

3. EQUIPAMIENTOS COMERCIALES (Y DE OCIO)



3. EQUIPAMIENTOS COMERCIALES (Y DE OCIO).

La condición residencial, al tiempo que turística y logística de la Comarca de Abona, genera en los últimos años viejos y nuevos dispositivos, que tanto van a resolver las demandas de una actividad como de las otras. Como hemos visto en los anteriores capítulos, esas diferentes formas de ocupación de suelo pueden ser analizadas a través de las otras tantas modalidades en que éstas se subdividen. Pues bien, cada una de esas modalidades genera también equipamientos tipológicamente diferentes. Por ejemplo, la forma que adquiere la actividad comercial en un núcleo tradicional de montaña (Suelo Residencial), no es la misma que la desarrollada en un polígono industrial (Suelo Logístico), ni la misma que se genera en una urbanización de costa de baja densidad (Suelo Turístico).

Para los objetivos de este Plan, son “equipamientos comerciales (y de ocio)” los dispositivos organizados para poder vender productos (y servicios) directamente a los compradores (o clientes), que se sitúan en la ciudad o en el territorio, a partir de la utilización o construcción directa de espacios de diversa condición y tamaño, especialmente acondicionados para poder realizar estas funciones. Según sea su ubicación y su génesis, pueden ser de diferente tipo, pero los equipamientos comerciales (y de ocio), normalmente están formados por unidades más pequeñas en función de las características de los productos, organizadas según circuitos lineales que los compradores o los clientes recorren, y por áreas complementarias dedicadas al almacenamiento de los productos, los servicios y los aparcamientos.

3.1. Tipificación de los equipamientos comerciales.

En función de su ubicación, su tamaño y el tipo de población al que van dirigidos, los podemos subdividir en los siguientes tipos:

Calle Mayor

Borde marítimo comercial

Ejes comerciales urbanos

Áreas comerciales especializadas

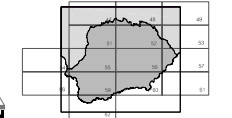
A. Comercios de Calle Mayor.

La Calle Mayor es un concepto muy antiguo, producto de la acumulación de los equipamientos y servicios urbanos principales en la vía más importante de cada asentamiento. Vía que normalmente coincide con la antigua carretera en torno a la cual aquel asentamiento se desarrolló, y donde la población se ha ido concentrando. Y, por tanto, donde han ido localizando los espacios comerciales. La Plaza Mayor (iglesia, ayuntamiento,...) y la Calle Mayor (comercios, equipamientos,...) son los espacios públicos más importantes de nuestra tradición urbana.

En Abona, las calles mayores se corresponden con las vías más importantes de los antiguos núcleos urbanos, normalmente las capitales municipales, y en la actualidad, el espacio comercial situado en esas calles, es de variado tipo, puesto que al aprovechamiento de las antiguas casonas para situar el comercio, ha seguido la construcción de nuevas edificaciones con bajo comercial y viviendas, e incluso la construcción de pequeños centros comerciales.

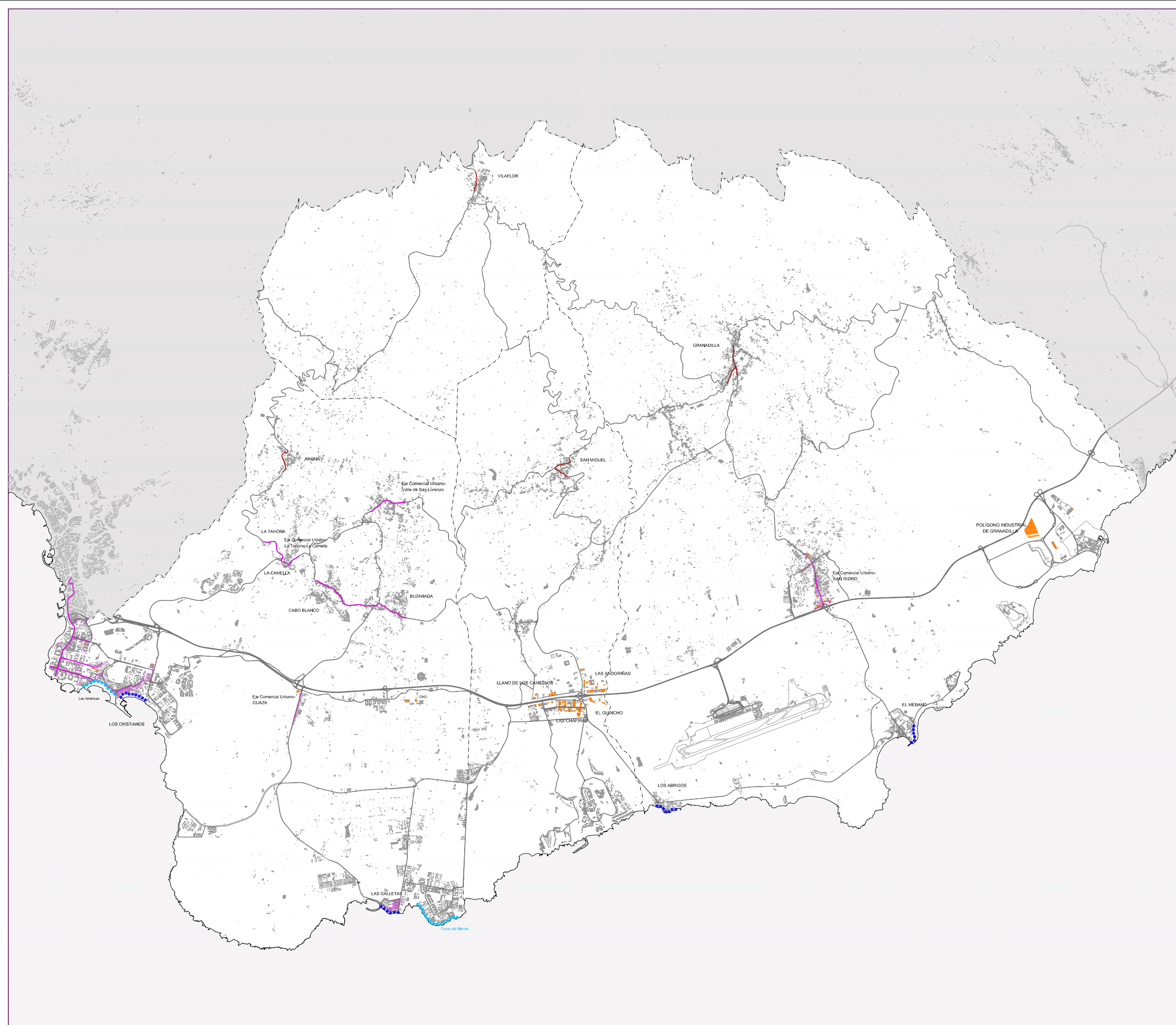


Fig. 38. Vista de la Calle comercial del núcleo de Granadilla.



LEYENDA:

- Comercios de Calle Mayor
- Bordes Comerciales Tradicionales
- Bordes Comerciales Turísticos
- Ejes Comerciales Urbanos
- Áreas Comerciales

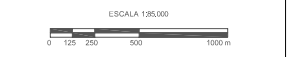


CASARIEGO / GUERRA, arquitectos S.L.
Colaboración: SOLITEC S.L.

PLANOS DE INFORMACIÓN
EQUIPAMIENTOS COMERCIALES Y DE OCIO

3.1

EL EQUIPAMIENTO COMERCIAL Y DE OCIO:
SITUACIÓN ACTUAL



La Calle Mayor, como “tipología comercial”, es un conjunto articulado de todas estas manifestaciones, y en Abona está representada por los siguientes núcleos:

- Granadilla
- San Miguel
- Arona
- Vilaflor

B. Bordes marítimos comerciales.

El borde marítimo siempre ha sido un lugar especialmente dotado para la actividad comercial. Tanto sea por su condición geográfica de límite y, por tanto, su especial atractivo para la visita (baños, vistas, paisaje,...), como por su condición de frente urbano (pesca, entrada de mercancías), el contacto con el mar, ha sido tradicionalmente un estímulo para la actividad comercial.

En nuestro caso nos encontramos dos modalidades bastante diferenciadas, si no conceptualmente, sí tipológicamente. Estas son: los bordes comerciales tradicionales y los bordes comerciales turísticos.

B.1. Bordes comerciales tradicionales.

Bordes comerciales tradicionales son aquellos que se han ido formando espontáneamente a partir del desarrollo de un núcleo tradicional de costa, por la localización sucesiva de locales dirigidos, primero al intercambio, y más tarde al comercio institucionalizado. Pueden tener una configuración diferente si son de playa o si son de paseo marítimo sobre cualquier otro tipo de litoral. En el caso de Abona, los bordes comerciales tradicionales más significativos, son:

- El Médano
- Los Abrigos
- Las Galletas
- Los Cristianos

B.2. Bordes comerciales turísticos.

Son bordes comerciales turísticos, los formados por las mismas causas que los anteriores, pero en diferentes circunstancias. En Abona, sin embargo, la mayor parte de los asentamientos turísticos ex novo (Las Américas, Pal-Mar, Costa del Silencio,...) no cuentan con bordes especialmente proyectados para responder a esta demanda, como sí ocurre en la zona turística correspondiente del municipio de Adeje (Playa de Fañabé). Consideraremos, no obstante, que algunos paseos de las playas de Abona, como los siguientes, responden en parte a esa función:

- Las Américas
- Costa del Silencio



Fig. 39. Vista aérea del Borde litoral de Las Américas-Los Cristianos.



Fig. 40. Borde interior del litoral de Las Américas.

C. Ejes comerciales urbanos.

Los “ejes comerciales urbanos” se diferencian de las Calles Mayores, en que aquellos están localizados en enclaves urbanos de fuerte desarrollo y donde el comercio allí instalado (normalmente en un tramo de una importante carretera) ha ocupado un papel fundamental en la consolidación de ese enclave. Son ejes comerciales en constante transformación y su potencia comercial puede ser equivalente a la de un gran centro comercial típico de la periferia urbana.

La organización del espacio comercial en los márgenes de las carreteras, se ha ido normalmente formando, en base a la sucesión lineal de diferentes comercios con una especialización múltiple, y aún cuando el tamaño de las construcciones también pueda ser diverso, la tendencia mayoritaria es a la concentración de la actividad en edificaciones de cada vez mayor dimensión.

En el espacio turístico, también pueden darse modalidades comerciales de este tipo (varias calles de Las Américas), pero son mucho más interesantes las generadas espontáneamente, como son los casos de:

- San Isidro
- Valle de San Lorenzo
- Cabo Blanco - Buzanada
- La Camella - La Tahona
- Guaza

D. Áreas comerciales.

Las “áreas comerciales” responden a una tipología propia de las autovías, cuando éstas se encuentran próximas a conjuntos urbanos de gran actividad y una población con un cierto nivel de vida. La oferta global (de todo el conjunto) es similar a la de un centro comercial de periferia, pero sus dimensiones son mucho mayores. Es la propia autovía y los valores de accesibilidad e imagen que la misma comporta, la que provoca la atracción para que la actividad comercial se produzca, y, a modo de grandes contenedores, las edificaciones comerciales se vayan linealmente situando por especialidades.



Fig. 41. Eje comercial de San Isidro, en Granadilla. Ortofoto (sup.) y Vista General (inf.)

El comercio de autopista permite introducir tipos y modalidades que, tanto por las características de los productos, como por el suelo que consumen, no podrían darse en otras condiciones. Por ejemplo, la compra-venta de automóviles, la venta de maquinaria pesada, el mobiliario doméstico, etc.

Son ejemplos de esta modalidad:

- Las Chafiras
- Llano de los Camellos
- Las Andoriñas



Fig. 42. Ortofoto donde podemos apreciar los tres conjuntos comerciales al borde de la TF-1: Las Chafiras (dcha.), Llano de Los Camellos (izda-sup.) y Las Andoriñas (izda-inf.).

3.2. Previsiones para los equipamientos comerciales (y de ocio)

Sobre el espacio comercial, el PIOT sólo habla de su regulación, en términos de sus condiciones para ser desarrollados en el planeamiento municipal y otros, mientras que en términos de estrategias de carácter insular o comarcal, y siguiendo las Directrices de Ordenación General (D.136), remite a la redacción de un Plan Territorial Especial específico. En tanto que no se cuenta en la actualidad con dicho instrumento, se han utilizado, como parte de la información del presente plan, trabajos previos relacionados con el equipamiento comercial y de ocio, y que en relación a la Comarca de Abona, nos aportan algunos elementos adicionales de análisis.

Por tanto, no se cuenta con previsiones en cuanto al apartado que se trata, pero relacionaremos a continuación, una serie de criterios relativos a la selección de zonas para futuras instalaciones comerciales, así como la definición de determinadas zonas de la comarca que destacan en relación con la actividad comercial.

En cuanto a los criterios para la selección de áreas para la localización de equipamiento comercial de cierta magnitud, coincidimos en destacar los siguientes:

- a) máxima homogeneidad en la distribución territorial de los equipamientos.
- b) dependencia de la población y la distribución del empleo.
- c) conexión con las grandes infraestructuras de transporte, como puertos y aeropuertos, así como con el sistema viario de nivel insular y comarcal,
- d) relación con las áreas de actividad económica, como, por ejemplo, los polígonos industriales,
- e) compatibilidad con áreas naturales protegidas.

En cuanto a la comarca de Abona, los trabajos de información referidos a la actividad comercial, y que se han consultado, destacan las siguientes zonas:

Ámbito comercial principal: A lo largo de la TF-1, entre la Playa de Las Américas y Las Chafiras en San Miguel. Se sitúa un “Eje de Distribución Comercial” entre esas dos zonas en una franja variable de 2 kilómetros con eje en la vía.

Ámbito comercial preferente: A lo largo de la carretera San Isidro – El Médano. Se sitúa un “Eje de Distribución Comercial” entre esos dos núcleos con una franja variable de 600 metros con eje en la carretera.

Ámbito comercial prioritario: En coincidencia con la Operación Singular Estructurante de Cabo – Blanco Buzanada. Para facilitar la estructuración del asentamiento residencial propuesto.

Áreas, que en todo caso se encuentran entre las ya detectadas anteriormente, en el análisis que presentamos.

3.3. Conclusiones a los grandes equipamientos comerciales (y de ocio) y propuestas.

Como ya indicamos, coincidimos con los criterios apuntados en los trabajos previos con que se cuenta en relación a la actividad comercial. No cabe duda que el sistema poblacional insular debe tener una accesibilidad equivalente a cada una de las modalidades que hoy se dan en relación con el espacio comercial. Y no cabe duda, también, que las áreas comerciales, sobre todo, los grandes equipamientos comerciales, deben estar vinculados a los centros insulares de mayor actividad (urbanos, turísticos, logísticos,...) y a los ejes de mayor capacidad del sistema viario. Como tampoco parece discutible que los espacios comerciales a potenciar deben encontrarse fuera de las áreas naturales protegidas.

En lo que se refiere a la comarca de Abona, tampoco parece incorrecto que se considere a la TF-1 como uno de los ejes de mayor capacidad potencial para enganchar posibles establecimientos comerciales de gran porte. De hecho, todas las modalidades comerciales de gran dimensión (los “ejes comerciales urbanos” y las “áreas comerciales”) analizadas en el presente documento de planeamiento, están de alguna u otra forma vinculadas al tramo de la autovía que transcurre entre Las Américas y San Isidro. No vamos a negar aquí y ahora, la capacidad de las grandes infraestructuras viarias para atraer el espacio comercial. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que los planes casi nunca se elaboran para confirmar las tendencias “naturales” del sistema territorial, sino que, en la mayor parte de los casos, se hace para corregirlas, y en otros, incluso para negarlas, si estas tendencias van en contra de otros objetivos de mayor prioridad.

Por ejemplo, el presente documento ha planteado en otras partes de su desarrollo, ciertas tendencias del sistema territorial de la comarca de Abona que deben corregirse, como son, el exceso de dispersión (el número excesivo de unidades urbanas), tanto en lo que se refiere a los asentamientos residenciales como a los turísticos, así como el exceso de presión sobre la TF-1, debido a las características de un sistema viario comarcal escasamente organizado y la necesidad, por tanto, de corregir el desarrollo de la zona hacia un modelo más focalizado en base a la potenciación de polos existentes o lo que hemos llamado “capitales comarcales”.

En esta dirección, entendemos poco adecuado redundar en el modelo criticado, promoviendo la creación de nuevos focos alternativos tanto en las áreas libres de la TF-1, como en las zonas sin edificar de la carretera entre San Isidro y El Médano, generando más dispersión y debilitando las concentraciones existentes. En el mismo sentido, la potenciación de una franja comercial sobre la TF-1, significaría incrementar la presión sobre la autovía con nuevos enganches, sin haberse ocupado todavía el suelo previsto por las urbanizaciones existentes.

La propuesta que aquí se plantea, en orden a no crear nuevos sectores de suelo urbanizado que no sean absolutamente necesarios y así promover la concentración y el fortalecimiento de los núcleos existentes, es aprovechar las áreas de posible desarrollo comercial dentro de la Plataforma Logística, en la franja que ésta destina a usos terciarios, que es además la más ligada a la TF-1. No se ve incompatibilidad alguna entre el espacio comercial definido en la Plataforma y el que pueda servir al resto de la población de la zona. Y paralelamente, y como esquema principal, fomentar nuevas reservas comerciales vinculadas a las calles comerciales urbanas existentes y fundamentalmente en relación con la Operación Singular Estructurante Cabo Blanco – Buzanada y en el núcleo de San Isidro, todo ello enlazando con la potenciación de circuitos comarcales alternativos a la TF-1.