendio, posiblemente debido a su cercanía al mobiliario urbano, que compromete la información sobre localización, líneas y trayectos que proporciona.

El resto de paradas de la zona y la totalidad de las existentes en la zona comercial de la calle de Portugal se encuentran en excelente estado y no registran problemas de accesibilidad.

7 Benchmarking. Experiencias europeas y españolas

El comercio históricamente ha sido uno de los sectores que ha mostrado una mayor oposición a actuaciones favorables a los desplazamientos en modos no motorizados o transporte público, ya que tienen la concepción de que sus clientes acuden a realizar sus compras en coche.

En el caso de las propuestas de peatonalización la postura inicial de oposición de los comerciantes ha dado paso al apoyo de las mismas, una vez que reciben de forma palpable los beneficios que les aporta. Algunos de estos beneficios son: aumento del volumen de ventas, aumento del número de visitas, mejora de la calidad ambiental, revalorización del suelo comercial, etc.

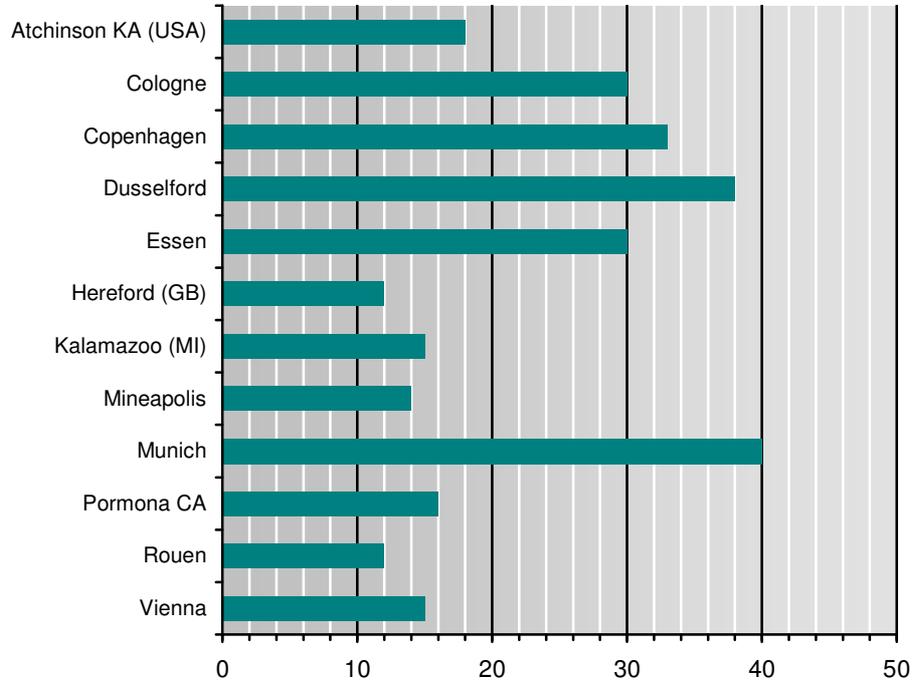
De la misma manera existe una convicción entre los comerciantes de que las medidas que limitan a los coches traerán consigo una reducción de la movilidad general y la disminución del número de visitas a la zona comercial. Sin embargo investigaciones realizadas en este sentido arrojan resultados totalmente contrarios a estas ideas preconcebidas. Por ejemplo, los resultados de un estudio realizado en **37 ciudades alemanas** por el instituto de investigación Unión de Ciudades Alemanas (Deutsches Institut für Urbanistik) demostró que la vitalidad de las zonas comerciales ubicadas en el centro urbano no era dependiente de la oferta de aparcamientos y, por el contrario, en las que predominaban los desplazamientos en modos no motorizados y transporte público la prosperidad comercial era mayor.

Otra de las ideas preconcebidas y muy arraigadas entre los comerciantes es que la mayor parte de sus clientes acuden a realizar sus compras en coche. Sin embargo los estudios empíricos realizados en esta dirección de forma general indican lo contrario. De hecho a lo largo de este estudio se ha comprobado mediante las encuestas a consumidores que estos se desplazan de forma mayoritaria a pie. Así mismo, en un estudio sobre la movilidad en Guipuzkoa de 1998 se pone de manifiesto que el 20,1% de los desplazamientos al centro de Donostia se realizan en vehículo privado, de los cuales tan solo el 14,1% tienen como motivo las compras.

Por último, está también muy extendida entre los comerciantes la imagen que asocia a un automovilista con un cliente que efectúa grandes gastos, frente a otros clientes, peatones, ciclistas y usuarios de transporte público, con menor poder adquisitivo. Sin embargo un estudio realizado en **Munster (Alemania)** demostró que los automovilistas son peores clientes que el resto de usuarios y una encuesta llevada a cabo en **Berna (Suiza)** demuestra que la relación entre las compras y la superficie de aparcamiento utilizada por cada cliente era en el caso de los ciclistas de 7.500 €/m² al año y la de los automovilistas de 6.625 €/m² año.

Por último se van a mostrar datos de aumentos de la cifra de negocio tras la creación de zonas peatonales:

Gráfico 69: Aumento del volumen de negocio tras la creación de zonas peatonales



Fuente: Unión Internacional de Transporte Público (UITP)

A la vista de los datos los incrementos registrados en el volumen de ventas de estas zonas peatonales no son nada despreciables y a tener muy en cuenta a la hora de la revitalización comercial que se quiere llevar a cabo en estas zonas tradicionales de Fuenlabrada

8 Propuestas de Movilidad

A continuación se van a detallar las propuestas de movilidad encaminadas a la revitalización de las zonas comerciales tradicionales del municipio.

8.1 Zona Comercial calle Leganés

8.1.1 Justificación

Deficiencias detectadas a lo largo del documento de diagnóstico que afectan a los distintos campos que configuran la movilidad de estas zonas comerciales tradicionales del municipio.

8.1.2 Objetivo

Revitalización de las zonas comerciales tradicionales del municipio.

8.1.3 Descripción

8.1.3.1 Propuestas modos no motorizados

- Establecimiento de un área de prioridad peatonal en el centro del municipio que implica el establecimiento de **zona 20 y área residencial con restricciones de paso para el eje Luís Sauquillo – Leganés**. Mediante la instalación de bolardos automáticos tan solo se permitirá el paso a bicicletas, residentes, transporte público, carga y descarga, según la regulación pertinente, y servicios de emergencia. Rodeando el área central anteriormente descrita se propone la creación de un área 30.

Propuesta detallada en la página 21 de la Fase II: Propuestas

- **Potenciación y señalización de itinerarios peatonales**. El eje principal de esta zona comercial se corresponde con el itinerario peatonal 1, La Serna-La Estación, por calles Leganés y Luís Sauquillo, pero también resultan relevantes los ejes 2, el Naranjo – polideportivo, y el 7, eje Leganés – Ayuntamiento. La potenciación de estos ejes supone la eliminación de barreras para lo peatones y personas de movilidad reducida que están presentes, sobretodo en la calle Leganés.

Propuesta detallada en la página 30 de la Fase II: Propuestas

- **Soterramiento del ferrocarril**. Esta medida beneficiará de forma significativa a esta zona comercial, ya que mejorará su accesibilidad y la permeabilidad sentido este – oeste.

Propuesta detallada en la página 35 de la Fase II: Propuestas

8.1.3.2 Propuestas aparcamiento

- **Gestión del aparcamiento** en el centro urbano. Ante la eliminación de 210 plazas de aparcamiento en la calle Leganés y la restricción del tráfico en el eje principal se propone la construcción de un aparcamiento de rotación en la calle Honduras que proporcione a esta zona comercial de plazas de aparcamiento necesarias para las personas que acceden a estos comercios en vehículo privado.

Propuesta detallada en la página 93 de la Fase II: Propuestas

- **Aumento de las zonas de carga y descarga.** Se ha apreciado una falta significativa de zonas de carga y descarga en esta zona comercial tradicional.

Propuesta detallada en la página 81 de la Fase II: Propuestas

8.1.3.3 Propuestas transporte público

- **Reordenación y potenciación de la red de autobuses interurbanos.** Ante el cierre al tráfico rodado del eje Leganés - Luis Sauquillo y la instalación de un área 30 en las calles que lo rodean, se va a fomentar el acceso a esta zona comercial con otros modos como los no motorizados y el transporte público. Por tanto, para que este modo resulte atractivo para desplazarse a estas zonas comerciales se propone dotar al transporte público de una mayor cobertura y eficiencia mediante medidas como la mejora de la accesibilidad, aumento de frecuencias, introducción de nuevas líneas, reconversión de algunas ya existentes, etc.

Propuesta detallada en la página 52 de la Fase II: Propuestas

- **Tranvía Parla – Fuenlabrada – Móstoles.** Ante la construcción de un tranvía de carácter interurbano que unirá Parla, Fuenlabrada y Móstoles, el PMUS ha planteado 3 posibles recorridos para esta futura infraestructura, uno de los itinerarios planteados pasaría por las calles Leganés y Móstoles, lo que supondría dotar a esta área comercial tradicional de una inmejorable comunicación mediante una infraestructura de alta capacidad.

Propuesta detallada en la página 66 de la Fase II: Propuestas

8.1.3.4 Propuestas tráfico

- **Área de prioridad residencial y creación de rondas perimetrales** para desviar los tráficos de paso, son las actuaciones más importantes que se van a llevar a cabo en el entorno de esta área comercial tradicional y que la dotarán de un tráfico calmado y amigable dando al peatón la prioridad. Al eliminar los tráficos de paso que se

producen actualmente por el eje Leganés – Luis Sauquillo se reducirá de forma muy significativa el tráfico del entorno por lo que los accesos a esta zona comercial se encontraran más despejados.

Propuesta detallada en la página 73 de la Fase II: Propuestas

8.2 Zona comercial calle Portugal

8.2.1 Justificación

Deficiencias detectadas a lo largo del documento de diagnóstico que afectan a los distintos campos que configuran la movilidad de estas zonas comerciales tradicionales del municipio.

8.2.2 Objetivo

Revitalización de las zonas comerciales tradicionales del municipio.

8.2.3 Descripción

8.2.3.1 Propuestas modos no motorizados

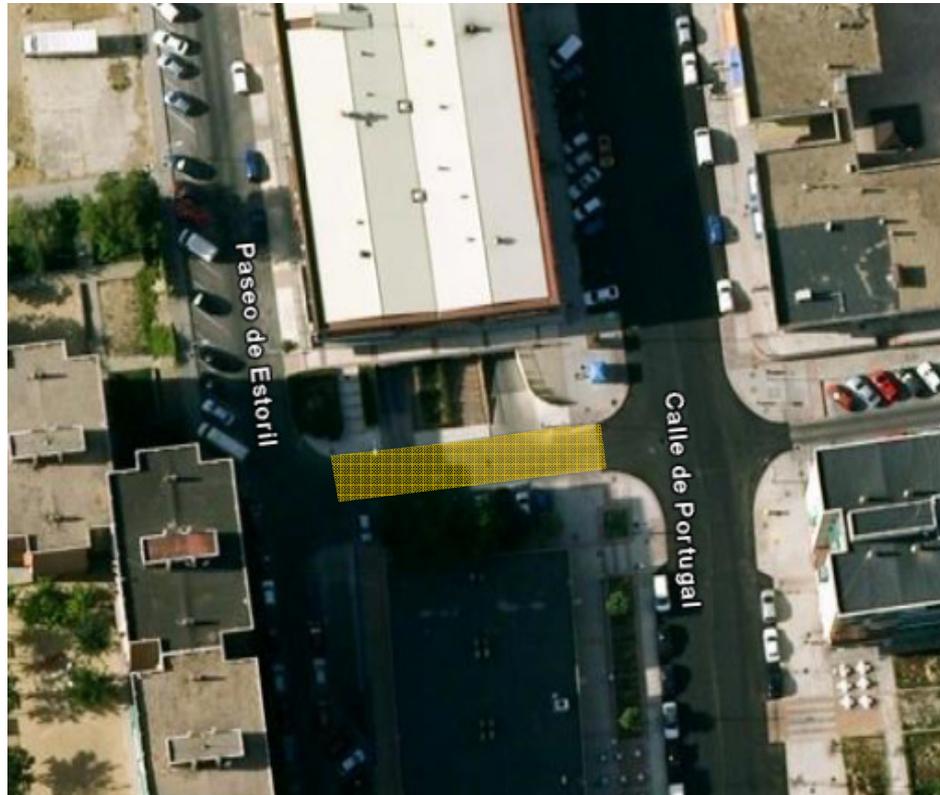
- Se ha detectado una barrera peatonal importante en la intersección de la calle Portugal con Andorra que actúa como corte entre la calle Portugal y el centro comercial Fuenlabrada 2 y que incide de forma negativa en la actividad comercial de la zona.

Ilustración 34: Barrera Calles Portugal - Andorra



Por tanto, se propone crear un área de preferencia peatonal en la zona que facilite el acceso de los visitantes del centro comercial a la parte situada más al norte de la calle Portugal y viceversa. Se deberá establecer un área de coexistencia permitiendo el paso de los vehículos, puesto que en ese tramo se encuentra la entrada al aparcamiento del supermercado Mercadona. A continuación se muestra una imagen con la localización exacta del tramo donde se debe actuar.

Ilustración 35: Zona de prioridad peatonal zona comercial calle Portugal



- **Potenciación y señalización de itinerarios peatonales.** El eje principal de esta zona comercial se corresponde con el itinerario peatonal 4, El Naranjo-C.A. de Madrid por calle Islas Británicas, Portugal y Teide. Así mismo, también resulta relevante el eje 3, Loranca-Calle Móstoles, por Camino de Molino y Calle Francia. La potenciación de estos ejes supone la eliminación de barreras para los peatones y personas de movilidad reducida que presentes en el área comercial tradicional.

Propuesta detallada en la página 30 de la Fase II: Propuestas

8.2.3.2 Propuestas aparcamiento

- **Señalización de las Bolsa de aparcamiento** existentes en el Paseo Setúbal y que dan servicio a los visitantes de esta zona comercial
- **Apertura del parking del centro comercial Fuenlabrada 2** que en la actualidad se encuentra cerrado al público y que tiene desaprovechadas un buen número de plazas de aparcamiento en la zona. Si fuera necesario se debería acometer el acondicionamiento previo de dicho parking.

- **Regulación y aumento de las zonas de carga y descarga.** Se ha apreciado una falta significativa de zonas de carga y descarga en esta zona comercial tradicional.

Propuesta detallada en la página 81 de la Fase II: Propuestas

8.2.3.3 Propuestas transporte público

- **Reordenación y potenciación de la red de autobuses interurbanos.** Mediante la proposición de estas medidas se dotará de una mayor cobertura, eficiencia y accesibilidad del transporte público, de modo que éste puede convertirse en un modo atractivo para desplazarse a esta zona comercial tradicional.

Propuesta detallada en la página 52 de la Fase II: Propuestas

8.2.3.4 Propuestas tráfico

- Dados los problemas de aparcamiento detectados en el entorno de esta zona comercial, concretamente en **la intersección de las calles Francia y Portugal**, que supone un inconveniente a la hora de acceder a esta zona comercial. Se propone la creación de una rotonda en dicha intersección con el objetivo de obtener un tráfico más fluido en la zona.

Propuesta detallada en la página 79 de la Fase II: Propuestas

9 Propuestas de dinamización comercial

Se propone la realización de un estudio de marketing para la promoción y dinamización comercial de las zonas comerciales tradicionales del municipio.

Las acciones propuestas deben ir encaminadas, entre otras, hacia los siguientes aspectos:

- Creación de un centro comercial abierto en la zona comercial de la calle Leganés.
- Fomento del asociacionismo de los comerciantes para poder afrontar un proyecto común.
- Creación de una imagen comercial común en ambas zonas, utilizando un mismo eslogan, bolsas, etc.
- Creación de una tarjeta con la que se permita el pago en la zona, así como facilidades de financiación.
- Realización de sorteos y promociones para los clientes. Coches, televisiones, viajes, en incluso vales de parking, cheques gasolina u horas de ludotecas.
- Creación de un sistema de reparto colectivo a domicilio.
- Creación y difusión de una página web promocionando el área comercial y los servicios con los que cuenta.
- Inversión en publicidad
- Patrocinio de actividades en las que participen familias del municipio con las que la zona se dará a conocer y gozará de la simpatía de numerosas familias del municipio.

ANEJO 2. ORDENANZA DE TRÁFICO Y CIRCULACIÓN

TÍTULO II

REGULACIÓN DE OTROS USOS Y ACTIVIDADES EN LAS VÍAS URBANAS.

Capítulo I - Carga y descarga de mercancías.

Artículo 1.

Las operaciones de carga y descarga de mercancías se efectuarán con estricta observancia de las normas siguientes:

1. El vehículo se estacionará junto al borde de la acera o en lugares donde no se produzca perturbación en la circulación y, en ningún caso, la interrupción de la misma. Se podrá hacer uso de la reserva mientras duren las operaciones de carga y descarga, el tiempo máximo se fijará mediante la Instrucción correspondiente
2. Las mercancías se cargarán y descargarán por el lado del vehículos más próximo al bordillo de la acera o por la parte trasera
3. La carga y descarga se efectuará con el máximo cuidado, procurando evitar ruidos y cualquiera otra molestia a los vecinos, a los peatones o a otros usuarios de la vía
4. Las operaciones de carga y descarga se efectuarán con la mayor celeridad, tanto cuando se realicen en un lugar de la vía pública especialmente reservado para la carga y descarga como cuando se realicen fuera de los lugares destinados al estacionamiento

En ningún caso se almacenarán en el suelo las mercancías u objetos que se estén cargando o descargando

La regulación del tiempo de estacionamiento en las reservas de carga y descarga podrá realizarse mediante la expedición del correspondiente tique.

Artículo 2

El Alcalde, mediante bando o resolución, o el órgano en quien delegue, en su caso, podrá establecer zonas del municipio en las que se prohíba la circulación y la carga y descarga de todo tipo de mercancías que sean transportadas en vehículos que superen los 2 metros de anchura o los 6 metros de longitud, entre las doce y las veintiuna horas en días laborables, excepto los viernes de las semanas en que no haya ninguna fiesta intermedia, en los que

la prohibición será de diez a veinticuatro horas. La correspondiente resolución se publicará en el Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid.

Artículo 3

En la construcción de edificaciones de nueva planta así como en cualquier obra de reforma total o parcial, demolición, excavación o canalización que requieran licencia urbanística municipal, los solicitantes de la misma deberán acreditar que disponen de espacio en el interior de la obra para efectuar las operaciones de carga y descarga

Cuando ello no sea posible, las zonas de reserva de estacionamiento por obra se concederán previa petición motivada, debiendo acreditarse mediante el oportuno informe técnico la imposibilidad de reservar espacio dentro del recinto de la obra

La autoridad municipal, a la vista de la documentación aportada, determinará sobre la procedencia de su concesión y sobre los condicionantes de la misma en su caso

Cuando en la licencia de obras así se especifique, bastará como demostración de autorización municipal la tenencia de copia de la licencia de obras, siempre que ésta indique las horas en que pueden acceder, cargar y descargar los distintos tipos de vehículos

Las reservas que para tal uso o cualquier otro pudieran autorizarse devengarán la tasa o precio público que a tal efecto se determine en la Ordenanza Fiscal correspondiente

Artículo 4

La instalación de contenedores en la vía pública deberá estar respaldada por la correspondiente licencia urbanística cuando ésta sea exigible

La instalación de contenedores en la vía pública requerirá la notificación previa al Ayuntamiento con indicación del lugar y tiempo de duración, ubicándose el recipiente sin sobresalir de la línea exterior formada por los vehículos correctamente estacionados

El Ayuntamiento se reserva el derecho a ordenar la retirada de contenedores incluso cuando se hubiera realizado la notificación previa cuando así lo aconsejaren las circunstancias de circulación o medio ambientales de la zona

Los contenedores instalados en la calzada deberán llevar en sus ángulos más cercanos al tráfico elementos reflectantes con una longitud mínima de 50 centímetros y una anchura de 10 centímetros

La instalación de contenedores en aquellos lugares en que no esté permitido el estacionamiento, requerirá la autorización previa de la autoridad municipal, quién concederá o denegará la solicitud según lo aconsejen las circunstancias de circulación, estacionamiento y medio ambientales de la zona

La persona física o jurídica obligada a la notificación previa al Ayuntamiento o, en su caso, destinataria de la autorización preceptiva será el productor de los residuos, que también será el responsable de la correcta colocación de los contenedores. En todo caso, el instalador del contenedor deberá abstenerse de su colocación sin haber comprobado previamente que el productor de los residuos está en posesión de la copia de la notificación o de la autorización correspondiente

Además de ello, los contenedores que se instalen en la vía pública deberán cumplir lo preceptuado en las Ordenanzas municipales que a ellos se refieran, en su caso

Las operaciones específicas de cambio o sustitución de contenedores de escombros llenos por otros vacíos sólo podrán realizarse en días laborables en el periodo comprendido entre las 8:00 y las 22:00 horas, de lunes a viernes, y entre las 9:00 y las 21:00 horas, los sábados

Capítulo II.-Circulación de vehículos pesados, de los que transportes determinado tipo de cargas y de longitudes especiales.

Artículo 5.

Se prohíbe con carácter general la circulación y el estacionamiento de vehículos pesados de más de doce toneladas de peso máximo autorizado, vayan o no cargados, en las vías situadas dentro del casco urbano, salvo autorización especial. El incumplimiento de esta prohibición constituirá una infracción grave.

El Alcalde, mediante bando o resolución, o el órgano en quien delegue, en su caso, podrá, fuera del casco urbano, establecer zonas en las que se prohíba la circulación de vehículos pesados de más de doce toneladas, de peso máximo autorizado, vayan o no cargados, los días laborables entre las 7:00 y las 23:00 horas y los días festivos en todas sus horas. La correspondiente resolución se publicará en el Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid.

Asimismo y mediante el procedimiento regulado en el párrafo anterior, se podrá prohibir el estacionamiento en las vías públicas de fuera del casco urbano, de los vehículos referidos en el mismo, durante todo el día, tanto laborables como festivos, excepto el tiempo imprescindible para realizar operaciones de carga y descarga dentro del horario comprendido entre las 23:00 y las 7:00 horas

Artículo 6

Aquellas actividades que transitoriamente precisen la realización de un transporte con vehículos superior a las doce toneladas, en horas y lugares de prohibición, deberán solicitar un permiso específico del Ayuntamiento, que lo concederá o denegará en función de las circunstancias que concurran. La denegación deberá ser motivada

Artículo 7

No estarán sometidos a las restricciones generales de circulación, carga y descarga los siguientes tipos de vehículos y las actividades que se indican a continuación:

1. Los vehículos de mudanzas cuyo peso máximo autorizado exceda de 3.500 kilogramos, previa la obtención de la correspondiente autorización municipal
2. Los vehículos de transporte de combustible a estaciones de servicio
3. Los vehículos especialmente adaptados para el transporte de hormigón preparado
4. Los vehículos dedicados al transporte de contenedores, excepto la limitación horaria establecida, en el artículo 67 último párrafo.

En aquellas vías en que sea imprescindible cortar momentáneamente la circulación para instalar o retirar un contenedor, se dispondrá, en el punto de la calle donde exista posibilidad de desvío, una señal portátil tipo S-15 a (calzada sin salida) con un cartel complementario con la siguiente inscripción:

“La interrupción del tráfico por movimiento de contenedores tendrá una duración máxima de diez minutos.”

Tanto la señal como el cartel complementario deberán ser reflectantes y llevarán en su reverso una inscripción con el nombre de la empresa de contenedores

En cualquier caso se tomarán las medidas oportunas para reducir, en la mayor medida posible, el tiempo de la operación por debajo del máximo de los diez minutos establecidos

En aquellas vías que sean viarios estructurantes o tengan una especial intensidad de tráfico, en que sea necesario cortar la circulación para instalar o retirar un contenedor, además de cumplir las prescripciones anteriores, será necesario contar con un permiso específico del Ayuntamiento que fijará el horario en que se permiten estas operaciones

5. Los vehículos destinados al arrastre o transporte de vehículos averiados o que deban ser retirados de la vía pública en aplicación de lo establecido en la presente Ordenanza, siempre que estén de servicio

Artículo 7

En el caso de que, tanto el punto de origen como el de destino de la actividad de los vehículos incluidos en los apartados 1 a 4 de artículo anterior estén fuera de la zona allí señalada y superen las dimensiones indicadas en el artículo 2, les serán de plena aplicación lo establecido en dicho artículo 9.

Artículo 8

Los agentes de la Policía Local, podrán exigir la exhibición de toda o parte de la documentación que acredite que, tanto los vehículos pesados, como sus propietarios, están al corriente de la correspondiente Tarjeta de Transportes, ITV favorable, ficha técnica del vehículos, seguros obligatorios relacionados con el vehículos y con las contingencias derivadas de la actividad que desarrollen sobre personas y cosas así como cualquiera otra que sea obligatoria para el desarrollo de su actividad

Los titulares de los vehículos incluidos en los apartados 2, 3 y 4 del artículo 7 deberán solicitar al Ayuntamiento un distintivo que los identifique, y deberán exhibirlo en una parte del mismo en que se fácilmente visible; los vehículos que no exhiban dicho distintivo no podrán acogerse a las excepciones a las restricciones generales de circulación establecidas en el mencionado artículo

Artículo 9

En las vías situadas fuera del casco urbano, cuyo ancho de calzada sea igual o inferior a 14 metros, se prohíbe, salvo autorización especial, el estacionamiento de camiones de más de doce toneladas y de autobuses cuya longitud sea superior a 7 metros, de 21:00 a 9:00 horas. A estos efectos se considerará ancho de calzada la distancia entre bordillos de aceras, siempre que no exista mediana de anchura superior a los 5 metros. Fuera del horario indicado, el estacionamiento se limitará al tiempo necesario para la realización de los trabajos de carga y descarga o de subida y bajada de viajeros

Artículo 10

La circulación por vías municipales de vehículos que, por sus características técnicas o por la carga indivisible que transportan, superen las masas y dimensiones máximas establecidas en el anexo III del RGCI, requerirá de una autorización especial, expedida por un número limitado de circulaciones o por un plazo determinado de tiempo, concedida por la autoridad municipal competente, en la que se hará constar el itinerario que deba seguir el vehículos, el horario y las condiciones en que se permite su circulación

Artículo 11

Queda prohibido, salvo autorización especial, la circulación de los vehículos siguientes:

1. Aquellos de longitud superior a 5 metros en los que la carga sobresalga 2 metros por su parte anterior o 3 metros por su parte posterior
2. Aquellos de longitud inferior a 5 metros en los que la carga sobresalga más de un tercio de la longitud del vehículos
3. Los camiones y camionetas con la trampilla bajada, salvo que sea necesario por la carga que transporten y lleven la señalización correspondiente
4. Los vehículos de tracción animal destinados al transporte de mercancías
5. Los vehículos de tracción animal destinados al transporte de personas que carezcan de autorización municipal, en la que se expresarán sus itinerarios, zonas y horarios en que se autoriza su circulación

Queda prohibido en cualquier caso circular con exceso de peso, longitud, anchura o altura sin señalar debidamente y en lugar visible tal circunstancia.

Artículo 12.

Se habilitarán aparcamientos disuasorios para los vehículos a los que se refiere el presente Título, en sus Capítulos II y III, con la finalidad de que su tránsito cause el menor impacto posible en la movilidad, circulación y seguridad vial de la ciudad.

Capítulo III.- Circulación de vehículos que transporten mercancías peligrosas.

Artículo 13

Queda prohibida, con carácter general, la circulación y el estacionamiento de vehículos que transporten mercancías peligrosas, salvo autorización especial, por las vías ubicadas dentro del casco urbano. El incumplimiento de esta prohibición constituirá una infracción muy grave.

En las vías ubicadas fuera del casco urbano, el alcalde, mediante bando resolución, o el órgano en quien delegue, en su caso, podrá prohibir la circulación y el estacionamiento de vehículos que transporten mercancías peligrosas. También podrá prohibir la circulación de dichos vehículos por cualquier vía del término municipal, cuyo ancho de calzada sea inferior a 14 metros. La correspondiente resolución, en su caso, se publicará en el Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid.

Artículo 14

Para penetrar en o salir de las zonas en que esté expresamente prohibida la circulación de vehículos que transporten mercancías peligrosas, las empresas que se dediquen a dicho transporte deberán proveerse de la correspondiente autorización municipal, en la que se fijarán las limitaciones en cuanto a fechas, horarios e itinerarios a que quede sujeto el mismo

En la solicitud que se formule se acreditarán las condiciones del vehículo y de las cisternas, así como las medidas de protección de las mercancías

Artículo 15

Se prohíbe la circulación de los vehículos a que se refiere el artículo 13 de la presente Ordenanza por todas las vías públicas locales del término municipal, desde las 8:00 horas a las 24:00 horas de los domingos y días festivos y desde las 13:00 horas a las 24:00 horas de las vísperas, no sábados, de días festivos, así como los días 31 de julio y 1 de agosto desde las 00:00 hasta las 24:00 horas.