

Valoraciones inmobiliarias de locales comerciales en la ciudad de Valladolid

MARIANO GRAJAL
BLANCO

En el presente artículo se intenta dar una aproximación a la realidad del mercado inmobiliario y a la estructura que adopta éste dentro del conjunto de la ciudad, siempre teniendo en cuenta que en la actualidad se ha producido un enfriamiento en la implantación de nuevos establecimientos y, por tanto, las exigencias competitivas son más elevadas.

Es difícil entender la organización de la ciudad, sin referirnos a la influencia que las actividades comerciales tienen sobre su configuración y desarrollo. La interrelación entre lo comercial y la ciudad es compleja y profunda, es una relación viva y duradera a través del tiempo. Así, mientras ciertas actividades comerciales han influido en la configuración urbana, el carácter y la ordenación de ciertas piezas y elementos de la ciudad, en algunos casos, afectan considerablemente a la actividad económica y funcional de los locales comerciales que allí se asientan.

Si observamos el plano de la ciudad, la función comercial es un factor significativo en la creación de focos dentro del espacio urbano. La noción de centralidad en la ciudad supone el reconocimiento de zonas singularizadas, normalmente, por el dominio de actividades comerciales y de servicios. Esta singularidad afecta no sólo a la intensidad de las

relaciones urbanas que generan las actividades que allí se concentran, sino también a la distribución de otras áreas de la ciudad.

La aparente estabilidad de la organización comercial de la ciudad puede, sin embargo, modificarse por cambios profundos de la economía, y también, aunque en un plazo de tiempo más amplio, por variaciones en los factores que determinan la oferta y la demanda, y en cualquier caso por las modificaciones concretas que afectan al espacio físico y a la forma urbana, llegando esta influencia incluso fuera del entorno modificado.

En los últimos años han surgido en España factores de cambio en el tradicional espacio comercial de la ciudad. Factores como los desarrollos en infraestructura y tecnología, el aumento de la movilidad de la población y los cambios en los niveles de consumo, han producido una transformación en los métodos de venta y en la organización comercial. Evidentemente, estos cambios afectan sustancialmente al entorno urbano, modificando su esquema y conformando nuevas áreas de expansión.

Aproximándonos ahora al caso concreto de Valladolid, analicemos el desarrollo comercial dentro de su trama específica.

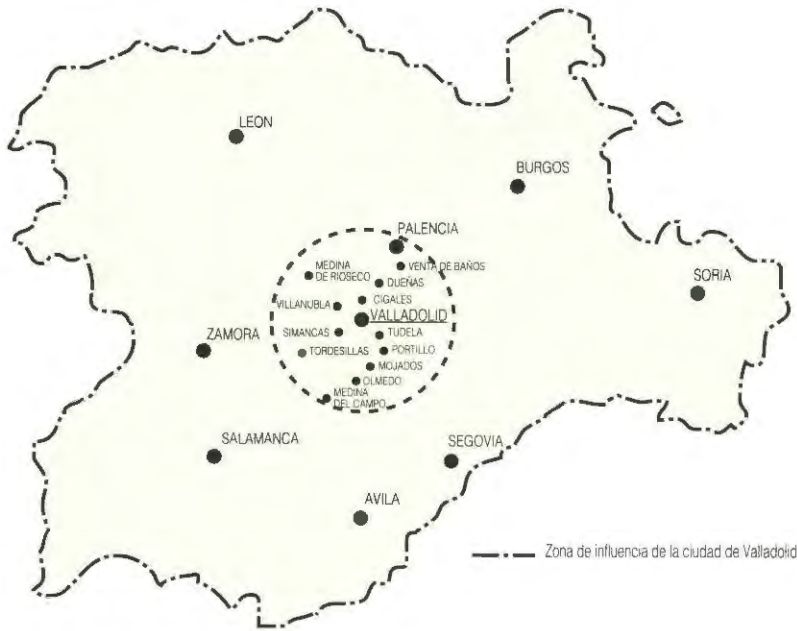
Una de las razones del desarrollo ur-

bano de Valladolid, es su localización en el «centro» geográfico dentro del ámbito regional de Castilla y León, lo que ha supuesto hasta hoy un aumento y una centralización de actividades en la ciudad, llegando a configurarse como la más importante de la Comunidad Autónoma (ver gráfico 1).

Una particularidad de su organización comercial, es la de haber mantenido su «centro», esto es, el foco principal de la ciudad, prácticamente sobre una misma zona, a lo largo del tiempo.

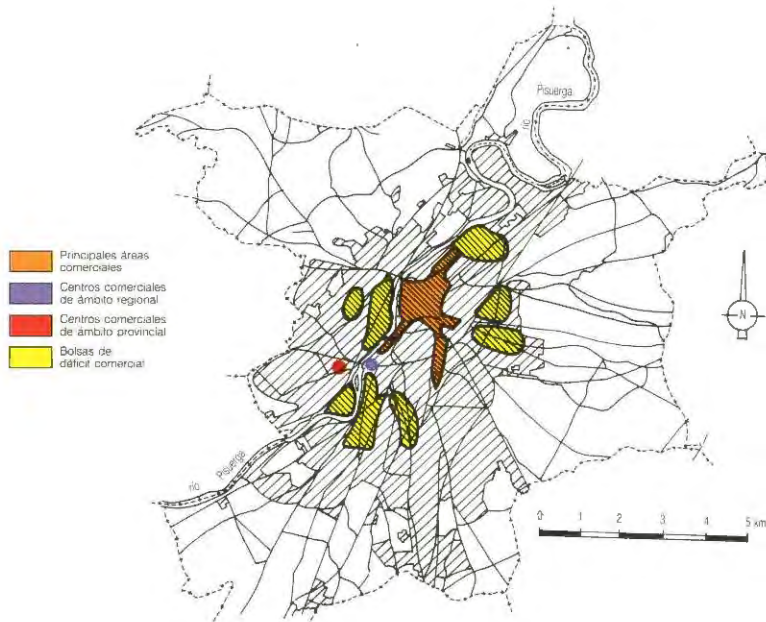
Este hecho es fundamental a la hora de analizar el método de implantación y desarrollo del comercio, porque si el «centro de la ciudad», considerando éste como la zona de la ciudad más atractiva para el ciudadano, ha permanecido a lo largo del tiempo en un mismo sitio y a su vez este entorno es el lugar donde siempre se ha desarrollado la mayor parte de la actividad comercial de la ciudad, nos encontramos con una morfología y tipología de local comercial clásicas, ya que se ubican sobre una tipología edificatoria tradicional ya consolidada, así como también el modelo de localización dentro de los distintos espacios urbanos, coincidiendo con los focos de atracción ya existentes (iglesias, mercados, plazas, etc.) y con las calles que unen éstos, o que parten radialmente de ellos hacia los distintos barrios, reco-

Gráfico 1. Valladolid en el contexto de Castilla y León.



32

Gráfico 2. Estructura comercial de la ciudad de Valladolid.



giendo el flujo de población desde la periferia a los distintos puntos de atracción.

Esta coincidencia del «Casco Histórico» con el centro económico y comercial de la ciudad supone como ya hemos dicho una característica muy significativa de la estructura comercial de la ciudad, donde la mayor actividad comercial se aprecia en el núcleo central urbano y las bolsas de déficit comercial las encontramos rodeando este centro. En la plasmación gráfica se aprecia la relación concéntrica entre la actividad comercial y la escasez de la misma (ver gráfico 2).

En la década de los ochenta, la aparición de unos nuevos focos comerciales (Las Francesas, Juan de Austria), ha originado la organización de nuevos ejes económicos, así como la revitalización de algunas calles, que considerándose comercialmente, se encontraban en franca decadencia (Héroes del Alcázar, Zúñiga...).

Por otro lado la peatonalización de Santiago y Mantería, y con ello su reactivación económica, demuestra la validez de las teorías existentes sobre el aumento de la actividad en las zonas donde se han llevado a cabo obras de peatonalización, facilitando el tránsito del ciudadano por las mismas y mejorando la calidad ambiental, siempre y cuando no se deje olvidado el problema del acceso y aparcamiento en lugares próximos.

En Valladolid acabamos de constatar el impacto que supone la implantación de una gran superficie comercial, como la de El Corte Inglés (1988), en el enclave del antiguo estadio de fútbol, pues ha ido produciéndose un paulatino vacío de otras áreas comerciales clásicas de la ciudad, de acuerdo con el principio de la limitación espacial de las zonas comerciales, en función de la dimensión del comercio existente en la población. Por tanto, el establecimiento de una gran superficie afecta a la movilidad del resto de las zonas comerciales de la ciudad, que podemos suponer como un

espacio comparable a una «mancha» de una determinada extensión que se mueve sobre el plano, obedeciendo a unos impulsos de atracción.

De todos modos esta «mancha» ocupa mayor espacio a medida que la población aumenta; en Valladolid el número de habitantes se ha duplicado desde el año 1960 hasta la actualidad. Este incremento de población supone una gran evolución del comercio para satisfacer el fuerte aumento, tanto en calidad como en cantidad de la demanda (ver cuadro 1).

Es importante hacer notar en este artículo, que Valladolid carece, como la mayoría de las ciudades españolas, de una planificación conjunta, respecto a las nuevas áreas o implantaciones comerciales, tanto en el caso de edificios de uso comercial exclusivo, como en el de galerías comerciales situadas en los bajos de edificios residenciales; esto obliga a tomar decisiones sobre la marcha, a medida que surgen actuaciones aisladas por iniciativas privadas, de los promotores de este tipo de implantaciones comerciales.

En relación con esto cabe señalar que la normativa urbanística vigente no contempla la posibilidad de la implantación de grandes áreas comerciales. El comercio está considerado como un simple equipamiento de otros usos principales o se encuentra incluido dentro de los «usos terciarios» que afectan a áreas exclusivas, como son las residenciales e industriales. En definitiva el uso comercial carece en la normativa urbanística actual de una entidad independiente.

Debemos decir que la necesidad o no de esta planificación es objeto de opiniones encontradas sobre la conveniencia de la asignación, por medio del planeamiento urbanístico, del uso comercial a un lugar preciso, puesto que puede ocurrir que las previsiones de asignar a ciertos espacios un uso comercial, no coincidan con las corrientes naturales de la población, como en el caso de las galerías comerciales que no llegan a funcionar por encontrarse fuera

de los posibles recorridos de la población, resultando al final nula la previsión.

Otro inconveniente de la planificación es la dificultad para justificar una ordenación muy rígida, que pueda quedar desfasada antes de entrar en vigor, y por último puede surgir también el problema de las operaciones especulativas sobre los terrenos calificados para uso comercial, ya que al asignar desde el planeamiento un uso comercial a un espacio determinado estamos interviniendo de una manera muy clara en su desarrollo, pudiendo llegar a anularlo por el aumento de los precios del suelo.

Análisis del sector inmobiliario relativo a locales comerciales

El funcionamiento del mercado inmobiliario respecto al uso residencial tiene claras diferencias con el funcionamiento desde el punto de vista del «uso terciario». La diferencia básica está en que el uso residencial cubre una de las necesidades vitales del hombre y se ve

influido directamente por el poder adquisitivo de la población y el número de personas que corresponde a cada nivel de rentas, mientras que en el uso terciario esta influencia es indirecta.

Decimos que el poder adquisitivo de la población influye directamente en el mercado de uso residencial porque es evidente que con un poder adquisitivo alto se puede acceder a una vivienda de precio superior, y como la población de rentas altas es menor que la de rentas medias y bajas, las viviendas que podemos llamar de «alto standing» y de inmejorable localización que exigen una capacidad de renta mayor tienen un hueco menor en el mercado que las viviendas de coste medio; por tanto con un estudio pormenorizado, basado en el planteamiento anterior, puede llegarse a conocer los valores del mercado inmobiliario respecto al uso residencial.

En el caso de los locales comerciales, nos encontramos con que su funcionamiento no puede esquematizarse con estos principios, pues no depende sólo de un determinado poder adquisitivo de la población sino de la productividad que un empresario pretenda de un local y de su uso específico, lo que influye en el precio que está dispuesto a pagar por él.

Así pues, no es lo mismo un local con una u otra actividad terciaria y con una u otra localización, pues su productividad será diferente en cada caso, lo cual incide en que todos los empresarios no estén dispuestos a pagar lo mismo por un determinado local en un determinado emplazamiento.

Una vez aclarados los principios por los cuales se mueven los valores del mercado inmobiliario dentro del sector «terciario», podemos pasar a analizar el funcionamiento actual del mismo y los valores que adquiere hoy este mercado en Valladolid.

Recurriendo a datos proporcionados por el Colegio Oficial de Agentes de la Propiedad Inmobiliaria (COAPI) y de la información recogida en la Cámara de Comercio (ambos de 1990), nos damos

Cuadro 1
Evolución de la población de derecho en el municipio de Valladolid

Año	Población en miles de personas
1960	150
1965	175
1970	233
1875	285
1981	320
1986	327
1988	331
1989	333
1990	334

Fuente: Ayuntamiento. de Valladolid. Año 1990.

una idea de su organización actual, siempre teniendo en cuenta la disminución de la actividad comercial que se viene produciendo y la modificación de las apetencias que hacen disminuir la demanda actual.

Analizando también las informaciones recibidas desde distintos sectores económicos que se ven afectados por la actividad comercial deducimos algunas características del comportamiento del mercado respecto al uso comercial, en Valladolid ciudad.

- Principalmente hay que destacar el acusado y generalizado descenso de la actividad inmobiliaria en 1990, respecto al año 1989, situándose en valores de hasta un 40% por debajo del año anterior, situación que se ha visto empeorada en el transcurso del año 1991, en cuanto a la actividad del mercado, lo que implica una paralización importante del sector.

El mercado inmobiliario venía funcionando en los últimos años con una dinámica de aumento generalizado de precios, que se ha visto modificada des-

de la segunda mitad del año 1990 hasta hoy, llegando a un punto en el que el incremento de precios es nulo, adoptando a veces incluso valores negativos, esto es, puede ocurrir en ocasiones que los valores sufran una recesión.

- Debemos señalar la gran dificultad que supone analizar en este momento el mercado inmobiliario, pues nos encontramos tras un punto de inflexión en lo que a la dinámica y comportamiento del mismo se refiere, situándonos en un momento en que las actitudes han cambiado y no existen estudios estadísticos ni análisis previos que nos puedan servir de base para dicho análisis, por lo que resulta más difícil si cabe avalar las conclusiones.

- El impulso comercial en 1990 y principios de 1991 se encontraba localizado en los puntos de la ciudad en los que se produjo la ubicación de un centro comercial de gran superficie, reorganizándose la estructura comercial de la ciudad de modo que este centro comercial actúe como foco en cuyas pro-

ximidades se produce una revitalización de la actividad.

- El centro urbano como lugar donde tradicionalmente se asientan los mejores establecimientos de la ciudad sigue funcionando del mismo modo que en años anteriores, siendo el lugar de mayor actividad comercial.

- Se aprecia una progresiva mejora en las instalaciones e imagen de los locales. Estas mejoras se llevan a cabo principalmente en el equipamiento interior del local y en el acondicionamiento de la fachada.

- Las áreas periféricas de la ciudad, en particular la zona norte, siguen manteniendo persistentemente bolsas de déficit comercial, solamente existen y no en todos los casos locales de venta de productos de primera necesidad. Para paliar esta escasez de actividad comercial en la zona norte, el Ayuntamiento desde su Departamento de Planeamiento, organiza la instalación de una gran superficie comercial que suponga un fuerte impulso al comercio.

Comportamiento de la demanda

Hasta el primer semestre de 1990, en Valladolid hubo una fuerte subida del número de los locales comerciales, debido al aumento de la demanda, ocasionado a su vez por el alza del poder adquisitivo de los consumidores, ya que resulta evidente que el sector comercial está condicionado por las necesidades que pretende satisfacer.

Los empresarios exigen al instalar su negocio una localización precisa, por la que se está dispuesto a pagar valores por encima de los que el mercado inmobiliario considera normales en esa situación. Esta exigencia sobre la localización, es mucho más acusada en la compraventa de locales comerciales que en la de viviendas.

Los factores que influyen en la demanda, además de la localización, son: forma y superficie del local, longitud de fachada, densidad de la población en la zona, distribución de la misma dentro de la pirámide de población (ver cua-

Cuadro 2
Pirámide de población (año 1986)

Edad	Varones	%	Mujeres	%	Total	%
0 a 4	9.774	6,2	9.185	5,5	16.959	5,8
5 a 9	14.600	9,2	13.830	8,2	26.430	8,7
10 a 14	16.432	10,3	15.493	9,2	31.925	9,8
15 a 19	15.123	9,5	14.628	8,7	29.751	9,1
20 a 24	13.206	8,3	13.014	7,7	26.220	8,0
25 a 29	11.456	7,2	12.682	7,5	24.138	7,4
30 a 34	10.870	6,8	12.054	7,2	22.924	7,0
35 a 39	11.992	7,6	12.741	7,6	24.733	7,6
40 a 44	11.356	7,2	11.567	6,9	22.923	7,0
45 a 49	8.925	5,6	8.769	5,2	17.694	5,4
50 a 54	8.652	5,4	9.137	5,4	17.789	5,4
55 a 59	7.539	4,7	8.394	5,0	15.933	4,9
60 a 64	6.401	4,0	7.579	4,5	13.980	4,3
65 a 69	4.396	2,8	5.849	3,5	10.245	3,1
70 a 74	3.642	2,3	5.268	3,1	8.910	2,7
75 o más	4.440	2,8	8.258	4,9	12.698	3,9
Total	158.804	48,5	168.448	51,5	327.252	

dro 1), equipamientos exteriores (como por ejemplo aparcamientos), factores todos ellos que influyen sobremanera en la valoración de un determinado local.

Haciendo un análisis exhaustivo de la estructura de población en las distintas áreas comerciales, éste nos serviría como indicador de la composición cualitativa del consumo. La población, con

sus características, condiciona fuertemente la actividad comercial de un sector (ver cuadro 2).

Esto se comprueba analizando los cuadros 3 y 4 que relacionan el sector de población con el sector económico.

Si tenemos en cuenta que la población de Valladolid capital supone un 66,6% de la provincia, y que considerando los pueblos satélites (Laguna de Duero, Tudela de Duero, etc.), el porcentaje supera el 70% del total de la población provincial, tenemos que los sectores de industria, construcción y servicios se concentran en la capital, mientras que el sector agrícola se concentra en los pueblos.

Comportamiento de la oferta

El objetivo de esta parte del artículo es el análisis del equipamiento comercial de Valladolid ciudad y el funcionamiento del mismo, lo que implica estudiar el número de establecimientos, sus características y sus interrelaciones (ver cuadro 5).

Se puede hacer una aproximación a la oferta examinando atentamente el número de licencias comerciales, ya que éstas son necesarias para el desarrollo de cualquier actividad comercial. De todos modos, un local puede poseer varias licencias si en él se desarrollan distintas actividades con lo que en muchas ocasiones será mayor el número de licencias que el de locales. La distribución de licencias fiscales según el tipo de actividad se observa en el cuadro 7.

Por otro lado, se aprecia una tendencia del comercio hacia la especialización, lo cual es lógico, ya que aunque se parte de niveles de gasto muy bajos, por medio de ésta se pretende potenciarle.

Debe reseñarse el escaso dinamismo que muestra la oferta, que se encuentra en niveles inferiores a los del resto del país, exceptuando el sector de la alimentación que es el de mayor importancia en nuestra ciudad, aunque en los últimos años ha sufrido una tendencia a la baja que lo está aproximando a los valores nacionales.

Distribución espacial de la oferta

Este artículo establece una división de la ciudad en diferentes áreas, a su vez integradas en una serie de barrios. Todas estas áreas gravitan sobre un núcleo al que denominamos Centro Comercial. Este Centro es autosuficiente para abastecer a través de su comercio detallista, a su propia población y a la de los barrios, atraída por aquellos productos de uso no corriente que sólo se pueden encontrar aquí.

Con la división de la ciudad en áreas comerciales, pretendemos delimitar espacios urbanos con cierta homogeneidad en cuanto a su dependencia comercial respecto del centro y de otras áreas y en cuanto a sus corrientes de tráfico mercantil. Por tanto, los sectores comerciales están constituidos en su mayoría por el conjunto de las áreas consumidoras agrupadas alrededor de otro importante sector que es el centro suministrador.

La referencia al área o «barrio» en la formación de valores inmobiliarios se detrae no solamente de la significación que en ellos tiene el valor del suelo, sino del hecho de que la mayor parte de las características que influyen en este valor están en función de su localización.

En este apartado analizaremos la evolución, respecto a la actividad comercial, de las distintas zonas de la ciudad y la influencia que esto supone en el valor que adquiere o tiene la zona.

Cuadro 3
Población por zonas

	1981	1986
Delicias	50.827	50.253
Zona Sur	38.505	38.795
Rondilla	35.647	33.658
San Isidro-Pajarillos-Flores	26.762	27.326
Zona Plaza Circular	15.272	14.746
San Andrés-Campo Grande	15.053	13.805
San Pedro-Hospital	13.157	12.646
Huerta del Rey	12.968	19.084
Sector Zorrilla	12.735	11.733
La Victoria	12.425	12.583
Belén-Pilarica	9.467	9.638
San Juan-Las Huelgas-Santa Cruz	7.458	8.688
Catedral-Plaza del Salvador	7.068	6.460
Detrás del Campo Grande	6.929	7.734
Vadillos	6.783	6.454
Batallas-Pólvora	6.483	6.214
Plaza Mayor	6.212	6.414
San Miguel	6.127	5.909
San Nicolás	5.832	5.560
San Martín-San Pablo	4.116	4.312
Barrio España-Poblado Endasa	4.190	3.874
Girón	3.596	3.654
Arturo Eyrías	3.312	5.934
San Pedro Regalado	2.897	2.336
El Pinar	1.281	790
Arcas Reales	1.518	1.640
Cuesta Maruquesa-Fuente Sol Parva Ría	1.359	1.162
Puente Duero	951	1.019
La Overuela-Navabuena	720	683
Parquesol	606	4.148

Fuente: Ayuntamiento de Valladolid. Año 1990.

Cuadro 4
La población y el sector económico

Sector económico	Total	Porcentaje
Agricultura	15.300	9,6
Industria	41.400	26,2
Construcción	17.400	11,06
Servicios	84.000	53,2
Total	158.000	100,00

Fuente: Cámara de Comercio. Año 1990. Provincia de Valladolid.

Cuadro 5
Censo de contribuyentes en el sector comercio

Mayoristas	2.549
Recuperación de productos	72
Intermediarios del comercio	23
Minoristas	9.731
Total	12.373

Fuente: Datos Cámara de Comercio e Industria. Año 1989. Provincia de Valladolid.

Dentro de los barrios consolidados, como por ejemplo Delicias y Rondilla, con un censo de población de más del 30% del total de la ciudad, la actividad comercial se mantiene con cierta vitalidad ya que la demanda funciona al mismo nivel que en épocas anteriores, principalmente por ser un tipo de comercio de primera necesidad, en la mayoría de los casos, y por tratarse de los barrios más poblados.

Por otra parte, está la «zona centro» de la ciudad, en la que también se mantiene la actividad comercial, sobre todo en las zonas peatonales. Este comercio que ocupa el «centro» es un comercio exclusivo que da servicio a toda la ciudad.

La llegada de las multinacionales con la creación de las grandes superficies de uso terciario produce un cambio importante de la actividad comercial y absorbe gran parte de la demanda que anteriormente cubría el mercado tradicional, distribuido más o menos equitativamente por la ciudad. Así, con la aparición de Continente, ubicado en el suroeste de la ciudad (Parquesol), en poco tiempo se empezó a resentir el mercado de la alimentación. Las pequeñas tiendas de esta actividad quedan en su barrio prácticamente para atender las necesidades momentáneas del residente.

Valladolid sufrirá pronto otro cambio importante, pues está en proyecto la ubicación de otro gran centro comer-

cial (PRYCA) en la zona norte que influirá también de la misma forma que Continente y que dará un impulso a este área de la ciudad, que hoy por hoy no tiene ninguna relevancia dentro del conjunto urbano. La política municipal pretende por medio de actuaciones de este tipo dar vitalidad al norte de la ciudad, que en este momento es la zona más deprimida de la misma.

Debemos reseñar también, la ubicación de El Corte Inglés que activa el comercio de la zona, pasando a ser uno de los puntos con más futuro (comercialmente hablando) de la ciudad, lo cual ha influido también en el aumento de los precios inmobiliarios.

En el resto de la ciudad, la atonía en la actividad comercial hace que el movimiento del mercado inmobiliario sea prácticamente nulo.

Análisis del mercado de locales comerciales por zonas

Expresadas anteriormente algunas de las ideas fundamentales sobre la interpretación de la estructura del comercio en Valladolid, realizaremos ahora un análisis de cada zona, atendiendo a las características ambientales, de población y tipo de comercio, especificando valores de venta facilitados por el C.O.A.P.I. (Colegio Oficial de Agentes de la Propiedad Inmobiliaria), referentes al año 1990.

Zorrilla-Juan de Austria

En primer lugar, destaca claramente la zona de Juan de Austria (El Corte Inglés), como lugar de preferencia para el asentamiento del comercio más selecto. Es evidente que las operaciones de compraventa de otros locales efectuadas tienen un valor de los mismos que ronda las 750.000 ptas./m² construido, y para el resto del entorno son 600.000 ptas./m² construido, para locales en bruto. Este valor convierte el área en el punto más caro de la ciudad.

Como consecuencia de la ubicación

Cuadro 6
Valores de mercado - Locales comerciales 1990

Zona	Valor repercusión (Pesetas/m ² construido)	Valor de venta (Pesetas/m ² construido)
1 Alvarez Taladriz	92.000	175.000
2 Arco de Ladrillo	75.000	150.000
3 Circular	180.000	300.000
4 Clínico	103.000	190.000
5 Cuatro de Marzo	92.000	175.000
6 Delicias	110.000	200.000
7 Gabilondo	92.000	175.000
8 Gamazo	110.000	200.000
9 García Morato	110.000	200.000
10 Huerta del Rey 1. ^a Fase	92.000	175.000
11 Huerta del Rey 2. ^a Fase	40.000	100.000
12 Industrias	82.000	160.000
13 Juan de Austria	495.000	750.000
14 La Victoria	33.000	90.000
15 Las Mercedes	110.000	200.000
16 Pajarillos 1	22.500	75.000
17 Pajarillos 2	6.000	30.000
18 Pajarillos 3	6.000	30.000
19 Panaderos	92.000	175.000
20 Parque Arturo Eyries	26.000	80.000
21 Parque Arturo León	20.000	70.000
22 Parquesol	40.000	100.000
23 Paseo del Cid	13.500	45.000
24 Paseo de Isabel la Católica	75.000	150.000
25 Paseo de Zorrilla 1	320.000	500.000
26 Paseo de Zorrilla 2	350.000	400.000
27 Paseo de Zorrilla 3	390.000	600.000
28 Pilarica 1	10.000	40.000
29 Pilarica 2	6.500	35.000
30 Recondo/Filipinos	75.000	150.000
31 Rondilla 1	92.000	175.000
32 Rondilla 2	75.000	150.000
33 Rondilla 3	40.000	100.000
34 San Juan	92.000	175.000
35 San Miguel	127.000	225.000
36 San Pablo	92.000	175.000
37 Tenerías	92.000	175.000
38 Universidad	127.000	225.000
39 Vadillos	54.000	120.000

Nota: Los datos que aparecen en el presente cuadro se consideran valores medios en cada zona.

de El Corte Inglés en el PERI Juan de Austria, el paseo Zorrilla inició un desarrollo comercial en la acera correspondiente a los números pares, gracias a que es la vía de acceso más natural a ese punto de la ciudad. Por ello, los valores inmobiliarios conocieron una revalorización por encima de cualquier otra zona de la ciudad, inclusive la zona peatonal del Centro Histórico. Los valores de venta correspondientes son, para la primera parte del paseo Zorrilla hasta su cruce con la calle García Morato, de 500.000 ptas./m², y para el segundo tramo hasta El Corte Inglés de 400.000 ptas./m².

Los valores apuntados corresponden siempre a los superiores alcanzados dentro de la zona.

Los números impares del paseo Zorrilla, a nivel comercial, no tienen la misma relevancia que los pares y el valor en este lado del paseo no llega ni a la mitad de los alcanzados por los números pares.

Sí podría desarrollarse en un futuro, una zona comercial frente a El Corte Inglés pero debería salvarse la dificultad que supone la barrera de tráfico que circula por el paseo a gran velocidad, ya que esta vía es una arteria de distribución del tráfico de toda la ciudad, comunicando el Sur de ésta con el centro urbano y también por ser la vía de entrada de gran parte del tráfico interurbano.

Avanzando desde la plaza Zorrilla hacia el Sur nos encontramos a un lado y otro del paseo zonas comerciales de valores medios dentro de la ciudad.

El entorno de Tenerías, por estar próximo al centro y por tener una población con poder adquisitivo medio-alto, tiene unos valores de 175.000 ptas./m² construido. El comercio no tiene ninguna característica especial, es un comercio tradicional donde el comprador solicita la mercancía al vendedor, esto es, existe una relación personal en el momento de la compra. En Valladolid, esta forma comercial supone un 80% del total.

Cuadro 7
Licencias fiscales de actividades comerciales e industriales.
Municipio de Valladolid (Datos 1989 y 1991)

Grupo	Actividad	1989	1991
15	Producción, distribución y transporte de energía, gas, vapor y agua caliente	8	4
16	Fabricación de hielo	2	1
21	Extracción y preparación de minerales metálicos incluidos en la Sección C de la Ley de Minas	1	1
22	Producción y primera transformación de metales	29	17
23	Extracción y preparación de minerales no metálicos ni energéticos	2	2
24	Industrias de productos minerales no metálicos	71	54
25	Industria química	56	30
31	Fabricación de productos metálicos (excepto maquinaria y material de transporte)	198	174
32	Construcción de maquinaria y equipo mecánico	66	54
33	Construcción de material de transporte marítimo, terrestre y aéreo	31	27
41-42	Industrias de productos alimenticios, bebidas y tabaco	195	193
43	Industria textil	14	7
44	Industria de cuero	6	4
45	Industria de calzado, vestido y otras confecciones textiles	182	148
46	Industrias de madera, corcho y muebles de madera	272	268
47	Industrias del papel y fabricación de artículos de papel, artes gráficas y edición. Productos y distribución de películas cinematográficas	148	147
48	Industrias de transformación del caucho	27	22
49	Otras industrias manufactureras	75	81
50	Construcción	1.308	1.604
61	Comercio al por mayor	1.575	1.568
62	Recuperación de productos	44	35
63	Intermediarios del comercio	16	11
64	Comercio al por menor	6.457	6.042
65	Servicios de alimentación	1.826	2.008
66	Servicio de hostelería	104	99
67	Reparaciones	623	658
71	Servicio de transporte	5.927	6.189
72	Comunicaciones	6	6
81	Instituciones financieras y seguros	185	216
82	Servicios de publicidad e información y alquiler de maquinaria y otros bienes de uso y consumo	291	299
92	Servicios de saneamiento limpieza y similares	132	145
93	Enseñanza	384	444
94	Sanidad y servicios veterinarios	11	11
95	Servicios personales	777	809
96	Servicios recreativos y culturales	2.809	77
99	Otros servicios N.C.O.P.	114	154
—	Patentes	—	3.868
	Total	23.972	25.473

Fuente: Año 1989: Censo Licencia Fiscal. Año 1990: Patentes y Listas Cobratorias de Licencia Fiscal Industrial.

La superficie media de un local comercial en venta es de 55 m² y la antigüedad ronda los 40 años. La función de este comercio es satisfacer las necesidades primarias. En algunas de las calles se ubican bares y cafeterías, cosa que ocurre también en García Morato, que es continuación de aquella zona. Los valores de mercado para ésta son de 200.000 ptas./m² construido.

Con datos muy parecidos a los anteriores y comercio similar, exceptuando el caso de los bares y las cafeterías, donde no son tan numerosos como en Tenerías o García Morato, están Gabilondo y Alvarez Taladriz, a la izquierda del paseo. En estos casos el precio por m² de local es de 175.000 ptas./m² construido.

También a la izquierda, en los números impares, se encuentra la zona de Recondo-Filipinos, con valores de 150.000 ptas./m² construido de local comercial. Esta zona incluye también parte de García Morato frente al hospital militar. Residencialmente hablando, este área urbana está muy bien considerada dentro de la ciudad aunque comercialmente no es muy interesante.

Frente a Alvarez Taladriz se encuentran Las Mercedes, en los números pares, con valores de 200.000 ptas./m² construido. Es una zona de la ciudad poco extensa pero con una densidad de población grande que puede implicar una cierta subida del nivel de precios.

Entre García Morato y las Mercedes nos encontramos con el paseo del Cid, cuya edificación es del tipo de vivienda de promoción oficial, y no tiene locales en los bajos. Esto supone que el desarrollo comercial de la zona sea nulo. Los pocos locales comerciales que existen llegan a valores de 45.000 ptas./m² construido.

Al final del paseo Zorrilla se ubican, a un lado, el barrio del Cuatro de Marzo, que ha conocido una revalorización comercial debido a la cercanía de El Corte Inglés, llegando a valores de 175.000 ptas./m² construido. La tipología de vivienda es la de bloque adosa-

do, la mayoría de ellos con planta baja también residencial, lo que imposibilita un desarrollo comercial de la zona a pesar de su proximidad a El Corte Inglés.

Por último, al otro lado del paseo Zorrilla tenemos el Parque Arturo León, cuyo comercio es específicamente de barrio, y los valores alcanzados son del orden de 70.000 ptas./m² construido.

Centro urbano y zonas colindantes

El Centro Histórico de la ciudad es el entorno urbano donde tradicionalmente se han asentado los mejores comercios, entre ellos los de venta de artículos de lujo. Así pues, en Valladolid hay coincidencia entre el Centro Histórico y el comercial. Como en la mayoría de las ciudades del mundo, el Centro Comercial es el ámbito donde se sitúa el comercio más exquisito, como son boutiques, tiendas de regalos, cafeterías, etc., y las mejores firmas nacionales e internacionales.

Este centro ha sufrido en los últimos años una cierta transformación, con la peatonalización de la calle Santiago y sus encuentros con calles adyacentes como Zúñiga, Constitución, Héroes del Alcázar de Toledo y Santa María. Esta actuación municipal ha supuesto la reactivación y renovación de gran parte de los comercios, dándoles una nueva imagen más moderna y ampliando los artículos de venta para dar respuesta a las nuevas exigencias del comprador.

Otra de las actuaciones ha sido la creación de los centros comerciales con calles o pasos interiores para intentar la introducción de movimiento de personas dentro de ellos. Tenemos, por ejemplo, el Centro Comercial de las Francesas, con entradas desde las calles Santiago, Héroes del Alcázar y María de Molina y el Dubicentro, con accesos desde las calles Duque de la Victoria y Teresa Gil.

Estos centros comerciales no están teniendo la aceptación prevista, pues es muy difícil acostumbrar a la gente a unos nuevos recorridos, siendo necesario para ello un foco de atención extra-

ordinario. Los valores de mercado alcanzados son de 350.000-400.000 ptas./m² construidos para la calle Santiago y 200.000 ptas./m² construido de media para el resto de la zona que hemos denominado Gamazo y sur del paseo Isabel la Católica.

Por otro lado tenemos las áreas adyacentes de Panaderos, San Miguel, Universidad y norte de Isabel la Católica. En estos casos el comercio va gradualmente perdiendo calidad a medida que se va alejando del centro; pueden encontrarse tiendas renovadas y comercio tradicional que no ha sufrido ninguna modificación.

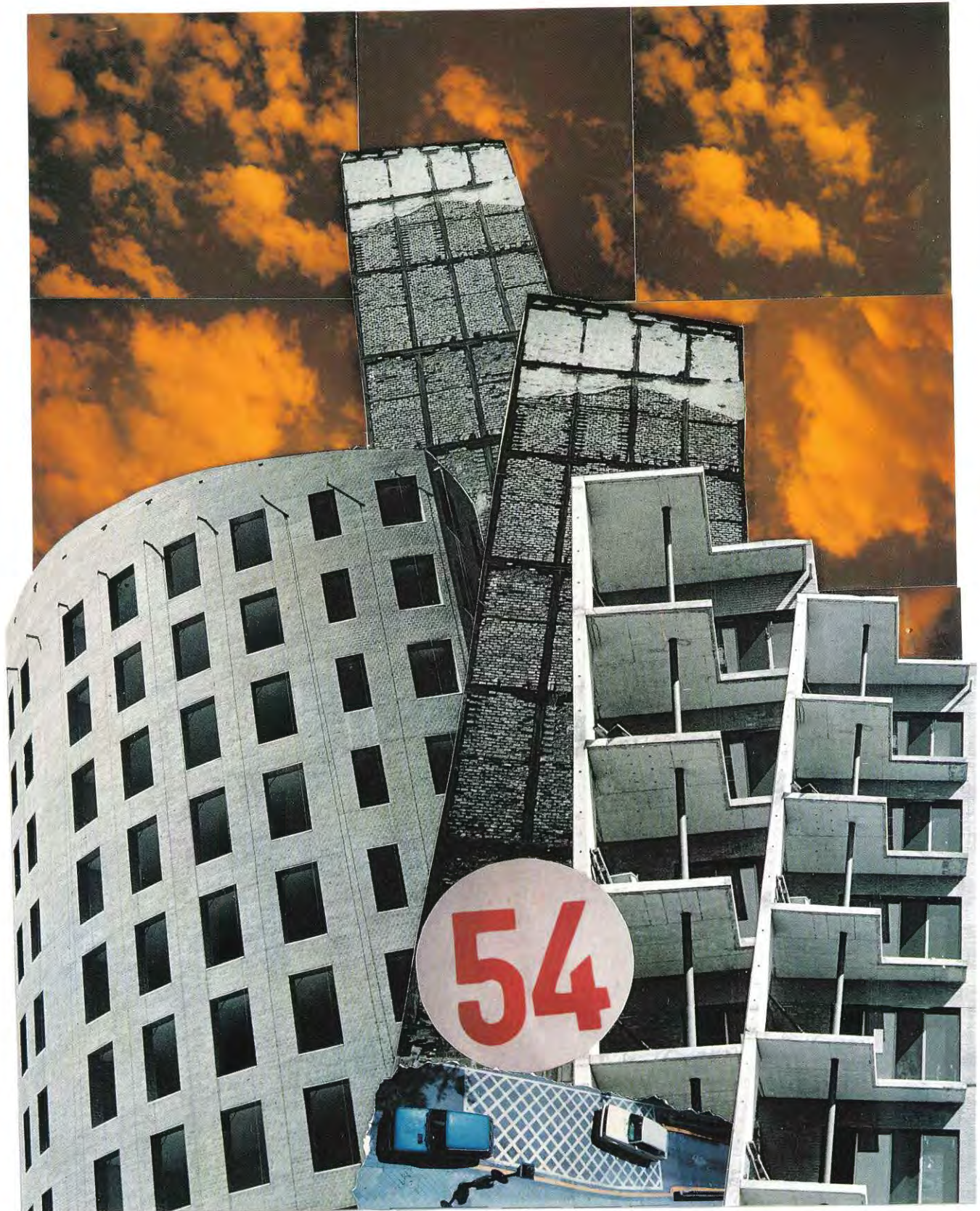
La transformación más importante ha sido la peatonalización de Mantería, calle que tiene una tradición comercial importante en Valladolid y cuyo comercio está modernizándose paulatinamente. Los valores del mercado en estas zonas están muy influidos por su proximidad al centro y por su posible situación, correspondiente a una calle de mucho o poco tránsito. Tenemos valores de 225.000 ptas./m² construido en los casos de San Miguel y Universidad. En San Miguel se está consolidando una nueva zona de bares (musicales) nocturnos que incide en el aumento del valor de los locales.

Para Panaderos hemos de considerar el precio de 175.000 ptas./m² construido, pero teniendo en cuenta que pueden llegarse a establecer valores más altos en la calle Mantería y en los primeros números de la calle Panaderos, gracias al nuevo mercado del Campillo.

Un caso particular es observable en la formación de precios de la plaza Circular, pues a pesar de que el entorno no tiene un interés comercial importante, la plaza en sí alcanza un valor de 300.000 ptas./m² construido, que en Valladolid sólo es superado por el paseo Zorrilla, la calle Santiago y alrededores.

Áreas semiperiféricas

Alrededor de las zonas anteriores, nos encontramos con barrios semicéntricos, como son los de Industrias, Va-



dillos, San Pablo y Clínico. Influye en la formación de precios la apetencia que a nivel residencial despiertan en el ciudadano cada una de estas zonas; esto es, si el interés es mayor implica una variación de precios de mercado al alza y corresponde a una zona con niveles de poder adquisitivo mayores y, por consiguiente, sube también el interés comercial.

El comercio de estas zonas que es tradicional, satisface las necesidades diarias de la población, aunque en el caso de Clínico y San Pablo, por ser las áreas donde se asientan los dos grandes hospitales de Valladolid, el comercio tiende a especializarse un tanto en artículos relacionados con este uso. Los precios correspondientes son: 175.000 ptas./m² construido en el caso de San Pablo y 190.000 ptas./m² construido para el Clínico. En los otros dos casos los valores son: en Industrias 160.000 ptas./m² construido, por ser una zona próxima a la Circular, lo que influye en cierta manera en los precios. En el barrio de Vadillos el precio es de 120.000 ptas./m².

Finalmente, y dentro del área urbana limitada por el ferrocarril y los ríos Pisuerga y Esgueva, tenemos el barrio de Rondilla, barrio eminentemente residencial con una densidad de población de las más altas de la ciudad, aproximadamente un 12% y dividido en tres zonas diferentes entre sí por la tipología residencial y por la proximidad o lejanía con el centro. Estas causas son las que intervienen para que el barrio tenga tres zonas diferenciadas y que los precios de mercado para cada una sean distintos. En el caso de Rondilla 1, zona que limita con el río Pisuerga, alcanza los valores más altos del precio de los locales comerciales, a pesar de no corresponderse con los precios más elevados respecto al uso residencial que están en el sector Rondilla 2.

Para Rondilla 1, los valores rondan las 175.000 ptas./m² construido y para Rondilla 2 los valores son de 150.000 ptas./m² construido. En Rondilla 3, por la tipología de la edificación, que en

muchos casos tiene planta baja residencial, el desarrollo comercial no tiene importancia, y en caso de que este uso se sitúe en la planta baja los artículos que se venden son de primera necesidad. Estos locales se sitúan en las calles más importantes del entorno, la calidad del local es muy baja y, por ello, los precios que corresponden a la zona no pasan de las 100.000 ptas./m² construido.

Barrios periféricos

Valladolid se extiende a la ribera oeste del río Pisuerga, pero este desarrollo no es idéntico en toda su longitud, sino que de norte a sur de la ciudad tenemos cuatro tipos de expansión urbana distinta:

- Al norte nos encontramos con el barrio de la Victoria. Hoy día ha empezado a adquirir un desarrollo inmobiliario de los más importantes de la ciudad. Este auge influye en el valor comercial de la zona, que alcanza las 90.000 ptas./m² construido.

- Al sur de la Victoria están Huerta del Rey primera fase y Huerta del Rey segunda fase. Este barrio está más próximo al centro de la ciudad y se desarrolló como una zona de ensanche urbano planeada desde las oficinas municipales. La tipología es de bloque aislado con jardines y en Valladolid, como en el resto de las ciudades, esta tipología constructiva supone un inconveniente para el desarrollo comercial. Pero esto, aunque los precios de los locales tengan un valor medio dentro del conjunto de la ciudad, no quiere decir que la actividad comercial sea igual a la de otras áreas con los mismos precios. El valor de mercado en el caso de Huerta del Rey primera fase es de 175.000 ptas./m² construido, y para Huerta del Rey segunda fase tenemos valores de 100.000 ptas./m² construido.

- Al oeste de Huerta del Rey está situado el barrio de Girón. Surgió en el año 1958 con un proyecto unitario de viviendas protegidas, encontrándose situado el mercado solamente en una plaza. En este caso el mercado inmobiliario es nulo, pues la poca actividad existente se concentra en comercios familiares que no están en venta, de modo que resulta difícil conocer el valor de mercado.

liario es nulo, pues la poca actividad existente se concentra en comercios familiares que no están en venta, de modo que resulta difícil conocer el valor de mercado.

- Situado al suroeste de la ciudad se encuentra el barrio de Parquesol, la zona por la que actualmente se está expansionando la ciudad. Las nuevas necesidades de suelo y vivienda en Valladolid hicieron surgir este barrio en un área urbana periférica donde se tenían grandes parcelas para edificar, cosa que en el centro era imposible encontrar.

Su tipología es de bloque aislado o bloque adosado sin comerciales en los bajos, pero hay lugares en que el mismo planeamiento ha propuesto la ubicación de zonas comerciales. Hoy por hoy no tiene mucho interés comercial, aunque progresivamente irá en ascenso, pues el desarrollo del barrio va en aumento y la densidad de población crece muy rápidamente. El precio del mercado inmobiliario comercial en Parquesol es de 100.000 ptas./m² construido.

Muy próximo a la zona residencial de Parquesol, pero dentro del barrio, se situó un centro comercial de gran superficie, que supuso un importante foco comercial para la ciudad. Todo Valladolid comenzó a trasladarse a este centro para hacer sus compras, lo cual produjo una transformación de la infraestructura urbana en esta zona con objeto de facilitar el acceso a la misma, no ya sólo por el comercio sino también porque al lado fue construido el nuevo estadio de fútbol, que a pesar de tener un uso muy concreto y puntual necesita de buenos accesos.

Situándonos ya en la ribera este del río Pisuerga, entre Parquesol y el sur del Cuatro de Marzo, nos encontramos con la zona de Arturo Eyrías. Este barrio no es muy activo comercialmente hablando, y los valores que alcanza son del orden de 80.000 ptas./m² construido.

En el otro extremo de la ciudad, después de pasar la vía del ferrocarril, están localizados tres barrios cuya formación ha tenido gran importancia en la

configuración estructural actual de ésta. Estos barrios son: Pilarica, Pajarillos y Rondilla.

El incremento del nivel de vida, en especial de los obreros industriales, ha hecho posible que un buen número de población pudiera adquirir un piso, lo que ha producido una expansión de la actividad inmobiliaria en estos tres barrios.

Al nordeste está el barrio de Pilarica, dividido por la vía del ferrocarril en dos zonas, Pilarica 1 y Pilarica 2. La actividad comercial es prácticamente nula, con comercio tradicional en ambos casos, y los valores de mercado rondan las 40.000 ptas./m² y 35.000 ptas./m² construidos respectivamente.

Al este de la ciudad está el barrio de Pajarillos, dividido a su vez en tres partes. Pajarillos 1 se corresponde con la zona donde la actividad comercial es mayor. Esta área comunica el resto del barrio con el centro urbano, lo cual implica que el flujo de toda la población pase por ella. Los valores de mercado llegan a alcanzar las 75.000 ptas./m² construido.

Pajarillos 2 corresponde a la parte del barrio ocupada por un polígono de viviendas de gestión oficial. La tipología de la edificación es de viviendas adosadas en altura, con viviendas en la planta baja y edificios independientes para el uso comercial. Este centro comercial de pequeñas dimensiones es prácticamente el único punto de actividad comercial en la zona, que resulta bastante escasa. El valor del mercado inmobiliario comercial no sobrepasa las 30.000 ptas./m² construido.

Por último, tenemos Pajarillos 3, al que llamamos Pajarillos Altos. Prácticamente todo el barrio está formado por viviendas molineras. La ocupación para uso comercial no es muy importante dentro de los pocos locales que existen, ya que la mayoría son utilizados como garaje. El precio por m² construido de estos locales es de 30.000 pesetas.

Al sureste de la ciudad se encuentra el barrio de Delicias. Este barrio se fue

configurando a lo largo del tiempo de una manera espontánea; las edificaciones se situaron sobre parcelaciones de suelo rústico al otro lado de la vía, las cuales correspondían a una tipología de vivienda molinera unifamiliar. Poco a poco el barrio fue extendiéndose y cambiando su edificación por la de bloque de viviendas en altura, siendo hoy día numerosas las sustituciones. La nueva edificación tiene la planta baja destinada a uso comercial, exceptuando un grupo de viviendas correspondiente al polígono de gestión oficial en las que la planta baja es también de uso residencial.

Delicias es uno de los barrios más densamente poblados de Valladolid y posee cierta independencia respecto al resto de la ciudad, funcionando en el terreno comercial de forma autónoma. El barrio se encuentra dividido en dos zonas bien definidas: Delicias particularmente dicha, y Arco de Ladrillo. La primera puede a su vez diferenciarse en dos zonas, una primera correspondería al centro del barrio y al área de mayor actividad comercial, pues al comunicar el resto del barrio con el centro urbano, toda la población tiene obligado el paso por ella.

Los precios de ventas son de 200.000 ptas./m² construido en la Avda. Segovia y áreas muy próximas a ésta. Este valor se va diluyendo a medida que nos vamos alejando hacia los límites de la ciudad edificada, y alcanza unos valores de 100.000 ptas./m² construido en la zona sur del barrio.

En Arco de Ladrillo que es un área un tanto especial, se comparte el uso residencial y comercial con garajes y naves de uso industrial. Los locales pueden alcanzar valores de 150.000 ptas./m² construido. Son locales grandes, destinados al comercio que necesita de grandes superficies o a talleres de reparación de coches, etc.

Casos especiales

Una vez analizado barrio por barrio toda la ciudad, no podemos dejar de

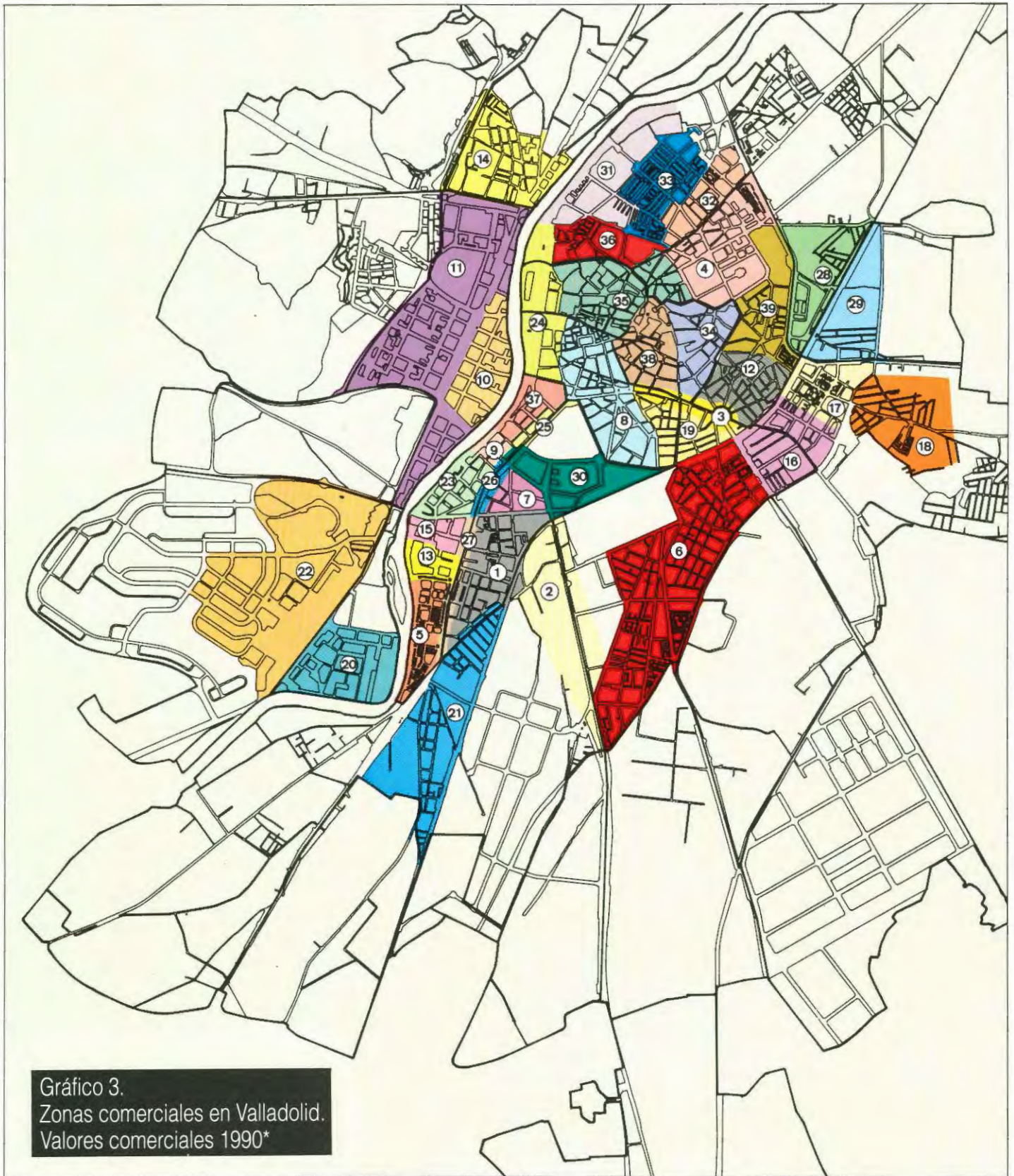
hacer una reseña especial para dos casos concretos que se están produciendo en este momento, o van a producirse en un futuro inmediato.

- A tres kilómetros, a través de la carretera del Pinar, frente al complejo de oficinas de la Junta de Castilla y León e influido por la ubicación de ésta, se está levantando una nueva zona residencial de «alto standing» (COVARESA), con valores de venta por encima de la media de la ciudad. En el proyecto de la zona están previstas un número importante de viviendas, lo que supondrá que se convierta en un fuerte núcleo residencial.

Puesto que la distancia de la ciudad no es considerable, se pretende construir un centro comercial que, además de satisfacer las necesidades de la población residente, contenga un comercio atractivo para el resto de los ciudadanos. Con este principio, ya se han empezado a vender los primeros locales y los precios de venta alcanzados son del orden de 175.000 ptas./m² construido.

- Otro punto importante a destacar es la próxima construcción de un centro comercial de gran distribución (PRYCA), al norte de la ciudad, limitado por los barrios de San Pedro Regalado y barrio de España. Hoy por hoy, estos barrios no tienen ninguna relevancia a nivel comercial y también son muy poco atractivos residencialmente hablando. No sabemos la influencia que la ubicación de este centro comercial va a suponer para la zona, pero es evidente que sufrirá un empuje al alza no sólo a nivel comercial, sino en todos los aspectos. La reactivación de la zona está siendo promocionada por la política municipal y debemos esperar un tiempo para contemplar cómo va desarrollándose este proceso.

El cuadro 6 presenta un listado de todos los valores de venta por m² construido en las distintas zonas de la ciudad, para locales comerciales, junto con los valores de repercusión obtenidos a partir de éstos (datos reflejados en el gráfico 3).



(*) Ver cuadro 6.

Conclusiones

Como conclusión a este recorrido general sobre la actividad comercial y los valores de mercado de los locales comerciales en Valladolid, hay que destacar los siguientes aspectos fundamentales:

- Señalaremos el parón que viene sufriendo el comercio en la actualidad, exceptuando casos puntuales, provocado en parte por la escasa actividad inmobiliaria y por la fluctuación económica que ha supuesto una disminución de la demanda. El mayor porcentaje de precios varía entre las 100.000 y las 200.000 ptas./m².

- Poca agilidad y variedad en la oferta comercial, que no facilita nada la movilización de la demanda.

- La gran importancia que tiene en la reactivación o creación de una zona comercial la implantación de un centro comercial de gran distribución, pues queda demostrado que esto supone un crecimiento de los valores y de la actividad comercial. Los precios llegan hasta las 750.000 ptas./m² construido.

- También hemos visto que en la reactivación comercial de una zona influye fuertemente la mejora del entorno urbano donde se desarrolla, y una importante mejora del entorno se consigue con las peatonalizaciones, como ha quedado patente en Valladolid. Las calles que han sido peatonalizadas han conocido una revalorización de su comercio, y una transformación y modernización de los mismos agiliza también la actividad comercial, en éstas los precios medios varían entre las 175.000 y 225.000 ptas./m² construidos.

- En el resto de las zonas, las principales causas de una mayor o menor importancia del comercio residen en la morfología y tipología del entorno urbano. Esto es, la distribución y amplitud del viario y la tipología edificatoria favorecen en algunos casos y perjudican en otros la actividad comercial.

Por otro lado influye también la densidad del barrio, ya que a una mayor

densidad, evidentemente, le corresponde una mayor demanda. En estas zonas los precios varían mucho de unas a otras, con mínimos de 35.000 y 45.000 ptas./m², llegando en los más modernos a valores próximos a las 175.000 ptas./m² construido.

- Hemos visto también que las leyes económico-comerciales están influidas por los factores de centralidad, accesibilidad, concentración urbana, poder económico, densidad de población, situación en los focos o ejes de actividad, por los recorridos unidos a focalidad urbana que son los condicionantes que tradicionalmente han determinado la localización de las actividades comerciales, y que las leyes socio-urbanísticas carecen de una orientación y regulación de la actividad comercial así como de pautas para su emplazamiento dentro de la ciudad. Quiere esto decir que hasta hoy la localización y cuantificación de la actividad comercial en la ciudad, se produce siguiendo la propia lógica interna del sector y del mercado. ■

Mariano Grajal Blanco

*Gerente de Contribución Impuestos
Recaudación y Administración (CIRA)*