

GEOGRAFIA COMERCIAL DE ESPAÑA

COMUNIDAD DE MADRID

■ ENRIQUE ZARAGOZA



Las fotos que ilustran este trabajo están realizadas en Madrid, Aranjuez, Móstoles, Alcobendas y Alcalá de Henares.

La distribución comercial madrileña se caracteriza por una serie de factores que no son ajenos a los producidos en otras regiones europeas, con una fuerte concentración humana en un espacio geográfico, donde coinciden la centralidad administrativa y política del Estado; unas fuertes áreas de desarrollo industrial, la capitalidad de una pequeña autonomía uniprovincial y por añadidura con una distribución poblacional absolutamente desequilibrada.

Madrid capital es el mayor de los 179 municipios que componen nuestra región y concentra 3.010.492 habitantes de los 4.946.557 habitantes de toda la Comunidad, en una extensión total de 8.028 Km².

Otro dato de consideración es la afluencia de visitantes ocasionales que recibe diariamente nuestra capital. Pues bien, Madrid como gran foco de negocios, está experimentando una evolución vertiginosa que se corresponde, en los últimos veinte años, a los cambios sociológicos y económicos que se han experimentado en nuestro país.

Ha pasado de ser una capital de provincias, siempre villa y corte, rodeada de pueblecitos agrícolas con un bellissimo entorno serrano, a una "megálópolis", con más de cinco millones de habitantes de derecho, en un radio de acción inferior a 50 Km. Algunos pueblos de su alfoz pasaron, en poco más de una década, de 10.000 habitantes a más de 200.000.

La aparición de las ciudades dormitorio con grandes concentraciones humanas, así como la evolución que han sufrido los barrios periféricos, superpoblados también y con escasas o nulas dotaciones comerciales, ha propiciado la evolución de las formas comerciales y, por tanto, de la distribución comercial, pasando de un comercio pequeño, individualista y poco organizado, tan sólo unido, físicamente, en los mercados municipales o galerías comerciales, al desarrollo de nuevas formas comerciales tanto de los pequeños comerciantes como de las empresas explotadoras de grandes almacenes de centralidad o de centros comerciales urbanos y periféricos.



CUADRO Nº 1

**ESTABLECIMIENTOS MINORISTAS ACTIVOS
EN LA COMUNIDAD DE MADRID
(POR ACTIVIDAD PRINCIPAL DEL ESTABLECIMIENTO)**

ACTIVIDAD	Nº ESTABLECIMIENTOS	%
ALIMENT., BEBIDAS Y TABACO	35.591	41,2
TEXTIL, CONFECC. Y CALZADO	15.624	18,0
FARMACIA, PERFUM. Y DROG.	6.507	7,5
EQUIPAM. DEL HOGAR	13.066	15,1
AUTOMOV., MOTOC., BICIC. Y ACCES.	2.504	2,9
CARBURANTES Y LUBRICANTES	247	0,3
OTROS COMERCIOS MINORISTAS	11.877	13,7
COMERCIO MIXTO EN GG.SS.	981	1,1
TOTAL	86.397	100,0

FUENTE: D.G.ESTADISTICA. 1991.

Esta evolución ha sido similar a la sufrida por las formas comerciales en otras áreas europeas de iguales características a la nuestra, pero con alguna nota diferenciadora.

DATOS BASICOS

En Europa resulta casi imposible encontrar "hiper" o centros comerciales con "hiper" dentro de las ciudades con tramas urbanas consolidadas, donde el abastecimiento de los ciudadanos se ha reservado, básicamente, para las formas de comercio tradicionales. En Madrid existe un total de 81 establecimientos (centros comerciales, grandes almacenes e hipermercados) con una superficie de venta de 900.000 m².

El total de mercados municipales de la Comunidad de Madrid es de 60, con una superficie de venta de 115.929 m², es decir, 234 m²/10.000 habitantes. En Madrid capital hay un total 49 mercados municipales con 108.931 m² de superficie de venta, lo que significa el 94% del total de la Comunidad de Madrid.

En cuanto a las galerías de alimentación, el total en la Comunidad de Madrid es de 358 con una superficie de venta de 370.532 m². lo que equivale a 0,7 galerías/10.000 habitantes o lo que

es lo mismo 749 m²/10.000 habitantes.

El total de comercio aislado en la Comunidad de Madrid es de 62.104 establecimientos con una superficie de 4.044.758 m². De éstos, un total 40.181 establecimientos, un 64,7%, corresponde a Madrid capital, con una superficie del 58%.

El número total de establecimientos de la Comunidad de Madrid, incluyendo el comercio aislado con el comercio agrupado, es de 86.426.

La participación total de empleos es de 221.065 trabajadores, con una media de 2,5 trabajadores por establecimiento.

En términos generales, en la Comunidad Autónoma de Madrid, en los últimos diez años y sobre todo a partir de la segunda mitad de los años 80, se ha producido un crecimiento vertiginoso de las fórmulas de gran superficie comercial, hipermercados y centros comerciales. Por el contrario fórmulas tradicionales como los mercados y las galerías comerciales, han experimentado un retroceso, más acentuado en las galerías. En un término medio se sitúan los grandes almacenes y almacenes populares, que han registrado un estancamiento, pese a dirigir en ambos casos su oferta al equipamiento de la persona, sector que ha experimentado en los últimos años un crecimiento importante en volumen de gasto comercializable. La participación en el P.I.B. regional del sector comercial, en estos momentos, está en torno al 13%.



CUADRO Nº 2

**GASTO ANUAL DE LOS HOGARES
EN LA COMUNIDAD DE MADRID**

	GASTO MEDIO (PTS./AÑO)		
	TOTAL(MILL. PTS.)	POR HOGAR	POR PERSONA
NACIONAL	24.198.220,1	2.141.462	628.623
C.A. MADRID	3.632.480,9	2.560.307	749.986

FUENTE: Encuesta de Presupuestos Familiares. 1990/91.

Los cambios de hábitos de los ciudadanos, las grandes vías de circulación del transporte de carretera, las comunicaciones de cercanías, el uso masivo del automóvil, la reducción de la jornada laboral con la creciente imposición de la jornada continuada, la masiva incorporación de la mujer al trabajo, la generalización del uso del frigorífico en los hogares, la utilización del tiempo libre como tiempo de ocio y negocio, la segunda residencia, unido al innegable aumento de la renta per cápita de los madrileños ha contribuido decisivamente a modificar las condiciones de abastecimiento y, por ende, las formas de distribución.

Una realidad que, en el caso concreto de la Comunidad Autónoma de Madrid (CAM), se puede analizar desde dos puntos de vista: la diferenciación por formas comerciales y la agrupación territorial, en base a las siete grandes áreas en que puede subdividirse el territorio de la Comunidad:

– **AREA 1** - Municipios del Suroeste, con 19 municipios, que ocupan 917,9 km² de superficie. (11,4% del total de la CAM) y 527.533 habitantes (10,6% habitantes CAM)

– **AREA 2** – Municipios del Sur, con 15 municipios, que ocupan 478,9 km² de superficie (5,9% de la CAM) y cuentan con 434.041 habitantes (8,7% población CAM).

– **AREA 3** – Municipios del Este y Corredor del Henares, con 31 municipios, que ocupan 1.081 km² de superficie (13,4% de la CAM) y cuentan con 424.161 habitantes (8,5% pob. CAM).

– **AREA 4** – Municipios del Norte y

Sierra Norte, con 57 municipios, que ocupan 2.091 km² de superficie (26% de la CAM) y cuentan con 220.141 habitantes (4,4% población CAM).

– **AREA 5** – Municipios del Oeste y Sierra Oeste, con 32 municipios que ocupan 1.424 km² de superficie (17,7% de la CAM) y cuentan con 240.996 habitantes (4,8 Población CAM).

– **AREA 6** – Municipios del Sureste y Vegas del Tajo, con 21 municipios, que ocupan 1.324 km² (16,5% de la CAM) y cuentan con 89.127 habitantes (1,8% población CAM).

– **AREA 7** – Municipio de Madrid, que ocupa 60.158 m² (7,5% de la

CAM) y cuenta con 3.010.492 habitantes (61% población CAM).

A partir de esta subdivisión territorial dentro de la Comunidad Autónoma de Madrid, se puede realizar ya el análisis de la realidad actual en base a las diferentes formas comerciales o de agrupación espacial del comercio.

COMERCIO AISLADO

Como ya se ha señalado, en la Comunidad de Madrid hay un total de 62.104 establecimientos aislados, que ocupan una superficie total de 4.044.758 m². De estos establecimientos, 40.181 (64,7%) se encuentran en Madrid capital, que representan 2.341.281 m² (58%) de la superficie.

Por áreas, podemos hacer el siguiente análisis:

– **AREA 1.**: 5.600 establecimientos aislados con 10,6 establecimientos por 1.000 habitantes y 439.682 m² de superficie de venta, que suponen 833,4 m²/1.000 habitantes

Este área ocupa el tercer lugar en número de establecimientos aislados de la CAM, tras el área 7 (Madrid) y el 3 (Este y Corredor del Henares). Dentro



de la zona, es el sector de la alimentación el que mayor representatividad tiene (1.571 establecimientos, un 28% del total), seguido del textil (22,6% del total de establecimientos).

En cuanto a superficie de ventas, sus 439.682 m² sitúan a este área también en el tercer puesto de la CAM (tras las áreas ya reseñadas). En este aspecto, vuelve a ser la alimentación (20% de la superficie total) y al sector textil (14,2%) los más representativos en la relación nº establecimientos-superficie ventas, ya que en números absolutos, el grupo del hogar suponen el 34% de la superficie total, con algo más de 1.100 establecimientos.

En lo referente a índice de dotación, el Área 1 se sitúa por encima de la media de la CAM, con 833,4 m²/1.000 habitantes, frente a la media de 817,7 m²/1.000 habitantes, mientras sus 10,6 establecimientos/1.000 habitantes la sitúan por debajo de la media de la CAM, de 12,5 establecimientos/1.000 habitantes.

Como municipios más destacables, Móstoles es el que presenta mayor número de establecimientos (2.000), seguido de Alcorcón (1.601) y Fuenlabrada (1.266). Este mismo orden ocupan, lógicamente, en cuanto a superficie de ventas. Estas tres localidades, junto a Villaviciosa de Odón, suman el 88,6% del total de establecimientos aislados del área, y el 84,3% de su superficie de ventas.

– **ÁREA 2.:** 4.036 establecimientos aislados –9,3 establecimientos/1.000 habitantes– y 285.435 m² de superficie de venta, con 657,6 m²/1.000 habitantes.

Los municipios de esta zona ocupan el cuarto lugar, en número de establecimientos aislados, siendo nuevamente el sector de alimentación el más numeroso (1.336 establecimientos, un 33% del total del área), seguido a mayor distancia del textil (830 establecimientos, un 20,5% del total).

Su superficie de venta, 285.435 m², sitúa a esta zona igualmente en el cuarto puesto (tras Madrid, Este y Corredor del Henares y Suroeste). La alimentación ocupa el 17,7% de la superficie total, mientras el textil supone el

CUADRO Nº 3

CARACTERÍSTICAS DEL EMPLEO EN EL COMERCIO MINORISTA DE LA C.A. DE MADRID

POR ZONAS GEOGRÁFICAS

	ESTABLECIM.	PERSONAS OCUPADAS	EMPLEO MEDIO
MADRID CAPITAL	55.524	132.750	2,39
CORONA NORTE	2.833	6.938	2,45
CORONA OESTE	1.911	4.644	2,43
CORONA ESTE	6.215	12.559	2,02
CORONA SUR	12.863	25.577	1,99
RESTO MUNICIPIOS	7.027	12.420	1,77
TOTAL	86.373	194.888	2,26

POR ESTRATOS DE EMPRESAS (Nº TRABAJADORES)

1-4	78.700	126.415	1,61
5-9	3.146	19.498	6,20
10-19	928	11.767	12,68
20-49	398	11.591	29,12
50-99	83	5.447	65,63
100-199	30	3.715	123,83
200-499	20	6.086	304,30
500-999	3	2.279	759,67
1.000 Y MAS	5	8.090	1.618,00
NO CONSTA	3.060	0	0,00
TOTAL	86.373	194.888	2,26

POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO

TRADICIONAL	72.821	138.890	1,91
AUTOSELECCION			
CON MOSTRADOR	3.197	14.819	4,64
SIN MOSTRADOR	3.666	18.103	4,94
OTROS	6.672	23.005	3,45
NO CONSTA	17	71	4,18
TOTAL	86.373	194.888	2,26

FUENTE: Directorio de Comercio. Comunidad de Madrid. 1991.

CUADRO Nº 4

SUPERFICIE DE VENTA DE LOS ESTABLECIMIENTOS MINORISTAS EN LA C.A. DE MADRID

	ESTABLECIM.	SUPERFICIE TOTAL(M2)	SUPERFICIE MEDIA(M2)
MADRID CAPITAL	55.524	2.718.137	48,95
CORONA NORTE	2.833	210.568	74,33
CORONA OESTE	1.911	166.648	87,20
CORONA ESTE	6.215	486.953	78,35
CORONA SUR	12.863	826.427	64,25
RESTO MUNICIPIOS	7.027	483.422	68,79
TOTAL	86.373	4.892.155	56,64

FUENTE: Directorio de Comercio. Comunidad de Madrid. 1991.

13,4%. Por su parte, el equipamiento del hogar supone el 28,5%.

En dotación, este area cuenta con 657,6 m²/1.000 habitantes, bastante por debajo de la media de la CAM. En cuanto a dotación de establecimientos, cuenta con 9,3 establecimientos/1.000 habitantes, también por debajo de los 12,5 de la CAM.

Los cinco principales municipios del Area 2 (Getafe, Leganés, Parla, Pinto y Valdemoro), suponen el 90% del total de establecimientos, destacando con mucho Leganés (1.332 establecimientos) y Getafe (1.247 establecimientos). En superficie de ventas, entre los cinco suponen el 96%, destacando Getafe, con 125.318 m², y Leganés, con 69.916 m² (se observa que Leganés si bien presenta el mayor número de establecimientos, la superficie global es casi inferior en un 50% a la de Getafe).

– **AREA 3.**: 5.367 establecimientos aislados, con 12,6 establecimientos/1.000 habitantes, y 483.018 m² de superficie venta, con 1.138,7 m²/1.000 habitantes

Tras Madrid capital y los municipios del area Suroeste, es el Area 3 (Este y Corredor del Henares) el que presenta un mayor número de establecimientos (5.367). La alimentación es el sector más numeroso del area (36,3% del total), además de ser, tras Madrid, el area con mayor número de estableci-

mientos aislados de alimentación de toda la CAM. El textil y el equipamiento del hogar presentan cifras muy similares, suponiendo el 18,2% y el 18,1% del total de establecimientos del area, respectivamente.

Sus 483.018 m² de superficie de venta sitúan a este area en tercer lugar de la CAM, ocupando la alimentación el 18,1% y el sector textil el 11,1%. Por su especial tamaño, los establecimientos de equipamiento del hogar ocupan una considerable superficie de 154.872 m², que supone el 32% del total del area.

En dotación, el area se sitúa dentro de la media de la CAM, con 12,6 establecimientos/1.000 habitantes, y muy por encima en cuanto a m²/1.000 habitantes, ya que cuenta con 1.139 m²/1.000 habitantes.

Sus principales municipios son: Alcalá de Henares, Arganda, Coslada, Rivas Vaciamadrid, San Fernando de Henares y Torrejón de Ardoz. De todos estos, es Alcalá de Henares la localidad con mayor número de establecimientos del area, también de la CAM (excepto municipio de Madrid) con 2.020. Estos municipios concentran el 90% de los establecimientos, y el 93,2% de la superficie, de los totales de la zona.

– **AREA 4.**: 2.681 establecimientos aislados, con 12,2 establecimientos/1.000 habitantes, y 207.585 m² de superficie de venta, con 943 m²/1.000 habitantes

Es el area que agrupa a mayor número de municipios, sin embargo se sitúa en un nivel intermedio en cuanto a número de establecimientos (2.681). De nuevo es el sector alimentario el que se distancia en números absolutos (923 establecimientos). que suponen el 34,4% del total, seguido por textil (18%), equipamiento del hogar (17%) y otro comercio al por menor (16%).

Su superficie de venta supera los 200.000 m² (207.585 m²), donde equipamiento del hogar (24%), alimentación (19,4%) y otro comercio al por menor (16%), representan las mayores superficies.

Las dotaciones de este area se colocan en la media de la CAM en cuanto a número de establecimientos, con 12,2 por 1.000 habitantes, mientras que supera dicha media en relación a la superficie, con 943 m²/1.000 habitantes (125 m²/1.000 habitantes por encima del total de la CAM).

Sus principales municipios, aparecen representados por Alcobendas, Colmenar Viejo, Tres Cantos y San Sebastián de los Reyes. Estas localidades suman el 70,6% de los establecimientos aislados del area, así como el 74,5% de su superficie de ventas.

– **AREA 5.**: 2.524 establecimientos aislados, con 10,5 establecimientos/1.000 habitantes y 184.549 m² de superficie de ventas, con 766 m²/1.000 habitantes

Es el area que ocupa el penúltimo lugar de todas en cuanto a número de establecimientos, con sólo 2.524, siendo la alimentación el sector más relevante, con 912 establecimientos (36% del total), seguido muy de lejos por equipamiento del hogar (19%) y el textil (15,4%).

Su superficie de venta es de 184.549 m². El equipamiento del hogar (27% del total) es el más representativo, mientras que la alimentación representa el 20%. Sus dotaciones se sitúan por debajo de la media, con tan sólo 10,5 establecimientos/1.000 habitantes y 766 m²/1.000 habitantes

Las principales localidades del area son, Boadilla del Monte, Collado Villalba, Las Rozas, Pozuelo y Majadahonda,



que representan el 47% del total en cuanto a número de establecimientos. Los que mayor número presentan son Collado Villalba (361) y Majadahonda (299). Igualmente, estos municipios suman el 56% de la superficie de venta del área.

– **AREA 6:** 1.715 establecimientos aislados –19,2 establecimientos/1.000 habitantes– y 103.208 m² de superficie de venta, con 1.158 m²/1.000 habitantes.

El Área 6 la presenta el menor número de establecimientos en valores absolutos de toda la CAM (1.715), de los cuales el 40% corresponden a alimentación y el 18% al textil, como los dos más representativos.

Sus 103.208 m² de superficie de venta, también son los menores de todas las áreas, de los que equipamiento del hogar y alimentación se reparten el 51%, entre ambos sectores.

El aspecto más destacable es el relativo a sus índices de dotación, que son

los más elevados de toda la Comunidad, ya que el comercio aislado es una fórmula típica de zonas rurales, y su población es la menos numerosa de todas las áreas. Así, presenta 1.158 m²/1.000 habitantes, cuando la media de la CAM es de 817,7 m²/1.000 habitantes. En cuanto a número de establecimientos, su dotación es de casi 20 establecimientos/1.000 habitantes, muy superior a los 12,5 establecimientos/1.000 habitantes.

Su principal municipio, Aranjuez, cuenta con 777 establecimientos (45,3% del total del área). En cuanto a superficies, Aranjuez cuenta con 51.527 m² (50% del total del área).

– **AREA 7:** 40.181 establecimientos aislados –13,3 establecimientos/1.000 habitantes– con 2.341.281 m² de superficie de ventas, con 778 m²/1.000 habitantes.

En relación al número de establecimientos, la capital agrupa a 40.181 establecimientos aislados, (64,7% del

total de la CAM). Los sectores con mayor representatividad son alimentación (29% del total), textil (21,5%), equipamiento del hogar (18,4%) y otro comercio al por menor (17%).

La superficie de ventas total del municipio de Madrid es de 2.341.281 m² (58% del total de la CAM), donde el equipamiento del hogar suma el mayor número de m², con 549.593 m² (23,5% del total de Madrid), seguido del comercio mixto en grandes superficies (16,5%), mientras el textil supera al sector alimentario, suponiendo el primero un 17,4% del total de superficie de Madrid, mientras el segundo supone el 15,7%.

En relación a índices de dotación, Madrid se encuentra un 0,8% por encima de la media, con 13,3 establecimientos/1.000 habitantes. No ocurre lo mismo con la superficie, donde presenta 778 m²/1.000 habitantes, frente a los 817,7 m²/1.000 habitantes de media en la CAM.



ESTRUCTURA REGIONAL DEL COMERCIO AISLADO

Madrid aglutina al 64% de los establecimientos comerciales minoristas aislados que operan en nuestra Comunidad. No obstante, pese a disponer de este importante número de comercios y de una dotación ligeramente por encima de la media de la CAM, en número de establecimientos (13,3 establecimientos/1.000 habitantes frente a los 12,5/1.000 habitantes de la CAM), en superficie de venta registra una de las dotaciones más bajas, lo que se explicaría por la reducida superficie de sus establecimientos y la elevada densidad de población.

Del resto de la CAM, las áreas metropolitanas donde se concentra el mayor potencial de población –Sur, Suroeste y Este– son las que disponen del mayor número de establecimientos que representan de forma conjunta una cuarta parte de los ubicados fuera de la capital.

Sin embargo, si cruzamos estas cifras, con la población de cada una de las Áreas observamos como es el Área 6 (Sureste y Vegas del Tajo) la de menor dotación en el resto de fórmulas comerciales analizadas, la que mayor dotación registra (19,2 establecimientos/1.000 habitantes) en comercio aislado.

Este área, junto al Área 3 –Zona este/Corredor del Henares, que registra la segunda mejor dotación en comercio aislado– son las únicas que rebasan los 1.000 m² de dotación por 1.000 habitantes (es decir que llegan al estándar medio de 1 m²/habitante).

Esto podría explicarse en la primera de las áreas, por las características de los municipios que la integran, que no presentan un potencial suficiente de población, para la instalación de comercio agrupado, generalmente de mayor dimensión que el aislado.

En el segundo caso –Área 3– podría responder al hecho de que este área no destaque en dotación en el resto de las fórmulas estudiadas. Su baja dotación en comercio agrupado y la localización tardía de grandes superficies, pueden

explicar el peso del comercio aislado en esta zona.

Finalmente, cabe destacar que curiosamente en el polo opuesto las áreas que registran las más bajas dotaciones en superficie de comercio aislado son zonas que presentaban cifras notables de dotación en comercio agrupado, en concreto en Galerías de Alimentación, (Áreas: Sur y Suroeste metropolitano, y Madrid) o en fórmulas más modernas, centros comerciales e hipermercados (Oeste metropolitano). Los comercios aislados del sector de alimentación y textil son los más numerosos.

En concreto, los comercios aislados de alimentación alcanzan en todas las zonas –a excepción del suroeste metropolitano y Madrid capital– una proporción ligeramente superior al tercio de los establecimientos aislados existentes. El sector textil, que ocupa generalmente la segunda posición en todas las áreas

–a excepción del área oeste, donde mayoritariamente se encuentra agrupado en centros comerciales– representa porcentajes entre el 18% y el 23% del total de comercio aislado existente. Sin embargo, en la mayoría de las áreas, el comercio alimentario dobla en número al comercio del grupo textil.

La importancia del sector alimentario en comercio aislado se acusa más en el Área 6, por las razones mencionadas de inexistencia o escasa presencia de otras fórmulas comerciales. Por el contrario este comercio aislado alimentario pierde importancia en favor del grupo textil en las áreas –suroeste y Madrid capital– con fuerte presencia del comercio alimentario agrupado en Galerías.

Por último, destacar que, excluyendo Madrid capital, sólo dos municipios. Alcalá de Henares y Móstoles, rebasan la cifra de los 2.000 establecimientos aislados.





ESTABLECIMIENTOS DE CARACTER AGRUPADO Y GRANDES SUPERFICIES COMERCIALES

Con objeto de ordenar las nuevas implantaciones de grandes áreas comerciales en nuestra región se ha llevado a cabo un análisis pormenorizado de aquellos equipamientos comerciales singulares de carácter agrupado que revisten la forma de gran superficie comercial, a fin de definir criterios y propuestas de actuación en relación a los mismos.

En términos generales, en la Comunidad de Madrid, en los últimos 10 años y sobre todo a partir de la segunda mitad de los 80, se ha producido un crecimiento vertiginoso de las fórmulas de gran superficie comercial, hipermercados y centros comerciales.

Por el contrario, fórmulas tradicionales como los mercados y galerías, han experimentado un retroceso, más acentuado en las segundas. En un tér-

mino medio se sitúan los grandes almacenes y almacenes populares, que han registrado un estancamiento, pese a dirigirse en ambos casos su oferta al equipamiento de la persona, sector que ha experimentado en los últimos años un crecimiento importante en volumen de gasto comercializable.

En relación a la venta ambulante, cabe señalar su extensión a la mayoría de los municipios de la Comunidad y el importante volumen que alcanza actualmente su oferta en cuanto a número de puestos.

Aunque más adelante se detallará pormenorizadamente por Áreas y municipios las características y dotación que se registran para cada una de estas fórmulas, cabe destacar al Área Oeste Metropolitana y Sierra Oeste como la zona que alcanza mayores niveles de dotación tanto en fórmulas modernas de gran superficie como en otras más tradicionales como son los mercadillos.

En el extremo opuesto, con una carencia absoluta de grandes superfi-

cies, la Comarca de las Vegas y el Sureste de la Región, se configuran como las áreas peor dotadas, si bien en fórmulas más tradicionales, como pueden ser mercados y mercadillos, registran niveles altos en relación a la media.

– GALERIAS DE ALIMENTACION

La Comunidad Autónoma de Madrid cuenta con 358 galerías de alimentación, cuya superficie de venta prácticamente alcanza los 400.000 m² (370.532), con 0,7 galerías, 749 m²/ y 15,5 establecimientos por cada 10.000 habitantes.

– **AREA 1:** 53.766 m² de superficie de venta en galerías de alimentación (16% superficie venta de la CAM), que supone 0,94 galerías, 1.019 m² de superficie de venta y 22 establecimientos por 10.000 habitantes.

Prácticamente, la totalidad de las galerías de alimentación localizadas en este área se asientan en sus municipios más representativos. En concreto, de las 50 galerías de alimentación de que dispone el total del Área, 47 se localizan en Alcorcón (15), Fuenlabrada (11), Móstoles (18) y Villaviciosa (3). Destacan Móstoles y Alcorcón que ocupan el 3º y 4º lugar de nuestra Comunidad en número de galerías (tras Madrid y Leganés). Las restantes 3 galerías de este Área se asientan en Navalcarnero (2) y Humanes (1).

En relación a la superficie de venta y al número de establecimientos que agrupan estas galerías (1.170), en los cuatro municipios destacados anteriormente como más representativos se localiza el 97% de la superficie de venta total del área y del número de establecimientos.

– **AREA 2:** 56.870 m² de superficie de venta en galerías de alimentación (15,3% de la CAM), con una galería, 1.310 m²/ y 24 establecimientos por 10.000 habitantes.

Los cinco municipios más representativos del Área (Getafe, Leganés, Parla, Pinto y Valdemoro), registran el 100% de este tipo de equipamientos. Cabe destacar, dentro del área, al municipio de Leganés con una dotación significa-



tiva, ocupando tras Madrid el 2º lugar en número de galerías –que cuenta con 20 galerías–, y al de Getafe que ocupa el 5º lugar (13 galerías). El resto de los municipios Parla, Pinto y Valdemoro cuentan con 9, 3 y 2 galerías de alimentación, respectivamente.

– **AREA 3.:** 33.605 m2 de superficie de venta en galerías de alimentación (9% de la CAM), con 0,5 galerías, 792 m2/ y 14 establecimientos por 10.000 habitantes.

Este Area, con una población ligeramente inferior al anterior, dispone, sin embargo, de una dotación mucho más baja que las Areas Suroeste y Sur, registrando el doble de población (20.000 habitantes) por cada galería.

Como sucede en las Areas anteriores, son los municipios más representativos los que disponen de una mayor dotación en este tipo de equipamientos. Únicamente Torrejón de Ardoz arroja una importante dotación en superficie de venta (16.350 m2). Arganda y San Fernando de Henares disponen sólo de una galería cada uno de ellos; Coslada cuenta con 6 estableci-

mientos de esta naturaleza, mientras que Alcalá de Henares, con más de 150.000 habitantes, registra una dotación bastante baja, 8 galerías que no alcanzan los 7.000 m2 de venta (439 m2, 13 establecimientos y 0,5 galerías por 10.000 habitantes).

– **AREA 4.:** 14.880 m2 de superficie de venta galerías de alimentación (7% superficie venta CAM), con 676 m2, 0,6 galerías y 11 establecimientos por 10.000 habitantes.

Como viene ocurriendo en todas las Areas, las galerías de alimentación se localizan en este caso en sus cuatro municipios más representativos, que vienen a actuar de polos comerciales de la misma, y en Algete, donde se registra tan sólo una.

Así, en primer lugar destacan Alcobendas y San Sebastián de los Reyes, con seis y tres galerías de alimentación, respectivamente, seguidos por Colmenar Viejo con dos y Tres Cantos y Algete, con una cada uno.

Al igual que el area este–Corredor de Henares, el area 4 registra una baja dotación en este tipo de equipamientos.

– **AREA 5.:** 13.721 m2 de superficie de venta en galerías de alimentación, con 569 m2, 0,7 galerías y 11 establecimientos por cada 10.000 habitantes

Con un peso poblacional muy similar al del Area 4 (Norte), registra una escasa dotación en este tipo de equipamientos. Como dato curioso cabe resaltar el hecho de que la galería de alimentación está más extendida en los municipios que integran este Area que en el resto.

Así, excluyendo los 5 grandes municipios del area, se da el caso de poblaciones de tan solo 2.000 habitantes que disponen cada uno de ellos de una galería de alimentación (Valdemorillo, Villanueva del Pardillo y Brunete). Asimismo, existe un conjunto de municipios (Galapagar, Guadarrama y El Escorial) situados en torno a los 7.000/9.000 habitantes que disponen también de una galería de alimentación cada uno de ellos.

En relación a los cinco municipios más representativos, Pozuelo, Majadahonda, Las Rozas, Boadilla y Collado-Villalba, estos agrupan un total de 12 establecimientos, lo que significa prácticamente los 10.000 m2 de superficie de venta. De este grupo, destaca Las Rozas, con una población superior a los 35.000 habitantes, que dispone tan solo de 1 pequeña galería de alimentación.

– **AREA 6.:** 1.900 m2 de superficie de ventas en galerías de alimentación, con 213 m2, 0,3 galerías y 2,5 establecimientos/10.000 habitantes.

De las areas analizadas, es la que registra la más baja dotación. A excepción de los municipios mayores, como son Ciempozuelos (11.000 habitantes), San Martín de la Vega (6.361 habitantes) y Aranjuez, (36.162 habitantes) los restantes 18 municipios carecen de este tipo de equipamiento. Cabe destacar que un municipio de población significativa como es Aranjuez dispone sólo de una pequeña galería de 500 m2.

– **AREA 7.:** 196.000 m2 de superficie de venta en galerías de alimentación (53% superficie de la CAM), con 0,7 galerías, 650 m2 y 20 establecimientos/10.000 habitantes.

Bodegas

Irache

GRANDES VINOS DE NAVARRA



COMUNICACIONES CUEA



Bodegas Irache, S.L. Ayegui. Estella. Navarra.



CONSEJO
REGULADOR
DENOMINACIÓN
DE ORIGEN
NAVARRA

En el municipio de Madrid existen 204 galerías de alimentación, que agrupan poco más de 4.500 establecimientos comerciales.

Desde una perspectiva territorial son los distritos de la periferia sur de Madrid los que registran un mayor número de establecimientos de esta naturaleza, en concreto, Carabanchel y Latina, con 39 y 26 galerías, respectivamente. Por el contrario, el distrito Centro tan sólo dispone de una galería.

En consonancia con lo anterior, son de nuevo Carabanchel y Latina los que registran el mayor número de establecimientos comerciales agrupados en galerías, alcanzando prácticamente entre los dos más del 30% del total existente en Madrid. En el extremo opuesto está el distrito Centro, que en una sola galería agrupa únicamente 19 establecimientos comerciales.

En relación a la superficie, son casi 200.000 los m² que las galerías destinan a la venta, situándose la superficie media por galería en torno a los 1.000 m². Por distritos, de nuevo son Carabanchel y Latina los que aglutinan la

mayor parte de dicha superficie de venta, con 33.000 y 23.000 m² respectivamente.

A nivel municipal se han obtenido unos ratios de 20 establecimientos comerciales y 650 m² de superficie de venta por cada 10.000 habitantes. Estos son ampliamente superados por el distrito de Carabanchel, que registra un ratio de 31 establecimientos por cada 10.000 habitantes y 1420 m² de superficie de venta por cada 10.000. Ligera-mente por encima de la media en cuanto a número de establecimientos en galerías, se sitúan Latina, Hortaleza y Ciudad Lineal, con 22/21 establecimientos por cada 10.000 habitantes.

En el capítulo de superficie de venta son estos mismos distritos, junto con Vicálvaro y Puente de Vallecas, los que registran ratios mayores, situándose en el intervalo de 770/870 m² por cada 10.000 habitantes. En el polo opuesto encontramos los distritos de Centro, Retiro y Chamartín con 40, 150 y 230 m², respectivamente de superficie de venta por cada 10.000 habitantes. Los dos primeros eran los que registraban la

mayor dotación del municipio en mercados municipales. El distrito de Chamartín que cuenta con 3 Mercados municipales, tampoco registra una dotación excesiva en Galerías, lo que se puede explicar por la existencia de un hipermercado en su ámbito territorial.

Como conclusiones más relevantes en relación a la distribución espacial de las galerías de alimentación, cabe señalar que es una fórmula de los grandes núcleos urbanos de gran densidad de población. En concreto, las zonas mejor dotadas son con diferencia el Sur y Sureste metropolitano y los distritos madrileños del Suroeste.

El Oeste y Norte Metropolitano registran unas dotaciones bajas mientras que el Este, ocupa una posición intermedia. Asimismo ésta fórmula es prácticamente inexistente en zonas rurales y alejadas de la corona.

– MERCADOS

En la Comunidad de Madrid existe un total de 60 mercados, localizados en su mayor parte en el municipio de Madrid (Area 7) y sumando una superficie total de 115.929 m² y 5.259 puestos agrupados.

– **AREA 1.:** 2 mercados (3,3% de la CAM), 27 puestos (0,5% de la CAM), 510 m² de superficie de ventas (0,4% superficie CAM) y una dotación de 0,5 puestos y 9,6 m²/10.000 habitantes.

Dentro de este Area, solo existen 2 municipios que cuenten con mercado, Navalcarnero y San Martín de Valdeiglesias. Este último es el más grande (300 m²), si bien cuenta con un puesto menos que los 14 de Navalcarnero.

– **AREA 2.:** 1 mercado (1,6% CAM), 23 puestos (0,4% CAM), 239 m² de superficie de venta (0,2% CAM) y una dotación de 0,5 puestos y 5,5 m² por 10.000 habitantes. Tan solo Getafe cuenta con mercado.

– **AREA 3.:** 2 mercados (3,3% CAM), 90 puestos (1,7% CAM), 2.307 m² de superficie (2% CAM) y una dotación de 2,1 puestos y 54,3 m²/10.000 habitantes.

Los dos mercados de este Area están en Alcalá de Henares y Arganda



del Rey, siendo el primero de estos muy relevante (2.000 m² y 64 puestos), que supone el 86,7% de la superficie de la zona y el 71% de sus puestos.

– **AREA 4.:** 1 mercado (1,6% CAM), 22 puestos (0,4% CAM), 142 m² de superficie de ventas (0,12% CAM) y una dotación de 1 puesto y 6,4 m² por 10.000 habitantes. El único mercado existente es el de Colmenar Viejo, presentando esta localidad una dotación de 5,5 puestos y 35,8 m² por cada 10.000 habitantes.

y 27 puestos. El de Pozuelo de Alarcón, si bien es mucho menor (72 m²) y agrupa 31 puestos.

– **AREA 6.:** 2 mercados (3,3% CAM), 111 puestos (2,1% CAM), 1.428 m² de superficie de ventas (1,2% CAM), 12,4 puestos/10.000 habitantes y 160,2 m²/10.000 habitantes.

Los únicos municipios que tienen mercado en este area son Aranjuez y Villarejo de Salvanés, siendo el primero el más importante, con 1.309 m² y 99 puestos (91,6% de superficie y 89% de

los mercados y 93% de los puestos), siendo además los mercados de mayor tamaño en cuanto a número de puestos. Más de la mitad de los mercados del municipio de Madrid (55%) se encuentran ubicados en los distritos del centro, así como casi el 63% de los puestos. El distrito que presenta mayor número de mercados es Centro, con seis, seguido de Salamanca, Tetuán, Usera y Puente de Vallecas, con cuatro cada uno.

De este análisis se pueden extraer una serie de conclusiones. Por estratos de población, las localidades medias y pequeñas son las que agrupan un mayor número de mercados. Así, son cuatro los que se encuentran en municipios entre 5.000 y 10.000 habitantes, e igual número en localidades entre 20.000 y 50.000 habitantes. Por el contrario, sólo uno se sitúa en municipios entre 10.000 y 20.000, mientras que en los mayores (+100.000 habitantes), sólo hay dos mercados (Madrid excluido).

En relación al número medio de puestos, los municipios de la CAM no alcanzan los 34 por mercado, mientras que en Madrid capital la media se eleva considerablemente a los casi 100 puestos, e incluso distritos como Centro, Arganzuela, Tetuán, Retiro en la Almendra Central, y Villaverde en la periferia, superan esta media.

En cuanto a la actividad en los puestos de los mercados, predomina la venta de frutas y verduras con aproximadamente el 30% del total. Las carnes, charcutería y casquería ocupan el segundo lugar, dedicándose a esta actividad un 25% de los puestos de los mercados municipales. Los pescados y mariscos agrupan el 10% de los puestos, seguidos de los productos lácteos con aproximadamente un 8%. Otros grupos de actividad, como ultramarinos, textil, pan, bebidas, etc. representan porcentajes que no alcanzan el 5%. Asimismo, el grupo "resto" incluye actividades que individualmente no alcanzan este porcentaje: variantes, congelados, herboristería, droguería o equipamiento del hogar. Las actividades no comerciales, suponen el 4% de los puestos.



– **AREA 5.:** 3 mercados (5% CAM), 98 puestos (1,8% CAM con rastro diario), 2.372 m² de superficie de ventas (2,04% CAM) y una dotación de 4 puestos y 98,4 m²/10.000 habitantes.

Dentro de esta zona, sólo Galapagar, San Lorenzo del Escorial y Pozuelo de Alarcón cuentan con mercado. El mayor se encuentra en San Lorenzo del Escorial, con 1.400 m² y 40 puestos; seguido del de Galapagar, con 900 m²

puestos del total del Area). En el segundo de ellos sus 119 m² agrupan 12 puestos.

– **AREA 7.:** 49 mercados (81,6% CAM), 4.888 puestos (93% CAM), 108.931 m² de superficie de ventas (94% CAM) y una dotación de 16,2 puestos y 362 m²/10.000 habitantes.

Dentro del municipio de Madrid se ubican 49 de los 60 mercados y 4.888 puestos del total de la CAM (82% de

En el municipio de Madrid, se repiten estos resultados, si bien se observa un ligero descenso en el porcentaje de frutas y verduras, a favor de los grupos de carnes, pescados y resto.

En el resto de los municipios se registran variaciones más importantes, con respecto a la estructura de la oferta de la CAM. Así, se observa un descenso de los grupos de frutas y pescados de un 6% y un 1%, respectivamente. Este descenso se reparte entre los grupos de carnes, lácteos, pan y bebidas; y el resto con aumentos aproximados del 4% en el primer grupo, y del 2% en los dos últimos.

De las Areas expuestas, la mejor dotada es Madrid, tanto en número de puestos como de m² por 10.000 habitantes (16,2 puestos y 362 m²/10.000 habitantes), seguido del Area 6 (Sureste-Vegas del Tajo) con 1.204 puestos y 160 m²/10.000 habitantes. Por el contrario, la peor dotada es el Area 2 (Sur), con tan sólo 0,5 puestos y 5,5 m² por 10.000 habitantes, si bien el único municipio con mercado, que es Getafe, presenta una dotación de 1,6 puestos y 17 m² por 10.000 habitantes.

Ligeramente por encima se encuentra el Area 1 (Suroeste) con 0,5 puestos y 9,6 m²/10.000 habitantes, si bien sus dos únicos municipios con mercado cuentan con casi 14 puestos y 207 m² por 10.000 habitantes en Navalcarnero, y 24 puestos y más de 550 m²/10.000 habitantes en San Martín de Valdeigleñas.

Fuera de Madrid capital, el mercado más grande, en cuanto a superficie de ventas, se localiza en Alcalá de Henares, con 2.000 m², mientras el que agrupa mayor número de puestos es el de Aranjuez, con 99. Por el contrario, el que presenta menor superficie es el mercado de Pozuelo de Alarcón con 72 m², aunque el que agrupa menos puestos es el de Villarejo de Salvanés con 12. En Madrid capital, el mercado de mayor superficie es el de "La Cebada" en el distrito Centro (7.800 m² de superficie de venta), mientras el de Bravo Murillo, en Tetuán, es el que agrupa mayor número de puestos, con 280.



El menor en extensión es el de la "Guindalera" en el distrito de Salamanca, y "San Cristobal", en Chamartín, con 400 m² de superficie de ventas, mientras el menor número de puestos se agrupa en el de Valdezarza (Moncloa-Aravaca) y Entrevías (Puente de Vallecas), con sólo 10.

– GRANDES SUPERFICIES

La Comunidad de Madrid presenta un total de 81 establecimientos de gran superficie distribuidos entre centros comerciales (algunos de ellos incluyen hiper), grandes almacenes e hipermercados, ocupando una superficie de ventas cercana a los 900.000 m². A esto deben sumarse otros siete establecimientos especializados de gran superficie en los sectores del bricolaje y juguete, que suman unos 31.500 m² de superficie de ventas.

– **AREA 1:** 66.312 m² de superficie de venta en grandes superficies (7,4% superficie CAM) y 4.000 m² de superficie de venta en grandes superficies especializadas, que hacen un total de 70.312 m².

Dentro de éste Area, aparecen como municipios más relevantes, Alcorcón, Fuenlabrada, Móstoles y Villaviciosa de Odón (489.433 habitan-

tes, que suponen el 93% de la población total del area, y 66.312 m² de superficie de ventas en grandes superficies de alimentación, el 100% del area y el 7,4% de la CAM)

De todos ellos, es Móstoles, con un hipermercado y dos centros comerciales, el que presenta mayor superficie de ventas (26.923 m²), seguido de Fuenlabrada y Alcorcón, que oscilan entre los 15.000 m² del último y los 21.000 m² del primero. En relación a Alcorcón, hay que considerar la nueva construcción de un hipermercado (aproximadamente 15.000 m²), en el entorno de la N-V, lo que incrementará de forma significativa su dotación, alcanzando unos 30.000 m² de superficie de venta en hipermercado, además de otras superficies no alimentarias.

En este Area, es preciso hacer referencia a una gran superficie especializada en el sector del juguete que, con una superficie de 4.000 m² de superficie de venta, se ha instalado en el denominado Centro Comercial Alcorcón (Proyecto "Areas Parque"). De este modo, Alcorcón pasa a representar una superficie global en grandes superficies (alimentación y especializadas) de casi 20.000 m² de ventas. De igual modo, se prevén nuevas implantaciones de este tipo en el Proyecto "Areas Parque".

– **AREA 2.**: 51.942 m² de superficie de venta en grandes superficies (17% superficie CAM) y 5.800 m² en grandes superficies especializadas.

Los principales polos comerciales dentro de este area son cinco municipios: Getafe, Leganés, Parla, Pinto y Valdemoro (420.743 habitantes, el 97% del total de población de la zona), agrupando los tres primeros el total de grandes superficies del area. El caso más significativo es el de Leganés, con tres centros comerciales, un gran almacén y un hipermercado (los dos últimos integrados en el Centro Comercial "Parquesur"). Por su parte, el gran almacén es el único existente fuera del municipio de Madrid. En Leganés, con 117.000 m² de grandes superficies, se concentra más del 77% del total del Area 2.

Getafe es el siguiente municipio en superficie de ventas, con 27.056 m² (17,8% del Area 2), mientras que Parla, con un Centro Comercial y un Hipermercado suma un total de 7.800 m² (5,1% del Area 2), si bien en este area está ya prevista la implantación de un centro comercial, dentro del ámbito del Proyecto "Recinto Ferial", que no supe-

raría los 10.000 m² de superficie de venta. Finalmente, ni Pinto ni Valdemoro cuentan con grandes superficies, tan solo el primero prevé un centro cívico comercial, pero de dimensiones inferiores a los 2.500 m² de superficie.

En relación a las grandes superficies especializadas establecidas en el Area, es Leganés el municipio que presenta, dentro del Centro Comercial "Parquesur", una superficie de venta de 5.800 m² destinados al sector del bricolage (computada dentro de los 110.000 m² del Centro Comercial).

– **AREA 3.**: 75.024 m² de superficie de venta en grandes superficies (8,4% superficie CAM en grandes superficies).

Destacan seis municipios como los más relevantes: Alcalá de Henares, Arganda, Coslada, Rivas Vaciamadrid, San Fernando de Henares y Torrejón de Ardoz (381.785 habitantes, el 90% de la población de la zona). En Alcalá de Henares, los dos centros comerciales y un hipermercado (incluido en el Centro Comercial "La Dehesa"), representan 32.561 m², mientras que el hipermercado de San Fernando de Henares, de 10.418 m², es la única gran superficie de la localidad. Por otra parte, Coslada,

Arganda y Rivas-Vaciamadrid disponen de un Centro Comercial cada uno. Igualmente Torrejón de Ardoz cuenta con 1 establecimiento de gran superficie de 13.300 m², además de la posibilidad de localización de un gran Centro Comercial de carácter regional.

– **AREA 4.**: 48.248 m² de superficie de venta en grandes superficies (5,4% CAM) y 4.700 m² de superficie en grandes superficies especializadas, que hacen un total de 52.948 m².

El 78% de esta población se encuentra concentrada en los cuatro grandes municipios de la zona, que son Alcobendas, Colmenar Viejo, San Sebastián de los Reyes y Tres Cantos. Alcobendas, que contaba con un centro comercial y un hipermercado, ha visto incrementada su dotación con un nuevo centro comercial que alberga un hiper de unos 9.000 m². Así totaliza una cifra de casi 30.000 m² de superficie de ventas.

Del resto, San Sebastián de los Reyes cuenta con 6.532 m² repartidos en dos centros comerciales, y otros dos entre Colmenar Viejo y Tres Cantos, que suman 10.109 m² de superficie de ventas.

Dentro de este area, San Sebastián de los Reyes cuenta con una superficie especializada en bricolage de 4.700 m² que, sumados a las grandes superficies de alimentación, supone una cifra total de más de 11.000 m² de superficie de venta en grandes superficies.

– **AREA 5.**: 84.332 m² de superficie de venta en grandes superficies (9,4% superficie CAM) y 17.200 m² superficie en grandes superficies especializadas, con un total 101.532 m²

En esta zona, destacan los municipios de Boadilla del Monte, Collado Villalba, Las Rozas, Majadahonda y Pozuelo de Alarcón, con una población de 159.120 habitantes (66% del total del Area). La localidad con mayor dotación es Las Rozas, con 26.000 m² de superficie de venta distribuidos en tres centros comerciales y un hipermercado; seguido de Pozuelo, con 20.500 m² en tres centros comerciales; Boadilla del Monte, con tres centros comerciales en 13.000 m²; Majadahonda,





Alimentos  **de Andalucía**

Alimentos de Andalucía, de arte

Fino el perfil y gracil la forma, el jamón andaluz consigue su calidad por su noble crianza. El cerdo ibérico pasea su libertad por dehesas abiertas, llenas de luz y aire puro serrano; en un paisaje custodiado por encinas... Su curación se produce en Sierra Morena, Alpujarra granadina, la serranía de Ronda y el Valle de los Pedroches. Bellota, aire fresco y horizonte son los artífices de su fina pata negra, de sabor inconfundible. Auténticos jamones de pata negra y embutidos andaluces, elaborados con antigua sabiduría artesana, se caracterizan por su nobleza y ostentan con orgullo un símbolo de calidad:

Alimentos  **de Andalucía**
de arte!



JUNTA DE ANDALUCÍA

Consejería de Agricultura y Pesca

con otros 13.000 m²; y Collado Villalba (dos centros comerciales y 7.040 m²). A la zona habrá de unirse la previsión de un nuevo hipermercado localizado en el "Cerro de los Gamos" (aproximadamente 30.000 m² de construcción), en la localidad de Pozuelo.

En este Area se concentra el mayor número de grandes superficies especializadas, un total de cuatro, entre los sectores de juguetes y bricolage, con una suma total de algo más de 17.000 m².

Por municipios, se distribuyen dos en Majadahonda y otros dos en Las Rozas. El primero de estos municipios suma unos 7.000 m² de superficie de venta especializada, lo que sumado a la existente en grandes superficies de alimentación supone casi 20.500 m² de superficie de ventas. Por su parte, Las Rozas presenta unos 10.200 m² de superficie especializada que, añadida a la que supone la alimentación, arroja un total de más de 36.000 m², lo que la destaca aun más del resto de los municipios.

– **AREA 6.:** Carece de grandes superficies comerciales.

De todo el Area, es Aranjuez el municipio más representativo (40% del total de la población). Sin embargo, en este Area no existe ninguna gran superficie, a diferencia de las anteriores.

– **AREA 7.:** 473.909 m² de superficie de venta en grandes superficies (53% superficie CAM).

Lógicamente, es Madrid el municipio que engloba mayor número de grandes superficies, con 34 (a los que ha de sumarse la reciente apertura de un hipermercado en Aluche y la previsión de un nuevo centro comercial), y que representan el 42% del total de grandes superficies de alimentación de la CAM. De estos 34, son 22 los ubicados en la Almendra Central, con una suma global de 303.717 m² de superficie de venta (64% del total del municipio).

De los 473.909 m² en grandes superficies, 191.478 m² se distribuyen en 18 centros comerciales, 228.740 m² corresponden a 10 grandes almacenes y 81.154 m² a ocho hipermercados, alguno incluido en centro comercial

suponiendo, respectivamente, el 37,5%, 95,4% y 42,3% de los totales de la CAM.

De los distritos de la periferia, los que presentan un mayor número de establecimientos son Fuencarral y Hortaleza, con 3 cada uno; y Latina, Puente de Vallecas y Villaverde, con 2 cada uno. Contrariamente, Carabanchel, Usera, Villa de Vallecas, Vicálvaro, San Blas y Barajas no presentan ningún establecimiento de gran superficie. Sin embargo, en este aspecto hay que tener en consideración las previsiones del Nuevo Plan General de Madrid, que pretende dotar a los distritos más deficitarios. Así, hay que localizar cuatro nuevos hipermercados:

– Uno de inminente apertura en el distrito de Latina, con una superficie de construcción de 30.000 m², que vendrá a destacar aun más su dotación.

– Dos nuevos proyectos de hipermercados: en el Cerro de los Gamos, entre los términos municipales de Pozuelo de Alarcón y Madrid (Moncloa-Aravaca) con unos 30.000 m² de superficie construida, y en Arroyo del Santo (Barajas), con unos 32.500 m².

– Finalmente, un nuevo hipermercado en fase de construcción en Puente de Vallecas, con unos 15.000 m².

De lo expuesto anteriormente, pueden extraerse las primeras conclusiones:

Son los municipios del Area 5 (Oeste y Sierra Oeste), los que presentan una mayor dotación comercial en el sector alimentario, con 503 m²/1.000 habitantes, destacando muy especialmente Las Rozas, Pozuelo, Majadahonda y Boadilla del Monte. Hay que hacer mención al ya inaugurado hipermercado en la localidad de Collado Villalba.

Estas diferencias se acentúan aun más si hacemos referencia a las grandes superficies especializadas, que suman unos 17.200 m² que unidos a los 80.007 m² de superficie alimentaria del total de los principales municipios, suponen una dotación global de 611 m²/1.000 habitantes (las superficies especializadas suponen pues, un incremento del 21% en dotación).

El segundo lugar en dotación comercial lo ocupan los principales



municipios del Area 2 (Sur), con 361 m²/1.000 habitantes, sobre todo por la significativa aportación de Leganés con el Centro Comercial "Parque Sur". En este centro se incluye la gran superficie especializada de bricolage del municipio. Además, hay que hacer referencia al proyecto de construcción de una nueva superficie comercial en Parla, con las características generales ya expuestas con anterioridad, en el área del Recinto Ferial.

El tercer lugar en dotación comercial lo ocupa el Area 4 (Municipios del Norte Metropolitano y Sierra Norte), con 270 m² por 1.000 habitantes en superficies alimentarias, y 297 m² por 1.000 habitantes si se incluye la gran superficie especializada de San Sebastián de los Reyes, (el incremento que suponen las superficies especializadas es del 10%).

El resto de las Areas, se mueven actualmente entre 155/165 m²/1.000 habitantes, aunque hay que tener en consideración los nuevos proyectos de cada zona, que incrementarán la actual dotación de localidades como Parla o Alcorcón. En este aspecto, Alcorcón verá aumentar significativa-

mente su dotación comercial en relación con el proyecto "Áreas Parque" en el Área de Centralidad de la N-V. En este proyecto se incluye un hipermercado y una gran superficie especializada, además de la ya existente, que equiparan a Alcorcón al resto de los principales municipios de este Área, como Móstoles y Fuenlabrada. Finalmente, en el Área del Este y Corredor del Henares, cabe destacar la posible implantación de un gran centro comercial de influencia supramunicipal.

Dentro de la Almendra Central, según avance del PGOUM de 1993, cabría una hipotética implantación de gran superficie en el distrito de Retiro o en el de Arganzuela, sin especificar superficie ni tipología, mientras que, en la periferia, Carabanchel (Ensanche) y Hortaleza (Sanchinarro), localizarían actuaciones que sumarían unos 110.000 m², o Villa de Vallecas y San Blas (Periferia Este), aun sin superficies claramente cuantificadas en el planeamiento.

En relación a la fórmula de gran superficie predominante en cada caso, pueden observarse dos Áreas perfectamente diferenciadas. La primera vendría representada por los municipios de la zona Oeste (Área 5) donde se hace destacable la implantación de gran número de centros comerciales (un total de 14, con una suma de más de 70.000 m²).

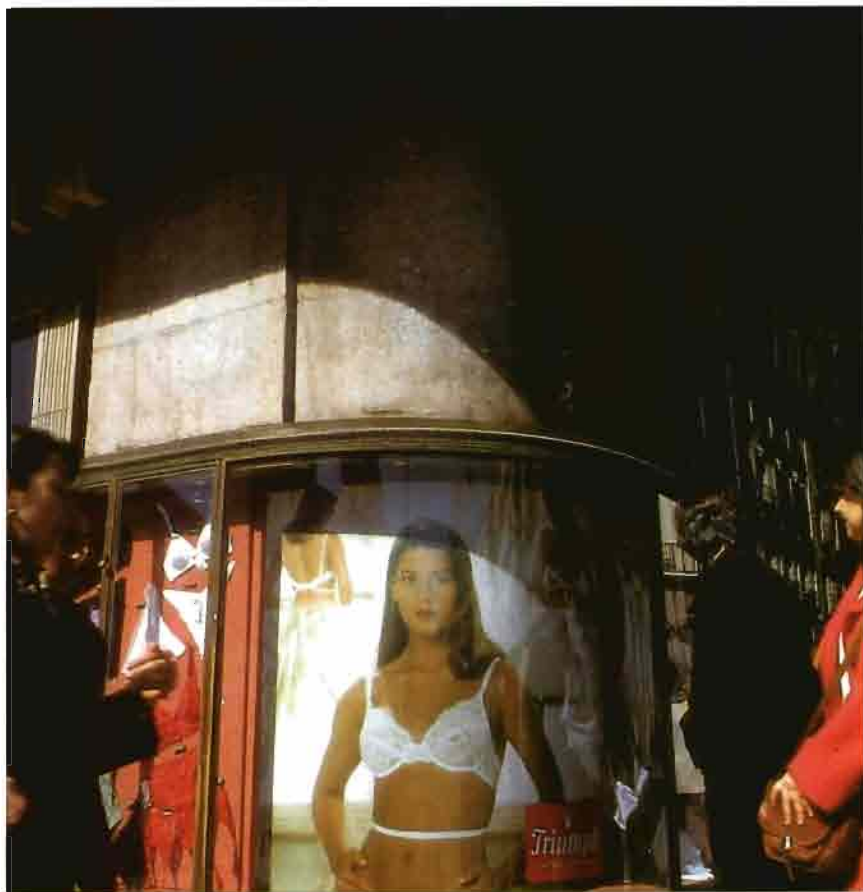
Cabe reincidir también en el hecho de que sea en este Área donde se concentran gran parte de las grandes superficies especializadas (17.200 m²). Por el contrario, la fórmula del hipermercado es la predominante en las localidades del Sur y Suroeste (Áreas 2 y 1), con siete establecimientos y algo más de 56.000 m² de superficie de venta, si bien alguno se encuentra integrado en otra gran superficie -centro comercial-, mientras Madrid capital es prácticamente el único municipio (a excepción de Leganés) que cuenta con grandes almacenes.

- MERCADILLOS

En la Comunidad de Madrid existen 146 mercadillos localizados en la gran mayoría de los municipios de la región, en concreto en 105 de los 179 totales, incluido el existente en Valdemanco, que cuenta con un mercadillo de 24 puestos, a pesar de no haber sido incluido este municipio en ninguna de las siete Áreas del Pacto por la Industria y el Empleo de la Comunidad de Madrid, que estamos utilizando para estructurar este análisis de las dotaciones comerciales en Madrid.

Centrándonos en estas siete Áreas, 144 mercadillos agrupan un total de 7.001 puestos, a los que hay que añadir el Rastro de Madrid, con 103 puestos diarios, que se incrementan hasta 1.805 los festivos. Así, el total de la CAM presenta 145 mercadillos que agrupan 7.104 puestos (con el Rastro de diario) o 8.806 con el Rastro de festivos.

- **ÁREA 1.:** 21 mercadillos (14,4% de la CAM), 942 puestos (13,2% CAM Rastro diario y 10,7% CAM con el Rastro festivo), con una dotación de 1,8 puestos/1.000 habitantes.



Por lo que respecta a Madrid capital, destacar los más de 100.000 m² de superficie construible en los 4 proyectos de gran superficie, que pretende dotar distritos deficitarios como los de Barajas o Villa de Vallecas. Por otro lado, hacer referencia a 13 Centros Integrados que, previstos en el PGOUM de 1985, no han llegado a ejecutarse, con una superficie de 78.000 m², en los distritos ya enunciados de Barajas, San Blas, Villaverde o Usera hasta hoy carentes de grandes superficies.

Por superficie de las Áreas, es la más pequeña, el Área 2 (Sur) con 478 Km², la que presenta mayor extensión en grandes superficies, casi 152.000 m² (excluyendo Madrid municipio).

Por su parte, el Área 4 (Norte y Sierra Norte) que es la más extensa (2.091 Km²), presenta el menor índice de superficie de ventas en grandes superficies, con unos 53.000 m² entre alimentación y comercio especializado (excluyendo, lógicamente el Área 6 que carece de grandes superficies).

Todos los municipios que integran el Área, a excepción de Sevilla la Nueva, disponen de mercadillo. Destacan Alcorcón, Fuenlabrada y Móstoles, que disponen de dos mercadillos cada uno de ellos.

En cuanto a los puestos, el mayor número se agrupa en los dos mercadillos de Fuenlabrada (267 entre ambos), seguidos por los 173 de Alcorcón en sus dos mercadillos, y los 141 de Móstoles, también en dos mercadillos.

Entre las poblaciones con un sólo mercadillo, destacan los de Humanes y San Martín de Valdeiglesias, ambos con 58 puestos, y Navalcarnero, con 56. Entre los menos representativos figuran Las Rozas de Puerto Real y Villanueva de Perales, con 4 y 5 puestos, respectivamente.

Los principales municipios de este Área (Alcorcón, Fuenlabrada, Móstoles y Villaviciosa de Odón), representan el 33% de los 21 mercadillos del Área, y sus 617 puestos, el 65% de los 942 de la zona.

– **ÁREA 2.:** 13 mercadillos (9% total CAM), con 731 puestos (10,3% CAM con Rastro diario y 8,3% CAM con Rastro festivo) y una dotación de 1,7 puestos/1.000 habitantes.

De los 15 municipios del Área, cinco carecen de mercadillo, mientras Leganés destaca por sus 230 puestos repartidos en cuatro mercadillos. Por su parte, Parla o Pinto sólo tienen un mercadillo, pero con 144 y 138 puestos, respectivamente. Los menos representativos son los de Cubas, Moraleja de Enmedio o Torrejón de Velasco, que oscilan entre 4 y 10 puestos. Entre los municipios más representativos hay que citar, además, a Getafe y a Valdemoro con un mercadillo cada uno y con 83 y 74 puestos respectivamente.

Estas cinco localidades más relevantes (Getafe, Leganés, Parla, Pinto y Valdemoro) totalizan ocho mercadillos (61% de los del área) y 669 puestos (el 91,5% de los 731 totales).

– **ÁREA 3.:** 22 mercadillos (15% total CAM), 1.297 puestos (18,2% CAM con Rastro diario y 14,7% CAM con Rastro festivo), con una dotación de 3 puestos/1.000 habitantes.



De los 31 municipios que integran esta zona, 16 carecen de mercadillo. Sin embargo Alcalá de Henares presenta cuatro con un total de 322 puestos, Arganda tiene tres, con 127 puestos, y Coslada y Rivas Vaciamadrid, dos cada uno, con 111 y 80 puestos, respectivamente.

Es especialmente destacable el caso de Torrejón de Ardoz, que cuenta con el mercadillo con mayor número de puestos de la Comunidad (excluido Madrid municipio), con 302 puestos. Le sigue el de San Fernando de Henares, aunque ya con 148 puestos. Los mercadillos menos significativo, son los de Ambite y Pezuela, que suman 13 puestos entre los dos.

Entre Alcalá de Henares, Arganda, Coslada, Rivas Vaciamadrid, San Fernando de Henares y Torrejón de Ardoz, suman 13 de los 22 mercadillos de la zona (59%) y 1.090 de los 1.297 puestos del total del Área (84%).

– **ÁREA 4.:** 22 mercadillos (15% CAM), 553 puestos (7,8% CAM con Rastro diario y 6,3% CAM con Rastro festivo) y una dotación de 2,5 puestos/1.000 habitantes.

El mercadillo más importante es el que se encuentra en Alcobendas, con 121 puestos, siendo también relevante el de Colmenar Viejo que agrupa a 80. Los menos destacados son los ubicados

en las localidades de El Vellón, Cobeña o Robledillo de la Jara, sumando sólo 10 puestos entre los tres.

– **ÁREA 5.:** 25 mercadillos (17,2% CAM), 991 puestos (14% CAM con Rastro diario y 11,2% CAM con Rastro festivo), con una dotación de 4,1 puestos/1.000 habitantes.

Destacan Boadilla del Monte, Collado Villalba, Las Rozas, Majadahonda y Pozuelo de Alarcón, como municipios más representativos del total de 32 que integran el área. De estos, tan sólo Collado Villalba, con 186 puestos, y Majadahonda, con 191, son especialmente destacables. Los únicos municipios que tienen más de un mercadillo son Becerril de la Sierra y Zarzalejo, aunque el primero cuenta con 66 puestos, y el segundo tan sólo con 7. El municipio menos destacable en este aspecto es Alpedrete, que presenta un mercadillo con un sólo puesto.

– **ÁREA 6.:** 16 mercadillos (11% CAM), 372 puestos (5,2% CAM con Rastro diario y 4,2% CAM con Rastro festivo) y una dotación de 4,1 puestos/1.000 habitantes.

De los 21 municipios de la zona, sólo Aranjuez destaca por su relevancia, siendo la única población que presenta más de un mercadillo (dos mercadillos con 151 puestos), lo que representa el 12,5% del total de los mercadillos.



llos del area, que son 16 y el 41% de los 372 puestos del area. Los menos dotados son Belmonte de Tajo y Villamanrique de Tajo, con sólo 7 puestos entre los dos.

– **AREA 7.:** 26 mercadillos (18% CAM), 2.218 puestos diarios (31,2% CAM con Rastro diario) y 3.920 puestos festivos (44,5% CAM con Rastro festivo), con una dotación de 0,7 puestos/1.000 habitantes con Rastro diario y 1,3 con Rastro festivo.

Lógicamente, es Madrid capital el municipio de la CAM que presenta un mayor número de mercadillos, un total de 25 que agrupan 2.115 puestos, a los que hay que sumar el Rastro, con 103 puestos de diario y hasta 1.805 los días festivos. Dentro del municipio, son los distritos de la periferia los que cuentan con un mayor número de mercadillos: Puente de Vallecas y Carabanchel, con tres; Villaverde, con cuatro; San Blas, con 9; y Ciudad Lineal, con 2. Estos cinco distritos representan el 56% del total de mercadillos del municipio. Por el contrario, Retiro, Chamartín, Chamberí, Usera y Moratalaz carecen de mercadillo.

En cuanto al número de puestos es el Rastro de los días festivos es el más numeroso, con 1.805 puestos. Excluido éste, los 405 puestos de los tres mercadillos de Puente de Vallecas son los más numerosos, seguido de Tetuán con 325 puestos en un mercadillo, Villaverde con 279 en cuatro mercadillos, y Carabanchel, con 240 puestos en tres mercadillos. Estos cuatro distritos agrupan el 59% del total de los puestos ubicados en el municipio de Madrid (Rastro excluido).

Dentro de la Almendra Central es de nuevo el Rastro de los festivos el mercadillo más relevante. Fuera de esta consideración, destacar Tetuán con un mercadillo y 325 puestos, seguido de los 103 puestos del Rastro diario.

Como conclusiones, entre las Areas analizadas la más significativa es el Area 7 (municipio de Madrid), con 26 mercadillos y 2.218 puestos de diario y 3.920 de festivos.

Las Areas con mayor dotación son la 5 (Oeste y Sierra Oeste) y 6 (Suroeste y Vegas del Tajo), que presentan 4,1 puestos/1.000 habitantes, mientras sus municipios más representativos (Boadi-

lla del Monte, Collado Villalba, Las Rozas, Majadahonda y Pozuelo de Alarcón en el Area 5, y Aranjuez en el Area 6) presentan dotaciones de 2,4 y 4,1 puestos/1.000 habitantes, en cada uno de estos casos. Seguidamente, el Area 3 (Municipios del Este, Corredor Henares) presenta una dotación global de 3 puestos/1.000 habitantes.

Las Areas menos dotadas son Madrid municipio (ya expuesto) y el Area 2 (Municipios del Sur) con 1,7 puestos/1.000 habitantes, mientras sus municipios más importantes (Getafe, Leganés, Parla, Pinto y Valdemoro) presentan una media de 1,6 puestos/1.000 habitantes.

En cuanto a la relación existente entre población y presencia de mercadillos, es evidente que el Area 7 (Madrid) es la más poblada con más de tres millones de habitantes, y la que presenta mayor número de mercadillos, por lo que su dotación es la menor. El resto de las Areas 1, 2 y 3 se mueven entre los 420.000 y 530.000 habitantes, con más de 20 mercadillos (21 y 22 respectivamente), salvo el Area 2 (Sur), que presenta sólo 13.

Las Areas 4 y 5 presentan una población que no alcanza los 250.000 habitantes, y, sin embargo, el número de mercadillos es similar (22 y 25, respectivamente). En el Area 6 (Sureste y Vegas del Tajo), menos de 90.000 habitantes cuentan con 16 mercadillos.

En cuanto al tamaño de los mercadillos (mayor número de puestos), es el Rastro de los festivos el mayor (1.805 puestos), seguido del de Tetuán (325 puestos), mientras que fuera de la capital es el Area 3 el que presenta mercadillos más grandes, especialmente Torrejón de Ardoz (302 puestos) y Alcalá de Henares (280).

Por estratos de población, los seis municipios con más de 100.000 habitantes (Madrid capital excluido), que son Móstoles, Getafe, Alcalá de Henares, Alcorcón, Leganés y Fuenlabrada, agrupan 1.216 puestos en 15 mercadillos (el 25% de puestos y el 12,6% de los mercadillos de toda la Comunidad Autónoma, excluido el municipio de Madrid).

Para finalizar, y por sectores de actividad, se observa como el sector predominante es el de textil y confección con el 45,6% de los puestos, seguido de la alimentación, con el 23,3%. Si excluimos Madrid capital, el sector textil ocupa el 48,7% de los puestos, mientras que la alimentación alcanza casi el 30%. Si aislamos el dato relativo al Rastro madrileño, Madrid capital presenta un 44,4% de los puestos de sector textil, mientras que la alimentación se eleva al 35%.

CONCLUSIONES

El análisis de las estructuras comerciales en la Comunidad de Madrid permite, finalmente, realizar una serie de conclusiones por fórmulas comerciales, una vez constatada la evolución de los últimos años y la realidad actual.

En tal sentido, en cuanto a las galerías de alimentación, queda claro que es una fórmula con implantación casi exclusiva en grandes núcleos urbanos, de gran densidad de población. Así, las zonas mejor dotadas son con diferencia los grandes municipios del Sur y Suroeste metropolitano y los distritos madrileños del Suroeste.

En todo caso, durante los últimos años, las galerías de alimentación han

experimentado un retroceso, ya que del total de puestos agrupados bajo esta fórmula, un 27% se encuentran cerrados en la actualidad.

Respecto a los mercados municipales, se trata de una fórmula característica de Madrid capital, especialmente sus áreas centrales más antiguas, y apenas extendida en el resto de la Comunidad. Fuera del municipio de Madrid se asienta preferentemente en municipios pequeños y medianos, y además de carácter rural, mientras que en los grandes municipios del área metropolitana apenas existe.

Al igual que en las galerías, su oferta se centra preferentemente en el perecedero y registran, en términos generales, un nivel de instalaciones muy deficientes y la ausencia prácticamente absoluta de aparcamientos para uso de su clientela.

En cuanto a las grandes superficies comerciales, esta es la fórmula que mayor crecimiento ha experimentado en los últimos años, con una localización preferente en la periferia de la capital.

Otro dato a destacar es la reciente aparición de grandes superficies especializadas. Fundamentalmente, la oferta se ha localizado en el Oeste Metropolitano, lo que se explica por la tipología

de viviendas del área y su nivel elevado de venta. En segundo lugar se localizan en el Norte Metropolitano.

El Sur-Suroeste Metropolitano y Este (con la excepción del Toys 'R Us de Alcorcón, recientemente inaugurado y del L&M de Leganés) carecen de este tipo de equipamientos, lo que reduce su ratio general en grandes superficies.

Por tipo de fórmula destacar el crecimiento vertiginoso que han experimentado los hipermercados y centros comerciales, frente al estancamiento de los grandes almacenes y almacenes populares. En los últimos diez años, sólo se han producido tres aperturas de grandes almacenes y ninguna de almacén popular. Los centros comerciales también han experimentado un gran crecimiento en los últimos años, eligiendo como zona preferente de localización el Oeste Metropolitano. Así, prácticamente un 70% de los grandes centros comerciales existentes abrieron sus puestos a partir de 1986 y entre 1991 y 1992 lo han hecho una cuarta parte.

En relación con los mercadillos, está es la fórmula comercial más extendida en todo el territorio de la Comunidad de Madrid. Geográficamente, son los municipios de la Sierra Oeste y Zona Oeste Metropolitana los que poseen una mayor dotación en este tipo de equipamiento junto con los municipios más alejados de la Comarca de las Vegas y el Sureste de la provincia.

La buena dotación de estas áreas puede explicarse en la primera de ellas por la elevada cifra de población procedente de segundas residencias que se registran, lo que determina que se experimente ciertos déficits de dotación comercial en determinadas épocas o períodos temporales al incrementarse considerablemente la demanda.

En el segundo caso, la buena dotación puede tener su explicación en la necesidad de cubrir la demanda en zonas con mayor dificultad de acceso por su lejanía a los grandes áreas comerciales y equipamientos de la región. □

ENRIQUE ZARAGOZA.

Director General de Comercio y Consumo.
Consejería de Economía. Comunidad de Madrid.

