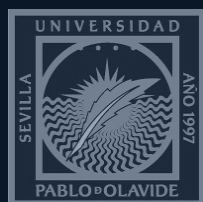


Impactos en los espacios urbanos
generados por las nuevas formas de comercio
en entornos metropolitanos.
Un análisis comparativo
Fernando Alfonso Ríos



T E S I S D O C T O R A L



Dirección
Amalia Vahí Serrano

Sevilla - 2015

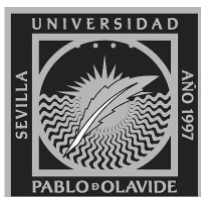
Impactos en los espacios urbanos
generados por las nuevas formas de comercio
en entornos metropolitanos.
Un análisis comparativo

Fernando Alfonso Ríos

TESIS DOCTORAL

Dirección

Amalia Vahí Serrano



Sevilla - 2015

*A la profesora Amalia Vahí, directora de esta Tesis Doctoral,
por su preparación, su paciencia, su trabajo abnegado y su enorme corazón.
Por hacer posible, desde el cariño y la ternura que caracterizan a las
personas buenas, que esta investigación haya llegado a puerto.*

*A mis padres y a mi hermano,
por tantos ánimos, tanto apoyo, tanta comprensión...
Por tener siempre las manos abiertas y compartir mis esfuerzos.*

*A todos mis amigos,
por propiciar esta realidad con sus desvelos.*

ÍNDICE

	<i>Página</i>
CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN	1
1.1. INTRODUCCIÓN	3
1.2. ESTADO DE LA CUESTIÓN	11
1.3. OPORTUNIDAD DEL ESTUDIO	19
CAPÍTULO 2: METODOLOGÍA	27
2.1. HIPÓTESIS Y OBJETIVOS	29
2.2. ESTRUCTURA DE LA INVESTIGACIÓN	31
2.3. PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO	34
2.4. FUENTES	38
2.4.1. Fuentes estadísticas	40
2.4.2. Fuentes documentales	43
2.4.2.1. <i>Legislativas y de planeamiento</i>	43
2.4.2.2. <i>Monografías y publicaciones periódicas</i>	49
2.4.2.3. <i>Actas de coloquios, seminarios, jornadas</i>	51
2.4.2.4. <i>Otras fuentes</i>	51
2.4.3. Fuentes cartográficas	52
CAPÍTULO 3: CONTEXTO SOCIOECONÓMICO ACTUAL DEL COMERCIO	55
3.1. APROXIMACIÓN HISTÓRICA A LA ACTIVIDAD COMERCIAL	57
3.1.1. De los orígenes a la ciudad moderna	57
3.1.2. De la ciudad moderna a la metrópolis contemporánea	58

3.2.	APROXIMACIÓN SOCIOLÓGICA A LAS PAUTAS ACTUALES DE CONSUMO	60
3.2.1.	La hegemonía de la sociedad de consumo	60
3.2.2.	Nuevas estrategias para nuevos consumidores	63
3.2.3.	El asociacionismo en la función comercial contemporánea	65
3.2.4.	La demanda social de una regulación comercial	68
3.3.	EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN GRAN SUPERFICIE	70
3.3.1.	Introducción	70
3.3.2.	La diversificación en Estados Unidos	72
3.3.3.	La expansión mundial y europea	76
3.3.4.	El desarrollo en España	79
 CAPÍTULO 4: ÁREAS METROPOLITANAS: ESPACIOS DE CENTRALIDAD Y COMPLEJIDAD		85
4.1.	LOS ESPACIOS METROPOLITANOS EN LA ORGANIZACIÓN TERRITORIAL	87
4.1.1.	El modelo territorial europeo	87
4.1.2.	El modelo territorial español	89
4.2.	DELIMITACIÓN DE LOS ESPACIOS METROPOLITANOS	91
4.2.1.	Modelos evolutivos y marco conceptual	91
4.2.2.	La pertinencia de criterio delimitador	96
4.2.3.	Enfoques metodológicos	98
	4.2.3.1. <i>Propuestas según morfología</i>	98
	4.2.3.2. <i>Propuestas según demografía y factores económicos</i>	99
	4.2.3.3. <i>Propuestas según funcionalidad</i>	102
4.3.	TAXONOMÍA Y FUNCIONALIDAD DEL CONJUNTO METROPOLITANO ESPAÑOL	104

4.3.1.	Introducción	104
4.3.2.	Aproximación desde la demografía, morfología y funcionalidad	105
4.3.3.	Aproximación desde la complejidad urbano-territorial	109
4.4.	LOS GRANDES CENTROS DE ACTIVIDAD Y LA CIUDAD METROPOLITANA	114
 CAPÍTULO 5: GEC Y ESPACIOS METROPOLITANOS REPRESENTATIVOS EN ESPAÑA		 119
5.1.	PAPEL DE LOS GEC EN LA CONFORMACIÓN DE LA CIUDAD METROPOLITANA ESPAÑOLA	121
5.2.	JUSTIFICACIÓN DE LA SELECCIÓN DE CASOS DE ESTUDIO	128
5.3.	LA REGIÓN METROPOLITANA DE MADRID	131
5.3.1.	Un ámbito suprarregional	131
5.3.2.	La morfología radioconcéntrica y la zonificación	132
5.3.3.	Los modelos radial y orbital en la articulación territorial	137
5.3.4.	Los primeros esfuerzos de planificación territorial	141
5.3.5.	La preocupación por los desequilibrios metropolitanos	144
5.3.6.	La difícil corrección de los problemas territoriales	152
5.3.7.	Consideraciones	155
5.3.8.	Síntesis	160
5.4.	LA REGIÓN METROPOLITANA DE BARCELONA	168
5.4.1.	Una estructura y articulación territorial fuertemente condicionadas	168
5.4.2.	Los inicios del espacio metropolitano	175
5.4.3.	La concepción de un modelo territorial	176
5.4.4.	El comercio minorista como eje del equilibrio territorial	177
5.4.5.	Las respuestas públicas ante el desajuste territorial	187
5.4.6.	Las vicisitudes en la ambición de planeamiento	189

5.4.7.	El planeamiento urbanístico metropolitano	193
5.4.8.	Consideraciones	194
5.4.9.	Síntesis	200
5.5.	EL ÁREA METROPOLITANA DE SEVILLA	208
5.5.1.	La composición de un ámbito radioconcéntrico	208
5.5.2.	La articulación histórica y la contemporánea	211
5.5.3.	La preponderancia del centro urbano y la primera expansión	215
5.5.4.	Las actividades económicas en la consolidación metropolitana	218
5.5.5.	La llegada de instrumentos de ordenación metropolitana	220
5.5.6.	La expansión del comercio en las Áreas de Oportunidad	222
5.5.7.	La regulación comercial en las primeras décadas del siglo XXI	228
5.5.8.	Consideraciones	230
5.5.9.	Síntesis	236
CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES		245
6.1.	GEC Y REALIDAD METROPOLITANA ESPAÑOLA	248
6.2.	EXPERIENCIAS COMPARADAS EN RELACIÓN A GEC EN LOS ÁMBITOS METROPOLITANOS ESTUDIADOS	251
BIBLIOGRAFÍA		261
ÍNDICE DE ACRÓNIMOS, FIGURAS, TABLAS		287
ANEXO		295

CAPÍTULO 1 | PRESENTACIÓN

- 1.1. INTRODUCCIÓN**
- 1.2. ESTADO DE LA CUESTIÓN**
- 1.3. OPORTUNIDAD DEL ESTUDIO**

1.1. INTRODUCCIÓN

La distribución espacial y natural del planeta da lugar a distintos biotopos y biocenosis asociados que constituyen recursos naturales y culturales en unos espacios directamente dependientes de los mismos. El referente material de este sistema capaz de transformar y producir lo proporciona su condición de contenedor de elementos y dinámicas con valor económico, que requiere de infraestructuras conforme a factores de localización determinadas, a su vez, por un marco institucional. En otras palabras, la distribución espacial de las actividades y de los asentamientos llega a constituir una matriz territorial compleja que es resultado de la suma de varios pilares fundamentales. Por un lado, el sistema urbano y relacional, que conforma un entramado de conexiones y estructuras de comunicación sobre el que los individuos desarrollan sus actividades con el consiguiente intercambio de flujos (materia y energía). Por otro, el sistema productivo o socio económico, modelado por el anterior. Desde esta visión sistémica del territorio (Gómez Orea, 2002), los recursos naturales y culturales reportan la componente del tercer pilar, el sistema físico-ambiental.

El comercio es una de las actividades económicas de la humanidad que más capacidad ha demostrado históricamente para condicionar las pautas de movilidad de las personas así como su patrón de asentamientos. En tiempos más recientes, dejando de lado con creciente frecuencia premisas de desarrollo armónico con el medio ambiente, los grandes formatos comerciales vienen trazando importantes vías de comunicación y se erigen en significativos reclamos para las localizaciones de diversos equipamientos, toda vez que la actividad comercial ha quedado ubicada en la cúspide de la escala de valores de una sociedad con una imperante y global lógica consumista y capitalista. De este modo, puede hablarse con firmeza de que el sector de la distribución comercial es poseedor de un carácter estratégico en lo que atañe a la cohesión social y territorial, motivo por el cual está adquiriendo una extraordinaria importancia en los procesos de planeamiento territorial y de planificación urbanística la consideración de los efectos inducidos por el comercio desempeñado en grandes

formatos así como su capacidad para prevalecer sobre criterios de ordenación. Sin menoscabo de que en la vertiente socioeconómica y ambiental tales principios puedan ser más deseables y equitativos, la mayor atención de los planeadores parece dirigirse a la concordancia con las nuevas y emergentes tendencias internacionales sobre el orden territorial. Es por ello que resulta necesario esclarecer, como se propone la presente investigación, las interacciones en el orden territorial, urbano, social o económico que se establecen entre los grandes establecimientos de comercio y los espacios urbanos más complejos, dejando entrever el grado de concordancia entre el modelo territorial y los parámetros de calidad ambiental que se persiguen en ellos.

El territorio se convierte en un recurso económico crucial puesto que no sólo es sustentador o contenedor de actividades (dimensión formal) sino que también las posiciona dentro de una red de conexiones de las que depende inevitablemente (dimensión funcional). Comprendido desde su acepción sistémica, se convierte en un bien donde confluyen intereses yuxtapuestos de muy distinta naturaleza que demanda una estratégica y sopesada ordenación. Sobre el palimpsesto del territorio, las grandes ciudades -autónomas espacios de centralidad- se comportan como matrices complejas de confluencia de actividades que muestran nexos con otros lugares dentro o fuera de sus áreas de influencia (urbes, espacios de producción, mercados), siendo los más evidentes los flujos de movilidad cotidiana residencia-trabajo (Feria, 2008, 2010, 2013; Feria y Andújar, 2015). La capacidad de los grandes asentamientos para ubicar y estabilizar en su entramado urbano nuevas actividades, económicas principalmente, vendrá determinada por su grado de conexión a las redes de comunicación (Alonso Ibáñez, 2014), pues hacen factible su vinculación a otros nodos con el subsecuente flujo de información y de capital. En este sentido, el territorio se constituye en espacio de interlocución entre ciudades y, por consiguiente, entre las actividades humanas, siendo el comercio una de las más involucradas (Vahí, 2007).

Al descender a la escala urbana, se observa que entre los aspectos que son considerados en la gestión urbana (tanto en ciudades como en aglomeraciones) viene tomando prevalencia el de la preocupación por las cuestiones ambientales y la interacción de la progresiva complejidad de la planificación urbanística junto a disciplinas como la sociología o el diseño aplicadas al mundo urbano. El fin último deseado mediante una aproximación pluridisciplinar, más compleja, es el de una gestión óptima que garantice de modo sostenible la calidad de vida de los ciudadanos. Es necesario resaltar que en la localización de los equipamientos comerciales se encuentra el origen de muchos de los más graves problemas que padecen nuestras actuales ciudades: elevada densidad de tráfico y congestiones recurrentes, dificultades de acceso, segregación espacial, marginación, deterioro progresivo del centro urbano tradicional, crecimiento incontrolado e insostenible, etc.

En paralelo a la toma de conciencia y búsqueda de respuestas ante problemas como los que acaban de esgrimirse, los ámbitos urbanos -y no sólo los de mayores dimensiones- se esfuerzan por posicionarse de la mejor forma en el selecto espacio de flujos comunicativos, tomando como premisa que los nuevos procesos excluyen y excluirán a los que no se encuentren inmersos en esos espacios de interrelaciones aludidos anteriormente (Benabent, 1986). El acceso a las principales conexiones y la capacidad innovadora de los lugares en la nueva tendencia de consolidación (de la que resultan redes globales), puede generar o inducir la exclusión de los procesos de desarrollo territorial, en términos sociales, económicos y/o culturales. No cabe duda que en estos procesos los operadores comerciales juegan un papel decisivo al tratarse de singulares piezas a considerar en la ordenación de territorios (Espinosa, 2009). En este contexto, la capacidad de organización espacial de la actividad comercial cobra una especial relevancia por su decisivo papel en la atracción, desde otros territorios, de personas y actividades económicas que generan, por tanto, interrelaciones y desigualdad en la competitividad (De Elizagarate y Zorrilla, 2004).

Aunque bien es cierto que existen razones históricas a las que se puede responsabilizar, en buena parte, de que existan ciudades con potentes flujos y territorios tan sumamente bien articulados, no se debe perder de vista el nuevo y pujante escenario mundial en el que la intencionalidad de las iniciativas políticas se encamina a posicionar a las ciudades y territorios en un singular ranking que, aunque a distintas escalas, da cabida a los que se encuentran mejor interrelacionados, lo cual redundará en un mayor aporte de beneficios en las vertientes mencionadas (Benko y Lipietz, 2000; Sassen, 2003).

Así, es posible encontrar áreas, denominadas emergentes y ganadoras, que son espacios caracterizados por un gran dinamismo y conexión a redes globales donde existe la innovación tecnológica (Méndez, 2002). De hecho, el grado de competitividad de estos espacios viene determinado, principalmente, por su capacidad innovadora, como mencionan numerosos autores (Allende, 1995; Méndez, 1997; Curbelo, Parrilli y Albuquerque, 2011). A las áreas ganadoras, grandes aglomeraciones urbanas en todo caso que potencian aún más su capacidad de atracción, se contraponen otras -denominadas sumergidas, marginales o incluso excluidas (Veltz, 1996)- que adolecen por su obsolescencia de articulación a esas redes internacionales de prosperidad tecnológico-económica en las que se tiende fuertemente a concentrar las *funciones comando*: dirección, gestión, control, producción de conocimientos e innovación (Magnaghi, 1981) y donde el sector comercial ligado a grandes desempeña un papel nada desdeñable.

La nueva lógica socioeconómica y territorial, denominada sociedad informacional -ya que son las nuevas tecnologías de la información y la comunicación las que hacen posible la acumulación (Castells y Borja, 2004)- queda conformada por espacios centrales o nodos intercomunicados además de por otros ámbitos desconectados y aislados; cualquier identificación con espacios urbanos y rurales, respectivamente, es errática pues en ambos casos es posible encontrar capacidad innovadora y, por tanto, integración en la nueva pauta organizativa (Caravaca, 1998). Prosiguiendo la misma reflexión, se puede

hablar de espacios emergentes en tanto en cuanto se evidencia la existencia de espacios -otrora deprimidos- que llegan a destacar por su dinamismo e innovación y que consiguen vincularse a esa red mundial. Siguiendo a esta autora, los ámbitos emergentes se corresponden con los distritos industriales y medios innovadores al despertarse en ellos el interés por el desarrollo local a través de la investigación y la apuesta tecnológica. La geografía virtual que resulta dibujada sobre el planeta es la de un archipiélago conformado por islas o nodos en los que se da la circulación y acumulación de capital, merced a su capacidad tecnológica, en medio de espacios sumergidos, integrados por el resto de territorios mundiales. Algunos autores hacen referencia al panorama mundial descrito bajo la denominación de *insularidad tecnológica* (Bakis, 1991; Martner, 1995).

En el contexto actual de homogeneización mundial o globalización, es preciso denotar que, pese a que en una economía de archipiélago como es la que vivimos (Klein, 2002), el conjunto de nodos o espacios centrales se extiende por todo el planeta -siendo universal el criterio para la incardinación en el mismo-, no es un fenómeno homogeneizador, ya que con frecuencia la emergencia de esos espacios se realiza necesariamente a expensas de otros, que quedan sumergidos e incluso sometidos a los primeros, constituyéndose en *reservas de mano de obra barata o depósito de sus desechos peligrosos* (Pradilla, 1997). Incluso dentro de los denominados territorios ganadores, se evidencian importantes procesos de marginalidad o exclusión, pues se produce precariedad laboral o apropiación de recursos ajenos con el consiguiente empobrecimiento de sectores o estratos vulnerables de la población y la afección negativa al entorno. En suma, se puede decir que *el desarrollo y el subdesarrollo son simplemente manifestaciones de la aglomeración de la actividad económica* (Henderson et al., 2000). Así las cosas, no es de extrañar que haya autores que prefieran hablar de economía global en lugar de economía planetaria para hacer referencia a los movimientos económicos provocados por esta nueva lógica que, inexorablemente, deja orillados a una buena parte de los territorios (Caravaca, 1998) y en los que el consumo de bienes y servicios ocupa un papel sobresaliente (Espinosa, 2009).

Hoy día va creciendo la visión del territorio como una realidad cambiante y dinámica que se apoya en la modernización tecnológica de manera decisiva, hasta convertirla en ocasiones en su catalizador. En un mundo controlado por capitales impera para su mantenimiento la generación de nuevas tecnologías con capacidad de minimización de costos de desplazamientos o, lo que es lo mismo, de aproximación de territorios (Martner, 1995), lo cual es de extrema importancia para la eficacia de la actividad comercial a cualquier escala. Se puede hablar así de una brecha tecnológica entre territorios que termina constituyéndose en generadora de desigualdades y fragmentaciones identificables a todos los niveles: *internacional, inter e intrarregional, inter e intraurbana* (Pradilla, 1997).

Una organización mundial fuertemente condicionada por la tecnología desencadena una situación de inestabilidad constante donde no sólo se puede observar que los territorios quedan a merced de intereses económicos capitalistas sino también la dudosa posibilidad de que un mundo globalizado, con una gobernabilidad relegada a los intereses del mercado y con una dependencia estructural del capital (Delgado Cabeza, 1998), llegue a coadyuvar al desarrollo sostenible, omnipresente en el discurso económico y político del mundo actual. En tiempos recientes se manejaron arbitrios y pautas de localización de actividades económicas con un anclaje en expectativas financieras y monetaristas que alejaban los proyectos y desarrollos urbanísticos de lo ambiental y equilibradamente razonable. Así ha ocurrido en la escala del territorio y la ciudad tanto para usos residenciales y productivos como para la dotación de los sistemas generales (Farinós, 2007; Ramírez Treviño y Sánchez Núñez, 2009), distanciándose de criterios de ubicación espacial fundamentados en las distancias, las redes y las jerarquías derivados de los modelos y teorías locaciones vigentes entre los últimos años del siglo XIX y los años 70 del XX (Naredo y Rueda, 1996).

El escenario contemporáneo, tanto en regiones emergentes como en territorios ya maduros, es el de acumulación de inversiones y actividades con

diversidad funcional que no siempre se encuentran en sintonía con las posibilidades reales para albergarlas que existen en el territorio. El concepto de capacidad de acogida territorial que prevalece es el que se ha venido utilizando tradicionalmente en estas cuestiones, bajo la definición de *grado de idoneidad o cabida que presenta el territorio para una actividad teniendo en cuenta, a la vez, la medida en que el medio cubre sus requisitos locacionales y los efectos de dicha actividad sobre el medio* (Gómez Orea, 1992). Tomando en consideración que las exigencias de localización que se contemplan son únicamente de tipo físico-ambiental (tipos de suelos, pendientes, vegetación, meteorología, etc.), una redefinición y adaptación del término a cuestiones de índole territorial bien podría sopesar la tipología de condiciones que se estudian, habida cuenta de que los aspectos socioeconómicos y urbano-relacionales, como se viene argumentando, son igualmente constitutivos del territorio.

En cualquier caso, las grandes ciudades se han encontrado históricamente, desde la Revolución Industrial, en el punto de mira de las empresas de mayor importancia económica, puesto que en ellas se ha venido presentando la mayor concentración de población y el mejor escenario posible de intercambios de bienes y servicios. Las regiones metropolitanas, de las que se tratará más adelante en este trabajo, son el exponente de la idoneidad territorial, dada la presencia de un tejido urbano compatible con las instalaciones y con unos flujos asociados al tejido de las ciudades principales de tales regiones o ciudades regionales. Sobre ellas los mercados potenciales vierten miras estratégicas merced al papel de ámbitos centrales que las ciudades desempeñan en el actual contexto socioeconómico (PNUD, 2001) y que se expresa sobre el territorio.

La centralidad urbana o territorial -radicalmente opuesta a lo periférico- hace referencia a la capacidad de ciertos espacios para articular flujos económicos, sociales o informacionales. Aparece unida a la influencia que tales espacios poseen en un ámbito geográfico más amplio, pudiéndose permutar el calificativo de central por el de global en esas ciudades o territorios con conexiones tan favorables que los hacen merecedores de integrar el nuevo

espacio mundial de intercambios, de toma de decisiones y de establecimiento del orden global a nivel político o económico. Las dinámicas globales han prescindido de los centros industriales de la etapa desarrollista, ubicados en grandes núcleos y áreas urbanas, a la par que han auspiciado la concentración de los servicios (financieros, bancarios e industriales de alta tecnología) en los distritos centrales y en los nuevos espacios productivos creados en sus periferias (Díez, Sánchez y Gago, 2015), paradigmáticos espacios de centralidad urbana contemporáneos.

Para el conjunto de actividades económicas, el situarse en puntos centrales resulta una necesidad insoslayable, y el sector del comercio, tal y como antes se argumentaba, no ha sido ni es ahora ajeno a esta realidad, aun en tiempos de deslocalización creciente, dado su funcionamiento sustentado en intrincadas redes globales (Escudero, 2015). No resulta extraño el esfuerzo de investigadores en esta cuestión circunscrita en los escenarios de centralidad más privilegiados, que serán posteriormente objeto de descripción detallada: los entornos metropolitanos, esos lugares que acogen la concentración de los flujos de intercambio más importantes del mundo (Heineberg, 2005).

Pese a existir un dilatado elenco de trabajos de corte preliminar sobre comercio y territorio procedente de traducciones de autores foráneos, no sería hasta la década de los 40 cuando la investigación española, principalmente en las comunidades autónomas de Cataluña y Madrid, comenzase su andadura firme en estos menesteres, alcanzando su momento álgido en la década de los 90 a consecuencia de los cambios socioeconómicos acaecidos en Europa y en España en relación a las cuestiones que son objeto de la presente investigación. El siguiente epígrafe aborda con más detenimiento el devenir de la investigación sobre comercio y territorio con especial referencia al contexto nacional, revisando al mismo tiempo la cuestión hasta la actualidad en la escala europea y mundial.

1.2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

Con carácter previo a la definición de la hipótesis y objetivos de esta investigación, es conveniente realizar la revisión de los estudios y aportaciones en el contexto internacional existentes acerca de la imbricación entre los grandes formatos de comercio y el orden territorial, al objeto de una mayor comprensión sobre la pertinencia de la ejecución de este trabajo asentado sobre los mencionados aspectos, como se desglosará en el epígrafe siguiente. Asimismo, revisar el estado de la cuestión constituye una ocasión para trazar un recorrido histórico ordenado sobre la aproximación que la investigación en diversos países ha realizado hacia nuestro campo de estudio, reforzando de este modo la urgencia que subyace a la elaboración de estudios amplios sobre éste.

Con carácter general, en el panorama internacional puede decirse que, pese a constituir uno de los elementos fundamentales en el desarrollo del comercio, la vertiente espacial ha sido tratada por los estudiosos en época reciente de forma radicalmente menos profunda que otros elementos, quedando restringidos los esfuerzos realizados a los modelos de localización de las instalaciones basados en Christaller y Reilly, a la evolución y estructura interna del comercio como sector económico y a los comportamientos de los consumidores (Barata, 1996). El panorama español, como más adelante se verá, cuenta con importantes contribuciones en las referidas líneas aunque, en cualquier caso, las vías de reflexión y análisis acerca de la repercusión sobre la ordenación del territorio del sector socioproductivo no han sido suficientemente abordadas hasta el momento, como señalan algunos autores (López Levi, 1999; Vahí, 2007; Escudero, 2008).

Se ha producido un avance en el plano nacional e internacional en la caracterización del territorio, en el estudio de sus redes y sistemas urbanos (Capel, 2003) así como en la diferenciación de zonas con distinto grado de capacidad de acogida de actividades, desvinculadas en ocasiones de las grandes aglomeraciones urbanas y de sus entornos más inmediatos. En realidad, la investigación ha resuelto ampliamente la cuestión en las zonas preferentes, de

mayor capacidad de acogida, según el paradigma de la centralidad, entendido no tanto en un contexto de privilegio en el posicionamiento geográfico cuanto en uno de redes territoriales interconectadas, como se expone en el epígrafe introductorio. Lo más revelador es que las afiliaciones a esta teoría no únicamente tienen procedencia europea, sino también americanas y latinoamericanas, lo que indica alto grado de consenso en este enfoque (De Juan, 1998; Oliveira, 2000; Frago i Clols, 2008).

Las interacciones de la actividad humana en el territorio con frecuencia exceden los límites municipales, hablándose de fenómeno metropolitano cuando se constata la existencia de municipios con alto grado de interacción económico-social con una o varias ciudades centrales (también estas últimas pueden interactuar entre sí). El establecimiento de los límites reales de un área metropolitana es objeto de estudio por parte de numerosos autores (Davis, 1959; Clusa y Roca, 1997; Serra et al., 2002; Boix, 2007; Dijkstra, 2009; Feria, 2008, 2010, 2013, 2015). Pese a no existir un criterio de delimitación establecido como oficial, de forma general el empleo de la variable residencia-trabajo resuelve ampliamente esta cuestión para países desarrollados, criterio avalado por un gran nivel de consenso internacional (Horner, 2004). El estado de la cuestión a principios del siglo XXI sobre la aplicación en España de esa variable (Feria, 2004) queda recogido en la obra colectiva *Áreas urbanas y movilidad laboral en España* (Castañer, Vicente y Boix, 2000).

Las Administraciones Públicas, en su preocupación por la expresión espacial de políticas e información estadística, realizan una delimitación del fenómeno metropolitano con denominaciones alternativas (como aglomeraciones urbanas u otras) por no existir, en la mayoría de casos, un ente administrativo supramunicipal que abarque el conjunto del territorio que denominamos área o región metropolitana. El ejemplo más pretérito aparece en Estados Unidos cuando el Gobierno Federal constituye en los años 20 del siglo XX la figura de planeamiento del *Área Metropolitana Estadística Estándar*, cuyos criterios de delimitación han mutado a lo largo de los años, incorporando

tardíamente el criterio anteriormente citado de la movilidad residencia-trabajo (OMB, 1998).

En España, el Ministerio de Vivienda viene confeccionando desde el año 2000 el *Atlas Estadístico de las Áreas Urbanas de España*, que ya ha sido actualizado en varias ocasiones. El avance de la investigación aplicada y el desarrollo de instrumentos se pone de relieve en la aparición de productos diversos con vocación de soporte de tareas de consultoría y de gestión territorial y ambiental (véase: <http://movitra.tita.geographica.gs/es>). La Comunidad Autónoma de Andalucía cuenta, desde mediados de 2015, con un visor web de sus áreas metropolitanas, fruto de la trayectoria de estudio de un grupo de investigación coordinado por la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla. Este instrumento, nacido con vocación de servicio a la investigación y a las actuaciones políticas, incorpora metodologías y procedimientos consensuados a nivel internacional y refleja la trayectoria investigadora del grupo en lo referido a parámetros metropolitanos como son la movilidad, el transporte, la habitabilidad, la estructura urbana o las dinámicas de configuración en las que, de nuevo, la variable movilidad residencia-trabajo es fundamental (véase: <http://www.fomento.tita.geographica.gs/es>).

Existe la conciencia, en este momento de ejercicio de la ordenación del territorio, del trascendental papel que para determinadas actividades económicas representa el situarse en puntos centrales desde la perspectiva funcional (entornos metropolitanos), sin que el sector del comercio se muestre ajeno a esta realidad. El *VII Congreso de Geografía de los Servicios* (Universidad de Alicante y AGE, 2015) da buena cuenta de ello en la España contemporánea al revisar y profundizar en la cuestión de los grandes centros funcionales, el comercio o las redes de transporte, si bien ya en las últimas décadas del siglo XX, algunos autores (Gómez Mendoza, 1983; Castresana, 1997) apuntaron los efectos negativos de la falta de coordinación entre la planificación de una de las principales actividades en la economía, la comercial, y la planificación territorial y urbanística. Existe un elenco de trabajos generalistas sobre comercio y territorio

precedentes de traducciones de autores foráneos, entre ellos *The malling of America: An inside look at the great consumer paradise* (Severini, 1986), una obra en la que la cuestión de la planificación urbana y territorial asociada a la expansión de los centros comerciales en Estados Unidos es abordada sustanciosamente.

El panorama español cuenta con significativas contribuciones sobre grandes equipamientos comerciales emprendidas desde diferentes disciplinas, a menudo con un enfoque territorial. Así, es posible encontrar aproximaciones sociológicas donde diversos trabajos poseen notable protagonismo (De Juan, 1998; Álvarez, 2002, 2003, 2004), al igual que diversas aportaciones desde la vertiente económica (Jacobs, 1969; Soler, 2001). La apuesta sustancial de la investigación española por la vertiente territorial del comercio no tendrá lugar hasta la década de los 90, centrada especialmente en los casos de Madrid y Cataluña. En efecto, las *Primeras Jornadas de Geografía y Comercio: grandes superficies comerciales* (VV.AA., 1991), traslucieron la creciente preocupación de los estudios españoles sobre el fenómeno de la expansión de los nuevos formatos comerciales en las periferias urbanas de las ciudades españolas. El *Curso de Urbanismo de Áreas Comerciales* (Sánchez del Río, 1989) también debe ser enmarcado en esta misma línea de inquietud investigadora. Más tardíamente, en las dos últimas décadas del siglo XX y en la primera del XXI, se han realizado aportes de gran interés focalizados en los entornos metropolitanos (Escolano, 1988, 1999; Hermosilla, 2000; Vahí, 2007; López González, 2007), llevándose a cabo igualmente un buen estudio sobre la revitalización del comercio en los centros urbanos a inicios del XXI (Molinillo, 2002) o una amplia investigación sobre el papel estructurador del comercio en el territorio, profundizando en la contribución de los grandes formatos y focalizada en las ciudades de Alicante (Espinosa, 2009).

Fuera del marco académico geográfico, las numerosas publicaciones sobre comercio interior por parte de las Instituciones Públicas, legitiman la creciente preocupación social por las relaciones entre el comercio, el territorio y

lo urbano, a la par que difunden los logros y las líneas de actuación de las investigaciones que se realizan al respecto. Al respecto, en la última década del siglo XX ve la luz el *Libro Verde del Comercio* (CE, 1996b) en el que se aborda, entre otras cuestiones, el cambio en los usos del suelo urbano, constatando el empleo de crecientes cantidades de éste en el desarrollo de las nuevas formas de distribución comercial en las periferias de las ciudades, en detrimento de las zonas comerciales tradicionales de los centros urbanos, refiriéndose del mismo modo y a consecuencia de esta situación a los esfuerzos de muchos países por la planificación urbanística en los centros de sus ciudades y el equilibrio comercial del medio urbano. Años más tarde, el *Libro Blanco del Comercio* (CE, 1999b) propone medidas para el fortalecimiento y la promoción del sector comercial minorista, preocupándose por la delicada situación que atraviesan en los centros urbanos numerosas empresas medianas y pequeñas a consecuencia de la proliferación de los grandes formatos. Documentos comunitarios como la *Comunicación Hacia una política urbana para la Unión Europea* (CE, 1997), el informe *Ciudades Europeas Sostenibles* (CE, 1996a) o la *Estrategia Temática para el Medio Ambiente Urbano* (CE, 2006), entre otros, han abordado, además de diversos temas, la problemática territorial en la instalación de infraestructuras de servicios, evidenciada en la contaminación a todos los niveles, saturación de vías de comunicación, destrucción de espacios naturales de importancia o consumo desmesurado de suelos. Si bien ninguno de ellos está centrado en la actividad comercial, de forma tangencial ésta puede considerarse incluida en buena parte de su diagnóstico y ulterior ejercicio propositivo.

Numerosos autores en el ámbito internacional han mostrado interés por las dinámicas de descentralización o migración hacia los extrarradios urbanos del comercio asociado a grandes superficies, evaluando en ocasiones la afección al tejido comercial tradicional de muchos centros urbanos o poniendo de manifiesto el llamamiento a la urbanización que los nuevos formatos realizan implícitamente al descentralizarse (Guy, 1998; Benfield et al., 2001; Espinosa, 2003; Lowe, 2005; Amaya, 2009; Léo and Philippe, 2011; Kärholm, 2012). La obra *One Nation under godos: malls and the seductions of american shopping* (Farrell,

2003) investiga sobre la importación del modelo comercial americano a Europa occidental mientras que *Urban Geography: A global perspective* (Pacione, 2009) es fruto de un estudio comparativo en lo concerniente a la implantación de grandes establecimientos de comercio dentro/fuera de las ciudades de Estados Unidos y Reino Unido.

La superación de la escala municipal en la interacción económica o social es una realidad actual que incluye a la actividad del comercio, especialmente la ligada a grandes formatos, y que hace necesario que su planificación territorial deba realizarse a una escala supramunicipal. En efecto, la aparición de grandes equipamientos de localización periférica ha generando tensiones con el comercio tradicional en el plano socioeconómico y en el territorial y urbanístico, haciéndose necesaria una regulación legal en aras de garantizar el modelo de ciudad deseada. Francia y Bélgica fueron pioneras en tomar cartas en el asunto con las llamadas autorizaciones administrativas específicas para la instalación de grandes superficies (Pérez Fernández, 1998), lo que daría lugar a la ordenación espacial de comercio, mal llamado urbanismo comercial, estudiado por multitud de investigadores desde distintas perspectivas, muchos de los cuales son españoles (Tarragó, 1992; Martínez de Pisón, 1998; Rodríguez Velarde, 2000; De las Rivas, 2007; Quintana, 2011).

Desde la perspectiva jurídica de la regulación de la instalación de grandes establecimientos comerciales por parte de los gobiernos se han producido importantes y recientes aportaciones en el contexto nacional, especialmente en lo concerniente a la entrada en vigor y transposición a nuestro ordenamiento jurídico de la *Directiva 2006/123/CE (Directiva de Servicios*, conocida por muchos como *Bolkestein*), aprobada por la Comisión Europea. Diversos autores (Villarejo, 2008; López Pérez, 2009; Rivero, 2009; Salvador, 2010), han abordado detalladamente este documento normativo entre otros, que tiene entre sus propósitos el de garantizar la libertad de establecimiento comercial, con la subsecuente eliminación de requisitos de tipo económico que antes eran preceptivos, y comprometiendo, en el caso español, a las administraciones

regionales y locales en la generación de medidas de ordenación del comercio responsables en términos económicos, sociales y ambientales; lo que en términos prácticos supone la revisión del régimen de autorización administrativa al que queda sometida la actividad en grandes y pequeños formatos (Del Pino, 2007; Aguado y Noguera, 2012).

En el contexto europeo, a la entrada en vigor de la Directiva, eran múltiples los regímenes administrativos para la apertura de grandes formatos existentes en los distintos países. A modo de ejemplo, se hace referencia a algunos de ellos (Galindo y Fernández Jurado, 2006): mientras que en Italia la concesión de licencia comercial era competencia exclusiva de los ayuntamientos, en Portugal era el ministerio el que autorizaba y el ayuntamiento el que otorgaba el permiso de construcción; en Alemania también las corporaciones municipales otorgaban los permisos de obras aunque bien es cierto que existen normas específicas para cada *länder*; en Francia la competencia la tenían las comisiones departamentales, que son quienes conceden las licencias tras examinar la oferta y la demanda y los efectos sobre la competencia y sobre el empleo; en Grecia el ministerio de medioambiente y los ayuntamientos colaboraban para determinar si se cumplían los requisitos de uso del establecimiento para que, finalmente, el ministerio de industria concediese el permiso de apertura.

En nuestro país, la incorporación del citado marco normativo europeo al ordenamiento propio se traduce en la aprobación de diferentes leyes y en la modificación del artículo 6 de la *Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista (LOCM)*, que ahora sólo puede condicionar el establecimiento de un Gran Equipamiento Comercial por *razones imperiosas de interés general*: la protección medioambiental, la conservación del patrimonio, la protección del consumidor y la ordenación urbana y territorial. Los cambios en el corpus normativo de nuestro país tras la entrada en vigor de la Directiva han sido seguidos por algunos autores (Pérez Fernández, 2011; Villarejo, 2012), los cuales han revisado, amén de otros muchos aspectos, la transformación forzosa del procedimiento de otorgamiento de las licencias para grandes establecimientos que ha debido

llevarse a cabo en cada Comunidad Autónoma. En un contexto en el que todas administraciones autonómicas poseen potestad para autorizar grandes establecimientos comerciales, existiendo en numerosas ocasiones enlentecimiento del trámite por reiteraciones con los procedimientos en la esfera municipal junto a sospechas de irregularidades, irrumpe la nueva referencia legal que obliga a que todo el proceso deba ser revisado para su transparencia y simplificación (Villarejo, 2012).

Con la transposición de la citada Directiva a nuestro ordenamiento jurídico, queda abolida la obligatoriedad de una licencia de carácter autonómico aunque pervive en este mismo nivel un régimen de autorización con vocación de salvaguarda del interés general al que antes se aludía (Matea, 2011). Sin embargo, tras la entrada en vigor de la Ley 18/2014, de Medidas Urgentes para el crecimiento, la competitividad y la eficiencia, se modifica nuevamente el artículo 6 de la LOCM eliminando, entre las *razones imperiosas de interés general*, todo lo concerniente a la defensa de los consumidores, al equilibrio de los usos del suelo urbano, a la defensa del paisaje de las ciudades y al modelo de ciudad diversa y sostenible. Quedan supeditadas al impacto urbano y ambiental de las instalaciones *per se* así como de sus infraestructuras asociadas, suponiendo esto una importante mengua de la capacidad de las administraciones regionales en la ordenación de actividades con gran incidencia territorial como son las grandes superficies comerciales.

Siguiendo la revisión de la cuestión realizada por H. Villarejo (2012), los establecimientos madrileños son los únicos que han pasado a carecer de una pertinente licencia comercial autonómica, quedando supeditados a la autorización municipal. En la mayoría de Comunidades (Aragón, Cataluña, Castilla y León, Islas Baleares, Islas Canarias, La Rioja, Galicia, Murcia y Valencia) una licencia comercial autonómica es previa a la municipal. Otras muchas han suprimido la licencia autonómica pero interfieren en la licencia municipal preceptiva mediante la emisión de un informe previo con carácter vinculante; son los casos de Andalucía, Asturias, País Vasco, Extremadura, Cantabria y Castilla-La

Mancha. En Navarra han suprimido la licencia autonómica como tal, pero la municipal se puede conceder toda vez que se haya probado su adecuación a lo que establece el planeamiento foral territorial vigente.

Con todos estos estudios se ha comenzado a trazar una importante vía para la investigación, pese a ser necesarias más contribuciones en profundidad sobre contrastes, perspectivas y efectos en la sociedad y en las ciudades. La trayectoria investigativa que se ha descrito indica que es necesario, y cada vez más urgente, un esfuerzo en ese sentido, con vistas a que la expansión que se está produciendo de las dinámicas comerciales se realice con un conocimiento de los impactos de distinto signo y sus correspondientes efectos, tal y como se pretende con el resto de actividades que acusan gran incidencia sobre el ordenamiento territorial (complejos turísticos, infraestructuras lineales, instalaciones industriales y un largo etcétera).

1.3. OPORTUNIDAD DEL ESTUDIO

La ordenación de actividades que, como la comercial en grandes establecimientos, acusan gran potencial de afección al equilibrio urbano y territorial, adquiere un papel tanto más relevante cuanto más complejos, funcional y estructuralmente, sean los espacios en los que se desenvuelven, dada la multitud de componentes que aparecen en ellos interconectados. Las ciudades han sido siempre entidades organizadoras del territorio y ostentadoras de poder, con independencia del sistema productivo predominante (agrario, industrial o de servicios) (Díez, Sánchez y Gago, 2015). Es en los espacios urbanos -más ampliamente metropolitanos- donde el desarrollo económico se hace más patente, mostrándose en ellos privilegiadamente los avances técnicos, las medidas innovadoras y las elevadas cotas de calidad de vida. En Europa, una de las regiones del mundo más urbanizadas que cuenta con tres cuartas partes de su población viviendo en ciudades (Pumain, 2003), el cuidado de los espacios urbanos es de relevancia vital pues de ellos depende su futuro económico, social

y territorial. No puede obviarse que, pese a que las ciudades constituyen factores clave para la articulación del territorio y escenarios insoslayables para la diversidad, la democracia, el diálogo cultural, el impulso económico o la regeneración ambiental, también se encuentran seriamente amenazadas por una gran nebulosa de problemas: el envejecimiento de la población, las desigualdades sociales acompañadas de la segregación social o la expansión urbana desmesurada (suburbanización) agotando los suelos y generando multitud de problemas ambientales derivados.

El Estado del Bienestar asentado en el mundo occidental promete servicios básicos y universales para los ciudadanos que se ponen de manifiesto de forma especial en los espacios urbanos, siendo para ello imprescindibles unos oportunos criterios de localización y unos adecuados accesos a los mismos que maximicen así los beneficios a todos los niveles. La geografía de los servicios viene resolviendo satisfactoriamente estas cuestiones, convirtiéndose de este modo en una eminente disciplina para la consecución de la sostenibilidad (Pitarch, 2015). Sin embargo, la dispersión de las ciudades constituye uno de los mayores escollos para que el desarrollo territorial -que dicha rama geográfica persigue- pueda ser sostenible (CE, 2011b). Son numerosos los problemas que se aducen, sobresaliendo el de la sobreexplotación de los recursos, entre ellos el suelo, y la saturación de las carreteras, con el consiguiente coste ambiental. Resulta lógico, por ende, que tanto los analistas como las esferas políticas se esfuercen en la concepción de un modelo territorial que minimice la movilidad, altamente demandante de infraestructuras, mediante la óptima localización de los centros de actividad urbanos.

Siguiendo un planteamiento cabal y coherente con lo afirmado, la localización de actividades como la desarrollada por el comercio en grandes superficies deben ser objeto de un sopesado estudio al constituir un importante inductor de movilidad motorizada, principalmente privada, congestionando los viarios (Gutiérrez Puebla y García Palomares, 2005). La actividad del comercio minorista, que se ha visto subordinada con frecuencia a otras funciones urbanas

como la de espacios públicos o la residencial (Carter, 1987) ha ido tomando progresiva independencia y protagonismo en la estructura de la ciudad -y más especialmente en la dimensión metropolitana- con la constitución de áreas comerciales, cuyo cénit se alcanza con el surgimiento de los nuevos formatos, que adoptan pautas y lógicas propias en sus implantaciones acordes con una sobrevenida cualidad de instrumentos urbanísticos (Vahí y Feria, 2007), otro de los motivos por los que su ubicación debe ser precedida de un estudio detenido.

Los suburbios, las áreas periféricas de las ciudades norteamericanas desprovistas de equipamientos, comenzaron a poblarse de grandes superficies comerciales nacidas a inicios del siglo XX que, además de satisfacer una carencia dotacional característica en tales áreas, despertaban unas necesidades de consumo en su población (Ward, 2005). El exitoso formato, introducido en una realidad urbana y dotacional tan diversa como es la europea ha tenido resultados divergentes a tenor de la disparidad de marcos regulatorios y realidades urbanas con los que se ha encontrado en los diferentes países y regiones, implantándose preferencialmente en los niveles superiores de jerarquía urbana (a diferencia del comercio tradicional) tanto en localizaciones de centro urbano como en periféricas y metropolitanas.

La aparición en estas últimas localizaciones genera tensiones con el comercio tradicional de los cascos históricos en el plano socioeconómico y en el territorial y urbanístico suscita controversias en relación a la concordancia entre el modelo de territorio y de ciudad al que se aspira y el que se construye. Desde la perspectiva de la distribución comercial, el crecimiento desordenado y desmesurado de grandes superficies ha supuesto desequilibrios, bien por el sobredimensionamiento de las instalaciones, bien por la fagocitosis de pequeños y medianos comercios. En esta coyuntura surgen las primeras respuestas de los poderes públicos, en Francia y Bélgica, con las llamadas autorizaciones administrativas específicas, preceptivas para la apertura de instalaciones (Pérez Fernández, 1998).

El conocimiento de las estrategias de distribución de la actividad comercial constituye un referente de sumo interés para aprehender los mecanismos que resultan eficaces para una auténtica ordenación del territorio garante de una mejora de la calidad de vida. La propuesta reviste aún más utilidad al detectarse que las estrategias mencionadas podrían no responder a un deseo de satisfacción de demandas ciudadanas sino más bien a la cobertura de las necesidades desarrollistas de reproducción y acumulación de capital que terminan por infundir nuevas necesidades ciudadanas y desencadenar nuevos retos para los estrategias de la ordenación territorial.

Al considerar la diversidad y el grado de desarrollo de las funciones que concurren en las ciudades –y dado el elevado índice mundial de concentración humana en estos ámbitos– el planeamiento territorial y la planificación urbanística emergen como los instrumentos más potentes para compatibilizar usos urbanos y salvaguarda de los valores ambientales a escala planetaria sin que ello redunde en un menoscabo de los intereses del desarrollo económico y social. En efecto, el desarrollo de las nuevas formas de comercio ligadas a grandes formatos -que en España adquiere una magnitud relevante en la década de los años 70 (Vahí, 2007)- manifiesta el papel del comercio como elemento configurador del territorio y de los usos del suelo urbano, especialmente al implantarse en localizaciones que no corresponden al entramado urbano, generando una problemática asociada a la saturación de infraestructuras viarias, la contaminación atmosférica y acústica, la urbanización incontrolada, los impactos paisajísticos negativos, la destrucción de espacios de valor ambiental, la segregación social... Por lo tanto, en aras de una mayor sostenibilidad, la contención de la dispersión y la revitalización socioeconómica y cultural de los cascos urbanos aparecen como aspectos deseables para la configuración de los modelos urbanos (Allende, 2005).

Diversos documentos de la Unión Europea en materia de medioambiente urbano y comercio han venido recogiendo la inquietud por la capacidad transformadora de las grandes superficies de comercio, realizando en algunos

casos un ejercicio propositivo. Reconocen que *han cambiado el uso del suelo urbano con la aparición de grandes centros comerciales fuera de las ciudades* (CE, 1996b), abundando en la cuestión de la expansión hacia las periferias afirmando que *es un problema grave, fomentado por los cambios en la calificación y la utilización del suelo y por grandes proyectos y centros comerciales fuera de las ciudades* (CE, 2006). Referente a la pauta de movilidad en las ciudades que propician las ubicaciones periféricas de las grandes superficies propone que se revisen de manera fundamental los principios en los que se ha basado la práctica de la planificación urbana (CE, 1990).

En el año 2006, desde las instancias medioambientales estatales se asevera que la legislación actual deja la iniciativa de la planificación urbanística en manos de actores privados *en lugar de crear un marco y un contrato que apoye a su actividad, dentro de unas condiciones que garanticen el interés general* (MMA, 2006). Junto a ello, se esgrimen razones que impiden que el crecimiento de las ciudades y los cimientos de las políticas urbanas sean liderados por el sector público: la falta de instrumentos de control y una cierta laxitud, que ocasiona que los promotores inmobiliarios sean más fuertes que las mejores intenciones de las políticas públicas (MMA, 2006). Con otras palabras, *las leyes económicas que rigen la oferta y la demanda han primado sobre las leyes sociourbanísticas a la hora de orientar, regular, configurar y dimensionar las características de las actividades comerciales en su implantación en la urbe. Normalmente, la localización y cuantificación de las actividades comerciales en la ciudad, más que preverlas e imponerlas el planeamiento, se ha producido siguiendo su propia lógica interna sectorial que, de alguna manera, también rigió su dinámica de desarrollo y sostenimiento* (Porto, 1989). Semejante panorama da lugar a la reflexión sobre si las instituciones públicas, en su competencia de planeamiento o planificación, adolece de argumentos suficientes para conformar espacios bajo los criterios de sostenibilidad territorial y urbana que los ciudadanos le demandan.

Sustentada sobre los pilares del consumismo, el hedonismo y el individualismo, la cultura del ocio dominante, donde el acto de compra es un

hecho cotidiano etiquetado de actividad de ocio, incardina a las grandes superficies de comercio minorista en los quehaceres diarios de los ciudadanos de entornos urbanos-metropolitanos, razón sobrada para afirmar que prescindir de ellos se hace imposible pese a que es el propio mercado el que establece las nuevas pautas configuradoras del contexto comercial actual (Álvarez y Villarejo, 2003). Adicionalmente, debe señalarse que las nuevas formas de comercio favorecen la precarización laboral por eliminación de puestos de trabajo estable, restringen el circuito financiero local por la monopolización de las multinacionales (Allende, 2005), privatizan espacios públicos de las ciudades y ocasionan exclusión y segmentación social (Gutiérrez Puebla y García Palomares, 2005). La caracterización cuantitativa de los grandes establecimientos en nuestro país adopta gran realce si se tienen presente varias consideraciones: por un lado, que la cuarta parte del PIB del sector comercial en España corresponde a los centros comerciales (Escudero, 2008) y, por otro, que el incremento de la SBA ha sido exponencial en las últimas tres décadas. En efecto, según la Asociación Española de Parques y Centros Comerciales (AECC), en 1980 existían en España unos 500.000 m² de SBA (en aproximadamente 50 centros) mientras que en 2012 la cifra sobrepasa holgadamente los 150.000.000 m² (repartidos en unos 535 establecimientos).

El sistema capitalista que sirve de marco, junto a la globalización, a los sistemas económicos mundiales, ha dispuesto que sean las ubicaciones de las más fuertes estructuras económicas las que dictaminen acerca de los espacios que pueden ser catalogados de centrales (Friedmann y Wolff, 1982; Sassen, 1991). Esto viene a significar que, para las ciudades y territorios de todo el mundo, la inercia de iniciativas asentadas en sus fronteras generando inercias para nuevas inversiones, resulta ser el mejor escenario en el que podrían encontrarse y el único factible a día de hoy para no quedar al margen del desarrollo, entendido este en un sentido amplio aunque principalmente económico. A nadie debe extrañar, por tanto, que las ciudades se muestran receptivas a las grandes iniciativas empresariales, persiguiendo el acopio de infraestructuras, servicios y reconocimientos que promocionan sus virtudes y potencialidades permitiéndoles

alcanzar o mantener una deseada posición en un ranking contemplado a distintas escalas: mundial, nacional, regional, provincial o comarcal.

El marco coyuntural al que deben enfrentarse las administraciones públicas viene marcado por la contraposición de intereses, y ello en diversas vertientes. Por un lado, los *outputs* que producen la concesión de licencias de obras o la cesión de suelos, entre otras, permiten aumentar los ingresos de unas arcas municipales sumidas en crisis fiscales como son las de nuestro país; circunstancia que las corporaciones locales recurrentemente justifican cara a la ciudadanía con el incremento de las oportunidades laborales que introduce. Por otro, la incesante búsqueda de mayores cotas de centralidad, entendiendo esta en los términos expuestos anteriormente en este documento, lleva consigo grandes dosis de competitividad al que hacen frente multitud de actores locales.

El comercio urbano resulta estratégico para el posicionamiento diferencial de las ciudades (De Elizagarate y Zorrilla, 2004), si bien las nuevas centralidades orientadas al sector comercial generan a su alrededor un elenco de infraestructuras y servicios que afianzan el rasgo de centralidad y consiguen atraer otras nuevas (Ramírez Kuri, 1993). El desarrollo urbano de las periferias o zonas en expansión de las urbes resulta incentivado por la implantación en ellos de grandes formatos mientras que su aparición en áreas metropolitanas supone la generación de elementos urbanos inexistentes hasta ese momento, como los ejes de comunicación, a los que necesitará vincularse para su funcionamiento (Vahí y Feria, 2007). La adopción de estrategias e instrumentos planificadores del territorio plenamente eficaces, por tanto, tiene atisbos de fracasar si se mantiene al margen de la capacidad de los grandes establecimientos terciarios en general (comercios, oficinas, centros logísticos, etc.) para adelantarse a la creación y reestructuración de suelo urbano, donde no causa extrañeza su vinculación a operaciones urbanísticas de escala superior.

Así las cosas, el análisis comparado de los resultados y las dinámicas de desarrollo de grandes formatos comerciales en áreas metropolitanas representativas de nuestro país representa una oportunidad de vislumbrar el

potencial de transformación urbana que llevan inherentes así como las estrategias de emplazamiento que siguen, evaluando el grado de desviación que pueda presentarse entre el escenario real y el que describen los modelos territoriales que subyacen al marco normativo de la planificación pública.

CAPÍTULO 2 | METODOLOGÍA

- 2.1. HIPÓTESIS Y OBJETIVOS
- 2.2. ESTRUCTURA DE LA INVESTIGACIÓN
- 2.3. PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO
- 2.4. FUENTES
 - 2.4.1. Fuentes estadísticas
 - 2.4.2. Fuentes documentales
 - 2.4.2.1. *Legislativas y de planeamiento*
 - 2.4.2.2. *Monografías y publicaciones periódicas*
 - 2.4.2.3. *Actas de coloquios, seminarios, jornadas*
 - 2.4.2.4. *Otras fuentes*
 - 2.4.3. Fuentes cartográficas

2.1. HIPÓTESIS Y OBJETIVOS

Tras la exposición de la justificación para la realización de esta investigación, se hace necesario el establecimiento del ámbito objeto de estudio con sus delimitaciones concretas y la presentación de los distintos acercamientos que se han ido sucediendo a lo largo del proceso recopilatorio, descriptivo y analítico. La hipótesis de estudio que vertebra la investigación, así como el objetivo general y los subsecuentes objetivos parciales, establecen los límites y la propuesta del presente estudio.

La HIPÓTESIS plantea que la creciente implantación de establecimientos comerciales de gran formato en las principales áreas metropolitanas españolas no se adecua a un modelo socioculturalmente equitativo y ambientalmente sostenible, sino más bien a criterios exclusivamente económicos y financieros que vienen determinados por los mercados y que terminan por alejar a la sociedad de los postulados deseados de ciudad cohesionada y habitable. Para trabajar sobre la hipótesis se establecen objetivos, constituidos de forma jerárquica, que organizan el proceso investigador y le otorgan estructura.

Como OBJETIVO PRINCIPAL, el presente trabajo propone el conocimiento de la interacción de los grandes equipamientos comerciales -denominados indistintamente nuevas formas de comercio, grandes formatos comerciales o grandes equipamientos/establecimientos comerciales (GEC)- sobre el territorio y la ciudad, tomando como referente las áreas metropolitanas españolas, lo cual permitirá conocer desde el punto de vista de los grandes sistemas territoriales (perspectiva territorial, urbana, social, económica,...) las carencias, debilidades, vicios, etc. de los procesos de implantación. Alcanzar dicho objetivo faculta para el reconocimiento del grado de divergencia entre el modelo territorial establecido y un canon de coherencia ambiental sostenible.

Para la consecución del objetivo general se consideran diversos OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- La aproximación histórica a la actividad comercial con carácter general y a la desarrollada en grandes formatos en particular, profundizando en la configuración de la realidad española.
- La aproximación sociológica a las pautas de consumo imperantes en la sociedad de los países desarrollados en el siglo XXI, mostrando especial predilección por la situación española.
- La justificación del interés por la contemplación conjunta de determinados espacios caracterizados por su elevada centralidad y los grandes centros de actividad en ellos localizados, con especial atención a los grandes formatos comerciales.
- La defensa de la opción por determinadas áreas/regiones metropolitanas españolas emblemáticas así como de los criterios utilizados en sus delimitaciones.
- La caracterización, en términos territorial y sectorial, de los tres ámbitos metropolitanos españoles seleccionados.
- El ejercicio de análisis comparado detector de concurrencias y discrepancias entre los casos de estudio, presentando el grado de incardinación de las pautas en la planificación pública y mostrando aquellas que, de forma objetiva, se aproximan a los estándares de calidad ambiental y bienestar socioeconómico que exigen los ciudadanos.
- El establecimiento de propuestas de mejora y la apertura de vías de reflexión hacia una ordenación coherente con el paradigma del Modelo Territorial preestablecido.
- El ejercicio conclusivo en lo concerniente al proceso de investigación seguido, los resultados extraídos y las consideraciones sugeridas tras el estudio.

Como se expone en el siguiente epígrafe, la estructura del presente documento no es arbitraria sino que atiende al propósito general de dar cobertura al término de cada capítulo a alguno de los objetivos específicos que acaban de presentarse, los cuales van sucediéndose de manera ordenada a lo

largo de la investigación con vistas a maximizar la facilidad para la comprensión del estudio.

2.2. ESTRUCTURA DE LA INVESTIGACIÓN

La propuesta comienza exponiendo en un primer momento (Capítulo 1) la vinculación entre aspectos pertenecientes a la actividad comercial, la ordenación del territorio y la planificación urbanística, que perfilan el marco en el que se desarrolla esta investigación y que revisten una mayor significación al contemplarlos, como se lleva a cabo en el epígrafe introductorio, desde diferentes perspectivas: centralidad, globalización, innovación tecnológica, estrategias de mercado o capacidad de acogida territorial. Con vistas a elaborar una aportación cimentada sobre trabajos consistentes realizados anteriormente, y buscando cubrir con este estudio necesidades aún no satisfechas por la investigación internacional y nacional, se realiza en una segunda instancia un recorrido desde diversas ópticas -sectorial, sociológica, histórica, territorial, urbana- que conforma el estado en el que se encuentran las cuestiones que son objeto de interés para esta Tesis. El recorrido seguido por las investigaciones realizadas hasta la fecha constituirá uno de los diversos argumentos que justificarán la conveniencia de realizar esta propuesta, apareciendo recogidos en el epígrafe que cierra el primero de los capítulos.

Inmediatamente después, en el Capítulo 2 o metodológico, toda vez que se ha puesto de manifiesto en el capítulo anterior la importancia y oportunidad, se plantea la suposición que inicia el proceso investigador: la hipótesis, a partir de la cual se establece el objetivo principal y los subsecuentes objetivos específicos o parciales que permitirán verificarla. Como se expuso con anterioridad, en un intento por la plasmación ordenada y de fácil lectura de los avances que van sucediéndose a lo largo del proceso, los objetivos parciales se van viendo satisfechos a lo largo de los diferentes capítulos con ajuste a la estructura que se está esgrimiendo. El procedimiento que se ha seguido es descrito con minuciosidad con el fin de resaltar el contraste y objetividad con la que los datos

fueron tratados, los resultados fueron obtenidos y las conclusiones fueron extraídas. Junto a ello, la descripción procedimental hace posible el conocimiento de la envergadura de las distintas tareas que se han juzgado pertinentes de acometer así como la valoración de la calidad del conjunto de los esfuerzos realizados. En el transcurso del epígrafe dedicado al recorrido procedimental van apareciendo las distintas fuentes a las que se ha acudido, las cuales se detallan en un apartado específico donde aparecen clasificadas según tipología: estadísticas, documentales y cartográficas.

Lo abordado en los dos primeros capítulos ha permitido trazar las líneas de investigación más oportunas y ha manifestado la garantía del rigor científico durante su desarrollo, posibilitando la ejecución de los capítulos subsiguientes, los cuales estarán destinados a la exposición de datos y resultados. Por último, el sexto capítulo recoge las conclusiones que han emanado del ejercicio analítico anterior.

Los objetivos específicos de descripción en perspectiva histórica y sociológica de la actividad comercial, especialmente la ligada a grandes superficies en España, encuentra su materialización en el Capítulo 3 a través de los epígrafes que lo componen, considerándose en todos los casos la trascendencia nacional de las cuestiones una vez abordadas las mismas con carácter genérico. Este capítulo realiza una aproximación desde perspectivas fundamentales para una correcta consecución del objetivo principal de estudio (económica, social y cultural), las cuales encuentran una plasmación territorial interesante en ámbitos metropolitanos.

El Capítulo 4 dibuja un marco de referencia de determinados espacios desde el paradigma contemporáneo de la centralidad, en sintonía con los preceptos de un mundo globalizado, justificándose la razón de estudiar el hecho metropolitano, su conformación y dinámicas, de manera simultánea a las localizaciones preferenciales de los grandes centros de actividad desde las últimas décadas del siglo XX. Como aparece recogido en el objetivo específico que sirve de guía para su elaboración, el capítulo muestra la inserción de los

grandes formatos comerciales en los ámbitos supraurbanos o metropolitanos. Asimismo, en este capítulo se afronta la cuestión de la delimitación de estos espacios, trazando un recorrido por diversas propuestas metodológicas y argumentando la elección de una de ellas para todo el discurso.

Para el estudio de las imbricaciones que han sido expuestas entre los grandes formatos y los ámbitos metropolitanos (sin perder de vista la intención de circunscribirlo a territorio nacional) se hace necesaria la elección de ciertos casos donde se muestren estas relaciones amplia y nítidamente. Esta tarea se acomete en la primera parte del Capítulo 5, donde además se justifica la opción preferencial por tres ámbitos metropolitanos concretos como escenarios de estudio. Una vez cumplido el objetivo específico de razonar la concreción de esta propuesta a determinados espacios nacionales delimitados conforme a cierta metodología, se abre paso hasta el final del capítulo la caracterización de dichas realidades territoriales, abordada de manera conjunta desde las perspectivas de la ordenación del territorio y la planificación urbana así como desde la sectorial. Los resultados emanados del acercamiento a los ámbitos de estudio con semejantes miradas constituyen en sí mismos uno de los objetivos específicos planteados, existiendo una elevada dependencia entre la completa satisfacción del mismo y la correcta consecución del siguiente, al transmitir el primero al segundo un amplio y variado conjunto de información procesada. Sobre esta base se lleva a cabo el análisis comparado con el propósito de identificar patrones de comportamiento comunes en los diferentes ámbitos que se han venido considerando así como particularidades dentro de los mismos, valorando en ellos el grado de conformidad de la realidad observada con la descrita en los posibles instrumentos de ordenación existentes.

La situación que se acaba de estudiar reclama hacer uso de una metodología de análisis, de probada eficacia, con el propósito de dilucidar el potencial de mejora de los ámbitos estudiados y el realce de aquellos aspectos que no se han resuelto satisfactoriamente en los mismos. Tras este proceso, en el Capítulo 6 se abren, según promueve el penúltimo objetivo parcial, líneas de reflexión a la vista de los resultados que ha deparado el esfuerzo analítico,

recogiéndose propuestas que coadyuvan a una mejor sintonía con las mejores prácticas objetivas de ordenación territorial y planificación urbana. El proceso de investigación, los resultados y las consideraciones que han brotado son valorados de forma conjunta al cierre del capítulo a fin de efectuar conclusiones que sintetizan, interrelacionan y organizan los hitos más destacados que aparecen en el trabajo, permitiendo igualmente posicionarlos en orden al cumplimiento del objetivo principal y la consecuente corroboración de la hipótesis de partida.

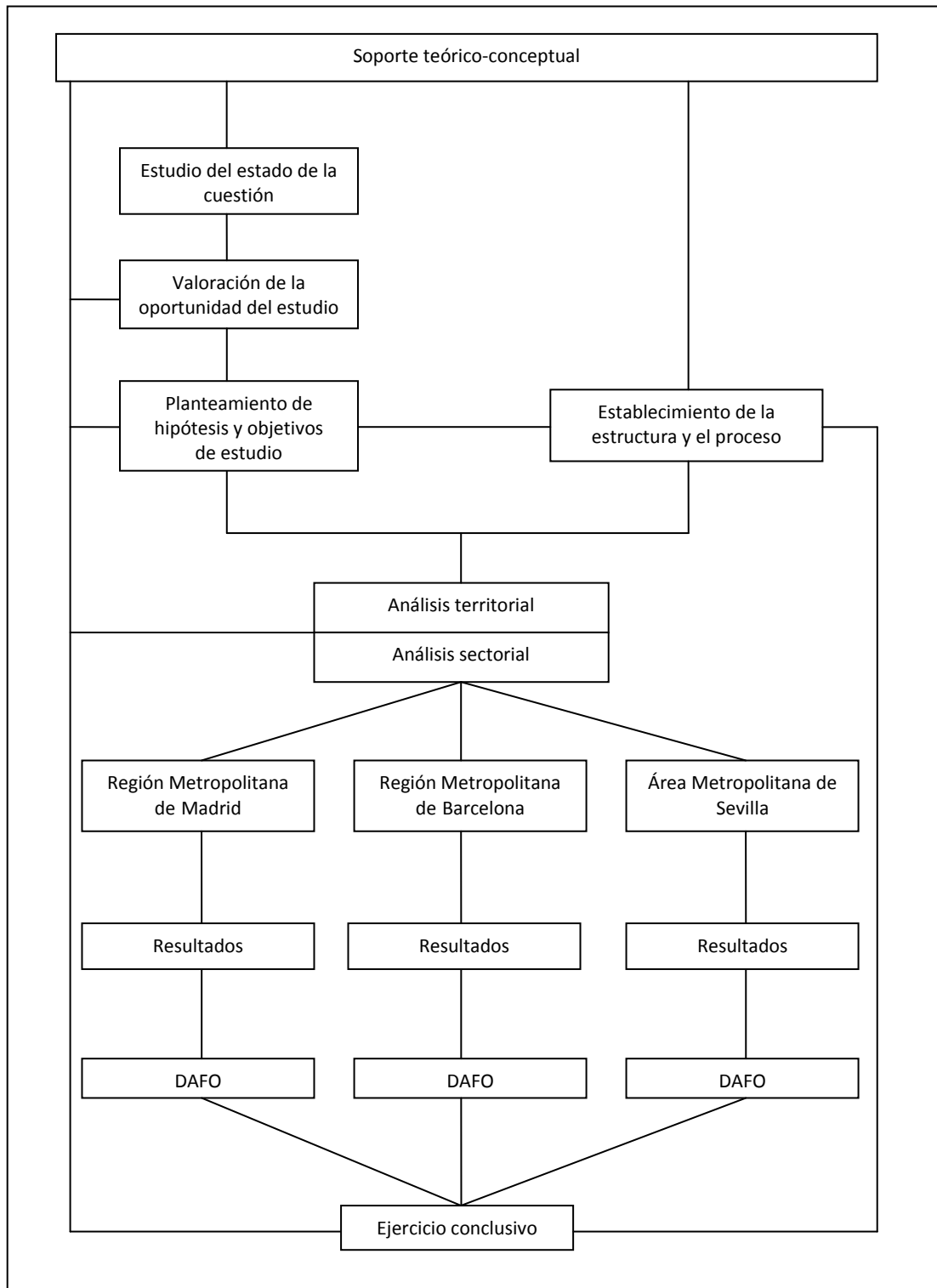
2.3. PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO

Para valorar el alcance que supone afrontar un estudio sobre ordenación del territorio en entornos urbanos de gran complejidad mediante una de las actividades que mayor potencial de afección poseen sobre los mismos, es pertinente de forma preliminar conocer el estado en que se encuentran las cuestiones de interés (especialmente en España, el escenario de investigación) en virtud de las investigaciones y aportaciones existentes. Una vez concluida esta tarea se procede al planteamiento de una hipótesis de estudio y de los objetivos para su consecución, que permitirán concretar al máximo la intención de la Tesis Doctoral y sopesar entonces su viabilidad.

El soporte teórico y conceptual que contextualiza e introduce la investigación se plasma en el primero de los capítulos junto a la justificación de la realización de la misma. Si bien estas tareas se han ejecutado en una primera etapa del proceso de elaboración, el Capítulo 2 o metodológico -pertinente para la comprensión de la labor que se realiza y la evaluación de la calidad de la misma- se ha ido confeccionando a lo largo de todo el proceso. Esto es debido a que, a medida que la investigación avanza, se va completando de diseñar en su totalidad, encontrándose, por ejemplo, fuentes de información que permiten estudios o matices interesantes no previstos inicialmente (y viceversa) que, incluso, hacen necesaria la reformulación parcial de los objetivos específicos. En cualquier caso, la descripción de la estructura y el procedimiento seguido ha sido

una de las tareas más postergadas de todo el Trabajo a fin de evitar enmiendas, en la medida de lo posible.

Figura 2.1.- Estructura de la investigación



FUENTE: elaboración propia.

Nuevamente, para abordar satisfactoriamente los capítulos centrales, se ha de diseñar la estructura del texto, los puntos a tratar, los contenidos sobre los que poner más acento... Prosigue un trabajo de gabinete recopilando documentos que arrojen información relevante a los efectos propuestos. Todos los textos de los que han sido extraídos contenidos a lo largo del proceso de elaboración, van siendo recogidos alfabéticamente en la sección bibliográfica, optándose por el seguimiento de las normas sobre referencias que establece el Boletín de la AGE. Una vez culminado el desarrollo de ambos capítulos (3 y 4), se valora la oportunidad de incorporar gráficos, imágenes y diagramas que ilustren y, sobre todo faciliten, la comprensión de los contenidos que se tratan. Para ello, en algunas ocasiones ha sido oportuno rehacer diagramas o gráficos preexistentes y, en otras, diseñarlos previamente para su elaboración.

El Capítulo 5 o de análisis lleva consigo una buena dosis de recopilación y escudriñamiento documental, fundamentalmente jurídico, pero también de carácter histórico, sobre la evolución de las realidades metropolitanas españolas en lo que respecta a diversidad de variables: demografía, morfología, infraestructuras, actividades económicas como la del comercio... A la vista de la información recogida para diversos territorios del conjunto nacional, se seleccionan los tres casos que van a ser considerados objeto de esta investigación, esgrimiendo los motivos que han llevado a tal decisión. El proceso continúa con una elaboración cartográfica que contempla aspectos o elementos que se consideran interesantes para los objetivos propuestos: límites municipales para evidenciar el criterio de delimitación que se ha adoptado para los ámbitos de estudio, infraestructuras de tipo lineal como ferrocarriles y carreteras (sólo las más importantes), grandes superficies comerciales o superficie construida/urbanizada. La caracterización de cada entorno metropolitano se procura avanzar en paralelo y estableciendo homogeneidad entre las tres en cuanto a estructura, contenido y tipo de información empleada.

Tras una descripción morfológica y evolutiva de cada ámbito metropolitano considerado, se afronta una etapa focalizada en la trayectoria que ha seguido en ellos, en general, el comercio urbano y, en particular, la actividad

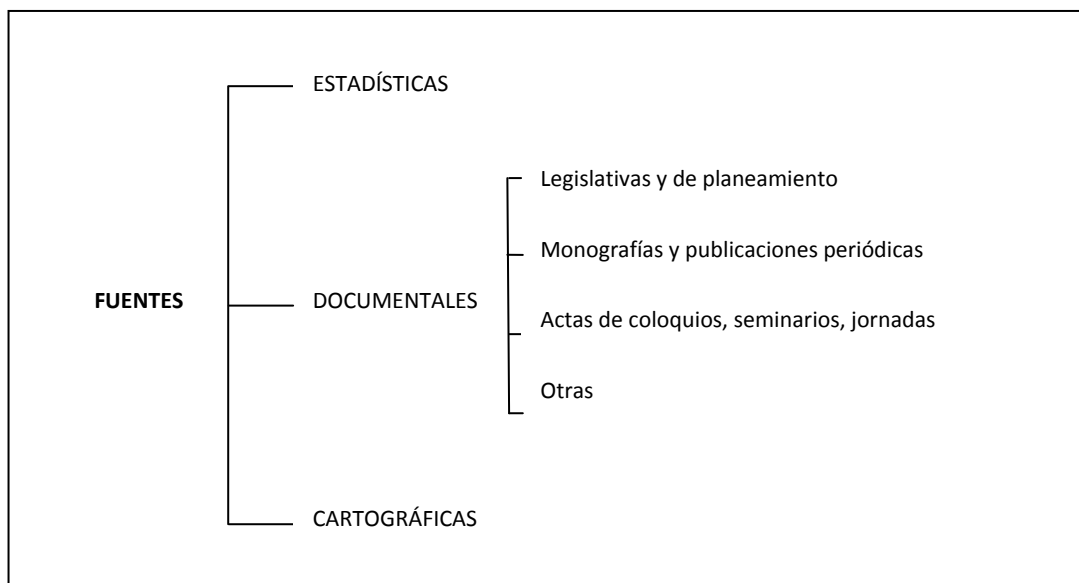
comercial ligada a grandes formatos. En cada una de las etapas o fases que integran la caracterización es abordada, en paralelo, la evolución de los marcos normativos sectoriales, territoriales y urbanísticos que afectan a cada espacio en cuestión. El proceso analítico culmina con la confección de un eje cronológico en el que confluyen los hitos más destacados y los aspectos más relevantes tanto desde la aproximación sectorial como desde la territorial y urbana, produciéndose una imbricación de información diversa que es organizada y descrita bajo diversos epígrafes en cada uno de los tres casos de estudio. Con la finalidad de facilitar la comprensión de la relación existente entre las variables de estudio así como de la trayectoria histórica seguida, se elabora una síntesis individualizada que, adicionalmente, muestra de forma clarificada las imbricaciones entre la esfera territorial y la sectorial existentes cada contexto urbano. Esta última tarea es oportuna para facilitar el sometimiento de los datos y procesos a una metodología de análisis de contrastada eficacia y reconocimiento como es la DAFO, que permitirá evaluar la situación en cada ámbito de estudio en los términos previstos al inicio de la investigación.

En el último capítulo, los esfuerzos analíticos y evaluativos que se han llevado a cabo previamente de forma individualizada, son objeto de contraste a fin de identificar concurrencias y discrepancias entre procesos y tendencias desde diversas perspectivas, con la finalidad última de poner de manifiesto vicios o situaciones nada deseables para la salvaguarda de la sostenibilidad y los intereses generales de la sociedad. La propuesta se completa con la reflexión acerca de la coherencia de los escenarios presentes y tendenciales en los casos de estudio con respecto al modelo territorial perseguido, estando implícita asimismo una valoración objetiva acerca de la bondad del proceso investigador que se ha descrito.

2.4. FUENTES

Dada la coyuntura, como se matiza en el epígrafe del Estado de la Cuestión, de la escasez de trabajos que han abordado la realidad territorial de ámbitos metropolitanos desde el prisma de un segmento productivo relativamente novedoso como es el asociado a los grandes formatos comerciales, para la consecución de los objetivos previstos se ha recurrido, a lo largo de buena parte del proceso, a una multitud y diversidad de fuentes que a continuación se describen y que se muestran clasificadas en categorías atendiendo principalmente a su origen y al tipo de información que proporcionan. Aunque otras muchas propuestas taxonómicas podrían ser igualmente válidas, la que se ha adoptado satisface el deseo de recogida de la totalidad de fuentes utilizadas y de organización sencilla e intuitiva de las mismas.

Figura 2.2.- Clasificación de las fuentes utilizadas



FUENTE: elaboración propia.

Las FUENTES ESTADÍSTICAS, constituidas por relaciones de datos recopilados por entes públicos o privados que aparecen plasmados en informes, páginas web, bases de datos cartográficas o publicaciones periódicas, han sido consultadas en diversos momentos de la investigación, principalmente en los ejercicios descriptivos de los Capítulos 3 y 4 y en la caracterización de las zonas de estudio llevada a cabo en el 5. En mayor medida, la información de este tipo que se ha utilizado proviene de organismos estadísticos de las administraciones públicas, como puede comprobarse más abajo.

Las FUENTES DOCUMENTALES incluyen aquellas que, en soporte impreso o digital, y con carácter puntual o periódico, proporcionan información de distinta naturaleza elaborada tanto por instancias públicas como por privadas. Para este Trabajo se han utilizado tanto fuentes documentales primarias como secundarias, simultaneadas en distintos momentos según las necesidades. Entre las primeras, caracterizadas por suministrar información novedosa, destacan por su contribución a esta Tesis las monografías, los artículos científicos, las publicaciones periódicas, los informes técnicos o los documentos normativos emanados de las administraciones públicas. Las fuentes secundarias, también llamadas indirectas, son aquellas que se elaboran a partir de información primaria o directa; han sido igualmente objeto de una intensa consulta, principalmente los anales, los artículos recopilatorios, determinados fragmentos de tesis doctorales, documentos de planificación derivados de textos normativos así como los estudios, informes y balances realizados por entes públicos o empresas. La elaboración de esta Tesis se ha nutrido de manera sustancial de ambos tipos de fuentes documentales, principalmente durante la preparación de sus tres primeros capítulos.

Las FUENTES CARTOGRÁFICAS han sido consideradas de manera predominante en los capítulos finales contribuyendo a la reflexión y apoyando la labor de investigación. Principalmente se han consultado visores cartográficos online de los cuales se dará detenida cuenta más adelante. Además de esta información cartográfica externa, sincrónica y diacrónica, existe una aportación cartográfica propia que es vertida en el Capítulo 5 y que ha sido elaborada en el

transcurso de los estudios a partir de información cartográfica básica posteriormente referida.

2.4.1. Fuentes estadísticas

El Instituto Nacional de Estadística (INE) proporciona datos de tipología demográfica, económica y social para el conjunto nacional que se mantienen actualizados en su sitio web. Han resultado de interés diversos recursos:

- *Directorio Central de Empresas*. Con una periodicidad de actualización anual, permite un desglose a nivel de comunidades autónomas de información diversa sobre empresas utilizando filtros, entre ellos el de la tipología de sector económico.
- *Indicadores Sociales*. Constituidos por gran elenco de variables, muchas de las cuales revisten interés para este estudio con vistas al análisis diacrónico de la situación de las familias en lo referente a sus pautas de consumo y al nivel de bienestar de que gozan. Los parámetros más relevantes han sido: población, familia, trabajo, renta, distribución y consumo o cultura y ocio.
- *Panel de Hogares de la Unión Europea*. Esta fuente de información reporta datos que continúan abundando en los suministrados por los Indicadores Sociales, conformando una referencia básica para la descripción de los hogares españoles atendiendo a variables tales como su tamaño, la edad y ocupación de sus miembros, su nivel formativo, los ingresos... Estas bases de datos del conjunto nacional están estandarizadas en todos los países de la Unión Europea a fin de abastecer eficazmente la infraestructura estadística comunitaria que gestiona Eurostat. El panel de variables informa a la Comisión sobre las necesidades existentes en materia de políticas sociales y viabiliza el seguimiento de las iniciativas que se emprenden en este aspecto.
- *Mujeres y hombres en España (2015)*. La publicación, creada en colaboración con el Instituto de la Mujer, contiene gran amplitud de indicadores relacionados con el empleo, los salarios, el uso del tiempo,

etc. que son de utilidad para la contextualización del consumo en la segunda década del siglo XXI en términos sociales y económicos.

En la Comunidad de Madrid, el Instituto de Estadística ofrece para el interés de esta investigación, dos estudios fundamentales:

- *Anuario Estadístico de la Comunidad de Madrid 1985-2015*. El documento recopilatorio incluye series anuales que enriquecen el discurso socioeconómico de este estudio: población y hogares, cultura y ocio, recursos económicos de los hogares o comercio, turismo y otros servicios.
- *Directorio de Unidades de Actividad Económica de la Comunidad de Madrid*. En el período comprendido entre 1998 y 2010, se ofrece información básica sobre los sectores de actividad, la localización de los mismos, las empresas que los integran... Se proporcionan datos clasificados según pertenezcan o no a la ciudad central o a su corona metropolitana, atendiendo a los criterios recogidos en el servicio cartográfico de la Comunidad.

El Institut d'Estadística de Catalunya (IDESCAT) también ofrece en internet multitud de información relevante para este estudio de la que se hace eco el apartado estadístico de la web del Área Metropolitana de Barcelona:

- *Encuesta de Condiciones de Vida y Hábitos de la Población*. Con periodicidad quinquenal, posee un sitio web específico debido a su relevancia y desde 2006 ofrece, entre otros muchos, datos relativos al consumo y a la renta, que facilitan la visualización de la evolución de los estilos de vida y las pautas de compra de la población catalana.
- *Estadística de Empresas y Establecimientos*. A partir del DIRCE, el IDESCAT desagrega la información para Cataluña para todos los sectores de actividad, incluido el comercio minorista, contemplando conjuntamente empresas con establecimientos, sede social o localización en la región.

El Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA) pone a disposición de los ciudadanos en su sitio de internet una amplia base de datos

estadísticos y cartográficos. Para la presente investigación han sido importantes los siguientes:

- *Directorio de empresas y establecimientos con actividad económica en Andalucía.* Desde el año 1998 ofrece datos del tejido comercial andaluz clasificados según sector de actividad, número de empleos, forma jurídica o superficie de venta. Los datos sobre comercio minorista para este estudio son susceptibles de análisis a partir de las formas jurídicas que se adoptan y del empleo que generan con carácter directo.
- *Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía (SIMA).* El extenso banco de datos estadísticos se encuentra en actualización constante proporcionando a este estudio información diacrónica, demográfica y económica, de los distintos municipios que conforman el área metropolitana sevillana.

En la perspectiva comunitaria, se ha acudido al sitio web de la institución que estudia y proporciona los datos estadísticos oficiales, Eurostat. Ha sido de gran utilidad la información proporcionada sobre la superficie comercial minorista y las rentas medias, desagregada por países y mostrada en un espectro temporal.

Junto a estas fuentes estadísticas oficiales, existen otras de características parecidas proporcionadas por agentes privados que constantemente revisan y estudian aspectos de los sectores en los que se desenvuelven, principalmente económico y comercial, arrojado luz de forma significativa para la presente investigación:

- *Directorio de Centros Comerciales de España.* Anualmente publicado por la AECC, incluye información detallada de todos los establecimientos asociados, que ronda la totalidad de los que existen. Teniendo presente la fiabilidad de la fuente, las actualizaciones desde 2007 hasta 2013, que son las que se han utilizado, se han convertido en las principales aportadoras de información sectorial, hecho que también puede argumentarse merced a la capacidad de tales documentos para revelar comportamiento y

evolución reciente de las grandes superficies de comercio minorista en nuestro país.

Adicionalmente, también ha sido motivo de consulta frecuente la revista mensual de los Centros Comerciales que edita la AECC, arrojando información de actualidad sobre tales espacios, incluyendo nuevas aperturas o proyectos empresariales. Un esbozo de los contenidos de dichas publicaciones, en continua actualización, se encuentra disponible online.

- *Anuario Económico de España*. También disponible para su consulta online, La Caixa recopila datos estadísticos e indicadores socioeconómicos que, al sufrir actualización anual desde el año 1996, permiten un estudio evolutivo en lo que respecta a actividades comerciales minoristas, más concretamente centros comerciales, existiendo la posibilidad de que tal información se muestre desagregada por autonomías o provincias.
- *Estudios de Mercado de Jones Lang LaSalle*. Desde 2009, la consultora inmobiliaria internacional publica distintos documentos en línea con una periodicidad mínima anual que proporciona información nacional sobre inversiones, variaciones en SBA en grandes superficies, nuevas aperturas de establecimientos, etc. Destacan por su aportación a los intereses de esta investigación el *Informe de Mercado*, el *Informe de Mercado Retail* así como el *Informe de Centros y Parques Comerciales en España*.

2.4.2. Fuentes documentales

2.4.2.1. Legislativas y de planeamiento

- *Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a los servicios en el mercado interior (Directiva de Servicios)*.

De gran relevancia para este Trabajo ha sido la aparición de esta normativa europea, también denominada *Bolkestein* por muchos, que trastoca sustancialmente el marco normativo estatal y autonómico en multitud de frentes, entre ellos el de las condiciones para la implantación de grandes

superficies comerciales minoristas, pudiéndose decir que esta normativa comunitaria ha supuesto un crucial punto de inflexión al respecto.

- *Ley 1/2010 de reforma de la Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista.*

Este marco normativo estatal, que regula en la actualidad el comercio minorista (pequeño y mediano comercio además de las grandes superficies), delega en las Comunidades Autónomas la regulación de la actividad comercial, por lo que constituye un referente básico para nuestro análisis. La ley incluye las modificaciones de la *Directiva 2006/123/CE relativas a los servicios en el mercado interior (Directiva de Servicios)*¹.

- *Plan Estratégico de Infraestructuras y Transporte (PEIT, 2005-2020).*

El trazado de las principales líneas de actuación para los próximos años en el conjunto del territorio español contribuye a arrojar luz en lo concerniente a grandes proyectos de ejes viarios, especialmente en la Comunidad de Madrid, que adolece de una planificación sectorial al respecto.

-Comunidad autónoma de Madrid:

- *Ley 16/1999 de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid (LCM).*

Ha sido necesario recurrir a la normativa marco en materia comercial de Madrid para recabar información acerca de las disposiciones regionales sobre grandes superficies minoristas y su relación con el territorio. Además, se ha consultado el instrumento de desarrollo (*Decreto 130/2002*) así como la *Ley 1/2008 de Modernización del Comercio de la Comunidad de Madrid* y la *Ley 2/2012 de Dinamización de la Actividad Comercial en la Comunidad de Madrid*, al objeto de comprobar el estado final en la LCM de las estipulaciones de nuestro interés.

¹ Para la transposición de la *Directiva de Servicios* también ha sido necesaria la revisión por parte del gobierno nacional de los reglamentos en materia de venta ambulante, venta a distancia, canales de distribución y franquicias (Reales Decretos 199/2010, 200/2010 y 201/2010, respectivamente).

- *Ley 9/2001 del Suelo de la Comunidad de Madrid.*

Se trata del único documento legal en materia de organización espacial en la Comunidad de Madrid, de carácter urbanístico, sin que exista un marco normativo para la ordenación del territorio. Concretamente, la consulta más interesante ha sido la modificación que en ella ha realizado la *Ley 2/2012 de Dinamización de la Actividad Comercial en la Comunidad de Madrid* en lo referente al régimen jurídico de las actuaciones urbanísticas que incluyen actividades de comercio minorista.

-Comunidad Autónoma de Cataluña:

- *Decreto Ley 1/2009 de ordenación de los equipamientos comerciales.*

Este marco legal sectorial contiene importante información de carácter territorial en lo que a la implantación de grandes equipamientos se refiere, estableciendo incluso una zonificación de áreas idóneas. El estudio de este contexto ha sido de utilidad de cara a trazar la evolución del binomio gran superficie comercial y territorio en Cataluña.

- *Ley 23/1983 de Política Territorial.*

Es un texto fundamental que, al establecer la apuesta pública catalana por la ordenación territorial, delimita nuestro análisis, el cual se ha visto complementado por los diversos instrumentos de planeamiento que emanan de este marco normativo, especialmente por el Plan Territorial General de Cataluña.

- *Plan Territorial General de Cataluña.*

La importancia para esta investigación radica en la concreción de las determinaciones de la ley territorial catalana, acorde al modelo territorial que se persigue. Sirve de base para el análisis realizado en el Capítulo V relativo a la congruencia de las políticas públicas con la realidad metropolitana que se identifica.

- *Plan Territorial Metropolitano Barcelona.*

Este instrumento, uno de los planes territoriales parciales de la Comunidad Autónoma, ha aportado aun más luz que el Plan Territorial General sobre la apuesta pública de ordenación metropolitana de Barcelona, permitiendo su contraste con la realidad en los aspectos más relevantes para este estudio.

- *Plan Territorial Sectorial de Equipamientos Comerciales.*

Pese a no estar en vigor, ha mostrado su utilidad para poner de manifiesto de forma clara las intenciones concretas perseguidas por la Generalitat en un momento determinado en virtud de lo estipulado por la legislación sectorial.

- *Plan Territorial Sectorial de Infraestructuras del Transporte (2006-2026).*

Las infraestructuras viarias en el área metropolitana barcelonesa quedan recogidas en este documento, por lo que ha sido revelador en lo concerniente a su diagnóstico y a su evolución en el futuro próximo.

- *Ley 31/2010 del Área Metropolitana de Barcelona.*

Al refrendar los criterios establecidos en la ley territorial de Cataluña para el ámbito metropolitano y perseguir en él un urbanismo coordinado, el texto normativo se convierte en un buen aliado para esta investigación, junto al documento de planeamiento subsecuente, permitiendo conocer la dinámica territorial y la incardinación en ella de las diversas funciones.

-Comunidad Autónoma de Andalucía:

- *Ley 1/1994 de Ordenación del Territorio de Andalucía (LOTA).*

Es un referente básico en esta investigación pues de ella emanan instrumentos de planificación a través de los cuales se concretan las medidas con las que se persigue la vertebración territorial interna y externa de la Comunidad aprovechando al máximo las potencialidades sin ocasionar daños socioeconómicos o ambientales. Muchas de las medidas que estipula el

desarrollo planificador - el *Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía (POTA)*, los *Planes de Ordenación del Territorio de Ámbito Subregional* o los *Planes con Incidencia en la Ordenación del Territorio (PIOT)*- afectan a las localizaciones de los grandes establecimientos comerciales en la región andaluza.

- *Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía (POTA)*.

Al afinar las determinaciones de la ley territorial autonómica, permite una mejor comprensión del modelo territorial al que se aspira, estableciendo el marco para, en el Capítulo V, profundizar sobre su concordancia con la situación real en el plano metropolitano de Sevilla.

- *Plan de Ordenación del Territorio de la Aglomeración Urbana de Sevilla (POTAUS)*.

Ha sido de especial interés el estudio de las Áreas de Oportunidad (AO) que aparecen recogidas en el documento ya que constituyen los espacios en los que se residen proyectos de gran envergadura y diversa tipología, entre ellos los grandes formatos comerciales.

- *Planes de Infraestructuras*.

Concretamente, se han consultado tanto el *Plan de Desarrollo de Infraestructuras de Andalucía (PDIA 1997-2007)*, como su sucesor, el *Plan de Infraestructuras para la Sostenibilidad del Transporte en Andalucía (PISTA 2007-2013)*. Ambos documentos, pertenecientes a la categoría de Planes con Incidencia en la Ordenación del Territorio, al estar centrados en la planificación de los principales espacios urbanos, han reportado información sobre los grandes proyectos de vías de comunicación para Sevilla y su entorno.

- *Ley 7/2002 de Ordenación Urbanística de Andalucía (LOUA)*.

Sirve a esta investigación en tanto que evidencia que lo estipulado por la LOTA, en relación al modelo de ciudad, realmente ha descendido hasta la escala local mediante el ejercicio de la planificación urbanística y sus derivados planes generales de ordenación.

- *Planes Generales de Ordenación Urbana (PGOU).*

Se ha consultado el PGOU de todos los municipios afectados por AO a fin de esclarecer el proyecto concreto que las administraciones locales pretenden desarrollar en dicho ámbito en coherencia con su tipología.

- *Decreto Legislativo 1/2012 por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley del Comercio Interior de Andalucía (TRLCI).*

Constituye el contexto normativo sectorial de aplicación en Andalucía, realizando importantes consideraciones de carácter territorial para la implantación de grandes superficies minoristas. Su Plan de Equipamientos Comerciales (PEC), en fase de redacción al cierre de esta investigación, constituiría una buena síntesis sobre la imbricación sectorial y territorial.

- *Plan Integral de Fomento de Comercio Interior de Andalucía (PIFCIA).*

Desde 1998, la Junta de Andalucía elabora este plan sectorial que ya ha conocido diferentes ediciones, a través de las cuales se ha podido desgranar la evolución en la región del comercio minorista así como las inquietudes y orientaciones públicas que se han ido sucediendo en relación al mismo.

El I PIFCIA (1998-2001), ha permitido conocer el primer diagnóstico completo de la situación comercial de la Comunidad en la década de los 90 y la incipiente conciencia de la importancia de los nuevos formatos para la dinamización económica, todo lo cual motiva la puesta en marcha de estrategias de implantación cortoplacistas. Además, gracias a este documento se conoce que la administración pública ha detectado la facultad del sector para la construcción de las nuevas morfologías urbanas, pues el documento se refiere a la necesidad de una ordenación comercial. De hecho, el II PIFCIA (2003-2006), estará centrado en el reequilibrio territorial de las dotaciones comerciales con el propósito de evitar desigualdades en el seno de la región, estableciendo para ello una serie de áreas comerciales con gran peso para la Segunda Modernización de Andalucía de la que habla el documento.

Tanto el III PIFCIA (2007-2011), como el IV PIFCIA (2011-2013) y el V PIFCIA (2014-2017), permiten un acercamiento hacia las grandes transformaciones que ha experimentado en Andalucía el tejido comercial urbano de las grandes ciudades -y el territorio andaluz en general- a consecuencia de la proliferación de grandes superficies minoristas, recogiendo asimismo las reacciones públicas subsecuentes.

- *Plan Andaluz de Orientación Comercial (PAOC).*

Las dos ediciones existentes, I PAOC (2003-2006) y II PAOC (2007-2010), constituyen obras de consulta en lo referente a iniciativas públicas encaminadas a conciliar el comercio tradicional con el moderno, subyaciendo el planeamiento territorial en tal propósito. Así, en el I PAOC aparece una delimitación de zonas - centros regionales, redes de ciudades medias y asentamientos rurales- donde se evalúa la relación oferta-demanda existente en cada una, lo cual ha servido para el mejor conocimiento de la jerarquía urbana de Andalucía. El II, por su parte, propone una subdivisión en la zonificación comercial existente, proponiendo diversas estrategias encaminadas a la preocupante integración de los grandes equipamientos en la estructura comercial existente para garantizar el equilibrio socioeconómico y territorial, lo cual ha revelado el alcance de los fenómenos de implantación de grandes superficies en localizaciones periféricas con la consiguiente afección a los centros urbanos andaluces.

2.4.2.2. Monografías y publicaciones periódicas

Junto a los documentos monográficos consultados para la profundización sobre una temática particular: las aportaciones de C. M. Guy sobre planeamiento territorial y gran superficie comercial, los trabajos de H. Villarejo o J. M. Pérez Fernández sobre la vertiente jurídica de la ordenación de grandes superficies comerciales, o los de J. M. Feria sobre la cuestión metropolitana en general y, especialmente, sobre su apropiada delimitación, se han llevado a cabo frecuentes búsquedas en publicaciones de carácter periódico que muestran una gran utilidad por constituir ámbitos preferenciales para verter resultados procedentes de investigaciones, lo que hace posible encontrar frecuentemente en ellas

información de actualidad . A fin de que su exposición resulte lo más clara posible, se han introducido en dos grupos atendiendo a su temática:

- *De enfoque sectorial.*

Algunas de las revistas/publicaciones periódicas, en formato tradicional o digital, que han sido más útiles por sus enfoques metodológicos o su contribución al estudio de cuestiones de carácter sectorial, son: *Distribución y Consumo*, editada bimestralmente por Mercasa; *Revista Información Comercial Española (Revista ICE)*, bimestral de la Secretaría de Estado de Comercio; o *Estudios sobre consumo*, publicación trimestral del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. Algunas otras revistas consultadas pertenecientes a ámbitos distintos al comercial han sido el *Boletín Económico del ICE* y la *Revista económica de Cataluña*, pertenecientes al sector económico y financiero; la *Revista de Derecho de la Unión Europea*, la *Revista Jurídica de Castilla y León*, la *Revista de Derecho* o la *Revista catalana de dret públic*, de temática jurídica.

- *De enfoque territorial.*

Las principales fuentes, en cualquiera de los formatos posibles, que han sido motivo de consulta en lo relativo a asuntos relacionados con el urbanismo o la ordenación territorial, con especial interés por los artículos sobre regulación espacial de actividades comerciales, han sido el *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles (BAGE)*, de periodicidad cuatrimestral; la revista *Ciudad y Territorio. Estudios territoriales*, publicada por el Ministerio de Fomento trimestralmente; la revista *Ciudades*, editada anualmente por el Instituto Universitario de Urbanística de la Universidad de Valladolid; la *Revista Latinoamericana de Estudios Regionales (EURE)*, de periodicidad cuatrimestral, elaborada por la Universidad de Santiago de Chile; los *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, una de las publicaciones de la Complutense de Madrid, con periodicidad semestral; la revista británica *Urban Studies*, de carácter mensual, publicada por SAGE Journals; o la revista *Urban*, publicada semestralmente por la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de la Universidad Politécnica de Madrid.

2.4.2.3. Actas de coloquios, seminarios, jornadas

Los documentos aparecidos tras sesiones formativas o divulgativas aportan reflexiones, contrastes y experiencias que se emplean para enriquecer el discurso de la investigación en algunos puntos:

-Actas del X Coloquio Internacional de Geocrítica: celebrado en 2008 en Barcelona, sirve de vía para el estudio del fenómeno de la ordenación territorial en las ciudades medias.

-Seminario titulado *Las grandes áreas metropolitanas españolas en una perspectiva comparada*: celebrado en Sevilla en 2007, aborda la cuestión de la delimitación de las áreas metropolitanas, con especial énfasis en las españolas.

-Jornada titulada *Comercio urbano. Nuevo enfoque conceptual para una actividad con incidencia en la ordenación del territorio. Experiencias comparadas*: celebrada en Sevilla en 2011, supuso un punto de encuentro para investigadores de alto nivel que trataron sobre cuestiones íntimamente relacionadas con los propósitos de esta Tesis, por lo que las ponencias han sido de gran utilidad.

2.4.2.4. Otras fuentes

Una fracción significativa de la información con la que se ha contado durante la investigación, ha procedido de entidades e instituciones que han sido consultadas y que han proporcionado información de tipo verbal. Entre ellas se encuentran la Dirección General de Comercio de la Junta de Andalucía, el Centro de Documentación de la Consejería de Comercio, Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, la Asociación en Defensa del Territorio del Aljarafe (ADTA), la Subdirección General de Planificación Regional (Áreas de Planificación Sectorial y Territorial) de la Comunidad de Madrid o los Servicios Territoriales de Territorio y Sostenibilidad de Barcelona pertenecientes a la Generalidad de Cataluña.

2.4.3. Fuentes cartográficas

La cartografía se ha empleado fundamentalmente en el Capítulo V, principalmente para tres tipos de tareas:

- *Para la visualización de la disposición territorial relativa de infraestructuras y equipamientos en los ámbitos de estudio.*

Se ha acudido a visores cartográficos disponibles online:

-MoviTraIII: fruto de un proyecto de investigación, representa la realidad urbana española fundamentándose en el estudio de la variable residencia-trabajo (se amplía la descripción en el Capítulo IV).

-Line@: desarrollado por el IECA, pone a disposición del usuario un servicio de descarga de mapas y ortografías de Andalucía.

-Red de Información Ambiental de Andalucía (REDIAM): uno de los servicios que ofrece resulta especialmente interesante pues es una base de datos de ortografías del territorio andaluz de los últimos años.

-PLANEA: dependiente de la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio de la Comunidad de Madrid, cuenta con cartografía interactiva de diversas épocas y en distintas escalas.

-NOMECALLES: es la representación y difusión de los datos que recoge y procesa el Sistema de Información Territorial del Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid. Aporta gran cantidad de información: fotografías aéreas, callejero o capas temáticas (entre ellas las de grandes superficies de comercio).

- *Para la elaboración de base de datos propia.*

Los datos georreferenciados asociados a la cartografía del visor de MoviTraIII han sido empleados para la confección de una base de datos personalizada (presentada como Anexo) sobre la que se han realizado tratamientos y representaciones gráficas generándose una información (derivada) para abordar nuevos estudios o simplificar los que están en curso.

- *Para la confección de instrumentos cartográficos propios.*

Los gráficos que se realizan en el Capítulo 5 para el estudio de superficies comerciales en relación a municipios, carreteras, límites metropolitanos o usos del suelo, se nutren de la siguiente información básica:

-La capa de carreteras perteneciente al Mapa Base de España del Instituto Geográfico Nacional (IGN) (última actualización de octubre de 2013).

-La base de datos del proyecto MovITraIII (desde 1942 hasta 2011).

-La capa de usos del suelo perteneciente al proyecto CORINE Land Cover (Agencia Europea de Medio Ambiente), con escala de referencia: 1:100.000, sistema geodésico de referencia ETRS89, sistema cartográfico de representación UTM y fotointerpretación sobre imagen de referencia Landsat TM en el año 1990 e imágenes SPOT4 en el año 2006.

-Los Datos Espaciales de Referencia de Andalucía del IECA pertenecientes a escalas intermedias, en sistema de referencia geodésico ETRS89 y proyección UTM-huso 30.

Con arreglo a lo expuesto en la Estructura de la investigación, en los siguientes capítulos se emprende un recorrido con vistas a reconocer tanto el escenario socioeconómico como el territorial de España, prestando especial atención a sus evoluciones en los ámbitos urbanos seleccionados e identificando la pauta que han seguido en los mismos los grandes equipamientos comerciales, cual actividad con gran incidencia en la ordenación territorial y urbanística. Serán objeto de evaluación tanto el alcance como la coherencia de las disposiciones normativas, tanto territoriales como sectoriales, que se han visto implicadas en cada momento y ámbito de estudio.

CAPÍTULO 3 | **CONTEXTO SOCIOECONÓMICO ACTUAL DEL COMERCIO**

- 3.1. APROXIMACIÓN HISTÓRICA A LA ACTIVIDAD COMERCIAL**
 - 3.1.1. De los orígenes a la ciudad moderna**
 - 3.1.2. De la ciudad moderna a la metrópolis contemporánea**
- 3.2. APROXIMACIÓN SOCIOLÓGICA A LAS PAUTAS ACTUALES DE CONSUMO**
 - 3.2.1. La hegemonía de la sociedad de consumo**
 - 3.2.2. Nuevas estrategias para nuevos consumidores**
 - 3.2.3. El asociacionismo en la función comercial contemporánea**
 - 3.2.4. La demanda social de una regulación comercial**
- 3.3. EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN GRAN SUPERFICIE**
 - 3.3.1. Introducción**
 - 3.3.2. La diversificación en Estados Unidos**
 - 3.3.3. La expansión mundial y europea**
 - 3.3.4. El desarrollo en España**

3.1. APROXIMACIÓN HISTÓRICA A LA ACTIVIDAD COMERCIAL

3.1.1. De los orígenes a la ciudad moderna

La actividad de compra-venta ha ostentado desde los albores de la humanidad un papel primordial, como lo atestiguan los pictogramas paleolíticos (antecedentes de la escritura cuneiforme) encontrados en Oriente Medio representando cuentas y actividades comerciales acerca de cultivos y animales (Casares, 2008). En el Neolítico se desarrollaron intercambios relacionados con los excedentes agrícolas, los objetos de concha con valor ritual, armas de piedra o cerámicas, estableciéndose por toda Europa importantes vías comerciales marítimas y terrestres, algunas de largo recorrido (Johnstone, 1980; Phillips, 1994). La intensificación y expansión de la actividad comercial se produciría en la Edad de los Metales, a raíz de la aparición de la moneda, la rueda, la alfarería o el arado que facilitarían los intercambios e incrementos productivos y establecería rutas de intercambios generadoras de diferencias sociales (López García, 1988).

Si bien en sus inicios la actividad del comercio está supeditada, de manera general, a la existencia de un marco natural adecuado junto a un cierto nivel técnico y sociocultural que, al permitir una producción excedentaria, desencadena un intercambio comercial con el exterior (Castells, 1976), el nacimiento en la ciudad medieval de la clase social burguesa, con alta actividad económica, hace revivir muchas de las ciudades abatidas tras la caída del Imperio romano en Occidente, propiciando dinámicas de intercambios mercantiles (incluyendo los mercados municipales y las localizaciones extramuros) que serán el germen de los actuales problemas de la ordenación espacial del comercio (Pérez Fernández, 1998).

El desarrollo de actividades de intercambio para los propios habitantes de la ciudad así como para los de su área de influencia es una tónica omnipresente en las ciudades desde sus orígenes (Zárate, 1991). Con diversos objetivos se acuñó en estas ciudades medievales un marco regulatorio: por un lado, el de evitar excesos en los precios que hiciesen inviable el abastecimiento de los habitantes; por otro, el de controlar sanitariamente los productos evitando

enfermedades. Además, era necesario el mantenimiento del monopolio de la burguesía, los intereses gremiales² y el control en la recaudación de tasas destinadas especialmente a actuaciones sobre las murallas (Pirenne, 1977). En este contexto aparecerán los asentamientos extramuros con objeto de eludir esta responsabilidad fiscal, del mismo modo que, siglos más tarde, lo harán los hipermercados en los extrarradios de las ciudades modernas (Tarrago, 1992).

A mediados del XIV, junto a una espectacular difusión por los pueblos cercanos de los mercados locales, aparecen las denominadas ferias, las cuales buscan para su ubicación -al igual que los mercados- espacios amplios y lugares habitados en las confluencias de importantes vías de comunicación. Mientras que los mercados son puntos de venta al por menor, las ferias lo son, sobre todo, al por mayor, sirviendo de abastecimiento a comerciantes que poseen dificultades para la compra de mercancías en lugares más alejados. Hasta el XVIII, son los mercados y las ferias los enclaves de compraventa más importantes, apareciendo en estas últimas la actividad lúdica como componente relevante, motivo por el cual merecen ser legítimamente consideradas las predecesoras históricas de los centros comerciales modernos (Toboso, 2002).

3.1.2. De la ciudad moderna a la metrópolis contemporánea

El descubrimiento del Nuevo Mundo con sus metales preciosos, la aparición de los estados nacionales o las mejoras en la navegación y en las técnicas agrícolas, entre otros factores, explican que el sistema socioeconómico imperante, el del feudalismo, fuese finalmente reemplazado por el capitalismo, ubicando este hecho la mayoría de autores en la Inglaterra del siglo XVI (Sweezy et al., 1976; Beaud, 1986). En el momento en que los productores agroganaderos quedaron libres del sistema feudal que los subyugaba, pudo aparecer el sistema capitalista (Sweezy, 1945; Dobb, 1975; Dabat, 1993), generándose desde entonces una corriente de compraventa que les granjearía importantes riquezas particulares bajo el paraguas de la burguesía. El catalizador inicial de este

² Los gremios fueron entes jurídicos decisivos para configurar la imagen conservadora, estática y monopolista de los comerciantes hasta que la burguesía tomó poder para reclamar libertad económica y abolición de privilegios, pues la realidad es que muchos comerciantes abastecieron a los feudos con la contrapartida de ciertas prestaciones (Pirenne, 1972).

sistema, la clase burguesa, incrementó su poder adquisitivo y pudo erigirse en directora de la economía, reclamando los servicios de los campesinos, desbancando de este modo a los señores feudales y su sistema de rentas (Sweezy et al., 1976).

Los hitos históricos de la industrialización y el liberalismo económico desencadenan un rápido crecimiento urbano: los establecimientos industriales generan la necesidad de mano de obra -con los consiguientes movimientos poblacionales-, un tráfico de materiales -que requerirá a su vez de novedosos sistemas de transporte- y nuevas instalaciones administrativas y comerciales como consecuencia del incremento del consumo. La armonía seguida hasta mediados del siglo XX entre el crecimiento de las urbes y los equipamientos comerciales, fundamentalmente de proximidad, toca a su fin con la fabricación de bienes de forma masiva y a menor coste, lo que permite observar la nítida correlación existente entre la revolución industrial y la comercial (Toboso, 2002).

El comercio minorista es uno de los servicios más influyentes en los procesos transformadores de la estructura socioeconómica en las últimas décadas del siglo XX (Moreno y Escolano, 1992), siendo sus establecimientos de grandes superficies los que han ostentado mayor protagonismo y evolución. En efecto, la trayectoria seguida por las novedosas formas comerciales en la cultura occidental es amplia (como se comentará más adelante) y podría estudiarse analíticamente desde distintas perspectivas con el denominador común de una sucesión de etapas (Safón, 1997): entre los años 40 y 70, las limitaciones a la amplia oferta que pretende darse se encuentran en la capacidad productiva de los sistemas; desde mediados de los 70 y hasta finales de los 80, la oferta se supedita crecientemente a la demanda y es objeto de especulación en cuanto a los precios; desde los años 90, la oferta alcanza unos grandiosos niveles de diversificación mientras que la demanda se mediatiza por la globalización financiera tomando fuerza la tendencia a la descentralización internacional del trabajo.

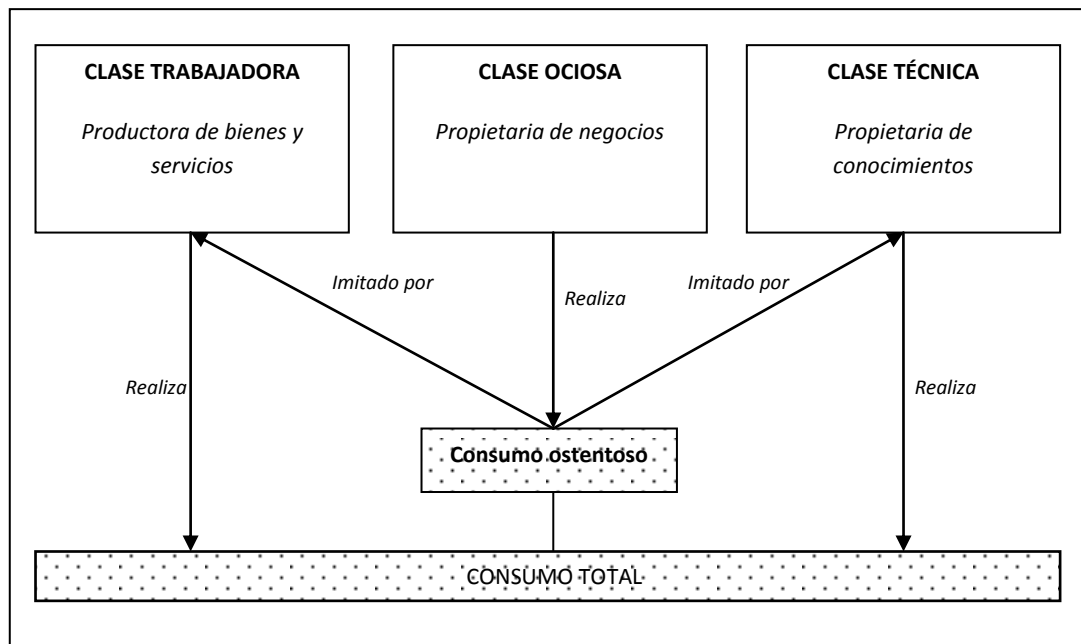
3.2. APROXIMACIÓN SOCIOLÓGICA A LAS PAUTAS ACTUALES DE CONSUMO

3.2.1. La hegemonía de la sociedad de consumo

Desde los años sesenta del siglo XX se ha producido la transición desde el modelo hegemónico de consumo de masas poco diferenciado y estandarizado hasta un panorama diversificado en el que la atención especializada a las necesidades de los consumidores y la fragmentación social son la tónica dominante (CES, 2008), adquiriendo el hecho consuntivo una función de diferenciación social (López de Ayala, 2004). En efecto, *La teoría de la clase ociosa* (Veblen, 1974), primer intento por explicar los comportamientos de los consumidores desde una óptica sociológica, recoge ideas tales como la apropiación del consumo por parte de las clases altas con fines de ostentación o los intentos de emulación por parte de la clase obrera para así alcanzar reconocimiento social (Figura 3.1). Ligado a ello aparecerá la definición de la dinámica de la moda como fórmula para la distinción entre estamentos o clases sociales (Mc. Cracken, 1986), si bien en tiempos más recientes se insiste en que el poder adquisitivo³ del individuo es lo que posibilita su adscripción a determinada categoría socioeconómica, adquiriendo las opciones de consumo pleno protagonismo en el posicionamiento social personal (Lipovestky, 2006).

³ Como señala M. C. López de Ayala (2004), la moda ha sido el aliado perfecto para la expansión del sistema capitalista, subyacente a cualquier análisis sociológico contemporáneo sobre consumo, al incrementar ostensiblemente la demanda, primeramente la inducida por las clases más elitistas (etapa de capitalismo de producción) y posteriormente la generada también por las clases trabajadoras (etapa de neocapitalismo de consumo).

Figura 3.1.- El consumo en la sociedad moderna según la Teoría de la Clase Ociosa (Veblen, 1974)



FUENTE: Elaboración propia.

Paradójicamente a lo que acaba de exponerse, en su ejercicio de autorrealización personal y social, el individuo se vuelve más dependiente de las estrategias mercantilistas, requiriendo de consumo, a veces compulsivo, para compensar la insatisfacción y frustración que adolece. Esta situación ha dado lugar a que se tilde al ser humano de hoy de *hipermoderno*, [al poseer] una economía que crece en proporción a su desestabilización personal y a su dependencia del mercado [toda vez que] ha llevado al extremo el proceso de personalización y liberación puesto en marcha por la postmodernidad (Durán, 2011). Semejante paradoja, contextualizada en una sociedad adjetivada extendidamente de postmoderna (Lyotard, 1979; Harvey, 1989; Vattimo, 1996), suscita una renovación continuada de los mercados a ritmos crecientes en pleno acomodo al sistema económico capitalista de referencia.

En el acto de consumo contemporáneo -para el que existe una oferta cada vez más amplia, diversificada y especializada- la cantidad de bienes que se adquieren ha dejado de ser un elemento de diferenciación social, abriéndose

paso la vertiente cualitativa, esto es, la opción preferencial por determinadas marcas, condicionada singularmente por las estrategias publicitarias (Codeluppi, 2007). Adicionalmente, en el plano psicológico de los individuos, se constata, por un lado, que el hecho mismo de la adquisición del producto prevalece sobre su utilización en el campo de la compensación psíquica (Alonso Benito, 2002); y, por otro, que el grado de felicidad que produce el proveerse de un bien es similar al de desecharlo, procurando la lógica del mercado que el tiempo transcurrido entre ambas acciones sea cada vez menor (Bauman, 2007). Las personas, según dicha lógica, son tasadas en función de su capacidad para asumir y reproducir los fundamentos mencionados, tornándose en objetos de consumo manipulables y susceptibles, por ende, de mercantilización (Bautista, 2008).

El interés del sector comercial por la innovación, en el contexto descrito anteriormente, se dirige a acrecentar el número potencial de consumidores y a diversificar la oferta, en una etapa histórica marcada por la superación de las limitaciones y los tiempos de producción que abastece, de este modo, la vida mercantil que los propios niveles productivos han favorecido. No sorprende, por tanto, la concepción del consumo como *un derroche productivo, entendido como toda producción y gasto más allá de la estricta sobrevivencia, donde lo superfluo precede a lo necesario* (Carrasco, 2007). Incardinada en la dominante cultura del ocio (Seabrook, 1996), sustentada sobre los pilares del hedonismo y el individualismo, la acción de comprar por encima de lo estrictamente necesario (el hiperconsumismo) se concibe como un hecho decisivo en la vida cotidiana que aparece ligado a un cúmulo de sensaciones que lo convierten en actividad de diversión, de pasatiempo, constatándose una frontera cada vez más tenue entre ocio y el consumo⁴.

La sociedad de consumo, nacida en Estados Unidos en los años 20 del siglo XX y perfectamente instalada en Europa Occidental y Japón medio siglo después (Thein, 1994), se caracteriza, como se ha apuntado, por la adquisición

⁴ La cultura del ocio tiene consecuencias tales como la privatización de espacios urbanos públicos, la congestión viaria (con su problemática asociada) o la exclusión y segmentación social (Gutiérrez Puebla y García Palomares, 2015).

acelerada de productos, aunque también por la actividad comercial ligada a grandes establecimientos, siendo diversos los factores que han colaborado de forma *sine qua non* en su definición al permitir el almacenamiento y traslado a grandes distancias de los bienes de consumo: el desarrollo de importantes vías de comunicación, el uso del vehículo privado como medio de locomoción principal en las familias o la aparición de alimentos precocinados y nuevas técnicas de envasado (Debord, 1999). En cualquier caso, los postulados de este marco socioeconómico global no son aplicables sin matices a los países de América Latina ya que, por su coyuntura económica, buena parte de la población no tiene acceso a grandes establecimientos de consumo (Espinosa, 2007).

3.2.2. Nuevas estrategias para nuevos consumidores

En el plano de los consumidores, la propia evolución de su escala de valores culturales, su ritmo de vida y los avances científico-tecnológicos que se han sucedido determinan su interacción con el comercio y la organización misma que éste adquiere. En una primera aproximación, se puede afirmar que las distintas pautas de compra familiar vienen dadas por el número de miembros de la unidad, así como por la edad y el nivel de renta de los mismos, condicionados fuertemente por la publicidad y por los comportamientos de terceros, como cabe esperar en una sociedad mediatizada y globalizada. La incorporación laboral de la mujer y los éxitos en la lucha por la igualdad de género han resultado factores decisivos para comprender los nuevos modelos familiares (CES, 2008): hogares monoparentales, individuales, de jóvenes independizados... De igual modo, el aumento de la esperanza de vida ha dilatado potencialmente el mercado debido al incremento del número de personas mayores (por encima de los 65 años), caracterizadas por ostentar en multitud de ocasiones un alto poder de compra.

Las redes económicas globales, cada vez más cohesionadas y extendidas, han traído consigo el trasiego de diversidad de productos de unas zonas a otras del planeta, homogeneizando la oferta y, progresivamente, la demanda. Como contrapartida a estos procesos globalizadores, surgen iniciativas locales al fin de revalorizar los potenciales intrínsecos de las estructuras productivas (Bueno y

Aguilar, 2003). En el comercio de inicios del siglo XXI, donde las marcas añaden, junto a otros factores, valor a los productos, una de las estrategias más significativas es poner de manifiesto el lugar geográfico de procedencia de los mismos, creándose el distintivo de denominación de origen. Los lugares y procedimientos de elaboración de los bienes o la procedencia de las materias primas con que son confeccionados son igualmente tenidos en cuenta de cara a valorar la calidad y la seguridad que ofrecen. Junto a la cuestión marquista, la preocupación por el respeto al medioambiente, el nivel de calidad o la estética de los artículos, se repite ampliamente en el momento de la elección de los productos, considerándose tanto el impacto ambiental del bien en sí mismo como de su envasado. Las altas dosis de exigencia y selectividad del consumidor que vienen describiéndose explican, en gran medida, la obligatoriedad de una amplia oferta a la carta tendente a dar respuesta a todas las exigencias, encontrando el cliente un creciente respaldo para la defensa de sus derechos en las asociaciones de consumidores y usuarios.

Las tendencias en el consumo en los inicios del siglo XXI (Manteca, 2007) también se caracterizan por la fuerte presencia de las nuevas tecnologías, que generan nuevos bienes y servicios (telefonía móvil, robótica, entretenimientos virtuales...) o nuevas formas de acceso a los mismos (comercio electrónico), con especial incidencia entre la población más joven. Este último estrato social muestra un especial interés por las grandes superficies de ocio y consumo, constituyendo la visita a tales instalaciones una de las actividades preferidas. De forma genérica, los españoles acuden a las grandes superficies para la compra alimentaria (esencialmente a hipermercados), frecuentando los mercados tradicionales y comercios de proximidad para la adquisición de alimentos frescos (CES, 2008).

Teniendo presentes los factores expuestos, el sector comercial experimenta una adaptación en paralelo a las transformaciones constantes que se producen en las tendencias demográficas, las situaciones económicas y los factores sociales (Soler, 2001). La rapidez con que se modifican los hábitos de consumo se ve acompañada de la aparición y desaparición de productos por

cuestiones de interés o de obsolescencia⁵, en el marco de una sociedad marcada por la moda y las corrientes en pro del individualismo, la innovación o el disfrute de productos más naturales, seguros y cuidadosos con el medioambiente, como se comentó previamente.

3.2.3. El asociacionismo en la función comercial contemporánea

El modo de satisfacción de la demanda ha caminado de forma acompasada con la realidad socioeconómica de cada momento, dejando evidencias en la organización espacial del comercio. Si la demanda era atendida tradicionalmente por las tiendas detallistas ubicadas en las calles de los barrios, concentradas especialmente en el centro de las ciudades occidentales, desde mediados del siglo XX, la fórmula de la asociación de minoristas en grandes superficies, donde se acusan beneficios sinérgicos y simplificaciones legales, ha venido resolviendo de forma más eficiente esta cuestión a raíz de que fuese probada con éxito en Estados Unidos (De Juan, 1998). Las grandes superficies, y en especial los centros comerciales, al imbuirse de tal modo en los quehaceres diarios de los ciudadanos, se convierten en imprescindibles, recibiendo la catalogación de *catedrales de consumo* (Gutiérrez Puebla y García Palomares, 2005) habida cuenta de su relevancia para el mantenimiento de la vida social. Estos grandes formatos comerciales -como se argumentará detenidamente más adelante- constituyen importantes nodos en el espacio a partir de los cuales se articulan en gran medida los entramados de carreteras o viarios urbanos, como lo hicieron en su día las plazas públicas o los grandes templos religiosos (Alonso Benito, 1999).

Por otra parte, al ser el comercio un factor determinante para la revitalización de los cascos urbanos, la Administración Pública opta por el recurso a las asociaciones de comerciantes, fomentándolas si no existen, para que

⁵ El concepto de obsolescencia programada, o duración predeterminada de los productos, entra en conflicto con el paradigma de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) por el que tanto las PYMES como las grandes corporaciones pretenden implicarse en un desarrollo económico respetuoso con el medio ambiente, los derechos humanos y los intereses sociales en general. Como afirman M. Ruíz Malbarez y Z. Romero (2011), pese a haber generado bienestar para el consumidor, avances en la tecnología, puestos de trabajo o riqueza económica, la obsolescencia programada ha acarreado costos sociales irreversibles contradiciendo así los postulados de la RSE.

presten colaboración en la dinamización de tales entornos, sumidos en la decadencia por la migración de la actividad económica y social hacia las periferias. El asociacionismo comercial adquiere una relevancia creciente en la sociedad del siglo XXI al representar una gran oportunidad de participación en las decisiones urbanas, la identificación de sus fortalezas y debilidades, que discurre en paralelo a la labor, más tradicional, de defensa de los propios intereses sectoriales frente a fuerzas externas (Azón, Huarte y Pelegrín, 2007).

La fórmula del partenariado (gestión mixta público-privada o PPP) se ha desarrollado en las últimas décadas del siglo XX y la primera del XXI en determinados espacios urbanos corroborando la pujanza de los movimientos asociacionistas en la construcción de la realidad urbana y, más concretamente, de su ineludible faceta comercial. La Unión Europea, entre finales de 2013 y mediados de 2014, instituye diversas asociaciones de tipo PPP para desarrollar, en el marco del programa *Horizonte 2020*, la competitividad comunitaria en campos relevantes como el transporte (proyecto *Shift2Rail*), la energía (proyectos *EeB* o *Spire*), las nuevas tecnologías de la información y el conocimiento (proyecto *FoF*, *HPC* o *5G*) o la investigación (iniciativa *Robotics*). La figura de los *Centros Comerciales Abiertos (CCA)*, también llamada *Centros Comerciales de Área Urbana (CCAU)*, es un ejemplo de gestión urbano-comercial que ha proliferado en Europa en las últimas décadas y que se lleva a cabo mediante gestión pública, privada o mixta, siendo esta última la opción más extendida. Esta realidad con fines comerciales constituye el único ejemplo de partenariado existente en España, país donde la presencia de esta fórmula es significativa, superada cuantitativamente en Europa sólo por Reino Unido e Irlanda (Ysa, 2007).

La creación de un CCA redunda en múltiples beneficios tanto para los poderes públicos como para los comerciantes y los ciudadanos, si bien la capacidad de intervención privada está más limitada que en un *Business Improvement District (BID)*⁶ (Espinosa, 2007), sobre todo por el establecimiento de la cuota obligatoria (Molinillo, 2001). Por un lado, los gobiernos pueden conseguir colaboración en las iniciativas que emprendan sobre esos espacios, a la vez que ven incrementadas las estadísticas municipales de consumo y empleo; en segundo lugar, los comerciantes, con su aportación económica (no realizada normalmente por la totalidad de los interesados dado el vacío legal al respecto), se constituyen en grupo de presión frente a las políticas públicas y competidores del sector, además de atraer a más compradores y proporcionar una imagen unitaria más atractiva para nuevos emprendedores; los ciudadanos se benefician de la seguridad, la limpieza y el buen estado de conservación de determinadas zonas de las ciudades a la par que ven incrementadas y mejoradas las posibilidades de consumo en las mismas. De todas maneras, las fórmulas de gestión mixta, basadas en el asociacionismo y la cooperación, si bien pueden llegar a satisfacer el objetivo primordial de revitalización de áreas deprimidas, en cualquier caso incrementan la dependencia social y económica del consumo (Bratos, 2013).

⁶ La traducción aproximada al castellano podría ser *Distritos de Mejora Empresarial*. Se trata de una fórmula público-privada de gestión de barrios de las ciudades que nació en Toronto en 1969 y que, desde entonces, está presente en una gran diversidad de países (Estados Unidos, Nueva Zelanda, Brasil, Colombia, Reino Unido, Irlanda, Holanda, Alemania...). Gracias a ella, el gobierno local delega o comparte competencias con los entes privados de la zona, involucrándose de este modo en la gestión de la misma (Hoyt, 2003). El pago de una cuota extra por parte de los comerciantes o particulares permite la asunción de actividades extra o más completas que las que realizaba la Administración Pública, en ocasiones con dificultades financieras. Entre las funciones en las que se involucran los *BIDs* destacan las de limpieza y rehabilitación del viario y mobiliario urbano, la regulación de la actividad económica informal (como por ejemplo la venta ambulante) o la promoción unitaria de los espacios de forma diferencial al resto del conjunto urbano.

Figura 3.2.- Algunos ejemplos de BIDs en Estados Unidos y Reino Unido



3.2.4. La demanda social de una regulación comercial

Las nuevas formas de comercio han provocado importantes tensiones en los ámbitos comerciales tradicionales que han auspiciado la creación, por parte de la Administración Pública, de marcos legales regulatorios que, con posterioridad, incorporaría también medidas dirigidas a paliar la afeción de los grandes formatos sobre el orden urbano-territorial. La ordenación espacial del comercio, en este sentido, posibilita el desarrollo racional y equilibrado entre las diversas formas comerciales, a la vez que garantiza la satisfacción de los intereses ciudadanos (Pérez Fernández, 1998). Sin embargo, esta visión acerca de la necesidad de regulación comercial encuentra detractores que perciben en ella un freno a las libertades empresariales y, por ende, un detrimento de los procesos económicos (Tornos, 2000). En ocasiones, los legisladores en la España de las Autonomías, elaborando medidas inspiradas en pilares económicos y políticos de corte liberal, adoptan el fundamento jurídico de las corrientes que se oponen a cualquier forma de ordenación.

En las dos últimas décadas del siglo XX afloran en España, por vía de urgencia, los primeros esfuerzos de los poderes públicos encaminados a regular la situación: el *Real Decreto-Ley 2/1985 de Medidas de Política Económica* y el *Real Decreto-Ley 22/1993 por el que se establecen las bases para la regulación de horarios*

comerciales. Estos textos jurídicos, junto a otros emanados de las instituciones autonómicas a partir de los años 80, sirven de antesala a la aprobación por parte del gobierno nacional de la *Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista* y la *Ley Orgánica 2/1996* que complementa a la anterior. A partir de este momento, la concesión de una licencia autonómica para la apertura del gran establecimiento que evalúe su viabilidad en los términos comentados tendrá carácter preceptivo. El desglose de la cuestión jurídica ha sido abordado de forma sosegada en el apartado que se le ha dedicado dentro de las fuentes documentales.

Unida a la cuestión territorial, es insoslayable la relevancia de la salvaguarda medioambiental en la sociedad moderna, que queda también manifiesta en la regulación de la actividad comercial ligada a grandes superficies en el contexto de las *libertades comunitarias* (Estrada, Rodríguez y Fernández Chacón, 2011). En España, donde el Medio Ambiente se convierte en un bien jurídico a razón del artículo 45 de la Constitución, el estudio de impacto ambiental y la autorización ambiental integrada se erigen en los instrumentos principales para garantizar su preservación, los cuales tomaron cuerpo normativo, respectivamente, a raíz de la *Directiva Europea 85/337 relativa a la evaluación de las repercusiones de determinados proyectos públicos y privados sobre el medio ambiente* y la *Directiva 96/61 de prevención y control integrados de la contaminación*. Sin embargo, la transposición a nuestro ordenamiento de la autorización ambiental integrada (*Ley 16/2002 de prevención y control integrados de la contaminación*) no incluyó el sometimiento de grandes superficies comerciales a esta autorización al no figurar en su Anexo I. La situación se corrigió a la entrada en vigor del *Real Decreto Legislativo 1/2008 por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Evaluación de Impacto Ambiental de proyectos*, que ahora sí contempla las grandes superficies de comercio en su Anexo II.

El Capítulo 5 de esta investigación deja patente que la cuestión de la regulación espacial y ambiental de la actividad comercial -pese al notable consenso social y la dilatada trayectoria que se ha seguido en numerosas Comunidades Autónomas-, es una tarea aun inconclusa que se caracteriza por su

gran complejidad al confluir en ella un considerable número de fuerzas contrapuestas que terminan obstaculizando la elaboración de una solución plenamente satisfactoria para todas las partes y, sobre todo, para el interés general de la sociedad.

3.3. EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN GRAN SUPERFICIE

3.3.1. Introducción

A pesar de las extensas dilaciones de carácter histórico o incluso conceptual, puede decirse que la espiral de grandes superficies destinadas a la compra-venta, acompañada de una creciente oferta de ocio, va a tener lugar en los países más desarrollados merced a la consecución de los parámetros consagrados por el Estado del Bienestar que toman forma en Estados Unidos a mediados del siglo XX (Vahí, 2007). En cualquier caso, pese a que Occidente comenzó acaparando los puntos de mira de los operadores económicos mundiales para la implantación de GEC y tomando en consideración que este tipo de infraestructuras se han convertido en señas de identidad de multitud de urbes y barrios (Paquette, 2007), es insoslayable el peso específico que adquiere la cultura oriental, predecesora en estas cuestiones, que acapara, junto a algunos enclaves del Próximo Oriente, los mayores equipamientos comerciales del mundo en la actualidad⁷ (Figura 3.3). Los zocos árabes vienen siendo, desde época ancestral, elementos imprescindibles y dinamizadores de muchos pueblos y ciudades, perviviendo aún reminiscencias en lugares con un legado histórico-cultural musulmán. En ellos se dan cita visitantes con propósitos de diversa índole: comerciales, informativos, relacionales... que lo convierten en un gran espacio capaz de vertebrar la socioeconomía de todo un pueblo o de parte de una ciudad (ya que en este último caso es fácil encontrar más de uno para dar cobertura a todos o buena parte de los barrios). A fin de cuentas, poco ha sido lo que se ha inventado en aspectos comerciales a lo largo de la historia del hombre (Thil, 1969), valga el ejemplo de las grandes superficies comerciales, que bien

⁷ *The Dubai Mall* encabeza la lista y *Mall of the World*, también en Dubai, lo sustituirá a corto plazo.

podieran ser comprendidas como mercados o ferias que adquirieron estabilidad temporal y espacial en las grandes urbes del siglo XX.

Figura 3.3.- The Dubai Mall. Emiratos Árabes Unidos. 50,2 ha de superficie de venta



FUENTE: www.thedubaimall.com

Habrá que situarse en París a mediados del XIX para encontrar el que sería el primer gran almacén del mundo, *Bon Marché* (1852), convirtiéndose en el primer gran formato capaz de aglutinar bajo un mismo techo a una gran variedad de productos. La pionera experiencia se extendió por Estados Unidos y el resto de Europa: *Sears Roebuck* (1886), en Estados Unidos; *Harrod's*, *Marks&Spencer*, *Lewis* (1890), en Inglaterra; *Karstadt* (1881), en Alemania (Toboso, 2002). Sin embargo, es consensuada la tesis de que el precursor más inmediato de los centros comerciales modernos lo constituye el conjunto de grandes galerías comerciales surgidas en los centros urbanos de grandes ciudades europeas, inspiradas a su vez en el foro romano, el bazar oriental o el ágora griega (Carvajal, 2010). De grandes dimensiones, en ocasiones con un logrado diseño

arquitectónico, muchos de estos grandes establecimientos se conservan materialmente o en la memoria colectiva de los ciudadanos. Como ejemplos se pueden mencionar la *Galleria Vittorio Emmanuele II* en Milán (1865), la *Kaisergalerie* en Berlín (1871) o el *GUM* en Moscú (1888) (Samper Martínez, 1989).

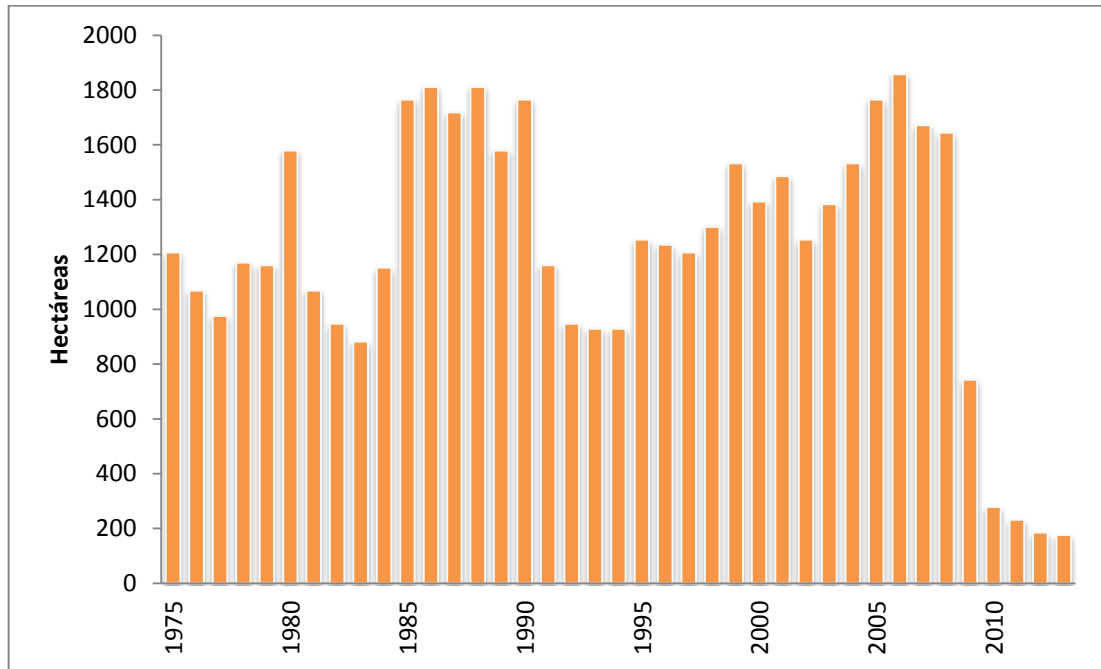
El primer testimonio de centro comercial americano lo constituiría el *Roland Park* (1907), ubicado en un barrio de la ciudad estadounidense de Baltimore, donde un grupo de almacenes crearon un aparcamiento privado para sus negocios (Feinberg, 1960). Pocos años después, el *Country Club Plaza Center* (1923), al sur de Kansas City, entraría en la historia por ser el primero *planeado, construido y administrado como un conjunto, fundándose con base en un análisis preliminar de mercado* (Müller, 2004). A partir de la segunda mitad del siglo XX, los grandes formatos comerciales comenzarían su andadura en Europa y el resto de continentes acaparando progresivamente la atención de diversos actores en las esferas pública y privada.

3.3.2. La diversificación en Estados Unidos

A partir de los años 20, con una accesibilidad supeditada exclusivamente al uso del automóvil, se producirían una serie de aperturas con instalaciones dotadas de amplias bolsas de aparcamiento para la clientela y trabajadores. A partir de entonces, el *mall* tendrá tanto éxito que se convertirá en la forma de comercio dominante en el país (Judd, 1995), con una ubicación periférica explicada, en parte, por la alta accesibilidad por vías rápidas y por el sincronismo con el modelo de asentamiento de baja densidad, la suburbanización y el desarrollo del automóvil que se producía por aquellos entonces en la sociedad norteamericana (Salcedo y De Simone, 2013). En Estados Unidos, la superficie ocupada por GEC ha ido aumentando desde las primeras décadas del siglo XX, asistiéndose a un importante crecimiento desde los años 70 (Figura 3.4) en paralelo a la aparición de una amplia variedad de formatos, cuya clasificación más consensuada es la establecida por el International Council of Shopping Centers (ICSC)⁸.

⁸ Esta taxonomía es la que se ha seguido en la descripción de GEC estadounidenses.

Figura 3.4.- Incremento anual de superficie en centros comerciales en Estados Unidos (1975-2013)



Fuente: ICSC Research. 2014.

Los primeros en aparecer, entre los años 20 y 40 del siglo XX, fueron los Centros de Conveniencia, localizados en las principales carreteras y arterias de los entornos metropolitanos aprovechando los movimientos diarios por motivo laboral que ya empezaban a tomar fuerza (Espinosa, 2007). A principios del XXI, estos establecimientos han sido criticados por su gran impacto paisajístico y su ineficiente uso del espacio, pese a que tradicionalmente han supuesto importantes plataformas generadoras de empleo y propiciadora de pequeñas iniciativas locales de negocio (Wolf, 2009). El Country Club Plaza Center de Kansas City constituyó la primera apertura de este tipo de centro comercial, de gran prevalencia en los diferentes Estados norteamericanos.

Los mayores establecimientos del país se agrupan bajo las denominaciones de Centro Superregional y Centro Regional, tratándose en ambos casos de edificios cerrados dispuestos en varias plantas y bolsas de aparcamientos en varios niveles que ofrecen una amplia oferta, fundamentalmente textil, y que cuentan típicamente con una o varias tiendas-ancla que ocupan, al menos, la mitad de la superficie comercial. En las afueras de

Bloomington, Minnesota, se levanta desde 1992 el *Mall of America*, uno de los de mayor tamaño y número de visitas del mundo (véase: <http://es.mallofamerica.com/>). Junto al *King of Prussia Mall*, en Pensilvania, es uno de los mayores centros comerciales de Estados Unidos. Sin embargo, el que ostenta el título del mayor centro comercial de América del Norte es el *West Edmonton Mal*, ubicado en Edmonton (Canadá). El ICSC afirma que únicamente son viables en Estados Unidos un tercio de los centros de carácter regional como consecuencia del período de recesión económica comenzado en 2008 que ha llevado a una mayor tendencia a la compra por internet o en establecimientos con grandes descuentos de tipo Big Box⁹.

Con una superficie y un alcance para atraer clientes inferior a los anteriores, existen establecimientos más próximos a los lugares de residencia, que persiguen satisfacer las necesidades cotidianas: el Gran Centro de Vecindario y el Centro de Vecindario. El primero, de mayor porte, ofrece una amplia gama de productos de diversa índole (textil, deportivo, mobiliario, cosmética, juguetería, jardinería...) repartidos en tiendas minoristas, existiendo en ellos dos o más locomotoras con formato descuento. El segundo tipo es semejante al primero pero presenta menor superficie comercial e inferior oferta, albergando una locomotora que suele ser un hipermercado y, menos frecuentemente, una farmacia. Si se trata de barrios residenciales de clase alta, es posible encontrar uno de los denominados Centros de Estilo de Vida: grandes superficies donde predominan las tiendas especializadas de carácter nacional, las grandes firmas internacionales así como las actividades de ocio y de restauración. Situadas en una infraestructura de gran prestancia, suntuosidad, con carácter abierto y zonas verdes, es frecuente su combinación con hoteles o centros de convenciones, lo que las hace viables sólo en determinados emplazamientos. De entre todos los formatos existentes en Estados Unidos, uno de ellos es poco frecuente fuera de

⁹ Los tipos más extendidos (Bottini, 2005) son el *category killers*: como Ikea o Bricomart, de origen europeo, ubicado en parques comerciales periféricos, líder en una tipología de producto por su variedad y relación calidad-precio; el *outlet*: como The Style Outlets Spain, ofrece productos en stock, pasados de moda o con pequeños defectos a bajos precios, localizado en lugares donde el precio del suelo es económico como las periferias urbanas o los espacios comerciales secundarios; y el *warehouse club*: como Costco, con superficie normalmente algo superior a la de los anteriores pero, en cualquier caso, de venta al por mayor de una limitada variedad de productos.

sus fronteras: el de los Centros de Poder. Se trata de recintos monopolizados por varias locomotoras de grandes marcas en los que predominan los bajos precios y los descuentos. Son los espacios preferidos por familias que deciden realizar grandes compras para una buena temporada.

La degradación de las ciudades, especialmente de sus centros, producida por multitud de factores, entre los que destaca la preferencia por la implantación suburbial o metropolitana del comercio, ocasionó que, en los años comprendidos entre 1970 y 1980, se asistiera a iniciativas de regeneración urbana (Maitland, 1990), entre las que se encuentra el modelo comercial del *Festival Marketplace*, el cual inició su andadura en ciudades portuarias convirtiéndose importante atractivo turístico de muchos centros urbanos norteamericanos. Estos centros monotemáticos, frecuentados mayoritariamente por turistas y conformados casi siempre por restaurantes y servicios de ocio, recurrentemente se instalan en edificios antiguos o históricos que son reconvertidos para el uso de consumo, aunque a veces éste es compatibilizado con sus funciones tradicionales. Estos formatos son considerados la base de los ya comentados BIDs (Espinosa, 2007) presentes en América del Norte desde mediados del siglo XX.

En localizaciones tan específicas -y en ocasiones tan alejadas de espacios urbanos- como son las terminales aeroportuarias, bajo una imagen unitaria y en número variable dependiendo de su relevancia, se aglutinan tiendas especializadas que ocasionalmente configuran un centro comercial (Centro de Aeropuerto) con importantes marcas y considerables beneficios económicos. En las primeras décadas del siglo XXI, muchos aeropuertos se están convirtiendo en destinos en sí mismos gracias al elenco de firmas exclusivas que acogen y a la reconversión estética continua a la que están sometidos, incorporando cada vez más servicios: hoteles, oficinas, casinos, centros médicos y educativos, etc. Los planes expansionistas de los aeropuertos modernos tienden a la creación de ciudades junto a las terminales, con la adición a las funciones de transporte y comercial de otras muchas como son la de negocios, la residencial, la de ocio, la

de formación o la de servicios personales, convirtiendo a estas infraestructuras en destinos en sí mismas¹⁰.

3.3.3. La expansión mundial y europea

El creciente uso del automóvil y la expansión de la red de grandes carreteras en los años 50 del siglo XX, propician una intensa tendencia a la suburbanización en las ciudades norteamericanas, fenómeno éste que aparece sincrónicamente inherente a la formación de las ciudades pero que durante largo tiempo fue una práctica supeditada a grupos privilegiados (Mumford, 1961). Existen voces que hablan de que ya en la transición entre los siglos XIX y XX multitud de familias obreras habitaban en las periferias urbanas del país debido a la descentralización industrial (Harris y Larkham, 1999). La gradual aparición en Estados Unidos de los formatos comerciales de gran superficie que se han descrito anteriormente está correlacionada con los cambios que va experimentando paulatinamente la organización espacial de sus ciudades, ocupando un papel ineludible por su carácter argumental en esta cuestión la proliferación de las zonas suburbanas.

En Europa Occidental, con ciudades con gran trayectoria histórica, especialmente palpable en sus centros urbanos, se hace más difícil que en el ámbito estadounidense la preponderancia de intereses comerciales con respecto a los de salvaguarda de los parámetros urbanos tradicionales, apareciendo así la morfología urbana y la actividad comercial como aspectos íntima y bidireccionalmente unidos en las ciudades. La cuestión de la morfología urbana, junto a la diferente intensidad de las dinámicas acaecidas en las ciudades desde la mitad del siglo XX en la sociedad europea (ligada en cualquier caso al motivo anterior) explican el hecho de una más tardía y ligeramente distinta pauta de implantación de grandes superficies comerciales (Espinosa, 2007), lo cual es

¹⁰ Fuera de Estados Unidos se encuentran interesantes ejemplos tales como el complejo *The Circle* previsto para el Aeropuerto de Zúrich, con oficinas, centros formativos u hoteles; la *Air City* prevista para el Aeropuerto Internacional de Seúl, que incluirá área comercial, de oficinas, apartamentos, parque de recreo, puerto deportivo, complejo dedicado a la moda, centro de convenciones y centro médico; o la expansión en la Terminal 1 del Aeropuerto de Singapur, que se complementará con hoteles, oficinas, centros de convenciones, parques temáticos y de ocio, centros médicos...

matizable para cada país concreto. En general, el panorama de implantación de GEC en países del occidente europeo como Francia, Suecia, España o Portugal, es el de la tendencia a la localización en centros urbanos tradicionales o en nuevas tramas urbanas para contribuir a su consolidación (Guy, 1994).

Los ámbitos urbanos del Oeste europeo asisten a los procesos de suburbanización¹¹ varias décadas más tarde y con una intensidad mucho menor que en Estados Unidos, constatándose las primeras expansiones residenciales en Reino Unido, entre 1900 y 1940, con el denominado *mass-transit-suburb*, apareciendo las grandes superficies periféricas en torno a 1990 (López de Lucio, 1996). Desde este momento, la teoría del lugar central, que mostraba una clara predilección por la localización de las grandes superficies en los centros urbanos dando continuidad así a las tramas consolidadas, es ninguneada, excepción hecha de las zonas urbanas en expansión cuyo abastecimiento se garantizaba mediante la presencia de estas infraestructuras. El gobierno acaba de otorgar soberanía al mercado para implantarse en el lugar y en la manera más conveniente a su lógica (Guy, 1998).

En Alemania, la cuestión de la localización espacial de los grandes equipamientos comerciales ha tenido un claro punto de inflexión: la caída del muro en 1989 y la posterior reunificación del país (ibíd.). En efecto, durante los aproximadamente tres años en los que se produjo este proceso, la laxitud de la política comercial propició que se abandonaran los principios del lugar central que habían sido hegemónicos hasta entonces -sobre todo en la Alemania del Este- para permitir una expansión sin precedentes hacia las periferias. Desde principios de los 90, a la vista de los desequilibrios socioeconómicos entre los centros urbanos y los extrarradios, en el marco preferencial de la compacidad urbana auspiciado por la Comisión Europea (CE, 1990), en este país se ha vuelto a retomar la teoría de la centralidad urbana. La situación alemana descrita para los años del período reunificador, que se constituyó en causa y consecuencia de la

¹¹ Como señalan J. Susino y R. Duque (2013), algunos autores como O. Mongín (2006) prefieren utilizar el término periurbanización en lugar del de suburbanización para referirse al proceso en la Europa continental, del mismo modo que otros como F. Entrena (2005) hacen un uso más laxo del primero de los términos, refiriéndose con él a la ciudad difusa o dispersa.

integración en términos económicos de las dos Alemanias, puso a la vez de manifiesto con qué rapidez el sector privado reacciona a la relajación en el control de la planificación (Guy, 1998).

En Latinoamérica, en la región metropolitana de México D.F., los grandes formatos aparecieron en los años 70 y se desarrollarían en la siguiente década siguiendo la expansión de la ciudad por las principales vías de comunicación (Lulle y Paquette, 2007). A partir de los años 90 se intensificarían por los extrarradios de la ciudad central generando nuevos subcentros aunque, pese a esta realidad, el Plan de Ordenamiento de la Zona Metropolitana del Valle de México de 1998 no contempla la ordenación de tales equipamientos, por considerarlos indeseados dado que son fuente de efectos negativos, con la excepción de una minoría de ellos que aparecieron bajo una previa planificación. Se comprueba una disociación entre tal planificación y la gestión del territorio (ibíd.), evidenciada en la proliferación de las grandes superficies comerciales en la primera década del siglo XXI.

En otros países del continente americano, como Venezuela, es posible detectar tres generaciones de centros comerciales desde los años 50 hasta la primera década del siglo XXI (Amaya, 2008). Las dos primeras, ubicadas en los ejes de expansión de las principales ciudades, con un tamaño y dotaciones crecientes, dieron paso a los de tercera generación, tipo *mall*, con una superficie de venta muy superior y el consiguiente incremento en la demanda de suelo y de infraestructuras de comunicación. Los últimos centros comerciales, desarrollados como onda expansiva desde finales de los 90 en localizaciones de rentas medias y altas en los extrarradios de las ciudades, vieron seriamente amenazada su proliferación e incluso su pervivencia a raíz de las determinaciones del gobierno neoliberal, que clausuró uno de ellos, el Sambil de la Candelaria en Caracas, con el argumento de ser un monumento al consumismo (ibíd.). En Chile, el recorrido no ha sido tan amplio como en Venezuela: a la inauguración del primer *mall* en 1980 prosiguió una eclosión de aperturas entre los años 1990 y 2000 asociadas a vías de comunicación principales y con una preferencia por los suburbios y extrarradios de las ciudades (Salcedo y De Simone, 2013).

En países del próximo Oriente como Israel, el fenómeno del comercio ligado a grandes establecimientos se desarrolla desde mediados de los años 70, aunque no es hasta finales de una década después cuando se produce una explosión de centros que en absoluto resulta acorde a la demanda y que carece de regulación gubernamental (Marinov, Benguigui y Czamanski, 2009). En Emiratos Árabes, en Dubai, las grandes riquezas que proporciona el negocio petrolífero han desatado una espiral de centros comerciales (entre los que se encuentran los mayores del mundo, como antes se comentó). En países orientales como Japón, el modelo de desarrollo de los grandes equipamientos comerciales sigue la misma pauta descrita para los países occidentales mientras que en otros, como Malasia, especialmente en su capital Kuala Lumpur y en la zona comprendida entre esa urbe y los suburbios (Klang Valley), la oleada de centros comerciales de tipo regional y superregional ha sido considerable, produciéndose la expansión suburbial en los años 90 a consecuencia de la congestión del centro urbano (Abdul-Ghani et al., 2011).

3.3.4. El desarrollo en España

Los grandes almacenes no llegarían a España¹² hasta los años 40, con un considerable retraso con respecto al resto del continente debido a la debilidad de su economía, acentuada durante la guerra civil. Con la salvedad del almacén catalán El Siglo establecido en Madrid, considerado ampliamente el primer gran almacén español, no será hasta la apertura de Sederías Carretas y la Sastrería El Corte Inglés, ambos en la capital madrileña, cuando se pueda hablar realmente de la presencia de grandes almacenes al estilo americano en España. El Corte Inglés, tras un largo proceso de vicisitudes de Galerías Preciados, adquirió a esta compañía en 1995, monopolizando el sector en España y posicionándose entre los primeros puestos del panorama internacional.

Desde que a partir de los años 60 -merced al incremento en la renta, los procesos migratorios y el desarrollo turístico- el sector comercial adquiriese un papel relevante en la economía española (Cuesta, 2006), viene produciéndose

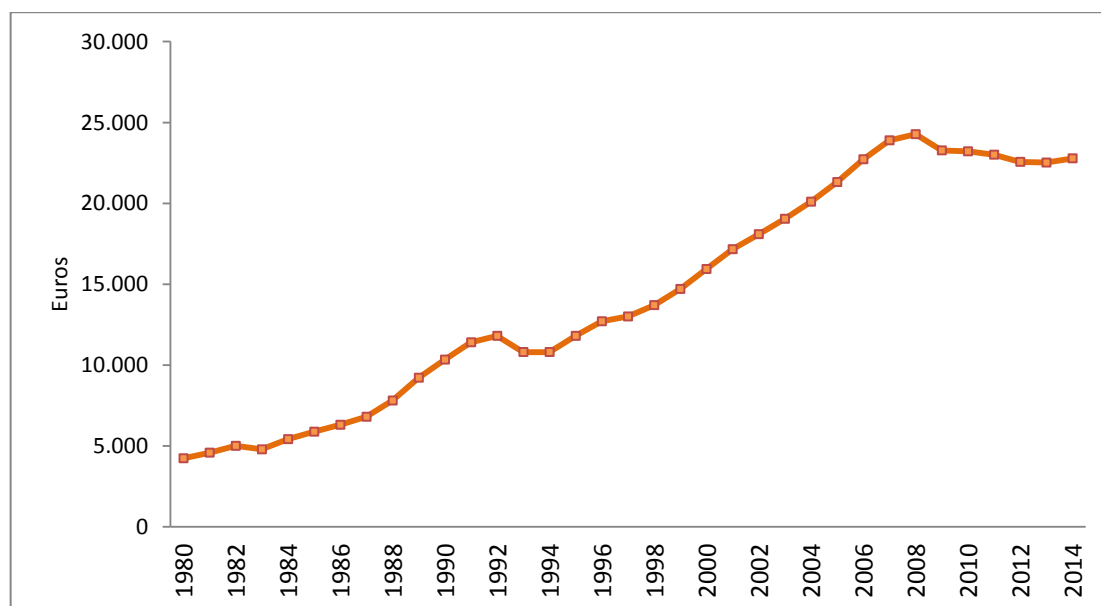
¹² El relato cronológico simplificado que se expone acerca de la evolución del comercio en grandes formatos en nuestro país es el descrito por J. M. Pérez Fernández (1998) y C. Maixé-Altés (2009).

una convivencia entre el comercio tradicional y el de las grandes superficies, si bien sería más riguroso hablar de una continua disputa entre ambos donde las nuevas formas comerciales muestran claro poder de fagocitación de las tradicionales debido, por un lado, a su mayor capacidad adaptativa en una sociedad cambiante y, por otro, a su mayor poder de atracción de consumidores. La consolidación en territorio español del formato de gran almacén (incluyendo el de los almacenes populares) se vería reforzada en los años 70 con la aparición de los hipermercados. En Francia empezaron a implantarse con anterioridad, en la década de los 60 (con el actual grupo Carrefour y Alcampo como líderes), aunque en nuestro país, en general, la proliferación de establecimientos de este tipo tuvo lugar a partir de 1975, pudiéndose encontrar ya años antes los primeros ejemplos. En efecto, en 1973 se abrió al público el Pryca de El Prat (Barcelona), Alcampo Pío XII (JUMBO entonces) en Madrid, o Hypermarché en Sant Boi de Llobregat. Los primeros enclaves fueron las zonas más septentrionales del país (dada su mayor cercanía al territorio francés) y, desde ahí, se fueron esparciendo por el levante y el resto del territorio español (AECC).

En España, la primera inauguración de centro comercial tuvo lugar en 1980 en Barcelona: *Baricentro* se convertía en la primera superficie en el territorio nacional capaz de concentrar bajo el mismo techo una amplia oferta alimenticia y de productos de índole diversa, gestionada por una misma oficina. Desde entonces, el formato se expandió vertiginosamente por todo el país, empezando por las principales ciudades: Valencia (Nuevo Centro, 1982), Oviedo (Salesas, 1982) y Madrid (La Vaguada, 1983). Algunos centros comerciales aparecieron complementando al comercio convencional en los centros de las ciudades mientras que otros lo hicieron en los barrios más periféricos intentando cubrir el vacío que dejaban los formatos comerciales tradicionales que ahora poseían un reducido o nulo poder de atracción sobre los centros urbanos. Más adelante, cerrándose la década de los 80 y comenzando la de los 90, los extrarradios de las grandes ciudades asistieron a numerosas aperturas de grandes formatos, esperando captar al mercado potencial que les provee una situación estratégica junto a vías de comunicación de cierto rango. Adicionalmente, es en esta época

cuando empiezan a surgir los denominados parques comerciales (De Gregorio, 2008), con una superficie aún más extensa, en los que se podía incluir aún más diversidad de actividades, principalmente las vinculadas al ocio: salas de cine, boleras, pistas de patinaje, salas de juegos o gimnasios, además de numerosos lugares de restauración. Es el momento en el que las actividades de ocio - principalmente el cine- se instauran de lleno en las grandes superficies y se convierten en buena parte de los casos en la gran locomotora económica de los centros comerciales junto con las galerías de moda y los hipermercados¹³. También en esta época aparecen en los extrarradios urbanos los *factories outlets*, tiendas de fabricantes aglutinadas en un mismo edificio que ofrecen productos a bajo precio, fundamentalmente textiles, siendo Factory-Las Rozas la primera apertura española en 1997 (Martín,1998). La evolución en la presencia del gran formato en nuestro país ha venido condicionada por factores como la variación en el poder adquisitivo (Figura 3.5) o la demografía, que dibujan un panorama cambiante a lo largo de los siglos XX y XXI en los estilos de vida de los ciudadanos (Casares, 2008).

Figura 3.5.-Evolución del PIB per cápita en España



FUENTE: Banco Mundial. Elaboración propia.

¹³ Cfr. la teoría motivacional humana (Maslow, 1963), que realiza una clasificación de los requerimientos humanos según la cual las necesidades más perentorias son la de supervivencia (comer y beber), seguidas inmediatamente por las de seguridad (el abrigo entre otras). Por ende, la prevalencia de la alimentación y la moda sobre otras ofertas comerciales encuentran una justificación psicosocial en esta teoría.

El escenario comercial de la segunda década del siglo XXI en España queda dibujado por el oligopolio de grandes cadenas de distribución que operan en grandes establecimientos alrededor de los cuales orbitan tiendas de comercio convencionales en franca decadencia y con grandes dificultades para subsistir en buena parte de los casos. Tomando en consideración los acuerdos entre el ICSE Europe y las Asociaciones de Centros Comerciales de países europeos, la AECC propone, a fecha de cierre de esta investigación, su propia clasificación de grandes formatos comerciales en España, distinguiendo entre tradicionales (Tabla 3.1.) y especializados (Tabla 3.2.).

Tabla 3.1.-Clasificación de GEC tradicionales en España

Formatos tradicionales	
TIPO	SBA (m²)
Centro Comercial Muy Grande	Superior a 79.999
Centro Comercial Grande	Entre 40.000 y 79.999
Centro Comercial Mediano	Entre 20.000 y 39.999
Centro Comercial Pequeño	Entre 5.000 y 19.999
Galería Comercial (incluye Hipermercado)	Hasta 4.999

FUENTE: AECC.

Tabla 3.2.-Clasificación de GEC especializados en España

Formatos especializados	
TIPO	CARACTERÍSTICAS
Parque Comercial	Parque de Actividades Comerciales que tienen un espacio común urbanizado, realizan actividades comerciales al por menor, y están formados, principalmente, por medianas y grandes superficies
Centro de Fabricantes	Centro Comercial, de ubicación normalmente periférica o en zonas turísticas, integrado por una agrupación de tiendas de fabricantes y marcas, que venden con descuentos sus propios productos
Centro de Ocio	Centro Comercial integrado fundamentalmente por establecimientos destinados al ocio, la restauración y el tiempo libre, que tiene habitualmente un complejo de cines como locomotora principal

FUENTE: AECC.

CAPÍTULO 4

ÁREAS METROPOLITANAS: ESPACIOS DE CENTRALIDAD Y COMPLEJIDAD

- 4.1. LOS ESPACIOS METROPOLITANOS EN LA ORGANIZACIÓN TERRITORIAL
 - 4.1.1. El modelo territorial europeo
 - 4.1.2. El modelo territorial español
- 4.2. DELIMITACIÓN DE LOS ESPACIOS METROPOLITANOS
 - 4.2.1. Modelos evolutivos y marco conceptual
 - 4.2.2. La pertinencia de criterio delimitador
 - 4.2.3. Enfoques metodológicos
 - 4.2.3.1. *Propuestas según morfología*
 - 4.2.3.2. *Propuestas según demografía y factores económicos*
 - 4.2.3.3. *Propuestas según funcionalidad*
- 4.3. TAXONOMÍA Y FUNCIONALIDAD DEL CONJUNTO METROPOLITANO ESPAÑOL
 - 4.3.1. Introducción
 - 4.3.2. Aproximación desde la demografía, morfología y funcionalidad
 - 4.3.3. Aproximación desde la complejidad urbano-territorial
- 4.4. LOS GRANDES CENTROS DE ACTIVIDAD Y LA CIUDAD METROPOLITANA

4.1. LOS ESPACIOS METROPOLITANOS EN LA ORGANIZACIÓN TERRITORIAL

4.1.1. El modelo territorial europeo

Desde una perspectiva de conjunto, el modelo territorial que puede evidenciarse en Europa a principios del siglo XXI pivota sobre grandes áreas metropolitanas y regiones funcionales en las que se concentra buena parte de la población y la economía así como los grandes centros tecnológicos, de investigación y de toma de decisiones, que logran acaparar un interés mundial y que prevalecen sobre el resto del territorio (Aalbu, 2004). Los desarrollos metropolitanos de Londres, París, Berlín, Hamburgo y Fráncfort conforman un polígono urbano central que polariza el territorio europeo y que posee prolongaciones cada vez más nítidas hacia Múnich, Milán, Varsovia, Praga, Bratislava o Budapest, las cuales integran un sistema urbano periférico (Serrano, 2003). Orbitando en torno a ellas existe un elenco de metrópolis de menor envergadura y proyección (nacional, regional...) cuyas posibilidades de desarrollo futuro dependerán del grado de articulación a las anteriormente mencionadas como consecuencia de sus ventajas comparativas.

La Unión Europea ha venido invocando la necesidad de que se produzca un equilibrio territorial encaminado a reducir las diferencias entre regiones tanto desde la perspectiva económica como desde la social. Estas cuestiones han sido contempladas en sus documentos jurídicos más importantes, los Tratados constitutivos, desde el año 1992 en que fue firmado el *Tratado de Maastricht*. Pese a que la política estructural y de cohesión, desde los años 80 del siglo XX, se ha convertido en su segunda mayor partida presupuestaria (Polverari y Bachtler, 2004), complementariamente, en buena parte de los casos, la legislación comunitaria de carácter sectorial incluye implícitamente la componente territorial en la implementación de sus programas y actuaciones derivadas (Elorrieta, 2013), lo que constituye, a efectos prácticos, la principal vía de gestión comunitaria del territorio (González-Varas, 2004).

La preocupación territorial en la instancia europea arranca décadas antes de que sea considerada en documento constitutivo alguno, pues el Consejo de Europa ha venido celebrando cada tres años, desde 1970, la *Conferencia Europea de Ministros responsables de Ordenación del Territorio (CEMAT)*, representando ésta un ámbito del que han surgido documentos consensuados que reflexionan y formulan líneas de actuación especialmente relevantes para la equidad territorial en los países miembros. A comienzos de los 80, en la CEMAT celebrada en Torremolinos, esta comisión adoptó la *Carta Europea de Ordenación del Territorio (CE, 1983)* cuyos principios tendrán gran relevancia para las incipientes políticas regionales de ordenación territorial en España. Dicho documento pone de manifiesto que la ordenación del territorio (simultáneamente una disciplina científica, una técnica administrativa y una política, como el mismo documento señala) es la expresión espacial de la política económica, social y cultural, abordándose de manera más explícita en las sesiones de 2000 (Hannover) y 2003 (Liubliana) el difícil casamiento, pese a su extrema relevancia y urgencia, entre desarrollo territorial y sostenibilidad. En la de 2006, en Lisboa, se sigue profundizando en el desarrollo de los territorios, poniendo de relieve la necesidad de incrementar la competitividad de los mismos con base en una estrategia de cohesión que, ineludiblemente, se cimienta en la mejora de las interrelaciones entre los grandes nodos urbanos, en consonancia con el modelo policéntrico urbano que presenta Europa.

Entretanto y de forma adicional, surge el documento más trascendental para la planificación territorial comunitaria, la *Estrategia Territorial Europea (ETE)* (CE, 1999a), que se ha ido revisando sucesivamente en las reuniones ministeriales intergubernamentales. Este documento, estratégico y sin carácter vinculante (Farinós, 2004), ofrece un marco para la cooperación y coordinación de las políticas con incidencia territorial. El desarrollo policéntrico y equilibrado, con ciudades más competitivas y dinámicas en las que se apuesta firmemente por la compacidad (en contraposición con la dispersión que se ha convertido en tónica dominante), una nueva relación entre el mundo rural y el urbano, una mejora de la accesibilidad a las redes de transporte y a los conocimientos, o una integración

de la gestión de la naturaleza y el patrimonio cultural, son algunos de los fines principales que persigue la *ETE* enmarcados en el paradigma de una política integrada comprometida con el desarrollo territorial equilibrado entre regiones.

Las revisiones y adaptaciones de la *ETE* dieron lugar a la aparición de la llamada *Agenda Territorial Europea* (CE, 2007), que concreta los objetivos propuestos por aquella, dinamizando así la apuesta de la UE por la cohesión territorial. La versión aprobada años más tarde, bajo el título de *Agenda Territorial Europea 2020* (CE, 2011a), impulsa procesos cohesionadores a escala local, regional y nacional partiendo del potencial endógeno de cada lugar, enaltecendo la diversidad de la región europea como fortaleza, sin perder de vista el desafío de hacer frente a los impactos de la globalización. Con el fin de analizar las estructuras territoriales desde una visión más dinámica que estática y persiguiendo la convergencia con las propuestas europeas mediante acciones concretas, se crea la Red Europea de Observación sobre cohesión y desarrollo territorial (ESPON), en el seno de iniciativas comunitarias Interreg, formada por una comunidad científica destinada a la investigación sobre el desarrollo territorial europeo que cuenta con el respaldo de todos los Estados miembros junto a otros países asociados.

4.1.2. El modelo territorial español

Con base en los datos arrojados por ESPON, la influencia de la *ETE* y la *Agenda Territorial* sobre las políticas europeas y de los países miembros ha sido limitada (Elorrieta, 2013), incluidas las sectoriales, a excepción de los fondos estructurales y la cooperación transfronteriza. En los países mediterráneos, el ajuste a las disposiciones de la *ETE* ha sido ligeramente inferior que en el resto de países (ibíd.), si bien todos ellos, han avanzado en una mayor conciencia acerca de la necesidad de convergencia con las directrices europeas.

En consonancia con las premisas europeas, el marco institucional español se pronuncia a favor del modelo de ciudad compacta persiguiendo un mejor aprovechamiento de los espacios vacíos dentro de la urbe consolidada. Sin embargo, la realidad es bien distinta pues, tras estudiar el comportamiento de

espacios metropolitanos tales como Sevilla o Granada, queda patente que en sus respectivas coronas el crecimiento urbanístico responde claramente a un modelo expansivo (Ferrer, Nieto y Urdiales, 2010), comportamiento contrario a lo preconizado por las políticas de ordenación territorial antes aludidas. La política territorial de España en los inicios de siglo XXI es un modelo carente de una visión integral o de conjunto (Serrano, 2003) donde priman las visiones sectoriales¹⁴ y apartado, por tanto, de los objetivos de cohesión territorial y sostenibilidad promulgados desde Europa y recogidos asimismo en el marco constitucional de 1978. Ello acontece tanto a nivel de políticas nacionales como regionales, con el agravante de la carencia de coordinación y cooperación entre ellas (Del Moral, 2009), siendo esto un verdadero obstáculo para la aplicación en España de la ETE¹⁵.

El modelo territorial previsible a medio plazo en el conjunto nacional viene a robustecer y a sintetizar el que ya existe, en tanto que se sustentará en la acumulación de capitales, funciones y demografía en grandes urbes, que seguirán creciendo (Cruz, 2004). Precisamente, la visión sesgada de numerosas políticas, a la que antes se aludía, viene a sumarse al interés de la Administración Pública por el ejercicio de un planeamiento que desemboca en la urbanización, la promoción inmobiliaria y la creación de infraestructuras de transporte de una forma desequilibrada, distanciándose, en numerosas ocasiones, de las verdaderas necesidades de la población y de la vocación del territorio. No debe obviarse que la fuerte etapa de crisis económica por la que atraviesa el país desde finales de la primera década del siglo XXI ralentiza, como es esperable, esta inclinación al desarrollismo. La tendencia futura se va a manifestar en primer lugar en espacios metropolitanos, pues aducen gran capacidad para traslucir los postulados del modelo territorial en virtud de factores tales como la complejidad o la magnitud de su trayectoria urbanizadora. La relevancia de estos espacios de cara al ordenamiento territorial queda patente en los múltiples esfuerzos que se

¹⁴ Claro ejemplo de ello son las políticas nacionales con escasa o nula interconexión: *Plan Hidrológico Nacional, Plan Director de Infraestructuras, Plan Director de Regadíos, Plan Nacional Integrado de Residuos...* (Romero, 2004).

¹⁵ La *Estrategia Territorial de Navarra* constituye un caso pionero de aplicación de la ETE en España (Collado, 2004).

realizan destinados a la comprensión de su organización y funcionamiento, siendo necesaria e ineluctable la labor de precisar con exactitud su extensión geográfica real para una adecuada gestión.

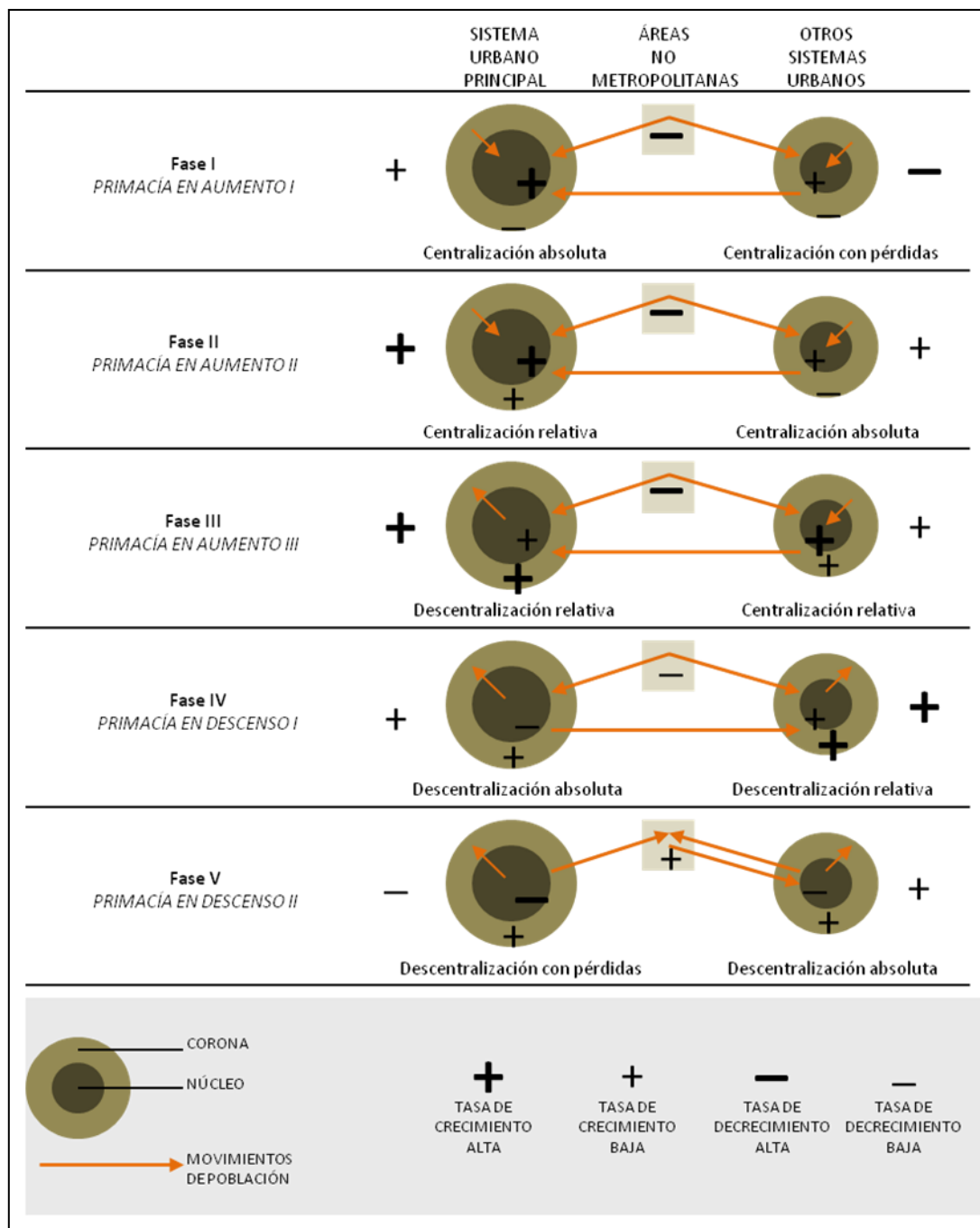
4.2. DELIMITACIÓN DE LOS ESPACIOS METROPOLITANOS

4.2.1. Modelos evolutivos y marco conceptual

Las ciudades han ido creciendo alrededor de núcleos centrales, históricos, en multitud de ocasiones merced a la acogida de la emigración rural, y han experimentado más tardíamente una desconcentración espacial de sus funciones y lugares residenciales conformando ámbitos periféricos con gran número de interrelaciones entre ellos y con la ciudad central. La evolución y dinámica de los sistemas urbanos y metropolitanos ha sido modelizada por diversos autores (Hall y Hay, 1980; Cheshire y Hay, 1985; Van Den Berg et al., 1982; Champion, 2001) mientras que otros han aplicado algunos de estos trabajos a la realidad del occidente europeo (Muguruza y Santos, 1990) o de América Latina (Cardoso, 2013).

El conocido modelo de P. Hall y D. Hay (1980) para áreas metropolitanas sintetiza los cambios que se producen en dos variables -el crecimiento poblacional y la dirección de los movimientos migratorios- en el contexto de tres sistemas urbanos: sistema urbano principal, áreas no metropolitanas y resto de sistemas urbanos. Morfológicamente, los dos sistemas urbanos se componen de un núcleo, que incluye todos los municipios considerados centrales o principales, y una corona integrada por poblaciones asociadas al núcleo. Por su parte, las áreas no metropolitanas las integran municipios de carácter rural y aquellos que no aparecen asociados a sistema urbano alguno. La evolución simultánea de los dos parámetros a los que presta atención el modelo puede dividirse en cinco fases que, por su capacidad explicativa de la evolución metropolitana, son descritas a continuación (Hall y Hay, 1980 en E. Sau (1993) y J. M. Feria (2015)) (Figura 4.1.):

Figura 4.1.- Modelo evolutivo de los sistemas metropolitanos según P. Hall y D. Hay



FUENTE: P. Hall y D. Hay, 1980 en E. Sau (1993) y J. M. Feria (2015).

Fase I: primacía en aumento I

Junto a una migración de la población desde las coronas hasta sus núcleos respectivos, se produce un intenso flujo procedente de los ámbitos rurales hacia los dos grupos de sistemas urbanos, especialmente a los núcleos y, más

concretamente, al del sistema principal. Consecuentemente, el núcleo del sistema urbano principal experimenta un intenso crecimiento, superior al del resto de sistemas, denominándose a este fenómeno centralización absoluta. El resto de sistemas urbanos, aunque también experimentan crecimiento en el núcleo y pérdidas en la corona (centralización con pérdidas), son ampliamente aventajados por el del sistema urbano principal. P. Cheshire y D. Hay (1985) introducen aportaciones en esta etapa en lo que respecta a la dinámica del resto de sistemas urbanos, las cuales son el resultado de estudios empíricos sobre la evolución de regiones europeas delimitadas atendiendo a criterios funcionales tales como los flujos de transporte o los laborales. Según los autores, las pérdidas del conjunto que acompañan al proceso de centralización terminan proviniendo tanto del núcleo como de la corona, si bien las de esta última exceden a las del primero.

Fase II: primacía en aumento II

Mientras continúa la migración rural hacia los sistemas urbanos, éstos han experimentado cambio de comportamiento. Por un lado, el resto de sistemas urbanos continúa recibiendo de su corona importantes flujos migratorios, siendo capaz de evitar parte de los movimientos hacia el sistema principal puesto que ofrece servicios que antes pertenecían en exclusiva a aquél (centralización absoluta). Por otro, el núcleo del sistema urbano principal, dados sus problemas de saturación, comienza ligeramente a perder población a favor de la corona, si bien el crecimiento de ésta aún no supera al del núcleo (centralización relativa).

Fase III: primacía en aumento III

Ahora, en el resto de sistemas urbanos se produce el mismo proceso que caracterizó al sistema principal en la etapa anterior, esto es, una centralización relativa o crecimiento significativo del núcleo parejo a un suave flujo hacia la corona debido a los altos índices de saturación en el espacio central. De otro lado, el sistema principal experimenta a partir de este momento un crecimiento más lento que el conjunto de sistemas, representando esta circunstancia un importante punto de inflexión en la evolución urbana. En esta etapa, en el

sistema urbano principal se va a visualizar una descentralización relativa pues, por vez primera, el crecimiento de la corona supera ampliamente al del núcleo, toda vez que la dinámica de flujos dentro del sistema principal se salda a favor de aquélla.

Fase IV: primacía en descenso I

El resto de sistemas urbanos experimenta en esta fase una descentralización relativa, con un importante movimiento de la población hacia la corona, que crece más que el núcleo. En el sistema urbano principal se instalan pautas regresivas que, en conjunto, dan lugar a la descentralización absoluta. En efecto, el núcleo comienza a registrar una tasa de crecimiento negativa al producirse migraciones hacia la periferia, la cual crece aunque menos intensamente que en la instancia previa. El balance de migraciones entre los dos sistemas urbanos, que antes se saldaba a favor del principal, ahora se invierte, con la consiguiente pérdida poblacional de la corona del sistema principal. Tales pautas consiguen que la tasa de crecimiento en este sistema sea inferior a la del resto, lo que ocasiona un cierto desplazamiento de la primacía hasta el resto de sistemas urbanos.

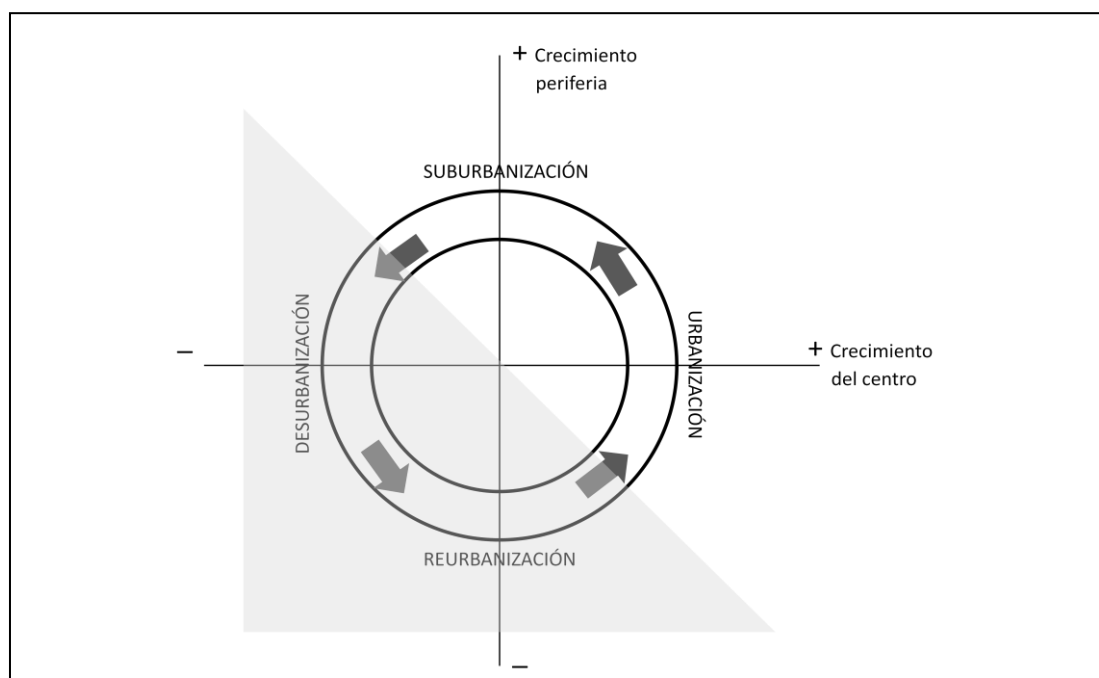
Fase V: primacía en descenso II

El resto de sistemas urbanos asiste a su descentralización absoluta, con una tasa de crecimiento positiva atenuada por la aportación de flujos hacia las áreas no metropolitanas. Al mismo tiempo, el sistema urbano principal experimenta un intenso decrecimiento de su núcleo a la par que proporciona a las áreas no metropolitanas un importante flujo desde su corona (descentralización con pérdidas). P. Chelshire y D. Hay (1985) explican esta situación aduciendo que el incremento de la corona es superado por la pérdida que experimenta el centro. De este modo, el sistema urbano principal, otrora principal receptor de los movimientos migratorios, termina por expulsarlos, primero hacia la periferia y después hasta otros sistemas urbanos o áreas no metropolitanas. Por el contrario, los ámbitos rurales evolucionan desde la

condición de dadores de flujos migratorios a la de receptores, registrando en esta última etapa un crecimiento más rápido que las realidades urbanas.

En un modelo cíclico de evolución de las áreas urbanas (Van Den Berg et al, 1982) (Figura 4.2), similar que acaba de describirse, los procesos de centralización o concentración demográfica en los núcleos (*urbanización*) anteceden a los de desconcentración o migración a las periferias (*suburbanización*¹⁶). El despoblamiento acuciante del núcleo redunda en un decrecimiento global del sistema urbano, en paralelo a una regeneración poblacional en las periferias y ámbitos rurales (*desurbanización*). La última de las etapas, la *reurbanización*, supone la vuelta a los espacios centrales, la concentración absoluta, a expensas de los ámbitos adyacentes y alejados, regenerándose el ciclo.

Figura 4.2.- Modelo evolutivo de los sistemas urbanos según L. Van Den Berg et al.



FUENTE: C. Muguruza y J. M. Santos (1990).

¹⁶ La migración hacia las coronas o periferias más inmediatas se denomina *suburbanización*, mientras que la llegada de población a ámbitos más remotos, rurales, toma por nombre *contraurbanización* (Champion, 2001). Frente a este último concepto, se ha propuesto emplear el término *spillover* o *derramamiento urbano*, según el cual la *contraurbanización* no es sino la prolongación de la *suburbanización* más allá de las áreas urbanas (Gordon, 1979).

4.2.2. La pertinencia de criterio delimitador

La verdadera ciudad, mostrada en el epígrafe anterior y entendida como ente capaz de aglutinar una misma realidad territorial, económica y social, excede claramente los límites administrativos municipales y, en ocasiones, incluso los provinciales, regionales o nacionales, como sucede en Europa con Lille o Estrasburgo y en América con San Diego-Tijuana, por mencionar sólo unos ejemplos. Multitud de neologismos han surgido refiriéndose, con matices, a esa nueva realidad urbana (Vicente, 2003). Uno de los primeros términos en aparecer fue el de *campo urbano* (Friedmann y Miller, 1956), al que siguieron otros como el de *tecnourbe* (Fishman, 1987), *edge city* (Garreau, 1991), *hiperciudad* (Corboz, 1994), *metápolis* (Ascher, 1995), *postmetrópolis* (Soja, 2000) o *ciudad-región* (Scott, 2006).

Si bien es cierto que la delimitación administrativa satisface muchas de las necesidades funcionales y de gestión de estos ámbitos, también lo es que la mayoría únicamente pueden abordarse de forma eficiente desde la escala adecuada, que sobrepasa la municipal: sistemas de transporte público, abastecimiento y saneamiento, dotaciones de espacios productivos, políticas residenciales y de mercado de trabajo, trazado de sistemas de comunicaciones e infraestructuras, diseño urbano, ejercicio de la gobernanza... (Feria, 2004). Esta realidad urbana tan compleja, en la vive más del 70 % de la población española (Susino, 2003), ha sido objeto de numerosos esfuerzos en lo concerniente a su denominación, definición y delimitación real desde finales del XIX (Feria, 2004).

Algunos autores han manifestado con rotundidad la imposibilidad de acotar un área urbana basándose en que, por definición, carece de fronteras (Roca, 2003), siendo más oportuno hablar de una *ciudad difusa* (Indovina, 1998) o una *ciudad sin límite* (Nel.lo, 1996). Sin embargo, la necesidad de una información estadística relevante ha obligado a la definición de áreas urbanas por parte de las instituciones mucho antes de que se abordase desde el ámbito académico. Así surgió en 1910 la decisión de la Oficina del Censo norteamericana de estudiar variables en estas áreas categorizándolas como *Metropolitan Districts*,

denominación que variaría con los años al igual que lo hacían los criterios para su determinación: *Industrial Areas* (1920s), *Labor Market Areas* (1940s), *Metropolitan Statistical Areas* (1950s) y *Standard Metropolitan Statistical Areas* (1950s).

El fenómeno metropolitano, cual aproximación territorial al ámbito real de interacción económica y social de las ciudades (Boix, 2007) y como espacio donde tienen lugar las grandes decisiones de las actuales políticas urbanas (Castells y Borja, 2004), es objeto de investigación en cuanto a la búsqueda de unos criterios universales que permitan una delimitación comparable y satisfactoria en términos socioeconómicos y ambientales. El bagaje para tales estudios puede situarse en la segunda mitad del siglo XX con la aparición, sobre todo en Estados Unidos, de numerosos estudios geográficos sobre aspectos urbanos tales como el sistema jerárquico o las localizaciones funcionales ligadas a la centralidad, los cuales toman forma a raíz de acercamientos realizados previamente sobre las realidades comarcales o las áreas de influencia de las grandes ciudades, fundamentadas en los desplazamientos, el uso del transporte público o la concurrencia a espacios de consumo (Capel, 2003).

En las últimas décadas, la mayoría de países desarrollados y muchos de los restantes han abordado ya esta cuestión a nivel nacional confeccionado metodologías y perfeccionándolas (Feria, 2008). España aún no dispone de criterios ampliamente aceptados, existiendo una variedad de enfoques supeditando las delimitaciones urbanas a los datos que aportan las estadísticas municipales, lo cual imposibilita que, por ejemplo, se incluyan los fenómenos metropolitanos de Sevilla, Valencia o Bilbao en el listado que elabora Naciones Unidas referente a áreas metropolitanas de más de un millón de habitantes, el cual consigue mantener cierta atención internacional sobre las mismas (Feria, 2004). La realidad urbana española aprehendida de este modo, figura con distorsiones en el *Informe de Reclus* de 1989¹⁷ (Juaristi, 1994) en el que se hace una revisión de las aglomeraciones urbanas europeas atendiendo a parámetros tales como la demografía, la presencia de multinacionales, el grado de

¹⁷ El título es *Les villes Européennes*.

cualificación profesional..., siendo muy escasas las españolas identificadas que poseen más de 200.000 habitantes (De Cos, 2007).

4.2.3. Enfoques metodológicos

Pese a que a día de hoy no existe una metodología oficialmente establecida internacionalmente para la delimitación metropolitana y, por ende, tampoco un seguimiento óptimo de los desarrollos urbanos (OECD, 2012), se han sucedido aproximaciones realizadas desde diversas perspectivas:

4.2.3.1. Propuestas según morfología

Los procesos de difusión que caracterizan a las áreas urbanas actuales hacen que cualquier metodología que utilice este enfoque sea calificada como imprecisa a tenor de la imposibilidad de establecer debidamente el perímetro real (Salom y Albertos, 2010).

En los años cuarenta del siglo XX, la investigación norteamericana (Berry et al., 1970) consideraba sobremanera aspectos relativos a su aspecto visual, tales como la forma o la tipología de las viviendas (Blanco, 2004). La Unión Europea ha venido desarrollando iniciativas con el fin de aproximarse a las realidades urbanas de Europa, entre ellas el *Atlas de las Áreas Metropolitanas de Europa* realizado por la Red de Investigación Urbana de la Comunidad Europea (NUREC) que vio la luz en 1994 y cuya elaboración se inició en 1989 siguiendo de manera única el criterio de la densidad edificatoria. En el proyecto COMET (Competitive Metropolises), financiado por el mismo organismo entre los años 2001 y 2004 para actualizar la delimitación comprendida en el *Atlas*, se aplicaba el mismo criterio sobre las últimas imágenes de satélite. La base de datos GEÓPOLIS 2005, perteneciente al Instituto de Estadística de Francia, emplea la metodología de NUREC y proporciona información sobre las áreas metropolitanas a nivel mundial. Para su delimitación establece el criterio de la continuidad de la *unidad urbana* por diversos municipios, la cual a su vez se define como un municipio o conjunto de ellos cuya área construida posee más de 2.000 habitantes y sus edificios no están separados entre sí más de 200 metros.

Del mismo modo, entre las metodologías elaboradas por el European Research Group S4 Spatial Simulation for Social Sciences y el Centre National de Recherche Scientifique están las de delimitación de áreas metropolitanas basándose en las manchas urbanas. La herramienta informática que han desarrollado, *Morpholim*, delimita áreas de esta manera, partiendo de la premisa de que las distancias entre edificaciones en zonas urbanas son más cortas cuanto mayor densidad urbana se presente (De Oliveira, 2013).

Durante la fase de expansión hacia las periferias, los enfoques basados en el continuo urbano resultaban eficaces pues se producía un crecimiento extrínseco espacialmente ininterrumpido. La etapa de *contraurbanización* o *desurbanización* supondría un duro obstáculo para estos planteamientos (Salom y Albertos, 2010; Carrero, 2011) pues los flujos demográficos se invirtieron, aumentando los procesos de urbanización en las zonas rurales cercanas a las ciudades que terminaron generando discontinuidades espaciales inherentes a muchas de las aglomeraciones actuales (ciudades difusas).

A pesar de lo expuesto anteriormente, el enfoque morfológico no quedó marginado en esfuerzos posteriores, antes bien fue perfeccionado. Una de las mejores aportaciones (Salom y Albertos, 2010) parte de la hipótesis de que la densidad de la red viaria, medida a partir del número de nodos o interconexiones, es capaz de mostrar el grado de urbanismo de una zona, siendo los espacios más urbanizados los que poseen mayores densidades y viceversa. Así, donde las densidades decaen fuertemente podría establecerse el límite de las aglomeraciones metropolitanas. Este enfoque se encuentra cerca del denominado funcional, ya que está basado en redes de comunicación, elementos fundamentales en las dinámicas urbanas.

4.2.3.2. Propuestas según demografía y factores económicos

Las tradicionales demarcaciones de la ciudad están afianzadas en criterios demográficos (Luzón, Vila y Rubio, 2003), planteados por vez primera en 1913 por la Oficina del Censo de los Estados Unidos, destacando en nuestro país el estudio encabezado por J. Serra (2002) en el que se diferencia, con base en la densidad

poblacional, entre *aglomeraciones extensas* (de densidad igual o superior a los 250 hab/Km² en los municipios colindantes a una ciudad central de más de 100.000 habitantes) y *aglomeraciones metropolitanas* (de densidad igual o superior a los 1.500 hab/Km² en municipios próximos a una ciudad principal y con una suma total de la aglomeración de al menos 250.000 habitantes).

Por otro lado, en metodologías basadas en el tamaño poblacional, el establecimiento del umbral mínimo en 50.000 habitantes resultaría aceptable para el caso de Estados Unidos, donde existe gran disparidad de tamaños poblacionales (Feria, 2010). En cambio, en países como España, donde la tradición urbanística ha propiciado gran diversidad de rangos, tal indicador no necesariamente denota que se haya adquirido carácter metropolitano; tal es el caso de la mayoría de sus ciudades medias. Dadas las circunstancias, se hace conveniente realizar matizaciones a la hora de aplicar el modelo en nuestro país, concretamente a regiones como Andalucía, con gran riqueza urbanística en la escala intermedia, que dispondría de realidades metropolitanas nada veraces en caso de aplicarse directamente la metodología (ibíd.).

La OECD y la oficina estadística de la Unión Europea, Eurostat, en un intento de suministro de datos homogéneos a una escala supralocal (por encima del nivel europeo NUTS 5, por tanto), ha elaborado una propuesta de delimitación. Según ésta (Goerlich y Cantarino, 2013), una aglomeración urbana (*urban cluster*) puede definirse cuando en un conjunto de unidades territoriales del nivel indicado se supera la densidad de 300 habitantes por Km² y la población está por encima de los 5.000 habitantes. De igual forma, se definen las aglomeraciones urbanas de alta densidad o centros urbanos (*high density clusters* o *urban centers*) si la densidad es superior a 1.500 habitantes por Km² y la población excede los 50.000 habitantes.

En España, los trabajos más madrugadores de delimitación metropolitana son los realizados por el Ministerio de Vivienda (luego de Fomento) en 1960 y 1967 (Boix, 2007), considerando la presencia de una ciudad central de al menos 50.000 habitantes que se encuentra circundada por un conjunto de municipios

límitrofes con los que mantiene relaciones socioeconómicas y con los que alcanza la cifra de 100.000 habitantes. Desde el año 2000, el Ministerio publica el *Atlas estadístico de las áreas urbanas españolas*, que ha sido objeto de actualización en varias ocasiones, ofreciendo una versión digital desde 2007. En él, siguiendo el postulado de Eurostat comentado anteriormente, la superación del umbral de 50.000 habitantes es requisito indispensable para que un área sea incluida en la categoría superior: la de *Grandes Áreas Urbanas*, con independencia de que esté integrada por uno o más municipios. En las primeras publicaciones el criterio no era consistente en todas ellas (Feria, 2004), sino que se respetaba el empleado por cada gobierno autonómico, manteniéndose incluso la denominación que les otorgaba cada uno. En 2014, según recoge el desarrollo metodológico de la actualización de ese año, se homogeneizó la nomenclatura ajustándola a la clasificación utilizada en el estudio *Necesidades de suelo urbanizado hasta el año 2011 en las ciudades españolas*, realizado por la Subdirección General de Urbanismo en 1995, tomando en cuenta las denominaciones y delimitaciones empleadas por las distintas Comunidades Autónomas. El *Atlas* desde su inicio viene considerando diferente información municipal¹⁸ para la delimitación: población (volumen, densidad, dinámicas a corto y largo plazo, distribución por sector productivo o estructura); vivienda (dinámica reciente, estructura del parque, tipología, visados o precios); estructura territorial y dinámicas urbanas (a partir de ortofotos, mapas de usos del suelo, clasificaciones y calificaciones urbanísticas, bases topográficas y documentos de planeamiento/planificación de otras administraciones) y redes de transporte tanto existentes como planificadas. Desde 2005, se incluye entre los datos poblacionales el referido a la movilidad por motivo de trabajo.

A mediados de la década de los 80, se propone un modelo de delimitación basado en agregados compuestos por un municipio central y otros periféricos, unidos espacialmente y que, con una densidad igual o superior a 100 hab/Km², experimentan un crecimiento interanual por encima de la media del núcleo

¹⁸ En la actualización de 2014, según recoge su informe metodológico, se han utilizado como fuentes de información: el *Censo de población y viviendas de 2011*, la *Encuesta de Población Activa 2013* y el *Nomenclátor de población 2013*.

central (Precedo, 1986). Pocos años después, se produce la identificación de las principales áreas metropolitanas españolas con las de mayor grado de industrialización (González Urruela, 1991), pasándose a considerar otros posibles casos siempre que se trate de organizaciones en torno a un núcleo con más de 150.000 habitantes (De Cos, 2007). El proyecto *Áreas Urbanas de España 2005* (AUDES5) (Boix, 2007), conforma cada área metropolitana con un núcleo central de al menos 20.000 habitantes, alrededor del cual pueden encontrarse otros municipios que suman una población junto a la de la ciudad central de no menos de 200.000 habitantes.

4.2.3.3. Propuestas según funcionalidad

Las metodologías que utilizan esta aproximación están basadas en las redes que generan los flujos de movilidad de personas, mercancías o información entre espacios caracterizados comúnmente por la ausencia de continuidad física (Nel.lo, 1996). Se trata de la metodología más extendida y utilizada en los últimos decenios, especialmente la basada en la movilidad por motivo residencia/trabajo (Roca, Arellano y Moix, 2011), si bien es acusada por algunos autores de ser sesgada al no considerar otros flujos metropolitanos, como pueden ser los debidos a actividades lúdicas o comerciales (Rueda, 2004).

Dada la complejidad de la cuestión y la insatisfacción de algunos autores al aplicar únicamente un tipo de criterio, aparecen propuestas metodológicas híbridas que, utilizando una combinación de criterios, generan un resultado más acorde con la realidad. Si bien la práctica más común es el estudio de la variación cotidiana de los flujos entre los lugares de residencia y los de trabajo (commuting), lo verdaderamente esclarecedor para algunos autores sería la integración de esa movilidad cotidiana con la pauta de cambio residencial por razón de trabajo, puesto que ella *moldea y organiza el espacio metropolitano y, en consecuencia, los procesos de urbanización a ellos asociados* (Feria, 2010). Las propuestas defienden la existencia de un mercado unitario residencia/trabajo íntimamente vinculado a la capacidad infraestructural presente en un territorio (Feria, 2004).

En Estados Unidos, desde 1950, la Standard Metropolitan Statistical Areas del Federal Register¹⁹, aglutina criterios administrativos, demográficos, morfológicos y funcionales para la delimitación en todo el país, utilizando por primera vez y de manera preferencial el commuting (Nel.lo, 2011). Desde entonces, se ha extendido su uso, con variaciones, pudiéndose encontrar en experiencias como la de Canadá (Murphy, 2003), la de GEMACA para Europa Occidental (Chesire y Gornostaeva, 2002) o la de Eurostat para el conjunto europeo (Dijkstra y Poelman, 2012). En España se aplicó este procedimiento por vez primera a raíz del Censo de 1991, el cual incluyó datos acerca de esta variable únicamente en determinadas Comunidades Autónomas, entre ellas Andalucía (Feria y Susino, 1996) o Cataluña (Roca, Díaz y Clusa, 1997).

La adaptación de la metodología de 1990 del Federal Register (Clusa y Roca, 1997) ha servido de punto referencial para una delimitación de áreas metropolitanas españolas constituidas por núcleos centrales de población superior a 50.000 habitantes a los que acompañan municipios adyacentes capaces de enviarles, al menos, el 15% de sus flujos de commuting (Boix, 2007). La corona metropolitana se conforma realizando cuatro fases iterativas con la variable antes expuesta, quedando también incluidos en ella los municipios que son envueltos por los seleccionados en las iteraciones. Los resultados se clasifican, siguiendo la pauta de la Oficina del Censo americana, en *Nivel A* (áreas metropolitanas de al menos 1 millón de habitantes), *Nivel B* (áreas metropolitanas de entre 250.000 y 1 millón), *Nivel C* (áreas metropolitanas de entre 100.000 y 250.000) y *Nivel D* (áreas metropolitanas con menos de 100.000 habitantes).

En una serie de urbes con un tamaño mínimo de 100.000 habitantes, siempre que sus coronas posean al menos la mitad de esa cifra, e incluyendo las capitales provinciales en cualquier caso, se ha aplicado la metodología del commuting a España (Feria, Casado y Barrena, 2010) siguiendo criterios establecidos: se adscriben municipios a las urbes seleccionadas siempre que se

¹⁹ Hasta el final del subepígrafe, se recoge en gran parte la referencia que realiza J. M. Feria (2004) aun cuando los sucesivos cambios instan en cierta medida a reformular el/los modelo/s metropolitano/s.

cumpla la condición de un flujo cotidiano laboral del 20% cuando supera los 100 ocupados, y del 15% en caso de que concierna al menos a 1.000 trabajadores.

Las Naciones Unidas, en el estudio *World Urbanization Prospect* llevado a cabo en 2005 (Ruiz i Almar, 2010), establece como requisitos para lo metropolitano la existencia de una población igual o superior a los 750.000 habitantes (salvo en las capitales de Estado que, en todo caso, tienen rango metropolitano) y que las relaciones de las áreas del entorno, de densidades inferiores, con la ciudad central, se vean materializadas en los transportes públicos, en el desarrollo de infraestructuras viarias y equipamientos de servicios o en el commuting, entre otros aspectos.

En la Unión Europea se han establecido las Functional Urban Areas (FUA), asentadas en el commuting, como instrumento para el análisis comparativo y la implementación de políticas comunes, aunque no existe una definición homogénea de las mismas (Antikainen, 2005). Al ser la metodología más aceptada en el marco internacional (Horner, 2004) y la que mejor se ciñe a nuestras necesidades puesto que refleja nítidamente las direcciones de los flujos económicos y demográficos dentro de las aglomeraciones, es la que se ha adoptado para regir todo este estudio.

4.3. TAXONOMÍA Y FUNCIONALIDAD DEL CONJUNTO METROPOLITANO ESPAÑOL

4.3.1. Introducción

La metropolización de la realidad urbana española a inicios del siglo XXI es un hecho incuestionable (Feria, 2013), estando nuestro país a la cabeza en número de fenómenos metropolitanos con respecto al contexto europeo (Carreras, Otero y Ruiz i Almar, 2009). El gran desarrollo de los procesos urbanizadores que se constata no sólo en España sino en toda Europa, ha tenido como punto de partida al centro histórico, alrededor del cual se ha producido la expansión de la ciudad, fuertemente determinada por la llegada del éxodo rural, convirtiéndose en referente de riqueza económica, prosperidad social y

producción de conocimiento. La dinámica general que ha seguido a esta etapa concentradora de población es la de expansión hacia las periferias o de desconcentración, surgiendo las denominadas coronas metropolitanas, integradas por municipios influenciados por la ciudad central receptores de importante actividad económica, que dibujan los espacios metropolitanos tras la más reciente fase de recentralización o de vuelta a la ciudad central. Caracterizadas por su alta complejidad, las estructuras urbanas de carácter metropolitano han excedido los límites de la ciudad histórica y sus términos municipales (e incluso provinciales, autonómicos o nacionales) constituyendo un continuo urbano residencial, industrial o comercial en el que se establecen relaciones funcionales interurbanas diversas que perfilan un espacio socioeconómicamente compartido en cuestiones tales como los equipamientos, las infraestructuras, el transporte, el urbanismo o el medioambiente (VV.AA., 2009).

El conocimiento de la diversidad de fenómenos metropolitanos existentes es una tarea inexcusable de cara a influir y gobernar sobre la multiplicidad de elementos que integra los ámbitos metropolitanos. Numerosos estudios, algunos de los cuales se exponen a continuación, se acercan a ellos estableciendo clasificaciones taxonómicas con base en criterios que ayudan, en distinto grado y desde diversos enfoques, a su comprensión.

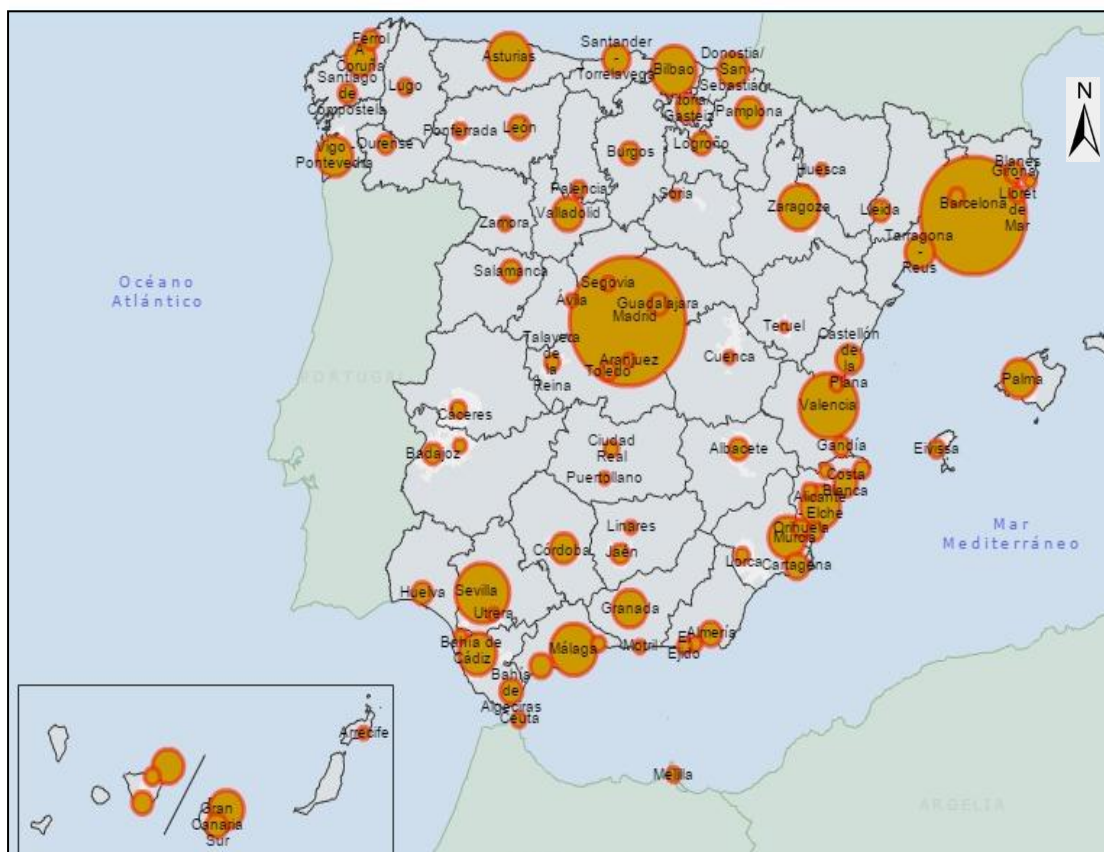
4.3.2. Aproximación desde la demografía, morfología y funcionalidad

Municipios contiguos con más de 250.000 habitantes y densidad superior a 1.500 hab/km² son incluidos en la categoría de aglomeración metropolitana cuando presentan simultáneamente ambos requisitos (Carreras, Otero y Ruiz i Almar, 2009). De las aglomeraciones resultantes en España según este proceder, cuatro son *aglomeraciones metropolitanas* en sentido estricto pues contienen más del millón de habitantes (casos de Madrid, Barcelona, Valencia y Sevilla); dos son *aglomeraciones metropolitanas medianas*, con población entre el medio y el millón de habitantes, como son los casos de Bilbao y Las Palmas de Gran Canaria; las diez restantes -entre ellas San Sebastián, Granada, Vigo, Valladolid, Palma de

Mallorca o A Coruña- son adscritas al rango de *aglomeraciones metropolitanas pequeñas*, de entre 250 y 500 mil habitantes.

La actualización del *Atlas Estadístico de las Áreas Urbanas* del año 2014 sistematiza el panorama urbano español en función de la variable demográfica ya expuesta anteriormente, quedando ubicados los entornos metropolitanos -a tenor de la descripción de los fundamentos metodológicos empleados- en la categoría de *grandes áreas urbanas (de carácter plurinuclear)*. Según esto, el panorama español estaría compuesto por un total de 66 formaciones con carácter metropolitano (Figura 4.3), si bien hay que hacer constar la escasa homogeneidad en el criterio delimitador, como se señaló en el epígrafe anterior.

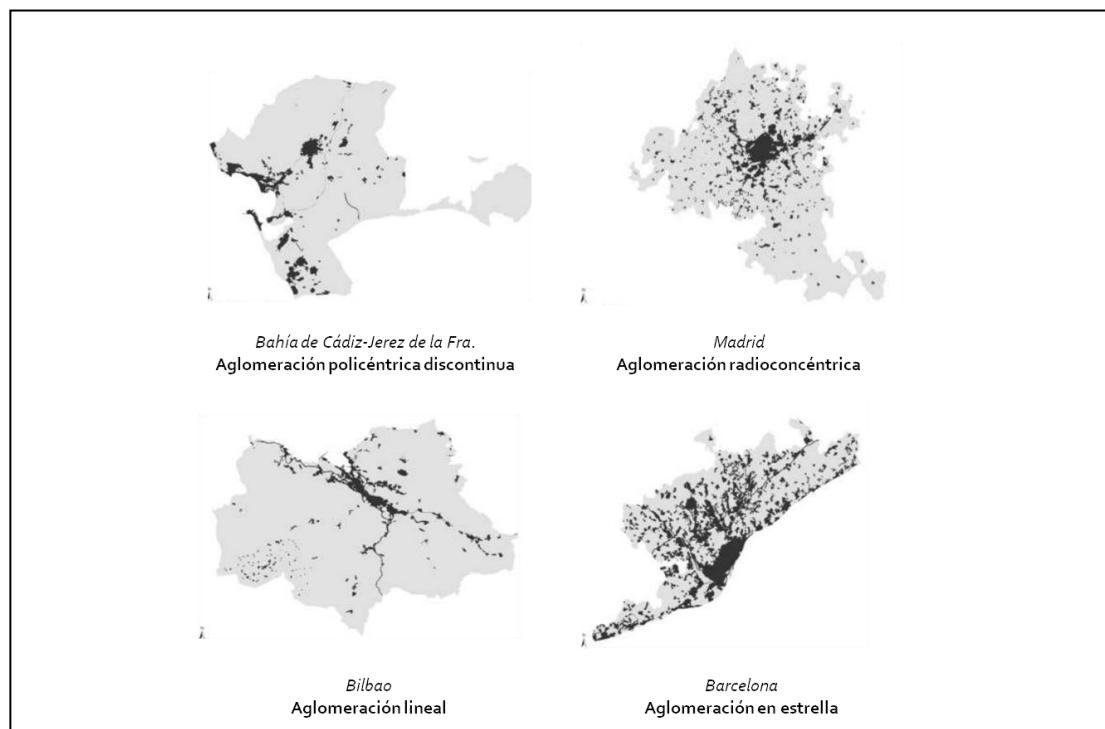
Figura 4.1.-Aglomeraciones urbanas españolas según el Atlas Estadístico de las Áreas Urbanas 2014



FUENTE: <http://atlasau.fomento.gob.es>

El devenir histórico y geográfico de algunos conglomerados urbanos, entre otros factores, han conducido a diferentes formaciones distribuidas desigualmente en el espacio, identificándose *aglomeraciones plurinucleares con alta densidad*, como las europeas de la cuenca del Rhur; *estructuras radiales*, como Madrid o Sevilla; o *conjuntos metropolitanos lineales que siguen cursos fluviales* (como los del río Rin) y *líneas de costa*, como Barcelona o Málaga (Ruiz i Almar, 2010). En otras ocasiones, se ha realizado una sistematización basada en indicadores tales como la densidad de población y de urbanización, que terminan perfilando la morfología presente en los entornos metropolitanos y que ponen de manifiesto simultáneamente los usos del suelo y las redes de comunicación existentes en ellos (De Oliveira e Ibáñez, 2010). Según esta clasificación (Figura 4.4), puede distinguirse entre *aglomeraciones policéntricas discontinuas*, como la de Bahía de Cádiz-Jerez de la Frontera o la de Girona; *lineales*, como la de Bilbao o la de Avilés-Gijón-Oviedo; *radioconcéntricas*, caso de Sevilla o Madrid; y en *estrella*, representada por los casos paradigmáticos de Barcelona o Valencia.

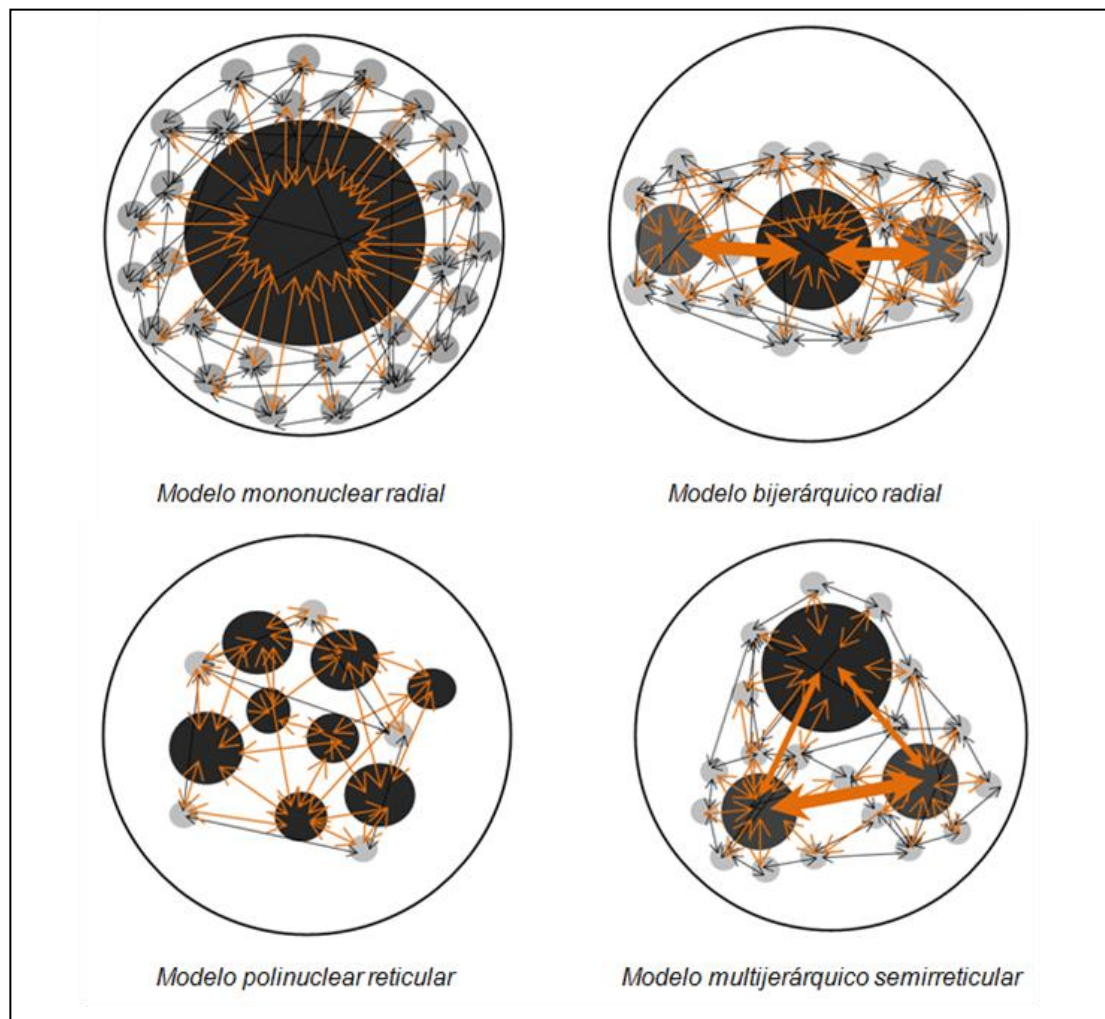
Figura 4.4.- Tipología de macroformas en las aglomeraciones metropolitanas españolas



FUENTE: G. De Oliveira y J. E. Ibáñez (2010).

La sistematización realizada por R. Pujadas y J. Font (1998) basada en el grado de radialidad o de reticularidad del conjunto así como en el peso del núcleo central (Figura 4.5), otorga cobertura a la totalidad de la realidad nacional a través de cuatro categorías o modelos. El primero, el *mononuclear radial*, engloba a aquellos espacios dominados exclusivamente por una gran ciudad central altamente desarrollada (macrocefalia) alrededor de la cual se disponen coronas o cinturones y desde la que parten las infraestructuras más destacadas, como sucede en Madrid o en Sevilla. El segundo, el modelo *bijerárquico radial*, al que se adscribe el entorno de Málaga-Costa del Sol, presenta un núcleo principal central y la codominancia de dos centros de categoría más inferior, íntimamente relacionados con el primero, capaces de vertebrar territorio a su alrededor de forma concéntrica. El *polinuclear reticular* -representado en España, por ejemplo, por la Bahía de Cádiz- muestra un territorio descentralizado, con múltiples núcleos interrelacionados pertenecientes a distintos niveles de la jerarquía urbana en los que no es posible atisbar una dominancia clara de alguno de ellos. Por último, el modelo *multijerárquico semirreticular*, está integrado por un núcleo central además de centros secundarios, altamente interrelacionados entre sí, que conservan cierta independencia con respecto al principal, como es el caso de Barcelona.

Figura 4.5.- Modelos de estructura metropolitana según R. Pujadas y J. Font



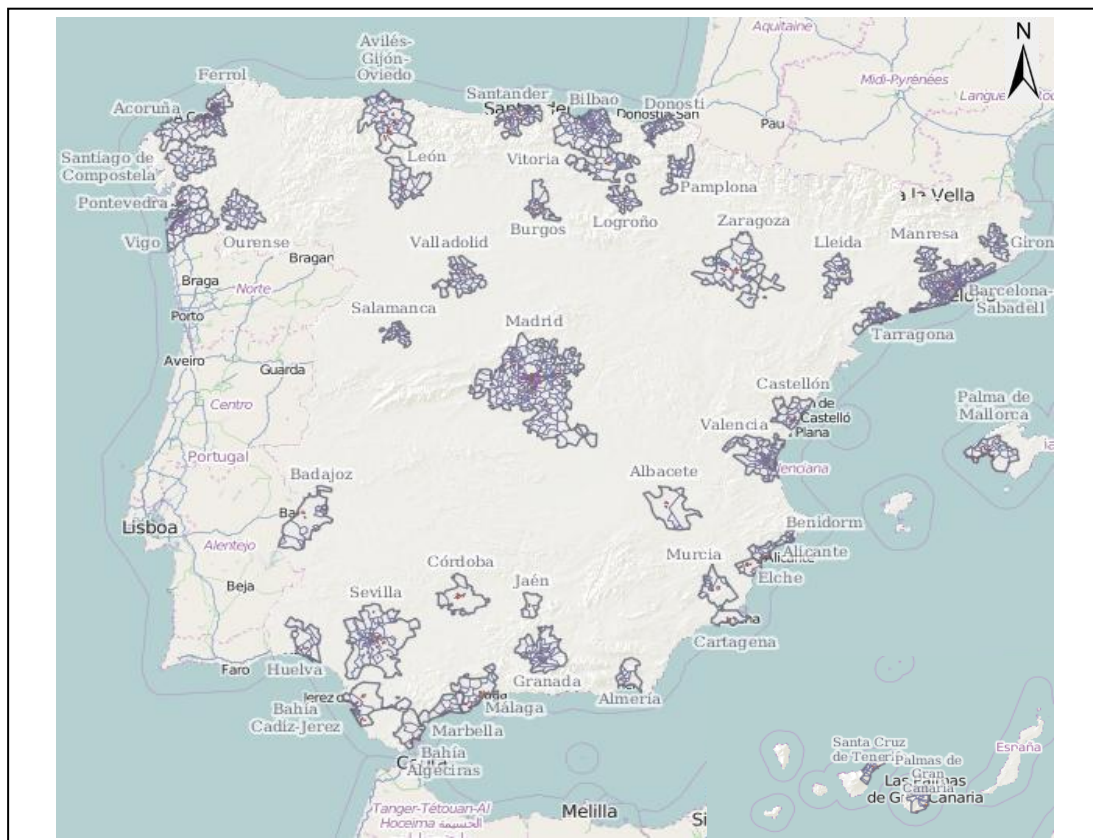
FUENTE: R. Pujadas y J. Font (1998). Elaboración propia.

4.3.3. Aproximación desde la complejidad urbano-territorial

Persiguiendo una propuesta homogénea y comparable internacionalmente, se realizó un análisis de la realidad metropolitana nacional basado simultáneamente en el tamaño, la estructura, la organización y la dinámica funcional (Feria, 2013), generando una sistemática descriptiva precisa y completa de la que se desprenden tanto el bagaje evolutivo como el escenario tendencial en estos espacios. Los resultados (Figuras 4.6 y 4.7) parten de la investigación llevada a cabo en el proyecto Movilidad y reconfiguración urbana y metropolitana (MoviTraIII), enmarcado en el Programa Nacional de Proyectos de

Investigación Fundamental, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad. Uno de los subproyectos, METROGES, está centrado en las dinámicas espaciales, la sostenibilidad y la gobernanza de las Áreas Metropolitanas ofreciendo, mediante la aplicación de metodologías sistemáticas fundamentadas en el análisis de la movilidad a partir de los censos de 2001 y 2011, una actualización del universo metropolitano español de la que parten estudios sobre los principales usos de suelo urbano entre 1990 y 2006. Concretamente, MoviTraIII, sucesor de otros dos proyectos, basándose en la utilización de la variable residencia-trabajo y empleando metodologías estandarizadas, identifica 46 ámbitos metropolitanos españoles que, en 2001, acogen a más del 60 % de la población del país. A continuación se realiza una descripción detenida de la clasificación metropolitana que emana de la investigación comentada por ser la que mayor interés reviste para la presente investigación y la que, por tanto, se ha seguido para la caracterización urbana abordada en el capítulo siguiente.

Figura 4.6.- Configuración metropolitana española propuesta por MoviTraIII



FUENTE: <http://www.movitra.tita.geographica.gs/es/>

Figura 4.7.- Panorama metropolitano en España según J. M. Feria (2013)

REGIONES METROPOLITANAS	ÁREAS METROPOLITANAS CONSOLIDADAS	ÁREAS METROPOLITANAS POLINUCLEARES	ÁREAS METROPOLITANAS ESTÁNDAR	ÁREAS METROPOLITANAS MENORES	ÁREAS METROPOLITANAS INCIPIENTES
<i>Madrid</i>	<i>Valencia</i>	<i>Bahía de Cádiz-Jerez</i>	<i>Las Palmas de Gran Canaria</i>	<i>Algeciras</i>	<i>Córdoba</i>
<i>Barcelona</i>	<i>Sevilla</i>	<i>Málaga-Marbella</i>	<i>Zaragoza</i>	<i>Almería</i>	<i>Elche</i>
	<i>Bilbao</i>	<i>Oviedo-Gijón-Avilés</i>	<i>Murcia</i>	<i>Girona</i>	<i>Vitoria</i>
			<i>Palma de Mallorca</i>	<i>Huelva</i>	<i>Cartagena</i>
			<i>Vigo</i>	<i>Ourense</i>	<i>Burgos</i>
			<i>Granada</i>	<i>Logroño</i>	<i>Badajoz</i>
			<i>A Coruña</i>	<i>Lleida</i>	<i>Albacete-Jaén</i>
			<i>Santa Cruz de Tenerife</i>	<i>Salamanca</i>	<i>Manresa</i>
			<i>Alicante</i>	<i>León</i>	<i>El Ferrol</i>
			<i>San Sebastián</i>	<i>Santiago de Compostela</i>	<i>Benidorm</i>
			<i>Valladolid</i>		<i>Pontevedra</i>
			<i>Santander</i>		
			<i>Tarragona</i>		
			<i>Castellón</i>		
			<i>Pamplona</i>		

FUENTE: J. M. Feria (2013).

Regiones metropolitanas

Son los casos de Madrid y Barcelona. En ellas el rango de suelo artificializado urbano (SAU) oscila entre las 70.000 y las 120.000 has y el cómputo total de habitantes entre los 4 y los 6 millones.

Se trata de los entornos metropolitanos de mayor extensión espacial y complejidad en cuanto a funciones y estructura interna, pudiéndose atisbar

dentro de ellas verdaderas áreas metropolitanas acorde con los criterios delimitadores, como son Alcalá de Henares en la de Madrid y Sabadell en la de Barcelona. Junto a la existencia en estas regiones de unos mercados de trabajo y de vivienda plenamente consolidados, se encuentra una dinámica interna caracterizada por la gran envergadura de los movimientos entre espacios de las periferias y la desaceleración del proceso de suburbanización, el cual es acompañado de una creciente recentralización desde la primera corona.

Áreas metropolitanas consolidadas

Con Valencia, Sevilla y Bilbao como representantes en España, en esta categoría empleada por la Oficina norteamericana del Censo, se incluyen espacios que cuentan con SAU comprendido entre las 20.000 y las 30.000 has así como con una población comprendida entre el millón y los dos millones. En los casos españoles mencionados, las ciudades principales superan siempre el millón de habitantes y sus coronas presentan mayor población que aquéllas.

La madurez en su dinámica evolutiva es un rasgo característico que se pone de relieve en los altos valores de movilidad residencial y de commuting, estos últimos no sólo en la bidirección centro-corona sino también entre zonas de la propia corona. Además, el estadio madurativo se vislumbra en la elevada organización interna, sin llegar a alcanzar el nivel de las regiones, con coronas que siguen recepcionando la descentralización y que ya aducen una relevante autonomía funcional e identidad, sustrayendo protagonismo a las ciudades centrales.

Áreas metropolitanas polinucleares

Con una población comprendida entre el medio y el millón de habitantes y un SAU entre 15.000 y 25.000 has, existen áreas sujetas a delimitación mediante la variable de movilidad residencia-trabajo, como es el caso de Oviedo-Gijón-Avilés y Bahía de Cádiz-Jerez de la Frontera, y otra que no lo está: Málaga-Marbella.

El criterio que rige en la definición de las mismas es el de un sistema pluricéntrico compuesto por ciudades relativamente próximas con facultad de generación de sinergias metropolitanas en torno a ellas mismas y entre sí. Debe apreciarse que este particular modelo organizativo, complejo y con diversidad de formas está fuertemente determinado por la distribución espacial de partida de los asentamientos que lo integran.

Áreas metropolitanas estándar

Las áreas incluidas en esta categoría taxonómica, 15 en todo el territorio español, presentan una variación de SAU comprendida entre las 5.000 y las 15.000 has así como una población variable de entre 300.000 y 800.000 habitantes.

La adjetivación de *estándar* resulta claramente intuitiva pues, por un lado, señala que es a este grupo al que se adscribe un mayor número de áreas y, por otro, refiere al panorama organizativo y estructural metropolitano más convencional: aquél en el que la ciudad central funciona como lugar de trabajo, predominando el commuting y la suburbanización desde el núcleo principal hacia las coronas. La ciudad central es poseedora del grueso de la funcionalidad del área, por lo que el resto de municipios son fuertemente dependientes de ella, evidenciándose una desconcentración netamente residencial.

Áreas metropolitanas menores

Aglutina espacios con SAU entre 2.000 y 5.000 has y población comprendida entre los 200.000 y los 300.000 habitantes. En ellos, el fenómeno metropolitano, pese a existir acorde con el criterio de la movilidad residencia-trabajo, alcanza la menor de las dimensiones, razón por la cual no aparecen en los estudios institucionales o académicos que se realizan.

Son numerosos los casos que muestra el territorio nacional, todos ellos concernientes a una ciudad central que, por su tamaño relativamente pequeño, no posee amplia capacidad para generar procesos de largo alcance espacial o funcional. Por ende, los flujos no serán ni abundantes ni de envergadura,

constatándose commuting con una clara dirección hacia la ciudad central así como movimientos residenciales leves hacia unas coronas que se muestran aún poco desarrolladas, todo lo cual manifiesta, según su autor, que en los entornos metropolitanos de España el mercado de trabajo antecede al de la vivienda.

Áreas metropolitanas incipientes

En esta categoría se incluyen áreas que presentan entre 1.000 y 6.000 has de SAU y una población que varía entre 100.000 y 350.000 habitantes. En todos los casos se muestra un proceso metropolitano escaso en lo que atañe a las funciones propias y al avance urbanístico, aunque pueden distinguirse dos modelos. El primero de ellos engloba espacios equiparables a las áreas metropolitanas menores pero con valores de flujos y población más bajos; el segundo, el más común, es el de una ciudad central con amplio término municipal alrededor de la cual se dispone una corona (que contiene menos del 10 % o, como mucho, el 20 % de la población total del área) conformada por municipios que cuentan asimismo con gran término local, en el cual se producen buena parte de los procesos de suburbanización del conjunto del área. Se prevé que la evolución de los espacios incluidos en esta categoría hacia la plena incardinación metropolitana será posible únicamente si ya existe una ciudad principal de tamaño superior a la media, o bien si termina produciéndose coalescencia de las pequeñas ciudades centrales con otras mayores.

4.4. LOS GRANDES CENTROS DE ACTIVIDAD Y LA CIUDAD METROPOLITANA

Los movimientos demográficos centrífugos acaecidos desde la segunda mitad del siglo XX, que han servido de base para el desarrollo de la ciudad metropolitana, se han visto altamente reforzados por la predilección hacia estos espacios de los grandes elementos funcionales, reemplazando de este modo la tradicional concepción de los centros urbanos como aglutinadores de funciones, a lo que han contribuido sobremanera diferentes factores. Por una parte, la intensificación de la movilidad merced al desarrollo del vehículo privado ha permitido un cambio en la pauta de consumo y de relación con el conjunto de los

servicios, poniendo en entredicho la idea de que la proximidad sea la mejor de entre las opciones locacionales posibles. Por otro, el despliegue de infraestructuras públicas de transporte, auspiciado tanto por intereses públicos como privados, favorece diferencialmente el acceso a estas ubicaciones periféricas con respecto a los centros urbanos, razón por la cual las localizaciones funcionales aparecen íntimamente vinculadas a las infraestructuras, especialmente viarias.

En este contexto, la geografía de la accesibilidad resuelve satisfactoriamente la cuestión de la implantación, apuntando a la capacidad de acceso con que cuentan las parcelas como uno de los principales factores para la toma de decisiones al respecto. Tal premisa forma parte sustancial de la motivación por la que se produce una redistribución sobre el territorio de actividades que antes pertenecían en exclusiva a los centros urbanos: caso de universidades, hospitales, servicios financieros o actividades comerciales (Paris, 2013). Así las cosas, con independencia de la delimitación y taxonomía que se establezca para los entornos metropolitanos, existe un hecho incuestionable en todos ellos: en sus procesos de conformación han aparecido elementos que muestran gran capacidad funcional y de vertebración territorial.

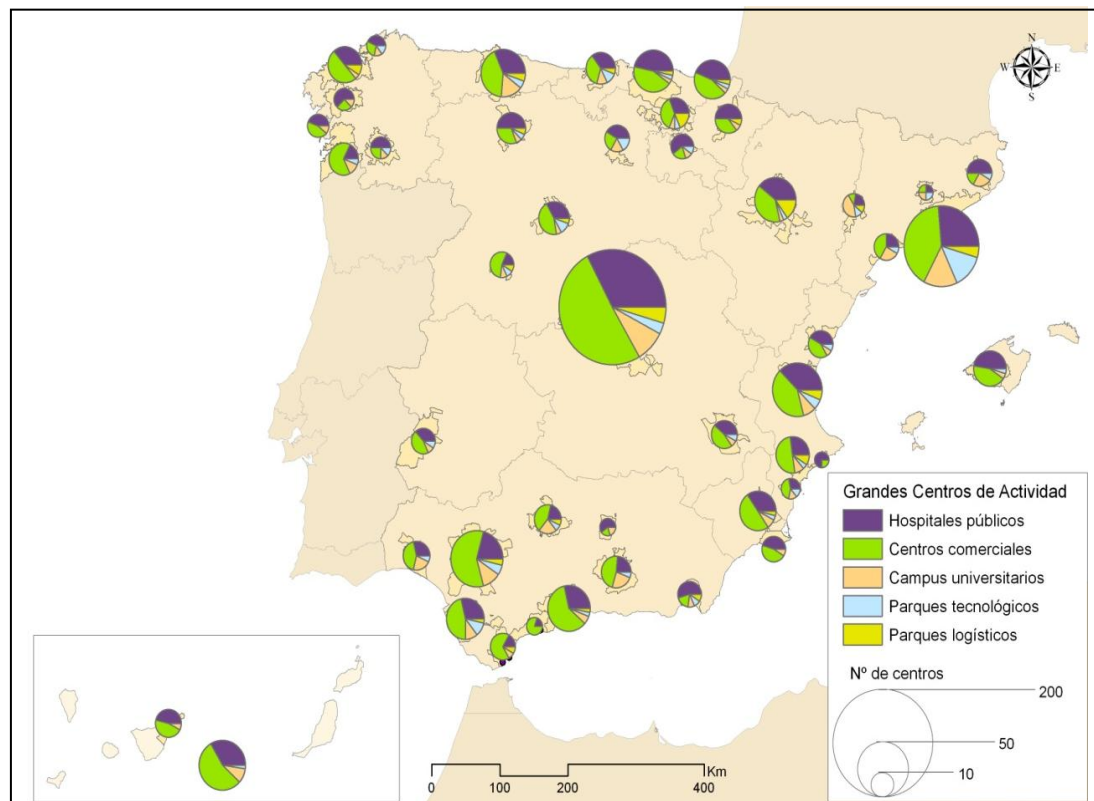
Los mencionados equipamientos, denominados Grandes Centros de Actividad (GCA), se refieren a instalaciones de servicios que, al menos en el caso español, se corresponden esencialmente con centros de comercio minorista, complejos hospitalarios, campus universitarios o parques tecnológicos y logísticos (Vahí, Rodríguez y Hurtado, 2015). Pese a constituir piezas angulares para la expansión urbana y la gestión de otras infraestructuras como las de comunicación o el transporte, de forma incongruente se evidencia una inserción de los GCA en los instrumentos de planeamiento público, e incluso sectorial, ninguneando o subestimando su potencial para la creación o reestructuración de los tejidos urbanos (Herce, 2010; Vahí, Rodríguez y Hurtado, 2015), dando esto lugar a importantes disfuncionalidades en el seno de los mismos. Positivamente, al ocupar una posición destacada en la movilidad metropolitana debido a los potentes flujos cotidianos que generan, y junto a la función propia para la que

son creados, los GCA poseen la facultad de contribuir con su emplazamiento geográfico a la movilidad racional y sostenible, siempre que se haya gestado conforme a una estrategia territorial idónea.

La concentración de estos equipamientos en determinadas zonas, en el marco de una elevada accesibilidad, origina nuevas centralidades por la concurrencia en ellas de flujos funcionales. Estos ámbitos, a veces de una complejidad asimilable a la de los centros urbanos, se corresponden con áreas de reciente urbanización o espacios fragmentarios a lo largo de ejes viarios (Paris, 2013). Desvinculados, según se ha expuesto, de su mera y tradicional geolocalización, responden a un nuevo concepto de ciudad en el que las ubicaciones de los equipamientos de servicios deben atender a la escala, al menos teórica, para la que son realizados, al objeto de procurar la dotación adecuada de parcelas de aparcamiento, la garantía de conexiones por transporte público en el caso de determinados servicios o la capacidad para soportar el volumen de tráfico que previsiblemente se verá comprometido. Buen número de estos nuevos espacios han surgido motivados por los cambios sociodemográficos y de consumo que se han registrado desde la segunda mitad del siglo XX (analizados en el capítulo anterior), existiendo en ellos una considerable proporción de equipamientos sanitarios o educativos que deben su aparición al desempeño de las atribuciones constitucionales de las instancias públicas al objeto de cubrir derechos ciudadanos consagrados por el Estado del Bienestar (Vahí, 2015).

Es un hecho que en el espacio metropolitano, el papel de los servicios -altamente demandante de suelo- se ha impuesto sobre el resto de funciones económicas. Concretamente, es frecuente en el cómputo de servicios de las áreas metropolitanas españolas la prevalencia de la función comercial por encima de otras, anteriormente mencionadas, como la sanitaria, la formativa o la logística (Figura 4.8).

Figura 4.8.- Distribución y magnitud de GCA en los ámbitos metropolitanos españoles



FUENTE: A. Vahí, V. Rodríguez y C. Hurtado (2015).

Las estrategias comerciales persiguen en estos ámbitos metropolitanos, junto a una gran accesibilidad, un mejor precio de adquisición de suelo así como una mayor potencialidad para la ampliación de mercado. Al mismo tiempo, estas instalaciones constituyen un importante reclamo para la expansión urbanística utilizado en las operaciones inmobiliarias (Escudero, 2008), sin menoscabo de que los promotores comerciales añadan a los ingresos propios de su actividad económica los inputs derivados de la especulación urbanística en la que puede verse inmersa su parcela, lo que termina convirtiendo a inmensos solares metropolitanos, en principio de titularidad pública, en un recurso susceptible de negocio por parte de importantes promotores económicos privados, a menudo internacionales.

Una vez realizadas las referencias al modelo territorial europeo así como a su incardinación en España, donde la realidad urbana ostenta un papel crucial, se ha llevado a cabo la descripción de las dinámicas generales de los espacios metropolitanos, marcados por una elevada complejidad y extensión, y se ha efectuado un acercamiento hacia los criterios y las propuestas de delimitación de los mismos. A raíz de estos estudios se aborda una descripción de la ciudad real española y, dentro de ella, de los elementos que poseen mayor repercusión en su ordenación. Con tal bagaje, en el siguiente capítulo, se afronta la caracterización, morfológica pero sobretodo funcional, de las realidades metropolitanas que son objeto de esta investigación, tomando en consideración especial a los GEC y dirigiendo la mirada, por un lado, a contrastar el comportamiento que estos potentes elementos funcionales siguen en cada una de ellas y, por otro, a valorar la desviación que pueda tener lugar en relación a lo recogido en los documentos de planeamiento territorial existentes en cada caso.

CAPÍTULO 5

GEC Y ESPACIOS METROPOLITANOS REPRESENTATIVOS EN ESPAÑA

- 5.1. PAPEL DE LOS GEC EN LA CONFORMACIÓN DE LA CIUDAD METROPOLITANA ESPAÑOLA**

- 5.2. JUSTIFICACIÓN DE LA SELECCIÓN DE CASOS DE ESTUDIO**

- 5.3. LA REGIÓN METROPOLITANA DE MADRID**
 - 5.3.1. Un ámbito suprarregional**
 - 5.3.2. La morfología radioconcéntrica y la zonificación**
 - 5.3.3. Los modelos radial y orbital en la articulación territorial**
 - 5.3.4. Los primeros esfuerzos de planificación territorial**
 - 5.3.5. La preocupación por los desequilibrios metropolitanos**
 - 5.3.6. La difícil corrección de los problemas territoriales**
 - 5.3.7. Consideraciones**
 - 5.3.8. Síntesis**

5.4. LA REGIÓN METROPOLITANA DE BARCELONA

- 5.4.1. Una estructura y articulación territorial fuertemente condicionadas**
- 5.4.2. Los inicios del espacio metropolitano**
- 5.4.3. La concepción de un modelo territorial**
- 5.4.4. El comercio minorista como eje del equilibrio territorial**
- 5.4.5. Las respuestas públicas ante el desajuste territorial**
- 5.4.6. Las vicisitudes en la ambición de planeamiento**
- 5.4.7. El planeamiento urbanístico metropolitano**
- 5.4.8. Consideraciones**
- 5.4.9. Síntesis**

5.5. EL ÁREA METROPOLITANA DE SEVILLA

- 5.5.1. La composición de un ámbito radioconcéntrico**
- 5.5.2. La articulación histórica y la contemporánea**
- 5.5.3. La preponderancia del centro urbano y la primera expansión**
- 5.5.4. Las actividades económicas en la consolidación metropolitana**
- 5.5.5. La llegada de instrumentos de ordenación metropolitana**
- 5.5.6. La expansión del comercio en las Áreas de Oportunidad**
- 5.5.7. La regulación comercial en las primeras décadas del siglo XXI**
- 5.5.8. Consideraciones**
- 5.5.9. Síntesis**

La realidad urbana de nuestro país se presenta a menudo con carácter metropolitano debido a que un universo de funciones y actividades, como la comercial, presentan una proyección en la vertiente económica y social que excede claramente los límites de la ciudad. Aunque la función comercial demuestra desde sus inicios amplia potestad para la ordenación espacial de las ciudades, desde mediados del siglo XX, el desempeño de la misma en grandes establecimientos, demandantes de localizaciones estratégicas, une a la tradicional capacidad de organización urbana la de ordenación de ámbitos espaciales mucho más amplios. Abordar cuestiones relacionadas con la sostenibilidad en cualquier entorno metropolitano, necesariamente implica evaluar el grado de concordancia entre la distribución de infraestructuras y funciones sobre el territorio y el marco de referencia territorial (modelo territorial) tendente a la mejora tanto de las condiciones de vida de sus habitantes como de la calidad ambiental. En este Capítulo se afronta la caracterización de entornos metropolitanos -comenzando por una sinopsis sobre el conjunto nacional-, evaluando el nivel de ajuste de una actividad con gran incidencia en la ordenación del territorio, cual es la de los GEC, al modelo territorial preestablecido, identificando las causas que pueden alejar de la consecución de unos intereses generales teóricamente perseguidos por el marco normativo sectorial y territorial existente con arreglo al modelo territorial propuesto en las instancias públicas.

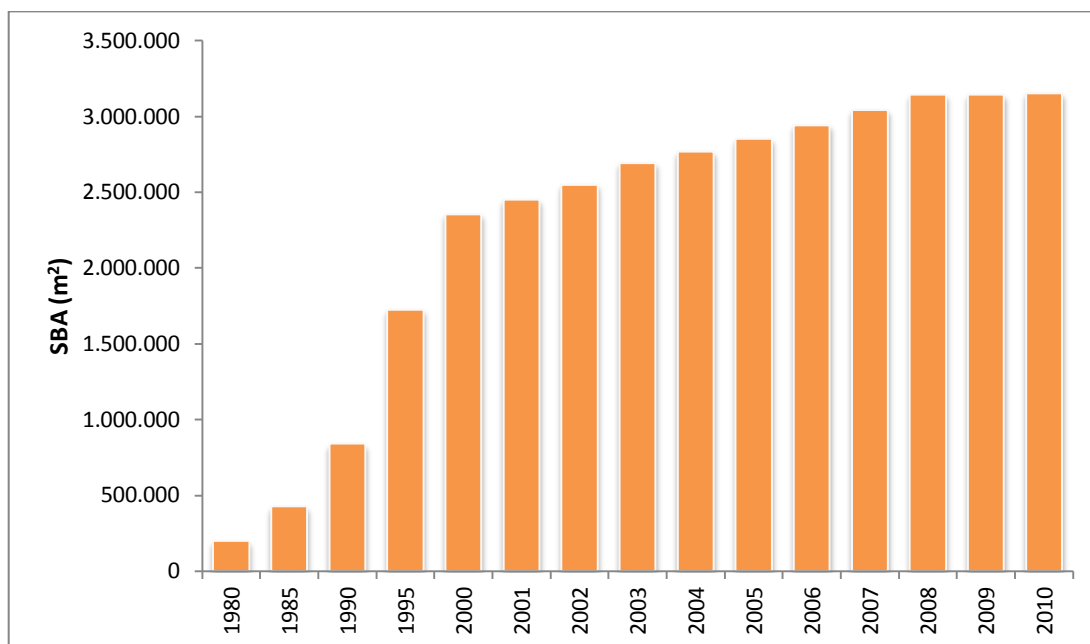
5.1. PAPEL DE LOS GEC EN LA CONFORMACIÓN DE LA CIUDAD METROPOLITANA ESPAÑOLA

Con anterioridad a los años 70 del siglo XX, la población española acusaba una acentuada dependencia de los centros urbanos de sus grandes ciudades para el aprovisionamiento de bienes, la contratación de servicios y, en general, para el desarrollo de las más importantes actividades económicas. El intenso éxodo rural característico de la década de los 60 se va a concentrar en los ensanches y acaso las primeras coronas urbanas que empiezan a dibujarse, las cuales, al presentar inicialmente un desabastecimiento comercial, van a obligar a sus habitantes a

recurrir al centro urbano como única opción de compra. A finales de los años 50, tras una larga postguerra y años de recuperación, a consecuencia de un tímido avance del bienestar social, se producirán las primeras aperturas de grandes establecimientos, fundamentalmente almacenes populares y galerías comerciales de origen español, en los principales centros de las ciudades. Los consistorios, en una ardua labor de redefinición y reequipamiento urbano, van a escrutar desde mediados de siglo XX las localizaciones más adecuadas para los grandes almacenes, imprescindibles social y económicamente, aun a expensas en numerosas ocasiones de la destrucción o merma del patrimonio histórico urbano.

Desde principios de los años 70, aparece en España la fórmula del libreservicio (autoservicio y supermercado) aunque también establecimientos de grandes dimensiones como hipermercados y centros comerciales. La fórmula del hipermercado se desarrolla intensamente y de manera general a partir de esta época por todo el conjunto nacional (Figura 5.1), abriéndose el primer establecimiento de este tipo en 1973 en la región metropolitana de Barcelona. Con esta apertura comienza la denominada *fase de introducción o innovación* de los GEC en España (AECC)²⁰, que se prolongará hasta 1988.

²⁰ P. Cuesta (1999) distingue entre *fase de introducción* (hasta 1979), *fase de crecimiento* (desde 1980 hasta 1989) y *fase de fuerte expansión* (desde 1990 hasta 1998). A. Vahí (2007), matiza las fases de la AECC para el caso de Andalucía atendiendo a su evolución urbana, distinguiendo entre *fase de aprovisionamiento* (décadas de los 60 y 70), *fase de reajuste y expansión* (entre 1975 y 1990), *fase de equipamiento* (década de los 90) y *fase de maduración* (a partir del 2000).

Figura 5.1.- Evolución del formato hipermercado en España

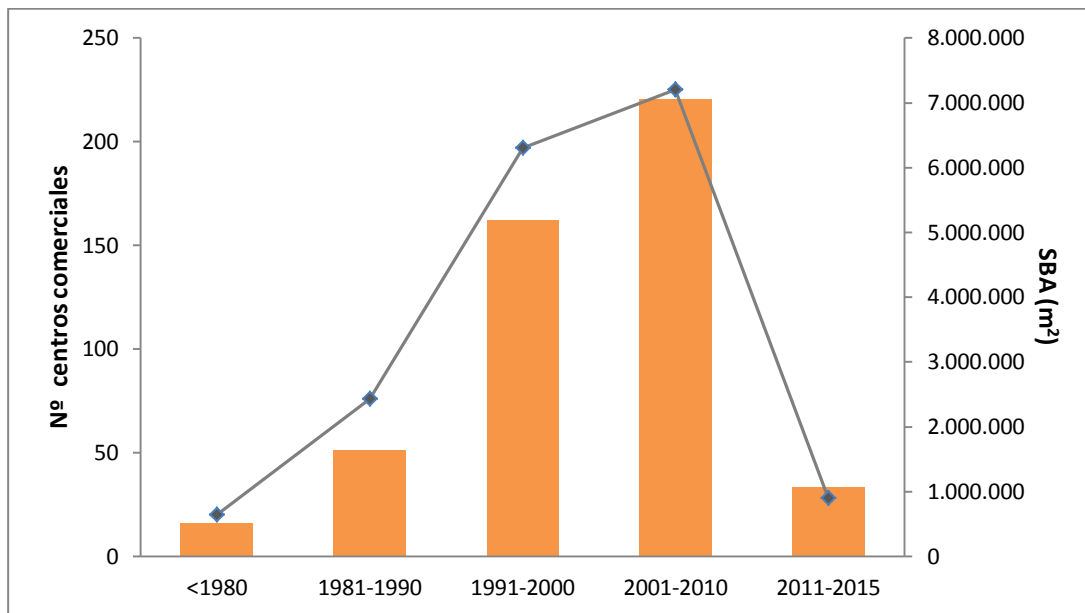
FUENTE: AECC. Elaboración propia.

Las ubicaciones preferentes del hipermercado, desarrollado con gran éxito en Francia, se encuentran en los extrarradios de las ciudades y en sus primeras coronas metropolitanas, al granjearles diversas ventajas: suelos a costes más bajos que los centros urbanos, alta accesibilidad por carretera o mayores facilidades para la creación de aparcamientos adyacentes. Con este formato, el comercio en grandes superficies da el salto a las periferias en nuestro país siguiendo el patrón americano, si bien en este último caso viene favorecido por el modelo de vida: viviendas unifamiliares en edificaciones de baja densidad o un uso intensivo del vehículo privado propiciado por una amplia red de infraestructuras (Pérez Fernández, 1998).

Tras el cambio de paradigma político y socioeconómico acaecido en 1975, derivado de la crisis de precios del petróleo, en el que se suceden transformaciones relevantes en nuestra sociedad tales como el establecimiento de las autonomías, la apertura europea, la emergencia de los servicios o el

incremento demográfico, la tasa de consumo se dispara y las pautas de éste se diversifican, desencadenándose una masiva apertura de grandes establecimientos desde 1989 hasta 2008 (*fase de crecimiento acelerado*, según la AECC), situándose el mayor auge de centros comerciales entre los años 2001 y 2008 (Figura 5.2).

Figura 5.2.- Evolución de los centros comerciales en España hasta 2015



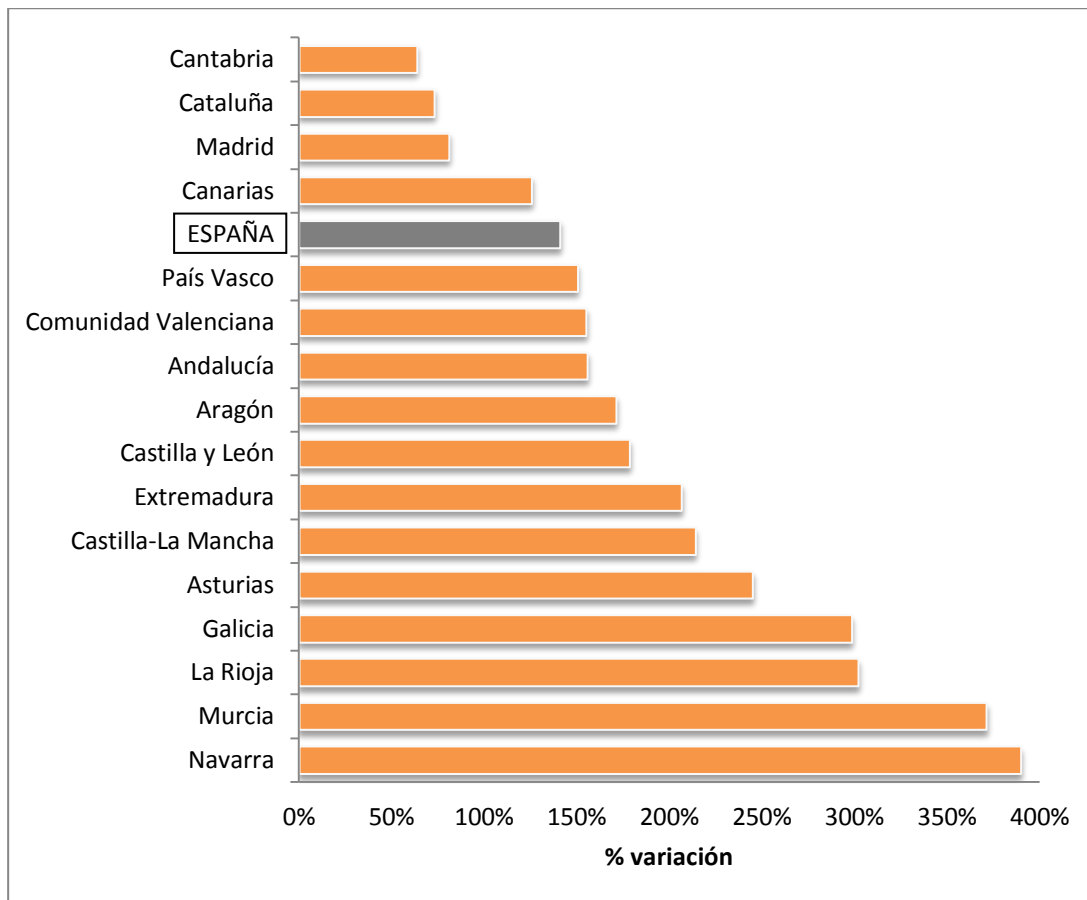
FUENTE: AECC. Elaboración propia.

Si durante los años 70 y 80 del siglo XX la oferta en grandes comercios fue, sobretudo, alimentaria y textil, en la década siguiente, en consonancia con el nuevo modelo socioeconómico, se diversificará ampliamente presentándose progresivamente más a la carta. A partir de 1990, tras un ritmo de crecimiento atenuado en la segunda mitad de la década anterior y en paralelo a las primeras instalaciones en las capitales de provincia, los centros comerciales comenzarían a implantarse en las periferias de las grandes ciudades españolas al igual que lo hacían en Francia o Portugal, dándose así continuidad a las experiencias pioneras de Alemania ocurridas a partir de 1960, y las de Reino Unido desde 1980 (Guy, 2006). A principios de la década de los 90 aparecerían los primeros parques

comerciales (agrupaciones de edificios de mediana o gran superficie bajo una misma imagen comercial) adquiriendo en ellos una creciente importancia actividades lúdicas como el cine. Además, durante esos años surgirían los primeros outlets, todos en las afueras de las ciudades, en los que los fabricantes venden a precios de saldo.

La bonanza económica que envuelve las actuaciones públicas y privadas a las puertas del siglo XXI propicia la ampliación y renovación de los centros comerciales existentes, apuntando al crecimiento urbanístico sin la consideración de un modelo armónico o unos criterios de equilibrio territorial. Se suceden nuevas aperturas con diferentes tipologías, entre ellas los grandes centros comerciales (regionales), ubicados en las coronas metropolitanas y en las periferias de las grandes urbes. Las diferencias en la intensidad de implantación entre Comunidades Autónomas españolas son palpables, pues no todas han experimentado la misma velocidad de desarrollo económico ni presentan la misma concentración demográfica. Pese a ello -y tomando en consideración los años de recesión económica de principios del siglo XXI- el incremento en la densidad de centro comercial ha sido contundente en buena parte de las Comunidades durante las dos últimas décadas, evidenciándose aumentos más comedidos en Cantabria, Cataluña, Madrid y Canarias (Figura 5.3).

Figura 5.3.- Variación porcentual de la densidad de centros comerciales por Comunidades Autónomas 1998-2015



FUENTE: AECC. Elaboración propia

La primera década del siglo XXI viene marcada por la fuerte pujanza económica del país y la expansión hacia las periferias. Se corresponde con el momento álgido de los centros comerciales españoles, desarrollándose instalaciones de gran originalidad arquitectónica, con mayores dimensiones que las anteriores y con una locomotora²¹ en la que progresivamente se va sustituyendo la alimentación por otras funciones como la de ocio. La diversidad de centros en estos años es la mayor que se ha conocido en nuestro país, enriquecida por ubicaciones que, desde estos momentos, comenzarán a estar en el punto de mira de los promotores con fines expansionistas: aeropuertos,

²¹ Se consolidará la tendencia a poseer más de una locomotora por centro a fin de maximizar la atracción del consumidor, aspecto especialmente acuciante en centros de alcance regional.

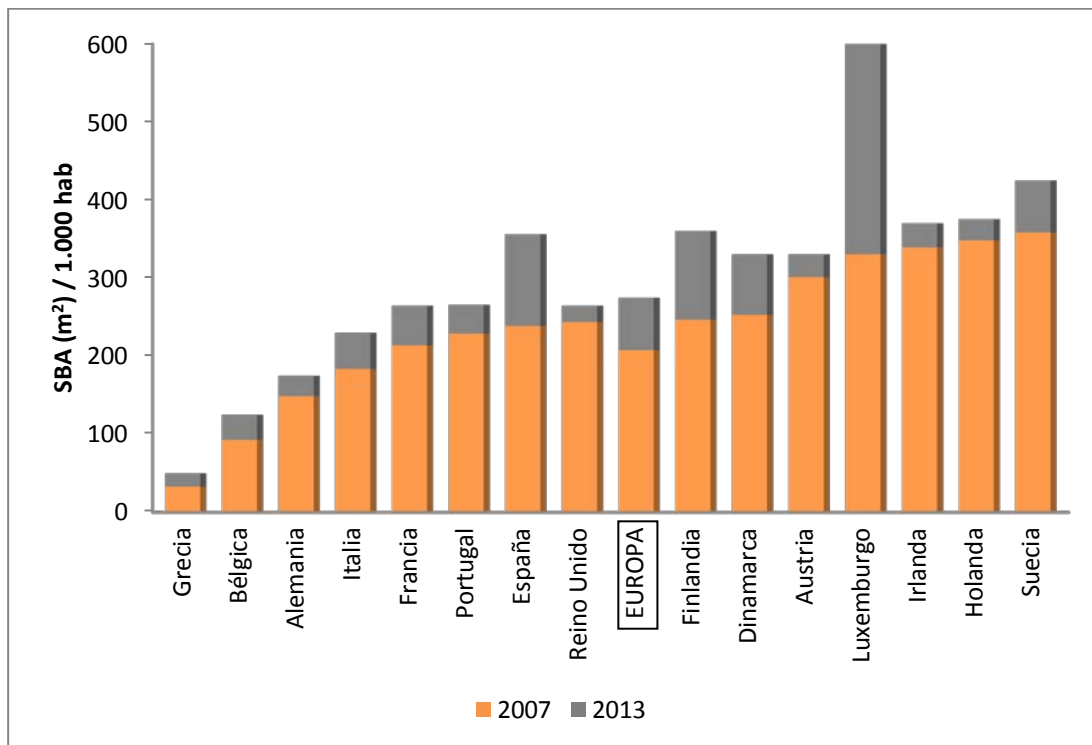
puertos o terminales ferroviarias. Junto a ello, las relaciones entre los distintos subsectores comerciales (pequeños y grandes), así como entre los GEC y el sistema territorial, se complejizan considerablemente. La trascendencia de esta interacción para el modelo territorial determina que pueda hablarse ahora del fenómeno comercial asociado a grandes instalaciones como un instrumento urbanístico, inmobiliario (Capel, 2013), que produce *inversión y crecimiento funcional del entorno en que se instalan puesto que atraen la actividad constructora e inmobiliaria, que a su vez genera (y en ocasiones regenera) nuevos usos sobre la zona elegida al traer aparejadas diversas combinaciones entre el residencial, servicios de distinta índole, dotación de infraestructuras, áreas de expansión...* (Vahí, 2007). Nada de ello sucedería si los promotores privados no hubiesen encontrado en los instrumentos de planificación cesiones de gran cantidad de suelo en las periferias para poder efectuar su implantación.

La expansión de centros comerciales durante el siglo XXI se produce pese a que se imponen en el año 2000 moratorias para las nuevas aperturas en Andalucía, Castilla y León, Asturias, Navarra, Cantabria, Aragón, Cataluña, País Vasco, Canarias y Baleares. Esta traba a la actividad de los GEC desaparecida en 2006 se realiza en aras de la protección del pequeño y mediano comercio, seriamente comprometido. En los años siguientes a este hecho se producirá un gran crecimiento del número de este tipo de establecimientos en España, observándose una disminución a partir de 2008. En efecto, el grado de madurez alcanzado por los GEC en España, unido a la coyuntura de crisis económica que padece el país desde ese año, deriva en una disminución en las aperturas que se comienza a evidenciar desde finales de 2009²², si bien se constata que la densidad de gran superficie en España ha permanecido por encima de la media europea (Figura 5.4). El éxito de los centros comerciales en España se manifiesta en el cambio de hábitos de compra y de ocio, el crecimiento económico o la contribución al boom inmobiliario característico de las últimas décadas del siglo

²² La AECC estimaba la creación de 650.000 m² de SBA en el año 2009, de los cuales sólo se construyeron 320.682 m². Sin embargo, para los años siguientes, la institución muestra su optimismo, pues contabilizan 770.000 m² de SBA nuevos entre 2012-2014 y prevén la creación de 907.000 m² entre 2015-2017.

XX, reflejándose en la existencia de gran cualificación profesional en los actores implicados en su desarrollo (promotores, inversores, consultores, técnicos, proveedores...) que deriva en una gran calidad de instalaciones e, incluso, en la incorporación de muchos a proyectos latinoamericanos incipientes (Molinillo, 2014).

Figura 5.4.- Densidad de centros comerciales en países europeos en los años 2007 y 2013



FUENTE: Cushman&Wakefield 2014 y AECC. Elaboración propia.

5.2. JUSTIFICACIÓN DE LA SELECCIÓN DE CASOS DE ESTUDIO

Del amplio panorama urbano español, sobresalen dos entidades territoriales que constituyen los mejores exponentes de complejidad funcional y acogen los efectivos poblacionales más elevados de todo el país; se trata de Madrid y Barcelona, por este orden. La dilatada trayectoria histórica en la conformación de tales territorios, acompañada de episodios de una fuerte inversión infraestructural, ha conducido a una amplia expansión del tejido empresarial que ha favorecido, merced a un potente sistema de articulación,

elevados niveles de desarrollo socioeconómico así como una alta tasa de innovación tecnológica. Con estos rasgos, los territorios metropolitanos de Madrid y Barcelona, a la llegada de la era de la globalización, detentan altas cotas en lo que a centralidad se refiere (las mejores del país), posicionándose privilegiadamente en la selecta y excluyente red mundial de ciudades. El alto escalafón que ocupan las convierte en foco de atracción para el mundo empresarial, inmobiliario o tecnológico capaz de generar aun más dinamismo y prosperidad en términos sociales y económicos. Esta situación adquiere mayor realce en el territorio metropolitano madrileño al encontrarse en su ciudad central las funciones propias de capital de Estado.

En un mundo globalizado, el papel del territorio como simple sustentador de actividades se ve complementado con el de potencial para su desarrollo pues de él se desprenden importantes ventajas comparativas con respecto a otros espacios que deben ser acrecentadas y mejoradas con el fin de mantener o dilatar su status. En semejante contexto, la ordenación del territorio desempeña una función crucial, al permitir el desarrollo de sus actividades en compatibilidad con la sostenibilidad, entendida ésta en su más extensa y original acepción. Singular atención merece, según lo dicho, la correcta ordenación de aquellas actuaciones capaces de generar mayores afecciones desfavorables en el territorio, siendo este el caso de los GEC. Al representar los entornos metropolitanos de Madrid y Barcelona los espacios de mayor centralidad en España, donde el territorio juega un rol aún más trascendental si cabe para su desarrollo, reviste un especial interés la valoración de la ordenación espacial en los mismos de una de las actividades con más incidencia territorial.

La caracterización y evaluación de un tercer entorno metropolitano español como es el de Sevilla atiende a criterios ligeramente distintos. En él subsiste en el fondo una inquietud similar a la de los otros dos, concerniente a la mejora de la centralidad y al papel que los GEC desempeñan en la organización de uno de sus grandes factores de desarrollo cual es el territorio. En cambio, su posicionamiento nacional es sustancialmente inferior al ocupar en la actualidad, por detrás del Área Metropolitana de Valencia, el cuarto puesto según

complejidad y densidad, siendo menos relevante, por tanto, la atención internacional sobre este espacio así como su propia capacidad de proyección.

La opción del Área Metropolitana de Sevilla en lugar de Valencia, como hubiese parecido más razonable desde la jerarquía establecida a la que se aludía anteriormente, responde a varios motivos. Por un lado, constituye el exponente urbano más notorio de Andalucía, una región cuya potente estructura de asentamientos ha representado un rasgo diferenciador en el conjunto nacional a lo largo de su historia urbana. El Área Metropolitana de Sevilla, en el contexto andaluz de desarrolladas redes de ámbitos intermedios y de asentamientos rurales, ejemplifica claramente la gran trayectoria y envergadura de los procesos urbanísticos del Sur de España junto al litoral malagueño. El alcance de los procesos urbanos en Andalucía se pone más nítidamente de manifiesto al comprobar, por un lado, que el Área Metropolitana de Málaga-Marbella, otra andaluza, prosigue la lista de los espacios urbanos españoles de mayor sofisticación estructural y funcional tras Sevilla; y, por otro, que es elevada la presencia de fenómenos metropolitanos en territorio andaluz que, aunque de menor envergadura que los anteriormente citados, constituyen un escenario difícil de encontrar en otros puntos del país: Granada, Córdoba, Huelva, Bahía de Cádiz-Jerez, Bahía de Algeciras y Almería.

En las descripciones y caracterizaciones que tienen lugar a continuación sobre las realidades territoriales objeto de estudio, se ha recurrido a información de índole institucional (fundamentalmente autonómica), estadística, jurídica o académica. Aunque se ha perseguido la homogeneidad en el establecimiento de zonificaciones metropolitanas o la adopción de una similar pauta descriptiva, es posible encontrar diferencias a lo largo de cada ejercicio ya que, en cada uno, se sigue el criterio que mejor se adapta a la consecución de los objetivos de esta Investigación. Puesto que existe una evolución diferencial de los estudios previos así como del tratamiento institucional o legal de algunas de las cuestiones de interés -al tratarse de ámbitos que han seguido un heterogéneo recorrido

histórico, físico, administrativo o jurídico-, resulta comprensible la inexistencia de uniformidad en ciertos aspectos que se estudian, como hubiese sido deseable de cara a su mejor comparación.

5.3. LA REGIÓN METROPOLITANA DE MADRID²³

5.3.1. Un ámbito suprarregional

La mayor aglomeración urbana del país, con unos 1.700 km², está ubicada en el centro geográfico de la Península Ibérica y sobrepasa los límites de la Comunidad Autónoma de Madrid, extendiéndose hasta las zonas más próximas de Castilla La Mancha y Castilla y León, pudiéndose hablar así de una unidad suprarregional.

En los años 40 y 50 se había producido una masiva migración hacia la ciudad por el azote de la crisis al mundo rural y el apogeo que la industrialización estaba experimentando en la capital. Tal coyuntura tendría la consecuencia del desbordamiento de las periferias gravitando sobre las carreteras radiales, en torno a las cuales proliferarían zonas residenciales de escasa urbanización y edificaciones de muy baja calidad. El *Plan General para el Área Metropolitana de Madrid* se propondría firmemente en los años 60 la abolición de ese cinturón de pobreza mediante la construcción de barrios dormitorios para las clases obreras (De Santiago, 2008), localizados en el Sur (Alcorcón, Leganés, Getafe, Fuenlabrada y Parla) y en el Corredor del Henares (Coslada, San Fernando de Henares, Torrejón de Ardoz y Alcalá de Henares). El proceso sería continuado a mediados de los 80 siguiendo los principales ejes de comunicación radial del área, motivado por la nueva recuperación económica y el florecimiento del mercado de servicios. De este modo, se producirían importantes desarrollos residenciales en torno a la A-1 (Alcobendas), la A-2 (Azuqueca de Henares y Guadalajara), la A-3 (Rivas-Vaciamadrid y Arganda del Rey), la A-4 (Pinto y Valdemoro), la A-5

²³ Con carácter general, la descripción del modelo territorial y las infraestructuras elaborada por E. De Santiago (2008) sirve de base para el recorrido evolutivo realizado en esta caracterización morfológica. De igual modo, para el trazado del desarrollo de las formas comerciales se ha seguido a G. Lora-Tamayo et al. (1992) así como a S. De Gregorio (2008). El estudio de la sucesión histórica de los instrumentos de planificación metropolitana llevado a cabo por M. Valenzuela (2010) sustenta la propuesta que aquí se realiza.

(Navalcarnero), la A-6 (Majadahonda, Las Rozas, Torrelorones y Collado Villalba) y la M-607 (Colmenar Viejo-Tres Cantos).

En los primeros años del siglo XXI, se produce el traspaso de los límites autonómicos, incorporándose a la región municipios próximos a Toledo (como Illescas o Seseña), Guadalajara, Cuenca, Segovia o Ávila. La mejora en las comunicaciones, subyacente a tales incorporaciones, trae consigo importantes disfunciones en la movilidad dentro de la Región al superponerse el tráfico rodado netamente metropolitano y el intranacional, atisbándose una solución en la segregación de ambos mediante la creación de un pentágono de autopistas alrededor de Madrid, como contempla el *Plan Estratégico de Infraestructuras y Transporte 2005-2020* (De Santiago, 2008). El despliegue de la alta velocidad ferroviaria ha sido imprescindible para la expansión de la Región madrileña más allá de la Comunidad de Madrid (Bellet, Alonso Logroño y Casellas, 2010) y, previsiblemente, seguirá jugando un papel crucial en su dilatación gracias a las eficientes conexiones que están instaurándose con Valladolid, Valencia, Zaragoza, Córdoba o Albacete.

5.3.2. La morfología radioconcéntrica y la zonificación

La ciudad de Madrid es el centro principal de la Región, existiendo otras grandes urbes de inferior rango de elevada centralidad como son Guadalajara, Toledo, Segovia o Ávila. El Corredor del Henares, situado al Este, es una de las principales y tradicionales zonas logísticas e industriales de la metrópolis y de todo el país, en el eje que une Madrid con Barcelona, donde se ubican Alcalá de Henares, Mejorada del Campo, Coslada, San Fernando de Henares, Torrejón de Ardoz y Velilla de San Antonio. El cinturón meridional de la aglomeración metropolitana está formado por los municipios de Alcorcón, Fuenlabrada, Getafe, Leganés, Móstoles, Parla, Arganda del Rey, Pinto, Valdemoro y Rivas-Vaciamadrid. En la zona Oeste, las ciudades dormitorio adquieren un componente residencial diferenciador, al encontrarse aquí -al igual que en la zona septentrional- numerosas urbanizaciones unifamiliares, muchas de ellas de gran lujo. La integran los municipios de Boadilla del Monte, Majadahonda, Pozuelo de

Alarcón, Las Rozas, Torreldones y Villaviciosa de Odón. Al Norte de la corona metropolitana se sitúan Alcobendas, San Sebastián de los Reyes y Tres Cantos, localizándose en esta zona metropolitana el gran pulmón verde de la Región, el Monte del Pardo.

La estructura organizativa de la Región, comprendida por las franjas radioconcéntricas que la integran, muestra notable sofisticación, encontrándose una buena delimitación de las mismas según su población y dinamismo económico en el Barómetro de Economía de la Ciudad de Madrid (Ayuntamiento de Madrid, 2014) (Figura 5.5). En los municipios pioneros de la expansión metropolitana (Sur y Este, como antes se comentó) se haya la mayor intensidad demográfica, la cual decrece como tónica general hacia el exterior de la Región. También en las referidas localidades se hallan las cotas más elevadas de dinamismo económico y la más potente vertebración viaria.

El *Área Suburbana en Expansión* -siguiendo lo dispuesto en el documento anteriormente citado- se corresponde con el Corredor del Henares (Alcalá de Henares y Paracuellos de Jarama), el Noroeste de la A-6 (Torrelodones, Collado Villalba, Alpedrete o Galapagar), la franja sureste entre la A-3 y la R-3 (Rivas-Vaciamadrid, Arganda del Rey o Mejorada del Campo), el arco sur (Valdemoro y Pinto), parte del oeste (Boadilla del Monte o Villaviciosa de Odón) y el norte de la capital (Tres Cantos), todos ellos municipios con gran densidad y dinamismo económico que acaparan una buena parte de las iniciativas urbanizadoras de la región. El *Área Metropolitana en Expansión*, en la que disminuye sensiblemente la densidad de población y de infraestructuras económicas, presenta una tasa positiva de crecimiento demográfico y es también la diana de numerosas iniciativas urbanizadoras. Seguidamente aparece la *Zona de Difusión*, una serie de apéndices en varias direcciones asociados a trazados viarios. En ella se pueden distinguir multitud de emplazamientos, algunos de los cuales son:

-Hacia el Sur, siguiendo la A-42: Torrejón de la Calzada, Cubas de la Sagra, Casarrubuelos, Illescas y Yeles, estas dos últimas pertenecientes a la provincia de Toledo; siguiendo la A-4: Ciempozuelos y Navalcarnero; por la M-506 se

encuentra San Martín de la Vega y por la M-407 Humanes, Griñón, Serranillos del Valle y Moraleja de En medio.

-Hacia el Nordeste, en los márgenes de la A-6: Becerril de la Sierra, Colmenarejo, El Escorial, San Lorenzo de El Escorial, Collado Mediano, Cercedilla, Moralarzal, Hoyo de Manzanares y El Boalo.

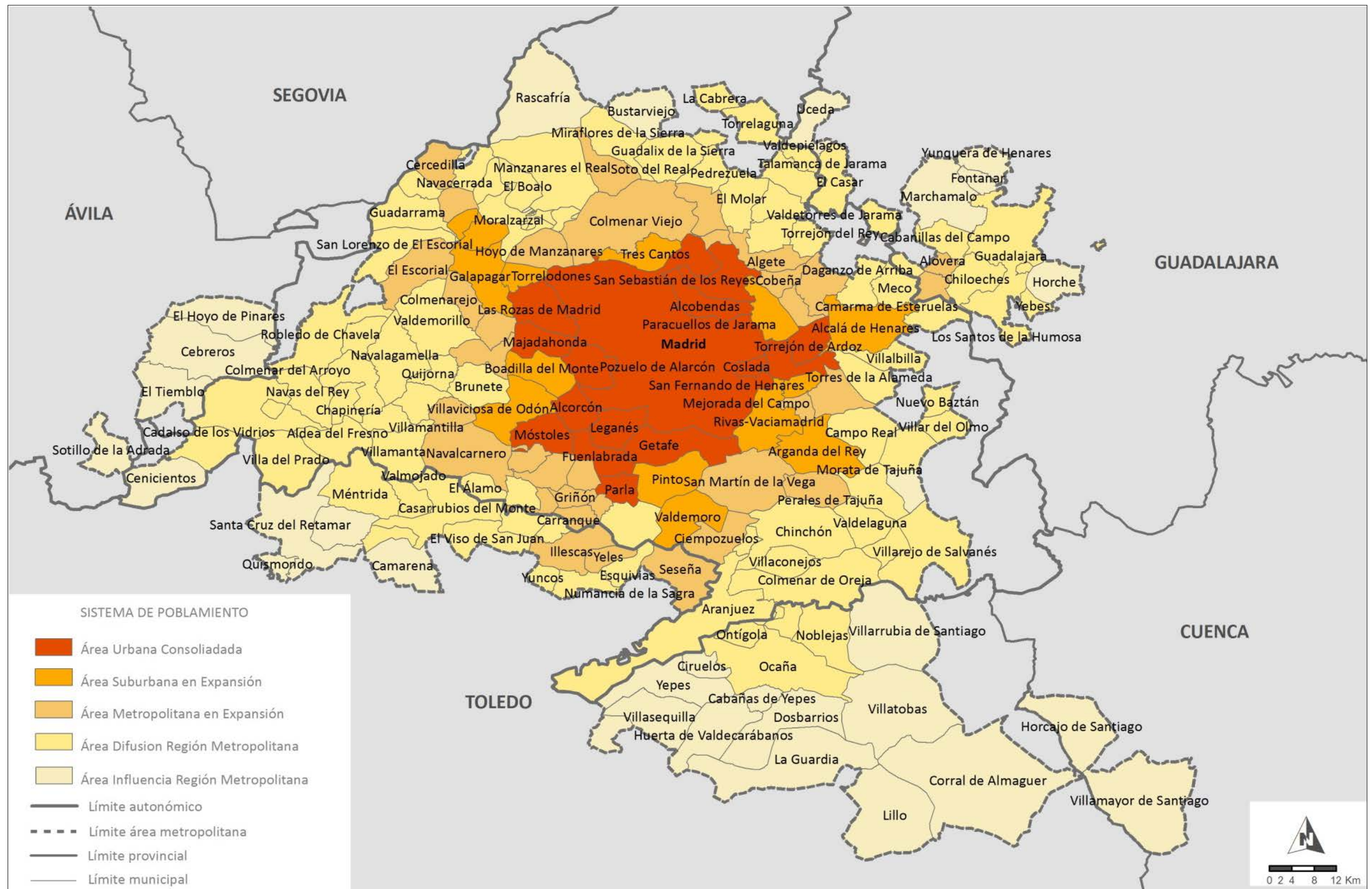
-Hacia el Este, siguiendo el corredor del Henares: Azuqueca de Heras y Alovera, ambos en provincia de Guadalajara; por la R-3 hallamos Velilla de San Antonio y Loeches; y por la A-3 Morata de Tajuña y Villalbilla.

-En la vertiente Oeste, siguiendo la M-503: Villanueva de la Cañada y Villanueva del Pardillo; y por la M-501 Sevilla La Nueva.

-Hacia el norte: Algete, Cobeña, Daganzo de Arriba y Aljavir se encuentran cercanos a la M-607, mientras que San Agustín del Guadalix se halla próximo a la A-1.

Finalmente, el *Área de Influencia* comprende municipios con grandes tasas de crecimiento demográfico repartidos por las provincias de Ávila, Toledo, Segovia, Cuenca y Guadalajara, todos ellos alejados geográficamente de Madrid capital pero cercanos en tiempo gracias a las recientes mejoras en las comunicaciones, especialmente ferroviarias, como ya se ha tenido ocasión de comentar.

Figura 5.5.- Zonificación de la Región Metropolitana de Madrid



FUENTE: IGN, Barómetro Económico de la Ciudad de Madrid 2014 y MoviTraIII. Elaboración propia.

5.3.3. Los modelos radial y orbital en la articulación territorial

Dada su ubicación en el centro geográfico del país y su condición de capital nacional, no es de extrañar que haya sido desde hace siglos un territorio ampliamente articulado interna y externamente (Figura 5.6). En el siglo XVI, Juan de Villuga, en su obra *Repertorio de todos los Caminos...*, se refería ya a él como un territorio densamente poblado y de gran riqueza económica (Carrillo de Albornoz, 2011). La monarquía borbónica española del XVIII mostraría interés por la creación de un plan nacional de carreteras, que se iniciaría bajo el reinado de Fernando VI con la creación de la del Puerto de Guadarrama, facilitadora del transporte de trigo desde Castilla hasta Madrid. En 1761 fue concebida la red de modernas carreteras de España, con el sistema nacional de carreteras radiales²⁴ que, con ampliaciones posteriores, es el que se conoce en la actualidad. Este Sistema de Carreteras Radiales de España, entre finales del XX y principios del XXI, fue duplicado dando lugar en la mayoría de trayectos a autovías o autopistas (De Santiago, 2008): A-1 o Autovía del Norte, A-2 o Autovía del Nordeste, A-3 o Autovía del Este, A-4 o Autovía del Sur, A-5 o Autovía del Suroeste y A-6 o Autovía del Noroeste. Adicionalmente, desde Madrid parten otras dos autovías radiales: la M-607, de titularidad autonómica, que es autovía hasta Colmenar Viejo y seguidamente carretera convencional hasta Navacerrada; y la A-42 o Autovía de Toledo.

Junto a estas carreteras públicas, existen autopistas de peaje, también con carácter radial, que discurren sensiblemente paralelas a las nacionales con algunas conexiones con estas últimas: la R-2 entre la M-40 y Guadalajara; la R-3, deficitaria económicamente, entre la M-40 y Arganda del Rey uniéndose finalmente a la A-3; la R-4, desde la M-50 a la altura de Pinto y Parla hasta Ocaña en Toledo, conectando con la A-4; y la R-5, también deficitaria, entre la M-40 y Navalcarnero uniéndose con la A-5 en el punto final. La AP-41 constituye una vía rápida entre la R-5 y Toledo, aunque existió un proyecto original hasta Córdoba que quedó descartado por las graves afecciones medioambientales derivadas.

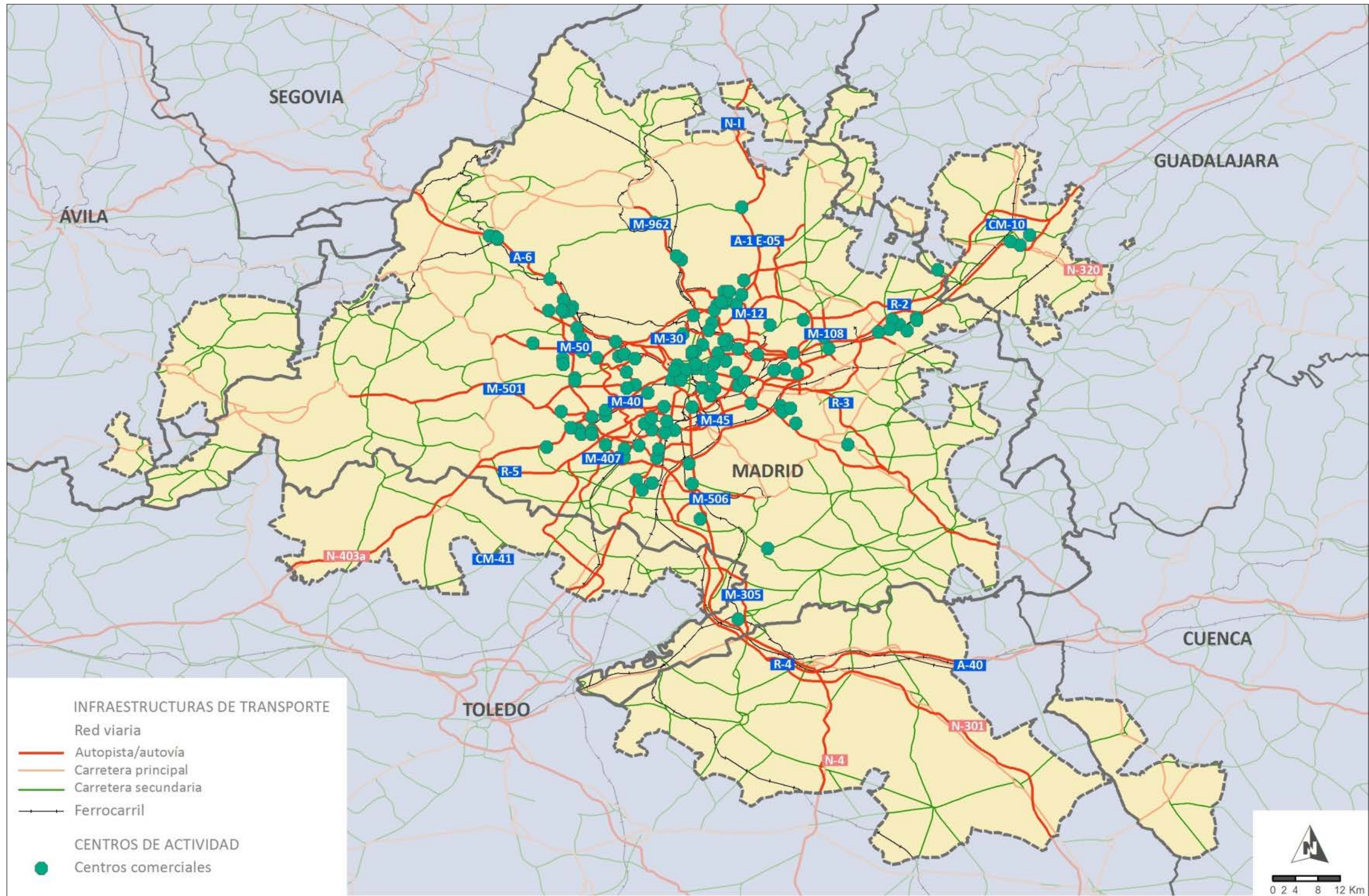
²⁴ Auspiciado por el economista irlandés Ward según unos autores (Carrillo de Albornoz, 2011) y por Esquilache, ministro de Carlos III, según otros (Menéndez, 1986).

Además existe una autopista, la M-12, entre la M-40 y la A-1 a la altura de Alcobendas y San Sebastián de los Reyes denominada eje Aeropuerto.

Para la interconexión de las diversas áreas que, como se ha descrito con anterioridad, iban apareciendo en el entorno metropolitano de Madrid, fue necesaria la puesta en marcha de un laborioso proyecto de ingeniería que diera lugar a una red viaria de suficiente capacidad, denominada Red Arterial, impulsada en varios momentos: en 1964, 1966 y 1972 (De Santiago, 2008). En el primero de estos años se dibujó la red radioconcéntrica u orbital que conocemos en torno a Madrid, la cual no fue ajustada al modelo urbano que estaba perfilándose en esos momentos, antes bien hacía inexorable que cualquier iniciativa de planeamiento territorial se adaptase a ella. De este modo, las infraestructuras, lejos de adoptar el papel territorial de estructuración, se tornan independientes del modelo urbano²⁵ (Ruiz Sánchez, 2002), produciéndose la reconciliación entre ambas partes a raíz del *Plan Especial de Infraestructuras del Transporte* de 1976 que contempla el sobredimensionamiento de la Red Arterial ya existente como única alternativa factible ante la imposibilidad de nuevos trazados a consecuencia del descontrol del crecimiento urbano. Además de las radiales, existen tres con carácter orbital: la M-30, que circunda la denominada *almendra central* o conjunto de distritos históricos de la ciudad; la M-40, una de las carreteras con más tráfico del país, que constituye un cinturón a unos 10 km de radio del centro de la ciudad; y la M-50, la circunvalación más exterior a unos 13,5 km de radio medio desde el centro y que posee carácter cuasiorbital ya que no llega a cerrarse por el sector norte. Uniendo estas dos últimas se encuentra la M-45, de carácter transversal, desde Carabanchel hasta Coslada, comunicando además la A-2 y la A-5.

²⁵ Adviértase ya desde este momento el divorcio entre la planificación territorial y la infraestructural.

Figura 5.6.- Distribución de Infraestructuras de transporte y centros comerciales (2006) en la Región Metropolitana de Madrid



FUENTE: IGN y MoviTraIII. Elaboración propia

5.3.4. Los primeros esfuerzos de planificación territorial

Durante el siglo XX, la sucesión de diversos acontecimientos eminentemente políticos tales como la Transición, la aprobación del Estatuto de Autonomía de la Comunidad de Madrid o los cambios de signo del gobierno regional, ha constituido el principal argumento de la permanente ausencia, tras muchos intentos, de instrumentos de ordenación territorial en la Comunidad de Madrid (Valenzuela, 2010). La improcedencia de esta situación, dada la limitación del territorio para soportar impactos negativos, tiene repercusiones a medio y largo plazo, al igual que la inestabilidad de las medidas o instrumentos de planificación que se adoptan, que en el caso madrileño, como se empezará a describir a continuación, es muy significativa.

En los años 30 del siglo XX, habida cuenta de la insuficiencia de recursos en una ciudad en la que se confinaban multitud de funciones propias de una capital de nación, aparecería un *Plan Regional* con alcance sobre buena parte de la provincia y la incorporación a Madrid como distritos, en 1949, de numerosos poblados limítrofes²⁶, suponiendo esto la ampliación de la gran urbe a expensas del término provincial (Valenzuela, 2010). Todo ello aconteció pese a que el llamado *Plan General* o *de Bidagor*, vigente entre 1941 y 1946, había previsto un cinturón verde alrededor de la ciudad para asignarle un límite claro a su crecimiento (De Santiago, 2008). En este contexto, transcurriendo la década de los 40, aparecen en Madrid los grandes almacenes y almacenes populares, con localizaciones preferentes en su centro urbano, que vienen a complementar la oferta de los mercados de abastos y las galerías de alimentación. Los grandes almacenes, cuya extensión irá en aumento alcanzándose establecimientos con 30.000 m² (Lora-Tamayo et al., 1992), son los principales dinamizadores de las áreas comerciales urbanas. En 1970, en calle Serrano, la compañía norteamericana Sears Roebuck inauguraría el primer gran almacén extranjero en la capital. En cambio, los almacenes populares, de tamaño inferior a los anteriores, prefieren ubicaciones más variadas: no sólo el centro urbano, sino

²⁶ Estos poblados eran: Hortaleza, Canillas, Canillejas, Vicálvaro, Moratalaz, Palomeras, Vallecas, Entrevías, San Fermín, Villaverde, Los Ángeles, Orcasitas, Usera, Carabanchel y Santa Eugenia (Kapstein y Gálvez, 2011).

también barrios populares de periferia y municipios de la primera corona metropolitana.

Durante las décadas de los 60 y 70, en las que se produjo el incremento exponencial en el transporte motorizado -y el consecuente trazado de una importante reticulación del espacio urbano-, no se efectuó el necesario equipamiento viario metropolitano, continuamente congestionado (De Santiago, 2008). En los años sucesivos, el gobierno mantendría la única preocupación de integrar la ciudad, crear territorio compacto, presuponiendo que las tasas de movilidad supramunicipal se detendrían. En efecto, tras el *Plan Bidagor*, la *Ley 121/1963 sobre el Área Metropolitana de Madrid* muestra su preocupación por el crecimiento desordenado y exponencial que ha experimentado la capital y su entorno, realizando una apuesta por la visión urbanística de conjunto, en virtud de la cual crea la Comisión de Planeamiento y Coordinación del Área Metropolitana de Madrid (COPLACO), organismo dependiente de la administración estatal, que va a coordinar desde este momento la planificación urbanística del área metropolitana, aunque en la práctica se dedica a la aprobación de las normas y planes urbanísticos municipales y cierta legislación sectorial pasando por alto sistemáticamente las determinaciones normativas (Valenzuela, 2010). A raíz de esta Ley, en 1963 vería la luz el madrugador pero frustrado (De Santiago, 2008) primer plan de ordenación metropolitano, el *Plan General de Ordenación Urbana del Área Metropolitana de Madrid*, aprobado para una metrópolis integrada por Madrid y 20 municipios circundantes²⁷. Este documento establecía una zonificación supralocal, diferenciando entre núcleos de esparcimiento y recreo, núcleos dormitorio y núcleos de servicio o asentamientos industriales. Hasta estos momentos los desarrollos urbanos estaban siendo compactos en zonas más rurales pero dispersos, de baja densidad, en las proximidades del sistema general viario (Ruiz Sánchez, 2011).

²⁷ La *Ley 121/1963, de 2 de diciembre, sobre el Área Metropolitana de Madrid*, relaciona en el artículo 2.1 de su primer capítulo los municipios que se adscriben a este espacio: Madrid, Alcobendas, San Sebastián de los Reyes, Paracuellos del Jarama, Torrejón de Ardoz, San Fernando de Henares, Coslada, Ribas del Jarama, Getafe, Leganés, Alcorcón, Villaviciosa de Odón, Boadilla del Monte, Pozuelo de Alarcón, Majadahonda, Villanueva del Pardillo, Villanueva de la Cañada, Brunete, Mejorada del Campo, Velilla de San Antonio, Pinto y Colmenar Viejo.

El *Plan Director Territorial de Coordinación* y el *Plan Nacional de Ordenación del Territorio*, contemplados en la *Ley sobre Régimen de Suelo y Ordenación Urbana* de 1976, toman en consideración los importantes desarrollos dispersos que se han producido en todo el espacio metropolitano, si bien no llegaron a ver la luz dado el conflicto competencial en el que se incurre con la aprobación de la Constitución. En cambio, sí fueron aprobados planes emanados de COPLACO: el *Plan Especial de Protección del Medio Físico* o el *Plan Especial de Infraestructuras del Transporte*, rechazado por la ciudadanía por su supuesto impulso a la especulación con los peajes que preconfiguraba (Valenzuela, 2010).

El *Plan Especial de Gran Equipamiento Comercial Metropolitano*, realizado en 1975 por el organismo preconstitucional COPLACO, propició la irrupción de las grandes superficies en Madrid. El estándar de referencia que establece (1,88 m² por habitante de superficie comercial) es muy elevado en relación a la situación de partida (López de Lucio, 1996), proponiendo para llegar a él la localización de 5 grandes centros comerciales periféricos (de 1 a 1,5 millones de m²) y 4 centros exteriores de menor porte, con la siguiente premisa de ubicación: *que no ejerzan competencia excesiva con centros urbanos incipientes o en áreas con núcleos urbanos importantes que ofrezcan la oportunidad de localización de grandes centros comerciales a largo plazo*²⁸. De forma genérica, durante la década de los 70 del siglo XX, los centros comerciales madrileños son, principalmente, centros de moda (Lora-Tamayo et al., 1992), localizados en todos los ejes comerciales urbanos en los locales bajos y sótanos de los edificios, correspondiéndose las localizaciones periféricas de estos establecimientos, a menudo en edificios singulares, con zonas infradotadas.

Junto a estas implantaciones en Madrid capital, desde principios de los años 70, se sucederán en los municipios de la primera corona aperturas de hipermercados, los cuales se ubicarán estratégicamente junto a vías de comunicación importantes para abastecer así también a los distritos más exteriores de la capital, con un radio de mercado comprendido entre 10 y 20 km

²⁸ En virtud de esta situación aparecería en Madrid el modelo americano de centro comercial (Valenzuela, 2010), representado en el Centro Comercial *La Vaguada*, abierto en 1983.

(Lora-Tamayo et al, 1992). La sucesión de aperturas así como sus localizaciones preferentes irán en consonancia con el crecimiento poblacional, optando la mayoría de ellos por ubicarse en el Sur, la zona más poblada.

5.3.5. La preocupación por los desequilibrios metropolitanos

Tras la Constitución, los ayuntamientos reivindicaron su potestad para hacerse cargo de la planificación y gestión urbanística, lo cual auspició la creación del Consejo de Municipios Metropolitanos que compartiría junto a COPLACO la salvaguarda de la visión supramunicipal de la cuestión, reducida en la práctica a la simple aprobación de los planes locales (Valenzuela, 2010). Una ulterior redacción de las *Directrices de Planeamiento Territorial Urbanístico para la Revisión del Plan General del Área Metropolitana de Madrid* por parte de la Diputación Provincial (que pretendía instaurar un marco para la desenvolvura de la planificación municipal) cayó en saco roto al crearse la Consejería de Política Territorial de la Comunidad de Madrid (ibíd.).

A raíz de la aprobación del Estatuto de Autonomía en 1983, la administración regional asume las competencias en ordenación territorial mediante la creación en 1984 de una madrugadora *Ley de Ordenación Territorial* cuyos instrumentos, a excepción de las *Directrices de Ordenación Territorial*, ni siquiera llegaron a redactarse²⁹. Las *Directrices*, que no pasaron de la fase de Documento Previo, supone el primer intento de una Comunidad Autónoma por realizar una planificación territorial (Benabent, 2006). En ellas se reflexiona sobre la expansión urbanística o los espacios ambientales que deben ser salvaguardados, desglosándose el programa de actuación para los diferentes sectores basando las actuaciones con incidencia territorial en el control de crecimientos y en su compacidad. El propósito de coordinación supramunicipal de protección y de moderación en los crecimientos urbanísticos³⁰ fue

²⁹ No llegaron a componerse ni los *Programas Coordinados de Actuación* ni los *Planes de Ordenación del Medio Físico*.

³⁰ Las buenas intenciones quedarían drásticamente reducidas en gran parte a leyes para reprimir y controlar las urbanizaciones ilegales (*Ley 4/1984 de Medidas de Disciplina Urbanística* y *Ley 9/1985 de Urbanizaciones Ilegales*, respectivamente) y leyes sectoriales, como la *1/1985 del Parque Natural de la Cuenca Alta del Manzanares* o la *Ley 5/1985 de creación del Consorcio Regional de Transportes Públicos Regulares de Madrid* (Valenzuela, 2010).

reemplazado por planes sectoriales y estratégicos en los que subyace el crecimiento expansivo (Valenzuela, 2010) a costa de todas las áreas de oportunidad creadas por las infraestructuras (viarias, sobretudo) y el enriquecimiento económico veloz.

Durante la década de los 80, a consecuencia del encarecimiento del precio del suelo en Madrid capital, la población joven decide asentarse en los municipios colindantes donde la vivienda es más asequible. En esta época comienza también a consolidarse una tendencia de asentamiento en el Oeste metropolitano por parte de las clases madrileñas más pudientes (Lora-Tamayo et al., 1992). No es de extrañar, de este modo, que en la segunda mitad de los 80 se produzca la expansión de los centros comerciales hacia los municipios circundantes a la ciudad central, especialmente hacia los ubicados en el Sur y el Oeste metropolitano (Tabla 5.1). Entretanto, la mayor parte de las ciudades españolas asisten a las primeras instalaciones de centros comerciales en sus centros urbanos. Debe señalarse que, en realidad, la primitiva fórmula comercial de gran formato que dio el salto a los municipios circundantes fue la de los zocos (ibíd.), cuyo primer ejemplo se inauguró en 1978 en Majadahonda. Esta tipología de establecimiento, de reminiscencias orientales, aglutinaba en edificios singulares una amplia oferta comercial y de ocio.

En el año 1991, sin amparo de la *Ley de Ordenación Territorial* de 1984, ve la luz *Madrid, región metropolitana. Estrategia Territorial y Actuaciones*, un documento que combina el planeamiento territorial y el estratégico cuya propuesta queda finalmente al arbitrio de la planificación urbanística, que puede o no respetarlo (Valenzuela, 2010). La apuesta del *Plan* está concentrada en la gestión del territorio a través de su modernización y dinamización, para lo cual se centra en elementos con especial incidencia en la ordenación, como por ejemplo los GEC. Con el fin de equilibrar socioeconómicamente el entorno metropolitano, aspecto sobre el que se fundamenta el proceso modernizador y dinamizador, se fomenta la redistribución funcional hacia diversos ejes, lo que se traduce en urbanización dispersa y la aparición de subcentros funcionales. Tal propuesta quedaría sin aplicación por los ajustes del marco normativo madrileño a la nueva

disposición urbanística de rango estatal: *Ley de Reforma del Régimen Urbanístico y Valoraciones del Suelo* de 1990 (ibíd.).

Tabla 5.1.- Localización de aperturas en la Región Metropolitana de Madrid 1985-1990

AÑO	DENOMINACIÓN	MUNICIPIO	LOCALIZACIÓN
1985	CANGURO	Collado Villalba	Oeste
1985	CARREFOUR CIUDAD DE LA IMAGEN	Pozuelo de Alarcón	Oeste
1985	GETAFE 3	Getafe	Sur
1985	LAS LOMAS	Boadilla del Monte	Oeste
1985	MERCA-2 PARLA	Parla	Sur
1986	ALCAMPO MORATALAZ	Madrid	Centro
1986	FUENLABRADA 2	Fuenlabrada	Sur
1987	BURGOCENTRO	Las Rozas	Oeste
1987	LA ESTACION	Pozuelo de Alarcón	Oeste
1987	LA PLAZA DE LEGANÉS (MERCACENTRO)	Leganés	Sur
1987	MOCHA CHICA	Villanueva Cañada	Oeste
1987	VICALVARO	Madrid	Centro
1988	ECOMOSTOLES CENTRO	Móstoles	Sur
1988	EL VAL	Alcalá de Henares	Este
1988	LEGANES UNO	Leganés	Sur
1988	MERCADO PUERTA DE TOLEDO	Madrid	Centro
1988	MODA SHOPPING	Madrid	Centro
1988	MONTECLARO	Pozuelo de Alarcón	Oeste
1988	TUTTI CENTRO	Majadahonda	Oeste
1988	ZOCO ARGANDA	Arganda del Rey	Sur
1988	ZOCO BOADILLA	Boadilla del Monte	Oeste
1988	ZOCOSLADA	Coslada	Este
1989	ARCE	Móstoles	Sur
1989	ARTURO SORIA PLAZA	Madrid	Centro
1989	CARREFOUR SAN FERNANDO	San Fernando de H.	Este
1989	COLOMBIA	Madrid	Centro
1989	LAS ROZAS 2	Las Rozas	Oeste
1989	PARQUESUR	Leganés	Sur
1989	VILLACENTER	Villaviciosa de O.	Oeste
1989	VILLAFONTANA	Móstoles	Sur
1989	ZOCO LAS ROZAS	Las Rozas	Oeste
1989	CC. EL CORTE INGLES-HIPERCOR SAN JOSE	Alcorcón	Oeste
1990	LAS LOMAS CIUDAD COMERCIAL	Boadilla del Monte	Oeste
1990	SEXTA AVENIDA	Madrid	Centro

FUENTE: MoviTraIII. Elaboración propia.

Con la entrada de España en la Unión Europea se retomó con gran firmeza la antigua idea de orbitales viarios, ejecutándose la M-30, M-40 y M-50, cuyas obras concluirían a inicios del siglo XXI y establecerían nuevas áreas de oportunidad en torno a ellas. Pese a que la crisis de 1992 hizo peligrar las expectativas del modelo radioconcéntrico y a que se sucedió pocos años más tarde un conato de modelo a semejanza de un puzle conformado por piezas de idéntica funcionalidad interconectadas mediante autopistas complementarias a las radiales (De Santiago, 2008), a finales de la década se retomó para concluirse el clásico modelo orbital de autopistas, viable gracias a una etapa de pujanza económica sin precedentes. El modelo orbital sería complementado mediante la creación del viario secundario en las coronas metropolitanas, apareciendo variantes, la M-60 o el cerramiento de la M-50. La mejoría económica de la época redundó, entre otros aspectos, en el crecimiento de la clase media o en la mejora de transportes, circunstancias éstas que propician la creación de nueva urbanización e infraestructuras de todo tipo acompañadas de la pérdida demográfica en Madrid capital, la cual se recupera a finales de la década de los 90 con la importante ayuda de la ley urbanística entonces vigente, que adopta medidas frente al incremento desmedido del precio del suelo (ibíd.).

En las circunstancias descritas, la expansión de las implantaciones de los GEC en la Región de Madrid comienza desde los años 80 a seguir una pauta de localización conforme a un modelo estrellado (Lora-Tamayo et al, 1992) (Figura 5.7), robustecido en las décadas siguientes al sucederse en paralelo a las carreteras orbitales de primer nivel. A igualdad de condiciones de accesibilidad, la balanza de toma de decisiones respecto a la ubicación se decanta a favor de los enclaves más poblados, prevaleciendo generalmente este criterio por encima del de las rentas.

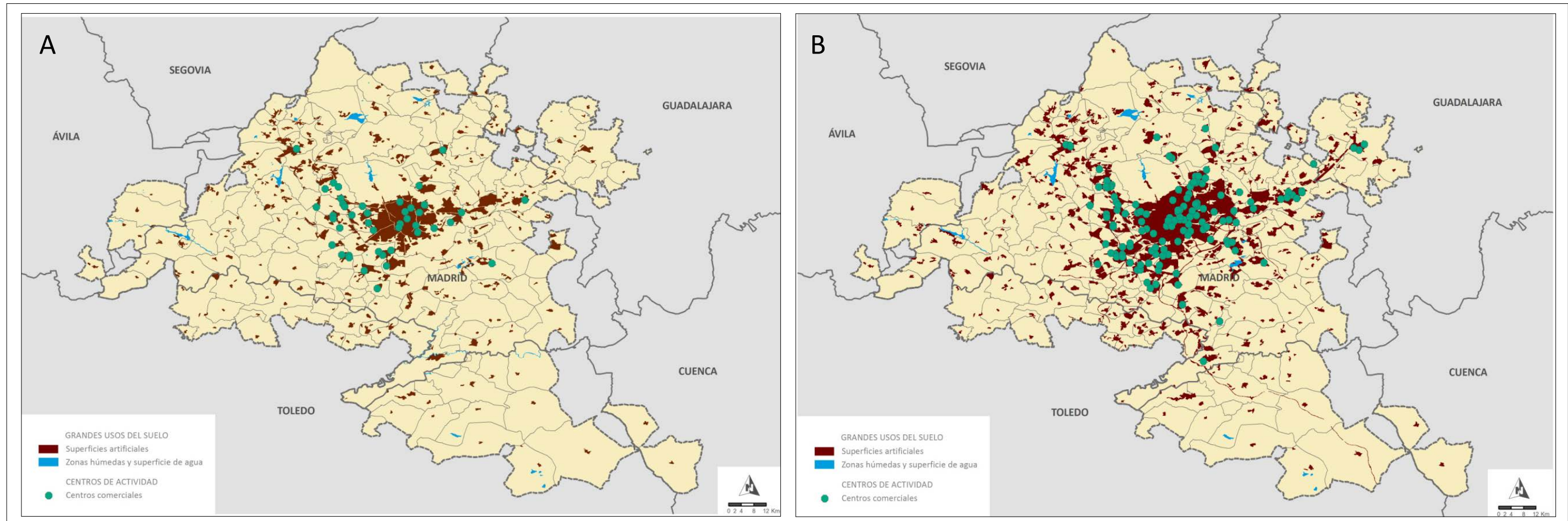
Durante la década de los 90 se producen otros hechos significativos en el comercio en grandes superficies (De Gregorio, 2008): la rehabilitación de edificios históricos en la capital para adaptarlos a la función comercial, la reconversión terciaria de polígonos industriales engullidos por el crecimiento urbano, la consolidación de centros comerciales en las terminales de transporte

(ferroviarias y aéreas, fundamentalmente) o el crecimiento y diversificación de la oferta lúdica en las instalaciones comerciales, que en los primeros años del siglo XXI incorporará actividades deportivas o centros de belleza, en detrimento de las salas de cine.

La *Ley 1/1995 de Medidas de Política Territorial, Suelo y Urbanismo*, que sustituye a la *Ley de Ordenación del Territorio* de 1984 y motiva la desaparición de la *Estrategia* de 1991, considera por primera vez el reparto competencial en la materia entre los entes locales y el regional. El protagonismo desde entonces lo ostenta el *Plan Regional de Estrategia Territorial (PRET)*, llamado a convertirse en el marco de referencia de la planificación. En su *Documento Preparatorio*, realizado durante el gobierno socialista, se muestra la intención de concentrar crecimientos en áreas bien definidas evitando así la dispersión y el despilfarro de recursos, con el aprovechamiento del auge de los sistemas de transporte público. Tales previsiones se truncan tras la victoria de los populares en 1995, que sustituyen el modelo radioconcéntrico por el de malla reticular (discorde con los elementos básicos del sistema territorial).

Finalmente, todo lo anterior queda en papel mojado y sentenciado a muerte al aprobarse la *Ley 6/1998 de Régimen de suelo y Valoraciones*, de rango estatal, que permite la urbanización de espacios poco desarrollados, perdiéndose por completo cualquier intento de visión integral acerca Madrid y sus municipios circundantes, algo que se vería reforzado, años después, con la entrada en vigor de la *Ley 9/2001 del Suelo de la Comunidad de Madrid*, la cual otorga carta de libertad a la urbanización en cualquier tipo de suelo con la excepción de los expresamente protegidos. En realidad, la *Ley* permite a las administraciones públicas locales la consideración de casi todos sus suelos como urbanizables, a excepción de aquellos con especial valor ambiental o cultural.

Figura 5.7.- Superficies artificiales y centros comerciales en 1990 (A) y en 2006 (B) en la Región Metropolitana de Madrid



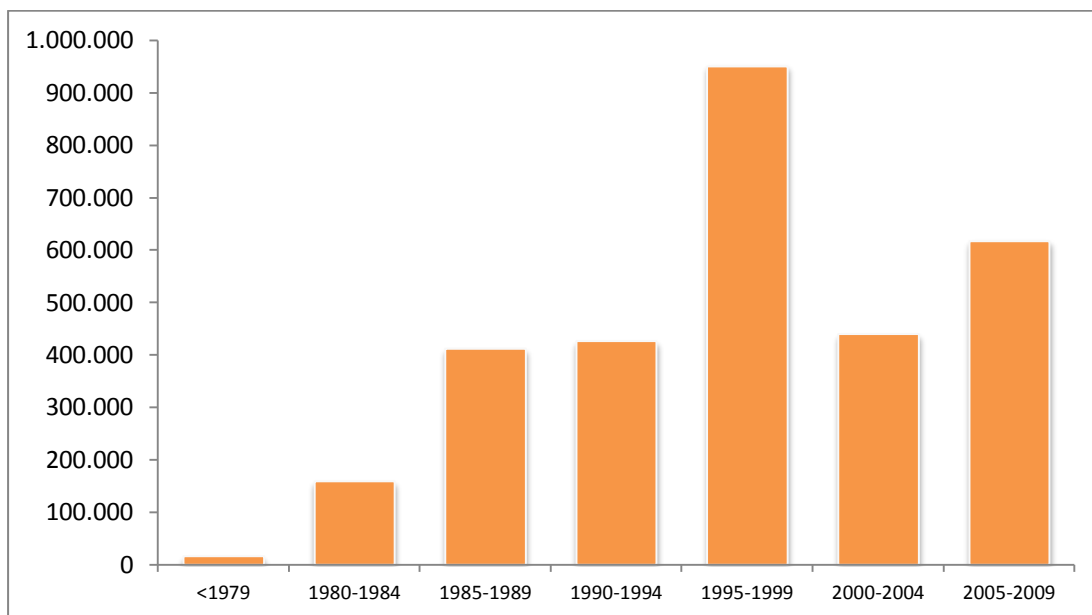
FUENTE: IGN y MoviTraIII. Elaboración propia.

En su artículo 3, la *Ley 9/2001 del Suelo de la Comunidad de Madrid* establece como único criterio de distribución de equipamientos e infraestructuras el de que se realice de forma razonable para permitir un *desarrollo armónico efectivo de las dimensiones de la vida humana relativas a la residencia, el trabajo, la educación, la cultura, la sanidad, el bienestar social, el ocio y el deporte y evite, en todo caso, las concentraciones que repercutan negativamente en la funcionalidad de los espacios, equipamientos, infraestructuras y servicios públicos y la fluida movilidad y comunicación*. De forma real, únicamente puede atisbarse un intento por la ordenación territorial en la *Ley 3/2007 de Medidas Urgentes de Modernización del Gobierno y la Administración de la Comunidad de Madrid*, pues crea la figura, incorporada a la *Ley del Suelo* vigente, del *Informe de Impacto Territorial*, con carácter preceptivo y vinculante para los planes de ordenación municipales, los sectoriales y para las revisiones de ambos (artículo 56.3). Es un instrumento que pone de manifiesto la voluntad de la administración para sopesar la afección del territorio en una escala supramunicipal en lo concerniente a infraestructuras, servicios y redes de transporte. Si bien la toma de conciencia de esta necesidad es ya un avance significativo, a efectos prácticos no puede considerarse un verdadero marco regulatorio territorial pues adolece de diagnósticos, criterios y líneas de actuación que permitan llevar a efecto semejante labor

Palmariamente carente de criterios de ordenación territorial (Valenzuela, 2010), la insuficiencia de un marco normativo desde los años 90 ha desembocado en importantes y ostensibles desequilibrios territoriales en la Región (Observatorio Metropolitano, 2007, 2009; Kapstein y Gálvez, 2011). Los últimos años del siglo XX, la mejora de la economía no escatima en inversión infraestructural, incrementándose drásticamente las aperturas de GEC (Figura 5.8). Un considerable número de estas nuevas inauguraciones se efectuarán en municipios no colindantes a Madrid capital y en paralelo a las carreteras principales, desencadenando iniciativas de urbanización dispersa. Uno de los casos más emblemáticos sucede en 2003 al abrir sus puertas el Centro Comercial Xanadú a pie de la A-5 en Arroyomolinos, el primer ejemplar de mall americano

en España, induciendo a su alrededor un espectacular desarrollo urbanístico en una pequeña población sin apenas oferta comercial. Eurovegas, en Alcorcón, pretendió seguir hasta su renuncia en 2013 la misma dinámica de creación de ciudad: encontrar un vacío en el territorio, buscar una actividad con gran capacidad de atracción y revalorizar el entorno con inversiones (Capel, 2013).

Figura 5.8.- Incremento de SBA (m^2) debido a GEC en la Región Metropolitana de Madrid hasta 2009



FUENTE: MoviTraIII. Elaboración propia.

5.3.6. La difícil corrección de los problemas territoriales

La Ley 16/1999 de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid (LCM) y su desarrollo en el Decreto 130/2002 poseen escasas alusiones a las imbricaciones entre el sector comercial y la ordenación del territorio pese a que, en su preámbulo, la LCM apuesta por una planificación del urbanismo comercial con la participación de los ayuntamientos y el propio sector implicado. Tan sólo existe un hecho que apunta hacia un compromiso de la LCM por la sostenibilidad: la solicitud de un informe previo a la licencia municipal que debe emitir la administración autonómica en relación a la adecuación del equipamiento a la ordenación del territorio, el medio ambiente, la accesibilidad y la afección a las

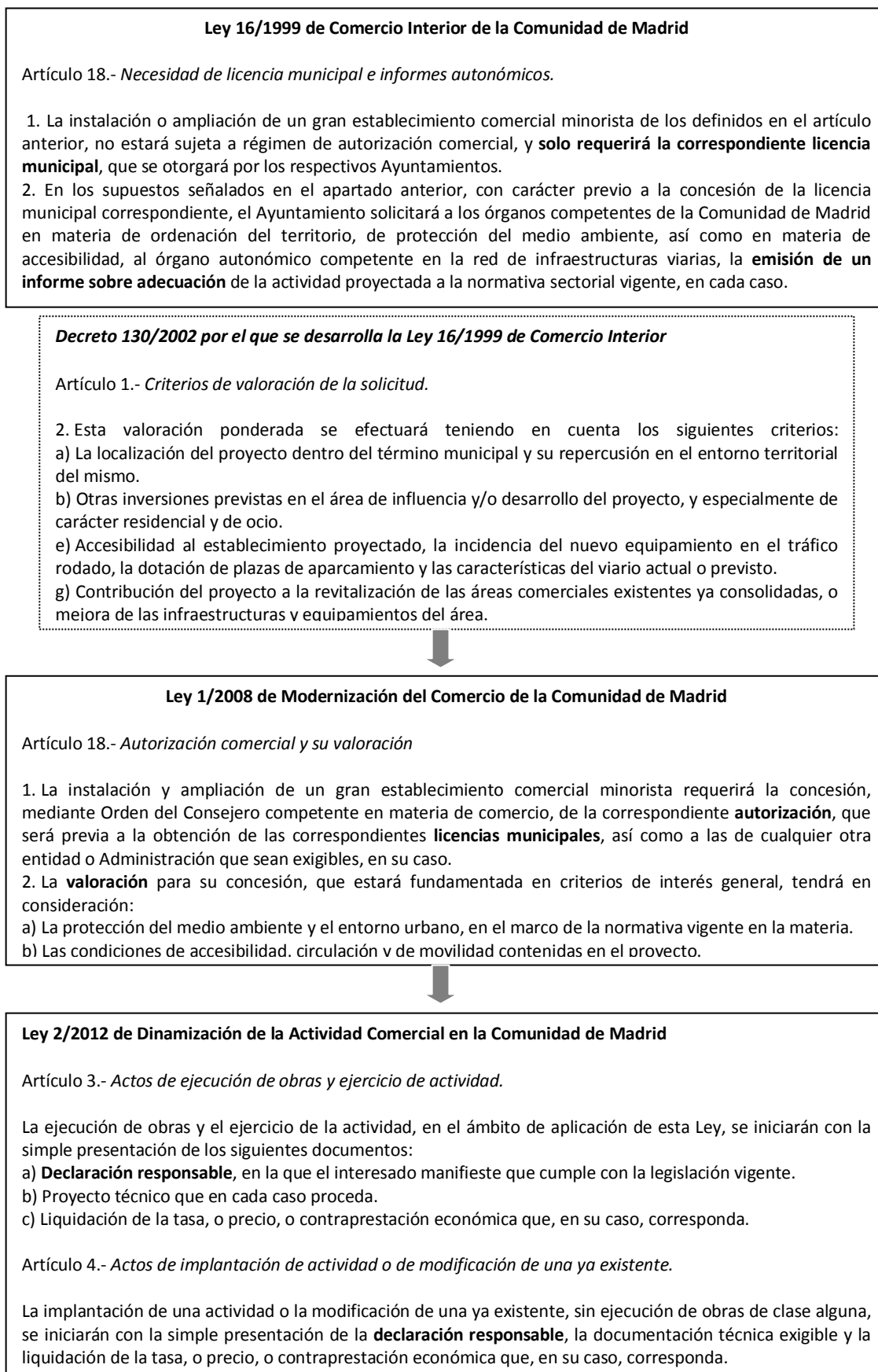
redes de infraestructuras (Moreno Trapiella, 2013). Este trámite, que permite una posible evaluación territorial, fue eliminado por completo con arreglo a la *Ley 2/2012 de Dinamización de la Actividad Comercial en la Comunidad de Madrid*, dejando sin cobertura jurídica la ordenación territorial de grandes equipamientos comerciales. En efecto, este nuevo marco, aparecido para realizar el ajuste a la *Directiva de Servicios*³¹ en lo que respecta a la actividad comercial minorista -incluyendo la realizada en grandes establecimientos-, supedita el régimen autorizador a la mera declaración responsable del promotor en lo concerniente al cumplimiento con el marco legal aplicable, eliminando cualquier posibilidad de estudio acerca de su viabilidad conforme a un plan territorial regional o subregional que pudiese existir (Figura 5.9).

Abundando en la cuestión de la abolición de licencias en Madrid, no debe pasarse por alto que, si bien la ley estatal básica *12/2012 de Medidas Urgentes de Liberalización del Comercio*, en su propósito por facilitar la actividad comercial y así mejorar la economía, establece el límite máximo de 300 metros cuadrados para poder tramitar sin licencia una superficie comercial, ha sido el legislador autonómico quien también ha eliminado esta limitación para las grandes superficies³². El amparo que este marco normativo supone para el comercio de proximidad se ve revitalizado con la incorporación de medidas y subvenciones estatales y autonómicas en la segunda década del siglo XXI (sobre todo a raíz de la crisis de 2007) para fomentar la innovación y el asociacionismo comercial dentro de la ciudad de Madrid, mejorando así su competitividad (si bien por el momento es escasamente representativo). Un buen ejemplo de ello lo constituye el *Plan Integral de apoyo a la competitividad del comercio minorista de España* aparecido en 2015, de carácter estatal.

³¹ La transposición de la *Directiva* a la normativa autonómica de la Comunidad de Madrid comenzó ya en 2008 con la *Ley 3/2008 de Medidas Fiscales y Administrativas* y la *Ley 1/2008 de Modernización del Comercio de la Comunidad de Madrid*.

³² Madrid, al tratarse de la primera Comunidad Autónoma en eliminar licencias urbanísticas para el comercio junto a otros aspectos liberalizadores de la actividad como son los horarios comerciales, recibe en 2013 el premio de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNC).

Figura 5.9.- Evolución normativa de la Comunidad de Madrid sobre la ordenación territorial de GEC



FUENTE: Elaboración propia.

5.3.7. Consideraciones

A la vista de la información que ha revelado el estudio presentado sobre la Región Metropolitana de Madrid, se realiza un ejercicio con el objeto de dilucidar soluciones o vías para una ordenación objetiva y mejora eficiente de la realidad. Las distintas apreciaciones se organizan para su mejor comprensión en una matriz DAFO.

ANÁLISIS DE LOS FACTORES INTERNOS

DEBILIDADES

- *Carácter preeminente de la Región Metropolitana en el contexto nacional e internacional.*

En el contexto de un mundo globalizado donde adquieren suma importancia los espacios de centralidad, la Región madrileña se posiciona como un territorio estratégico entre los grandes espacios metropolitanos europeos para la inversión económica por parte de los grandes operadores comerciales, razón por la cual está sujeta a importantes presiones para la acogida de sus actividades.

- *Amplia trayectoria de desarrollo del sector comercial de grandes formatos.*

Al encontrarse entre los primeros territorios del conjunto nacional en haber asumido históricamente implantaciones de GEC, las novedades e innovaciones del sector se dejan sentir en la Región Metropolitana de Madrid de forma pionera pues acumula amplia experiencia en esta actividad. De cara a tiempos venideros, puede presuponerse que también sea diana preferente, al menos en España, de las nuevas estrategias que, con carácter internacional, que lleve a cabo el sector. Esta situación también encuentra apoyo en el hecho de que una sociedad tan diversa como la que presenta Madrid y su entorno metropolitano, en la que el dilatado desarrollo del comercio ha modelado sus hábitos y comportamientos, posee elevadas posibilidades de acogida de cuantas innovaciones en la oferta comercial se pretendan llevar a cabo.

- *Grandes oportunidades basadas en la potencia de la articulación viaria y el asentimiento normativo.*

El amplio despliegue de grandes carreteras realizado y proyectado se ha convertido y se convertirá presumiblemente en descubridor de áreas con gran potencial para la captación de nuevos mercados que se erigen en localizaciones preferentes para la apertura de grandes establecimientos. La expansión de la Región, en la que el desarrollo de la alta velocidad ferroviaria juega un papel fundamental, proporciona nuevos enclaves, hasta el momento obviados, con aptitud para acoger GEC con las mismas consecuencias que hasta el momento, principalmente en los márgenes de importantes vías de comunicación. El escenario normativo urbanístico del todo laxo que presenta la Comunidad de Madrid -*Ley 9/2001 del Suelo de la Comunidad de Madrid*- da cabida a las pretensiones desarrollistas sobre esos espacios al considerar objeto de urbanización todos los suelos a excepción de los protegidos, los cuales representan aproximadamente el 13 % de la superficie de la Comunidad.

- *Ausencia de regulación sobre la afección territorial.*

El marco institucional existente, tanto el sectorial como el territorial, acusa clara insuficiencia para gestionar las implantaciones de GEC con vistas a una correcta organización espacial de los mismos que evite o minimice las disfuncionalidades de los sistemas urbanos y del territorio en general. En efecto, la *Ley 3/2007 de Medidas Urgentes de Modernización del Gobierno y la Administración de la Comunidad de Madrid* crea la figura del *Informe de Impacto Territorial* pero sus pretensiones quedan sin efecto. La *ley sectorial, Ley 2/2012 de Dinamización de la Actividad Comercial en la Comunidad de Madrid*, eliminando toda necesidad de licencia, imposibilita cualquier intento de ordenación. La escasa experiencia histórica que acumula la Comunidad de Madrid en estos menesteres (la ordenación espacial de los GEC sigue siendo asignatura pendiente para esta Región Metropolitana) podría redundar negativamente en la puesta en marcha de futuras iniciativas autonómicas llamadas a regular eficazmente la actividad comercial sobre el territorio.

FORTALEZAS

- *Estado de saturación de una parte de los suelos metropolitanos.*

Como consecuencia de la intensa presión urbanizadora a la que ha sido sometida la Región Metropolitana, el Área Urbana Consolidada, el Área Suburbana en Expansión y el Área Metropolitana en Expansión presentan unos límites de saturación considerables tanto en lo que respecta a la oferta comercial en grandes equipamientos como a suelos disponibles para acoger nuevas operaciones urbanizadoras y de implantación, aspecto este último aun más relevante. Así las cosas, la atención terminará centrándose principalmente sobre el Área de Difusión y el de Influencia, los espacios más alejados a la capital, donde aun puede prevalecer la regulación territorial mediante la ejecución de un marco normativo adecuado, del que por el momento carece, por parte de la Administración Pública.

- *Conciencia de la magnitud de la problemática por parte de las instancias públicas.*

A estas alturas de la trayectoria urbanística de la Región Metropolitana, habiéndose sucedido multitud de documentos normativos en materia de ordenación territorial y urbanística para este territorio, existe gran conciencia del alto grado de deterioro ambiental existente así como de las afecciones en lo que respecta a la movilidad y a la organización de los sistemas generales. Esta afirmación se sustenta en el hecho de que buena parte de los documentos jurídicos aparecidos han hecho referencia explícita a la problemática, especialmente en su exposición de motivos inicial, llegando en determinados casos a establecer instrumentos de regulación que, o bien no han entrado en vigor nunca o bien no han logrado el efecto para el que fueron concebidos.

- *Creciente reacción en contra de la ciudadanía y el comercio tradicional.*

Aunque la actividad comercial desarrollada en grandes establecimientos se ha incardinado en la vida cotidiana de una gran fracción de la población, la conciencia medioambiental y la búsqueda de parámetros de calidad de vida más

elevados en las ciudades también han experimentado en las últimas décadas un fuerte crecimiento, sobre todo en lo que a polución, contaminación acústica y movilidad se refiere. Es por ello que actuaciones contrarias a la consecución de un entorno más habitable, entre las que pueden encontrarse los GEC, a menudo se encuentran con la férrea oposición de numerosos ciudadanos y grupos ecologistas. A esto debe unirse el fomento, por parte de las administraciones públicas, de los movimientos asociacionistas del comercio tradicional, como por ejemplo los centros comerciales abiertos, o del tejido comercial de proximidad de los centros urbanos. Ambas circunstancias se están constituyendo en un obstáculo cada vez mayor para la aceptación a cualquier precio de grandes iniciativas comerciales.

ANÁLISIS DE LOS FACTORES EXTERNOS

AMENAZAS

- *Capacidad de los operadores para generar urbanización aislada y nuevas necesidades.*

El propio sector comercial, lejos de ajustarse a las verdaderas necesidades de los clientes, marca la pauta de consumo de los mismos modificando su comportamiento. Por este motivo, puede afirmarse que la ausencia de demanda inicial no es óbice para una nueva apertura. Además, los grandes establecimientos han demostrado, junto a alta capacidad para saturar los viarios próximos, gran potencia para la creación de nuevos desarrollos urbanísticos a su alrededor, especulando con sus terrenos sobrantes, entrando así plenamente en el negocio inmobiliario. Al ser las ubicaciones a pie de carretera entre distintos municipios las más adecuadas a los intereses de los promotores (buenos precios de suelo y maximización del mercado potencial), se están produciendo en ellas las instalaciones a medida que va creciendo la población de los municipios próximos, induciéndose en estos puntos procesos de urbanización aislados de las tramas urbanas en discordancia con el modelo de ciudades compactas.

- *Supeditación a los intereses globalizados.*

Las grandes superficies comerciales tal y como ahora se conciben responden a una necesidad y modelo de vida concretos, sabiéndose adaptar –o incluso imponer– a las diversas circunstancias existentes en los más variados espacios urbanos del planeta. En la Región Metropolitana de Madrid también han sido acogidos, con notable éxito tanto para el sector como para los consumidores, las primigenias implantaciones así como las nuevas tendencias existentes en el contexto internacional. Para que la economía madrileña y la propia imagen de la ciudad continúen bien posicionadas en la red global de grandes ciudades, conservando elevadas cotas de centralidad internacional, se debe continuar asumiendo innovaciones y cambios, dictados por el mercado, en las actividades económicas. Semejante panorama se evidencia claramente en la actividad comercial en grandes formatos, pues demuestra gran capacidad de mutación, de adaptación a las nuevas tendencias, y de prevalencia entre los indicadores económicos de la región.

OPORTUNIDADES

- *Creciente tendencia hacia el comercio de proximidad.*

Es un hecho que en la segunda década del siglo XXI, numerosos promotores comerciales del subsector alimentario han reconvertido o extendido sus fórmulas de hipermercado a supermercados, pudiendo de este modo llegar más fácilmente al cliente al poder instalarse sin problema alguno en los entramados urbanos, habida cuenta de la saturación de las infraestructuras para llegar a ubicaciones periféricas y de la colmatación de los espacios de aparcamiento habilitados. De continuar esta tendencia, auspiciada también por la saturación de oferta y la insuficiencia de suelos aptos en los espacios interurbanos, en un futuro no muy lejano el despliegue de GEC conocido hasta ahora podría ralentizarse o incluso detenerse.

- *Pérdida de fuerza del sector de la construcción y la especulación inmobiliaria.*

En la Comunidad de Madrid, como en el resto del país, la supremacía de la construcción en la dinamización económica ha ido diluyéndose a raíz de la crisis económica desatada internacionalmente en 2007, lo que ha alejado considerablemente las expectativas urbanísticas que se cernían sobre gran cantidad de suelo metropolitano. En ellos los GEC no juegan precisamente un papel pasivo, al complementar sus ingresos con los negocios de corte inmobiliario en los que se introducen. La diversificación de los motores económicos, esperable en todo el país a raíz del primer episodio de decadencia del siglo XXI, permite tener confianza en que serán irrepetibles para el conjunto metropolitano los devastadores e intensos procesos urbanísticos del siglo anterior así como las operaciones inmobiliarias asociadas de tipo especulativo. En este previsible contexto, las pretensiones de los promotores de GEC se encuentran fuertemente mermadas.

5.3.8. Síntesis

Los primeros pasos en la planificación supralocal de Madrid están marcados por la descoordinación, pues ya en los años 40 del siglo XX el planeamiento regional desobedece a la planificación municipal incorporando poblados limítrofes como distritos para albergar más cómodamente las funciones que Madrid tiene como capital del país, pasando por alto el intento de contención de la expansión de la ciudad mediante el cinturón verde que había sido propuesto a nivel municipal. En una época, la de los años 40 y 50, marcada por la atracción que ejerce la gran ciudad, concentradora de oportunidades laborales y mejoras sociales, sobre el conjunto de asentamientos, se producen importantes movimientos demográficos hacia la capital que en gran parte se asientan de forma desordenada en sus periferias. Aprovechando esta concentración de población en las zonas exteriores a la ciudad de Madrid, proliferan los almacenes populares en enclaves periféricos de la gran ciudad y sus municipios colindantes, en paralelo a los grandes almacenes en el centro urbano.

En las dos décadas siguientes, años 60 y 70, la presión demográfica que ya se ejerce sobre la capital será un tema candente en las instancias políticas y en

la sociedad en su conjunto, ante lo cual se produce la creación de barrios dormitorio de clase obrera dispuestos en el *Plan General para el Área Metropolitana de Madrid*, siendo esta la primera medida supramunicipal adoptada en el territorio metropolitano. La *Ley 121/1963 sobre el Área Metropolitana de Madrid* intentará, mediante COPLACO, mantener una visión meramente urbanística del conjunto de asentamientos urbanos procurando crecimientos compactos, sin lograr tan deseado objetivo al inmiscuirse demasiado en la burocratización de las planificaciones municipales. Además, esta *Ley* propicia la aparición del *Plan General de Ordenación Urbana del Área Metropolitana de Madrid*, con la primera zonificación metropolitana existente, agrupando los municipios metropolitanos según funcionalidad. La situación preocupante de la dispersión urbana, antes comentada, que viene arrastrándose desde los años 40, también se hace notar en el planeamiento nacional, en concreto en el *Plan Director Territorial de Coordinación* y el *Plan Nacional de Ordenación del Territorio*, ambos contemplados en la *Ley sobre Régimen de Suelo y Ordenación Urbana* de 1976. Tales documentos quedaron inutilizables al atribuirse constitucionalmente a las autonomías la ordenación del territorio. Ante este hecho se creó el Consejo de Municipios Metropolitanos, el cual colaboró con COPACO al control urbanístico pero adoleciendo igualmente de una visión supramunicipal de la cuestión.

A la problemática que plantea la suburbanización se suma el fuerte incremento de la motorización. Si bien se abrirán avenidas y se adaptará ampliamente el entramado urbano para los vehículos -junto al despegue del sistema de carreteras orbitales-, no se prestará atención al viario metropolitano de comunicación con la capital, con sus consecuentes congestiones. El desarrollo del fenómeno metropolitano, excediendo la ciudad central tanto las pautas de movilidad como las de asentamiento -ocupando la motorización creciente un papel crucial-, promueve el despliegue de grandes superficies en la primera corona metropolitana y en las periferias. En estos ámbitos, también el *Plan Especial de Gran Equipamiento Comercial Metropolitano* (1975) elaborado por COPLACO, al establecer una densidad comercial de referencia más elevada que

la existente en esos momentos, coadyuva a la presencia de GEC. Es en estos momentos cuando se afianzan los hipermercados, que mostrarán preferencia por la ubicación en los municipios más poblados, los del Sur, sin mostrar demasiado interés por el centro urbano o las tramas consolidadas al requerir de grandes bolsas de suelo para aparcamiento difíciles de encontrar en otros ámbitos. También surgen en estos años los zocos (el primero de ellos, en 1978, inaugura la implantación de grandes superficies fuera de la capital) y los centros comerciales, sobre todo centros de moda, que no sólo se van a desarrollar en el centro urbano sino en ubicaciones pensadas para dar cobertura a la población que se ha ido asentando en ubicaciones más exteriores: aparecen en las avenidas principales y en las periferias. Es importante resaltar que las nuevas aperturas que se van sucediendo lo hacen con vistas a satisfacer una demanda que ya existe y va en crecimiento según los cánones sociológicos de consumo del momento. Es ahora cuando se produce el desembarco de las inversiones comerciales extranjeras, con la apertura del primer Sears Roebuck.

Progresivamente, el proceso de conformación metropolitana continúa en los años 80 con el incremento de urbanización siguiendo los principales ejes radiales, motivado por las mejoras en la economía y los servicios, acompañándose este hecho con implantaciones de grandes establecimientos que, al seguir la misma pauta de localización que los asentamientos, van a dar comienzo a un modelo expansivo en forma de estrella que irá haciéndose cada vez más evidente en las décadas siguientes. Especialmente importante en esta década es el avance urbanístico -y, con él el del comercio en grandes superficies- hacia el Sur y el Oeste metropolitanos. Esto es debido, respectivamente, al encarecimiento del suelo en la ciudad central con la consiguiente migración de población joven hacia localidades meridionales, y a la aparición de grandes oportunidades de calidad residencial en municipios occidentales que termina desplazando hasta ellos a familias pudientes.

En un primer momento, la *Ley de Ordenación Territorial* de 1984, primera con carácter autonómico, especialmente sus *Directrices de Ordenación*, diagnosticando la realidad dramática de desaparición y merma de espacios de

valor ambiental, de desorganización urbanística y de problemas de movilidad auspiciada por la suburbanización, establece medidas de actuación por zonas en las que el control de los crecimientos reviste gran perentoriedad. Sin embargo, la migración hacia las coronas metropolitanas de una gran proporción de la población -como se ha señalado- junto a factores económicos, terminan por doblegar tales propósitos a la oportunidad económica que representan los suelos ubicados en las proximidades de las principales carreteras. Este será el comienzo de la espiral especulativa en la Región Metropolitana y el agravamiento de la situación urbanística, ambiental y de movilidad de la misma, que alcanzará su momento álgido en la siguiente década.

El documento de planeamiento *Madrid, región metropolitana. Estrategia Territorial y Actuaciones*, creado en 1991, aunque quedó sin aplicación, reflexiona sin cobertura legal y sin anteponerse a la planificación municipal sobre las deficiencias dotacionales en buena parte de la ciudad de Madrid, proponiendo la extensión de funciones y equipamientos, entre ellos los GEC, a las principales arterias de la ciudad para así garantizar el policentrismo, situación más sostenible pues disminuye la movilidad e incrementa el valor de otros espacios de la ciudad distintos al centro tradicional. La *Ley de Reforma del Régimen Urbanístico y Valoraciones del Suelo* de 1990, de rango estatal, reclama que las autonomías adapten sus leyes urbanísticas, apareciendo en Madrid la *Ley de Medidas de Política Territorial, Suelo y Urbanismo de 1995*, derogando la primera ley de ordenación territorial madrileña y relegando al olvido a la *Estrategia* de 1991 ya que, por vez primera, se produce el reparto de las competencias en ordenación territorial entre las administraciones local y autonómica.

En virtud de la nueva ley territorial surge el *Plan Regional de Estrategia Territorial (PRET)*, instrumento a través del cual se pretende realizar la ordenación. En un primer momento, de gobierno socialista, se apostará por la ciudad compacta, con crecimientos bien definidos y en consonancia con las infraestructuras del modelo orbital que estaban implementándose en estos momentos. El cambio político da un giro a tal propósito, diseñando un modelo mallado que reproduce por toda la ciudad áreas con funcionalidades similares

que, de haberse llevado a la práctica, necesitaría de una nueva concepción infraestructural, muy distinta a la que se realizaba en esos momentos. Este cambio tan radical de comprender el territorio se enmarca en unos años de gran bonanza económica donde los recursos no eran escasos. En cualquier caso, el *PRET* no vería la luz pese a las vicisitudes mencionadas.

En los años que siguen a 1990 (hasta 1998 en que se aprueba nueva ley), la regulación territorial es inexistente, de forma que esta situación, unida a la favorable coyuntura económica, va a permitir un importante avance en los GEC, sobre todo en la segunda mitad de los 90, prosiguiendo su expansión según el modelo estrellado, rehabilitando edificios en el centro urbano, reconvirtiendo polígonos industriales abandonados dentro de trama urbana y apostando fuertemente por su presencia en terminales de transporte ferroviarias y aeroportuarias. Son años de gran atención por parte de los promotores tanto hacia suelos de los municipios metropolitanos como hacia los de Madrid capital. El boom urbanístico se desata en toda la Región, tomando gran relevancia en ello los GEC, que favorecerán la aparición de asentamientos dispersos junto a los ejes viarios de primer orden. La propia evolución del comercio en su búsqueda por atraer a más compradores, satisfacer mejor a las necesidades de los consumidores y ser más competitivos que otros establecimientos semejantes (al existir ya un gran abanico de posibilidades) propiciarán la mejora de la imagen o la diversificación del diseño de las instalaciones, incorporando cada vez más el ocio (que se irá diversificando velozmente) como locomotora.

La aprobación de una nueva ley estatal básica: *Ley 6/1998 de Régimen de suelo y Valoraciones*, que va a permitir la urbanización en suelos poco desarrollados -como años más tarde recogerá la nueva y vigente ley territorial de Madrid al incorporar la estatal a su ordenamiento jurídico: la *Ley 9/2001 del Suelo de la Comunidad de Madrid*-, no hará sino apoyar la espiral desarrollista ya en marcha al permitir la urbanización en todos los suelos, excepto en los expresamente protegidos. Este escenario jurídico, aunque no lo regula tácitamente, es consciente de la relación entre la localización de infraestructuras o equipamientos y la consecución de la sostenibilidad, motivo por el que

demanda que se busquen ubicaciones que eviten la afección negativa a los sistemas e impidan la fluidez de la movilidad.

La ley sectorial, *Ley 16/1999 de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid*, adoptó medidas sobre la afección al territorio según se recoge en el *Decreto 130/2002* de desarrollo. Lo hacía con el concurso de un informe autonómico con carácter preceptivo y vinculante para la concesión de licencia urbanística. La *Ley 3/2007 de Medidas Urgentes de Modernización del Gobierno y la Administración de la Comunidad de Madrid*, tiene la intención de regular territorialmente la Región velando por la afección supramunicipal que puedan producir las operaciones de desarrollo a las infraestructuras, servicios y transportes. Para ello crea la figura del *Informe de Impacto Territorial*, preceptiva y vinculante al PGOU y planes sectoriales. Sin embargo, no logra los objetivos planteados pues adolece de medidas y criterios para conseguirlo. Este vacío regulador normativo de finales de la primera década del siglo XXI se traduce en una tasa creciente de nuevas aperturas de centros comerciales, sólo suavizada en los años más duros de la crisis aparecida en 2007.

En esta coyuntura, entre la primera y segunda década del XXI, los promotores comerciales se afanan por encontrar localizaciones estratégicas de bolsas de suelo con dimensiones superiores a las necesarias para el gran establecimiento. Estas ubicaciones deben generar un mercado potencial o, más convenientemente, expandirlo, lo cual se consigue mediante la atracción de clientes provenientes tanto de núcleos cercanos como de los desarrollos urbanísticos, aledaños al complejo comercial, que los mismos operadores inducen y por los que obtienen, en buena parte de los casos, importantes beneficios económicos en el proceso de negociación inmobiliaria. Así las cosas, los GEC en Madrid durante los primeros tres lustros del siglo XXI se caracterizan, a diferencia de lo que se ha descrito para las primeras implantaciones de grandes formatos allá por los años 40, por inducir la oferta comercial y por traspasar los intereses económicos propios del sector.

La evolución de la legislación comercial en la Comunidad de Madrid también facilita ampliamente el comportamiento descrito, pues ha suprimido filtros de ajuste. En efecto, si bien con arreglo a la primera ley de comercio -*Ley 16/1999 de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid*- era preceptivo y vinculante para la concesión de licencia municipal un informe autonómico sobre la adecuación al entorno (territorial, comercial, etc), con el nuevo marco normativo aparecido para la transposición de la *Directiva de Servicios* -*Ley 2/2012 de Dinamización de la Actividad Comercial en la Comunidad de Madrid*- el legislador autonómico elimina incluso la necesidad de licencia urbanística para las grandes superficies (excediendo así las estipulaciones de la norma estatal básica), bastando con la presentación de una declaración responsable de ajuste del establecimiento a la legalidad vigente.

Tabla 5.2.- Matriz DAFO de la Región Metropolitana de Madrid

Factores Internos	
DEBILIDADES	FORTALEZAS
<i>Carácter preeminente de la Región Metropolitana en el contexto nacional e internacional</i>	<i>Estado de saturación de una parte de los suelos metropolitanos</i>
<i>Amplia trayectoria de desarrollo del sector comercial de grandes formatos</i>	<i>Conciencia de la magnitud de la problemática por parte de las instancias públicas</i>
<i>Grandes oportunidades basadas en la potencia de la articulación viaria y el asentimiento normativo</i>	<i>Creciente reacción en contra de la ciudadanía y el comercio tradicional</i>
<i>Ausencia de regulación sobre la afección territorial</i>	
Factores externos	
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<i>Capacidad de los operadores para generar urbanización aislada y nuevas necesidades</i>	<i>Creciente tendencia hacia el comercio de proximidad</i>
<i>Supeditación a los intereses globalizados</i>	<i>Pérdida de fuerza del sector de la construcción y la especulación inmobiliaria</i>

FUENTE: Elaboración propia.

5.4. LA REGIÓN METROPOLITANA DE BARCELONA³³

5.4.1. Una estructura y articulación territorial fuertemente condicionadas

Con 636 Km², la Región Metropolitana de Barcelona, en Cataluña, se ubica al Nordeste de la Península, en el corredor mediterráneo que comunica España con el resto del continente europeo. Dos cordilleras montañosas, la Cordillera Litoral y la Cordillera Prelitoral, en dirección Norte-Este y Sur-Oeste respectivamente, discurren en paralelo a la línea de costa. Entre ambas y entre la Litoral y el mar, se disponen dos franjas naturales, estando la ciudad principal, Barcelona, enclavada en la parte central de la estrecha franja litoral. Aunque los principales ríos discurren paralelos a la Cordillera Prelitoral en sus extremos (Congost, Ripoll o Llobregat, entre otros), el curso medio puede seguir dirección N-S, creando de esta forma corredores transversales en la depresión intercordillera. La franja litoral está igualmente atravesada por cursos de arroyos y ríos de menor porte que los anteriores, con caudales variables debido a la aparición irregular de intensas lluvias, que otorgan la consideración de inundables a numerosas zonas de la Región. Este factor junto al de las elevadas pendientes que registran numerosos puntos de su geografía, condiciona fuertemente la disposición del sistema de asentamientos.

La Región Metropolitana de Barcelona consta de tres ámbitos bien diferenciados espacial y socioeconómicamente (Miralles-Guasch y Tulla, 2012). Por un lado, la ciudad de Barcelona; por otro, la primera corona o aglomeración central y, por último, la segunda corona, más exterior (Figura 5.10). La ciudad central se caracteriza por su alta densidad poblacional, su gran compacidad así como por una distribución urbana homogénea y mixta, ya que las diversas funciones urbanas se encuentran asociadas por todo el entramado. La capital se rodea de municipios con densidades poblacionales algo inferiores a ella, estando

³³ La estructura urbana y funcional de la Región Metropolitana de Barcelona que se expone está basada en las descripciones de I. Pujadas (2009), C. Miralles-Guasch y A. F. Tulla (2012) y J. M. Carreras, M. Otero y E. Ruiz i Almar (2013). L. Vecslir (2005) constituye la principal fuente de la que emana la información sobre carreteras que se presenta. En la revisión del planeamiento territorial en Cataluña se ha seguido a O. Nel.lo (2010) y en la evolución de los establecimientos comerciales en la Región Metropolitana a J. F. De Mendoza y J. I. Galán (1995).

la segunda corona integrada por ciudades medias amén de por otros núcleos pequeños y zonas rurales de bajas densidades. Puesto que tanto la ciudad central como los municipios periféricos poseen una elevada presencia poblacional y de actividad socioeconómica, el modelo urbano de la Región se aleja sustancialmente del carácter monocéntrico, si bien Barcelona sigue acaparando la inmensa mayoría de miradas regionales, nacionales e internacionales. De similar modo, a nivel morfológico, el espacio metropolitano puede considerarse dual (Marmolejo y Roca, 2008) al evidenciarse una gradación en la compacidad urbana que crece hacia la ciudad principal.

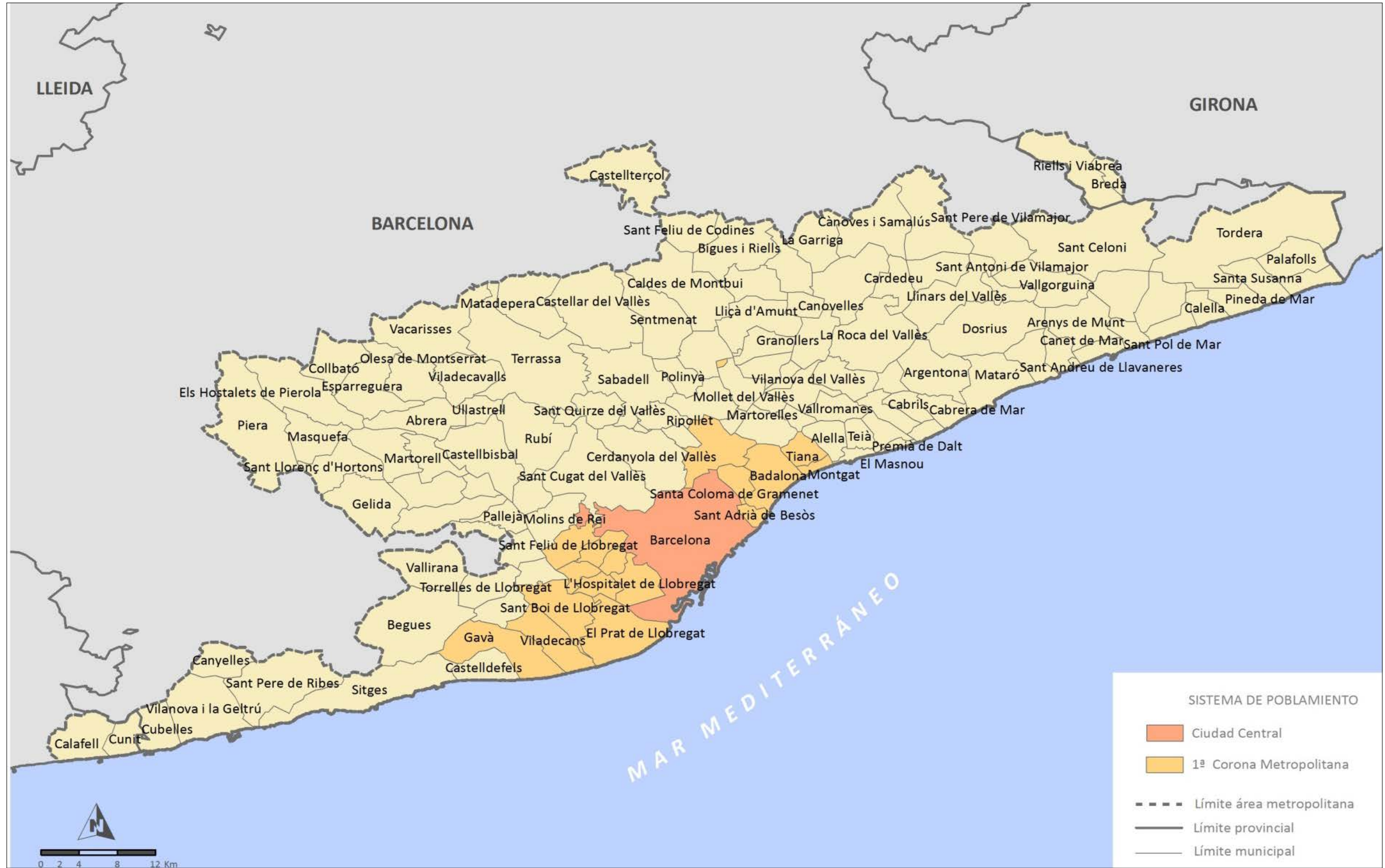
La red de carreteras metropolitana (Figura 5.11) está altamente condicionada por la orografía, que alterna zonas de llanura con montañas, como se ha comentado, ajustándose la disposición de los principales viarios a los corredores naturales. La distribución de las principales unidades del relieve ha supuesto una dificultad histórica en las comunicaciones entre el litoral y el interior, actuando los márgenes fluviales como conectores a través de las montañas; es el caso del Llobregat y del eje Congost-Besòs. En cambio, la plana costera representa el espacio de mayor accesibilidad, lo que unido al mayor peso demográfico relativo explica que en ella se encuentre el mayor despliegue infraestructural y, por ende, las mejores posibilidades de comunicación (Feliu y Castañer, 2010).

La primera autopista, la A-19, se inauguró en 1969, conectando Barcelona y Mataró. Desde los años 70, comienza a tejerse la extensa red de carreteras de la Región Metropolitana de Barcelona (Vecslir, 2005): los tramos de la A-17 Barcelona-Montmeló y de la A-7 Montmeló-Papiol; la A-2, entre Barcelona y Vilafranca; la A-18 Barcelona-Terrassa; o el desdoblamiento de la autovía de Castelldefels (C-246) entre Bellvitge y el aeropuerto. Tanto la A-2 como la A-18 actúan de inductores principales de movilidad junto a la circunvalación B-30, la carretera más transitada de la Región. La B-30, la B-10 (Ronda Litoral) y la B-20 (Ronda de Dalt) constituyen rondas que circunvalan la ciudad de Barcelona (las dos últimas inauguradas en 1992), a la espera del cuarto cinturón aún sin concluir, la B-40, que ya enlaza Mataró y Granollers desde el año 1994. La B-23 constituye

un acceso al centro de Barcelona desde la AP-7, una de las autopistas de peaje que recorren la Región Metropolitana.

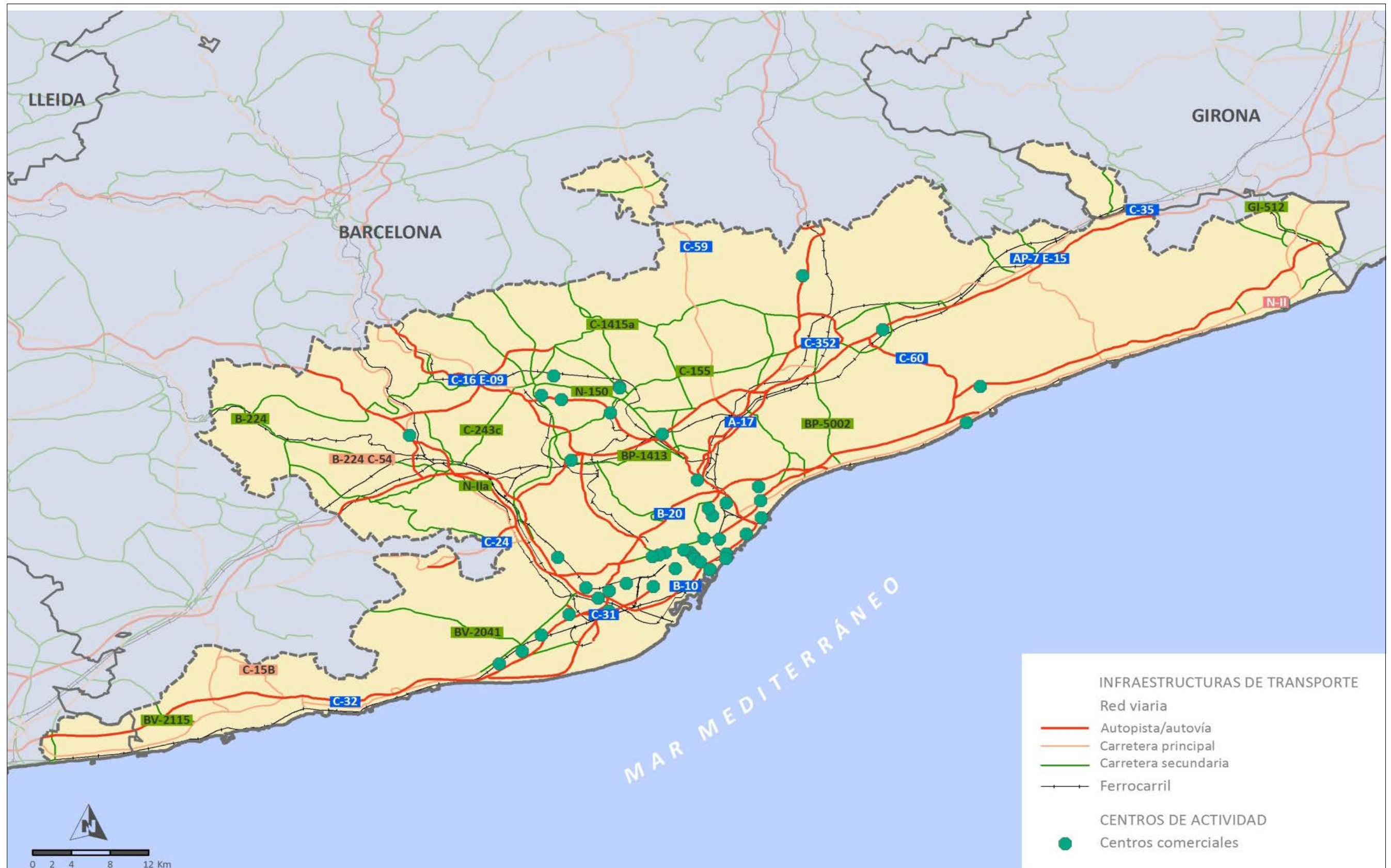
Otras, como la C-25 o Eje Transversal, que conecta en ambos extremos con la A-2, comunica Lérida, Cervera o Gerona evitando atravesar la corona metropolitana de Barcelona. Ha existido, por tanto, una preocupación por la separación espacial del tráfico interno (metropolitano) del externo (Vecslir, 2005) con vista a evitar la saturación de carreteras principales.

Figura 5.10.- Zonificación en la Región Metropolitana de Barcelona



FUENTE: IGN, MoviTraIII y C. Miralles-Guash y Tulla, A. F. Elaboración propia.

Figura 5.11.- Distribución de Infraestructuras de transporte y centros comerciales (2006) en la Región Metropolitana de Barcelona



FUENTE: IGN y MoviTraIII. Elaboración propia.

5.4.2. Los inicios del espacio metropolitano

En las primeras tres décadas del siglo XX, sobre todo en los años 20, tienen lugar las primeras migraciones poblacionales hacia Barcelona conformando suburbios de corte marginal cuya expansión se ve frenada por la guerra civil y la posguerra, volviéndose a activar tras el período convulso con mayor intensidad (Pujadas, 2009). Inmediatamente después del episodio bélico se produce una fuerte migración hacia las periferias de las grandes ciudades españolas, entre ellas Barcelona. Desde la segunda mitad del siglo XX, y hasta mediados de los 70, los municipios de mayor tamaño cercanos a la ciudad central experimentan grandes tasas de crecimiento, mientras que otros, más alejados y de tamaños inferiores, comienzan a recibir población. La ocupación de suelo en los distintos municipios se va a caracterizar por tener lugar de manera compacta (Carreras, Otero y Ruiz i Almar, 2013), bien mediante la prolongación de las tramas urbanas existentes (casos de Barcelona, Hospitalet, Sabadell, Terrasa, Granollers o Badalona), bien ocupando los márgenes de carreteras (ejemplificado en Sant Vicenç dels Horts, Pallejà, Corbera, Cervelló, Vallirana, Tiana, Sant Fost o Martorelles). A comienzos de la década de los 60, ya es posible evidenciar grandes núcleos metropolitanos compactos con presencia industrial, observándose conatos de continuidades entre municipios vecinos de la primera corona: Santa Coloma de Gramalet y Badalona, Hospitalet y Barcelona, Granollers y Les Franqueses o Granollers y Canovelles. En este período, en Planes, la Floresta, Valldoreix y Bellaterra aparecen asentamientos aislados de segunda residencia en torno a las estaciones de ferrocarril de la línea Barcelona-Sabadell.

A finales de esta década, en 1967, tendría lugar en el Barcelona la apertura del primer gran almacén en España y en Europa de la compañía norteamericana Sears Roebuck & Company, la cual abriría su segundo centro en Barcelona pocos años más tarde, en 1975, realizando un despliegue arquitectónico sin precedentes (dos plantas de venta y dos de aparcamientos bajo catorce plantas de oficinas). Esta nueva oferta viene a complementar a la proporcionada por los grandes almacenes, que están presentes desde los inicios del siglo XX en las

principales áreas comerciales del centro urbano, y los almacenes populares, desde la misma época pero con predominancia de ubicación periférica.

5.4.3. La concepción de un modelo territorial

En el territorio metropolitano catalán hubo intentos en los años 30 del siglo XX de importar del mundo anglosajón su *Regional Planning*, lo cual la hubiera convertido en la Comunidad Autónoma española pionera en estos menesteres (Nel.lo, 2010). Sin embargo, la Guerra Civil y la posguerra frustraron toda posibilidad, emplazando los siguientes intentos al período dictatorial. El *Plan Comarcal* de 1953 procuraba la recomposición funcional de los nuevos espacios urbanos producidos por suburbanización desde los años 20, la zonificación para controlar la urbanización en los intersticios rurales o el engarce de las zonas edificadas mediante cinturón verde. El *Plan Director del Área Metropolitana de Barcelona* de 1966, asfixiado y denostado por su subordinación a la rentabilidad de la actividad urbanizadora (ibíd.), apostaría por la descongestión del entorno metropolitano mediante el reclutamiento de nuevos suelos urbanizables o la paralización de la dispersión suburbana, considerando los núcleos en crecimiento como núcleos separados entre los que se dispondrían extensas zonas verdes. En 1976, el *Plan General Metropolitano*, elaborado y tramitado en el período franquista, continuará en la brecha de la difusión de la centralidad en aras del reequilibrio metropolitano, estableciendo zonificaciones funcionales. Los documentos de planeamiento descritos, aunque con escasa o nula aplicación, suponen el comienzo de una visión de conjunto en cuestiones de índole planificadora en la Región Metropolitana de Barcelona que tendrá repercusión en la gestión realizada en décadas siguientes.

Hasta la primera legislatura democrática no aparecerá la ley territorial catalana actualmente vigente: la *Ley de Política Territorial de Cataluña* de 1983. De ella se desprende el imperativo de la generación de un plan territorial, el cual vería la luz algo más de una década después, en 1995: el *Plan Territorial General de Cataluña*. Estos dos instrumentos dibujan el modelo territorial, anclado en los principios de crecimiento compacto, la cohesión social y la inoportunidad de la

especialización de áreas (Nel.lo, 2010). El *Plan* se desarrolla mediante los *Planes Territoriales Sectoriales* así como los *Planes Territoriales Parciales* en cada uno de los siete ámbitos funcionales en que queda dividida la Comunidad de Cataluña³⁴, entre ellos el del área metropolitana. En 2001 entró en vigor el primero de los *Planes Territoriales Parciales*, el de *Terres de l'Ebre*, cuya aprobación fue acelerada por los movimientos ciudadanos ante la amenaza de trasvase hídrico. Hasta 2010 no veía la luz el del *Área Metropolitana de Barcelona*³⁵, tomando medidas frente al desproporcionado consumo del suelo o la dispersión suburbana que eleva las necesidades de movilidad con palpables impactos negativos ambientales, sociales y económicos. Frente a ello, el *Plan* adopta, entre otras, medidas tales como la ciudad compacta, la modernización y búsqueda de sostenibilidad en las infraestructuras de comunicación o la mejora de la articulación entre los tres sistemas básicos de ordenación: los asentamientos, las infraestructuras para la movilidad y los espacios abiertos.

5.4.4. El comercio minorista como eje del equilibrio territorial

De forma general, en la década de los 70, se produce el mayor crecimiento de la historia de la Región (Carreras, Otero y Ruiz i Almar, 2013), con el colapso de las tramas urbanas de los municipios de mayor envergadura, la expansión de los límites urbanos de Barcelona hasta Collserola (con la creación de numerosos barrios como el Besòs, la Mina, la Verneda, Montbau, Barrio Nuevo, Ciudad Diagonal o Les Corts) y el apogeo demográfico de núcleos ubicados en las periferias. Los crecimientos urbanos se producen por expansión de las tramas preexistentes (como sucede en Barcelona mediante la prolongación del Ensanche de Cerdá para la creación de los nuevos barrios) o por el relleno de las bolsas de suelo intersticiales. Junto a ello, también van a producirse crecimientos residenciales e industriales (conformando incipientemente los futuros corredores industriales) a lo largo de carreteras de la red básica primaria como la C-59 y la C-246, lo cual se verá acompañado de una oleada de asentamientos dispersos de

³⁴ J. M. Feria (2011) aclara que la definición de los siete ámbitos no obedece a criterios funcionales sino más bien a lógicas históricas (las veguerías), existiendo en la mayoría de casos, por tanto, una elevada complejidad funcional y urbanística.

³⁵ El 20 de abril de 2010, el Gobierno de Cataluña aprueba el *Plan Territorial Metropolitano de Barcelona*.

segunda residencia, sobre todo en las zonas montañosas (Carreras, Otero y Ruiz i Almar, 2013). Desde los años 70, con el comienzo de ejecución de vías de gran capacidad, se puede vislumbrar que los crecimientos en el conjunto metropolitano responden a una configuración axial, esto es, van sucediéndose en las nuevos espacios que aparecen comunicados por los nuevos trazados de la red de carreteras metropolitana (Vecslir, 2005). Durante estos años, como ocurre en Madrid, se sucederán las primeras inauguraciones de hipermercados en los municipios de la primera corona metropolitana, con bolsas de suelo para aparcamiento y capacidad para atraer a los sectores más periféricos de Barcelona. Algunos de ellos son el Hipermarket de Gavà o el Pryca de El Prat sobre la autovía a Castelldefels (el primero de España).

La Región Metropolitana comienza la década de los 80 con las primeras continuidades urbanas (Barcelona, Hospitalet de Llobregat, Esplugues, Cornellà, Sant Joan Despí, Sant Adrià, Santa Coloma de Gramenet y Badalona), un elenco de urbanizaciones de segunda residencia en la mayoría de casos desvinculadas de continuidades urbanas, y asentamientos a lo largo de carreteras fuertemente asociados a funciones industriales y comerciales (Carreras, Otero y Ruiz i Almar, 2013). En estos momentos aparecerán los primeros centros comerciales, siendo el primero de España el Baricentro, en Barberá del Vallés. Muchos de ellos en estos momentos nacerán con una clara vocación de convertirse en generadores de centralidades en las periferias de Barcelona, acorde con el documento *Àrees de nova centralitat* elaborado en 1987 por el Ayuntamiento de Barcelona (Suau y Font, 2005) que planteaba la necesidad de crear dinámicas de centralidad fuera del centro urbano para frenar así el fenómeno, ya significativo, de la dispersión urbana. También en los años 80, se llevará a cabo la reconversión del formato de los hipermercados implantado en los municipios limítrofes a la ciudad principal mejorando su imagen e incorporando galerías comerciales o actividades de ocio. Esta segunda generación de hipermercados constituirá un elemento de atracción para medianas superficies, las cuales terminarán ubicándose en sus alrededores (De Mendoza y Galán, 1995).

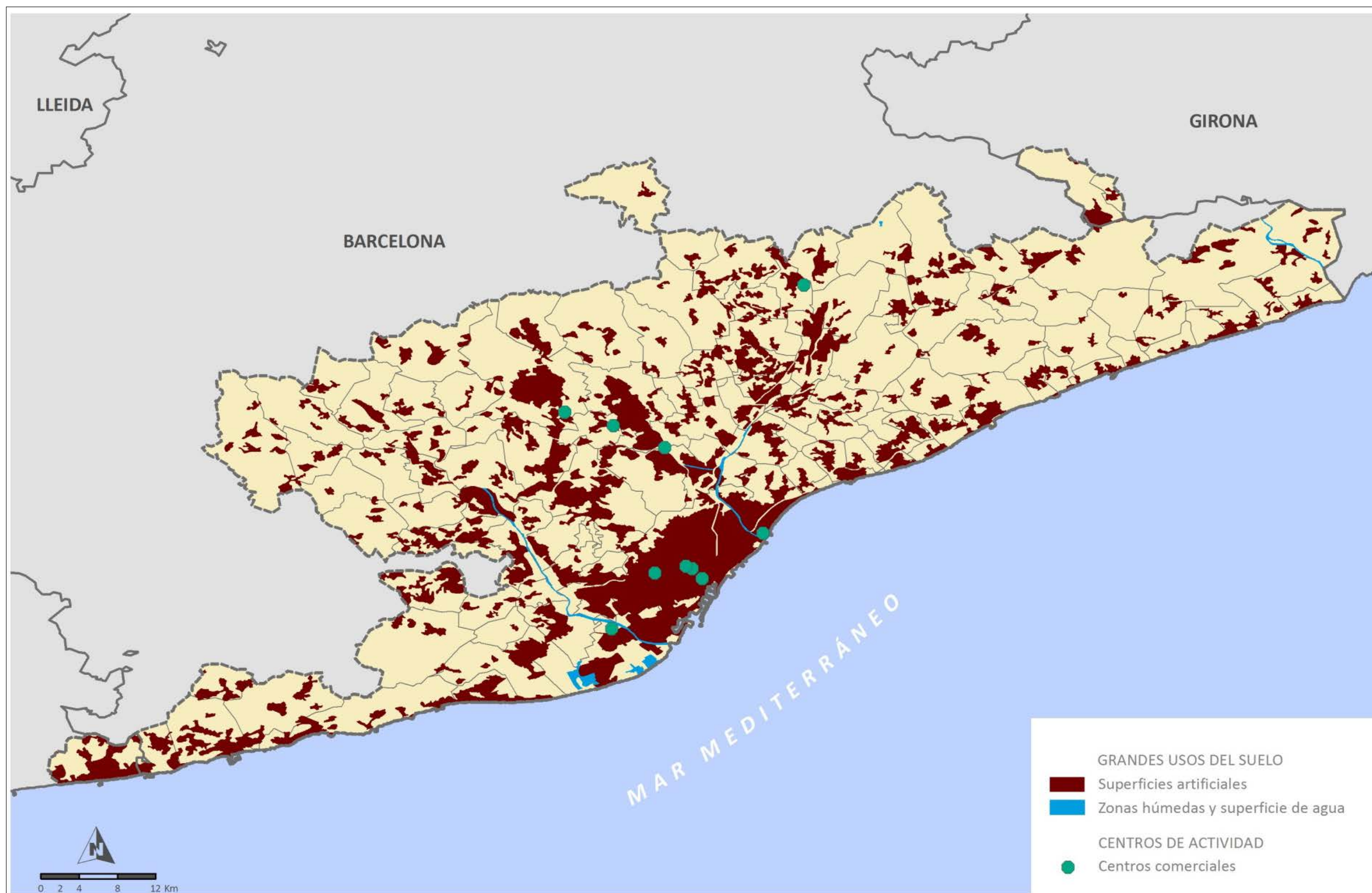
Entre todas las actividades económicas, la comercial asociada a grandes equipamientos es la que mayor capacidad demuestra de afección al territorio catalán a juzgar por la compleja trayectoria seguida por su normativa reguladora en un período de tiempo relativamente corto. Los GEC en Cataluña han sido objeto, desde 1987, de numerosos marcos normativos y modificaciones de éstos la mayoría de las veces esgrimiendo motivos de índole territorial. Si la primera legislación al respecto, la *Ley 3/1987 de equipamientos comerciales*, pretendía una coexistencia equilibrada entre pequeños, medianos y grandes comercios dados los efectos socioeconómicos negativos de estos últimos sobre los demás, el resto de leyes y decretos promulgados con posterioridad van a considerar, en mayor o menor medida, el potencial impacto territorial de los grandes formatos.

El resto del siglo XX, el crecimiento es más lento en toda la Región, si bien el mayor aumento demográfico relativo se sucederá en los municipios de menor tamaño, más periféricos, donde se han concentrado polígonos industriales y centros logísticos simultaneados con bloques de pisos de discretas calidades (Pujadas, 2009). Hasta estas localidades se extenderá en poco tiempo el formato comercial del hipermercado sin menoscabo de que, en el Baix Llobregat, se reconviertan a usos terciarios antiguos polígonos industriales de Sant Boi, Villadecans o Gavà, en las proximidades de la autopista C-32 (Font y Vecslir, 2008). A tenor de ello aparecería el parque comercial Barnasud, en funcionamiento desde 1995. Un año más tarde abriría sus puertas en Badalona el primer Ikea de la Península Ibérica a pie de la B-20, en el polígono industrial Montigalà. Otras implantaciones de GEC tendrían lugar mediante la terciarización de polígonos a lo largo de la costa del Maresme, entre Poble Nou y Malgrat (C-32) o entre Villadecavalls y Montcada (C-58 y N-150) (ibíd.).

Adicionalmente, en la década de los 90, se manifiestan dos realidades territoriales importantes: por un lado, la consolidación de las continuidades Molins de Rei-Cornellà y Palau Solità-Mollet y, por otro, la detención de la proliferación de urbanizaciones aisladas con la colmatación de las existentes (Carreras, Otero y Ruiz i Almar, 2013). La elevada población que ya se presenta en la primera corona metropolitana favorece múltiples aperturas de centros

comerciales en ella, a la par que en el centro urbano aparecen, aunque tímidamente, fórmulas híbridas entre galería comercial y centro comercial, como los establecimientos L'Illa y Barcelona Glòries (De Mendoza y Galán, 1995) (Figura 5.12)

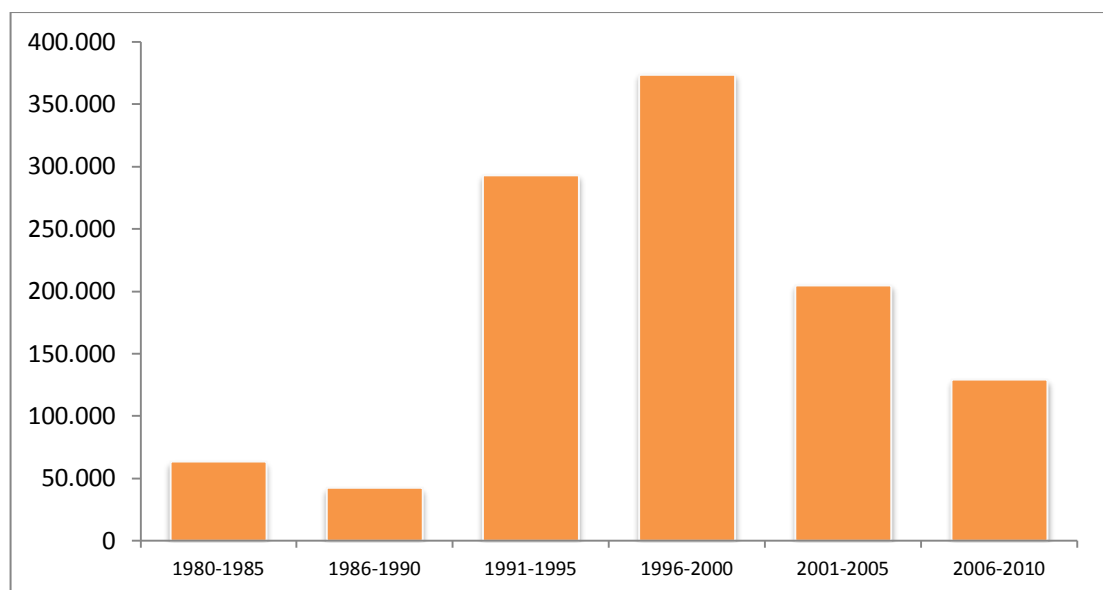
Figura 5.12.- Centros comerciales en la Región Metropolitana de Barcelona en 1990



FUENTE: IGN y MoviTraIII. Elaboración propia.

La Ley 1/1997 de equipamientos comerciales, que deroga la Ley 3/1987 de equipamientos comerciales, mostrará preocupación, además de por la afección al pequeño y mediano comercio, por su ordenación espacial en tejido urbano, considerando a la actividad comercial como eje del equilibrio territorial catalán. Los GEC, que estaban experimentando una potente efervescencia desde unos años atrás (Figura 5.13), son tenidos especialmente en cuenta por su papel de absorción del pequeño comercio. A raíz de esta normativa aparecerían por primera vez sobre la mesa determinados instrumentos como el *Plan Territorial Sectorial de Equipamientos Comerciales (PTSEC)* o el *Programa de Orientación para Equipamientos Comerciales (POEC)*, además de la correspondiente licencia comercial autonómica, vinculante y preceptiva a la licencia urbanística municipal, que evaluaba aspectos de tipo económico y de afección al pequeño comercio existente. El primer PTSEC tenía como objetivo la regulación de las implantaciones detallistas en las grandes superficies para equilibrar la oferta de las distintas formas de distribución y la satisfacción de la demanda.

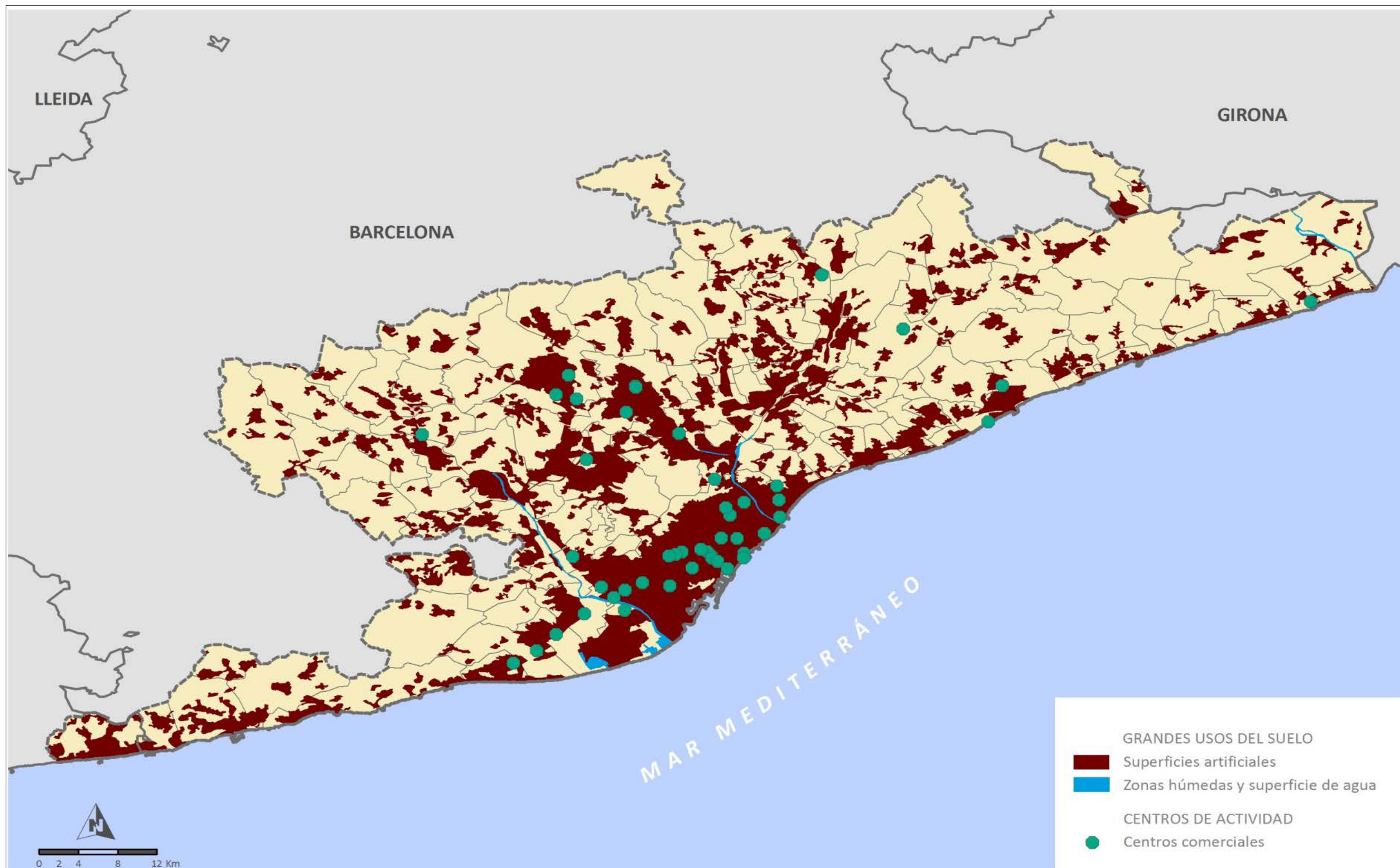
Figura 5.13.- Incremento de SBA (m²) debido a GEC en la Región Metropolitana de Barcelona hasta 2010



FUENTE: MoviTraIII. Elaboración propia.

En los albores del siglo XXI, la jerarquía urbana invertida persiste (Pujadas, 2009), en tanto que Barcelona y otras ciudades principales continúan con una tasa de crecimiento inferior a la de otros municipios más pequeños, si bien comienzan a recuperar población dado, sobretodo, el alto volumen de inmigración que se recepciona. Pese a que la urbanización, en términos globales, disminuye con respecto a las décadas anteriores, los nuevos crecimientos que se originan -con especial intensidad en la segunda corona metropolitana- lo hacen atendiendo al criterio de contigüidad con la trama municipal consolidada, sintonizando con el modelo de ciudad compacta (Carreras, Otero y Ruiz i Almar, 2013). De este modo, en el preludio de la segunda década del XXI, la Región Metropolitana de Barcelona muestra una ciudad principal conurbada por un continuo urbano saturado y de alta densidad, con gran dotación terciaria, bajo las fórmulas de hipermercados y centros comerciales, en contacto con una segunda franja, conformada por municipios de menor rango jerárquico, que aparece fuertemente definida y poblada, con una creciente oferta comercial en grandes establecimientos (Figura 5.14).

Figura 5.14.- Centros comerciales en la Región Metropolitana de Barcelona en 2006



FUENTE: IGN y MoviTraIII. Elaboración propia.

5.4.5. Las respuestas públicas ante el desajuste territorial

El daño provocado por los grandes formatos comerciales al medioambiente, la ordenación del territorio y el comercio tradicional motiva a la Generalidad a crear la *Ley 16/2000 del Impuesto sobre Grandes Establecimientos Comerciales*³⁶, una tasa establecida años después de forma idéntica, a semejanza de Cataluña, por Navarra y Asturias (Ruiz y Zornoza, 2004), a las que seguirían Canarias y La Rioja. En realidad, con estos impuestos se persigue la protección del comercio minorista tradicional, pues los ingresos por este tributo se destinan en exclusiva a financiar medidas de apoyo al mismo, actuando entonces el entorno como *coartada ideológica* que justifica las pretensiones reales del legislador (Villarejo, 2007). La *Ley 17/2000 de Equipamientos Comerciales*, que deroga la del año 1997, insiste nuevamente en la necesidad de atender a la modernización y reestructuración del comercio urbano, eje del equilibrio territorial, especialmente en lo que respecta a grandes superficies. El amplio despliegue de instrumentos que realiza esta *Ley* contiene, como ya ocurriese con la anterior, un PTSEC y un POEC, juntamente con el mantenimiento de las licencias comerciales autonómicas. El nuevo PTSEC se preocupaba, entre otros aspectos, por la correcta distribución de la oferta comercial para evitar desplazamientos innecesarios.

Con el cambio político acontecido en 2003, el gobierno autonómico toma conciencia de la desprotección ambiental, territorial y social que había padecido la Comunidad durante las décadas previas, caracterizadas por un desarrollismo acelerado sin precedentes, observándose en consecuencia importantes afecciones en la movilidad, el consumo exacerbado de suelo y diferencias sociales inaceptables (Nel.lo, 2010). El nuevo gobierno regional entiende que la

³⁶ M. M. Razquín (2001) advierte una discrepancia entre el concepto de GEC de esta *Ley* y la *17/2000 de equipamientos comerciales* pues en la primera, a diferencia de en la segunda, la definición únicamente incluye los de tipo individual (excluyendo a los colectivos), se supedita exclusivamente a su superficie (despreciando el tamaño de la población) y considera sólo a los detallistas exceptuando explícitamente a los individuales dedicados a la jardinería, la venta de vehículos, materiales para la construcción, maquinaria y suministros industriales. En 2015, la Generalidad anuncia que extenderá el gravamen a los colectivos al considerar que, a diferencia del año 2000, son ya muy numerosos y producen los mismos efectos (todo ello enmarcado en el pronunciamiento de la UE, que considera en todas las Comunidades Autónomas que la medida es discriminatoria con respecto a otras formas de comercio).

dilación temporal en el planeamiento territorial y la planificación urbanística no puede continuar, motivo por el cual, en un esfuerzo inaudito, urge a las instancias oportunas a la elaboración del resto de Planes Parciales. Paradójicamente, en vez de tomar como referencia para tal cometido el ya mencionado *Plan Territorial General* de 1995, al objeto de una mayor prontitud en la proposición de medidas concretas, establece en 2004 el *Programa de Planeamiento Territorial*.

El nuevo marco de ordenación se caracteriza por adoptar criterios tales como la búsqueda de la compacidad, la integración de asentamientos o la preservación de los suelos no urbanizables. Los planeamientos parciales que se elaboren, en consecuencia, preverán el refuerzo de la red policéntrica de ciudades y la mejora de comunicaciones de los asentamientos rurales, reprobando por inadecuados los asentamientos modernos inconexos a las tramas urbanas. Las áreas especializadas, en la misma línea, deben atender al criterio de contigüidad física con el entramado existente y el transporte público ha de robustecerse mediante infraestructuras de movilidad urbana asentadas sobre el ferrocarril, más sostenible que el transporte motorizado. En dichos planes se estipula la regulación de espacios abiertos y los sistemas de asentamientos e infraestructuras, si bien dejan sin cobertura aspectos relevantes como son los sistemas generales o la localización de grandes equipamientos públicos y privados, entre ellos los comerciales, al entender junto a su inexperiencia que son competencia interadministrativa (Nel.lo, 2010).

En 2004, se impone en Cataluña una moratoria que retardará la aparición de muchos de los nuevos centros comerciales. Tal medida, de un año de duración, se establece mientras entra en vigor la nueva normativa sectorial: la *Ley 18/2005 de equipamientos comerciales*. Este nuevo contexto normativo trasluce una componente territorial aún más profunda que sus antecesoras, reflejando así la inquietud del momento en la política autonómica. En efecto, es deseo de este marco normativo la búsqueda imperiosa de la ciudad compacta, evitando la dispersión de los grandes equipamientos, motivo por el cual se generarán de nuevo los PTSEC y POEC, complementados por las correspondientes

licencias autonómicas y planes de dinamización de comercio urbano, entre otras prescripciones. El afán regulatorio de los GEC por parte de la Generalitat se muestra en el hecho de que el nuevo PTSEC cartografe municipalmente las parcelas concretas destinadas a implantaciones de mediana o gran superficie comercial (Figura 5.15).

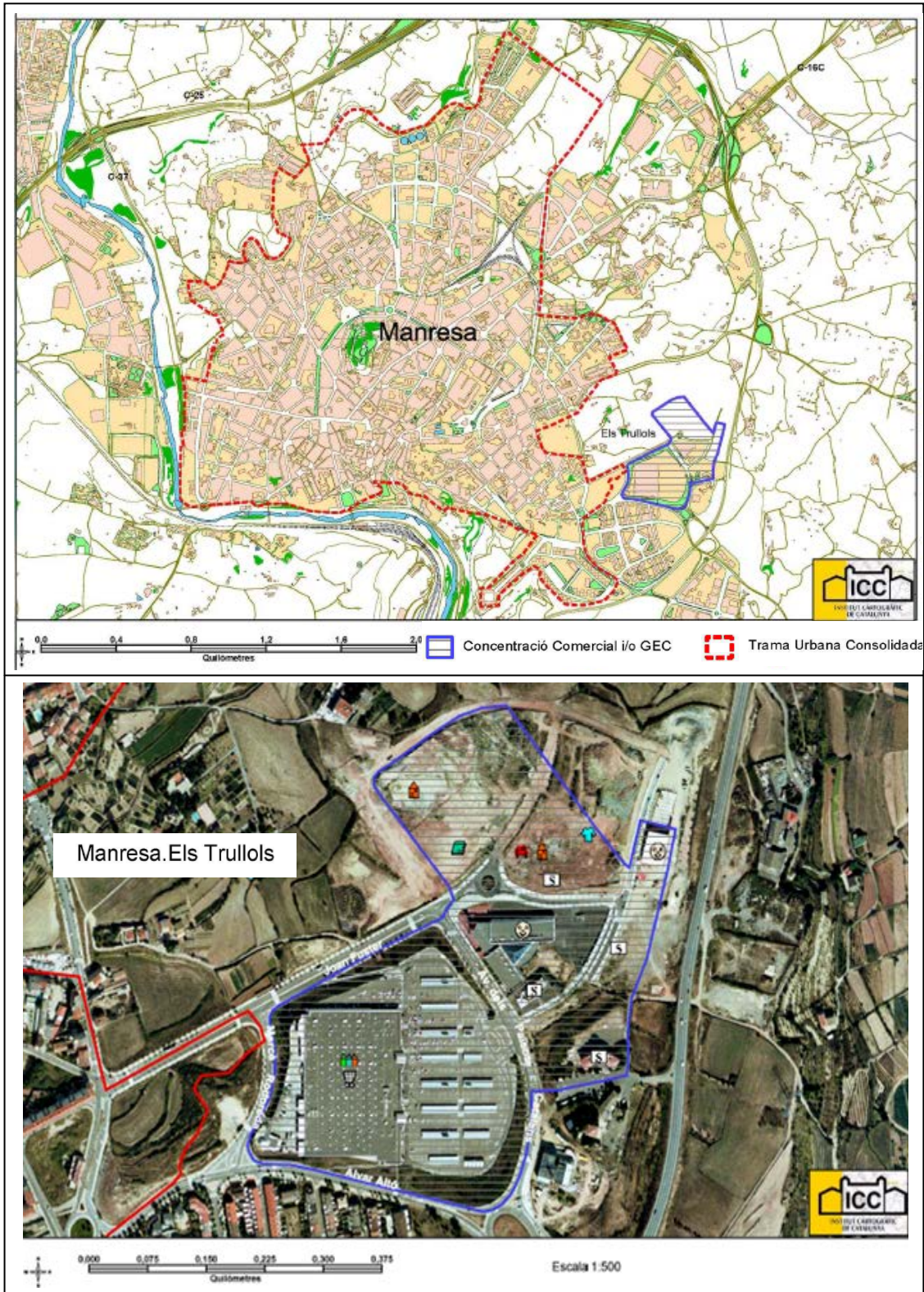
5.4.6. Las vicisitudes en la ambición de planeamiento

La transposición al ordenamiento jurídico autonómico de la *Directiva 2001/42/CE relativa a la evolución de los efectos de determinados planes y programas sobre el medioambiente (Directiva de Servicios)* se supedita, además de a la propia evaluación estratégica de carácter ambiental de tales instrumentos que exige la norma europea, al ajuste a la normativa urbanística y de planeamiento territorial existente mediante la figura del *informe urbanístico y territorial*. Adicionalmente, en su preocupación por el descenso de la política territorial hasta la última de sus escalas, la Generalitat asume en 2010 la elaboración de los documentos de planificación municipal de aquellas localidades que aún no las tienen (Nel.lo, 2010). De este modo, la decisión del gobierno autonómico supone la aplicación fidedigna, en buena parte del territorio, de su política territorial.

Según se desprende del marco normativo territorial, los instrumentos de planificación urbana de municipios superiores a los 5.000 habitantes son los encargados de establecer las Tramas Urbanas Consolidadas (TUC), que son los espacios donde de forma ordinaria se pueden localizar, según contempla la normativa sectorial, los equipamientos comerciales. La instalación de un equipamiento fuera de una TUC es regulada de manera especial y restrictiva, con aprobación en la instancia autonómica, siendo exigibles los principios generales de la continuidad espacial y la movilidad sostenible. La *Ley 18/2005* circunscribe las implantaciones a las TUC: con carácter obligatorio, las nuevas instalaciones de medianos y grandes comercios se llevarán a cabo dentro de la TUC en municipios capitales de comarca, que tengan más de 5.000 habitantes o asimilable (según

parámetros estadísticos), existiendo una excepción para su implantación fuera de TUC a la que se va a acoger un buen número de nuevas aperturas.

Figura 5.15.- Parcelación en el municipio de Manresa en el PTSEC de 2006



FUENTE: PTSEC 2006.

Diversos promotores comerciales, fundamentalmente pertenecientes al formato de hipermercados, constatando la imposibilidad de nuevas aperturas en Cataluña -lo cual contradice el principio de libertad de establecimiento recogido en la *Directiva de Servicios*- formalizan denuncia ante el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE), dictando sentencia en la que, en efecto, se afirma que en el marco normativo existen restricciones a la libertad de establecimiento (la cuestión de la implantación es sólo una de las denunciadas)³⁷. Como consecuencia, el TJUE se plantea si existe justificación para las mismas en términos diferentes al económico (territorial, medioambiental...) y si, en caso de existir, responde a los principios de adecuación y proporcionalidad³⁸. Finalmente, las restricciones de implantación fuera de TUC son consideradas improcedentes dado que, pese a que pudieran estar justificadas en orden a la preservación territorial y medioambiental, sus motivaciones justificantes no aparecen recogidas en la alegación que realizó España.

El *Decreto-Ley 1/2009 de ordenación de los equipamientos comerciales*, llamado a trasponer al ordenamiento catalán la *Directiva de Servicios* y en vigor antes de ver la luz la sentencia del TJUE sobre su normativa precedente, mantiene la prohibición, salvo el procedimiento de excepcionalidad, de implantaciones fuera de TUC. A la vista de la sentencia en 2011, el *Decreto-Ley* será sustituido por la *Ley 2/2014 de medidas fiscales, administrativas, financieras y del sector público*, que va a admitir con cierta flexibilidad la posibilidad de mantener excepciones fuera de la TUC. La *Disposición Transitoria* aprobada seguidamente inviabiliza la mayor amplitud del nuevo marco.

³⁷ Considera que son contrarias a la libertad de establecimiento: las disposiciones de limitación de zonas disponibles y tamaños permitidos, la necesidad de supeditación a la oferta existente y el grado de desarrollo de la empresa, y la obligatoriedad de consulta con un comité de comerciantes minoristas locales. Se arguye que se está logrando obstaculizar y hacer menos atractivo el ejercicio, por parte de operadores económicos de otros Estados miembros, de sus actividades en el territorio de la Comunidad Autónoma de Cataluña, afectando así a su establecimiento en el mercado español (TJUE, 2011, Asunto C-400/08).

³⁸ Significa que deben ser apropiadas para alcanzar el objetivo perseguido, que se justifique por el legislador la inexistencia de otras medidas igual de eficientes pero menos gravosas para la libertad de establecimiento y sean equilibradas una vez comparado el rango de los bienes y principios jurídicamente protegidos que están en conflicto (Blázquez, 2011).

A finales del año 2014, al objeto de evitar los efectos de un recurso de inconstitucionalidad, tiene lugar la aprobación del *Decreto-Ley 7/2014 por el que se elimina* (del *Decreto Ley 1/2009*) toda alusión a esa excepcionalidad, esto es, tanto la letra b) del apartado 3 como el segundo párrafo del apartado 4 pertenecientes al artículo 9. Con este nuevo giro, toma cuerpo legal la obligación de implantación dentro de las TUC, justificada por el legislador aduciendo que la pauta de implantación a que se refiere responde al interés por la preservación del territorio, medioambiente y movilidad, lo que coadyuva a la protección del modelo comercial mediterráneo, que es su finalidad última. Tales argumentos pueden ser compatibles con la *Directiva de Servicios* y la legislación estatal básica, siempre y cuando sean adecuados, proporcionados, no discriminatorios y, además, respondan a razones imperiosas de interés general tales como: el orden público, la seguridad y salud pública y/o la protección del medio ambiente. La Generalidad desobedece las prescripciones de la Directiva y del TJUE (Menéndez&Asociados, 2015), ya que conoce que las restricciones que pretende aplicar no son imperiosamente de interés general pues el *Decreto-Ley*, en su motivación, expone la intencionalidad de preservación del pequeño comercio. En septiembre de 2015, el Gobierno Central interpone recurso ante el Tribunal Constitucional por este asunto que, a fecha de cierre de esta investigación, aun no ha sido resuelto. Así las cosas, la posibilidad de implantación en Cataluña fuera de la TUC es inexistente desde 2005, aunque sólo en el plano teórico (Figura 5.15). La concesión de licencia comercial autonómica sigue siendo requisito *sine qua non*, aunque su denegación sólo puede estar fundamentada bien en el incumplimiento del planeamiento vigente, bien en la afección negativa al territorio o el medioambiente (en ningún caso pueden esgrimirse motivos de carácter económico).

Tabla 5.3.- Aperturas de GEC en la Región Metropolitana de Barcelona 1995-2011

AÑO APERTURA	MUNICIPIO	DENOMINACIÓN	¿TUC?
1995	Gavá	BARNASUD	NO
	Cabrera de Mar	CARREFOUR CABRERA	NO
	Barcelona	GLORIES	SI
	Barcelona	MAREMAGNUM	SI
1996	Barcelona	MARINA VILLAGE,MODA SHOPPING PORT OLIMPIC	SI
	Hospitalet	EL CENTRE DE LA VILA	SI
	Sant Cugat	LA FARGA SANT CUGAT	NO
1997	Sant Boi	ALCAMPO SANT BOI	NO
	Terrasa	EROSKI TARRASA	SÍ
	Abredera	MONTSERRAT CENTRE-ABRERA	NO
1998	Barcelona	EL TRIANGLE	SÍ
	La Roca del Vallés	LA ROCA VILLAGE	NO
	Terrasa	PARC VALLES	NO
2000	Montcada i Reixac	CAN CUYAS	NO
	Barcelona	LA MAQUINISTA	SI
	Mataró	MATARO PARC	NO
2001	Barcelona	DIAGONAL MAR	SI
	Barcelona	HERON CITY BARCELONA	SI
2002	Hospitalet	GRAN VÍA 2	SI
2005	Castelldefels	L'ÀNEC BLAU	NO
2008	Badalona	MAGIC BADALONA	SI
2009	Viladecans	VILAMARINA	NO
2010	Cornellá	SPLAU	NO
2011	Barcelona	ARENAS	SI

FUENTE: MoviTraIII. Elaboración propia.

5.4.7. El planeamiento urbanístico metropolitano

El área metropolitana de Barcelona, en virtud del artículo 93 del Estatuto de Autonomía que indica, acerca del fundamento de los entes locales supramunicipales, el *reconocimiento de las áreas metropolitanas*, se constituye legalmente en un territorio con gobierno local de carácter supramunicipal: el gobierno metropolitano, que se rige por la *Ley 31/2010 del Área Metropolitana de Barcelona*. Según ésta, la institucionalización del espacio metropolitano responde a la voluntad de mejorar la eficiencia y eficacia de las administraciones que actúan

en el territorio metropolitano, garantizando la prestación de unos servicios públicos de calidad, mediante la configuración de una administración próxima y capaz de incrementar la implicación y participación ciudadana en una realidad de continuidad urbana, densidad demográfica y características económicas y sociales que lo hagan necesario. En este sentido, la presente ley viene a derogar la Ley 7/1987, por la que se establecen y regulan actuaciones públicas especiales en la conurbación de Barcelona y en las comarcas comprendidas dentro de su zona de influencia directa, aunque da continuidad a sus objetivos.

Del corpus normativo se desprende un firme propósito de refrendar los criterios establecidos en la ley territorial de la Comunidad así como la búsqueda del consenso en las actuaciones que, en materia urbanística, desarrollan los diferentes ayuntamientos (urbanismo integrado), ateniéndose a lo dispuesto para este ámbito territorial por los planes directores urbanísticos de la Generalidad. A consecuencia de ello, la Ley presta especial atención a la adecuación de los programas de actuación urbanística al *Plan de Ordenación Urbanística Metropolitano*, al que deberán obedecer (art. 27.3). Tal documento posee el mismo nivel de detalle que un PGOU (art. 27.1) y establece la clasificación de urbano consolidado y no consolidado juntamente con los criterios para llevarla a cabo. En ningún caso la Ley atribuye potestad a los ayuntamientos para reclasificar suelos de no urbanizable a urbanizable, tan sólo acepta cambios dentro de esta segunda categoría (art. 28.3.b). Además, el documento jurídico, uno de cuyos principios rectores es la solidaridad y equilibrio territorial, se atribuye la facultad de la intervención pública en la actividad económica que establece la legislación de régimen local, participando en la formulación de planes territoriales sectoriales que puedan afectar al Área.

5.4.8. Consideraciones

La larga trayectoria seguida en la Región Metropolitana de Barcelona por parte de la normativa de carácter territorial y comercial así como por los fenómenos urbanos, económicos y comerciales, permiten evidenciar las fortalezas y debilidades intrínsecas de dicho territorio juntamente con las

amenazas y oportunidades que le sobrevienen desde el mercado, los factores económicos globales o el contexto institucional exterior.

ANÁLISIS DE LOS FACTORES INTERNOS

DEBILIDADES

- *Tardanza y desinterés en los instrumentos de planeamiento territorial.*

Se constata una excesiva dilatación temporal en la aparición de los documentos de planeamiento desde que fuese aprobada, en 1983, la ley que sirve de marco para la ordenación del territorio en Cataluña (*Ley de Política Territorial de Cataluña*). En efecto, el *Plan General* aparece 12 años más tarde, en 1995, siendo obviado en 2004 por el *Programa de Planeamiento Territorial* con vistas a acelerar el proceso de generación de sus instrumentos derivados. Sin embargo, hubo que esperar hasta 2010 (6 años) para ver el plan parcial para el Área Metropolitana de Barcelona, sin duda uno de los más necesarios dada la gran presión antrópica bajo la que se encuentra este territorio. Este instrumento de planeamiento llega tarde al haberse producido ya un importante deterioro ambiental y funcional del espacio metropolitano. Además, no adopta medida especial alguna sobre la capacidad estructuradora de una de las mayores actividades con incidencia en la ordenación del territorio como son los GEC. La tardanza en la gestión general del territorio por parte de la Generalidad, sin proponer pautas para una de las actividades con más incidencia sobre el mismo, revela un desentendimiento de la Administración Pública por llevar a cabo una de las prácticas más cruciales para el desarrollo sostenible y la mejora de la calidad de vida de sus ciudadanos.

- *Empleo de la cuestión territorial para la consecución de objetivos de tipo sectorial.*

La negativa repercusión de las nuevas fórmulas comerciales sobre el tejido tradicional es un hecho que ha acompañado a la legislación sectorial catalana desde su nacimiento en 1987, revistiendo mayor importancia en los

sucesivos textos normativos a medida que avanza el despliegue de GEC en el territorio catalán y especialmente en la Región Metropolitana. Prácticamente desde sus inicios, la legislación en la materia ha perseguido la regulación de la localización de grandes instalaciones con el interés explícito de minimizar o evitar la afección al pequeño comercio, si bien durante el siglo XXI las medidas para paliar el perjuicio a los pequeños comerciales se han robustecido. El impuesto que se establece en el año 2000 para grandes formatos o la moratoria de 2004 a la implantación de los mismos suponen los mejores ejemplos para evidenciar esa intencionalidad. La explicitud del legislador argumentando el interés de la norma por la organización espacial del comercio de cara a la salvaguarda de los intereses de los pequeños, se diluye en los siguientes años al aparecer una fuerte oposición europea en forma de Directiva que impide la consideración de factores económicos para las restricciones de implantación. Ante esto, la legislación comercial catalana pretende camuflar su intención protectora mediante la exposición de motivos eximentes relacionados con la mejora de la ordenación territorial y la protección medioambiental.

- *Inestabilidad de las disposiciones normativas en materia de GEC.*

Frente a las dos leyes comerciales que vieron la luz entre los años 1980 y 2000, se encuentran los numerosos textos normativos que se han venido sucediendo desde este último año y la fecha de cierre de esta investigación. Junto al empeoramiento de la situación de los GEC en lo relativo a la afección del territorio y, sobretodo, al daño al comercio pequeño, se encuentran los episodios de ilegalidad e inconstitucionalidad en los que se han visto inmersas algunas normas desde que apareciera la *Directiva de Servicios*. La situación no satisface a los actores que abogan por una buena gestión del territorio metropolitano, además de distorsionar la imagen que, en materia de moderación de grandes proyectos, se está proyectando internacionalmente sobre Cataluña y, más concretamente, sobre su Región Metropolitana.

FORTALEZAS

- *Omnipresencia de la preocupación por la ciudad compacta.*

En la política territorial, la Generalidad siempre ha apostado porque los crecimientos se realicen dentro o continuando las tramas urbanas existentes, evitándose la dispersión, para favorecer una buena movilidad y un óptimo aprovechamiento de recursos. Esta visión taxativa de la realidad urbana contrasta con la tardanza en la llegada de instrumentos eficaces y concretos, lo cual ha evitado la imposición de este criterio durante los años en los que se ha producido la mayor ocupación de la Región Metropolitana. Sin embargo, la adopción del mismo criterio de preferencia por la trama urbana en la política sectorial comercial –aunque atienda en realidad a otro tipo de intereses- es un hecho esperanzador pues preconiza una distribución futura de los GEC más eficiente que la que se ha producido hasta el momento. Tal aseveración tiene aún más posibilidades de materializarse en el territorio metropolitano al comprobarse que los propósitos surgidos de la legislación territorial se encuentran fuertemente adheridos a la planificación urbanística municipal, en virtud del urbanismo integrado que propicia el *Plan de Ordenación Urbanística Metropolitano*, surgido de la *Ley 31/2010 del Área Metropolitana de Barcelona*, en concordancia a lo dispuesto sobre crecimiento compacto en el *Plan del Área Metropolitana de Barcelona*.

- *Firme apuesta autonómica por las fórmulas tradicionales de comercio.*

Del análisis del marco normativo sectorial en Cataluña se desprende un constante respaldo a los pequeños comercios, sobre todo jurídico pero también económico, por parte de la Generalidad. En efecto, la política catalana, una vez percatada del daño que se le hacía al tejido comercial tradicional, ha buscado la protección de sus negocios ante el desafío que representaba la enorme capacidad de atracción de grandes superficies, ante cuya presencia el pequeño comercio carece de armas para competir. Esta realidad, unida a la potenciación que también ha tenido lugar de las asociaciones de comerciantes y a la mayor conciencia medioambiental de la ciudadanía en general, se erige en una firme

traba para que continúe el ritmo de nuevas aperturas que ha imperado desde la década de los 90.

- *Alta saturación de la oferta y agotamiento de localizaciones estratégicas.*

El amplio despliegue de GEC en los últimos años del siglo XX y primeros del siguiente, ha traído consigo una menor cantidad de suelos disponibles en ubicaciones supraurbanas acordes con las exigencias del sector. De igual modo, la dificultad para encontrar cuotas de mercado suficientes es cada vez mayor al estar saturándose la oferta con el elevado número de implantaciones que ya existen. Sin embargo, debe invocarse, por un lado, la alta capacidad inherente a los GEC para crear suelos urbanos y garantizarse, a partir de ellos, una potencial clientela; por otro, la pérdida de peso del binomio oferta-demanda ante operaciones inmobiliarias sumamente lucrativas para los inversores comerciales.

ANÁLISIS DE LOS FACTORES EXTERNOS

AMENAZAS

- *La reconversión continuada del sector podrá seguir propiciando desarrollo urbano.*

Como ha venido sucediendo, la amplia gama de productos y condiciones de compra que se ofrece en las grandes superficies, supone un reclamo principal para configurar mercados y para la urbanización en las proximidades de los establecimientos. Tanto si dejaran de aparecer nuevas implantaciones (lo cual es altamente improbable) como si las ya existentes quedasen obsoletas, la reconversión de las instalaciones y la mejora de la oferta en las mismas, especialmente la de ocio, puede suponer -en el marco de un mercado globalizado- un nuevo gancho que permita revalorizar la ubicación, con los efectos derivados a nivel de los sectores de la construcción e inmobiliario.

- *La necesidad de conectar con los postulados de un mercado globalizado y globalizador.*

La evolución del comercio revela una gran capacidad de dinamismo y de innovación que excede a las características intrínsecas del propio mercado local. En lugar de eso, son las tendencias globales las que terminan decidiendo las estrategias de mercado con gran independencia de los factores autóctonos. Grandes espacios de centralidad como son las Regiones Metropolitanas, entre ellas la de Barcelona, se muestran altamente receptivos en principio a cuantas iniciativas les sean propuestas a fin de no quedar excluidas en la red global de espacios centrales que tantos beneficios les granjea. De este modo, el territorio metropolitano catalán, como otros de igual relevancia internacional, queda permanentemente expuesto a los imperativos globalizantes del mercado, pudiendo esto introducir distorsiones territoriales.

OPORTUNIDADES

- *Reconversión del sector de los GEC hacia pequeños formatos de proximidad.*

De forma aparente, cada vez más operadores del sector alimentario han reconsiderado la oportunidad de crear grandes instalaciones a la vista de las notables ventajas que supone para el ciudadano realizar la compra en establecimientos cercanos donde el coste de desplazamiento es mínimo y puede prescindirse del uso del vehículo, con las consecuencias positivas derivadas para el medioambiente o la movilidad urbana. De este modo, la presión de los GEC sobre determinadas bolsas de suelo puede verse debilitada en los próximos años juntamente con la clausura de algunos de los hipermercados que vienen funcionando desde hace varias décadas y que, por caer en obsolescencia, restan rentabilidad, prefiriéndose su reubicación en entramado urbano a través de pequeños establecimientos.

- *La aceptación del legislador estatal y europeo de los condicionantes catalanes a los GEC.*

Las restricciones a la implantación de GEC fuera de la TUC en los municipios catalanes que tanto benefician al pequeño comercio también coadyuvan a la sostenibilidad territorial pues evitan la suburbanización y repercuten positivamente sobre los planes de movilidad y sobre la

contaminación ambiental. Puesto que la *Directiva de Servicios* admite la incorporación de criterios de preservación territorial y/o ambiental en las cortapisas a la libre elección de implantación de los GEC, el gobierno catalán podría conservar su marco regulatorio si logra motivar su propuesta en los términos que le son exigidos por las instancias europea y estatal. De ser así, las implantaciones de grandes formatos comerciales en la Región Metropolitana de Barcelona dejarían de ser un problema mayor en su correcta gestión territorial y ambiental.

5.4.9. Síntesis

Los efectos urbanísticos de las migraciones a la gran ciudad de los años 20 del siglo XX desencadenaron la primera preocupación por el planeamiento territorial a semejanza de lo que se venía realizando en el mundo anglosajón, si bien el conflicto civil español motivó el aplazamiento de cualquier intento de ordenación supramunicipal hasta los años 50 a la vista del agravamiento de la problemática espacial debida a las masivas migraciones acaecidas tras el conflicto bélico, que supondrían un notable crecimiento de las periferias y los municipios colindantes con Barcelona, apareciendo entonces los primeros conatos de continuidad en la primera corona metropolitana. Si en el *Plan Comarcal de 1953*, primera aproximación a la realidad metropolitana, se procuró la reorganización de un territorio marcado por intensos procesos de conformación suburbial asignándole unas funcionalidades y una morfología, en el *Plan Director del Área Metropolitana de Barcelona* de 1966 la cuestión organizativa quedó relegada al importante mercado inmobiliario que se abría frente en estos años con las expansiones urbanísticas en la primera corona metropolitana. Junto al *Plan General Metropolitano* de 1976, que seguiría insistiendo en la asignación de estructura y funcionalidad a los nuevos crecimientos, los documentos citados instauran una novedosa concepción de Barcelona al considerar su integración en un conjunto territorial que, con el paso de los años, irá ampliándose y sofisticándose hasta conformar una de las realidades urbanas más complejas del país.

Hasta los años 70, la oferta comercial de Barcelona en grandes establecimientos se reducía a grandes almacenes localizados principalmente en los centros urbanos y los ensanches, y a almacenes populares, que mostraban su predilección por ubicaciones más periféricas. En estos años se produce el primer desembolso de capital extranjero en España en lo que a establecimiento comercial se refiere, con la apertura del gran almacén americano Sears&Roebuck en la gran ciudad, el cual volvería a celebrar su segunda apertura en la urbe catalana varios años más tarde.

En la época de los 70 son numerosos los fenómenos urbanos que se suceden en Barcelona y en su primera corona metropolitana: se producen las colmataciones de las tramas urbanas en paralelo a las expansiones de los límites municipales, se incrementa la población en el conjunto y se producen asentamientos compactos o dispersos siguiendo las importantes carreteras que comienzan a construirse. En estos momentos en los que los municipios que circundan Barcelona comienzan a crecer y a tomar protagonismo, se inician en ellos las implantaciones del exitoso formato de los hipermercados, cuyo primer establecimiento en territorio español se abriría en El Prat de Llobregat junto a la autovía de Castelldefels.

Los años 80 vendrán marcados por la aparición del primer documento jurídico de índole territorial en Cataluña: la *Ley de Política Territorial de Cataluña* en 1983, que es la actualmente vigente. No obstante, hasta 1995 no aparece el *Plan Territorial General de Cataluña* que, en sintonía con la *Ley* de la que nace, va a considerar el crecimiento compacto y la cohesión social entre sus principales objetivos. Durante la década de los 80 se asiste a la consolidación de las conurbaciones entre municipios de la primera corona metropolitana, que ganan importantes efectivos poblacionales, así como a la intensificación de los asentamientos dispersos de carácter axial vinculados a zonas de actividad industrial o terciaria. En estas circunstancias los hipermercados experimentan una notable modernización, rodeándose en múltiples ocasiones de medianas superficies minoristas, y surgen los primeros centros comerciales en los municipios metropolitanos y en la capital (el primero en toda España será el

Baricentro de Barberá del Vallés). Una buena proporción de los centros que se instalan en la capital catalana va a responder a la política de creación de nuevas centralidades en las periferias de la misma, llevada a cabo por el ayuntamiento a fin de evitar el considerable proceso de suburbanización que estaba efectuándose. Así, muchas ubicaciones son facilitadas por el consistorio de cara a robustecer socioeconómicamente determinados ámbitos exteriores de Barcelona.

La situación metropolitana, ya compleja en lo que respecta a los aspectos territoriales y al comercio, es objeto a finales de los 80 de una regulación. Por una parte, la *Ley 7/1987, por la que se establecen y regulan actuaciones públicas especiales en la conurbación de Barcelona y en las comarcas comprendidas dentro de su zona de influencia directa*, auspiciará una política de coordinación intermunicipal en lo que a crecimientos urbanísticos se refiere, consagrando el criterio de la compacidad conforme a lo dispuesto por el marco normativo territorial vigente. Por otro, ese mismo año, nacerá la primera regulación para las grandes superficies (*Ley 3/1987 de equipamientos comerciales*) al producirse ya en estos años una importante merma del comercio tradicional a consecuencia de la presencia sustanciosa de GEC. Desde aquí, la búsqueda del equilibrio en la distribución de todos los formatos comerciales será una constante en las sucesivas legislaciones sectoriales catalanas.

En los años 90, los asentamientos dispersos se detienen y el crecimiento es más sostenido en términos globales, con excepción de lo que sucede en la segunda corona metropolitana, la cual experimentará la mayor expansión histórica produciéndose incluso conurbaciones en su sector oriental y occidental. Es ahora hacia estos municipios, con mayor peso demográfico que en décadas precedentes, adonde concurrirán las miradas estratégicas de los nuevos hipermercados, que abrirán diversos establecimientos. Mientras tanto, la primera corona, ostentadora de un elevado peso demográfico, recibirá una oleada de nuevos centros comerciales a la par que Barcelona capital conocerá los primeros establecimientos híbridos entre centro comercial y galería. La reconversión terciaria de antiguos polígonos industriales en zonas costeras y

localizaciones axiales es otra de las características de la década de los 90, a cuyo término se evidenciará el gran perjuicio causado por las nuevas fórmulas comerciales al tejido comercial tradicional así como la fuerte capacidad de las mismas para intervenir en la estructura del territorio. El nuevo marco comercial: *Ley 1/1997 de equipamientos comerciales*, va a tomar en consideración la distribución espacial de los nuevos formatos de cara a efectuar un reequilibrio de los espacios urbanos (el comercio como eje del equilibrio territorial) así como una menor afección al comercio tradicional.

En los primeros años del siglo XXI, Barcelona y las principales ciudades aminoran considerablemente sus tasas de crecimiento, las cuales son compensadas con una fuerte dinámica inmigratoria, especialmente a raíz de la crisis económica desatada en 2007. En estos momentos, las expansiones urbanas se realizan principalmente atendiendo al criterio de continuidad, en el contexto de ciudad compacta. Con la llegada del nuevo siglo, la Región Metropolitana de Barcelona va a contar con un amplio acervo de instrumentos normativos de índole territorial y sectorial.

Primeramente, la transposición a ordenamiento jurídico autonómico de la *Directiva 2001/42/CE*, que instaba a una evaluación medioambiental de planes y programas, es complementada en Cataluña con la incorporación al proceso evaluador de un informe urbanístico y territorial sobre los mencionados instrumentos. En 2004, a la vista del desgobierno en materia de ordenación territorial que presentaba la Comunidad (pues no se había elaborado ni la planificación parcial ni la sectorial contemplada en el *Plan* de 1995), se efectúa una nueva propuesta que vuelve a poner de manifiesto las importantes afecciones que registra el territorio catalán. Este nuevo documento, denominado *Programa de Planeamiento Territorial*, urge a poner en marcha a corto plazo la elaboración de los instrumentos postergados, asumiendo principios de compatibilidad, integración de asentamientos o preservación de suelos de valor ambiental. A la sazón de esta coyuntura, en 2010, con una demora de 23 años, sería aprobado uno de los planes parciales contemplados en la normativa territorial: el del *Área Metropolitana de Barcelona* que, al igual que la *Ley del Área*

Metropolitana, en vigor desde ese mismo año, estará en concordancia con la planificación sectorial, auspiciando los crecimientos continuados y la coordinación urbanística, entre otros aspectos. El *Plan de Ordenación Urbanística Metropolitano* que recoge la ley metropolitana impide a los municipios la reclasificación de suelos no urbanizables a urbanizables pudiendo, además, entre otras atribuciones, influir en la planificación sectorial sobre el área metropolitana. Sin embargo, el planeamiento sectorial nacido del *Programa de Planeamiento Territorial* no contempla los grandes equipamientos públicos o privados (entre ellos los GEC) al considerarlos de competencia interadministrativa.

Entre las disposiciones de índole sectorial aparecidas con el inicio del siglo XXI se encuentra la *Ley 16/2000 del Impuesto sobre Grandes Establecimientos Comerciales*, que presume de ordenar adecuadamente los mismos dada la distorsión que han introducido en el territorio. En realidad se trata de un auxilio encubierto al pequeño comercio ya que la recaudación resultante se destina a revitalizar la red de pequeños comerciantes. Ese mismo año verá la luz la *Ley 17/2000 de Equipamientos Comerciales*, en la que se apuesta por una modernización del sector en general -dada la evidencia del rol tan importante que desempeña en la persecución del equilibrio territorial catalán- así como por una buena adaptación de la oferta a la demanda en los municipios. En 2004 se producirá una moratoria que imposibilita la apertura de cualquier GEC y que se defiende como necesaria hasta la entrada en vigor de la nueva normativa comercial, la cual sucederá al año siguiente. Tanto el impuesto como la medida prohibitiva que acaban de exponerse, constituyen el comienzo de una férrea apuesta de la Generalidad por el pequeño comercio que se intensificará años más tarde.

El nuevo marco jurídico sectorial aparece con la *Ley 18/2005 de Equipamientos Comerciales*. Como pondrá de relieve su desarrollo mediante el *PTSEC*, se busca afanadamente la supeditación de las localizaciones de los nuevos GEC a la TUC, salvo excepciones, minimizándose su distribución dispersa. Ciertos aspectos de ambos instrumentos de ordenación son objeto de juicio por parte del TJUE por contradecir, supuestamente, la libertad de establecimiento

garantizada por la *Directiva de Servicios*. Entre las medidas que son objeto de evaluación judicial se encuentra la de las restricciones para que un GEC no pueda implantarse, con carácter general, fuera de TUC. Tales restricciones no encuentran justificación en las alegaciones presentadas, aunque pudiesen obtener dispensa si se demostrase que van encaminadas a una mejor práctica de ordenación territorial y la preservación medioambiental, según dispone la sentencia del TJUE emitida en 2011. Previa a esta fecha, acontece la aprobación de un nuevo marco sectorial en Cataluña, el *Decreto-Ley 1/2009 de Ordenación de los Equipamientos Comerciales*, que sigue considerando la imposibilidad de implantación de GEC fuera de TUC salvo casos excepcionales. Puesto que continúa recogiendo lo que la UE prohibirá en 2011, esta *Ley* se considera también vulneradora de la libertad de establecimiento. A razón de ello, la *Ley 2/2014 de medidas fiscales, administrativas, financieras y del sector público*, abrirá la mano para las implantaciones aunque una *Disposición Transitoria*, seguidamente aprobada, dejará sin efecto tal medida. Ese mismo año, ante la amenaza de un recurso de inconstitucionalidad, el *Decreto-Ley 7/2014* elimina la excepcionalidad pero no la obligatoriedad de adaptación a las TUC, la cual es justificada debidamente prestando atención a la motivación que acepta la *Directiva de Servicios* y que recuerda la sentencia del TJUE (motivos de carácter territorial y/o medioambiental pero en ningún caso económicos). Pese a todo, de la exposición de motivos de este último documento normativo, se desprende un claro propósito de salvaguardar al pequeño comercio, lo cual no encontraría alegato alguno con arreglo a la normativa europea de referencia, como pone de manifiesto el recurso elevado al Tribunal Constitucional de España por parte del gobierno de la nación.

Así las cosas, puesto que la normativa territorial a través de sus instrumentos de desarrollo sectorial, tremendamente postergados como se ha comentado, no atiende a la ordenación de GEC y la normativa comercial, o no atiende a la realidad supramunicipal o, si lo hace, es puesta constantemente en entredicho por no ajustarse a Derecho, se puede afirmar que los GEC, al término de la presente investigación, carecen de una regulación territorial taxativa en la

Región Metropolitana de Barcelona, que se ha venido manteniendo durante la sucesión de implantaciones, incluidos los años de la década de los 90 y los primeros del siglo XXI en los que se produce el mayor número de aperturas.

La revisión de la trayectoria de planeamiento territorial catalán revela un aspecto de sumo interés por su singularidad y beneficios para la ordenación: la creación de los planes infraestructurales tiene lugar en paralelo a la generación del planeamiento comercial, lo cual granjea importantes efectos positivos para la Comunidad al producirse una interacción entre la planificación territorial y la sectorial que redundará en el debido ajuste de la segunda a la primera.

Tabla 5.4.- Matriz DAFO de la Región Metropolitana de Barcelona

Factores Internos	
DEBILIDADES	FORTALEZAS
<i>Tardanza y desinterés en los instrumentos de planeamiento territorial</i>	<i>Omnipresencia de la preocupación por la ciudad compacta</i>
<i>Empleo de la cuestión territorial para la consecución de objetivos de tipo sectorial</i>	<i>Firme apuesta autonómica por las fórmulas tradicionales de comercio</i>
<i>Inestabilidad de las disposiciones normativas en materia de GEC</i>	<i>Alta saturación de la oferta y agotamiento de localizaciones estratégicas</i>
Factores externos	
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<i>La reconversión continuada del sector podrá seguir propiciando desarrollo urbano</i>	<i>Reconversión del sector de los GEC hacia pequeños formatos de proximidad</i>
<i>La necesidad de conectar con los postulados de un mercado globalizado y globalizador</i>	<i>La aceptación del legislador estatal y europeo de los condicionantes catalanes a los GEC</i>

FUENTE: Elaboración propia.

5.5. EL ÁREA METROPOLITANA DE SEVILLA³⁹

5.5.1. La composición de un ámbito radioconcéntrico

La aglomeración urbana de Sevilla, uno de los espacios más antropizados y dinámicos de Andalucía, se asienta sobre una superficie de 4.900 Km² ubicada en la parte final del curso medio del río Guadalquivir, que es el principal referente físico de la estructura y que determina, junto con sus afluentes, el perfil topográfico de la misma: amplia llanura central delimitada por dos unidades paisajísticas, esto es, el Aljarafe al Oeste y Los Alcores al Este. Al Área Metropolitana de Sevilla se adscriben 46 términos municipales con 1.450.214 habitantes (Padrón 2007) que hacen de ella la segunda mayor aglomeración urbana del país en cuanto a extensión, tras la de Madrid, pese a que es una de las menos densamente urbanizadas del conjunto nacional, en el que ocupa el cuarto lugar tras Barcelona y Valencia, por este orden. Precisamente, el carácter llano del valle del Guadalquivir al que antes se aludía es el que permite una morfología radioconcéntrica en torno al núcleo principal, Sevilla, capital provincial y centro regional, en un anillo de unos 40 km de radio (Figura 5.16).

La primera corona metropolitana la conforman 22 municipios, y la segunda, más exterior, 24. En ambas, atendiendo sobre todo al grado de articulación con la ciudad central, pueden observarse diversidad de comportamientos demográficos (Caravaca y García García, 2009):

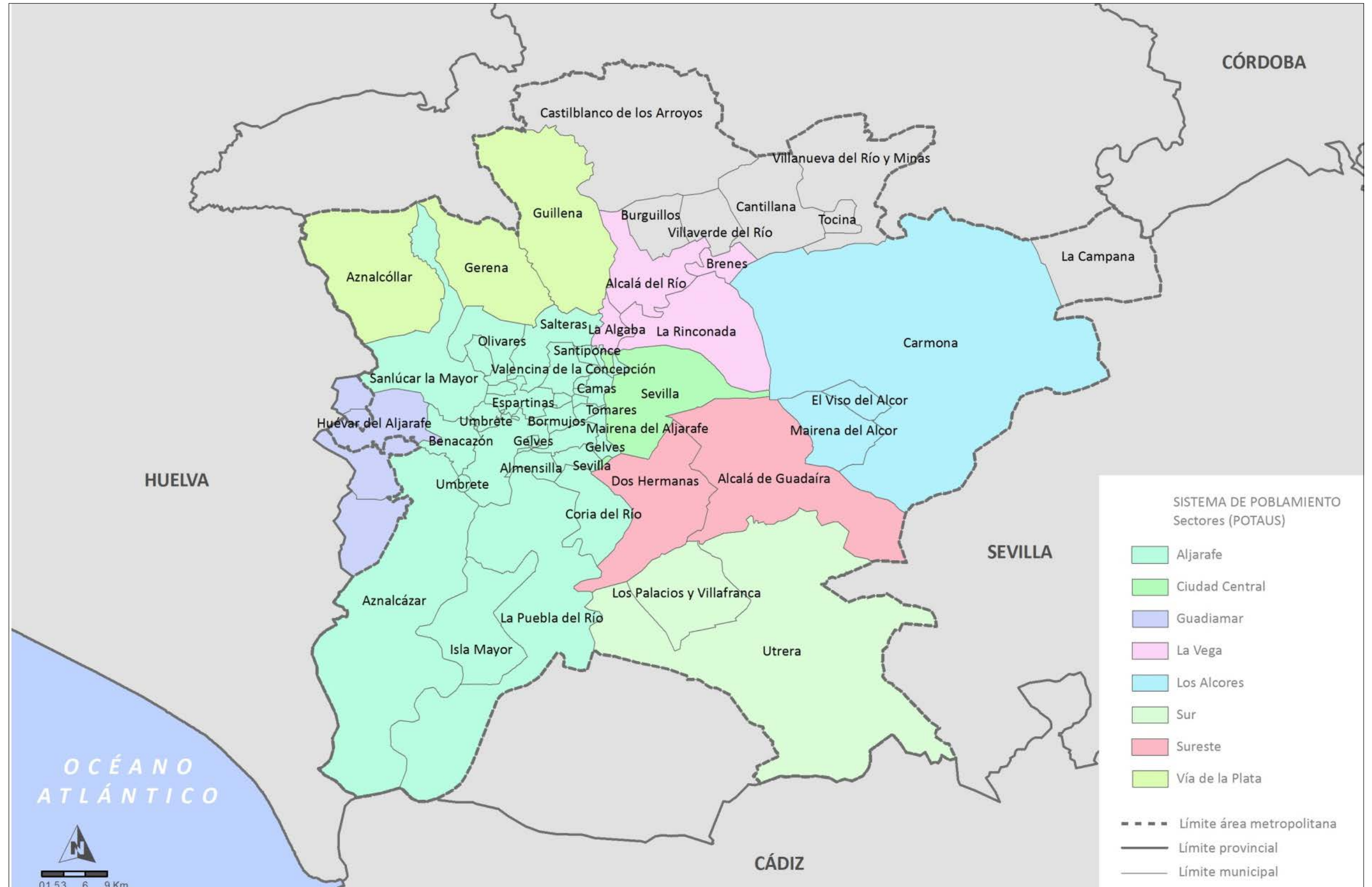
-Localidades con intenso crecimiento entre los años 70 y 90 (Bormujos, Castilleja de la Cuesta, Gines, Mairena del Aljarafe y Tomares).

-Localidades con intenso crecimiento actual: Dos Hermanas, Almensilla, Castilleja de Guzmán, Espartinas, Palomares del Río, Valencina de la Concepción y Gelves. En ellas existe un claro predominio de la urbanización extensiva.

-Localidades con crecimiento sostenido desde los años 80 (Alcalá de Guadaíra y La Rinconada)

³⁹ Para la caracterización morfológica han servido de fuentes J. M. Feria (2000), VV.AA. (2008), *Memoria de Información-POTAUS* (2009) y D. Coq (2012). Para la descripción de la trayectoria seguida por los GEC se ha acudido tanto a A. Vahí (2007) como a A. Vahí y J. M. Feria (2007).

Figura 5.16.- Zonificación del Área Metropolitana de Sevilla



FUENTE: IGN y POTAUS. Elaboración propia.

-Localidades periféricas de la segunda corona que están experimentando tímido crecimiento: Guillena, Mairena del Alcor, Albaida del Aljarafe, Umbrete, Benacazón y Bollullos de la Mitación.

-Localidades con escaso crecimiento desde los años 50: Santiponce, La Algaba, Salteras, Coria del Río y Puebla del Río.

-Localidades estancadas desde los años 70, que fueron las pioneras como dormitorio (Camas, San Juan de Aznalfarache).

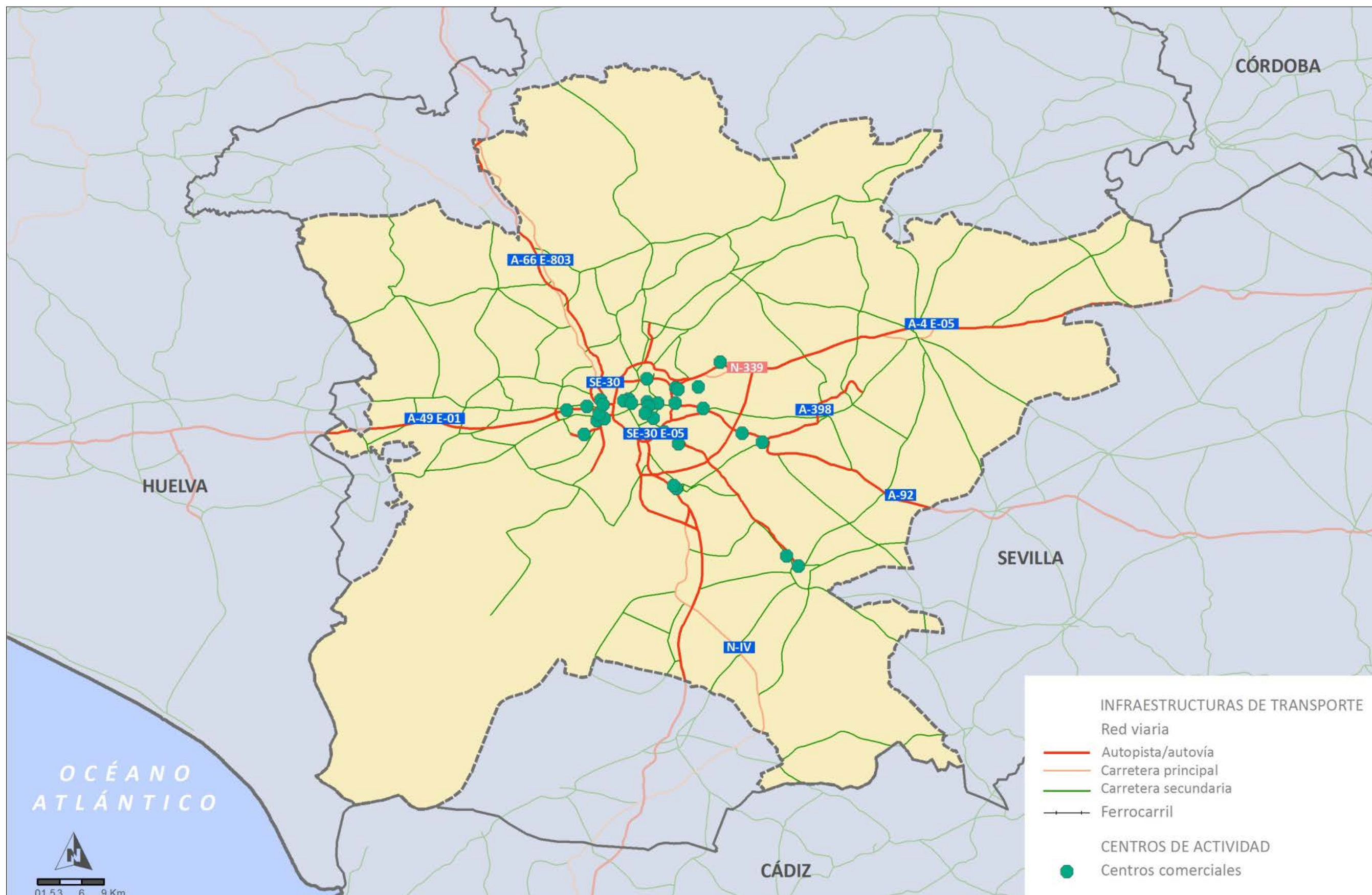
5.5.2. La articulación histórica y la contemporánea

El sistema de transporte es un elemento fundamental para analizar la funcionalidad del territorio metropolitano, dada la capacidad de comunicación interna y externa que otorga. De la época romana datan la vía Augusta, que discurre por el margen del Guadalquivir, y la ruta de la Plata, que comunica hacia el Norte, ambas aún hoy en uso. El río, elemento fundacional de Sevilla, es una vía fluvial de entrada desde el Atlántico que ha granjeado riquezas y prestigio a la ciudad. No puede olvidarse al respecto el monopolio del puerto de Sevilla en las relaciones comerciales con América durante el siglo XVI y principios del XVII, que supuso la entrada excepcional a esta ciudad de grandiosos capitales, convirtiéndola en aquellos tiempos en una de las urbes más importantes del mundo.

Respecto al sistema viario (Figura 5.17), puede afirmarse que el entramado de la aglomeración urbana de Sevilla constituye un nodo principal en la red regional y nacional de carreteras, en el que existe una alta vertebración con el exterior no sólo por el número de trazados sino también porque muchos de estos se corresponden a distribuidores de alta capacidad. Todos ellos se disponen radialmente y están articulados por la SE-30 o ronda de circunvalación de la capital, que acapara las mayores densidades de tráfico de la aglomeración urbana y que se está viendo progresiva y lentamente complementada por la segunda circunvalación, SE-40, con vocación de paliar la congestión -y por ende,

la falta de funcionalidad- que presenta la primera tanto en territorio urbano como en metropolitano, asumiendo parte de su tráfico rodado, especialmente el de vehículos pesados. Junto a la circunvalación, los ejes viarios de comunicación exterior están integrados por diversas autovías. Por una parte, la A-4 o Autovía del Sur, una de las seis autovías radiales que parten desde Madrid, comunicando con Sevilla atravesando Castilla-La Mancha, Jaén o Córdoba. Aunque continúa hasta Cádiz, desde Sevilla se aprovecha la existencia de una autopista de peaje, existiendo aún el tramo sin desdoblarse de la antigua N-IV (sobre la que se construye la autovía) entre Dos Hermanas y Jerez de la Frontera. Por otro lado, la A-92 es la autovía que conecta Sevilla con el Este andaluz, llegando hasta Almería atravesando Málaga y Granada. La A-49 sirve de conexión hacia el Oeste, comunicando con Huelva y el Algarve portugués. Sobre el trazado de la antigua vía de la Plata se sitúa la autovía A-66 que, hacia el Norte, se prolonga hasta Extremadura, Castilla-León, Asturias y Galicia.

Figura 5.17.- Distribución de Infraestructuras de transporte y centros comerciales (2006) en el Área Metropolitana de Sevilla



FUENTE: IGN y MoviTraIII. Elaboración propia.

5.5.3. La preponderancia del centro urbano y la primera expansión

Hasta los años 70 del siglo XX, los municipios del Área Metropolitana conservan una economía fundamentalmente agraria, dependiente del olivo y el viñedo en el Aljarafe, el cereal en Los Alcores o las hortalizas y frutas en los pueblos de la Vega (VV.AA., 2010). El centro urbano sevillano constituye el espacio de comercialización de buena parte de esos productos agrícolas producidos en los pueblos, siendo el referente comercial para Sevilla y su Área Metropolitana hasta bien entrado el siglo XX, aglutinando asimismo los grandes equipamientos administrativos, educativos, sanitarios y comerciales (Vahí y Feria, 2007). La potencia de los centros históricos andaluces, en términos generales, los convierte en los principales espacios para los grandes almacenes y tiendas especializadas hasta el comienzo de los años 70, circunstancia esta que ha dado lugar a innovaciones arquitectónicas y a actuaciones urbanísticas con grave perjuicio al patrimonio e imagen de los centros históricos (Vahí, 2007) (Figura 5.18).

Los ensanches de Sevilla, al disponer de suelos más baratos que el centro junto a mejores posibilidades de acceso, se convierten desde el último tercio del siglo XX en oportunas ubicaciones para una buena parte de los grandes almacenes y centros comerciales. En cambio, las periferias, enclaves tradicionalmente agrícolas, comienzan a atraer, especialmente desde finales de los años 60, actividades de almacenaje, logística, venta mayorista, concesionarios... (Vahí, 2007). Claros ejemplos de ello lo constituyen el arco formado por Torreblanca-Sevilla Este-Pinomontano o el corredor de la N-IV entre Sevilla y Dos Hermanas. No debe olvidarse que estos espacios también constituyeron el destino en los mismos años de numerosas actividades industriales de los Polos de Desarrollo sevillanos. En efecto, en la década de los 60 se constituye uno en el triángulo comprendido entre los municipios de Alcalá de Guadaíra, Dos Hermanas y Sevilla que termina por desatar un crecimiento metropolitano en las afueras de Sevilla capital consolidado a mediados de los años 80 (Coq, 2012).

Figura 5.18.- El Corte Inglés reemplaza en 1968 al Palacio de los Sánchez-Dalp, ubicado en la Plaza del Duque de la Victoria (Sevilla)



FUENTE: Ayuntamiento de Sevilla.

La solidez del fenómeno metropolitano en estos momentos, que se expande hasta los municipios circundantes a Sevilla, motiva que en 1974 el Ministerio de la Vivienda apruebe en aras a su regulación el *Avance del Plan de Ordenación de la Comarca de Sevilla*. El documento propone la creación de 8 Unidades Urbanas, mancomunidades de municipios con un marco competencial muy amplio, capaces de ser autónomas con respecto al núcleo central, dotándolas de importante funcionalidad a fin de descongestionar la capital. El punto de partida era la saturación de Sevilla, que presentaba casi todos sus suelos ocupados (VV.AA., 2008), debiendo asumir, por tanto, únicamente aquellas funciones no susceptibles de implantar en subcentros. Entre los equipamientos que pretendían implantarse en las Unidades estaban los sanitarios, los educativos, los culturales y también los comerciales. Los *Planes Generales Urbanos* de cada Unidad se desarrollarían una vez se dispusiera de una ordenación metropolitana, a fin de acomodarlos a ésta, habida cuenta de que muchos de los problemas urbanos sólo encontraban eficaz solución en la escala supramunicipal. Además, el *Avance* incluía espacios libres, con la intención de preservar valores ambientales e impedir la conurbación, previendo además redes de carreteras para interconectar todos los ámbitos resultantes. La proposición no llegó a desarrollarse cayendo en el olvido al coincidir con la Transición, constituyendo, de todos modos, un documento relevante al abordar una primera gran reflexión sobre la dimensión metropolitana de Sevilla.

Con la asunción de competencias en materia de ordenación territorial por parte de la Junta de Andalucía (en virtud de la Constitución de 1978), el objetivo será la coordinación de las políticas urbanísticas de los municipios metropolitanos, para lo cual se crea el Gabinete de Estudios Metropolitanos, que terminó redactando el *Avance de Directrices para la Coordinación Urbanística*, aprobado en 1989. En el documento, el paisaje se convierte en el integrador de los sistemas generales de espacios libres, estableciéndose con base en ello 7 zonas: Sevilla-Centro, Vega Norte, Terrazas, Ribera Norte, Cornisa Norte, Cornisa Centro y Cornisa Sur. Además, el *Avance* alude por primera vez en la historia de este ámbito territorial a la necesidad de que exista una administración

supramunicipal que gestione todo el conjunto metropolitano. Sus propuestas fracasaron ante la imposibilidad de coordinar las políticas urbanísticas de los municipios afectados (VV.AA., 2008).

5.5.4. Las actividades económicas en la consolidación metropolitana

Las nuevas formas comerciales, desde el comienzo de la década de los 80, han adquirido importante presencia en las políticas municipales, económicas y urbanísticas, del conjunto de ciudades andaluzas (Román y Campayo, 1994). En Sevilla, la acumulación exacerbada de funciones comerciales en el centro urbano a fines de los 80 termina por crear importante disfuncionalidad en lo relativo a calidad ambiental y movilidad intraurbana, dañando considerablemente elementos histórico-artísticos. Esta situación forma parte de un contexto de decadencia en el que se ve inmerso este espacio a consecuencia de diversos factores como son la dificultad de acceso motorizado, el elevado precio del suelo y de la vivienda, el envejecimiento de las estructuras básicas o la progresiva migración de importantes funciones a otras zonas de la ciudad.

Durante los años 90, los nuevos formatos comerciales que aparecen en los grandes centros urbanos andaluces (Campayo et al., 1997), muestran en Sevilla una predilección por adoptar la configuración de centros comerciales pequeños, cayendo en decadencia los grandes almacenes (Vahí y Fera, 2007). Es en estos años cuando se produce un importante cambio en la cultura urbanística, pues las nuevas implantaciones no se imponen, como hasta ahora, a la trama urbana existente, sino que se adecúa a la misma, cubriendo intersticios e incluso asignando una nueva función comercial a edificios singulares (ibíd.). El Corte Inglés, antaño Galerías Preciados, se convierte en la principal empresa mantenedora del dinamismo y la pujanza comercial del centro urbano, evitando su languidecimiento.

La segunda gran etapa de crecimiento metropolitano sobreviene a raíz de la Exposición Universal de 1992 (Coq, 2012), para cuya celebración se hace necesaria la concurrencia de importantes inversiones públicas en infraestructuras que terminan por afianzar el proceso metropolitano al generar amplios flujos

migratorios hacia la primera corona (y posteriormente hacia la segunda). El acontecimiento internacional supone un boom urbanístico que tiene su prolongación entre 1998 y 2007, año este último en el que se cierne la crisis económica sobre todo el país. El mercado inmobiliario en el área metropolitana ha experimentado hasta ese momento, y desde los años 80, una tendencia al alza, existiendo un gran número de viviendas desocupadas: mientras el suelo urbanizado en la aglomeración se multiplicó por diez en las últimas décadas del siglo XX, la población ni siquiera lo hizo por una vez y media (Feria, 2000).

Como resultado de la coyuntura socioeconómica y territorial descrita, en los años 90 se produce un reequipamiento en el área metropolitana, especialmente en la primera corona (Coq, 2012), al trasladarse a ella infraestructuras, principalmente sanitarias y educativas -que hasta entonces se supeditaban a la ciudad central- cuyo criterio de localización responde más al oportunismo urbanístico y económico que a la jerarquía urbana. En torno a la mitad de los GEC implantados desde finales de los 90 (Vahí, 2007) se establecen en el área metropolitana, principalmente en los municipios más cercanos a Sevilla, sin continuación con los previos desarrollos urbanísticos, convirtiéndose entonces en promotores de los mismos. Las áreas más cercanas a la ciudad central acogen nuevas fórmulas de ocio y consumo como son los *factories* o los centros y parques temáticos.

La *Ley 1/1996 de Comercio Interior de Andalucía* reconoce, junto a los daños en la estructura tradicional del comercio, el carácter supraurbano de los grandes formatos al generar atracción de nuevos desarrollos urbanísticos, afectar al tráfico de las redes de carreteras e inducir prolongación de la función comercial en sus amplias zonas de influencia. En el *I Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía (PIFCIA)* elaborado para el período 1998-2001 en virtud de la citada *Ley*⁴⁰, se hace mención expresa a los nuevos formatos comerciales en lo que respecta a su papel como dinamizadores económicos y su escaso desarrollo

⁴⁰ La *Ley 1/1996* interviene y regula el comercio interior en Andalucía mediante el *PIFCIA*.

en Andalucía hasta ese momento. Esta situación desatará la puesta en marcha de estrategias de implantación cortoplacistas por parte del sector empresarial. Otro aspecto destacable de este prolífico *Plan* es la inferencia de la necesidad de una ordenación comercial una vez contrastada la capacidad del sector para la construcción de las nuevas morfologías urbanas.

Mientras que Sevilla, Alcalá de Guadaíra, Dos hermanas y La Rinconada acaparan buena parte del suelo industrial del Área Metropolitana, las funciones principales se asientan en la capital hispalense junto a las grandes infraestructuras administrativas, culturales y de ocio. Esta gran dependencia respecto a la urbe genera alta movilidad motorizada entre las coronas y Sevilla, destruyendo un valioso medio natural.

5.5.5. La llegada de instrumentos de ordenación metropolitana

El fenómeno de crecimiento y consolidación del Área Metropolitana de Sevilla que se ha expuesto acontece en ausencia de un planeamiento de conjunto, quedando relegada a los ayuntamientos, en el ejercicio de sus atribuciones urbanísticas, la ordenación del territorio metropolitano. Esta realidad, sobrecargada de especulación y recalificaciones ilegales (Coq, 2012), ha conducido al conjunto metropolitano a una situación de desorden urbanístico e infraestructural en el que la movilidad se ha tornado caótica y la sostenibilidad ambiental ha quedado en entredicho. Ante el fracaso de los intentos de planeamiento metropolitano precedentes, la Junta determinará que la planificación metropolitana se realice en el contexto de la territorial en lugar de en la urbanística, como se había pretendido. Tal novedad toma forma en las figuras de planeamiento recogidas en la *Ley 1/1994 de Ordenación del Territorio de Andalucía (LOTA)*. Este marco normativo, surgido tras uno de los períodos más devastadores del área metropolitana, como ha comentado, persigue la vertebración interna y externa Andalucía así como la distribución de actividades económicas aprovechando las potencialidades del territorio y favoreciendo a la región socioeconómica, medioambiental y culturalmente. La propuesta de planeamiento se concreta en diversos instrumentos, siendo el más importante el

Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía (POTA) aprobado en 2006. Además, establece la redacción de *Planes de Ordenación del Territorio de Ámbito Subregional* (entre los que se encuentra el del Área Metropolitana de Sevilla) y *Planes con Incidencia en la Ordenación del Territorio (PIOT)* para determinadas actividades anexadas en el texto normativo. La ley obliga a los PIOT a evaluar la coherencia entre los objetivos, necesidades y criterios de ordenación con los establecidos por el POTA y los documentos de índole subregional que puedan verse afectados.

El POTA recoge entre sus objetivos la articulación interna y externa de la Comunidad, el desarrollo territorial equilibrado y sostenible o el aprovechamiento de las capacidades y valores propios de Andalucía. Su aprobación fue motivo de disgusto político y empresarial ya que coartaba las expansiones urbanas, favoreciendo esta circunstancia la adopción por parte de la Junta de Andalucía de diversas iniciativas de corte urbanístico como el *Pacto Andaluz por la Vivienda* de 2007 (donde se acuerda una proporción de vivienda protegida en el cómputo total de edificaciones así como la mejora de la calidad de las ya construidas), o el *Decreto 11/2008 por el que se desarrollan procedimientos dirigidos a poner suelo urbanizado en el mercado con destino preferente a la construcción de viviendas protegidas*. También en el año 2006 aparece el *Plan de Transporte Metropolitano del Área de Sevilla*, que realiza un diagnóstico de su vertebración territorial reconociendo la grave situación por la que atraviesa y la complejidad de una solución eficaz.

Definitivamente, la planificación de los espacios metropolitanos quedó atribuida a los *Planes de Ordenación del Territorio de Ámbito Subregional*, entre los que se encuentra el *Plan de Ordenación del Territorio de la Aglomeración Urbana de Sevilla (POTAUS)*, cuyo Documento de Información y Diagnóstico vería la luz en 1996 y su Memoria de Objetivos en el año 2000. El Documento de Información realiza una subdivisión en sectores (sector central-Sevilla, sector Sur-Guadaíra, sector Norte-Vega y sector Oeste-Aljarafe) identificando zonas estratégicas en cada uno de ellos lo suficientemente preparadas -en términos urbanísticos, demográficos, infraestructurales o de accesibilidad- como para

acoger funciones metropolitanas con vocación de reorganizar un territorio altamente desarticulado. Sin embargo, este documento tampoco se tramitaría finalmente.

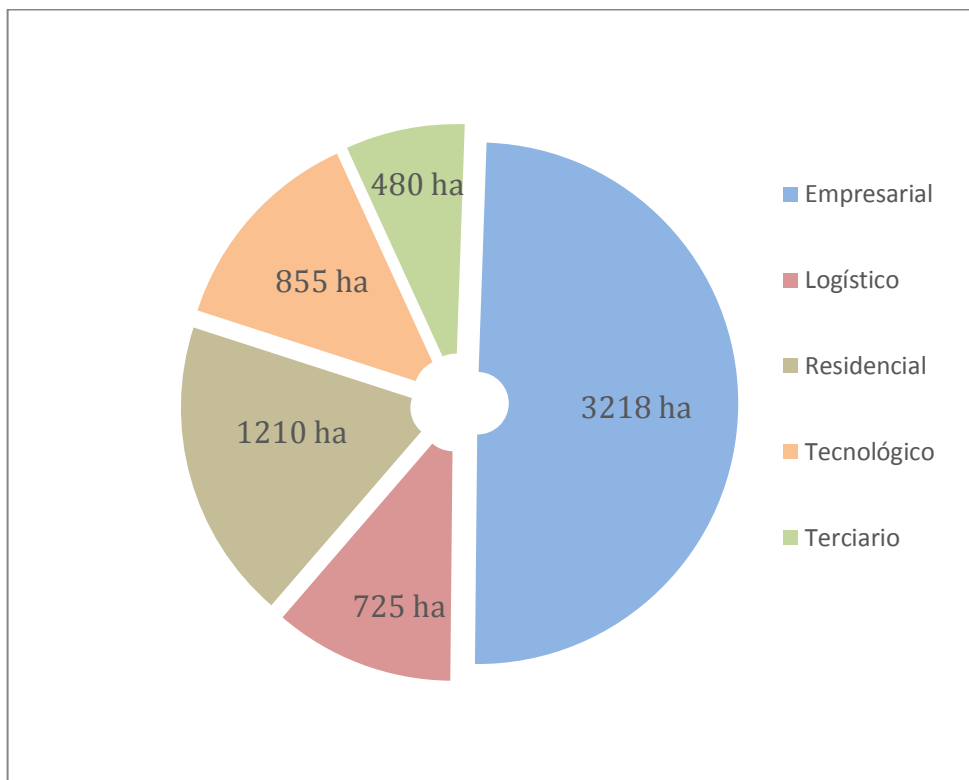
5.5.6. La expansión del comercio en las Áreas de Oportunidad

En 2007 se expone a información pública el *Plan de Ordenación del Territorio de la Aglomeración Urbana de Sevilla (POTAUS)*, el cual entraría en vigor en 2009. Las líneas de actuación que establece van encaminadas a cubrir sus objetivos principales de mejora de la articulación con el exterior, en aras a mejorar su posicionamiento, conseguir un equilibrio de todo el Área mediante el policentrismo, la mejora de la movilidad y los sistemas infraestructurales, la creación de sistemas de protección o la detección de espacios de oportunidad. El documento es aprobado tras numerosas alegaciones, entre ellas la de la escasa participación dada a los ayuntamientos de los municipios implicados durante el proceso de redacción. Las críticas más consistentes han abundado en la escasa capacidad del *Plan* para ordenar el territorio metropolitano al doblegarse ante los intereses municipales de crecimiento urbanístico (VV.AA., 2008). A veces esto sucede a expensas de la preservación de espacios de calidad ambiental y la saturación de infraestructuras viarias. Esta situación se ejemplifica en el establecimiento por parte del *POTAUS* de las llamadas *Áreas de Oportunidad (AO)*, las cuales son criticadas por no responder, en la mayoría de casos, a lógica alguna de ordenación sino más bien a los requerimientos de los entes municipales.

Los ayuntamientos han presionado fuertemente durante el período de alegación para la concesión de *AO* ya que, en caso de ésta contemplar la función residencial, sus desarrollos urbanísticos no computan en el máximo de crecimiento municipal fijado en el *POTA*, contando además para tal cometido con financiación autonómica. La Junta de Andalucía, tras el período de alegaciones, amplió el número de *AO* de 47 a 69, procurando dar satisfacción a las demandas de los ayuntamientos. El documento de planeamiento subregional establece cinco tipos de *AO*: tecnológica, residencial, empresarial, logística y terciaria

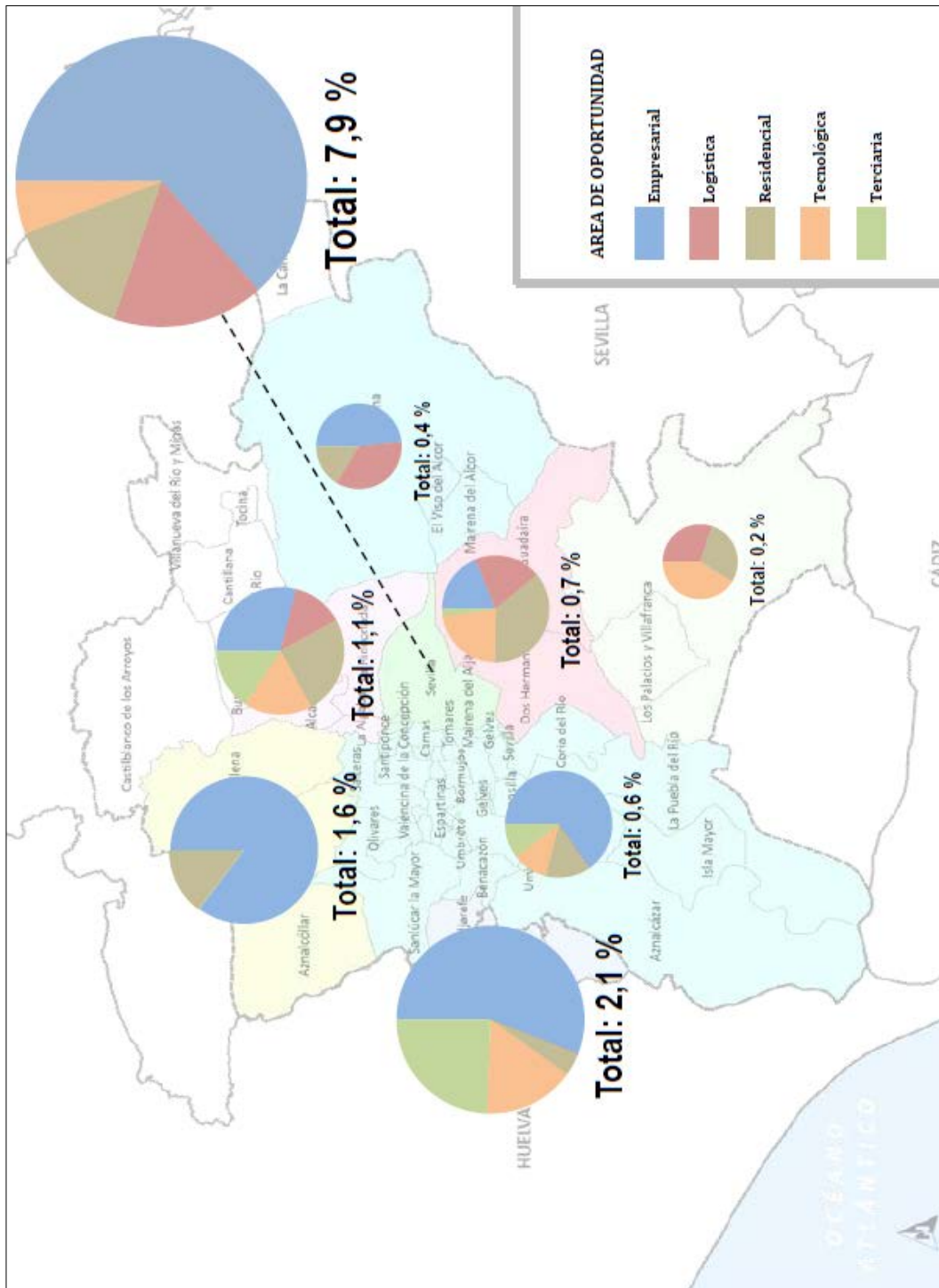
(Figura 5.19). La distribución de la tipología de AO en las zonas del Área Metropolitana en relación a la superficie que éstas poseen (Figura 5.20) revela que los mayores reclutamientos de suelo tendrán lugar en el centro y en la mitad occidental del territorio. Mientras que las funciones residencial y tecnológica se reparten *grosso modo* de forma equitativa por todo el Área Metropolitana, la empresarial -y, en menor medida, la terciaria- aparece fuertemente adscrita al sector centro-occidental, al tiempo que la logística lo está al oriental.

Figura 5.19.- Proporción de tipologías de AO del POTAUS



FUENTE: POTAUS. Elaboración propia.

Figura 5.20.- Distribución de las AO por el Área Metropolitana de Sevilla



FUENTE: IGN y POTAU. Elaboración propia.

La Memoria de Ordenación considera que el *Plan parte de la constatación de que las grandes superficies comerciales cuentan ya con un nivel de oferta más que suficiente, por lo que se apuesta por su reorientación hacia implantaciones de menor tamaño que permitan una mejor integración en las tramas urbanas de la ciudad existente, sin necesidad de generar nuevas centralidades en posiciones desvinculadas de la red actual de asentamientos y con peligro de saturación del viario por excesiva proximidad (Memoria de Ordenación-POTAUS)*. El documento, lejos de prever la evolución de los GEC en el territorio metropolitano y establecer una pauta para sus futuras implantaciones, se limita a contener la tendencia actual de localización en las inmediaciones de carreteras fuera de la trama urbana. Sin embargo, pese a la conciencia de la Administración de la capacidad de esta actividad para congestionar las infraestructuras de transporte, la ejecución de centros comerciales recogidos de forma explícita en las AO se supedita a la puesta en marcha de la nueva ronda de circunvalación, SE-40. En general, se trata de un documento cuyos desarrollos pivotan fuertemente sobre este nuevo elemento viario.

A pesar del intento de frenar la pauta de localización actual fuera de las tramas urbanas, el POTAUS favorece la reproducción del modelo pues, a las AO de carácter terciario en las que se dispone taxativamente la construcción de un GEC, se unen otras en las que implícitamente la función comercial en gran formato es susceptible de desarrollarse. Concretamente, algunas de las de tipo empresarial, logístico o terciario también acogerán este tipo de actividad a decir de las corporaciones municipales afectadas, quienes pueden ya haberlo incluido en su instrumento de planificación urbanística. Teniendo presente, por un lado, el reparto mostrado de la tipología de AO en el Área y, por otro, el hecho de que los nuevos proyectos de GEC aparecen eminentemente vinculados a suelos empresariales (Tabla 5.5), se comprueba que aproximadamente el 60 % de las nuevas aperturas se producirá en el sector occidental, repartiéndose el resto equitativamente entre los ámbitos oriental y central.

Queda patente, según lo expuesto hasta aquí, la incoherencia e incapacidad real del POTAUS en lo que a ordenación de GEC se refiere: por una

parte, entra en contradicción en relación a las cortapisas de localización que dispone pretendiendo la ubicación de determinados centros comerciales a expensas de la SE-40, fuera de continuidad urbana; por otra, olvida su responsabilidad de coordinación supralocal al abandonar a la discrecionalidad de los ayuntamientos la decisión última, en determinadas AO, de implantar un GEC, elemento éste cuyo impacto territorial excede amplia y contundentemente el ámbito municipal. El POTAUS, más que aspirar a la ordenación territorial, según su naturaleza, se ha convertido en un perfecto aliado para la consecución de proyectos municipales preexistentes, aspirando a contentar a todos o buena parte de los consistorios a fin de evitar, en la medida de lo posible, agravios comparativos entre ellos.

Adicionalmente, en lo relativo al desarrollo urbanístico que se prevé en determinadas AO, el POTAUS pasa por alto las disposiciones sobre crecimiento máximo de suelo municipal establecidas por el POTA (art. 45.4) ya que estipula que los nuevos crecimientos a él debidos queden fuera del cómputo global de referencia⁴¹. En lo que respecta al incremento residencial, al igual que ocurriese con las infraestructuras comerciales, el Aljarafe ocupa un puesto destacado en el Área Metropolitana, acaparando en torno al 21 % de los suelos residenciales de oportunidad (258 ha), sólo superado por el sector Sureste, con una previsión del 40 % (488 ha).

⁴¹ El POTA, en su artículo 45.4. a), establece que: *con carácter general no se admitirán los crecimientos que supongan incrementos de suelo urbanizable superiores al 40% del suelo urbano existente ni los crecimientos que supongan incrementos de población superiores al 30% en ocho años. Los planes de ordenación del territorio de ámbito subregional determinarán criterios específicos para cada ámbito.*

Tabla 5.5.- Adscripción de los GEC previstos a los tipos de AO y zonas del POT AUS

ÁREA DE OPORTUNIDAD	TIPOLOGÍA	MUNICIPIO	ZONIFICACIÓN POT AUS
Ciudad Jóvenes Empresarios	EMPRESARIAL	La Algaba	La Vega
Campus de Actividades Empresariales y Servicios del Aljarafe Sur	EMPRESARIAL	Almensilla	Aljarafe
PIBO (ampliación)	EMPRESARIAL	Bollullos de la Mitación	Aljarafe
P.I. La Isla (ampliación)	EMPRESARIAL	Dos Hermanas	Sureste
El Pétalo	EMPRESARIAL	Bormujos/Espartinas/Gines	Aljarafe
San Nicolás	EMPRESARIAL	Sevilla	Ciudad Central
ZAL del Puerto de Sevilla	LOGÍSTICO	Sevilla	Ciudad Central
Centro Comercial y de Ocio Alcalá Sur	TERCIARIO	Alcalá de Guadaíra	Sureste
Centro Comercial APROCOM	TERCIARIO	Espartinas	Aljarafe
Centro Comercial y de Ocio La Caridad	TERCIARIO	La Rinconada	La Vega

FUENTE: POT AUS. Elaboración propia.

5.5.7. La regulación comercial en las primeras décadas del siglo XXI

El marco normativo andaluz de ordenación territorial (*LOTA*) recoge, desde 1994, que la localización de los GEC no prevista expresamente en la planificación urbanística sea considerada *actividad de intervención singular* y, en tal caso, *Actividad con Incidencia en la Ordenación del Territorio*. Por este motivo, debe ser sometida a informe del órgano competente en ordenación territorial a fin de evaluar la coherencia de la actuación con respecto a la ordenación del territorio, señalando, en su caso, medidas correctoras, preventivas o compensatorias a adoptar. El informe debe contener información sobre su afección al sistema de ciudades, a las infraestructuras de comunicación, a los sistemas básicos, a los equipamientos, a los usos del suelo, a la localización de actividades económicas o a la afección a los recursos naturales.

La *Ley 1/1996 de Comercio Interior de Andalucía*, como se expuso con anterioridad, recoge la inquietud de la normativa territorial al describir la trascendencia de los efectos de implantación de un GEC. Posteriormente, la *Ley 6/2002, por la que se modifica la Ley 1/1996 y se crea la tasa por tramitación de licencias comerciales*, establece para mejor adecuación de los GEC un doble filtro a través del requerimiento de dos licencias comerciales: la autonómica, sobre la idoneidad de emplazamiento, y la municipal o de apertura. La aprobación de esta nueva *Ley* trajo consigo una moratoria para el establecimiento de GEC mientras no tuviese lugar la aprobación del *Plan Andaluz de Orientación Comercial (PAOC)*, documento llamado a evaluar la oferta y la demanda y a integrar los grandes formatos en el tejido comercial existente, entre otros aspectos. El *PAOC*, aprobado en 2003 y vigente hasta 2007, establece medidas para paliar la afección al pequeño comercio y, al no detectar zonas saturadas en GEC en Andalucía, se convierte en apuntador de implantaciones futuras para los promotores. El *II PAOC (2007-2010)* abunda en la cuestión de la minimización de impactos al comercio tradicional y toma en consideración cuestiones como la sostenibilidad ambiental o la mejora de accesos al establecimiento, juzgando asimismo como pertinente la adopción de medidas conducentes a la disminución de gases de

efecto invernadero y la contaminación acústica, la eficiencia en el uso del agua, el consumo sostenible y responsable, la incorporación de sistemas de calidad integrados con la prevención de riesgos laborales, la educación ambiental, la integración paisajística del diseño de las infraestructuras comerciales o la elaboración de planes de movilidad sostenible.

La *Ley 3/2010 por la que modifican diversas leyes para la transposición de la Directiva 123/2006 (Directiva de Servicios)*, introduce cambios en lo que a ordenación territorial de GEC se refiere en Andalucía, siendo los más destacados la desaparición de la licencia comercial autonómica⁴², la reformulación de las categorías de los establecimientos según su superficie, la supresión de las pruebas económicas para la instalación y, sobre todo, la incorporación de la perspectiva territorial y urbanística a la planificación comercial. Se establecen criterios generales como la cohesión y equilibrio territorial, la búsqueda de la ciudad compacta, la cercanía y fácil acceso a las instalaciones, la necesidad de una red viaria previa o la conexión con redes de transporte público. Establece de igual modo una nueva regulación del informe comercial sobre el PGOU, que ahora ha de pronunciarse sobre la afección de los GEC a los intereses generales. El *Plan de Establecimientos Comerciales (PEC)* al que da lugar este marco es un PIOT -aun por ser aprobado- que delimita los ámbitos aptos para la localización de grandes establecimientos a fin de que se realice eficientemente desde las perspectivas física y ambiental. El *IV PIFCIA (2011-2013)*, en consonancia con lo expuesto, argumenta la perentoriedad de poner en valor la centralidad urbana y el equilibrio territorial de las grandes superficies minoristas con el concurso de criterios para la localización más eficiente de las mismas, identificando espacios comerciales susceptibles de ser rehabilitados mediante actuaciones integrales.

Nuevas modificaciones al marco normativo comercial de Andalucía se sucedieron años más tarde. Así, el *Decreto Legislativo 1/2012 por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley del Comercio Interior de Andalucía (TRLCI)* introduce

⁴² Pese a ello, la *Ley* prevé con carácter previo a la concesión de la licencia municipal, la emisión de un informe autonómico preceptivo en materia de comercio interior sobre la adecuación del proyecto a los criterios que se establecen en esta *Ley* y en el *Plan de Establecimientos Comerciales*. El informe favorable motiva la concesión de la licencia municipal.

modificaciones encaminadas a la adaptación de los planeamientos municipales al POTAs, reiterando la subsidiariedad de la Junta de Andalucía en estos menesteres, que ostenta potestad para hacerse cargo de la revisión del instrumento municipal e incluso prohibir su aprobación ante discordancias con el POTAs. Con posterioridad, el texto ha sufrido diversas alteraciones mediante la aprobación de decretos y leyes⁴³. El último de ellos es el *Decreto Ley 12/2014, por el que se modifica el Decreto Legislativo 1/2012, por el que se aprueba el TRLCI*. La reforma incluye importantes novedades con respecto al PEC -dando cumplimiento a las exigencias de la UE- otorgándole un carácter indicativo y no vinculante que excluye la figura de los *ámbitos aptos* por introducir excesiva rigidez en la planificación sectorial y en el modelo urbanístico municipal. Estipula que el PEC debe procurar que las localizaciones se ajusten al criterio de mantenimiento de la ciudad compacta, en consonancia con el POTAs, así como la garantía de capacidad suficiente en las infraestructuras afectadas o la preservación del paisaje en lo que respecta a su valor histórico, cultural y ambiental. Estas modificaciones, que vienen a reforzar la sostenibilidad del modelo comercial, no han sido todavía llevadas a la práctica al no haberse aprobado PEC alguno al cierre de la presente investigación.

5.5.8. Consideraciones

La evolución del Área Metropolitana de Sevilla, producida por los distintos actores que en ella interactúan -entre ellos la Administración Pública, a través de la implementación de medidas de carácter territorial y comercial emanadas de disposiciones normativas de diverso alcance y motivación-, es susceptible de ser analizada para identificar la presencia en ella de factores internos y externos tanto positivos (fortalezas y oportunidades) como negativos (debilidades y amenazas). La gestión que se realice de los mismos dibujará a grandes rasgos el futuro más cercano de este complejo espacio.

⁴³ *Decreto-Ley 5/2012 de medidas urgentes en materia urbanística y para la protección del litoral de Andalucía; Decreto-ley 1/2013, por el que se modifica el Decreto Legislativo 1/2012, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Comercio Interior de Andalucía y se establecen otras medidas urgentes en el ámbito comercial, turístico y urbanístico; Decreto Ley 5/2014, de medidas normativas para reducir las trabas administrativas para las empresas; Ley 3/2014, de medidas normativas para reducir las trabas administrativas para las empresas; Decreto Ley 12/2014, por el que se modifica el Decreto Legislativo 1/2012, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Comercio Interior de Andalucía.*

ANÁLISIS DE LOS FACTORES INTERNOS

DEBILIDADES

- *Ineficacia de los instrumentos de planeamiento en la regulación de GEC.*

La posibilidad de regulación que contemplaba la legislación sectorial a través de la necesidad de licencia autonómica preceptiva y vinculante (*Ley 6/2002, por la que se modifica la Ley 1/1996 y se crea la tasa por tramitación de licencias comerciales*) desaparece dando lugar a un informe preceptivo de menor contundencia y alcance, contemplado en la *Ley 3/2010* por la que se modifican leyes para trasponer la *Directiva de Servicios*. El PEC, emanado de la citada Ley y que fue posteriormente objeto de reforma en cuanto a su contenido por el *Decreto-Ley 12/14*, sigue sin aprobarse, con lo que al cierre de esta Investigación, el control de las implantaciones de GEC por parte de la Consejería competente es inexistente. Aunque estuviese vigente un marco regulatorio, no debe olvidarse que se ha dejado sin regular el territorio metropolitano durante su época de mayor voracidad, dado que la única Ley en vigor en esos momentos (la LCI) no proponía medida de regulación alguna de carácter territorial.

Por otra parte, el planeamiento territorial tampoco ha resuelto satisfactoriamente esta cuestión, pues el POTAUS, surgido tres lustros después de que apareciese el marco de referencia normativo -lo cual ya denota gran despreocupación por los graves problemas que se presentan en el Área Metropolitana- convierte las AO en falsas medidas sostenibles de ordenación al supeditarse a los intereses económicos y a la voluntad de los ayuntamientos, perdiéndose toda posibilidad de gestión a escala supramunicipal. Estas propuestas del POTAUS, concretadas en las AO, promueven el mantenimiento del modelo de ocupación que se ha venido siguiendo y condenan al Área Metropolitana a seguir padeciendo una gran disfuncionalidad por lo que a los GEC respecta.

- *Sustentación de la economía en los desarrollos urbanísticos y la ejecución de infraestructuras viarias.*

La posición de la economía andaluza, entre las últimas de España y Europa, refrenda a nivel político y ciudadano la necesidad de seguir utilizando el sector de la construcción como motor principal de desarrollo económico, con lo cual son bien vistos los proyectos desarrollistas de los consistorios (muchos de los cuales son auspiciados por los GEC) y la ejecución de más infraestructuras viarias, como la SE-40. A raíz de la aparición de las AO en el POTAUS en el año 2009, se ha demostrado que, frente a unos años de merma del sector de la construcción, la Administración Pública propone proyectos para su reactivación. Un modelo económico así concebido, además de inviable a largo plazo como se ha puesto de manifiesto en el período de crisis aparecido en 2007, es rotundamente negativo para la mejora de la calidad de vida y el desarrollo sostenible. La no diversificación económica y la no contención de crecimientos urbanos desemboca en consecuencias nefastas e irreversibles a medio y largo plazo, además de recrudecer el panorama funcional, de movilidad y ambiental del conjunto metropolitano.

FORTALEZAS

- *Creciente conciencia sobre la problemática territorial en instituciones y ciudadanía.*

Las diversas leyes y planes que han surgido en Andalucía desde la década de los 90 en que aparecieron los primeros GEC, han venido recogiendo en mayor o menor grado los problemas que subyacen al ámbito metropolitano, por lo que se puede afirmar con contundencia que la Junta de Andalucía es totalmente consciente de los mismos. Este hecho, que ya es significativo pues supone el primer paso para adoptar soluciones eficaces que de momento no han llegado, encuentra un fuerte apoyo en los movimientos ciudadanos, como se ha puesto de manifiesto tras la redacción del POTAUS y su entrada en vigor. A modo de ejemplo, puede citarse la ADTA, creada en 1999 para promover la habitabilidad, la calidad del entorno y la mejora de las condiciones de vida de uno de los sectores

metropolitanos más habitados y afectados por la problemática territorial como es el Aljarafe.

- *Disminución de las posibilidades de implantación fuera de trama urbana.*

Resulta razonable que, tras varias décadas ocupando el territorio metropolitano con GEC, se haya reducido considerablemente el número de ubicaciones que son atractivas para los promotores, máxime cuando la competencia cada vez es mayor entre los mismos y se requieren mayores esfuerzos para ofrecer finalmente un producto que satisfaga plenamente al comprador. De este modo, al margen de consideraciones de tipo económico o normativo, es la propia trayectoria de los GEC en el Área la que condiciona, o incluso determina, las posibilidades de reproducción del modelo hasta el momento seguido.

- *Oportunidad de regulación por parte del futuro PEC.*

Aunque al cierre de esta investigación aún no se ha aprobado PEC alguno, es de esperar que lo haga sin excesiva demora y plantee consideraciones relevantes sobre la ordenación espacial de los GEC, en Andalucía en general y en el Área Metropolitana de Sevilla en particular. Al ser un documento que emana de una legislación sectorial altamente concienciada con la ordenación del territorio (*Decreto-Ley 12/2014*), es de suponer que, aunque forzosamente indicativos, en un ejercicio de coherencia, establezca criterios que mejoren la actual coyuntura desfavorable bajo las premisas recogidas en la norma de consideración del modelo de ciudad compacta, la afección a las infraestructuras, los recursos naturales o el paisaje.

ANÁLISIS DE LOS FACTORES EXTERNOS

AMENAZAS

- *La hegemonía de los ciclos económicos en la construcción del territorio metropolitano.*

Si se tiene presente que tan sólo se ha visto contenida la inercia desarrollista durante los años de languidecimiento económico, reactivándose tras estos, es fácil vislumbrar que la gestión del territorio -y en él de los GEC- esté a merced de los cánones de los mercados y de las vicisitudes empresariales más que de los intereses generales. En un mundo globalizado, es cada vez más difícil no sucumbir a los dictámenes económicos aunque las instancias públicas ejerzan diligentemente las funciones de protección de los intereses de los ciudadanos. En el caso del Área Metropolitana de Sevilla, la ineficacia -cuando no pasividad- de la Administración se convierte en el mejor aliado para que se materialicen estrategias empresariales de corte comercial, especialmente si son presentadas como oferentes de oportunidades laborales y económicas.

- *Alta capacidad de los operadores comerciales para generar desarrollos urbanos aislados y necesidades.*

Como sucede en otros espacios que gozan de gran centralidad, el Área Metropolitana sevillana no está exenta de que los GEC generen nuevas necesidades en la población existente o en la que puede asentarse en las urbanizaciones circundantes que son promovidas a cambio de importantes beneficios económicos en el mercado inmobiliario. Los intentos de ordenación que pudiesen realizarse desde las instancias públicas con el fin de contener la dispersión urbana, se verían continuamente frustrados si no se efectúa una gestión de la implantación de GEC tendente a minimizar su capacidad de construcción de territorio, tanto la inherente como la forzada por su inmersión en la esfera inmobiliaria. De no ser así, la defensa de la fluidez en las infraestructuras viarias y el detenimiento de la espiral desarrollista perderían todo viso de conseguirse.

OPORTUNIDADES

- *Fuerte inclinación hacia la reconversión en formatos pequeños y cercanos.*

Como muestran numerosos establecimientos ya en servicio, es una práctica en boga en el sector de los hipermercados el acercamiento al lugar de residencia de los consumidores, esto es, a sus barrios, a sus mismas calles, evitándoles el uso del vehículo privado y la pérdida de tiempo en acceder a las instalaciones. Si bien la propia evolución del mercado será la que dictamine la tendencia final a seguir, los numerosos ejemplos que ya se observan de hipermercados reconvertidos a supermercados en los entramados urbanos permiten contemplar la realidad de este tipo de GEC con cierto alivio en lo que respecta a su potencial de afección territorial.

- *Posibilidades de diversificación en la economía andaluza y metropolitana.*

La etapa de crisis económica por la que atraviesa el país desde 2007, ha revestido en Andalucía aún más dureza dada su economía débilmente diversificada. En el caso del Área Metropolitana de Sevilla, la construcción se convierte en la principal actividad, como muestra el elevado desarrollo urbanístico con fines meramente económicos y la alta especulación de viviendas a él asociada. El período de crisis, aprovechado como oportunidad para el aprendizaje y la corrección de errores, debe servir para que se produzcan cambios estructurales tendentes a componer un tejido productivo más resistente a las adversidades. Esas modificaciones deben atender inexcusablemente a la diversificación económica para generar nuevos yacimientos de empleo. De esto suceder (acorde al escenario más positivo de entre los posibles) el sector de la construcción y las empresas inmobiliarias perderían peso específico, con el consiguiente debilitamiento de la presión urbanística sobre el territorio metropolitano y la minimización de los impactos de tipo desarrollista inducidos por los GEC.

5.5.9. Síntesis

Hasta los años 60 del siglo XX, el centro urbano hispalense constituía un extraordinario motor económico para Sevilla y los pueblos más cercanos al producirse en él una fuerte actividad de compraventa de productos agrícolas provenientes de la provincia. La actividad económica en la capital se veía reforzada con la presencia de numerosos grandes almacenes y tiendas especializadas de atracción provincial, ubicados también en el espacio central ocasionalmente a expensas de la destrucción de edificios caracterizados por su valía histórico-artística o singularidad. La puesta en marcha en los años 60 del Polo de Desarrollo en el triángulo integrado por Alcalá de Guadaíra, Dos Hermanas y La Rinconada, supondría la diversificación económica sevillana mediante la construcción de un importante tejido industrial, que impulsaría el proceso de construcción metropolitana debido a su alto poder para provocar migraciones hacia la periferia de la capital, con poblaciones altamente dependientes de la gran urbe.

Bien entrada la época de los 70, Sevilla capital asistirá a un proceso expansivo, con la creación de ensanches en los que el precio de suelo, al ser menor que en el centro, propiciará el asentamiento de grandes almacenes y centros comerciales. En 1974, dada la alta concentración de actividades y los altos flujos de movilidad cotidiana que registraba Sevilla, tuvo lugar una relevante iniciativa política, adoptada por vez primera desde un enfoque supralocal, que pretendería la descentralización funcional de la capital mediante una propuesta de zonificación del conjunto metropolitano. Este *Avance del Plan de Ordenación de la Comarca de Sevilla*, elaborado por el Ministerio Vivienda y que no llegaría a ver la luz por la irrupción de la Transición, es conocedor de la problemática de congestión que se produce desde la década precedente así como de que sus soluciones, ineludiblemente, pasan por su formulación en la escala supralocal. Buena prueba de ello es la firme apuesta por que la planificación urbanística local se hallase subordinada al *Avance*.

Pese a las vicisitudes políticas, la conciencia en los planificadores sobre la exigencia de una coordinación intermunicipal para solucionar la problemática del Área Metropolitana saltaría hasta la etapa democrática, pues en 1978, la Junta de Andalucía, dadas sus atribuciones constitucionales, va a crear el Gabinete de Estudios Metropolitanos, del que surgirá en 1989 el *Avance de Directrices para la Coordinación Urbanística*, llamado a fracasar ante la imposibilidad de acuerdos entre los municipios implicados. En efecto, el consenso en lo que a gestión de suelos se refiere se antojaba muy difícil a la vista del panorama tan halagüeño que caracterizó los años 80, marcados por el interés residencial en la primera corona, con la consiguiente sobrevaloración de sus suelos. Mientras tanto, el centro urbano se saturaba de funciones para atender tanto a sus habitantes como a los del Área Metropolitana.

A finales de los 80, el Aljarafe se había convertido en un ámbito fuertemente deseado para habitar; en él muchos sevillanos buscaban una calidad de vida que ya no era posible encontrar en una capital masificada, contaminada y con problemas de movilidad recurrentes. En un primer momento, se desarrollaron ciudades dormitorio -tal es el caso paradigmático de Camas-, en las que el precio de la vivienda se situaba por debajo del de la capital y que, paulatinamente, iban ofreciendo más atractivos para una función residencial estable. En 1992, la celebración de la Exposición Universal dio el segundo gran impulso a la consolidación metropolitana, al desarrollarse importantes infraestructuras y equipamientos junto a una importante remodelación de los accesos y comunicaciones con la ciudad central. En esta coyuntura, el Área Metropolitana se tornó aún más atractiva para la función residencial, produciéndose un importante boom urbanístico que derivó en importantes beneficios económicos, por un lado, y por otro, una gran presión sobre los recursos metropolitanos, especialmente los del Aljarafe. El equipamiento de la primera corona, al trasladarse a ella funciones sanitarias y educativas -que respondían más al oportunismo económico de aquellos tiempos que a la verdadera jerarquía de asentamientos- terminaría por incrementar los atractivos metropolitanos. Pese a todo, puesto que las grandes funciones y equipamientos

así como una buena proporción de los nichos de empleo permanecen en la ciudad central (la función industrial se sigue concentrando en el Polo de Desarrollo antes comentado), los problemas de movilidad irán en auge hasta llegar, pocos años más tarde, a una situación insostenible tanto desde la vertiente socioeconómica como desde la ambiental, que redundará en una pérdida de los atractivos de las coronas metropolitanas generando respuestas administrativas en forma de infraestructuras viarias encaminadas a solventar la problemática.

El crecimiento metropolitano termina originando una fuerte presencia de GEC en la primera corona, la cual logra desplazar parte de la atención comercial que antes se cernía con suma exclusividad sobre el centro urbano. En éste, durante los años 90, se producirá la decadencia de los grandes almacenes, siendo el Corte Inglés la firma mantenedora de su dinamismo, lo que sin duda agradece el pequeño comercio tradicional. Los pocos centros comerciales que se inauguran en estos años en el centro denotan un cambio radical en la cultura urbanística pues, a diferencia de lo que venía sucediendo, ahora el respeto a los elementos urbanos y la rehabilitación de edificios valiosos se convierte en tónica general. En una década convulsa tanto para la actividad comercial como para la ordenación territorial y la planificación urbanística, aparecen las primeras normativas encaminadas a la regulación. La *Ley 1/1994 de Ordenación del Territorio de Andalucía (LOTA)*, primer marco jurídico de índole territorial, incluirá la planificación metropolitana en el planeamiento territorial, en lugar de en la planificación urbanística como había sido dispuesto hasta ese momento, para lo cual se hará necesaria la elaboración (largamente postergada) de instrumentos de desarrollo de ámbito subregional. La Junta de Andalucía reconocerá, mediante esta *Ley*, la incidencia territorial de los GEC, sometiéndolos junto a otras actividades con características similares a informe autonómico sobre su posible afección al sistema de ciudades, carreteras, sistemas básicos, usos del suelo o recursos naturales. Esta consideración será refrendada por la *Ley 1/1996 de Comercio Interior de Andalucía (LCI)* al reconocer el carácter supraurbano que

poseen estos establecimientos así como los problemas de movilidad y urbanización a ellos debidos.

Pese a la toma de conciencia por parte de la Administración Pública de los problemas metropolitanos, la bonanza económica de finales de la década de los 90 desata un segundo e intenso boom urbanístico que se prolongará hasta la llegada de la crisis una década después. En este período, en el que se recrudescen las disfunciones y se incrementa la especulación urbanística, se debe tener presente que los desarrollos urbanísticos ya no responden a las necesidades de vivienda que la población demanda sino a los altísimos beneficios económicos que su construcción genera tanto para los promotores como para los consistorios. Para más inri, el *I PIFCIA*, aprobado para el período 1998-2000, viene a incrementar las expectativas comerciales de grandes formatos en el conjunto metropolitano al declamar, atrayendo inversores, la existencia aún de oportunidades de negocio. Lo más desolador es que buena parte de este segundo período de intensa ocupación metropolitana acontecerá en ausencia de instrumento de ordenación alguno.

Hasta 2002 no aparecerá la modificación normativa de la *LCI* por la que se crea, para mejor adecuación de los GEC al territorio, la tasa por tramitación de licencias comerciales así como una moratoria de suspensión de nuevas aperturas hasta la aparición del *PAOC*. El primero de ellos (2003-2007) se centrará en la salvaguarda del pequeño comercio, fuertemente mermado, y fomentará nuevos GEC al no detectar zonas saturadas en Sevilla. El *II PAOC* (2007-2010), más consciente del grave perjuicio causado al territorio metropolitano, además de prever ayudas al comercio tradicional, promoverá medidas para mejorar accesos, movilidad, eficiencia en los recursos, minimización de daños al paisaje, etc. En lo que respecta a la ordenación territorial, hasta 2006 no aparecerá el *POTA*, recogiendo el desarrollo sostenible o la regulación de la expansión urbanística entre sus propósitos. El *Plan de Transporte Metropolitano de Sevilla*, aprobado en ese mismo año, manifestará la difícil solución posible ante el acuciante problema de articulación que se presenta.

En la primera década del siglo XXI ya existe una intencionalidad clara, recogida en documentos, de ordenación territorial de los GEC que, sin embargo, no se concretará hasta casi la segunda década, habiéndose producido ya grave daño ambiental. Además, la llegada de instrumentos se producirá en una etapa marcada por la contención de las dinámicas de crecimiento por mor de la crisis económica mundial, palpable desde 2007. La *Ley 3/2010*, que modifica leyes para la transposición de la *Directiva de Servicios* en Andalucía, va a abolir la escasa regulación que, hasta entonces, existía de los GEC, al suprimir la denominada licencia autonómica preceptiva. En cambio, como medida de amortiguación, la Junta va a establecer, en paralelo, la necesidad de emisión de informe previo a la licencia municipal, en el se tendrá presente la persecución del modelo de ciudad compacta con las nuevas instalaciones. Adicionalmente, va a establecer el requisito de que el informe comercial del *PGOU* tome en consideración el desarrollo de los GEC. Esta medida tomará más fuerza años más tarde mediante el *Decreto Legislativo 1/2012 por el que se aprueba el Texto Refundido de la LCI*, que insta a los ayuntamientos a adaptar el *PGOU* al *POTA*, evitando así que lo realice la propia administración autonómica. En cualquier caso, la medida más significativa que adopta la *Ley 3/2010* será la necesidad de elaboración de un *PEC* donde se fijarán las zonas aptas para el asentamiento de GEC. Poco duraría tal aspiración pues, pos años más tarde, el *Decreto Ley 12/2014, por el que se modifica el Decreto Legislativo 1/2012, por el que se aprueba la LCI*, recogerá, en virtud de la *Directiva de Servicios*, el carácter indicativo del *PEC*, quedando sentenciada de muerte cualquier zonificación posible. Aun así, hace referencia a que las nuevas implantaciones observen el modelo de ciudad compacta o la afección a infraestructuras, recursos naturales y paisaje. Por el momento, Andalucía -y el Área Metropolitana de Sevilla- está a la espera de que se apruebe el *PEC*, a fin de que pueda producirse una contundente regulación de los GEC por parte de la legislación sectorial.

El planeamiento subregional del entorno metropolitano sevillano aparece en 2009, tras un conato en torno al cambio de siglo en el que llegó a redactarse un diagnóstico y una memoria informativa proponiéndose incluso una

zonificación con vocación de descentralizar y rearticular. El *POTAUS* nace con la intención de mejorar la articulación externa, la búsqueda del policentrismo, la mejora en la movilidad y las infraestructuras o el incremento de la protección ambiental. La medida que reviste mayor alcance, controversia y poder mediático es la de la instauración de espacios de oportunidad repartidos por todo el territorio metropolitano. Las AO, o localizaciones preferentes para dotaciones y equipamientos, se clasifican en empresarial, residencial, terciaria, logística y tecnológica, teniendo cabida la implantación de GEC tanto en las empresariales, las logísticas o las terciarias, a decir de lo que establecen las fichas técnicas así como los *PGOU* de los municipios afectados por alguna de ellas.

Del análisis de las AO se extraen diversos resultados: por un lado, la formulación de las mismas se ajusta más a los intereses de crecimiento municipal que a las necesidades reales, especialmente en lo que a suelos residenciales se refiere (teniendo en cuenta el interés de los consistorios dada la exceptuación de estos suelos en el cómputo de crecimiento máximo estipulado en el *POTA* así como los cauces de subvención que se les ofrece); por otro, los mayores crecimientos se ubican en el Oeste y el Centro del Área Metropolitana, reproduciéndose el mismo patrón de interés por las operaciones urbanísticas de años atrás (con el Aljarafe como parangón).

El *POTAUS* menciona la improcedencia de seguir implantando GEC fuera de trama urbana por su afección a la movilidad, ante lo cual únicamente propone la reorientación del subsector hacia formatos más pequeños, compatibles con los entramados urbanos. Esta propuesta es disconforme con determinadas AO en las que explícitamente se diseña (fuera de tejido urbano) una función comercial asociada a gran formato condicionada directamente a la puesta en funcionamiento de la SE-40. Además, implícitamente está coadyuvando a la perpetuación del modelo existente pues permite (al no mostrar oposición) que en AO empresariales o logísticas también se construyan GEC, dejando en estos casos a merced de entes municipales (pues son ellos los que concretan los usos finales y delimitan el suelo) la gestión del territorio para una actividad que acusa fuerte impacto de alcance supramunicipal.

Al revisar los proyectos de GEC hasta ahora previstos, se comprueba que en el Oeste, donde el *POTAUS* sitúa las mejores oportunidades de crecimiento residencial, también irán ubicados la mayoría (60 %), adscritos en su mayor parte a AO de tipo empresarial a las que su ficha técnica no les atribuye directamente función comercial alguna. Por todo lo comentado, puede decirse que las expectativas que se vertían sobre el *POTAUS* para la ordenación territorial sostenible del Área Metropolitana de Sevilla se han visto truncadas en gran medida puesto que disponen, tanto a los actores privados como a los públicos, a la reproducción de la tendencia y los vicios seguidos hasta el momento, considerándose el suelo metropolitano más como un recurso de índole económico que de consecución de calidad de vida y sostenibilidad.

Tabla 5.6.- Matriz DAFO del Área Metropolitana de Sevilla

Factores Internos	
DEBILIDADES	FORTALEZAS
<i>Ineficacia de los instrumentos de planeamiento en la regulación de GEC</i>	<i>Creciente conciencia sobre la problemática territorial en instituciones y ciudadanía</i>
<i>Sustentación de la economía en los desarrollos urbanísticos y la ejecución de infraestructuras viarias</i>	<i>Disminución de las posibilidades de implantación fuera de trama urbana</i>
	<i>Oportunidad de regulación por parte del futuro PEC</i>
Factores externos	
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<i>La hegemonía de los ciclos económicos en la construcción del territorio metropolitano</i>	<i>Fuerte inclinación hacia la reconversión en formatos pequeños y cercanos</i>
<i>Alta capacidad de los operadores comerciales para generar desarrollos urbanos aislados y necesidades</i>	<i>Posibilidades de diversificación en la economía andaluza y metropolitana</i>

FUENTE: Elaboración propia.

A lo largo del Capítulo se ha llevado a cabo la comparación abierta entre tres realidades metropolitanas representativas del conjunto español, con modelos territoriales diferentes y con distintas experiencias de adecuación entre la ordenación del territorio, la planificación urbanística y la organización espacial de actividades con incidencia sobre las mismas. Tras la organización y valoración de los resultados obtenidos, se afronta a partir de ahora un proceso de contraste destinado a evidenciar diferencias en el comportamiento e identificar tendencias y rasgos compartidos. Todo ello conforma un marco referencial para la elaboración de propuestas que ayuden a optimizar las situaciones estudiadas y desde el que inducir aspectos de mejora para el conjunto metropolitano español.

CAPÍTULO 6 | **CONCLUSIONES**

- 6.1. GEC Y REALIDAD METROPOLITANA ESPAÑOLA**
- 6.2. EXPERIENCIAS COMPARADAS EN RELACIÓN A GEC EN LOS ÁMBITOS METROPOLITANOS ESTUDIADOS**

La cambiante realidad urbana del comercio, en particular de los GEC, se aborda en el presente trabajo mediante el análisis de tres grandes áreas españolas desde diversas aproximaciones. En primer lugar, se ha llevado a cabo el análisis socioeconómico de la función comercial, enfatizando en la asociada a los nuevos formatos, desde que apareciesen los primeros ejemplos de establecimientos en Estados Unidos. La atención de la Investigación se centra inmediatamente después en la cuestión territorial subyacente a las estrategias de mercado, comenzando por la descripción general del marco en el que se desarrolla la actividad: los espacios metropolitanos, el segundo de los pilares en los que se sustenta el esfuerzo investigador que se realiza.

Puesto que de entre todos los ámbitos metropolitanos españoles, sólo tres son objeto de análisis pormenorizado: Madrid, Barcelona y Sevilla, se lleva a cabo la motivación de su elección con carácter previo a la caracterización de los mismos. En la descripción retrospectiva de tales espacios metropolitanos - llevada a cabo simultáneamente desde las perspectivas territorial y sectorial- está presente el propósito de identificación tanto de los factores internos como de los externos que favorecen o perjudican el avance hacia un modelo territorial que garantice el bienestar del conjunto de la ciudadanía y la mejora ambiental. La contribución de actividades que inciden sobre la ordenación del territorio de manera crucial como la de los GEC resulta ineludible para alcanzar tal cometido, motivo por el que el discurso está jalonado de alusiones a su planificación pública -tanto desde la vertiente sectorial como desde la territorial- en el contexto, más amplio, del ejercicio de la labor de planeamiento llevado a cabo por las instancias municipales, subregionales, regionales o incluso nacionales.

La contemplación conjunta de unos espacios caracterizados por su elevada centralidad, con especial atención a los grandes centros de actividad que representan los GEC, tiene la clara intención de poner de realce puntos de encuentro o pautas comunes ventajosas y deseables desde la perspectiva señalada, dilucidándose asimismo tendencias conducentes a escenarios

disonantes en relación a un modelo territorial objetivamente sostenible. El pronunciamiento, en los términos expuestos, que se lleva a cabo en este capítulo, reflexiona sobre las formas de actuación de la Administración Pública en lo que a actividades con incidencia en la ordenación territorial se refiere, abriendo líneas para la mejora en el planeamiento.

6.1. GEC Y REALIDAD METROPOLITANA ESPAÑOLA

Las aglomeraciones urbanas españolas, aunque con cierto retraso respecto a las europeas, ha acogido la actividad comercial en grandes formatos integrándola primeramente en sus núcleos urbanos y, posteriormente, en sus ubicaciones más periféricas y en sus coronas metropolitanas. Mientras que las localizaciones intraurbanas, sobretodo de grandes almacenes a partir de los años 40, han representado oportunidades para la reorganización de zonas de la ciudad y la dinamización de la economía (especialmente la ligada a la función comercial), las que se han sucedido ajenas a la trama urbanizada, se han caracterizado por ocasionar no sólo una reorganización de los ámbitos más externos a la ciudad sino también la creación de nuevos asentamientos, desvinculados de los trazados urbanos preexistentes y demandando nuevas infraestructuras de comunicación con el consiguiente impacto negativo en las dinámicas de movilidad, los recursos naturales o el paisaje.

La mejoría de las circunstancias económicas en el conjunto nacional, en torno al inicio del siglo XXI, representa una oportunidad para la proliferación de GEC de manera preferencial en localizaciones extraurbanas. Se aprecia que la inquietud principal de la Administración se va a dirigir desde un primer momento (que comienza generalizadamente a fines de los años 80) a paliar el impacto negativo que las nuevas formas de comercio provocan sobre el tejido comercial urbano tradicional, proponiendo medidas tales como las moratorias para la implantación de GEC, la creación de incentivos económicos para los pequeños comerciantes o el fomento del asociacionismo en centro urbano. De este modo, los poderes públicos dan respuesta a la demanda de unos comerciantes que,

progresivamente, asisten a la disfunción de su poder de atracción social a consecuencia del cambio en las pautas consumo que inducen las nuevas estrategias de comercio.

Si bien el apoyo al pequeño negocio, explicitado en documentos normativos y en políticas públicas, constituirá el único argumento para el control del desarrollo de las nuevas formas de comercio -generalmente hasta bien entrada la década de los 90-, posteriormente, se incorporarán aspectos de índole territorial y ambiental entre los criterios de regulación de GEC. Las exigencias europeas o la constatación de una amplia disfunción territorial a consecuencia de las dinámicas de implantación de los nuevos formatos, serán las principales razones que conducirán a la adopción de medidas reguladoras territoriales, aunque de manera diferencial en las distintas regiones españolas a consecuencia de ostentar éstas las competencias en materia de ordenación territorial. En unos casos, el compromiso de las instancias públicas irá encaminado verdaderamente a minimizar las consecuencias negativas de los grandes equipamientos a fin de salvaguardar el bien común (teóricamente subyacente en el modelo territorial) y, en otros, estará latente la preocupación de la salvaguarda de los intereses del comercio tradicional. En estos últimos, la gravedad de los efectos negativos de carácter ambiental que los GEC provocan en un amplio espectro a su alrededor, debería conducir a la reconsideración de la motivación por la que realizan la ordenación territorial, de manera que se la coloque en el lugar preferente que viene demandando.

La instancia europea también ostenta un papel decisivo en la regulación comercial, en el marco de la ordenación del territorio, al pretender preservar, mediante la *Directiva de Servicios*, el derecho a la libertad de establecimiento empresarial que en numerosas regiones europeas es violado bajo el pretexto de una mejora territorial encubridora de consideraciones de tipo económico y de protección al pequeño comercio. Esta disposición ha representado una excelente oportunidad para que se depuren los criterios reales a los que cada Administración atiende, de modo que las cortapisas a las implantaciones deben cargarse en gran medida de justificaciones de índole territorial conducentes al

bien general para poder gozar de validez. La evolución de los marcos normativos españoles a partir de este momento ha seguido diversos caminos, desde los que han suprimido cualquier intento de ordenación preexistente hasta los que han camuflado sus verdaderas intenciones en consideraciones de carácter territorial. Pese a la diversidad de posturas que concurren sobre la medida europea, tras la interpretación afrontada por las distintas Comunidades estudiadas, se puede concluir que no se ha producido un incremento en las restricciones de implantación. El hecho de que estén pendientes de aprobación el *PEC* y el *PTSEC*, instrumentos de regulación sectorial, se debe a la aparición de ese nuevo marco comunitario.

La trayectoria seguida en el conjunto del territorio nacional ha sido trazada, dadas las distintas etapas políticas por las que ha atravesado el país, por Administraciones Públicas con competencias sobre ámbitos territoriales de diferente extensión que, en consecuencia, han abordado la gestión de los espacios metropolitanos con diferente proximidad a los mismos. A la vista de la magnitud y alcance supramunicipal que presentan los fenómenos urbanos, se hace pertinente abordar la ordenación de los mismos desde una instancia pública con atribuciones competenciales exclusivamente metropolitanas, lo cual es aun inexistente en la mayoría de realidades españolas. A buen seguro, la resolución de este problema de dimensionamiento del marco de toma de decisiones pasa ineludiblemente por la modificación del texto constitucional, con vistas a incluir un nuevo ente público de carácter metropolitano.

6.2. EXPERIENCIAS COMPARADAS EN RELACIÓN A GEC EN LOS ÁMBITOS METROPOLITANOS ESTUDIADOS

Al igual que la conformación de las áreas o regiones metropolitanas se ha llevado a cabo a un ritmo diferente en cada uno de los casos estudiados, la conciencia en las instancias públicas de la pertinencia de adoptar una visión supralocal para la solución de problemas, en un primer momento urbanísticos, también ha ido surgiendo diferencialmente entre los años 50 y 70. En efecto, en estos años preconstitucionales aparecen los instrumentos pioneros de planeamiento metropolitano -en primer lugar en Barcelona, después en Madrid y en Sevilla, por este orden- enfocados a la regulación de la desmesurada actividad urbanística que se producía en esos momentos. Sin embargo, tales documentos reguladores (así como algunos que siguieron inmediatamente a éstos) fracasaron en todos los casos debido a la anteposición de los beneficios económicos reportados a las arcas municipales por parte del sector de la construcción. Se pone de manifiesto, de este modo, que la cuestión del enriquecimiento económico a expensas del territorio, cual principal recurso, está presente desde el germen de las políticas de planeamiento metropolitano, como suele acontecer en cualquier experiencia de ordenación territorial que se precie.

La voracidad urbanizadora llevada a cabo desde mediados de los 90 y la primera década del siglo XXI -período marcado por una sobresaliente y casi permanente mejora económica general- coincide con el despliegue de los nuevos formatos comerciales que, aunque con mayor intensidad en Madrid y Barcelona, es propiciado por la elevación del poder adquisitivo de las familias y, por ende, por su capacidad de consumo, acompañada ésta de una creciente diversificación en sus patrones de compra. Desgraciadamente, durante este período, ninguno de los tres espacios metropolitanos ha contado con una regulación territorial capaz de armonizar los usos del suelo previniendo o corrigiendo conductas equivocadas, desde el enfoque desde el que se comprende el territorio en esta Investigación.

En efecto, en la Comunidad de Madrid -y, por ende, en su Región Metropolitana- la primera y única ley sobre esta materia verá la luz en 2001 sin

mostrar interés alguno por la ordenación del territorio, ya que va a consentir la explotación de todos los suelos sin protección hasta su paroxismo. En la Región Metropolitana de Barcelona, aunque la ley territorial aparece en 1983, su primer documento de planeamiento no será aprobado hasta más de una década después, postergándose la aparición del plan subregional concerniente al ámbito metropolitano hasta el año 2010. Esto viene a decir que, pese a ser la Comunidad Autónoma de Cataluña la que antes otorga carácter normativo a la ordenación del territorio de entre las tres que se estudian, en realidad, la concreción de sus disposiciones al ámbito metropolitano va a llegar con demasiado retraso en orden a paliar o subsanar las distorsiones que en él han tenido lugar. La amplia dilatación temporal en el desarrollo de la regulación jurídica denota una exigua preocupación por los procesos metropolitanos por parte del gobierno catalán. Similar situación es la que presenta el Área Metropolitana de Sevilla pues, aunque Andalucía ya contaba en 1994 con una ley de ordenación, no será hasta 2009 cuando aparezca el documento de planeamiento subregional, con idénticas consecuencias que en el caso de Cataluña. Debe tenerse presente que la Región de Barcelona, desde 2010, cuenta con un ente administrativo propio en virtud de su Estatuto de Autonomía, lo cual debe considerarse una excelente vía para que se atienda eficientemente a las verdaderas necesidades de ordenación de este ámbito, a la par que representa la situación de gobierno a la que deben aspirar el resto de realidades españolas.

Parece oportuno que un marco normativo de carácter territorial, elaborado sensatamente y con vistas a salvaguardar los intereses de la mayoría, se pronuncie acerca de la regulación de actividades con potencial impacto y contrastada facultad para la ordenación, entre ellas la del comercio en grandes formatos, estableciendo para ellas criterios a los que ha de atenerse cualquier promotor interesado. Este interés adquiere aún más urgencia al comprobarse que la respuesta a la demanda existente ha dejado de constituir el principal inductor de nuevas implantaciones de GEC, sobresaliendo entre todas las motivaciones la de la participación en los negocios inmobiliarios asociados. Tras el estudio realizado, se observa que sólo Sevilla cuenta con disposiciones sobre

los GEC tanto en la ley territorial como en sus instrumentos de desarrollo, considerándola explícitamente una actividad con incidencia en la ordenación del territorio que es objeto, por tanto, de evaluación autonómica sobre su afección a los sistemas y dinámicas territoriales. El POTAUS, al tratar esta actividad, va a mostrar su predilección por su asentamiento en localizaciones intraurbanas, evitando la problemática asociada de movilidad o de consumo de recursos. En cambio, mientras que Madrid ni siquiera realiza un pronunciamiento, Barcelona considera en sus planes territoriales sectoriales que los grandes equipamientos públicos o privados deben ser objeto de una coordinación interadministrativa, hasta el momento inexistente, dejando a merced del legislador sectorial cualquier iniciativa al respecto.

El contexto normativo sectorial elaborado por las tres Comunidades Autónomas que acogen los casos de estudio contempla desigualmente la vertiente territorial de los GEC. En el caso de Madrid, la primera ley de comercio interior del año 1999, mediante su Decreto de desarrollo, obliga al sometimiento de las iniciativas a un informe previo autonómico con carácter vinculante sobre la licencia, el cual deberá tratar sobre su ubicación intra o extraurbana, la repercusión de ésta sobre el entorno, la previsión de carácter residencial o de ocio asociada al GEC, la previsión acerca de la influencia de la repercusión en las dinámicas de movilidad cotidiana metropolitana... Tales requisitos van diluyéndose a medida que pasan los años en las dos normativas siguientes, hasta llegar a suprimir cualquier intención de valoración de la afección territorial en el año 2012, a raíz de la *Directiva de Servicios*. Por lo tanto, la Comunidad de Madrid entiende la libertad de establecimiento a la que apela Europa como una eliminación de trabas de cualquier naturaleza para los intereses empresariales, sin ni tan siquiera hacer un llamamiento, aunque solo sea a título de recomendación, sobre la necesidad de que prevalezcan determinadas pautas deseables para la localización. Resulta inusual y paradójico, en este caso, que la regulación territorial de una actividad con gran impacto como es la de los GEC se haya presentado en exclusiva en la esfera de lo sectorial, sin aparecer siquiera, como dicta la lógica, en el contexto normativo territorial.

En Cataluña, los GEC han sido regulados desde la primera de las disposiciones normativas, aparecida en 1987, con vistas a preservar el pequeño comercio. Aunque no se recoja explícitamente, el interés preferencial por la defensa del comercio tradicional va a ser una constante implícita en las disposiciones sucesivas, siendo enmascarado con pretensiones de salvaguarda ambiental y territorial. Esta circunstancia se aprecia en la legislación de la segunda década del siglo XXI, a juzgar por el interés que muestra la Administración por que las implantaciones se realicen dentro de los entramados urbanos, en ubicaciones que la propia administración regional -asumiendo competencias reservadas a los entes municipales- se atreve a delimitar en el PEC. Si bien es cierto que esta postura beneficia al orden territorial, en tanto que evita los impactos negativos producidos por los GEC, también lo es que redunde en una menor afección al comercio tradicional urbano porque, sobretodo, recrudescen las posibilidades de que existan competidores. El gobierno autonómico catalán entiende que la *Directiva de Servicios* diluye su intención de ordenación territorial al impedirle que la excepcionalidad sea el marco en el que se produzca cualquier implantación fuera de TUC. La respuesta de la Generalidad a la sentencia europea de eliminar los criterios para permitir excepciones, obligando entonces a la supeditación de las localizaciones de GEC a las TUC, incurre en incoherencia pues, por un lado, es justificada en aras de una mejor ordenación territorial, pero, por otro, alude a la protección del pequeño comercio en su marco de intenciones. En suma, Cataluña desobedece a la UE en lo que respecta a la libertad de establecimiento y utiliza a la ordenación del territorio como excusa para la salvaguarda de su tejido comercial tradicional.

En Andalucía, la consideración tanto del alcance supramunicipal como de los impactos de los GEC está presente en todos los documentos normativos sobre comercio desde el primero de ellos en 1996, en sintonía con lo recogido en el contexto de ordenación territorial. No obstante, la planificación que se ha desarrollado también ha realizado una fuerte apuesta por la conservación del pequeño comercio así como por la estimulación del tejido de GEC en el ámbito regional, evitando de este modo quedar por detrás de la media nacional. La

licencia comercial autonómica preceptiva que evalúa la incardinación territorial de los GEC ha dejado de existir a raíz de la *Directiva de Servicios*, conservándose, no obstante, un procedimiento autonómico informativo previo. Junto a ello, el PEC ha ido perdiendo toda la fuerza de ordenación que se le otorgaba en un primer momento. Aun así, esta postura de ordenación de los nuevos formatos, podría considerarse intermedia con respecto a la adoptada por Madrid (que abdica de su ordenación) y la de Barcelona (que insiste, pese a la problemática legal en que se ve envuelta, por mantener su criterio).

La revisión de los contextos normativos en los que se desenvuelve la implantación de los GEC en cada uno de los entornos metropolitanos, remite en última instancia a la evaluación de la coherencia de los mismos en relación al modelo territorial establecido. En Madrid, se detecta una plena coherencia pues, inherentemente, el modelo al que se asiste es el resultante de la superposición de todos los planeamientos urbanísticos municipales, sin que exista una orientación proveniente de una escala superior. En consecuencia, resulta lógica la inexistencia actual de documentos de planeamiento territorial de carácter autonómico o la progresiva eliminación de criterios de ordenación de GEC, consumada de manera fulminante tras la *Directiva de Servicios*. El desentendimiento de la Comunidad de Madrid en lo concerniente a acuñar un modelo territorial que garantice una mejor distribución de funciones con la subsecuente mejora de la calidad de vida de sus ciudadanos, aboca a la Región Metropolitana a un escenario futuro del todo incierto donde la primacía de intereses económicos e individualistas ahoga cualquier deseo de sostenibilidad. En Barcelona, al igual que en el caso anterior, la incardinación de las políticas territoriales y sectoriales al modelo de territorio es completamente satisfactoria, si bien en este caso, los pilares sobre los que se fundamenta son elogiados. La búsqueda de la ciudad compacta, con la evitación de la dispersión, o la vertebración territorial, tendente a la cohesión socioeconómica, conforman el contexto en el que se desenvuelven todas las iniciativas públicas, entre ellas las del sector comercial. Distinto es que, como se ha comentado anteriormente, las cuestiones territoriales no prevalezcan sobre otros intereses o no ocupen

quiera su mismo lugar en la toma de decisiones, lo cual obstaculiza la consecución del modelo territorial pretendido.

En Andalucía, puede decirse que existe, análogamente a los casos anteriores, una correspondencia entre el modelo y los textos normativos. En efecto, la mejora de la vertebración interna y externa o el control de los crecimientos urbanísticos apostando por la compacidad urbana se convierten en líneas directoras de las políticas públicas a todos los niveles, incluido el comercial. Sin embargo, se detectan importantes incoherencias en el *POTAUS* aprobado en 2009 en lo que atañe a las *AO*. Por un lado, ninguna la previsión de crecimientos urbanos recogida en el *POTA*, al excluir del cómputo establecido las oportunidades residenciales; por otro, la preferencia por la ciudad compacta es puesta en entredicho ubicando *GEC* en localizaciones no urbanas; y por otro, amenaza seriamente la articulación metropolitana interna y externa relegando una parte de las *AO* -entre ellas algunas con previsión de *GEC*- a la puesta en funcionamiento de una infraestructura viaria de gran calado para la mejora de la movilidad como es la *SE-40*. Adicionalmente, existe discrepancia en el modo en que son tenidos en cuenta los *GEC* en relación al territorio pues, aunque la *LOTA* los considera actividades con incidencia en la ordenación, el *POTAUS* permite que sean los entes municipales los que decidan sobre una hipotética implantación de los mismos en las *AO* que les competen, al faltar una concreción sobre la totalidad de funciones permitidas en dichos espacios.

En definitiva, la Administración Pública andaluza va a mostrar en la gestión del ámbito metropolitano sevillano dos posturas incompatibles con el modelo territorial, imposibilitando la consecución de objetivos generales de bienestar. En primer lugar, la falta de criterios, pues la asignación de *AO* ha respondido a la voluntad de contentar a todos o buena parte de los ayuntamientos, olvidando la perspectiva de conjunto a la que está llamada semejante figura de planeamiento; en segundo, la visión de las oportunidades que ofrece el territorio metropolitano en clave de rendimiento económico, dando rienda suelta a ambiciosos proyectos desarrollistas, en la mayoría de casos ya candentes en los consistorios. En cierto modo, este planteamiento, donde cada localidad va a llevar a efecto sus

pretensiones sobre parcelas de su término municipal, recuerda al caso madrileño, si bien en el caso sevillano se produce tras la intervención autonómica y una tibia regulación. En cualquier caso, el *POTAUS* hace un flaco favor al modelo territorial, condenando a los ciudadanos a seguir padeciendo las disfuncionalidades del territorio, especialmente en lo que a movilidad se refiere, dada la permanencia de la insuficiencia infraestructural.

De la revisión del marco normativo de ordenación del territorio y de regulación de la actividad comercial, también se extrae como conclusión la necesidad de la transversalidad y la coordinación en lo que atañe al ejercicio de la ordenación. Al constituir el territorio un recurso imprescindible para el desarrollo de las actividades económicas, se hace perentorio un esfuerzo por la inclusión de la componente territorial en el campo de las políticas públicas y de la legislación sectorial en su conjunto, en coordinación con las de índole territorial, de modo que pueda regularse en la práctica la implantación de actividades que reportan impactos potencialmente negativos. De igual modo, se comprueba la necesidad de coherencia entre las leyes y sus instrumentos de desarrollo, juntamente con el esfuerzo por acortar los plazos de elaboración de estos últimos, a fin de evitar que no lleguen a materializarse -o lo hagan distorsionadamente- las propuestas que son planteadas en primera instancia.

Se ha puesto de manifiesto la conveniencia de que las decisiones que conciernen a ámbitos metropolitanos dimanen de administraciones públicas de alcance subregional, siguiendo el ejemplo del caso barcelonés, de manera que la adopción e implementación de medidas metropolitanas sea eficiente por atender verdaderamente a las necesidades y disyuntivas propias que sean diagnosticadas. En este ente administrativo, capaz de aglutinar intereses municipales comunes y de proponer soluciones equitativas a problemas compartidos, los GEC encuentran una más adecuada ordenación espacial debido, por un lado, al alcance supramunicipal que estos acusan y, por otro, al fuerte interés que demuestran por implantarse en estos ámbitos. A diferencia de lo que ocurre con

las propuestas de carácter subregional emanadas de una administración autonómica, las elaboradas por los poderes públicos metropolitanos están respaldadas por un mayor conocimiento de su ámbito de actuación y son capaces de provocar mayor capacidad de respuesta en los agentes implicados. Desde estas instancias supramunicipales o metropolitanas podría encontrarse un mayor respaldo para la generación de información (estadística y cartográfica, por ejemplo) capaz de enriquecer los estudios sobre movilidad metropolitana, residencial o laboral, los cuales han demostrado contrastada eficacia para determinar la prolongación real de la influencia de las funciones urbanas, cuestión primordial para establecer los límites reales metropolitanos en cada momento y, por ende, asegurar su buena gestión pública.

La influencia que ejercen los GEC sobre los viarios principales y zonas más o menos próximas, puede caracterizarse cualitativamente; sin embargo, de cara a delimitar de forma precisa la extensión territorial sobre la que poseen repercusión y emprender estudios sobre localización óptima o similares, es necesario establecer metodologías que permitan cuantificar los flujos de movilidad que la actividad comercial asociada a grandes formatos es capaz de generar. Por los mismos motivos esgrimidos con anterioridad, la creación de administraciones públicas metropolitanas podría suponer un importante apoyo para afrontar las líneas de investigación sugeridas.

Al fin y al cabo, el interés por los estudios de las dinámicas y patrones de movilidad, el trazado de la evolución de los territorios metropolitanos en relación a actividades que aducen gran impacto sobre su ordenación, la valoración de la coherencia del contexto normativo y los modelos territoriales o la proposición de reestructuración de la Administración Pública, posee como último objetivo la consecución de una ordenación territorial más eficaz en unos ámbitos, como son los metropolitanos, caracterizados por su gran complejidad, donde concurren las tres cuartas partes de la población europea y donde se producen los mayores problemas ambientales del planeta: la polución, la contaminación hídrica generalizada, la destrucción de ecosistemas de gran valor con la subsecuente pérdida de biodiversidad, la desaparición de valores paisajísticos, la

desertización, la sobreexplotación de los acuíferos o la gestión de los residuos que se generan. Aunque para cada uno de los problemas puedan existir medidas de distinta envergadura y viabilidad que los remedien o incluso eviten, no debe perderse de vista que, en primer lugar, en un alarde de sensatez y eficiencia, debe atenderse a la distribución-ordenación de las actividades sobre el territorio, a fin de que se minimicen o impidan simultáneamente efectos negativos sobre los recursos naturales y el medio socioeconómico, permitiendo conseguir ciudades más sostenibles, capaces de albergar una mayor calidad ambiental y de brindar más calidad de vida a sus habitantes.

BIBLIOGRAFÍA

- AALBU, H. (2004): "Europa policéntrica: ¿Utopía o realidad?" en *Ordenación del Territorio y desarrollo territorial: el gobierno del territorio en Europa: tradiciones, contextos, culturas y nuevas visiones* (Romero, J. y Farinós, J., eds.). Gijón, Edit. Trea, 145-170.
- ABDUL-GHANI, A. A., HAMID, M. Y., HARUN, S. N. y MOHD-NOOR, N. (2011): "Towards Usable Malaysian Shopping Centre". *Procedia Engineering*, nº 20, 496-504.
- AGUADO, V., NOGUERA, B. (2012): *El impacto de la Directiva de Servicios en las Administraciones Públicas: aspectos generales y sectoriales*. Barcelona. Atelier.
- ALLENDE, J. (1995): "Desarrollo sostenible. De lo global a lo local". *Ciudad y Territorio. Estudios Territoriales*, nº 104, 287-282.
- ALLENDE, J. (2005): "Modelo de grandes centros comerciales versus modelo del comercio tradicional. Implicaciones socio-económicas, culturales y territoriales desde la sustentabilidad". *Politika*, nº 1, 109-120.
- ALONSO BENITO, L. E. (1999): "Los grandes centros comerciales y el consumidor postmoderno". *Distribución y Consumo*, nº 48, 27-31.
- ALONSO BENITO, L. E. (2002): "¿Nuevo consumidor?". *Revista de cultura y ciencias sociales*, nº 31, 11-18.
- ALONSO IBÁÑEZ, M. R. (2014): "Las repercusiones urbanísticas y territoriales de un modelo agotado de crecimiento económico". *R.V.A.P.*, nº 99-100, 255-270.
- ÁLVAREZ, S. (2002): "Los cambios en las prácticas alimentarias de los consumidores españoles". *Boletín económico de ICE*, nº 2733, 19-30.
- ÁLVAREZ, S. (2003): "Los vínculos entre consumo y bienestar". *Estudios sobre consumo*, nº 66, 41-55.
- ÁLVAREZ, S. (2004): "El origen social de las necesidades". *Razón y fe: Revista hispanoamericana de cultura*, vol. CCXLIX, nº 1268, 473-488.
- ÁLVAREZ, S. y VILLAREJO, H. (2003): "La regulación de los grandes centros comerciales: Una aproximación sociológica y jurídica". *Revista de Derecho*, vol. XV, nº 2, 131-155.
- AMAYA, C. A. (2008): "Rol de las franquicias en el funcionamiento en red del sistema urbano nacional de Venezuela". *Revista Geográfica Venezolana*, vol. XLIX, núm. 1, 67-83.

- AMAYA, C. A. (2009): "Rol de los centros comerciales en la organización de las principales aglomeraciones urbanas de Venezuela". *Revista Geográfica Venezolana*, vol. L, nº 2, 263-286.
- ANTIKAINEN, J. (2005): "The concept of Functional Urban Area. Findings of the ESPON project 1.1.1". *Informationen zur Raumentwicklung*, nº 7, 447-452.
- ASCHER, F. (1995): *Metapolis ou l'avenir des villes*. París. Odile Jacob.
- AYUNTAMIENTO DE MADRID (2014): *Barómetro de Economía de la Ciudad de Madrid*, nº 39. Dirección General de Estadística.
- AZÓN, J., HUARTE, M. y PELEGRÍN, J. (2007): "Asociacionismo comercial y cooperación en el comercio detallista. ¿Cuáles son los motivos para asociarse de los comercios riojanos?" en *Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro* (Ayala, J.C., coord.). Logroño, Universidad de La Rioja, 2267-2280.
- BAKIS, H. (1991): "Telecomunicaciones espacio y tiempo" en *Nuevas tecnologías de comunicación* (Gómez Mont, C., ed.). Mexico D. F., Edit. Trillas, 49-60.
- BARATA, T. (1996): *Do comércio à Distribuição. Roteiro de urna mudança*. Oeiras. Celta editora.
- BAUMAN, Z. (2007): *Vida de consumo*. Madrid. Fondo de cultura económica.
- BAUTISTA, A. (2008): "De la creación a su conjunto: objetos y mercancías". *Athenea Digital*, nº 14, 191-198.
- BEAUD, M. (1986): *Historia del capitalismo: de 1500 a nuestros días*. Barcelona. Ariel.
- BELLET, C., ALONSO LOGROÑO, P. y CASELLAS, A. (2010): "Infraestructuras de transporte y territorio. Los efectos estructurantes de la llegada del tren de alta velocidad en España". *BAGE*, nº 52, 143-163.
- BENABENT, M. (1986): "La Comarcalización de Andalucía". *Centro de Estudios Urbanísticos, Municipales y Territoriales*, nº 94-95, 30-34.
- BENABENT, M. (2006): *La ordenación territorial en España. Evolución de su práctica en el siglo XX*. Sevilla. Universidad de Sevilla y Consejería de Ordenación del Territorio.
- BENFIELD, F. K., TERRIS, J. y VORSANGERET, N. (2001): *Solving sprawl: Models of smart growth in communities across America*. New York. Natural Resources Defense Council.

- BENKO, G. y LIPIETZ, A. (dirs.) (2000): *La richesse des régions*. París. P.U.F.
- BERRY, B., GOHEEN, P. y GOLDSTEIN (1970): "Problems and perspectives of defining the metrópolis" en *Geographic perspectives on urban systems* (Berry, B. y Horton, F.). Englewood Cliffs, Edit. Prentice Hall, 250-276.
- BLANCO, J. (2004): *La emergencia de las nuevas ciudades en la era global*. Gijón. Ediciones Trea.
- BLÁZQUEZ, N. (2011): "El nuevo urbanismo comercial trazado por la Unión Europea". *Actualidad jurídica Uría Menéndez*, nº extra. 1, 79-87.
- BOIX, R. (2007): "Concepto y delimitación de áreas metropolitanas: una aplicación a las áreas metropolitanas de España" en *Las grandes áreas metropolitanas españolas en una perspectiva comparada*. Sevilla. Centro de Estudios Andaluces.
- BOTTINI, F. (2005): *I nuovi territori del commercio: società locale, grande distribuzione urbanística*. Florencia. Alinea editorial.
- BRATOS, M. (2013): "Business Improvement Districts: Una nueva forma de colaboración público-privada para la revitalización socioeconómica de áreas urbanas". *Política y Sociedad*, vol. L, núm. 1, 269-304.
- BUENO, C. y AGUILAR, E. (2003): "Introducción. La globalización de las expresiones locales" en *Las expresiones locales de la globalización. México y España* (Bueno, C. y Aguilar, E., coords.). México D.F., Ed. CIESAS, Universidad Iberoamericana y Ed. Porrúa, 5-46.
- CAMPAYO, C. (dir.) (1997): *Las grandes superficies comerciales y la reestructuración de la distribución comercial en Andalucía*. Dirección General de Comercio, Consumo y Cooperación Económica. Junta de Andalucía.
- CAPEL, H. (2003): "Una mirada histórica sobre los estudios de redes de ciudades y sistemas urbanos" en *GeoTrópico*, vol. I, núm. 1, junio de 2003. Grupo GeoLat. Disponible en http://www.geotropico.org/1_1_Capel.html
- CAPEL, H. (2013): *La morfología de las ciudades. Volumen III*. Barcelona. Edit. Del Serbal.
- CARAVACA, I. (1998): "Los nuevos espacios ganadores y emergentes". *EURE*, vol. XXIV, núm. 73, 5-30.

- CARAVACA, I. y GARCÍA GARCÍA, A. (2009): “El debate sobre los territorios inteligentes: el caso del área metropolitana de Sevilla”. *EURE*, vol. XXXV, núm. 105, 23-45.
- CARDOSO, M. M. (2013): “Contraurbanización: ¿tendencia irreversible o la fase de un ciclo? La situación en América Latina”. *Geografia em questao*, vol. VI, núm. 2, 108-134.
- CARRASCO, A. (2007): “La sociedad de consumo: origen y características” en *Contribuciones a la Economía*, enero 2007. Grupo eumednet. Disponible en <http://www.eumed.net/ce/>
- CARRERAS, J. M., OTERO, M. y RUIZ I ALMAR, E. (2013): *L'ocupació del territori a l'àrea i regió metropolitana de Barcelona, 1956-2006*. Barcelona. Área Metropolitana de Barcelona.
- CARRILLO DE ALBORNOZ, J. (2011): “Los caminos reales, origen de la red moderna de carreteras españolas y su relación con los ingenieros militares” en http://altorres.synology.me/articulos/caminos/caminos_reales.htm (última consulta: 26/10/2015).
- CARTER, H. (1987): *El estudio de la Geografía Urbana*. Madrid. Instituto de Estudios de Administración Local.
- CARVAJAL, L. F. (2010): *El Pasaje Hernández. El renacer del pasaje comercial*. Tesis Doctoral inédita. Bogotá. Pontificia Universidad Javeriana. Disponible en <http://hdl.handle.net/10554/4054> (última consulta: 26/10/2015).
- CASARES, J. (2008): “Distribución y Consumo. Cien años de aurora boreal y peripecia emocional”. *Distribución y Consumo*, nº 100, 35-64.
- CASTAÑER, M., VICENTE, J. y BOIX, G. (eds.) (2000): *Áreas urbanas y movilidad laboral en España*. Girona. Universitat de Girona.
- CASTELLS, M. (1976): *La cuestión urbana*. México D.F. Siglo XXI.
- CASTELLS, M. y BORJA, J. (2004): *Local y global: la gestión de las ciudades en la era de la información*. Madrid. Taurus.
- CASTRESANA, J. (1997): “Urbanismo, comercio y centro ciudad. Relaciones difíciles”. *Distribución y Consumo*, nº 34, 5-10.

- CHAMPION, T. (2001): "Urbanization, Suburbanization, Counterurbanization and Reurbanization" en *Handbook of Urban Studies*. (Padison, R., ed.). London, SAGE Publication, 143-161.
- CHESIRE, P. y GORNOSTAEVA, G. (2002): "Cities and regions: comparable measures requires comparable territories ". *Cahiers de L'Aurif*, nº 135, 13-21.
- CHESHIRE, P. y HAY, D. (1985): "Problemas de declive y crecimiento en las ciudades de Europa". *Estudios Territoriales*, nº 19, 31-56.
- CLUSA, J. y ROCA, J. (1997): "El canvi d'escala de la ciutat metropolitana de Barcelona". *Revista Econòmica de Catalunya*, nº 33, 44-53.
- COLEDUPPI, V. (2007): "El papel social de la publicidad". *Pensar la publicidad*, vol. I, núm. 1, 149-155.
- COLLADO, J. C. (2004): "La Estrategia Territorial de Navarra. Un caso pionero de aplicación de la Estrategia Territorial Europea" en *Ordenación del Territorio y desarrollo territorial: el gobierno del territorio en Europa: tradiciones, contextos, culturas y nuevas visiones* (Romero, J. y Farinós, J., eds.). Gijón, Edit. Trea, 289-312.
- COMISIÓN EUROPEA (1983): *Carta Europea de Ordenación del Territorio*. Bruselas.
- COMISIÓN EUROPEA (1990): *Libro Verde sobre el Medio Ambiente Urbano*. Bruselas.
- COMISIÓN EUROPEA (1996a): *Ciudades Europeas Sostenibles*. Bruselas.
- COMISIÓN EUROPEA (1996b): *Libro Verde del Comercio*. Bruselas.
- COMISIÓN EUROPEA (1997): *Hacia una política urbana para la Unión Europea*. Bruselas.
- COMISIÓN EUROPEA (1999a): *Estrategia Territorial Europea*. Bruselas.
- COMISIÓN EUROPEA (1999b): *Libro Blanco del Comercio*. Bruselas.
- COMISIÓN EUROPEA (2006): *Estrategia Temática para el Medio Ambiente Urbano*. Bruselas.
- COMISIÓN EUROPEA (2007): *Agenda Territorial de la Unión Europea*. Bruselas.
- COMISIÓN EUROPEA (2011a): *Agenda Territorial Europea 2020*. Bruselas.

- COMISIÓN EUROPEA (2011b): *Ciudades del mañana: retos, visiones y caminos a seguir*. Bruselas.
- CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL (2008): *Los nuevos modelos de consumo en España*. Madrid.
- COQ, D. (2012): “Crecimiento suburbano difuso y sin fin en el Área Metropolitana de Sevilla entre 1980 y 2010. Algunos elementos explicativos” en *Scripta Nova*, vol. XVI, núm. 397, 1 de abril de 2012. Universidad de Barcelona. Disponible en <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-397.htm>
- CORBOZ, A. (1994): “Hyperville” en *Cahier*, nº 8, 112-129.
- CRUZ, J. (2004): “Una nueva cultura para el gobierno del territorio: la concertación y cooperación interadministrativa” en *Ordenación del Territorio y desarrollo territorial: el gobierno del territorio en Europa: tradiciones, contextos, culturas y nuevas visiones* (Romero, J. y Farinós, J., eds.). Gijón, Edit. Trea, 233-240.
- CUESTA, P. (2006): *Estrategias de crecimiento de las empresas de distribución comercial*. Tesis Doctoral. Disponible en <http://www.eumed.net/tesis/2006/pcv/> (última consulta: 20/10/2015).
- CURBELO, J. L., PARRILLI, M. D. y ALBURQUERQUE, F. (coord.)(2001): *Territorios innovadores y competitivos*. Madrid. Marcial Pons.
- DABAT, A. (1993): *El mundo y las naciones*. México D.F. CRIM.
- DAVIS, K. (1959): *The World's metropolitan areas*. Berkeley. University of California Press.
- DEBORD, G. (1999): *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*. Barcelona. Anagrama.
- DE COS, O. (2007): “La dinámica metropolitana en España. Análisis estadístico y cartográfico de los municipios a partir de la población y la vivienda”. *Geographicalia*, nº 51, 59-80.
- DE ELIZAGARATE, V. y ZORRILLA, P. (2004): “El comercio urbano como factor estratégico para la competitividad entre ciudades. Gipuzkoa: un caso de centro comercial abierto en red”. *Distribución y Consumo*, nº 78, 101-112.
- DE GREGORIO, S. (2008): “La dinámica de la localización de los centros comerciales: el caso de la Comunidad Autónoma de Madrid” en *Boletín CF+S*, nº 35, 15 de febrero de 2008. Universidad Politécnica de Madrid. Disponible en <http://habitat.aq.upm.es/boletin/n35/asgre.html>.

- DE JUAN, M.D. (1998): *La atracción que ejercen los centros comerciales sobre los consumidores*. Alicante. Universidad de Alicante.
- DE LAS RIVAS, J. L. (2007): “Dificultades del urbanismo comercial: El Plan General de Equipamiento Comercial de Castilla y León”. *Ciudades*, nº 10, 109-142.
- DELGADO CABEZA, M. (1998): “¿La globalización, nuevo orden o crisis del viejo?”. *Desde el Sur. Cuadernos de Economía y Sociedad*, nº 1.
- DEL MORAL, L. (2009): “Nuevas tendencias en la gestión del agua, ordenación del territorio e integración de políticas sectoriales” en *Scripta Nova*, vol. XIII, núm. 285, 1 de marzo de 2009. Universidad de Barcelona. Disponible en <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-285.htm>
- DEL PINO, A. (2007): “La nueva Directiva de Servicios y sus repercusiones en la ordenación de la distribución comercial”. *Distribución y Consumo*, nº 94, 31-43.
- DE MENDOZA, J. F. y GALÁN, J. I. (1995): “Los nuevos espacios comerciales en la Región Metropolitana de Barcelona”. *Papers*, nº 22, 69-80.
- DE OLIVEIRA, G. (2013): “Los límites de lo metropolitano: estudio morfológico de la frontera urbana” en *Actas XXIII Congreso de Geógrafos españoles: espacios insulares y de frontera, una visión geográfica*. Universitat de Les Illes Balears, AGE-CSIC y Colegio de Geógrafos, 349-359.
- DE OLIVEIRA, G. e IBÁÑEZ, J. E. (2010): “Formas y organización de las aglomeraciones metropolitanas” en *La ciudad metropolitana en España: Procesos urbanos en los inicios del siglo XXI* (Feria, J.M. y Puebla, J.M., coords.). Pamplona, Edit. Thomson Reuters, 95-124.
- DE SANTIAGO, E. (2008): “Infraestructuras, planeamiento y modelo territorial en la Comunidad de Madrid” en *I Congreso de Urbanismo y Ordenación del Territorio: Ciudad y Territorio* (Bilbao, 7-9 de mayo de 2008). CICCIP.
- DÍEZ, R., SÁNCHEZ MORAL, S. y GAGO, C. (2015): “Las ciudades españolas en un sistema urbano globalizado: aproximaciones metodológicas y conceptuales a través de los servicios y el transporte” en *El papel de los servicios en la construcción del territorio: redes y actores* (Espinosa, A. y Antón, F. J., eds). Murcia, Universidad de Alicante y AGE, 325-346.
- DIJKSTRA, L. (2009): “Metropolitan Regions in the EU”. *Regional Focus*, nº 1.
- DIJKSTRA, L. y POELMAN, H. (2012): “Cities in Europe, the new OCDE-EC definition”. *Regional Focus*, nº 1.

- DOBB, M. (1975): *Estudios sobre el desarrollo del capitalismo*. Madrid. Siglo XXI.
- DURÁN, J. F. (2011): “Del mundo del consumo al consumo-mundo. Lipovestky y las paradojas del consumismo individualista y democrático”. *Nómadas*, nº 32, 79-95.
- ELORRIETA, B. (2013): *La planificación territorial en el Estado español a la luz de las políticas territoriales europeas. De la retórica a la praxis*. Tesis doctoral. Disponible en <http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/50446> (última consulta: 20/10/2015).
- ENTRENA, F. (2005): “Procesos de periurbanización y cambios en los modelos de ciudad: un estudio europeo de casos sobre sus causas y consecuencias”. *Papers*, nº 78, 59-88.
- ESCOLANO, S. (1988): *Comercio y territorio en España*. Zaragoza. Pressas Universitarias.
- ESCOLANO, S. (1999): “Evolución de los estudios geográficos sobre el comercio en España” en *La Geografía de los Servicios en España* (Antón, F. J., ed.). Madrid, Universidad Complutense, 431-454.
- ESCUADERO, L. A. (2008): *Los centros comerciales. Espacios postmodernos de ocio y consumo*. Cuenca. Universidad de Castilla-La Mancha.
- ESCUADERO, L. A. (2015): “Actores y estrategias en el desarrollo del comercio: los centros comerciales” en *El papel de los servicios en la construcción del territorio: redes y actores* (Espinosa, A. y Antón, F. J., eds). Murcia, Universidad de Alicante y AGE, 13-38.
- ESPINOSA, A. (2003): “Amenazas y nuevas estrategias del comercio de centro urbano. El caso de Alicante”. *BAGE*, nº 38, 153-174.
- ESPINOSA, A. (2009): *El comercio como herramienta estructuradora del territorio. El caso de las ciudades alicantinas*. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. Disponible en <http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmc320d6> (última consulta: 26/10/2015).
- ESTRADA, E., RODRÍGUEZ, R. I. y FERNÁNDEZ CHACÓN, I. (2011): *Apertura de grandes superficies y libertades comunitarias*. Madrid. Reus.
- FARINÓS, J. (2004): “La Estrategia Territorial Europea para el futuro” en *Ordenación del Territorio y desarrollo territorial: el gobierno del territorio en Europa: tradiciones, contextos, culturas y nuevas visiones* (Romero, J. y Farinós, J., eds.). Gijón, Edit. Trea, 45-73.

- FARINÓS, J. (2007): "Planificación de infraestructuras y planificación territorial". *Papers*, nº 44, 32-43.
- FARRELL, J. J. (2003): *One nation under goods: Malls and the seductions of American shopping*. Washington, D.C. Smithsonian Books.
- FEINBERG, S. (1960): *What makes shopping malls tick*. New York. Fairchild Publications.
- FELIU, J. y CASTAÑER, M. (2010): "Metropolización regional a partir del tren de alta velocidad: una prospectiva para Cataluña" en *La ciudad metropolitana en España: Procesos urbanos en los inicios del siglo XXI* (Feria, J.M. y Puebla, J.M., coords.). Pamplona, Edit. Thomson Reuters, 409-439.
- FERIA, J. M. (2000): "La emergencia del territorio metropolitano de Sevilla. Diagnóstico general y conclusiones" en *Documentos preliminares para la elaboración del Plan General de Ordenación Urbana de Sevilla*. Gerencia de Urbanismo del Ayuntamiento de Sevilla.
- FERIA, J. M. (2004): "Problemas de definición de las áreas metropolitanas en España". *BAGE*, nº 38, 85-99.
- FERIA, J. M. (2008): "Un ensayo metodológico de definición de las áreas metropolitanas en España a partir de la variable residencia-trabajo". *Investigaciones geográficas*, nº 46, 49-68.
- FERIA, J.M. (2010): "La delimitación y organización espacial de las áreas metropolitanas españolas: una perspectiva desde la movilidad residencia-trabajo". *Ciudad y Territorio. Estudios territoriales*, nº 164, 189-210.
- FERIA, J. M. (2011): "La ordenación del territorio en las áreas metropolitanas españolas" en *Ordenación del Territorio y Urbanismo: Conflictos y oportunidades* (Jurado, J. M., coord.). Sevilla, Universidad Internacional de Andalucía, 127-158.
- FERIA, J. M. (2013): "Towards a taxonomy of spanish metropolitan areas". *BAGE*, nº 63, 349-378.
- FERIA, J. M. (2015): *Áreas metropolitanas andaluzas: definición y pautas generales de dinámica y organización espacial*. Sevilla. Agencia de Obra Pública de la Junta de Andalucía.
- FERIA, J. M. y ANDÚJAR, A. (2015): "Movilidad residencial metropolitana y crisis inmobiliaria". *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, vol. XXXV, nº 1, 13-40.

- FERIA, J.M., CASADO, J.M. y BARRENA, E. (2010): “Una aproximación difusa a la delimitación y configuración del sistema metropolitano español a través de la movilidad residencia-trabajo” en *X Coloquio y Jornadas de campo de Geografía Urbana* (Delgado Viñas, C., ed.). Santander, Universidad de Cantabria, 427-444.
- FERIA, J. M. y SUSINO, J. (1996): *Movilidad por razón de trabajo en Andalucía: dimensiones básicas y organización territorial*. Sevilla. Instituto de Estadística de Andalucía.
- FERRER, A., NIETO, J. A. y URDIALES, M. E. (2010): “Desajustes entre los principios teóricos de la legislación territorial vigente y la práctica planificadora: análisis de casos en Andalucía” en *Scripta Nova*, vol. XIV, núm. 331, 1 de agosto de 2010. Universidad de Barcelona. Disponible en <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-331/sn-331-70.htm>
- FISHMAN, R. (1987): *Bourgeois utopias: the rise and fall of suburbia*. Nueva York. Basic Books.
- FONT, A. y VECSLIR, L. (2008): “Nuevas geografías de la producción y el consumo en la Región Metropolitana de Barcelona” en *Scripta Nova*, vol. XII, núm. 270, 1 de agosto de 2008. Universidad de Barcelona. Disponible en <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-270/sn-270-107.htm>
- FRAGO I CLOLS, LL. (2008): “Aproximación metodológica a las ciudades medias en Brasil” en *Actas del X Coloquio Internacional de Geocrítica: Diez años de cambios en el Mundo, en la Geografía y en las Ciencias Sociales, 1999-2008*. Universidad de Barcelona. Disponible en <http://www.ub.es/geocrit/xcol/238.htm>
- FRIEDMANN, J. y MILLER, J. (1956): “The Urban Field”. *Journal of the American Institute of Planners*, vol. XXXI, nº 4, 312-320.
- FRIEDMANN, J. y WOLFF, G. (1982): “World city formation: an agenda for research and action”. *International Journal of Urban and Regional Research*, nº 6, 309-344.
- GALINDO, M. A. y FERNÁNDEZ JURADO, Y. (2006): *Política socioeconómica en la Unión Europea*. Madrid. Delta Publicaciones.
- GARREAU, J. (1991): *Edge City: life on the new frontier*. New York. Doubleday.
- GOERLICH, F. J. y CANTARINO, I. (2013): *Redefiniendo ciudades*. Documento de Trabajo WP-EC 2013-06. Valencia. Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas.

- GÓMEZ MENDOZA, J. (1983): "Estructuras y estrategias comerciales en España". *Ciudad y Territorio*, nº 55, 5-23.
- GÓMEZ OREA, D. (2002): *Ordenación Territorial*. Madrid. Agrícola Española, S. A.
- GONZÁLEZ URRUELA, E. (1991): "Industrialización y desarrollo metropolitano en España". *Ería*, nº 26, 199-215.
- GONZÁLEZ-VARAS, S. (2004): "La difuminación de las fronteras nacionales: europeización y regionalización de la ordenación del territorio y la cooperación transfronteriza" en *II Jornadas Universitarias Comunidades Autónomas y Europa* (Zaragoza, 13-14 de diciembre de 2004). Fundación Manuel Giménez Abad y Universidad de Zaragoza.
- GORDON, P. (1979): "Deconcentration without a clean break". *Environment and Planning A*, nº 11, 281-289.
- GUTIÉRREZ PUEBLA, J. y GARCÍA PALOMARES, J. C. (2005): "Cambios en la movilidad del Área Metropolitana de Madrid: el creciente uso del transporte privado". *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, nº 25, 331-351.
- GUY, C. M. (1994): *The Retail Development Process: Location, Property and Planning*. Londres. Routledge.
- GUY, C. M. (1998): "Controlling new retail space: the impress of planning policies in Western Europe". *Urban Studies*, vol. XXXV, nº 5-6, 953-979.
- GUY, C. M. (2006): *Planning for retail development: a critical view of the British experience*. Liverpool. Liverpool University Press.
- HALL, P. y HAY, D. (1980): *Growth Centres in the European Urban Systems*. Londres. Heineman.
- HARRIS, R. y LARKHAM, P. (Eds) (1999): *Changing suburbs. Foundation, form and function*. Londres. E&FN Spon.
- HARVEY, D. (1989): *The Condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Oxford. Blackwell Publishers.
- HEINEBERG, H. (2005): "Las metrópolis en el proceso de globalización" en *Biblio 3W*, vol. X, núm. 563, 5 de febrero de 2005. Universidad de Barcelona. Disponible en <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-563.htm>
- HENDERSON, J. V., SHALIZI, Z. y VENABLES, A. J. (2000): "Geography and Development". *Policy Research Working Paper*, nº 2456.

- HERCE, M. (2010): “Infraestructuras de transporte e impacto territorial: Métodos de planificación e implicaciones ambientales” en *Infraestructuras y medio ambiente I. Urbanismo, territorio y redes de servicios* (Herce, M., ed.). Barcelona, UOC.
- HERMOSILLA, J. (dir.) (2000): *Las grandes superficies comerciales del área metropolitana de Valencia*. Valencia. Universitat de València.
- HORNER, M. W. (2004): “Spatial dimensions of urban commuting: a review of major issues and their implications for future geographic research”. *The Professional Geographer*, vol. LVI, núm. 2, 160-173.
- HOYT, L. (2003): *The business improvement district: An internationally diffused approach to revitalization*. Washington DC. International Downtown Association.
- INDOVINA, F. (1998): “Algunes consideracions sobre la ciutat difusa”. *Documents d'Anàlisi geogràfica*, nº 33, 21-32.
- JACOBS, J. (1969): *The economy of cities*. New York. Random House.
- JOHNSTONE, P. (1980): *The Seacraft of Prehistory*. London. Routledge y Kegan Paul.
- JUARISTI, J. (1995): “El sistema urbano español y sus relaciones con el sistema urbano europeo” en *Las ciudades españolas a finales del siglo XX: I Coloquio de Geografía Urbana* (Campos, M.L., Campesino, A., Troitiño, M.A., coords.). Cuenca. Universidad de Castilla-La Mancha-Madrid, 17-27.
- JUDD, D. (1995): “The rise of the new walled cities” en *Spatial Practices: Critical Explorations in Social/Spatial Theory* (Liggett, H. y Perry, D., eds.). Thousand Oaks, Edit. Sage, 144-166.
- KAPSTEIN, P. y GÁLVEZ, M. A. (2011): “Dinámicas de las periferias interiores en el área metropolitana sur de Madrid” en *Conference Paper*, junio de 2011. Copenhagen. Disponible en <http://www.researchgate.net/directory/publications>
- KÄRRHOLM, M. (2012): *Retailising Space. Architecture, Retail and the Territorialisation of Public Space*. Aldershot. Ashgate Studies in Architecture Series.
- KLEIN, N. (2002): *Vallas y ventanas. Despachos desde las trincheras del debate sobre la globalización*. Barcelona. Paidós.

- LÉO, P. y PHILIPPE, J. (eds.) (2011): *Villes moyennes et services aux entreprises: enjeux et stratégies*. París. L'Harmattan.
- LIPOVETSKY, G. (2006): *Le bonheur paradoxal. Essai sur la société d'hyperconsommation*. París. Gallimard.
- LÓPEZ DE AYALA, M. C. (2004): "El análisis sociológico del consumo: una revisión histórica de sus desarrollos teóricos". *Sociológica*, nº 5, 161-190.
- LÓPEZ DE LUCIO, R. (coord.) (1996): *Centros urbanos frente a nuevas centralidades comerciales. Un análisis del sur metropolitano de Madrid*. Madrid. Instituto Juan de Herrera.
- LÓPEZ GARCÍA, P. (coord.) (1988): *El Neolítico en España*. Madrid. Cátedra.
- LÓPEZ GONZÁLEZ, A. (2007): "Repercusiones locales de cambios globales: dinámicas comerciales en la ciudad de León". *Polígonos. Revista de Geografía*, nº 17, 83-111.
- LÓPEZ LEVI, (1999): *Centros comerciales: espacios que navegan entre la realidad y la ficción*. México D. F. Nuestro Tiempo.
- LÓPEZ PÉREZ, F. (2009): *El impacto de la Directiva de Servicios sobre el urbanismo comercial*. Barcelona. Atelier.
- LOWE, M. (2005): "The regional shopping centre in the inner city: A study of retail-led urban regeneration". *Urban Studies*, vol. XLII, nº 3, 449-470.
- LULLE, T. y PAQUETTE, C. (2005): "Los grandes centros comerciales y la planificación urbana. Un análisis comparativo de dos metrópolis latinoamericanas". *Estudios Demográficos y Urbanos*, vol. XXII, núm. 2, 337-361.
- LUZÓN, J. L., VILA, J. RUBIO, F. (2003): "El papel de la delimitación de las regiones metropolitanas en el proceso de planificación: el caso de Barcelona" en *Transformaciones regionales y urbanas en Europa y América Latina* (Luzón, J., Stadel, Ch, Borges, C., eds). Barcelona, Universidad de Barcelona, 95-109.
- LYOTARD, J.F. (1979): *La condition postmoderne: rapport sur le savoir*. París. Minuit.
- MAGNAGHI, A. (1981): *Il sistema di governo della regioni metropolitane*. Milán. Franco Angeli.

- MAITLAND, B. (1990): *The New Architecture of the Retail Mall*. Londres. Longman.
- MAIXÉ ALTÉS, C. (2009): “La modernización de la distribución alimentaria en España, 1947-1995”. *Revista de Historia Industrial*, nº 41, 125- 160.
- MANTECA, V. (2007): “Tendencias actuales del comercio y del consumo”. *Distribución y Consumo*, nº 93, 132-137.
- MARINOV, M., BENGUIGUI, L. y CZAMANSKI, D. (2009): “The evolution and distribution of the Israeli modern retailers”. *GeoJournal*, nº 74, 143-157.
- MARMOLEJO, C. y ROCA, J. (2008): “La localización intrametropolitana de las actividades de la información: un análisis para la Región Metropolitana de Barcelona 1991-2001” en *Scripta Nova*, vol. XII, núm. 268, 1 de julio de 2008. Universidad de Barcelona. Disponible en <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-268.htm>
- MARTÍN, V. J. (1998): “Los parques de fabricantes como segunda generación de las tiendas de fábrica”. *Distribución y Consumo*, nº 41, 38-45.
- MARTÍNEZ DE PISÓN, I. (1998): “Urbanismo comercial: el régimen de apertura de grandes establecimientos comerciales en la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista”. *Revista de Administración Pública*, nº 145, 363-398.
- MARTNER, C. (1995): “Innovación tecnológica y fragmentación territorial”. *EURE*, vol. XXI, núm. 63, 69-77.
- MASLOW, A. H. (1963): *Motivación y personalidad*. Barcelona. Sagitario.
- MATEA, M. L. (2011): “La transposición de la Directiva de Servicios a la normativa española del comercio minorista”. *Boletín Económico*, octubre 2011, 105-112.
- MCCRACKEN, G. (1986): “Culture and Consumption: A Theoretical Account of the Structure and Movement of the Cultural Meaning of Consumer Goods”. *Journal of Consumer Research*, nº 13, 71-84.
- MÉNDEZ, R. (1997): *Geografía Económica. La lógica espacial del capitalismo global*. Barcelona. Ariel.
- MÉNDEZ, R. (2002): “Innovación y desarrollo territorial: Algunos debates teóricos recientes”. *EURE*, vol. XXVIII, núm. 84, 63-83.

- MENÉNDEZ, J. M. (1986): *La construcción y financiación de la red de caminos de España en la segunda mitad del siglo XVIII*. Tesis Doctoral inédita. Madrid. Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos.
- MINISTERIO DE FOMENTO (2013): *Áreas urbanas+50. Información estadística de las Grandes Áreas Urbanas españolas*. Madrid. Centro de Publicaciones del Ministerio de Fomento.
- MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE (2006): *Estrategia de Medio Ambiente Urbano de España*. Madrid. Centro de Publicaciones del Ministerio de Medio Ambiente.
- MINISTERIO DE VIVIENDA (2005): *Atlas estadístico de las áreas urbanas en España. 2004*. Madrid. Centro de Publicaciones del Ministerio de Vivienda.
- MINISTERIO DE VIVIENDA (2007): *Atlas estadístico de las áreas urbanas en España. 2006*. Madrid. Centro de Publicaciones del Ministerio de Vivienda.
- MIRALLES-GUASCH, C. y TULLA, A. F. (2012): “La Región Metropolitana de Barcelona. Dinámicas territoriales recientes”. *BAGE*, nº 58, 299-318.
- MOLINILLO, S. (2001): “Centros comerciales de área urbana. Estudio de las principales experiencias extranjeras”. *Distribución y Consumo*, nº 57, 27-45.
- MOLINILLO, S. (2002): *Centros comerciales de área urbana*. Madrid. ESIC Editorial.
- MOLINILLO, S. (coord.) (2014): *Distribución comercial aplicada*. Pozuelo de Alarcón. ESIC.
- MONGIN, O. (2006): *La condición urbana: la ciudad a la hora de la mundialización*. Buenos Aires. Paidós.
- MORENO JIMÉNEZ, A. y ESCOLANO, S. (1992): *Los servicios y el territorio*. Madrid. Síntesis.
- MORENO TRAPIELLA, P. (2013): “La supresión de licencia administrativa con relación a determinadas actividades comerciales y de servicios. Comentario de la Ley 12/2012”. *Revista General de Derecho Administrativo*, nº 34, 1-35.
- MUGURUZA, C. y SANTOS, J. M. (1990): “La desaceleración metropolitana y su reflejo en la realidad urbana del occidente europeo”. *Espacio, Tiempo y Forma*, serie VI, 167-194.

- MULLER, J. M. (2004): “Grandes centros comerciales y recreacionales en Santafé de Bogotá: origen, características y tendencias de desarrollo”. *Revista Perspectiva Geográfica*, nº 3.
- MUMFORD, L. (1961): *The City in History*. San Diego. Harcourt Inc.
- MURPHY, P. (2003): “Preliminary 2006 Census Metropolitan Area and Census Agglomeration Definition”. *Geography Working Paper Series*, nº 2.
- NAREDO, J. M., RUEDA, S. (1996): “Resumen y conclusiones”. *Ciudades para un futuro más sostenible. Primer catálogo español de buenas prácticas*, vol. I, 81-87.
- NEL.LO, O. (1996): “Els confins de la ciutat sense confins. Estructura urbana i límits adm- Estructura urbana i límits administratius de la ciutat difusa”, en *La ciutat difusa i les perifèries: experiències de planificació i gestió. Actes de les II Jornades de Geografia i Urbanisme*. (Castañer, A., Falgueras, M., Vicente, J., coords.). Girona, Universitat de Girona, 55-71.
- NEL.LO, O. (2010): “El planeamiento territorial en Cataluña”. *Cuadernos Geográficos*, nº 47, 131-167.
- NEL.LO, O. (2011): “La ordenación de las dinámicas metropolitanas. El Plan territorial Metropolitano de Barcelona”. *Scripta Nova*, vol. XV, nº 362, 10 de mayo de 2011. Universidad de Barcelona. Disponible en <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-362.htm>
- OBSERVATORIO METROPOLITANO (2007): *Madrid ¿la suma de todos? Globalización, territorio, desigualdad*. Madrid. Traficantes de Sueños.
- OBSERVATORIO METROPOLITANO (2009): *Manifiesto por Madrid. Crítica y crisis del modelo metropolitano*. Madrid. Traficantes de Sueños.
- OFFICE OF THE MANAGEMENT AND BUDGET (1998): “Alternatives approaches to defining metropolitan and nonmetropolitan Areas”. *Federal Register*, vol. LXIII, nº 244, 70526-70561.
- OLIVEIRA, G. (2000): *Redefinición de la centralidad en ciudades medias*. Brasil. Universidad de Brasilia.
- ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (2012): *Redefining “Urban”. A new way to measure metropolitan areas*. París. OECD Publishing.
- PACIONE, M. (2009): *Urban geography: a global perspective*. New York. Routledge.

- PAQUETTE, C. (2007): “Comercio y planificación urbana. Las nuevas grandes centralidades comerciales en los planes de desarrollo urbano de la Ciudad de México”. *Trace*, 51, 44-55.
- PARIS, M. (2013): “De los centros urbanos consolidados a los lugares de centralidad: una propuesta metodológica para su estudio”. *Ciudades*, nº 16, 47-69.
- PÉREZ FERNÁNDEZ, J. M. (1998): *Urbanismo comercial y libertad de empresa*. Madrid. Marcial Pons.
- PÉREZ FERNÁNDEZ, J. M. (2011): “La ordenación espacial del gran equipamiento comercial y su adaptación a la Directiva de Servicios: colisión de razones imperiosas de interés general y solapamiento de controles”. *Revista catalana de dret públic*, nº 42, 297-334.
- PHILLIPS, P. (1994): “El análisis científico y el comercio del Neolítico europeo”. *SPAL*, nº 3, 87-94.
- PIRENNE, H. (1972): *Las ciudades de la Edad Media*. Madrid. Alianza Editorial.
- PIRENNE, H. (1977): *Historia económica y social de la edad media*. México D.F. Fondo de Cultura Económica.
- PITARCH, M. D. (2015): “Polarización social y territorial: la localización de la oferta de servicios públicos para el análisis de la equidad territorial. Aplicación al caso del área metropolitana de Valencia” en *El papel de los servicios en la construcción del territorio: redes y actores* (Espinosa, A. y Antón, F. J., eds). Murcia, Universidad de Alicante y AGE, 303-324.
- POLVERARI, L. y BACHTLER, J. (2004): “La dimensión territorial de la cohesión económica y social: política regional y planificación territorial en Europa” en *Ordenación del Territorio y desarrollo territorial: el gobierno del territorio en Europa: tradiciones, contextos, culturas y nuevas visiones* (Romero, J. y Farinós, J., eds.). Gijón, Edit. Trea, 75-108.
- PORTO, E. (1989): “Presentación” en *Curso de urbanismo de áreas comerciales* (Sánchez del Río, R., coord.). Madrid, Servicios de Publicaciones-COAM, 5-6.
- PRADILLA, E. (1997): “Regiones o territorios, totalidad y fragmentos: Reflexiones críticas sobre el estado de la teoría regional y urbana”. *EURE*, vol. XXII, núm. 68, 45-55.
- PRECEDO, A. (1986): “Las modificaciones del sistema urbano español en la transición postindustrial”. *Estudios Territoriales*, nº 20, 121-138.

- PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO (2001): *Cities in a Globalizing World: Global Report on Human Settlements*, 2001. Londres. Earthscan.
- PUJADAS, I. (2009): "Movilidad residencial y expansión urbana en la Región Metropolitana de Barcelona, 1982-2005" en *Scripta Nova*, vol. XIII, núm. 290, 15 de mayo de 2009. Universidad de Barcelona. Disponible en <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-290.htm>
- PUJADAS, R. y FONT, J. (1998): *Ordenación y planificación territorial*. Madrid. Síntesis.
- PUMAIN, D. (2003): "La cuestión de las ciudades en la ordenación del territorio europeo". *Urban*, nº 8, 8-18.
- QUINTANA, T. (2011): "Claves de la evolución del urbanismo comercial. La implantación de grandes equipamientos comerciales en Castilla y León". *Revista Jurídica de Castilla y León*, nº 23, 67-104.
- RAMÍREZ KURI, P. (1993): *Transformaciones espaciales y modernización urbana: la Ciudad de México y los macro-proyectos comerciales: centro comercial Coyoacán, 1989-1993*. México. Instituto Mora.
- RAMÍREZ TREVIÑO, A. y SÁNCHEZ NÚÑEZ, J. M. (2009): "Enfoques de desarrollo sostenible y urbanismo" en *Revista Digital Universitaria*, vol. X, núm. 7, 10 de julio 2009. Universidad Nacional Autónoma de México. Disponible en <http://www.revista.unam.mx/vol.10/num7/art42/int42.htm>
- RAZQUÍN, M. M. (2001): "La regulación de los grandes establecimientos comerciales: últimas novedades, en especial, en Navarra". *RJN*, nº 32, 9-37.
- RECLUS (1989): *Les villes Européennes*. París. DATAR.
- RIVERO, R. (2009): "Transposición de la Directiva de Servicios". *Revista de Estudios Locales*, nº 122.
- ROCA, J. (2003): "La delimitación de la ciudad: ¿Una cuestión imposible?". *Ciudad y Territorio. Estudios Territoriales*, vol. XXXV, núm. 135, 17-36.
- ROCA, J., ARELLANO, B., y MOIX, M. (2011): "Estructura Urbana, policentrismo y sprawl. Los ejemplos de Madrid y Barcelona". *Ciudad y territorio. Estudios territoriales*, nº 168, 299-321.
- ROCA, J., DÍAZ, E. y CLUSA, J. (1997): *La Delimitación del Área Metropolitana de Barcelona*. Barcelona. Centre de Política de Sòl i Valoracions.

- RODRÍGUEZ VELARDE, B. (2000): *El Urbanismo comercial*. Madrid. Dykinson.
- ROMÁN, C. y CAMPAYO, C. (dir.) (1994): *Comercio y Territorio*. Sevilla. Dirección General de Comercio, Consumo y Cooperación Económica. Junta de Andalucía.
- ROMERO, J. (2004): “Gobierno del territorio y políticas públicas en un Estado compuesto” en *Ordenación del Territorio y desarrollo territorial: el gobierno del territorio en Europa: tradiciones, contextos, culturas y nuevas visiones* (Romero, J. y Farinós, J., eds.). Gijón, Edit. Trea, 215-232.
- RUEDA, S. (2004): “El costos ambientals dels models urbans dispersos”. *Papers*, nº 36, 73-104.
- RUIZ ALMENDRAL, V. y ZORNOZA, J. (2004): “El impuesto sobre grandes establecimientos comerciales: análisis constitucional”. *Nueva fiscalidad*, nº 10, 9-88.
- RUIZ I ALMAR, E. (2010): “Las grandes aglomeraciones urbanas de Europa y España” en *La ciudad metropolitana en España: Procesos urbanos en los inicios del siglo XXI* (Feria, J.M. y Puebla, J.M., coords.). Pamplona, Edit. Thomson Reuters, 125-148.
- RUIZ MALBAREZ, M. y ROMERO, Z. (2011): “La responsabilidad social empresarial y la obsolescencia programada”. *Saber, Ciencia y Libertad*, vol. VI, núm. 1, 127-138.
- RUIZ SÁNCHEZ, J. (2002): *Complejidad urbana y determinación: estructuras comunicativas y planeamiento urbano en el desarrollo del área metropolitana de Madrid*. Madrid. Universidad Carlos III.
- RUIZ SÁNCHEZ, J. (2011): “Planeamiento urbano territorial en Madrid. La experiencia reciente”. *Urban*, nº 5, 122-142.
- SAFÓN, V. (1997): “¿Del fordismo al postfordismo? El advenimiento de los nuevos modelos de organización industrial” en *Comunicaciones del I Congreso de Ciencia Regional de Andalucía: Andalucía en el umbral del siglo XXI*. Jerez, Asociación Andaluza de Ciencia Regional, 310-318.
- SALCEDO, R. y DE SIMONE, L. (2013): “Una crítica estática para un espacio en constante renovación: El caso del mall en Chile”. *Athenea*, nº 507, 117-132.
- SALOM, J. y ALBERTOS, J.M. (2010): “Densidad de la red viaria y forma urbana: Delimitación del espacio urbano en ocho aglomeraciones españolas” en *La ciudad metropolitana en España: Procesos urbanos en los inicios del*

- siglo XXI (Feria, J.M. y Puebla, J.M., coords.). Pamplona, Edit. Thomson Reuters, 49 – 94.
- SALVADOR, M. A. (2010): “Repercusión de la Directiva de Servicios sobre la libertad de empresa en el contexto del marco estatutario de la Comunidad Autónoma de Castilla y León” en *Impacto de la transposición de la Directiva de Servicios en Castilla y León* (Rivero, R., dir.). Valladolid, CESCYL, 393-424.
- SÁNCHEZ DEL RÍO, R. (1989): *Curso de urbanismo de áreas comerciales*. Fuenlabrada. Graficinfo, S.A.
- SASSEN, S. (1991): *The Global City: New York, London, and Tokyo*. Princeton. Princeton University Press.
- SASSEN, S. (2003): “Localizando ciudades en circuitos globales”. *EURE*, vol. XXIX, nº 88, 5-27.
- SAU, E. (1993): “La evolución del sistema urbano de Catalunya entre 1950 y 1991. Una aproximación a partir del modelo de Peter Hall”. *Estudios Regionales*, nº 35, 115-136.
- SCOTT, A. (2006): “Globalization and the Rise of City-regions” en *The global cities reader* (Brenner, N. y Keil, R., comp.). Londres, Edit. Routledge, 371 – 376.
- SEABROOK, J. (1996): “From leisure class to leisure society” en *Sociology of Leisure. A reader* (Cricter, C. et al., eds). Londres, Edit. Chapman and Hall, 97-105.
- SERRA, J. (2002): “Grandes aglomeraciones metropolitanas europeas. Un ensayo de delimitación”. *Papers*, nº 37, 7-16.
- SERRA, J., OTERO, M., y RUIZ, R. (2002): *Grans aglomeracions metropolitanes Europees*. Barcelona. IRMB.
- SERRANO, A. (2003): “El futuro de las estrategias de desarrollo sostenible en España y la Unión Europea”. *Observatorio medioambiental*, nº 6, 9-21.
- SEVERINI, W. (1986): *The malling of America: An Inside Look at the Great Consumer Paradise*. New York. William Morrow & Company.
- SHAUL, Y. (2002): “A mall in the canyon, the construction of Grand Canyon in Wadi Rushmia in Haifa, managing natural and environmental resources”. *Boletín de la Universidad de Haifa*, nº 2.

- SOJA, E. W. (2000): *Postmetropolis. Critical studies of cities and regions*. Oxford. Blackwell.
- SOLER, M. (2001): “Impactos económicos y territoriales de la reestructuración de la distribución comercial en Andalucía en los años 80 y 90”. *Revista de estudios regionales*, nº 59, 97-125.
- SUAU, P. y FONT, N. (2005): “¿Tienen calidad pública los centros comerciales? Un análisis del caso de Barcelona” en *La ciudad y el miedo: VII Coloquio de Geografía Urbana* (Gutiérrez Jaramillo, O., coord.). Girona, Universidad de Girona, 245-255.
- SUSINO, J. (2003): *Movilidad residencial. Procesos demográficos, estrategias familiares y estructura social*. Tesis Doctoral inédita. Disponible en [http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/36716/1/Tesis%20Joaqu%C3%ADn%20Susino%20\(1\).pdf](http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/36716/1/Tesis%20Joaqu%C3%ADn%20Susino%20(1).pdf) (última consulta: 20/10/2015).
- SUSINO, J. y DUQUE, R. (2013): “Veinte años de suburbanización en España (1981-2001). El perfil de sus protagonistas”. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, vol. LIX, núm. 2, 265-290.
- SWEEZY, P. (1945): *Teoría del desarrollo capitalista*. México D.F. Fondo de Cultura Económica.
- SWEEZY, P., DOBB, M. y HILL, C. (eds.) (1976): *The Transition from Feudalism to Capitalism*. London. NLB.
- TARRAGÓ, M. (1992): “Urbanismo comercial. Respuestas de futuro para el binomio comercio-calidad”. *Distribución y Consumo*, nº 2, 10-26.
- THEIN, A. (1994): *¿Cuánto es bastante? La sociedad de consumo y el futuro de la Tierra*. Barcelona. Apóstrofe Divulgación.
- THIL, E. (1969): *Los inventores del comercio moderno*. Barcelona. Sagitario.
- TOBOSO, P. (2002): *Grandes almacenes y almacenes populares en España. Una visión histórica*. Madrid. Fundación Sepi.
- TORNOS MAS, J. (Coord.) (2000): *Grandes establecimientos comerciales. Su ordenación e implantación*. Barcelona. Tecnos-Edicions Universitat de Barcelona.
- VAHÍ, A. (2007): *La perspectiva territorial y urbana de los grandes equipamientos comerciales en Andalucía*. Sevilla. Universidad de Sevilla.

- VAHÍ, A. (2015): “El papel de los grandes centros funcionales en la construcción de lo metropolitano” en *El papel de los servicios en la construcción del territorio: redes y actores* (Espinosa, A. y Antón, F. J., eds). Murcia, Universidad de Alicante y AGE, 241-256.
- VAHÍ, A. y FERIA, J. M. (2007): “Estructuras urbanas y grandes formatos comerciales. El ejemplo de las áreas metropolitanas andaluzas”. *Ería*, nº 72, 35-54.
- VAHÍ, A., RODRÍGUEZ, V. y HURTADO, C. (2015): “Centralidad funcional y reconfiguración metropolitana”. *BAGE*, nº 68, 7-29.
- VALENZUELA, M. (2010): “La planificación territorial de la Región Metropolitana de Madrid. Una asignatura pendiente”. *Cuadernos Geográficos*, nº 47, 95-129.
- VAN DEN BERG, L., DREWETT, R., KLAASEN, A., ROSSI, C. y VIJVERBERG, C. H. T. (1982): *Urban Europe: a study of growth and decline*. Oxford. Pergamon.
- VATTIMO, G. (1996): *El fin de la modernidad. Nihilismo y hermenéutica en la cultura postmoderna*. Barcelona. Gedisa.
- VEBLEN, T. (1974) [1899]: *Teoría de la clase ociosa*. México D.F. Fondo de Cultura Económica.
- VECSLIR, L. (2005): *Paisajes de la Nueva Centralidad. Infraestructuras arteriales y polarización del crecimiento en la Región Metropolitana de Barcelona*. Universidad Politécnica de Cataluña. Tesis doctoral inédita. Disponible en <http://www.tdx.cat/handle/10803/124928> (último acceso: 26/10/2015).
- VELTZ, P. (1996): “Mondialisation, villes et territoires. L'économie d'archipel”. *Politique Étrangère*, nº 2, 425-426.
- VICENTE, J. (2003): “¿Nuevas palabras, nuevas ciudades?”. *Revista de Geografía*, nº 2, 79-103.
- VILLAREJO, H. (2007): “Balance de una década de regulación de los grandes establecimientos comerciales en España”. *Ciudades*, nº 10, 39-66.
- VILLAREJO, H. (2008): “La simplificación administrativa en la Directiva relativa a los servicios en el mercado interior: sus repercusiones en la Administración electrónica española y el desafío que plantea su transposición”. *Revista de derecho de la Unión Europea*, nº 14, 47-82.
- VILLAREJO, H. (2012): “Licencias comerciales: su persistencia tras la Directiva de Servicios”. *Revista ICE*, nº 868, 91-112.

- VV.AA. (1991): *Primeras jornadas de Geografía y Comercio: grandes superficies comerciales*. Madrid. Universidad Complutense.
- VV.AA. (2008): *Consideraciones sobre el Plan de Ordenación del Territorio de la Aglomeración Urbana de Sevilla*. Universidad de Sevilla. Departamento de Urbanística y Ordenación del Territorio.
- VV.AA. (2009): *Atlas de la historia del territorio de Andalucía*. Sevilla. Instituto de Cartografía de Andalucía.
- VV.AA. (2010): "Paisajes y patrimonio cultural en Andalucía. Tiempo, usos e imágenes". *PH Cuadernos*, nº 27, 420-443.
- WARD, E. R. (2005): "El diseño de centros comerciales en América". *RA. Revista de Arquitectura*, vol. VII, 71-82.
- WOLF, K. L. (2009): "Strip Malls, City Trees, and Community Values". *Arboriculture & Urban Forestry*, vol. XXXV, núm. 1, 33-40.
- YSA, T. (2007): "Governance forms in urban public-private partnerships". *International Public Management Journal*, vol. X, núm. 1, 35-57.
- ZARATE, A. (1991): *El espacio interior de la ciudad*. Madrid. Editorial Síntesis.

PÁGINAS WEB

ABOGADOS MENÉNDEZ Y ASOCIADOS:

El Decreto ley 7/2014 y el mantenimiento por la Generalidad de Cataluña de las restricciones a la implantación de establecimientos comerciales (17/02/2015):
<http://www.menendez-abogados.com/actualidad/?p=255>
(última consulta: 26/10/2015).

ANUARIO ECONÓMICO DE LA CAIXA:

www.anuarieco.lacaixa.comunicacions.com/

ASOCIACIÓN DE GEÓGRAFOS ESPAÑOLES:

www.age-geografia.es

ASOCIACIÓN EN DEFENSA DEL TERRITORIO DEL ALJARAFE:

www.adta.es

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CENTROS Y PARQUES COMERCIALES:

<http://www.aedecc.com/>

CUSHMAN & WAKEFIELD-CONSULTORES INMOBILIARIOS:

Global shopping Center Development Report-Spring 2014

<http://global.cushmanwakefield.com/en/research-and-insight/2014/global-shopping-center-development-report-spring-2014/>

(última consulta: 26/10/2015)

ESTUDIOS DE MERCADO DE JONES LANG LASALLE:

www.jllestudiosmercado.es/

INSTITUT D'ESTADÍSTICA DE CATALUNYA:

<http://www.idescat.cat/es/>

INSTITUTO ESTADÍSTICA DE LA COMUNIDAD DE MADRID:

<http://www.madrid.org/iestadis/>

INSTITUTO DE ESTADÍSTICA Y CARTOGRAFÍA DE ANDALUCÍA:

<http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia>

INSTITUTO GEOGRÁFICO NACIONAL:

www.ign.es/

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA:

<http://www.ine.es/>

MALL OF AMERICA, SHOPPING CENTER:

<http://es.mallofamerica.com/>

MINISTERIO DE FOMENTO:

Atlas estadístico de las áreas urbanas en España. 2014

<http://atlasau.fomento.gob.es/#s=2013;v=map5;i=pobevo.pobevo001;l=es>

OFICINA ESTADÍSTICA DE LA UNIÓN EUROPEA:

<http://ec.europa.eu/eurostat>

TALLER DE INVESTIGACIONES TERRITORIALES Y AMBIENTALES:

Áreas Metropolitanas Andaluzas

<http://www.fomento.tita.geographica.gs/es/>

TALLER DE INVESTIGACIONES TERRITORIALES Y AMBIENTALES:

Movitralll: Movilidad y reconfiguración urbana y metropolitana

<http://www.movitra.tita.geographica.gs/es/>

THE DUBAI MALL, SHOPPING CENTER:

www.thedubaimall.com

ÍNDICE de ACRÓNIMOS, FIGURAS, TABLAS

ACRÓNIMOS

ADTA	Asociación en Defensa del Territorio del Aljarafe
AECC	Asociación Española de Centros y Parques Comerciales
AGE	Asociación de Geógrafos Españoles
AO	Área de Oportunidad
AUDES	Áreas Urbanas de España
BID	Business Improvement District
CCA	Centro Comercial Abierto
CCAU	Centro Comercial de Área Urbana
CE	Comisión Europea
CEMAT	Conferencia Europea de Ministros responsables de Ordenación del Territorio
CES	Consejo Económico y Social
CNC	Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia
COPLACO	Comisión de Planeamiento y Coordinación del Área Metropolitana de Madrid
ESPON	European Observation Network, Territorial Development and Cohesion
ETE	Estrategia Territorial Europea
GCA	Grandes Centros de Actividad
GEC	Grandes Centros Comerciales
ICE	Información Comercial Española
ICSC	International Council of Shopping Centers
IDESCAT	Institut d'Estadística de Catalunya
IECA	Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía
IGN	Instituto Geográfico Nacional
INE	Instituto Nacional de Estadística
LCM	Ley 16/1999 de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid

LOCM	Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista
LOTA	Ley 1/1994 de Ordenación del Territorio de Andalucía
LOUA	Ley 7/2002 de Ordenación Urbanística de Andalucía
MMA	Ministerio de Medio Ambiente
NUREC	Red de Investigación Urbana de la Comunidad Europea
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
PAOC	Plan Andaluz de Orientación Comercial
PDIA	Plan de Desarrollo de Infraestructuras de Andalucía
PEC	Plan de Establecimientos Comerciales
PEIT	Plan Estratégico de Infraestructuras y Transporte
PGOU	Plan General de Ordenación Urbanística
PIFCIA	Plan Integral de Fomento de Comercio Interior de Andalucía
PIOT	Plan con Incidencia en la Ordenación del Territorio
PISTA	Plan de Infraestructuras para la Sostenibilidad del Transporte en Andalucía
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
POEC	Programa de Orientación para Equipamientos Comerciales
POTA	Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía
POTAUS	Plan de Ordenación del Territorio de la Aglomeración Urbana de Sevilla
PRET	Plan Regional de Estrategia Territorial
PTSEC	Plan Territorial Sectorial de Equipamientos Comerciales
REDIAM	Red de Información Ambiental de Andalucía
RSE	Responsabilidad Social Empresarial
SAU	Suelo artificializado urbano
SBA	Superficie bruta alquilable
SIMA	Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía
TJUE	Tribunal de Justicia de la Unión Europea
TRLCI	Texto Refundido de la Ley del Comercio Interior de Andalucía
TUC	Trama Urbana Consolidada

FIGURAS

- Figura 2.1 *Estructura de la investigación*
- Figura 2.2 *Clasificación de las fuentes utilizadas*
- Figura 3.1 *El consumo en la sociedad moderna según la Teoría de la Clase Ociosa (Veblen, 1974)*
- Figura 3.2 *Algunos ejemplos de BIDs en Estados Unidos y Reino Unido*
- Figura 3.3 *The Dubai Mall. Emiratos Árabes Unidos. 50,2 ha de superficie de venta*
- Figura 3.4 *Incremento anual de superficie en centros comerciales en Estados Unidos (1975-2013)*
- Figura 3.5 *Evolución del PIB per cápita en España*
- Figura 4.1 *Modelo evolutivo de los sistemas metropolitanos según P. Hall y D. Hay*
- Figura 4.2 *Modelo evolutivo de los sistemas urbanos según L. Van Den Berg et al.*
- Figura 4.1 *Aglomeraciones urbanas españolas según el Atlas Estadístico de las Áreas Urbanas 2014*
- Figura 4.4 *Tipología de macroformas en las aglomeraciones metropolitanas españolas*
- Figura 4.5 *Modelos de estructura metropolitana según R. Pujadas y J. Font*
- Figura 4.6 *Configuración metropolitana española propuesta por MoviTralll*
- Figura 4.7 *Panorama metropolitano en España según J. M. Feria (2013)*
- Figura 4.8 *Distribución y magnitud de GCA en los ámbitos metropolitanos españoles*
- Figura 5.1 *Evolución del formato hipermercado en España*
- Figura 5.2 *Evolución de los centros comerciales en España hasta 2015*
- Figura 5.3 *Variación porcentual de la densidad de centros comerciales por Comunidades Autónomas 1998-2015*
- Figura 5.4 *Densidad de centros comerciales en países europeos en los años 2007 y 2013*
- Figura 5.5 *Zonificación de la Región Metropolitana de Madrid*
- Figura 5.6 *Distribución de Infraestructuras de transporte y centros comerciales (2006) en la Región Metropolitana de Madrid*
- Figura 5.7 *Superficies artificiales y centros comerciales en 1990 (A) y en 2006 (B) en la Región Metropolitana de Madrid*

- Figura 5.8 *Incremento de SBA (m²) debido a GEC en la Región Metropolitana de Madrid hasta 2009*
- Figura 5.9 *Evolución normativa de la Comunidad de Madrid sobre la ordenación territorial de GEC*
- Figura 5.10 *Zonificación en la Región Metropolitana de Barcelona*
- Figura 5.11 *Distribución de Infraestructuras de transporte y centros comerciales (2006) en la Región Metropolitana de Barcelona*
- Figura 5.12 *Centros comerciales en la Región Metropolitana de Barcelona en 1990*
- Figura 5.13 *Incremento de SBA (m²) debido a GEC en la Región Metropolitana de Barcelona hasta 2010*
- Figura 5.14 *Centros comerciales en la Región Metropolitana de Barcelona en 2006*
- Figura 5.15 *Parcelación en el municipio de Manresa en el PTSEC de 2006*
- Figura 5.16 *Zonificación del Área Metropolitana de Sevilla*
- Figura 5.17 *Distribución de Infraestructuras de transporte y centros comerciales (2006) en el Área Metropolitana de Sevilla*
- Figura 5.18 *El Corte Inglés reemplaza en 1968 al Palacio de los Sánchez-Dalp, ubicado en la Plaza del Duque de la Victoria (Sevilla)*
- Figura 5.19 *Proporción de tipologías de AO del POTAUS*
- Figura 5.20 *Distribución de las AO por el Área Metropolitana de Sevilla*

TABLAS

- Tabla 3.1 *Clasificación de GEC tradicionales en España*
- Tabla 3.2 *Clasificación de GEC especializados en España*
- Tabla 5.1 *Localización de aperturas en la Región Metropolitana de Madrid 1985-1990*
- Tabla 5.2 *Matriz DAFO de la Región Metropolitana de Madrid*
- Tabla 5.3 *Aperturas de GEC en la Región Metropolitana de Barcelona 1995-2011*
- Tabla 5.4 *Matriz DAFO de la Región Metropolitana de Barcelona*
- Tabla 5.5 *Adscripción de los GEC previstos a los tipos de AO y zonas del POTAUS*
- Tabla 5.6 *Matriz DAFO del Área Metropolitana de Sevilla*

Anexo

ANEXO.- EXTRACTO DE LA BASE DE DATOS DE GRANDES SUPERFICIES COMERCIALES EN LA REGIÓN METROPOLITANA DE MADRID

AÑO	LOCALIDAD	DENOMINACIÓN	SBA (m ²)
1959	Madrid	ARENAL 9	4800
1973	Madrid	ALCAMPO PIO XII	8000
1978	Madrid	SERRANO 88	1219
1979	Majadahonda	ZOCO MAJADAHONDA	3000
1981	El Pinar de Las Rozas	CARREFOUR PINAR DE LAS ROZAS	22788
1982	Madrid	ALBUFERA	15500
1982	Alcobendas	CARREFOUR ALCOBENDAS	18973
1982	Collado villalba	ZOCO VILLALBA	4300
1983	Madrid	LA VAGUADA	85500
1984	Santo Domingo	SANTO DOMINGO	4360
1984	Pozuelo de Alarcón	ZOCO POZUELO	8238
1985	Collado Villalba	CANGURO	4300
1985	Pozuelo de Alarcón	CARREFOUR CIUDAD DE LA IMAGEN	11266
1985	Getafe	GETAFE 3	47204
1985	Boadilla del Monte	LAS LOMAS	3240
1985	Parla	MERCA-2 PARLA	5300
1986	Madrid	ALCAMPO MORATALAZ	13845
1986	Fuenlabrada	FUENLABRADA 2	13585
1987	Las Rozas de Madrid	BURGOCENTRO	11407
1987	Pozuelo de Alarcón	LA ESTACION	4900
1987	Leganés	LA PLAZA DE LEGANÉS (MERCACENTRO)	3044
1987	Villanueva de la Cañada	MOCHA CHICA	4000
1987	Madrid	VICALVARO	2300
1988	Móstoles	ECOMOSTOLES CENTRO	2920
1988	Alcalá de Henares	EL VAL	14390

ANEXO.- EXTRACTO DE LA BASE DE DATOS DE GRANDES SUPERFICIES COMERCIALES EN LA REGIÓN METROPOLITANA DE MADRID

AÑO	LOCALIDAD	DENOMINACIÓN	SBA (m ²)
1988	Leganés	LEGANES UNO	4000
1988	Madrid	MERCADO PUERTA DE TOLEDO	12506
1988	Madrid	MODA SHOPPING	7000
1988	Pozuelo de Alarcón	MONTECLARO	8500
1988	Majadahonda	TUTTI CENTRO	4600
1988	Arganda del Rey	ZOCO ARGANDA	5845
1988	Boadilla del Monte	ZOCO BOADILLA	4725
1988	Coslada	ZOCOSLADA	4600
1989	Móstoles	ARCE	6984
1989	Madrid	ARTURO SORIA PLAZA	8190
1989	San Fernando de Henares	CARREFOUR SAN FERNANDO	13348
1989	Madrid	COLOMBIA	6461
1989	Las Rozas de Madrid	LAS ROZAS 2	7500
1989	Leganés	PARQUESUR	151200
1989	Villaviciosa de Odón	VILLACENTER	5700
1989	Móstoles	VILLAFONTANA	8000
1989	Las Rozas de Madrid	ZOCO LAS ROZAS	11184
1989	Alcorcón	CC. EL CORTE INGLES-HIPERCOR SAN JOSE	
1990	Boadilla del Monte	LAS LOMAS CIUDAD COMERCIAL	6020
1990	Madrid	SEXTA AVENIDA	16000
1990	Madrid	EL CORTE INGLES	
1991	Madrid	EL JARDIN DE SERRANO	1400
1991	Madrid	LA DEHESA	38465
1991	San Sebastián de los Reyes	LA VIÑA	7568
1992	Madrid	BARRIO ART DECÓ	27126

ANEXO.- EXTRACTO DE LA BASE DE DATOS DE GRANDES SUPERFICIES COMERCIALES EN LA REGIÓN METROPOLITANA DE MADRID

AÑO	LOCALIDAD	DENOMINACIÓN	SBA (m ²)
1992	Madrid	CARREFOUR LOS ANGELES	17782
1992	Móstoles	CARREFOUR MOSTOLES	15008
1992	Rivas-Vaciamadrid	COVIBAR	4500
1992	Torrejón de Ardoz	EL CIRCULO COMERCIAL	14280
1992	Madrid	GRAN VIA HORTALEZA	20100
1992	Madrid	LA ESQUINA DEL BERNABEU	4869
1992	San Agustín del Guadalix	LAS FUENTES	3200
1992	Alcalá de Henares	LOS PINOS	2681
1992	Rivas-Vaciamadrid	SANTA MONICA	7300
1993	Alcobendas	DOLCE VITA GRAN MANZANA	30000
1993	Collado Villalba	LOS VALLES	25550
1993	Madrid	PLAZA DE ALUCHE	28361
1994	Pozuelo de Alarcón	EL TORREON	6065
1994	Coslada	LA RAMBLA	7940
1994	Alcorcón	PARQUE OESTE ALCORCON	142370
1994	Pozuelo de Alarcón	HIPERCOR POZUELO	
1995	Madrid	ABC SERRANO	19643
1995	Madrid	BULEVAR BARAJAS	400
1995	Parla	EL FERAL	24200
1995	Madrid	LAS VENTAS	3805
1995	Alcobendas	MORALEJA GREEN	27057
1995	Torrejón de Ardoz	PARQUE CORREDOR	123380
1996	Majadahonda	CENTRO OESTE, EQUINOCCIO Y MILENIUM	87156
1996	Móstoles	DOS DE MAYO	5131
1996	Alcobendas	LA VEGA	30000

ANEXO.- EXTRACTO DE LA BASE DE DATOS DE GRANDES SUPERFICIES COMERCIALES EN LA REGIÓN METROPOLITANA DE MADRID

AÑO	LOCALIDAD	DENOMINACIÓN	SBA (m ²)
1996	Fuenlabrada	PLAZA DE LAS PROVINCIAS	10723
1996	Alcobendas	RIONORTE	24850
1997	Getafe	BULEVAR GETAFE	24200
1997	Las Rozas de Madrid	FACTORY LAS ROZAS	9550
1998	Villaviciosa de Odón	EL PALACIO	5200
1998	Pozuelo de Alarcón	KINEPOLIS	17000
1998	Madrid	LA ROTONDA	12100
1998	Madrid	LAS ROSAS	29400
1998	Fuenlabrada	LORANCA	45540
1998	Madrid	MADRID SUR	23234
1998	Madrid	MERCADO DE FUENCARRAL	1347
1998	Madrid	VALDEBERNARDO	14800
1999	Madrid	ALCALA NORTE	18655
1999	Aranjuez	EL DELEITE	20675
1999	Rivas-Vaciamadrid	H2 OCIO, PARQUE RIVAS Y RIVAS FUTURA	142005
1999	Las Rozas de Madrid	HERON CITY MADRID	23000
1999	Getafe	NASSICA GETAFE - FACTORY GETAFE	54700
1999	San Sebastián de los Reyes	PARQUE COMERCIAL MEGAPARK	149697
1999	San Fernando de Henares	PARQUE HENARES	3414
1999	Madrid	CC. HIPERCOR VISTA ALEGRE	
2000	Valdemoro	EL RESTON	14100
2000	Las Rozas de Madrid	LAS ROZAS VILLAGE	17200
2000	Alcalá de Henares	CC HIPERCOR ALCALA DE HENARES	
2001	Alcalá de Henares	CARREFOUR ALCALA DE HENARES	9169
2001	Alcobendas	EL BULEVAR	12420

ANEXO.- EXTRACTO DE LA BASE DE DATOS DE GRANDES SUPERFICIES COMERCIALES EN LA REGIÓN METROPOLITANA DE MADRID

AÑO	LOCALIDAD	DENOMINACIÓN	SBA (m²)
2001	Alcobendas	HERON DIVERSIA	24000
2001	Collado Villalba	PLANETOCIO	23825
2002	Getafe	CAPITAL M-50	8900
2002	Alcorcón	TRESAGUAS	64310
2003	Tres Cantos	CIUDAD TRES CANTOS	18000
2003	Madrid	DREAMS - PALACIO DE HIELO	36000
2003	Arroyomolinos	MADRID XANADÚ	152887
2003	Madrid	CC. HIPECOR SANCHINARRO	
2003	Arroyomolinos	XANADÚ	152887
2004	Fuenlabrada	PLAZA DE LA ESTACIÓN	30000
2004	Madrid	PRINCIPE PÍO	28676
2005	Alcalá de Henares	CUADERNILLOS	38000
2005	Madrid	MONTECARMELO	11752
2005	Pinto	PLAZA ÉBOLI	31068
2006	Torreldones	ESPACIO TORRELODONES	33700
2006	Madrid	PLENILUNIO	70000
2006	Rivas-Vaciamadrid	RIVAS CENTRO	15000
2006	Getafe	CC. EL BERCIAL	
2007	Alcalá de Henares	ALCALÁ MAGNA	34186
2007	Colmenar Viejo	EL VENTANAL DE LA SIERRA	32000
2007	Madrid	LA GAVIA	89660
2007	Madrid	UGC CINÉ CITÉ MANOTERAS	13226
2008	San Sebastián de los Reyes	ALEGRA - FACTORY S. SEBASTIÁN DE LOS REYES	65685
2008	Madrid	ISLAZUL	90700
2009	Paracuellos de Jarama	MIRAMADRID	7850

ANEXO.- EXTRACTO DE LA BASE DE DATOS DE GRANDES SUPERFICIES COMERCIALES EN LA REGIÓN METROPOLITANA DE MADRID

AÑO	LOCALIDAD	DENOMINACIÓN	SBA (m²)
2009	Parla	PARLA NATURA	18000
2009	Leganés	PLAZA NUEVA	50949
2009	Pozuelo de Alarcón	ZIELO SHOPPING	15650
2010	Arroyomolinos	XANADÚ	13553

ANEXO.- EXTRACTO DE LA BASE DE DATOS DE GRANDES SUPERFICIES COMERCIALES EN LA REGIÓN METROPOLITANA DE BARCELONA

AÑO	LOCALIDAD	DENOMINACIÓN	SBA (m ²)
1942	Barcelona	GALERIAS MALDA	5770
1973	El Prat de Llobregat	CARREFOUR PRAT	12514
1978	Barcelona	BULEVARD ROSA	5163
1978	Terrassa	CARREFOUR TARRASA	18525
1980	Barberá del Vallés	BARICENTRO	62430
1984	Barcelona	LA AVENIDA	1200
1985	Barcelona	SANT JORDI	18500
1987	Sant Adrià de Beós	ALCAMPO SANT ADRIA	14490
1989	Barcelona	PEDRALBES CENTRE	5400
1990	Sant Quirze	ALCAMPO SANT QUIRZE	22721
1991	Badalona	MONTIGALA	35545
1993	Sant Feliu de Guíxols	CAPRABO SANT FELIU	8000
1993	Santa Susanna	CENTRE SUSANNA	9000
1993	Barcelona	L'ILLA	35000
1993	Barcelona	MERCAT SAGRADA FAMILIA	6000
1993	Sabadell	PADDOCK-BULEVARD	8000
1994	Cornellà de Llobregat	LLOBREGAT CENTRE	35000
1995	Gavà	BARNASUD	43615
1995	Cabrera de Mar	CARREFOUR CABRERA	18502
1995	Barcelona	GLORIES	56300
1995	Barcelona	MAREMAGNUM	21987
1995	Barcelona	MARINA VILLAGE,MODA SHOPPING PORT	15963
1996	Barcelona	EL CENTRE DE LA VILA	17600
1996	Hospitalet	LA FARGA	17803
1996	Sant Cugat	SANT CUGAT	42487

ANEXO.- EXTRACTO DE LA BASE DE DATOS DE GRANDES SUPERFICIES COMERCIALES EN LA REGIÓN METROPOLITANA DE BARCELONA

AÑO	LOCALIDAD	DENOMINACIÓN	SBA (m ²)
1997	Sant Boi de Llobregat	ALCAMPO SANT BOI	42553
1997	Terrassa	EROSKI TARRASA	12960
1997	Abdera	MONTSERRAT CENTRE-ABRERA	17282
1998	Barcelona	EL TRIANGLE	14129
1998	La Roca del Vallés	LA ROCA VILLAGE	18500
1998	Terrassa	PARC VALLES	47380
2000	Montcada i Reixac	CAN CUYAS	4719
2000	Barcelona	LA MAQUINISTA	76200
2000	Mataró	MATARO PARC	62000
2001	Barcelona	DIAGONAL MAR	87085
2001	Barcelona	HERON CITY BARCELONA	36326
2002	Hospitalet de Llobregat	GRAN VÍA 2	54000
2005	Castelldefels	L'ÀNEC BLAU	27491
2008	Badalona	MAGIC BADALONA	43208
2009	Viladecans	VILAMARINA	31654
2010	Cornellá de Llobregat	SPLAU	54500
2011	Barcelona	ARENAS	31000

ANEXO.- EXTRACTO DE LA BASE DE DATOS DE GRANDES SUPERFICIES COMERCIALES EN EL ÁREA METROPOLITANA DE SEVILLA

AÑO	LOCALIDAD	DENOMINACIÓN	SBA (m ²)
1968	Sevilla	EL CORTE INGLÉS	8400
1979	Sevilla	CARREFOUR SEVILLA I	14062
1985	San Juan de A.	CARREFOUR SEVILLA II	17931
1985	Sevilla	EL CORTE INGLÉS	7200
1990	Sevilla	ALCAMPO SEVILLA	20800
1990	Sevilla	HIPERCOR	14066
1992	Sevilla	CARREFOUR MACARENA	11393
1992	Sevilla	HIPERCOR	42809
1992	Sevilla	LOS ARCOS	43370
1993	Dos Hermanas	CARREFOUR, DIVERCENTRO Y ZONADOS	25940
1993	Sevilla	NATUKA	8800
1995	Sevilla	EL MIRADOR DE SANTA JUSTA	5853
1996	Tomares	PARQUE ALJARAFE	18750
1998	Camas	CARREFOUR CAMAS	26068
1998	Sevilla	NERVION PLAZA	22450
1999	Sevilla	CARREFOUR MONTEQUINTO	7387
1999	Sevilla	PLAZA DE ARMAS	8570
1999	Dos Hermanas	SEVILLA FACTORY	16500
2000	Sevilla	FACTORY SEVILLA	15300
2001	Sevilla	TIENDAS PEYRE CENTRO	2000
2002	Utrera	MEGAOCIO	14000
2003	Alcalá de Guadaíra	ALCALÁ PLAZA	10750
2003	Alcalá de Guadaíra	LOS ALCORES	57368
2003	Utrera	LOS MOLINOS	15000
2004	Castilleja de la C.	AIRESUR	42000

ANEXO.- EXTRACTO DE LA BASE DE DATOS DE GRANDES SUPERFICIES COMERCIALES EN EL ÁREA METROPOLITANA DE SEVILLA

AÑO	LOCALIDAD	DENOMINACIÓN	SBA (m²)
2005	Utrera	ALMAZARA PLAZA	17500
2005	Sevilla	VIAPOL CENTER	7626
2006	Sevilla	CINEQUINTO	10000
2006	Mairena del Aljarafe	METROMAR	23400
2006	Sevilla	ZONA ESTE	15000
2008	Camas	VEGA DEL REY	17900
2011	Sevilla	ALCOSA	37000

