



ESTUDIO DE VIABILIDAD DEL CENTRO COMERCIAL ABIERTO DE ESTEPONA "EL PASEILLO" (III)

En los dos últimos números de nuestra revista hemos resumido las conclusiones a las que se llegó en el Estudio de Viabilidad del CCA en cuanto a Demanda y Oferta comercial en nuestra ciudad.

En este número vamos a abordar algunos aspectos de **URBANISMO COMERCIAL Y VÍA PÚBLICA** que es necesario conocer para poder adaptar el área del centro de nuestra localidad a las especificaciones que debe tener un Centro Comercial, para cubrir las necesidades, tanto de clientes como de comerciantes y empresarios.

CALLES PEATONALES COMERCIALES

Cada vez es más habitual encontrar en nuestros pueblos y ciudades espacios comerciales expandidos alrededor de calles peatonales comerciales.

La **CALLE PEATONAL COMERCIAL** es aquella que está reservada de modo permanente y exclusivo, salvo excepciones, al tráfico de personas, formando un piso único entre la calzada nivelada y las aceras, lo que se llama plataforma única, y dotada de equipamientos específicos, con gran variedad y cantidad de comercios y servicios y con una imagen global y específica, una "personalidad", que la diferencia de las demás zonas comerciales.

El **equipamiento** de una calle peatonal comercial debe estar orientado, no solamente a facilitar el movimiento de personas, sino también a promocionar a los establecimientos comerciales. Por ello, aparte de la transformación de la calzada, se hace necesario un mobiliario urbano y una decoración adecuada, así como una iluminación, sonorización y señalización que potencien el conjunto de comercio y ocio.

Debe existir una gran concentración y **variedad de comercios y servicios**, en virtud de los cuales cada establecimiento se encuentra potenciado por la existencia de otros del mismo sector, así como de sectores distintos, de tal manera que aumentan así su poder de atracción como conjunto.

La calle debe tener una imagen global y una "personalidad" que la hagan distinguirse, con toda nitidez, de otros espacios comerciales. Para ello es necesario que todas las actuaciones en materia de estructura comercial, urbana y arquitectónica, estén orientadas a conseguir esa "personalidad" específica de la zona. Asimismo debe reforzarse la coherencia y uniformidad del conjunto, fomentando la solidaridad, no solamente entre los comerciantes, sino entre el mismo público que, al acceder a una calle peatonal comercial, se sienta integrado y pueda encontrar una serie de nuevas posibilidades para sus compras que cumplan satisfactoriamente sus necesidades.

La implantación de una calle peatonal supone devolver a los ciudadanos el espacio para su bienestar y sus compras que poco a poco les ha sido arrebatado por el crecimiento desmesurado y acelerado de las vías de tráfico rodado.

LA CALLE PEATONAL COMERCIAL Y LA PROBLEMÁTICA URBANA

Las calles comerciales peatonales constituyen una alternativa importante para el comerciante independiente, de tal manera que al formar parte de ellas se beneficia de un conjunto que constituye en realidad un prolongado centro comercial variado y atractivo, encontrando así una nueva vía específica para una expansión rentable de su negocio.

Hay varias razones por las que se hace cada vez más necesario implantar las llamadas calles peatonales comerciales. Entre ellas destacan las siguientes:

- a) La necesidad de revitalizar el centro para evitar su posible estancamiento y declive, debido principalmente a la rápida evolución de la vida moderna y al aumento del tráfico rodado, que convierten nuestras calles, por lo general con una estructura complicada y estrecha, en zonas poco atractivas para el paseante.
- b) La necesidad de habilitar zonas para evitar la contaminación ambiental del tráfico rodado que provoca consecuencias negativas, no solo en las personas, sino incluso en algunas edificaciones emblemáticas e históricas de nuestro centro. La calle peatonal, cuando está correctamente instalada viene a constituir una zona en la que la contaminación medioambiental se reduce sensiblemente y el ruido del tráfico motorizado prácticamente desaparece, con lo que la zona se convierte en ideal para el paseo y las compras.
- c) La necesidad de diferenciar y separar, en la medida de lo posible, la circulación rodada de la circulación peatonal. Los peatones deben circular aparte de los vehículos, debiendo prever esto, no solo con la disposición de las aceras, sino también con la creación de espacios y zonas especiales en las que el ciudadano pueda desarrollar sus actividades y satisfacer sus necesidades de compra, totalmente desligado del tráfico urbano.

REQUISITOS PARA ESTABLECER UNA CALLE PEATONAL COMERCIAL

Hay una serie de factores a tener en cuenta a la hora de decidir peatonalizar una calle céntrica en cualquier localidad. No todas las calles céntricas cumplen los requisitos necesarios para desempeñar las funciones propias de una calle peatonal comercial. A continuación se detallan algunos de estos requisitos:

1. **Debe ser atractiva.** Debe tener una especial fisonomía y atractivo, tanto por su localización como por su adecuada concentración de comercios y servicios, y, sobre todo, debe tener un gran movimiento de personas.
2. **Debe existir una gran variedad de actividad comercial y de servicios.** La existencia del mayor número posible de sectores comerciales y de servicios, bancos, restaurantes, agencias de viajes, junto con la implantación de comercios complementarios que atraigan a nuevos segmentos de mercado, como a los jóvenes, hace de una calle peatonal el lugar ideal para resolver los asuntos diarios y dedicar también un tiempo al ocio y a las compras.
3. **Los aparcamientos deben estar presente en número suficiente y con capacidad y ubicación adecuada.** Tanto las zonas de aparcamiento de superficie como los aparcamientos subterráneos deben estar cercanos y con fácil acceso para todos los visitantes de una calle peatonal comercial, con el fin de facilitar la entrada y salida de personas con sus compras.
4. **La carga y descarga de mercancías a los comerciantes.** Este es un factor importante a tener en cuenta, ya que los comerciantes, por lo general, se ven afectados negativamente en cuanto al aprovisionamiento de nuevas mercaderías. Esto debe estar planificado y desarrollado correctamente, estableciéndose horarios y zonas especiales en calle aledañas para desarrollar correctamente estas funciones, evitando en la medida de lo posible la circulación de vehículos con permiso especial por la calle peatonal, ya que ello perturba las funciones de la calle peatonal y puede constituir un elemento irritante para los peatones que disfrutan del entorno.
5. **Necesidad de polos de atracción o imanes.** La calle comercial peatonal no debe ser demasiado larga y debe tener en su longitud varios elementos que actúen de imanes, como pueden ser edificios públicos, restaurantes y otros servicios que potencien la afluencia de público.
6. **La anchura debe ser la adecuada.** La anchura de la calle depende de las circunstancias de cada localidad, pero debe intentar ajustarse a la frecuencia calculada de circulación

de peatones, evitando tanto la excesiva congestión como la sensación de escasa animación.

7. **La superficie debe ser cómoda y agradable.** Es muy importante la nivelación de la calzada que existía anteriormente para el paso de vehículos con las aceras destinadas a los peatones, con el fin de suprimir barreras arquitectónicas como los bordillos, que son siempre molestos para los peatones y que delimitan el espacio a utilizar, ya que una vez convertida en peatonal, toda la plataforma debe ser únicamente para el paso de personas.
8. **Los accesos deben ser los adecuados.** Deben existir posibilidades para que, tanto los taxis como los vehículos que no estacionen o los de minusválidos, etc. Puedan llegar a la inmediata proximidad de la calle peatonal. Siempre dentro de las posibilidades de cada emplazamiento, lo ideal sería que los clientes, al apearse de los vehículos, pisasen directamente el suelo de la calle peatonal.

VENTAJAS DE UNA CALLE PEATONAL COMERCIAL

Hay tres puntos de vista para ver las ventajas de la implantación de una Calle Peatonal Comercial, los cuales se resumen a continuación:

DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL CONSUMIDOR
Comodidad derivada de las facilidades establecidas previamente en materia de aparcamientos y de accesos.
Concentración de compras. El consumidor tiene la posibilidad de efectuar todas sus compras en un mismo lugar.
Elección. El cliente encuentra una gran variedad de establecimientos de todos los sectores, facilitándole la elección de productos.
Precios competitivos. La fuerte concentración de establecimientos comerciales y la proximidad de los mismos, favorece la formación de precios competitivos.
Otras actividades. El cliente puede realizar actividades paralelas a las compras, operaciones bancarias, agencias de viajes, peluquerías, etc.
Actividades de recreo. Las calles peatonales se convierten en zonas ajardinadas, con lugares de esparcimiento y de recreo, posibilitando las actividades de ocio, complementarias al comercio.

DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL COMERCIANTE
Mayor afluencia. El comerciante se ve beneficiado por encontrarse en una zona de fuerte concentración comercial, lo que garantiza la afluencia de público.
Remodelación y Modernización. Los establecimientos comerciales tienen que modernizarse y remodelarse para adaptarse a la nueva situación peatonal de la calle, con lo que se abren nuevos caminos para una mayor rentabilidad.
Aumento de ventas. Las características propias de la calle garantizan la afluencia de clientes, lo que significa un aumento de las ventas y una mayor difusión de los negocios.

DESDE EL PUNTO DE VISTA URBANO
Revitalización de la parte del casco urbano donde se implanta.
Reducción de la contaminación ambiental y los ruidos.
Desaparece la necesidad de diferenciar urbanísticamente la circulación rodada y peatonal.
Mejora el aspecto estético de las calles.
Rentabilidad relativa del capital invertido en las calles peatonales debido al ahorro en costos sociales.