

GUÍA ESTRATÉGICA DE ACTUACIÓN Y DINAMIZACIÓN COMERCIAL DE PUERTOLLANO

0. ÍNDICE

1. ¿POR QUÉ DE ESTE DOCUMENTO?	3
2. MARCO ESTRATÉGICO	5
3. METODOLOGÍA DE TRABAJO	9
3.1 ANÁLISIS ESPACIAL Y ESTADÍSTICO	9
3.2 ANÁLISIS DOCUMENTAL	10
3.3 PARTICIPACIÓN CIUDADANA	10
4. PERÍMETRO DE ACTUACIÓN	11
5. EXPLORACIÓN Y DIAGNÓSTICO	14
5.1 ANÁLISIS EXTERNO	15
5.2 CARACTERIZACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO	20
5.3 DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO	30
6. PROPUESTA DE VALOR	42
7. ESTRATEGIA OPERATIVA: GUÍA DE INTERVENCIONES PARA LA DINAMIZACIÓN COMERCIAL	46
8. GUÍA DE LA ESTRATEGIA DE ACTIVACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO COMERCIAL DE PUERTOLLANO	65
8.1 ¿POR QUÉ?	66
8.2 OBJETIVOS	67
8.3 MORFOLOGÍA URBANA Y ÁREAS DE SERVICIO	69
8.4 ESPACIO PÚBLICO - ESTRATEGIA DE DISEÑO	75
8.5 MOBILIARIO URBANO	89
8.6 INTERVENCIÓN URBANA- PROPUESTA	102
ANEXO I: DESCRIPCIÓN ACTIVIDADES DE PARTICIPACIÓN	106
ANEXO 2: ANÁLISIS CARTOGRÁFICO	109

1. ¿POR QUÉ ESTE
DOCUMENTO?

1. ¿POR QUÉ DE ESTE DOCUMENTO?

El comercio de proximidad es uno de los elementos clave que permiten la dinamización de las ciudades y de sus centros urbanos. Esta dinamización es múltiple ya que contempla la dinamización económica, a través de la propia actividad comercial y la generación de empleo, la sostenibilidad, reduciendo desplazamientos y poniendo en valor los productos de proximidad y finalmente la dinamización del espacio público especialmente en los centros de las ciudades donde el comercio puede ser un foco de atracción de población y actividad de ocio y cultural.

En los últimos años, los beneficios que aporta el comercio de proximidad a la ciudad se han visto amenazados por el cambio de hábitos de consumo. El auge del comercio online, con una mayor oferta y sin restricciones horarias, ha reducido sus ventas lo que ha provocado el cierre de negocios y en ocasiones un vaciado de los centros urbanos. Si bien la crisis del COVID-19 impulsó en un principio el comercio de proximidad, los efectos de las restricciones y de la crisis económica derivada de la pandemia han sido mayores, acelerando el proceso de deterioro del comercio local.

Puertollano no ha sido una excepción y los propietarios de sus comercios destacan que las principales amenazas a sus negocios son los nuevos formatos comerciales multitienda, cambios en los hábitos de consumo y la incorporación de nuevos actores a la esfera comercial a través de la venta online con entrega a domicilio (Amazon y otros proveedores especializados). El problema del comercio va más allá y necesita de un enfoque holístico y multidimensional para poder abordarse con éxito.

El Ayuntamiento de Puertollano ha puesto en marcha esta iniciativa de dinamización del comercio local entendiendo la necesidad de vincular comercio y espacio público, como elementos indisociables que deben ser pensados y planificados en conjunto para así convertir el centro en un lugar dinámico, accesible, donde se pueda disfrutar de la vida en la calle y de su comercio local.

Este documento es el resultado de todo un proceso de reflexión, análisis

y participación ciudadana que orienta a Puertollano hacia un nuevo urbanismo comercial, capaz de replantear y equilibrar la ciudad apostando por el comercio del centro como elemento dinamizador estratégico. Este cambio de paradigma hacia la regeneración del espacio público supone una nueva oportunidad para el comercio, de forma que se generen nuevos nodos de intercambio atractivos y se promueva una concepción unitaria del centro urbano a fin de reforzar la imagen del espacio público y del comercio del centro, ofreciendo a los usuarios espacios de estancia accesibles que se conviertan en un foco de atracción para la ciudadanía, visitantes y potenciales empresas.

Este documento ha servido de base para el diseño de una intervención sobre el centro para la dinamización comercial en forma de mejora y activación del espacio público. Esta intervención va a favorecer que el comercio del centro sea competitivo con la finalidad de hacer del centro de Puertollano un espacio accesible y atractivo en el que poder pasear, estar y disfrutar de la oferta de equipamientos, ocio y actividades culturales y sociales para todas las edades. Todo ello acompañado de un comercio moderno que responda a las necesidades de los consumidores a la vez que que aporta un valor añadido a la ciudad.

2. MARCO ESTRATÉGICO

2. MARCO ESTRATÉGICO

El Fondo FEDER constituye un instrumento financiero de la Unión Europea destinado a contribuir a la rectificación de los principales desequilibrios regionales, actuando en el marco de una estrategia global e integrada de desarrollo sostenible.

La Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado de Puertollano fue seleccionada en 2017 para la selección de estrategias de desarrollo urbano sostenible e integrado que serán cofinanciadas mediante el Programa Operativo FEDER de crecimiento sostenible 2014-2020, por lo que el Ayuntamiento de Puertollano tiene condición de beneficiario, asignándosele un total de 12.500.000 € de inversión, con una financiación al 80 %, lo que supone una ayuda de 10.000.000 €.

Así pues, el Ayuntamiento de Puertollano, para determinar sus prioridades de actuación en los próximos años, ha llevado a cabo el proceso de formulación de una Estrategia Territorial Integrada, denominada Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible Integrado (EDUSI). Esta estrategia pretende definir el modelo de ciudad en la que la ciudadanía desea vivir y dejar en herencia a las futuras generaciones. Una ciudad que permita el desarrollo económico sostenible, que mejore el acceso y uso a las TIC, que favorezca el paso a una economía a una economía baja en emisiones de carbono, que promueva la cohesión social de sus habitantes y que conserve el patrimonio natural y cultural. Dicha estrategia se trata de un marco estratégico global que guía la actuación del Ayuntamiento de Puertollano y de otros agentes públicos, siendo coherente en su formulación y objetivos con la política de cohesión europea.

El documento concreta un marco estratégico a nivel ciudad con cuatro objetivos temático y líneas de actuación elaborado a partir de procesos participativos con ciudadanía y agentes clave de la ciudad. Los diferentes objetivos se dividen de la siguiente manera:

OT.2: MEJORAR EL ACCESO Y USO DE LAS TIC

- L1. Transformación digital del Ayuntamiento
- L2. Plataforma Ciudadana de Gobierno Abierto

OT.4: FAVORECER EL PASO A UNA ECONOMÍA DE BAJO NIVEL DE EMISIÓN DE CARBONO

- L3. Fomento de la movilidad urbana sostenible: caminos verdes ciclistas y peatonales inteligentes y puntos de recarga eléctricos
- L4. Eficiencia energética en edificios municipales
- L5. Mejora y adecuación del alumbrado público mediante tecnologías innovadora

OT.6: CONSERVAR EL MEDIO AMBIENTE Y PROMOVER LA EFICIENCIA DE LOS RECURSOS

- L6. Puesta en valor de la Red de Museos Municipales
- L7. Acciones integradas de mejora del entorno y el medio ambiente en el Bulevar Urbano de la calle Ancha
- L8. Rehabilitación de espacios de titularidad pública para la creación y mejora de zonas verdes

OT.9: PROMOVER LA INCLUSIÓN SOCIAL Y LA LUCHA CONTRA LA POBREZA

- L9. Revitalización integral del espacio público e infraestructuras disponibles para el desarrollo de proyectos sociales, culturales, de ocio saludable, de convivencia e interculturalidad en las Barriadas de Cañamares, las Mercedes, El Carmen y Fraternidad y Libertad.
- L10. Puesta en marcha de un Plan de dinamización del tejido productivo y comercial en las áreas urbanas más desfavorecidas de la ciudad.
- L11. Acciones dirigidas a promover la inserción profesional de grupos vulnerables (jóvenes, mayores de 45 años, parados de larga duración, inmigrantes, entre otros) teniendo en cuenta la perspectiva de género.

El Objetivo Temático 9 (OT.9) y concretamente su línea 10 “Puesta en marcha de una Plan de dinamización del tejido productivo y comercial en las áreas urbanas más desfavorecidas de la ciudad” ha permitido desarrollar la Guía Estratégica de Actuación y Dinamización Comercial de Puertollano y establecer un marco estratégico para la misma a partir del cual se articula este documento.

Además, en el marco de la elaboración de esta guía de estrategia se ha llevado a cabo una revisión de toda la planificación estratégica de la ciudad de tal forma que se tuviera en cuenta cada uno de los objetivos, la información y fuese complementaria a cada uno de ellos.

En este sentido, uno de los planes de referencia en clave comercial de Puertollano es el **Plan de Accesibilidad** de la ciudad para el que resultaba importante identificar y localizar los equipamientos principales y los centros que generan atracción de actividades en la población, para establecer posibles itinerarios con más afluencia de personas, y, por lo tanto, vías con una mayor demanda de desplazamientos a pie.

A la hora de seleccionar las zonas de actuación prioritaria, este plan, menciona como eje principal el paseo de San Gregorio y la red de calles peatonales como uno de los principales focos comerciales y hosteleros de la ciudad, así como uno de los puntos de mayor concentración y movimiento de población a modo de foro urbano. A su vez, indicaba que la zona centro de Puertollano contaba con una zona centro cuyas características de pendientes mostraba que era posible alcanzar el 100 % de accesibilidad a pie y marcaba como lugares donde hay un evidente ámbito de oportunidad potencial de uso de transporte alternativo.

De tal forma, el plan muestra como el centro de Puertollano, objeto de este documento, cumple con las normas de accesibilidad necesarias, como la transitabilidad, con calles cuyas aceras permiten pasear por ellos de una manera cómoda y segura, pese a contar con un mobiliario urbano escaso y un equipamiento urbano reducido.

En otro orden de cosas, **el Plan de Movilidad Urbana Sostenible** de Puertollano (PMUS) realizado en 2021 también llevaban a cabo una señalización de los focos singulares de atracción que contaban con equipamientos y centro de concentración de la actividad económica local. Así pues, introducía en un primer lugar, un concepto que se ha usado en

la elaboración de esta guía, el de Centro Comercial Abierto, señalado como espacio central que concentra una elevada actividad comercial y equipamientos administrativos.

De esta manera, este plan permite observar ciertas conclusiones de importancia a la hora de aplicar intervenciones de índole comercial, ya que su potencialidad como espacio para una mayor movilidad a pie en trayectos cortos o para la introducción de la mejora de la movilidad para medios de transporte público, supone un ámbito de oportunidad para la dinamización comercial.

Este documento responde, además, al **Plan de Acción Local de Puertollano (Agenda 21)** en tanto que ataca a prácticamente la totalidad de sus líneas estratégicas:

- Desarrollo Sostenible de la actividad económica
- Gestión del patrimonio natural del municipio
- Igualdad y convivencia vecinal
- Planificación urbana equilibrada
- Implicación ciudadana y empresarial en la vida del municipio
- Gestión eficaz de los aspectos ambientales del medio urbano
- Organización funcional y sostenible de la gestión pública

También se complementa **Plan General de Ordenación Municipal de Puertollano**, dando respuesta a sus tres elementos fundamentales:

- El diseño de los elementos clave de la estructura urbana de la ciudad de Puertollano.
- Las previsiones de transformación de los tejidos existentes y de crecimiento que vincule un programa ejecutivo a unas capacidades de inversión reales.
- Delimitar claramente los límites ambientales.

3. METODOLOGÍA DE TRABAJO

3. METODOLOGÍA DE TRABAJO

Cada una de las fases metodológicas diseñadas tienen como objetivo la preparación de esta Guía de Activación y Dinamización Comercial de Puertollano, donde se fijan las estrategias y tácticas comerciales más idóneas para la dinamización de la estructura comercial de la ciudad.

Para la elaboración de esta Guía de Activación y Dinamización Comercial de Puertollano ha sido preciso llevar a cabo una serie de procesos que permitieran establecer un diagnóstico pormenorizado del centro urbano de la ciudad y, a su vez, posibilitara el establecimiento e implementación de futuras intervenciones tanto a nivel comercial como urbano.

3.1 ANÁLISIS ESPACIAL Y ESTADÍSTICO

Con el objetivo de poder analizar correctamente el área de intervención desde una perspectiva holística, que abordase la complejidad del entorno urbano poliédrico, la propuesta se ha apoyado en el análisis de datos y la elaboración de cartografía de diversa índole. Para poder producir indicadores para Puertollano, se ha hecho uso de distintas cartografías existentes, utilizando fuentes externas, así como la aplicación de herramientas GIS complementadas con un importante trabajo de campo presencial.

En primer lugar, se ha realizado un estudio preliminar donde se visualizaron datos a escala sección censal y escala ciudad desde fuentes disponibles tanto del Ayuntamiento de Puertollano como del Instituto Nacional de Estadística. Esto permite obtener una visión general sobre el estado sociodemográfico y económico de Puertollano. Conocer este tipo de datos, condiciona, inevitablemente, las propuestas a realizar.

Una vez analizado el contexto, se inicia en el análisis a escala humana: la calle, la plaza, el parque. Se hizo hincapié en esta escala de proyecto para analizar las cualidades bioclimáticas del entorno: soleamiento, confort térmico, o infraestructura verde existente. En este punto ha estudiado también el propio diseño del espacio público: la proporción de calle, el espacio dedicado al peatón (aceras), la iluminación y las franjas de servicio. Esto permitió observar el potencial de cada calle.

Este diagnóstico supuso analizar las actividades económicas que tienen lugar en las plantas bajas del ámbito. Conocer las actividades existentes (CNAE) así como los locales vacíos (y sus especificidades); lo que permite identificar las calles con mayor densidad y diversidad de usos; y a su vez y sirve para focalizar las calles con mayor potencial.

La metodología tiene como objetivo facilitar la toma de decisiones a partir del análisis de las variables disponibles y su relación para futuras intervenciones a partir de la extracción de datos estadísticos y espaciales, su análisis y volcado en un Sistema de Información Geográfica y la generación de cartografía e indicadores que permitan caracterizar el espacio público de Puertollano. A continuación se muestran algunas fuentes:

FUENTE	DATOS
CATASTRO	edificación, alturas, nº viviendas, superficie
PADRÓN 2021	demografía
CNAE	listado de actividades económicas
CENSO ECONÓMICO 2019	locales vacíos, diversidad de usos, actividades económicas
I. GEOGRÁFICO NACIONAL	lidar, soleamiento, radiación, densidad de vegetación
INE	datos económicos, renta, actividad, mercado inmobiliario

3.2 ANÁLISIS DOCUMENTAL

En este sentido se ha realizado una revisión pormenorizada de toda la planificación estratégica de la ciudad de Puertollano y la variada documentación que la compone:

- Plan de Acción Local Agenda 21 de Puertollano.
- Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado de Puertollano.
- Plan General de Ordenación Urbana de Puertollano.
- Plan de Movilidad Urbana Sostenible (PMUS) Puertollano.
- Plan de Ordenación Municipal de Puertollano.

Toda esta información permite establecer un marco contextual a nivel estratégico de Puertollano y observar que qué planteamientos son los más adecuados para su implementación en la ciudad.

Cabe añadir además las distintas entrevistas y reuniones transversales con las distintas áreas del Ayuntamiento de Puertollano como Medioambiente, movilidad, Urbanismo, Economía o Empleo.

3.3 PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Una parte importante del diagnóstico de la ciudad de Puertollano y su centro urbana han sido las distintas dinámicas llevadas a cabo para conocer, de primera mano, la visión de la ciudadanía y los distintos comerciantes cual era la imagen del área de actuación. La pretensión radicaba en adentrarse en el centro de la ciudad para observar la realidad urbana desde el punto de vista ciudadano y trata de extender des ahí de forma más clara y situada las dinámicas urbanas que acontecen en dicho contexto

Estos procesos han sido entendidos como un diálogo estructurado con los habitantes de Puertollano para recoger información que ayudase a

comprender el estado actual de la actividad urbana, sus problemáticas, sus oportunidades, sus agentes influyentes sus anécdotas relevantes, su historia y su realidad inmaterial.

Activar dichos procesos de participación ciudadana y enrolar a la ciudadanía en los mismos es una tarea difícil y compleja cuya mejor manera de iniciar es participando uno mismo de la vida y las dinámicas ya existentes en el barrio, aproximándose al devenir de la vida cotidiana.

Así pues, la idea se basa en poner en marcha dinámicas diversas de participación que nos llevan a tener un “diagnóstico ciudadano” del centro de Puertollano, como sienten la ciudad sus habitantes, generando una imagen propia que permitiese completar el diagnóstico de forma precisa y complementando todos los procesos anteriormente descritos.

Lo anterior se realizó, en primer lugar a partir un proceso de entrevistas a la ciudadanía y a los comerciantes que fueron grabadas en video preguntando acerca de las necesidades y las potencialidades del centro de Puertollano. La muestra fue variada tanto en género como en edad.

En segundo lugar, se llevó a cabo un proceso de encuestación dirigida a comerciantes y consumidores por dos vías, presencial y online. Con este proceso se pretendía conocer a nivel general la opinión de distintos rangos de población y comerciantes, procurando ratificar lo observado en las entrevistas previas a pie de calle a partir de la comparación de resultados.

Conocer la percepción ciudadana de la población puertollanense es un pilar fundamental para el análisis y supone un evidente valor añadido para poder desarrollar propuestas que afecten no sólo al espacio público sino a la vida cotidiana tanto social como comercial de la ciudad.

4. PERÍMETRO DE ACTUACIÓN

4. PERÍMETRO DE ACTUACIÓN

El contexto urbano y territorial de Puertollano para la elaboración de la Guía Estratégica de Actuación y Dinamización Comercial ha supuesto la necesidad de trabajar en diferentes escalas urbana y establecer lo que denominamos un perímetro de actuación, de tal forma que permitiese establecer un marco consensuado y coherente para el desarrollo del trabajo y el diseño de intervenciones.

Así pues, en las metodologías de intervención que pudiesen adaptarse al contexto de Puertollano, se optó por la intervención multiescalar con el fin de tener reciprocidad entre la comprensión de las necesidades y oportunidades de la ciudad, con intervenciones y propuestas específicas y haciendo énfasis en el espacio intermedio que pone en relación el ámbito de actuación y el territorio.

La determinación de este método derivó en las siguientes tres escalas urbanas:

ESCALA CIUDAD

En esta dimensión, el planteamiento general estratégico tiene el fin de conocer el contexto de Puertollano como ciudad, el comportamiento de las diferentes variables que la compone y dotarlo de una serie de guías generales de actuación para implementar diferentes intervenciones que podrían tener funcionalidad a nivel general. En esta escala, se ha contemplado el análisis de la propuesta de valor que representa el centro urbano para la ciudadanía, analizando diversas variables a escala urbana y estableciendo multitud de intervenciones que tendrán impacto a nivel general. Es decir ¿Qué papel juega el centro urbano para el conjunto de la ciudad?.

ESCALA CENTRO COMERCIAL ABIERTO

El núcleo central de la ciudad está situado en el barrio Centro Sur, caracterizándose por tener gran parte de las calles con una alta densidad de comercios y locales de ocio y hostelería. Este conjunto de calles se denomina Centro Comercial Abierto.

Esta escala representa el centro de la estrategia ya que define el área de actuación y su relación con el resto de las escalas, de manera que la interrelación de las intervenciones a desarrollar tendrá una importancia clave en el devenir de Puertollano. En esta escala se ha realizado una propuesta de valor de la zona centro, a partir del análisis y diagnóstico realizado, que recoja una serie de recomendaciones sobre medidas que podrían impulsar de forma generalizada el posicionamiento, la colaboración, la capacitación y los medios para generar más actividad comercial que acompañe a un mayor dinamismo urbano.

ESCALA CALLE

El planteamiento de esta escala radica en complementar la de Centro Comercial Abierto a partir del análisis pormenorizado del ámbito de oportunidad que supone cada vía que forma parte de este. La elaboración de una guía de intervenciones que permitan embellecer el centro, generando un sentimiento de singularidad y haciéndolo diferencial al resto, como seña de identidad de Puertollano.

A su vez, servirá para homogeneizar, dotando de un carácter común con estándares de calidad urbana coherente con la dinamización comercial, naturalizar, extendiendo la sensación de naturaleza a través de los ejes comerciales, ordenar, jerarquizando usos prioritarios para el centro donde el peatón, el comercio y lo cotidiano prevalezcan, y diversificar, invitando a la aparición de nuevos usos, distintivos respecto a los tradicionales que acompañen a los actuales y amplíen su capacidad como nodo atractor de visitantes, consumidores y potenciales empresas.

PERÍMETRO DE ACTUACIÓN



ESCALA CIUDAD



CENTRO COMERCIAL ABIERTO



ESCALA CALLE



5. EXPLORACIÓN Y DIAGNÓSTICO

5. EXPLORACIÓN Y DIAGNÓSTICO

Uno de los pilares fundamentales dentro de esta estrategia es conocer la realidad de Puertollano, de su Centro Comercial Abierto y de cada una de sus calles. Para ello, ha sido precisa la elaboración de un diagnóstico amplio y detallado que dé respuesta tanto a las diferentes escalas, como a la metodología planteada anteriormente.

Se trata de llevar a cabo tres tipologías distintas de diagnóstico, que vayan desde la generalidad de la escala ciudad hasta el detalle de la calle. Para comenzar, se desarrolla una aproximación contextual general de la ciudad, entendido como un análisis externo las diferentes variables que tienen relevancia en el funcionamiento de esta.

A continuación, un diagnóstico de mayor precisión que responde tanto a la escala calle, como la escala comercial y que persigue una caracterización definida del espacio público contemplando diferentes aspectos (ambientales, urbanos, sociales, económicos) que tiene afección directa y que permite entender las necesidades y oportunidades que posee la zona de actuación a este nivel.

Por último, un diagnóstico participativo con el que involucrar a la ciudadanía en la toma de decisiones respecto del Centro Comercial Abierto de Puertollano y sus calles. Este planteamiento pretende observar las necesidades y que la población puertollanense cree que tiene el centro, las problemáticas que se dan en él y que oportunidades percibe.

5.1 ANÁLISIS EXTERNO

Este análisis pretende, por tanto, establecer el contexto general de la ciudad, entender la realidad actual de Puertollano, sus características y las relaciones consigo misma y con otros núcleos próximos.

¿Cómo es Puertollano? ¿Cuál es su historia? ¿Qué tipo de jerarquía posee como ciudad?

CONTEXTO TERRITORIAL

El término municipal de Puertollano posee una extensión total de 226,7 km². Situado al suroeste de la provincia de Ciudad Real y localizado a 42 km de la capital, su estrecha relación con determinadas materias primas ha marcado su desvinculación con un entorno provincial y regional eminentemente rural.

Es una ciudad de tamaño pequeño en la escala nacional con 46.036 habitantes según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas en 2021, siendo así el segundo núcleo poblacional con más habitantes a nivel provincial. Sin embargo, si cambiamos la escala y la enmarcamos en un ámbito regional, Puertollano cobra especial importancia, ya que el número de habitantes y, sobre todo, sus características socioeconómicas la ubican en el primer rango de la jerarquía urbana castellano-manchega, pudiendo considerarse, como una ciudad media o gran ciudad en relación con su territorio más inmediato.

Aun no siendo capital de la provincia, su papel es activo a la hora de ordenar el territorio. Su evolución, vinculada estrechamente a las actividades secundarias, la convirtieron en la ciudad industrial por excelencia, una de las áreas nacionales de tradición claramente rural, que ha sufrido un proceso más claro de desindustrialización en pro de la terciarización de su economía.

ESTRUCTURA DEL MUNICIPIO

El tejido urbano del municipio de Puertollano se encuentra dividido en un total de 5 distritos que dan lugar a un total de diez barrios. La ciudad se ha ido desarrollando edificaciones en altura sobre todo en los nuevos planeamientos a partir de los 70 y en el entorno del centro urbano donde son especialmente significativas las calles colindantes al Paseo de San Gregorio que tuvieron un gran desarrollo en los años 90 y principios del año 2000.

La situación del municipio en materia de vivienda presenta una situación dominada por la vivienda principal, aunque cuenta con un 15% del parque de vivienda vacío; con un tipo predominante de superficie comprendida entre 76 y 90 m2 pero con importantes diferencias entre los distritos. La distribución por número de habitaciones del parque de viviendas resulta ser suficientemente variada y espacialmente equilibrada como para no plantear una problemática especial, incluso ante la perspectiva de una progresiva reducción del tamaño medio de los hogares y una mayor diversificación de las formas de convivencia.

La participación de la vivienda en alquiler en el parque (6% según el censo de 2011) está por debajo de la media nacional; y el mayor número de las viviendas existentes en 2011 se habían construido en la década de 2002 - 2011 (4.290) muy seguidas de la década de 1951-1960 (4.170).



Fuente: EDUSI Puertollano

MERCADO DE TRABAJO

Según se deduce de los datos del Servicio de Estadística del Ministerio de Empleo y Seguridad Social, a fecha de septiembre de 2021 hay en Puertollano 12.915 personas afiliadas a la Seguridad Social y 4.623 personas en paro (con una tasa del 23,84 %).

En cuanto al grupo de edades, en los últimos años la distribución ha

cambiado aumentando el número de parados de edades comprendidas entre 25 y 44 años. Actualmente el grupo de edad de 50-54 es el que presenta mayor nivel de paro en ambos sexos. En el caso de los hombres le sigue el grupo de 55-59 años mientras que en mujeres el segundo grupo más afectado es el de 40-44 años

Año	Mes	Total	Menor de 20	Entre 20 y 24	Entre 25 y 29	Entre 30 y 34	Entre 35 y 39	Entre 40 y 44	Entre 45 y 49	Entre 50 y 54	Entre 55 y 59	Mayor de 59
2017	Octubre	5.628	143	437	621	641	676	673	678	745	651	363
2018	Octubre	5.435	154	439	605	593	638	632	672	671	621	410
2019	Octubre	5.407	154	423	552	570	563	653	620	698	657	517
2020	Octubre	5.480	148	424	587	569	576	653	666	653	675	529
2021	Octubre	4.754	121	327	420	504	488	585	584	593	633	499

Fuente: EDUSI Puertollano

Fecha	Tasa de Paro Registrado	Nº de parados registrados	Población
Enero 2022	23,84%	4.623	46.036
2021	23,50%	4.536	46.036
2020	27,94%	5.653	46.607
2019	26,83%	5.422	47.035
2018	25,57%	5.266	47.881
2017	27,32%	5.584	48.477

Fuente: Foro Ciudad

Las diferencias entre ambos sexos se muestran especialmente significativas en los grupos de edad de 40-44 años donde los hombres representan un 35,6% y las mujeres un 64,4%.

Desde 2017, el nivel de paro ha tenido una evolución desigual marcada por la pandemia causada por COVID-19 que, aunque supuso un acusado aumento en 2020, a octubre de 2021 se encontraba en niveles prepandemia.

SITUACIÓN ECONÓMICA

La actividad económica de Puertollano ha estado históricamenteligada al sector industrial y por tanto a sus períodos de crisis. si bien representa prácticamente un tercio de la población activa de Puertollano.

En el contexto actual, la terciarización supone un aumento de la afiliación al sector servicios. En 2009, previo a la crisis, suponían un 30 % de los trabajadores afiliados al sector industrial y un 51 % al sector servicios. Actualmente, por sectores, el peso de la industria se encuentra situado en 22,3 %, el sector servicios en 67,9 % registrando el sector secundario un 8,2 % fagocitado por la crisis económica. Por tanto, el descenso ha sido de casi 8 puntos en el sector industrial en Puertollano.

En referencia al número de empresas, el sector comercial es el predominante, con casi un 43,8 %, seguido por el sector servicios con un 40,7 % , la construcción con un 10,3 % % y el 5,2 % de la industria..

Sin embargo, a pesar de la crisis Puertollano sigue siendo la ciudad con más industria de Castilla-La Mancha con un índice industrial de 479, seguido por los 248 puntos de Albacete o los 72 de Ciudad Real.

Total	2021	1.948
B_E Industria	2021	98
F Construcción	2021	201
Comercio, transporte y hostelería	2021	855
J Información y comunicaciones	2021	23
K Actividades financieras y de seguros	2021	45
L Actividades inmobiliarias	2021	59
Actividades profesionales y técnicas	2021	259
Educación, sanidad y servicios sociales	2021	190
Otros servicios personales	2021	218
Total servicios	2021	794

Fuente: Foro Ciudad

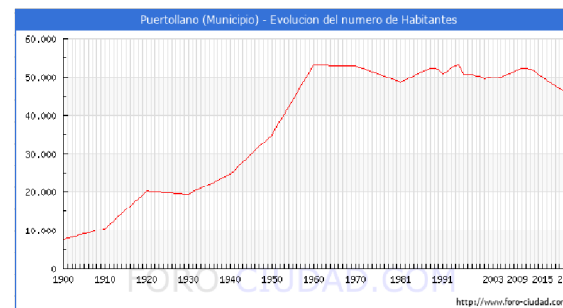
La renta bruta media en el municipio de Puertollano se situó en 2019

en 27.689 euros, lo que sitúa al municipio en el puesto número 498 en el ranking de renta bruta declarada de toda España, según los datos hechos públicos por la Agencia Tributaria, que sólo incluyen a localidades con más de 1.000 habitantes.

DEMOGRAFÍA

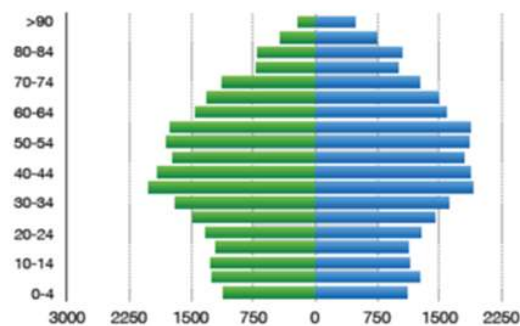
La distribución por sexos es de 47,77% hombres frente a 52,23 % mujeres En cuanto a la evolución, desde el 2010 ha comenzado un periodo de descenso poblacional pronunciado, con tasas superiores al 1% de la población año a año. Las tasas migratorias son negativas ya que han descendido las oportunidades laborales en la ciudad y se marchan más habitantes entre 25-64 años de los que se atraen.

Además, el saldo natural es también negativo. Incluso el porcentaje de población de origen extranjero en Puertollano es bastante inferior a la media nacional y su evolución también está descendiendo. Los datos correspondientes a los movimientos naturales de la población reflejan cómo a partir del año 2013 existen diferencias, cada vez más acusadas entre los nacimientos y las defunciones. Esta situación sumada a los valores negativos de altas de residencia en el municipio (evolución en las migraciones), dan lugar a un crecimiento vegetativo muy estable y valores de población en descenso con el paso de los años.

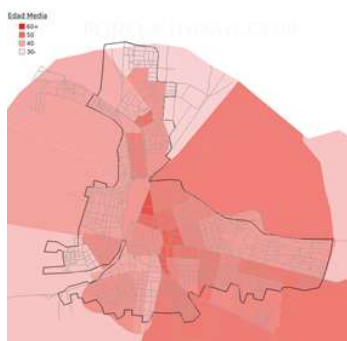


Fuente: Foro Ciudad

La pirámide población correspondiente a la población de Puertollano, encaja con un modelo de pirámide regresiva en la que se refleja un acusado envejecimiento tanto por la base, como consecuencia del progresivo descenso de la natalidad como por la cúspide, debido a la propia inercia demográfica y al progresivo aumento de la esperanza de vida de todas las edades y especialmente las más avanzadas. Actualmente el grupo mayoritario se corresponde a los estratos de edad de 35 a 45 años.



Fuente: Foro Ciudad



Fuente: Foro Ciudad

La media de edad de los habitantes de Puertollano es de 44,71 años, 1,85

años más que hace un lustro que era de 42,86 años. El índice de envejecimiento es uno de los valores que más ha ascendido en los últimos años pasando de 124,55 % en 2014 a 148,35 % en 2021

MERCADO INMOBILIARIO

En febrero de 2022 los inmuebles residenciales en venta han tenido un precio medio de € 643 por metro cuadrado, con una disminución del 4,46% respecto a febrero de 2021 (673 €/m²). En los últimos 2 años, el precio medio en la población de Puertollano ha alcanzado su máximo en el mes de junio de 2020, con un valor de € 696 por metro cuadrado. El precio medio ha disminuido en los últimos años desde los 900 € del año 2014 hasta los 700 € de 2022.

A febrero de 2022, los inmuebles residenciales en alquiler tienen un precio medio de 4,72 € al mes por metro cuadrado, con un aumento del 4,89% respecto a febrero de 2021 (4,50 € mensuales por metro cuadrado). En los últimos dos años, el precio medio en la población de Puertollano ha alcanzado su máximo en el mes de septiembre de 2021, con un valor de 4,84 € por metro cuadrado. El descenso ha sido en los últimos años de 4,90 € en 2014 a 4,70 € en 2022.



Fuente: Idealista DATA

El precio medio por zonas a febrero de 2022, el precio para los inmuebles en venta en Puertollano es más alto en la zona de Centro, con 730 € por metro cuadrado. Por el contrario, el precio más bajo ha sido el de la zona de El Carmen-Las Mercedes-Ciudad Jardín con una media de 399 € por metro cuadrado.



Fuente: Idealista DATA

En el mismo mes, el precio de los inmuebles en alquiler en Puertollano ha sido más alto en la zona de El Carmen-Las Mercedes-Ciudad Jardín, con 5,05 € al mes por metro cuadrado. El precio más bajo, por el contrario, ha sido el de la zona de El Poblado-Constitución-El Villar, con una media de 3,82 € al mes por metro cuadrado.

Zonas	Venta (€/m ²)	Alquiler (€/m ²)
Centro	730	4,80
Fraternidad	543	4,86
Santa Ana	668	4,77
Cañamares-Libertad	630	4,50
El Poblado-Constitución-El Villar	633	3,82
El Carmen-Las Mercedes-Ciudad Jardín	399	5,05

Fuente: Idealista DATA

5.2 CARACTERIZACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO (ver Anexo 1)

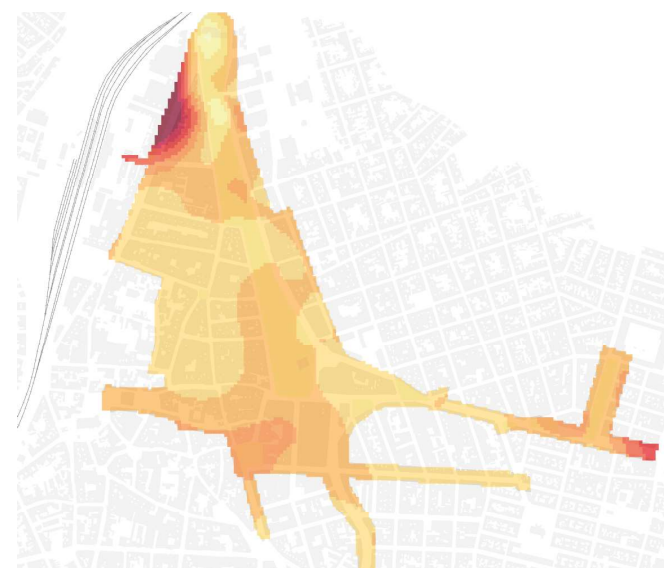
En este apartado se ha llevado a cabo un análisis pormenorizado del espacio público del centro de Puertollano, el cual, conforma la principal identidad de la ciudad, su razón de ser, entendiendo esto como el lugar donde se hace posible el intercambio cotidiano. Este análisis permite revisar cada una de las variables de interés en el marco de esta estrategia:

CONFORT TÉRMICO AM

En las primeras horas del día encontramos una diferencia térmica de hasta 4,5 °C en el área de estudio. Se observa una clara influencia de los espacios verdes, con mayor presencia de vegetación en la temperatura, así como la evidencia de que las diferentes vías donde la superficie dura e impermeable queda más expuesta a la radiación solar y por tanto absorbe un mayor grado de calor. Una evidencia de esta situación es apreciable en el Paseo de San Gregorio, en su zona norte, que posee una mayor superficie impermeable abierta, con una cubierta vegetal lineal más densa hacia el este, que coincide con la disminución térmica.

CONFORT TÉRMICO PM

La proporción de los cañones urbanos pueden tener influencia sobre las temperaturas vespertinas, ya que es posible observar que en las calles más estrechas donde los edificios arrojan un mayor volumen de sombra, una reducida disminución de temperatura mínima. Sin embargo, las temperaturas poseen mayor homogeneidad durante la tarde, con una diferencia máxima de 3 °C. Cobra aquí una mayor importancia el sombreado de la superficie urbana, ya que aquellas vías que se encuentran y expuesta de forma mayoritaria a la radiación solar presentan una mayor temperatura en comparación a aquellas sombreadas ya sea por la masa edificada o la vegetal.



CALIDAD DEL AIRE

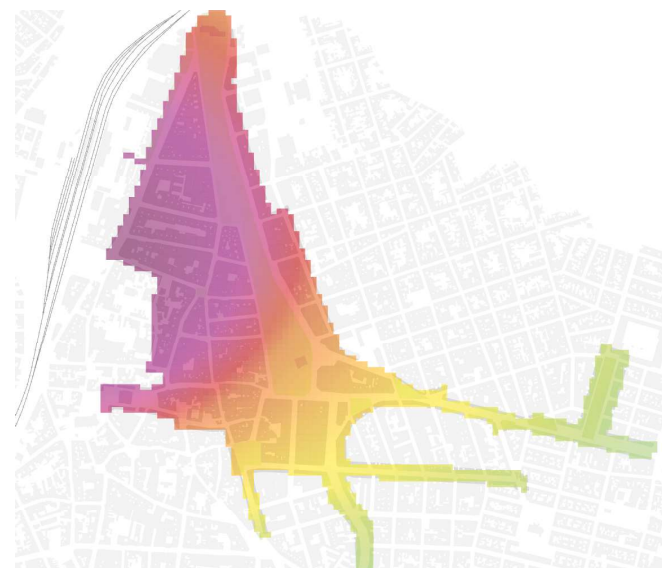
El análisis de calidad del aire se llevó a cabo a partir de datos obtenidos de cuatro estaciones de calidad de aire ubicadas en Puertollano: Instituto, Calle Ancha, Campo de fútbol y la Barriada. Los datos que se muestran en el mapa se corresponden a la media realizada entre los diferentes contaminantes detectados (SO₂, NO₂ y PM_{2.5}).

Aunque la diferencia en microgramos (µg) varía en apenas 6 µg en toda el área de intervención, es posible detectar un gradiente diferencial, donde el Paseo de San Gregorio parece actuar como barrera. Lo anterior se evidencia en que la zona centro posee valores de 29,5 µg frente a los 23,5 que se observan cuando nos desplazamos a lo largo de la Avenida Primero de Mayo.

PENDIENTES (ACCESIBILIDAD)

Una de las características positivas del centro de Puertollano y que puede ayudar a generar un ámbito de oportunidad en el sector es su accesibilidad. La mayoría de las vías cuentan con un porcentaje de pendiente inferior al 6%. Con todo ello, esta zona es idónea para la generación de itinerarios peatonales y/o fomentar la movilidad en medios de transporte sostenible.

Esto contribuye a una mejor accesibilidad para las personas mayores, niños o personas con algún tipo de reducción de movilidad, facilitando la interconexión entre distintas zonas como podrían ser itinerarios entre el centro de Puertollano y la Avenida Primero de Mayo o potenciar la conexión entre el Mercado Municipal y el centro o inclusive plantear propuestas de interconectividad a escalas mayores como por ejemplo entre diferentes barrios aledaños al área de intervención.



ACTIVIDADES ECONÓMICAS

El número de locales asociados a la zona de intervención es de 1098 locales en total. De estos el 31,4% (345 locales) corresponde a locales vacíos sin actividad según el censo de actividad realizado por el Ayuntamiento de Puertollano. Lo anterior supone un grave problema ya que muestra la evidente pérdida de actividad que está sufriendo el centro y la fuga de consumidores que se está produciendo hacia otros modos de compra.

El 28,05 % de los locales (308) se concentran en el sector servicios, mientras que el tan sólo el 0,72 % (8) de locales se dedica a la industria y 1,45 % a la construcción. La hostelería representa un 7,46 % (82) de los locales de la zona, pero se encuentra notablemente concentrada en algunos puntos. En último lugar, encontramos el comercio con un 30,6 % (337) de los locales, lo que implica que es una zona puramente terciarizada y cuya necesidad de revitalizar y ejercer como polo atractor para la ciudadanía es de suma importancia.

COMERCIO

La diversificación de usos y actividades es una pieza básica para la dinamización del espacio público en el entorno comercial. En caso de generarse bolsas de actividad puede derivar en unos horarios y tipo de público que eviten que se generen lugares de encuentro. Para observar este tipo de problemática, se llevó a cabo un análisis donde se muestran áreas donde más del 25% de locales sobre el total, están asociados al uso comercial.

Estas áreas predominan en la Calle Puerto y el entorno de la Plaza Villarreal, además de la Calle Aduana y el Paseo de San Gregorio en dirección hacia el mercado (Alejandro Prieto).



HOSTELERÍA

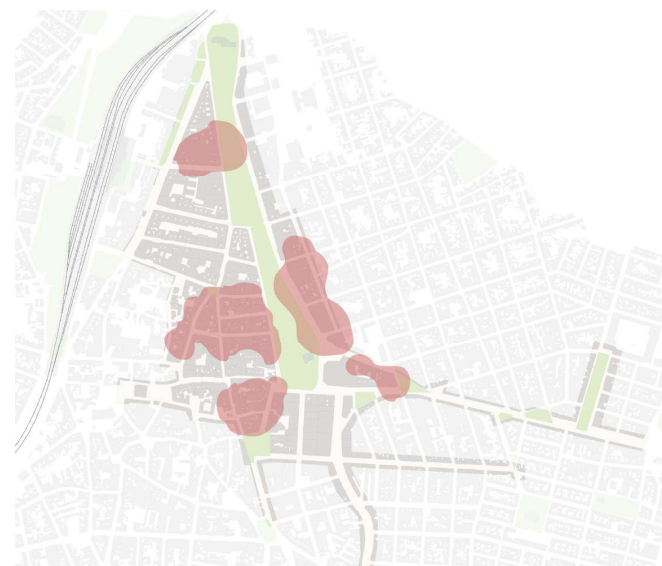
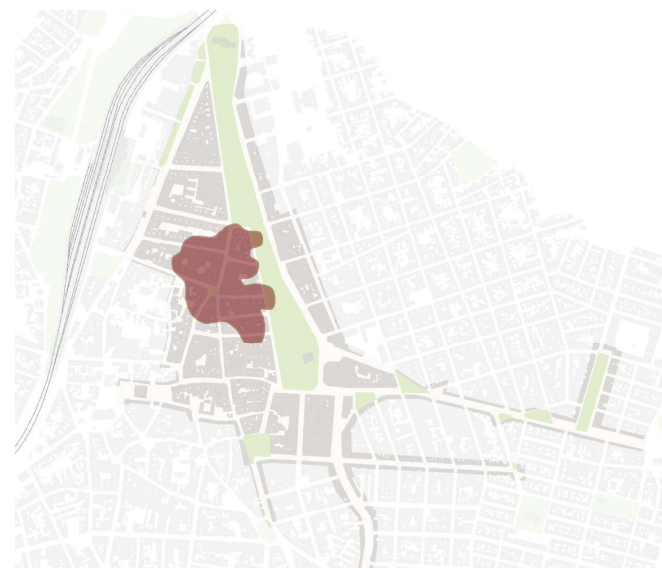
Pese a que es posible observar, en diferentes zonas del área de intervención, actividad vinculada a la hostelería, existen bolsas de locales con una mayor presencia de este uso en puntos concretos, específicamente en el entorno de la Plaza Villareal y la Calle Puerto. Esta tipología de uso posee una franja de horarios muy variada, encontrándose locales con un funcionamiento vinculado a la actividad matutina y otros dedicados al ocio nocturno, lo cual provoca que se perciban calles más o menos inactivas/activas dependiendo de la franja horaria y que el espacio público posea mayores dificultades para su activación.

LOCALES VACÍOS

Las bolsas de locales vacíos son uno de los grandes problemas para los centros urbanos de las ciudades en España, esto es debido, en muchas ocasiones, a los elevados precios de alquiler que provoca que las empresas no quieran instalarse en un lugar por el balance económico negativo resultante. Por ello, ha sido preciso observar en Puertollano qué lugares del área de actuación, padecían de forma más concreta esta problemática con al menos un 25 % de locales vacíos sobre el total de locales censados. Dichas zonas se sitúan en:

- Paseo de San Gregorio en su eje con Alejandro Prieto y el mercado.
- Zona centro, desde la Plaza Villareal por Calle Calzada y Amargura, así como los diversos ejes que la conectan con el paseo de San Gregorio.

No existe ninguna otra zona de la ciudad con mayor concentración de empresas dedicadas al comercio. Nos encontramos ante una concentración de locales vacíos que repercute en una falta de actividad en las calles. Sin embargo, Puertollano cuenta con una importantísima oportunidad frente a otras ciudades que tienen el mismo problema de cierre de comercios en el centro y es que la ausencia de centro comercial.



EQUIPAMIENTOS PÚBLICOS Y ÁREAS DE SERVICIO:

Existe un número razonable equipamientos públicos cuya tipología afecta al uso que se le da al Centro Comercial Abierto de la ciudad, estos son algunos de ellos:

ADMINISTRATIVOS: Ayuntamiento Puertollano: Plaza de la Constitución, OAC: Edificio Casa de Baños, Oficina de Empleo, Oficina DNI Puertollano, Centro de Atención, etc.

CULTURALES: Museo Cristina García Rodero, Auditorio Municipal Pedro Almodóvar, Casa de Baños, Fuente Agría, Parroquia Nuestra Señora de la Asunción.

EDUCATIVOS: CEIP Gonzalo de Berceo, CEPA Antonio Machado, IES Fray Andrés, CI de Formación Profesional Virgen de Gracia

Se observa una carencia de equipamientos de proximidad diversos que den servicio al centro de Puertollano. Zonas donde la ciudadanía pueda compaginar la vida cotidiana, las gestiones y demás con la realización de actividades culturales, ocio, etc. Se trata de un área que cuando finaliza la actividad cotidiana (gestiones, colegios, etc) “pierde” de algún modo el atractivo debido a la escasez de opciones de realizar actividades que impulsen a la ciudadanía a vivir en Puertollano.

ESPACIOS DE ESTANCIA

El centro de Puertollano cuenta con varios espacios como la Plaza Villareal, Plaza del Viacrucis, el Paseo de San Gregorio y la Avenida Primero de Mayo que poseen cierto potencial como espacio de estancia. En este sentido podemos considerar consolidados la Plaza de la Constitución y el Paseo de San Gregorio ya que cuenta con elementos que permiten la estancia y el intercambio. Como espacios potenciales es posible considerar la Plaza Villareal o la zona frente al Mercado de Abastos frente a Alejandro Prieto, cuya situación privilegiada supone un amplio ámbito de oportunidad en sí misma.



TRANSPORTE PÚBLICO

Actualmente el centro de Puertollano se compone de varios paseos peatonales y su conexión con el resto de la ciudad es baja en relación con el transporte público. Esto unido a que el número de aparcamientos disuasorios cercanos a la zona es mínimo, podría suponer uno de los motivos por los que la ciudadanía tiene como preferencia las grandes superficies de Ciudad Real debido a los tiempos y la accesibilidad.

ÁREAS PEATONALES

El centro de Puertollano se compone de una serie de vías peatonales conectadas entre sí generando un área consolidada de estas características. La calle Puerto, ha sido la última vía en la que se ha intervenido para transformarla en una vía peatonal, prolongando así el eje norte sur con Amargura y Santísimo con la Plaza Villareal como nodo tractor y mejorando la conexión entre espacios como la Plaza del Viacrucis y el Paseo de San Gregorio. A esto se le suman otros dos ejes peatonales como el de la Plaza de la Constitución con Calle Aduana y de esta última con Calzada y Plaza Villareal.



ESPACIOS VERDES

La carencia de arbolado es uno de los principales problemas del centro de Puertollano. Tan sólo el 23 % de la superficie del área de actuación cuenta con vegetación, concentrándose principalmente en el Paseo de San Gregorio, donde además se encuentra el jardín botánico de la ciudad. Además, encontramos la Calle Ancha con un perfil lineal de vegetación. En contraste, la zona centro, que cuenta con una vegetación escasa, siendo, por tanto, un área de superficies duras e impermeables.

SOLEAMIENTO

En una de las principales problemáticas con las que cuenta la zona centro de Puertollano, ya que, sobre todo, en verano las horas de radiación directa se elevan de forma exponencial, estando la mayoría de los ejes centrales totalmente expuestos y con una media de dos horas de sombra, que en algunos casos como la Calle Aduana se reduce notablemente.

Esto causa una evidente reducción del confort térmico de las personas en dichas calles, al que acompañan la inexistencia de espacios naturalizados, elementos de sombreado y sobre todo un urbanismo duro, con superficies impermeables que absorben una mayor cantidad de radiación durante el día. A esto se le suma que el centro de Puertollano cuenta con cañones urbanos, en algunos casos, estrechos como hemos mencionado cuya transpiración es menor y con otras vías, más anchas, pero muy expuestas a la radiación, por lo que es prácticamente imposible transitar por la zona durante las horas centrales del día, en primavera y verano.

Así pues, con un porcentaje del 90 % de calles cuentan con menos de 2 horas de sombra en verano (de 11 a 19 h) en el 50 % de su superficie. Las calles más desfavorecidas en este sentido son aquellas con desarrollos este-oeste, aunque la altura de los edificios y la anchura de la vía puede influir notablemente.



MOBILIARIO URBANO

Otro de los principales problemas del centro de Puertollano es su escasez de mobiliario urbano de estancia. En este sentido el centro cuenta con escasos elementos de asiento y las vías que los tienen, como Calle Aduana, cuenta apenas con dos unidades. Otros puntos como Plaza Villareal no poseen, o las calles Calzada, Amargura y Puerto, donde sólo la primera cuenta con tres elementos de este tipo. Esto supone un problema evidente, ya que la proporcionalidad entre el tamaño de la calle y el mobiliario de estancia impide, de forma evidente, que la ciudadanía pueda tener un lugar donde no sólo ir a comprar, sino de intercambio y disfrute.

CAÑÓN URBANO

El tamaño de los cañones urbanos es uno de los ámbitos de oportunidad más relevantes para el centro de Puertollano, contando un 76 % que poseen más de 7 metros ancho y concretamente con más de un 50 % por encima de 11 metros lo que implica la posibilidad de introducir mayor diversidad de elementos que permitan la activación del espacio público.



CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS ESPACIAL Y ESTADÍSTICO

El análisis de datos cartográficos proporciona una serie amplia de conclusiones que permiten entender el contexto en el que se desenvuelve el área de actuación prioritaria.

1. El urbanismo duro y la estrechez de las calles provoca que la zona centro tenga una temperatura mucho más elevada. Esto genera espacios que dificultan la transitabilidad y la estancia de la ciudadanía limitando las posibilidades de disfrutar de la experiencia urbana especialmente en la época estival.
2. El centro de Puertollano se encuentra altamente expuesto a la radiación solar lo que implica calles donde el confort térmico es muy reducido. Más del 90% de las calles que componen el área de actuación tienen menos de 2 horas de sombra en el periodo de estudio en el 50 % de la superficie.
3. El tamaño de los cañones urbanos puede influir en el aumento de temperaturas ya que, pese a que las calles estrechas cuentan con mayor grado de sombra, poseen también un menor flujo de aire y transpiración viéndose afectadas especialmente en las horas centrales del día.
4. El Centro de Puertollano cuenta con peores índices de calidad del aire que el resto de la ciudad, debido al mayor flujo de vehículos en su entorno por la presencia de focos de atracción como el Ayuntamiento, servicios sanitarios y educativos o la propia estación de AVE y la carencia de infraestructura verde en las calles
5. Puertollano posee una orografía amable y pendientes que están por debajo de los límites de accesibilidad en todo el ámbito de actuación.
6. El Centro de Puertollano cuenta con una evidente falta de diversidad de equipamientos que fomenten la realización de actividades de ocio y cultura y que contribuyan a la dinamización social de la ciudad.

7. El centro cuenta principalmente con equipamientos de carácter administrativo y educacional, lo que implica una reducción del horario en el cual la ciudadanía se desplaza y acude, influyendo en la actividad comercial.

8. La falta de oferta de ocio y cultura así como la escasa cercanía a equipamientos de carácter deportivo, social o sanitario, complica enormemente que los diferentes grupos de edad acudan al centro o paseen por él lo cual tiene un efecto negativo sobre la actividad comercial.

9. El Centro de Puertollano cuenta con espacios potenciales de estancia poco explotados como la Plaza Villareal o el Mercado Alejandro Prieto cuya situación privilegiada supone un ámbito de oportunidad.

10. La escasez de infraestructura verde en las calles es una de las principales problemáticas del centro. La escasez de vegetación provoca a su vez una falta de superficies permeables y áreas naturalizadas, lo que implica un empeoramiento del confort térmico o la estancia en el espacio público, que ayudarían a hacer frente a las condiciones climáticas extremas, a la vez que mejorarían significativamente la estética visual del paisaje urbano.

11. Pérdida de integración en el espacio público debido a la falta y degradación del mobiliario urbano en algunos puntos del centro. En ocasiones este mobiliario no es apto para que la ciudadanía pueda disfrutar de espacios de estancia singulares.

12. La escasez de mobiliario urbano de estancia en la zona y otros mobiliarios complementarios (papeleras, jardineras etc....) supone un centro deshabilitado funcionalmente y sin armonía urbana que impide un buen funcionamiento del espacio público y de la relación del ciudadano con el comercio local.

13. La conectividad del espacio en relación con el transporte público y privado es escasa, y pese a las peatonalizaciones, el reducido número de líneas de transporte urbano o el acceso a otras modalidades de transporte, así como la inexistencia de aparcamientos disuasorios y la saturación de vehículos estacionados, impiden conectar el centro con el resto de la ciudad y aumenta la

14. El centro de Puertollano se compone de una serie de vías que conforman itinerarios peatonales conectados entre sí generando un área consolidada. Esto constituye un ámbito de oportunidad en distintos sentidos como la mejor seguridad vial, ejes peatonales que forman espacios potenciales para el comercio, disposición de espacio para el ciudadano (espacio de estancia o paseo) y un modelo de promoción comercial.

15. En el centro de Puertollano hay una elevada concentración de población envejecida, lo cual implica una menor dinamización del comercio local y aumento de la necesidad de hacer un espacio público y un comercio más accesible a la vez que más atractivo para otros grupos de edad.

16. Más de un 31 % de los locales del centro de Puertollano se encuentran vacíos, siendo el porcentaje más alto en cuanto a porcentaje repartido por actividad. La cantidad de locales vacíos muestra una zona eminentemente degradada a nivel económico y que ha perdido su potencial como centro urbano.

17. A pesar de la cantidad de locales vacíos el centro de Puertollano es eminentemente comercial (con un 30,6 % de locales dedicados a comercio) lo que implica una necesidad de revitalizar y dinamizar la actividad, interviniendo, para modificar las tendencias actuales.

18. La concentración de determinados usos como la hostelería en determinados puntos del centro, supone una carencia de diversificación de actividades, además de segmentación horaria al centro que no coincide con el horario comercial.

5.3 DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO

Una parte importante del diagnóstico de la ciudad de Puertollano y su centro urbana han sido las distintas dinámicas llevadas a cabo para conocer, de primera mano, la visión de la ciudadanía y los distintos comerciantes cuál era la imagen del área de actuación. La pretensión radica en adentrarse en el centro de la ciudad para observar la realidad urbana desde el punto de vista ciudadano y trata de extender desde ahí de forma más clara y situada las dinámicas urbanas que acontecen en dicho contexto.

Estos procesos han sido entendidos como un diálogo estructurado con los habitantes de Puertollano para recoger información que ayuda a comprender el estado actual de la actividad urbana, sus problemáticas, sus oportunidades, sus agentes influyentes, sus anécdotas relevantes, su historia y su realidad inmaterial.

Activar dichos procesos de participación ciudadana y enrolar a la ciudadanía en los mismos es una tarea difícil y compleja cuya mejor manera de iniciar es participando uno mismo de la vida y las dinámicas ya existentes en el barrio, aproximándose al devenir de la vida cotidiana.

Así pues, la idea radica en poner en marcha dinámicas diversas de participación que nos llevan a tener un “diagnóstico ciudadano” del centro de Puertollano, como sienten la ciudad sus habitantes, generando una imagen propia que permitiese completar el diagnóstico marcando como objetivos:

- Diseñar y poner en marcha un proceso breve de participación ciudadana en el marco del desarrollo del Plan de dinamización del centro de Puertollano, que su vez está dentro de la Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado (EDUSI). El objetivo de este plan es diagnosticar la situación del entorno de las calles peatonales de Puertollano, en un

primer momento, para delimitar las operaciones en relación con la contratación de obras y servicios que contribuyan a dinamizar la economía local.

- Recabar información relevante en el desarrollo de este proceso en cuanto a la percepción ciudadana sobre la situación actual de la vida y actividad urbana del centro de la ciudad, así como de ideas, iniciativas o intereses que puedan alimentar el proceso de diseño del plan de revitalización.
- Activar el espacio público mediante la realización de acciones con formato de talleres de participación ciudadana que apoyen a la vez el objetivo de recabar información desde la ciudadanía y el de reactivar el centro urbano.
- Conseguir hacer lo más útil posible tanto el proceso de trabajo como la documentación generada e informe de síntesis, tratando de producir entregables enfocados a los siguientes pasos del diseño del plan de dinamización, como ha sido el diseño razonado de una encuesta ciudadana a partir de la información recogida y ordenada de la primera fase de entrevistas para varios focus-groups (comerciantes, ciudadanos, vecinos ...) que finalizará en un evento de devolución para la ciudadanía donde puedan observar los resultados del proceso realizado, analizando así la experiencia del usuario y establecer las mejoras para actuar (homogeneizar, embellecer, naturalizar, ordenar, diversificar) en el espacio público haciéndolo más atractivo y funcional.

Tal y como se ha descrito previamente en la metodología, las fases de este diagnóstico (Ver Anexo I) son:

- FASE I: ENTREVISTAS
- FASE II: ENCUESTAS
- FASE III: EVENTO DEVOLUCIÓN CIUDADANA (Ver Anexo I)

Todas ellas tienen una caracterización y una muestra diferente que es preciso estructurar para el análisis, diagnóstico y conclusiones posteriores:

ENTREVISTAS

OCTUBRE-DICIEMBRE 2021

31 ENTREVISTAS

16 VECINOS

15 COMERCIANTES

ENCUESTA CONSUMIDORES

FEBRERO-MARZO 2022

86 PRESENCIALES

79 ONLINE

MEDIA 59 AÑOS

ENCUESTA COMERCIANTES

FEBRERO-MARZO 2022

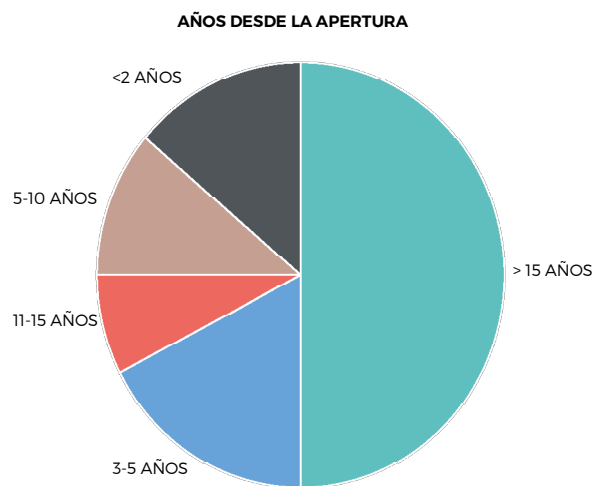
209 PRESENCIALES

**MEDIA 22 AÑOS VIVIENDO
EN PUERTOLLANO**

ENCUESTA A COMERCIANTES

Una de las etapas diseñadas específicamente para la elaboración de esta guía está basada en una encuesta abierta para comerciantes de toda la ciudad. El objetivo de esta encuesta supone obtener una fotografía clara y concisa del sentimiento y percepción que tiene el comercio respecto a las distintas problemáticas y oportunidades que posee el área de actuación y el sector en general.

Así pues, se observan tendencias diversas que dan lugar a vincularlas con el análisis realizado mediante datos y cartografía y que permiten entender e identificar la realidad actual de Puertollano. En este sentido, la mayoría de los comercios entrevistados abrieron sus puertas hace más de 15 años en contraposición a los que llevan menos de 2, cuya representación es muy reducida, implicando esto que el centro ha dejado de ser atractivo para nuevas empresas que prefieren otros lugares de la ciudad.

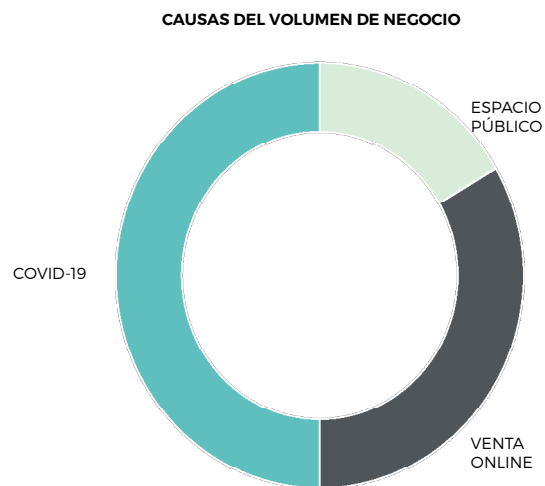


Además, los comercios que se encuentran instalados actualmente han sufrido considerablemente los últimos años, donde la mayoría ha visto reducido su volumen de negocio de forma acusada y vinculado al cambio de paradigma que ha supuesto la COVID-19, que en muchos casos ha aumentado el porcentaje de compra online, incrementándose también la brecha social, lo que implica un descenso en el consumo, que acompañado de un espacio público con necesidades de renovación ha supuesto el retroceso de la actividad comercial en Puertollano.

Es evidente que la zona de actuación ha perdido la capacidad de atraer potenciales clientes, algo que los encuestados achacan sobre todo a la venta por internet y a que la gente ha preferido irse a grandes superficies comerciales situadas en municipios cercanos como Ciudad Real. Además, aunque en menor medida, la mayoría entiende que hay falta de actividades en el espacio público, con una oferta muy limitada y diversa, es decir, no pasa nada en el centro de Puertollano.

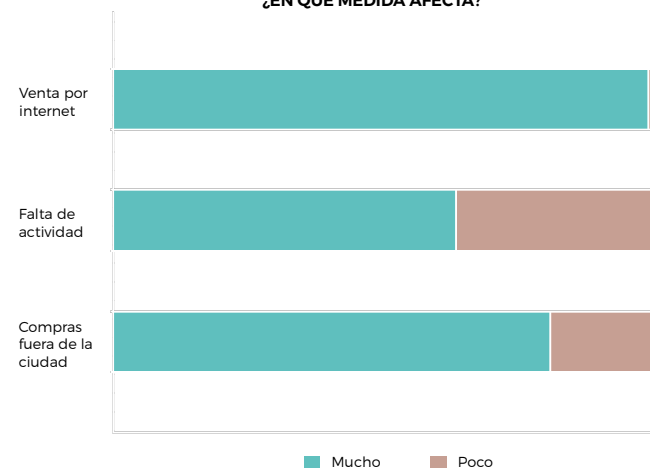
Por tanto, esta guía nace para implementar diversas opciones para que el centro vuelva a dinamizarse y activarse, y para ello, la mayoría de los comerciantes entiende que es precisa una mejora de la iluminación de los espacios públicos, mejorando además infraestructuras urbanas como el mobiliario, que a su vez mejore los espacios públicos y dote al centro de Puertollano de una imagen urbana visual, uniforme y estéticamente diferencial. Además, creen relevantes aspectos como la facilitación de aparcamiento próximo al centro y el aumento de la diversidad en la oferta comercial.

Una de las problemáticas más evidentes es la medida en la que los locales vacíos afectan a la imagen urbana del centro de la ciudad, ya que, como se ha mencionado, suponen el 31 % del total de locales de la zona. Esto se puede ver reflejado en las preocupaciones de los comerciantes ya que, prácticamente en su totalidad, opinan que es uno de los motivos de mayor afección tanto a la imagen urbana como comercial de la ciudad.



Esto se vincula con las diversas causas, que, en opinión de los encuestados, afectan de mayor manera a la imagen del centro de Puertollano, ya que aproximadamente el 20 % entiende que es el motivo principal de la problemática. Sin embargo, hay que hacer hincapié en la percepción propia del espacio público, en la falta de mantenimiento de este y la necesidad de renovarlo. Uno de los objetivos principales para la elaboración de esta guía es dotar al Ayuntamiento de Puertollano de herramientas para regenerar los espacios públicos de la ciudad, proporcionando identidad en un contexto de innovación y generando un ecosistema óptimo, que permitiría a los comercios un ámbito de oportunidad donde desarrollarse.

¿EN QUE MEDIDA AFECTA?



Se trata de un centro cuya imagen no acompaña a las características de un Centro comercial Abierto dinamizado y con capacidad para atraer oportunidades y público potencial que dieran un valor añadido a la ciudad.

Esto acompaña, a la falta de actividad en el espacio público, lo cual, es una evidente preocupación para los comerciantes que creen que diversificar y aumentar el número de estas, sobre todo con actividades infantiles y otras actividades de índole cultural o de activación comercial como mercadillos y ferias comerciales, supondría una activación ciudadana en el centro que permitiría a los comercios un ámbito de oportunidad donde desarrollarse.

ENCUESTA CONSUMIDORES

Otra de las etapas diseñada en conjunto con la elaboración de la encuesta para comerciantes, está basada en una encuesta abierta a toda la ciudadanía de Puertollano con especial atención al centro urbano de la ciudad. El objetivo radica en obtener una imagen de la opinión general de la ciudadanía acerca de la actividad comercial y el espacio público de la zona de actuación y las respectivas afecciones y oportunidades que se presentan en esta.

Una vez obtenidos los resultados de dicha encuesta, es posible observar ciertas tendencias a partir de los sesgos realizados. En primer lugar, es importante distinguir entre residentes en el centro o en otros lugares de la ciudad. Para los primeros las compras cotidianas se hacen, en su mayoría, en un 25 % en el centro de la ciudad y en 75 % en grandes superficies. En cuanto al tipo de producto, se observa que la ropa y los productos de ocio y cultura se compran en mayor medida en el centro de la ciudad, siendo los productos del hogar y el mobiliario doméstico más consumidos en los comercios de proximidad. En cambio, la compra por internet aumenta su influencia en la compra de productos especializados y tecnológicos, al igual que las grandes superficies con los productos de limpieza.

Uno de los aspectos importantes a observar era el lugar de compra de los regalos de navidad dada la temporalidad de la fase. En este aspecto, se puede observar que la mayoría de las personas residentes en el centro hizo una cuarta parte de sus compras en grandes superficies, mientras el resto se centraban sobre todo en el comercio de proximidad. Hay que destacar también la compra por internet que es la segunda opción en una gran parte de la muestra.

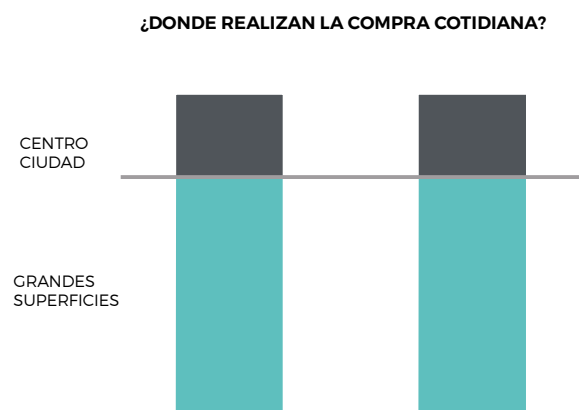


En este punto, el sesgo varía y se considera importante diferenciar a personas que acuden al centro frecuentemente y los que no, así como los que acuden a comprar o los que no lo hacen. Entre los ciudadanos que no van nunca o pocas veces al centro se observa que actividades como pasear, actividades deportivas o culturales se hacen fuera del centro en otros lugares de la ciudad o fuera de ella.

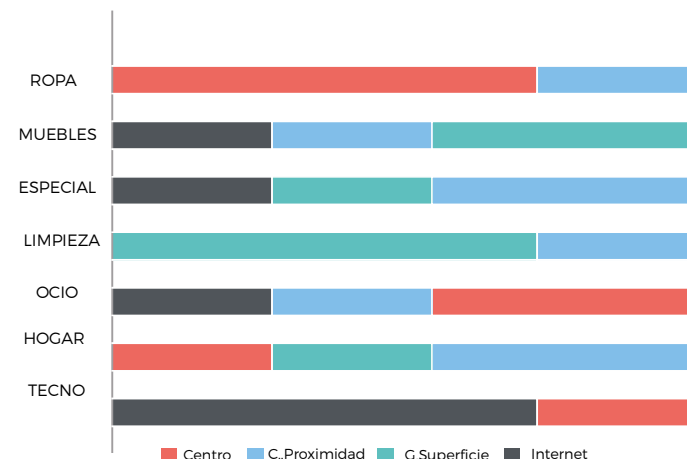
En el ámbito de gente que si va al centro a hacer la compra, la mayoría acompañan esta actividad de haces gestiones administrativas o recados, y centran su crítica sobre todo en la falta de un espacio público de calidad y la falta de infraestructura urbana como mobiliario e iluminación para que la gente acudiera en mayor medida al centro a hacer sus compras.

Por otro lado, entre la gente que no acude a comprar al centro, el motivo para ir suele ser debido a gestiones, solicitando una mayor oferta de ocio y activación cultural del espacio público, además de se mejora y renovación. Uno de los motivos por los que no van de compras es la falta de productos y diversidad comercial.

A nivel de toda la muestra, se ve que las relaciones sociales son la actividad preferida de la gente a la hora de salir de casa, seguido por la realización de actividades deportivas y culturales y en menor grado pasear. En este sentido, predomina la realización de actividades culturales fuera de la ciudad, las deportivas y el paseo en otros lugares de la ciudad y las relaciones sociales en el centro urbano.



¿LUGAR DE COMPRA DE LOS PRODUCTOS?

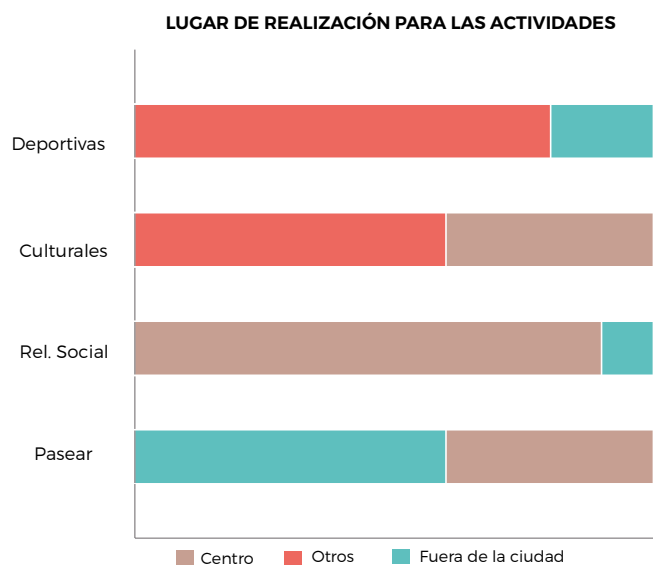


A nivel general, la mayoría de la gente va de forma frecuente al centro y considera que para hacerlo más atractivo es preciso que sea un espacio público de calidad, con una buena infraestructura urbana, un correcto sistema de iluminación y una mayor diversidad en la oferta.

En el ámbito de gente que, si va al centro a hacer la compra, la mayoría acompañan esta actividad de haces gestiones administrativas o recados, y centran su crítica sobre todo en la falta de un espacio público de calidad y la falta de infraestructura urbana como mobiliario e iluminación para que la gente acudiera en mayor medida al centro a hacer sus compras.

Por otro lado, entre la gente que no acude a comprar al centro, el motivo de acudir suele ser debido a gestiones, solicitando una mayor oferta de ocio y activación cultural del espacio público, además de se mejora y renovación. Uno de los motivos por los que no van de compras es la falta de productos y diversidad comercial.

A nivel general de toda la muestra, se ve que las relaciones sociales son la actividad preferida de la gente a la hora de salir de casa, seguido por la realización de actividades deportivas y culturales y en menor grado pasear. En este sentido, predomina la realización de actividades culturales fuera de la ciudad, las deportivas y el paseo en otros lugares de la ciudad y las relaciones sociales en el centro urbano.



A nivel general la mayoría de gente va de forma frecuente al centro y considera para hacerlo más atractivo es preciso que sea un espacio público de calidad, con una buena infraestructura urbana, un correcto sistema de iluminación y una mayor diversidad en la oferta.

CONCLUSIONES

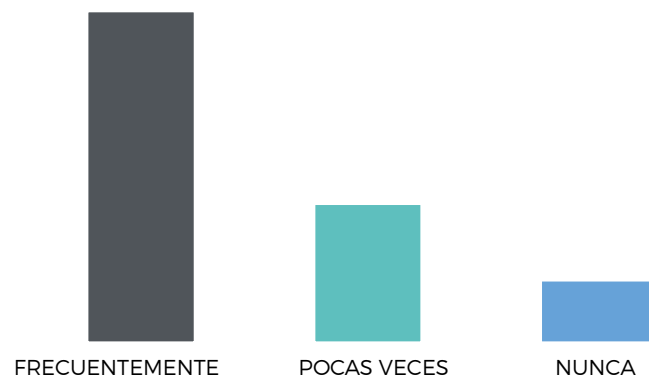
Una vez realizado el proceso de encuestas y el análisis descriptivo de los datos obtenidos en estas, es posible extraer una serie de insights que permiten definir el creer de la ciudadanía puertollanense.

Hay que tener en cuenta que el objetivo radica en complementar esta fase con el análisis de datos. Uno de los factores más relevantes detectados en este proceso es como la ciudadanía ha desplazado su modelo de consumo cotidiano a las grandes superficies de las otras ciudades. Da la impresión de que el ciudadano de Puertollano prefiere modelos comerciales donde la oferta sea variada y esté conjunta. Asimismo, parece jugar un peso importante en este proceso la competencia generada como consecuencia de la apertura de estas grandes superficies comerciales localizadas especialmente en el perímetro del casco urbano de otras ciudades relativamente cercanas como Ciudad Real, cuya oferta de productos es completa y grandes supermercados dedicados sobre todo a la alimentación y productos para el hogar, con un conjunto de características atractivas para el consumidor que incluyen una mayor oferta comercial, facilidad de acceso y precios más competitivos que el comercio local.

Parece claro que el cambio de paradigma ha generado una pérdida de actividad comercial en el centro urbano que ha producido un cambio en su composición, desplazando al comercio de tipo alimentario a las afueras y los productos de nueva generación a las grandes superficies y a la venta a través de plataformas de internet.

Todo hace indicar que el centro sigue siendo un polo de atracción para la ciudadanía de Puertollano, pero que ha cambiado la motivación de ser un activo comercial a una zona de gestiones y reuniones sociales a partir de la hostelería debido a las concentraciones de este tipo de negocio en alguna de las calles principales como la calle Puerto.

¿CADA CUANTO ACUDE AL CENTRO?



La población se ha desplazado a realizar actividades de carácter cultural, deportivo o al aire libre fuera del centro, en muchas ocasiones acudiendo a otros lugares de la ciudad como parques o recintos deportivos que ofrecen la posibilidad de realizar este tipo de actividades. Se trata de una percepción de centro puramente destinado a los trámites administrativos, las relaciones sociales y las compras, pero sin alternativas que inviten a las personas a disfrutar de la calle, una calle que por otro lado sugiere un espacio público degradado, carente de infraestructura urbana suficiente y de calidad y con una imagen urbana que no permite atraer a los ciudadanos aquí.

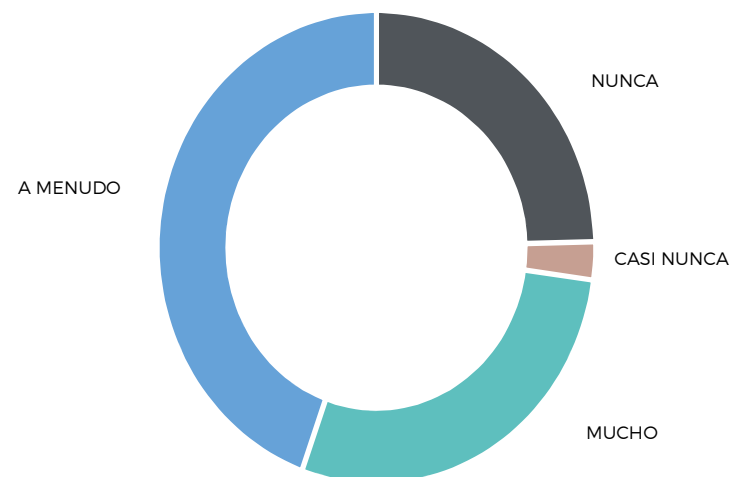
Todo lo anterior, tiene una posible relación con la falta de renovación de la oferta comercial, con poca instalación de nuevas empresas o marcas que aporten una mayor diversidad en los últimos años. Esa poca oferta parece coincidir, en tiempo, con la pérdida de atractivo y cierta degrada-

ción del espacio público en el centro de Puertollano. A todo lo anterior, se le ha unido un cambio de paradigma de consumo la pandemia de COVID-19, y que en el caso de Puertollano ha provocado un decrecimiento de los negocios existentes, que ha venido acompañado de un aumento de otros modos de compra como la venta online.

Parece que tanto la ciudadanía como los comerciantes reclaman una activación del centro de Puertollano, con nuevas actividades sociales, culturales y comerciales, que generen movimiento, intercambio y sensación de que el espacio público de Puertollano está vivo.

Ambos sectores han parecido entender la necesidad de un espacio público de calidad como eje articulador de la dinamización comercial y urbana del centro de la ciudad. Un lugar de estancia, donde personas de todas las edades puedan disfrutar del centro de Puertollano, con un mejor mantenimiento de la infraestructura urbana que acompañe, además, a una estrategia de intervención comercial que mitigue los efectos de la crisis y el aumento de cada vez un centro más vacío de comercio y personas .

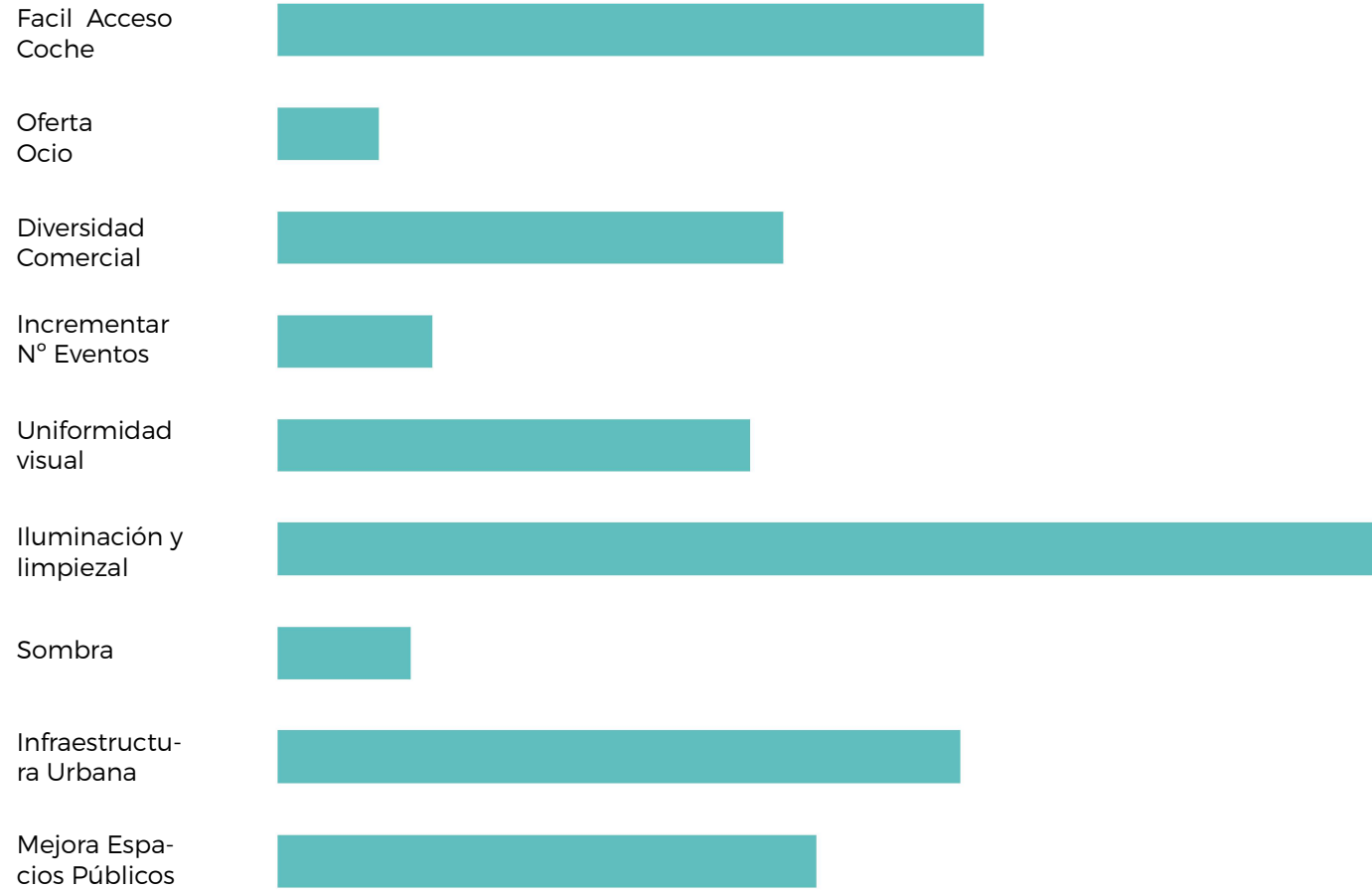
¿CON QUE FRECUENCIA COMPRA EN EL CENTRO?



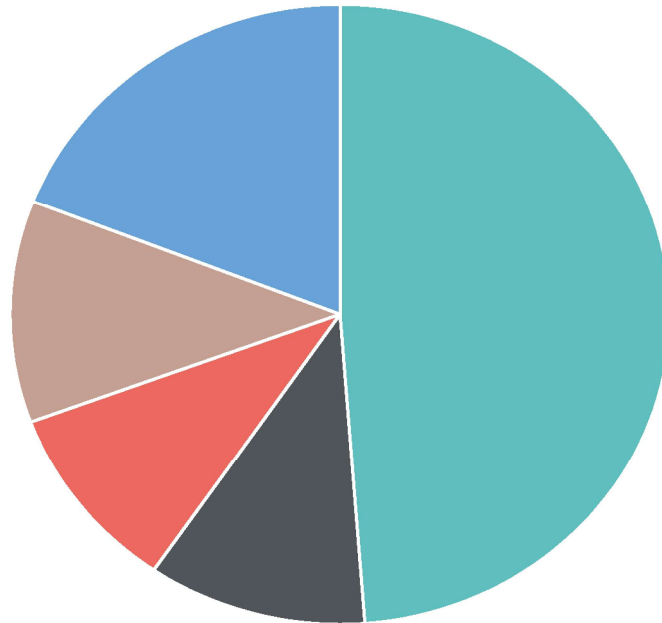
FACTORES PARA DESARROLLAR EL CENTRO



NECESIDADES DEL CENTRO

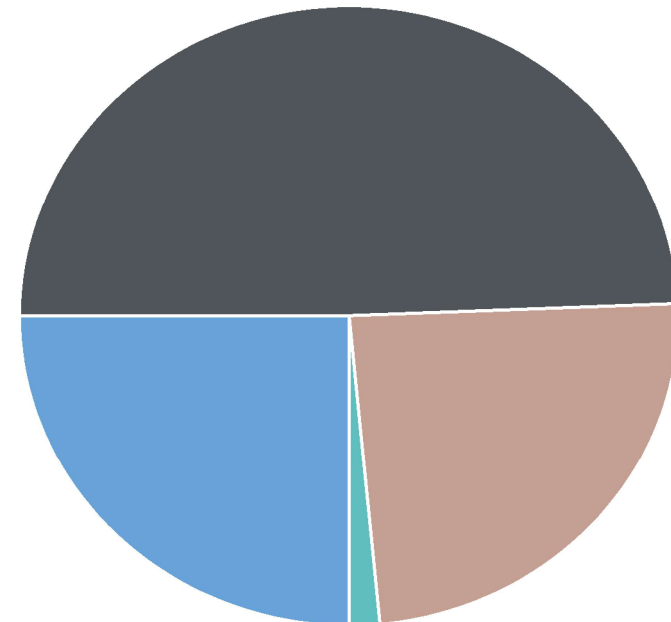


¿QUÉ AFECTA MÁS A LA IMAGEN DE LA CIUDAD



- CUIDADO ESPACIOS PÚBLICOS
- INFRAESTRUCTURA URBANA
- FALTA DIVERSIDAD DE OCIO
- FALTA DE ACTIVIDADES
- ASPECTO LOCALES VACIOS

¿QUÉ ACTIVIDADES HACE HABITUALMENTE EN EL CENTRO?



- GESTIONES ADMINISTRATIVAS
- PASEA
- OTRAS
- REUNIONES SOCIALES

CONCLUSIONES FINALES DE LA EXPLORACIÓN Y EL DIAGNÓSTICO

1. EXISTE UNA PÉRDIDA DE IDENTIDAD DEL CENTRO COMO LUGAR DE REFERENCIA COMERCIAL

2. ESCASA DIVERSIDAD FUNCIONAL Y OFERTA COMERCIAL

3. NECESIDAD DE ZONAS DE ESTANCIA Y FALTA DE ESPACIO PARA LA COTIDANEIDAD

4. FALTA DE DIVERSIDAD DE ACTIVIDADES EN EL ESPACIO PÚBLICO

5. USO DEL ESPACIO MUY VINCULADO A LAS GESTIONES DIARIAS Y ADMINISTRATIVAS

6. NECESIDAD DE UNA IMÁGEN HOMOGÉNEA EN EL CENTRO

7. CAMBIO DEL MODELO DE CONSUMO A GRANDES SUPERFICIES

8. FALTA DE INFRAESTRUCTURA URBANA COMO MOBILIARIO O ILUMINACIÓN

9. LA MORFOLOGÍA Y FALTA DE CONFORT TÉRMICO Y SOLUCIONES VERDES FORMAN UN CENTRO POCO ATRACTIVO

6. PROPUESTA DE VALOR

6. PROPUESTA DE VALOR

El Centro se ubica en un enclave privilegiado en Puertollano.

Con una estación de AVE, y abrazando el Paseo de San Gregorio, jardín botánico y eje vital del municipio, el Centro se encuentra en una posición estratégica inmejorable para mantener su dinamismo y centralidad urbana. El núcleo urbano concentra un número importante de equipamientos públicos; culturales, educativos, administrativos, deportivos, sanitarios o sociales; que deben ser capaces de impulsar la actividad cotidiana e incentivar la movilidad obligada. Asimismo, el Centro contiene Bienes de Interés Cultural (BIC), como son la Fuente Agria y la Casa de Baños; dos elementos comunes y habituales en la actividad diaria: la fuente por su uso común y el balneario, por ser la sede de la Oficina de Atención al Ciudadano.

Por todo, el Centro de Puertollano presenta un potencial incalculable para erigirse como un espacio atractivo, diverso y de calidad; donde la ciudadanía se sienta identificada y desee socializar.

El comercio de proximidad del centro urbano de Puertollano debe poner en valor todos los activos de los que dispone para ofrecer a la ciudadanía (residentes y visitantes) una singularidad en términos de experiencia vital y comercial. Sólo convirtiendo el centro en un lugar más atractivo, diverso y amable, se conseguirá revitalizar la actividad económica. La propuesta de valor del centro por lo tanto pasa no sólo por disponer de comercios más atractivos con productos más demandados sino por generar un espacio público que invita a la visita. Los seis valores estratégicos en los que se basa este Guía Estratégica de Dinamización del Comercio Local son:

El Centro debe tender hacia el fomento de la **DIVERSIDAD**. Una ciudad diversa en actividades económicas y plural en su oferta programática de espacios públicos de calidad; aumenta el interés y mejora la accesibilidad del entorno; ofreciendo una ciudad poliédrica que se adapte a las diferentes

necesidades de la ciudadanía.

El Centro debe ser **DINÁMICO**. Un territorio bullicioso y enérgico invita a la actividad experiencial en el tiempo. Para ello es necesario una vibrante actividad comercial y de restauración; así como un diseño de espacio público agradable que invite a la estancia.

El Centro debe abrazar la **COTIDIANEIDAD**, ofreciendo unas condiciones óptimas para la realización de actividades diarias. El territorio en la actualidad ya ofrece unas buenas condiciones para el paseo; y también ofrece infraestructuras adecuadas para eventos singulares (como puede ser el auditorio municipal).

El Centro debe fomentar su propia **IDENTIDAD**. Puertollano tiene pasado, presente y futuro. El Centro debe respetar su historia y a su vez debe ofrecer una identidad actualizada que genere consenso en el municipio.

El Centro debe ser **ATRACTIVO**. Un espacio bello, limpio, pensado. Esto exige mantener unos altos estándares estéticos, que a su vez, serán recompensados con el tránsito de la ciudadanía.

Finalmente, el Centro debe ser **ECOSISTÉMICO**, abordando las preguntas del siglo XXI. Esto implica ser capaz de responder a los retos climáticos, reverdeciendo y permeabilizando el territorio; y diseñando una ciudad a escala humana saludable y dinámica.

Con esta aspiración, el plan de dinamización comercial viene a ofrecer una estrategia y una batería de intervenciones que catalicen y promuevan la actividad económica y la vida cotidiana en el corto, medio y largo plazo. El diagnóstico realizado, centrado en el estudio cartográfico y en

la participación ciudadana; nos ha permitido obtener valiosos aprendizajes que nos invitan a pensar que, el Centro de Puertollano tiene un gran potencial, pero en la actualidad carece de vitalidad y diversidad propositiva.

Haciendo uso de su privilegiada posición en el municipio, se han identificado elementos con un gran potencial catalizador y dinamizador de la vida comercial y social: el Paseo de San Gregorio, la estación de tren, el mercado municipal, el Ayuntamiento (y su plaza) o el complejo de equipamientos públicos en calle Numancia (equipamiento deportivo, Biblioteca Municipal, Auditorio Municipal, y equipamientos educativos). Gracias a la nueva actuación en la parte norte del Paseo, consideramos que todo este complejo se articulará y se integrará en el municipio de forma natural. Se plantea intervenir y ahondar en activar y articular el eje Ayuntamiento - calle comercial (calle Aduana) - Jardín Botánico (Paseo de San Gregorio) - Fuente Agria y Casa de Baños (Oficina de Atención al Ciudadano) y el Mercado Municipal hasta llegar a la Plaza de Fleming. Esta intervención catalizaría todo el ámbito, vertebraría el Centro y extendería el Parque, facilitando una estrategia de reverdecimiento (y adaptación al cambio climático).

Otra intervención, que desde Khora consideramos de gran valor, se centra en el diseño de una Guía de espacio público de Dinamización Comercial. En este proceso se ha visibilizado la necesidad de abordar el espacio público como un ejercicio experiencial, desacomplejado, valiente. Puertollano necesita un Centro diverso, activo; un espacio público donde la ciudadanía quiera estar.

Este reto pasa inevitablemente por embellecer el Centro, generando un sentimiento de singularidad; por homogeneizar, dotando de un carácter común con estándares de calidad urbana coherente con la dinamización comercial; por naturalizar, extendiendo los límites del Paseo

de San Gregorio; por ordenar, jerarquizando usos prioritarios donde el peatón, el comercio y lo cotidiano coexistan; por diversificar, invitando a la aparición de usos distintos a los tradicionales que amplíen la variedad propositiva.

Estos objetivos, con multitud de acepciones; adquieren un sentido y una forma, cuando analizamos la Guía de espacio público de Dinamización Comercial desde una escala más humana, desde una escala de calle. El espacio público del Centro tiene un buen nivel constructivo, sólo hace falta ampliar la mirada y aceptar nuevos retos y funcionalidades. Las soluciones de acupuntura urbana, en este sentido; adquieren un gran valor como propuesta de intervención silenciosa pero de gran impacto.

Esta guía ofrece una metodología que permite al Ayuntamiento priorizar y seleccionar las actuaciones a realizar. Basada en estudios como el confort térmico, el soleamiento, la conectividad, la morfología o el índice de envejecimiento (entre otras variables), viene a proponer un amplio número de soluciones que se ajusten a las necesidades puntuales de cada calle del Centro de Puertollano.

7. ESTRATEGIA OPERATIVA: GUÍA DE INTERVENCIONES

7. ESTRATEGIA OPERATIVA: GUÍA DE INTERVENCIONES PARA LA DINAMIZACIÓN COMERCIAL

La dinamización de centros comerciales urbanos pasa por aspirar a convertir los espacios en atractivos, accesibles, activos y amenos. Un centro urbano con una oferta comercial numerosa y calidad o que la trama urbana esté adaptada a los consumidores, es sólo una condición necesaria pero no suficiente. Los espacios comerciales deben ofrecer a sus clientes potenciales elementos que amenicen su estancia y aporten otras sensaciones y experiencias al acto de comprar.

Se proponen 16 intervenciones transversales, seleccionadas de manera integrada y relacionadas entre sí, de manera que aporten soluciones a la propuesta de valor. Contribuirán a que el centro de Puertollano sea un espacio diverso, dinámico, cotidiano, con identidad, singular y atractivo. Estas intervenciones pueden clasificarse en 6 bloques de carácter operativo que responden a las distintas necesidades de la ciudad (ver tabla página siguiente).

BLOQUE I: LOCALES COMERCIALES CERRADOS

Los locales vacíos degradan el entorno urbano de forma evidente y el centro de Puertollano se está viendo muy perjudicado por este hecho. Solucionar este problema pasa necesariamente por empezar a alumbrarlo y compartirlo de manera que se puedan lanzar soluciones innovadoras al respecto. La complejidad de este reto es alta y se requieren actuaciones de diferente naturaleza que obliga a actuar sobre la regulación, la dinamización y la información.

BLOQUE II: IMAGEN COMERCIAL DE LA CIUDAD

Todo centro urbano que aspire a generar atractivo debe contar con una imagen comercial clara, singular y reconocible. El centro comercial abierto de Puertollano ha perdido esta identidad. Esto ha provocado la falta de renovación de locales comerciales y la implantación de nuevas marcas y empresas que supongan un soplo de aire fresco para el centro de la ciudad.

BLOQUE III: CREACIÓN DE ITINERARIOS COMERCIALES

Las intervenciones físicas y de regeneración urbana deben planificarse

con una mirada puesta en la necesidad de generar un espacio comercial atractivo en Puertollano. El flujo de viandantes y la comodidad del acceso a este espacio comercial tiene que guardar una coherencia con los objetivos de dinamización comercial. Las intervenciones propuestas en este bloque se dirigen a crear conexiones naturales entre entornos construidos como la Plaza de la Constitución o la Plaza Villareal conectándose además con los principales nodos comerciales, el Mercado Municipal y las principales calles peatonales del centro.

BLOQUE IV: IMPULSO DE LA ACTIVIDAD CULTURAL DE LA CIUDAD

Este bloque de intervenciones persigue generar espacios de carácter cultural y de ocio que inviten a generar un mayor dinamismo comercial. Actividades que atraigan a un público joven y disminuyan los problemas que genera un centro caracterizado por el uso destinado casi exclusivamente a las gestiones y el ocio nocturno de bares y restaurantes. Espacios singulares y actividades culturales y de ocio atraerán a una diversidad de público en momentos diferentes de la semana.

BLOQUE V: OPTIMIZACIÓN DE LA DINÁMICA COMERCIAL DE CIUDAD

La dinámica comercial del centro de Puertollano ha sufrido un notable descenso en los últimos años. Desde este bloque de intervenciones se pretende responder mediante el impulso del producto local de la ciudad, aprovechando la calidad del mismo, así como la creación de redes y asociaciones entre el comercio local que impulse una colaboración público-privada más constante.

BLOQUE VI: ACTIVACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO

Responder a la problemática de la necesidad de renovación del centro urbano de Puertollano es uno de los pilares fundamentales de este documento. Para ello, se van a desarrollar intervenciones que faciliten la convivencia entre comercios y residentes, fomenten la diversificación del espacio, que invite a vivirlo y que ayuden a la dinamización comercial.

1.1	1.2	2.1	2.2	3.1	3.2	4.1	4.2	4.3	4.4	5.1	5.2	5.3	5.4	5.5	6.1	6.2

DIVERSA	X	X			X		X	X		X				X	X		X
DINÁMICA	X	X	X	X	X	X	X	X			X	X		X	X	X	X
COTIDIANA		X			X	X	X	X		X			X		X	X	X
CON IDENTIDAD	X			X	X			X			X		X				
ATRACTIVA		X	X	X	X	X					X	X			X		X
ECOSISTÉMICA							X			X				X	X		X

1.1 - Inventario y seguimiento de locales vacíos / 1.2 - "Calles vivas", uso de locales vacíos / 2.1 - "Embellece Puertollano" / 2.2 - Imagen comercial de Puertollano / 3.1 - La plaza del Ayuntamiento como rotor cultural / 3.2 - Eje comercial Ayuntamiento - Mercado Municipal / 4.1 - Vivero de industrias creativas y culturales de Puertollano / 4.2 - Agenda Cultural y calendario comercial de Puertollano / 4.3 - Animación Comercial urbana / 4.4 - Acciones formativas a la infancia / 5.1 - Impulso al producto local de Puertollano / 5.2 - Guía Comercial de Puertollano / 5.3 - Creación de redes comerciales / 5.4 - Comercios amigos de los mayores / 5.5 - Establecimiento de un horario de Carga y Descarga / 6.1 - Estrategia de aparcamientos disuasorios / 6.2 - Guía de la Estrategia de activación del espacio público comercial de Puertollano

1.1

INTERVENCIÓN N.º1: INVENTARIO Y SEGUIMIENTO DE LOCALES VACÍOS

Aproximadamente el 20% de los locales del centro comercial abierto de Puertollano están vacíos desde hace mucho tiempo. No existe en todo caso un seguimiento ni un control sobre los motivos ni la ubicación de los mismos, de manera que se puedan poner medidas para contribuir desde el Ayuntamiento a resolver este problema.



Resumen

Los impactos negativos generados por el abandono y degradación de locales en el centro justifican una acción municipal que vaya más allá de mejorar el espacio público alrededor de los mismos. Los motivos que llevan a no alquilar un local comercial son muchos y variados. Agilizar la rotación de alquileres supone un reto que no siempre ha sido bien abordado y resulta muy complejo, pero el primer paso es llevar un seguimiento detallado de su localización, propietarios, estado de situación, características básicas y potencial. El primer interesado en que estos locales sean atractivos y demandados es el propio ayuntamiento y el ciudadano residente en el centro. Cualquier política pública local pasa en primer lugar por conocer y visibilizar el problema para después decidir y actuar.

Dentro de esta estrategia es posible implementar acciones que ayuden al relevo generacional, como una de las mayores dificultades detectadas como problemática de la zona de actuación a partir de la creación de una bolsa de traspasos, donde los comerciantes puedan dar publicidad a su intención de transmitir el negocio y los futuros emprendedores puedan estar informados sobre los locales comerciales disponibles, además, de diversas ayudas en los proyectos de reforma del punto de venta.

1.1



Objetivos

El objetivo de esta medida es asegurar la continuidad y supervivencia del comercio local de Puertollano, bien a través de la sucesión del negocio a familiares o bien traspasando el negocio a nuevos emprendedores.

Colaboradores

Ayuntamiento de Puertollano, asociaciones de comerciantes, agentes sociales y propietarios.

1.2

INTERVENCIÓN N°2: PROGRAMA “CALLES VIVAS” Y USO DE LOCALES VACÍOS

La ubicación de los locales vacíos coincide en gran medida con algunos de los espacios y calles comerciales con mayor potencial detectados durante la elaboración de este plan. Provocar un uso diferencial en locales vacíos de forma puntual y combinarlo con la activación del espacio público es un reto a abordar en este plan.

Resumen

Se pretende hacer un aprovechamiento de los numerosos locales vacíos existentes en el centro de Puertollano con el objetivo de que puedan ser utilizados como comercios efímeros (uso durante fines de semana u otros ámbitos temporales de interés) por parte de personas emprendedoras, productores locales, y otro tipo de personas con ideas innovadoras para exponer sus productos y/o servicios.

Se seleccionan 4-5 campañas promocionales de productos locales, se alquilan los espacios a los propietarios durante un año y se habilita el interior de los locales vacíos para dichas campañas. Se lanza una convocatoria para ceder gratuitamente los locales a aquellos productores y pymes que quieran participar, de manera que tengan la opción de disponer de una tienda durante una campaña limitada en el tiempo (1 semana, dos fines de semana). Las campañas son acompañadas de eventos en el espacio público que dinamicen y atraigan a visitantes, creando así una actividad promocional de interés. Deben ser acciones muy intensas en el tiempo, presentando un espacio cambiante en cortos periodos de tiempo, con el objetivo de que el usuario pueda pensar ¿Qué centro de Puertollano me voy a encontrar hoy?.

Se propone la creación de tiendas temporales PopUp pensadas para comercializar productos de compañías de nueva creación, que puedan fomentar la llegada de nuevos emprendedores en el futuro, promocionando al mismo tiempo los propios locales vacíos e incentivando su alquiler.

1.2



Objetivos

El objetivo es triple: atraer a gente al centro, hacer atractivos los locales vacíos, promocionar el producto local y sensibilizar sobre el enorme atractivo que tiene el centro para localizar tiendas de proximidad. Contribuirá a hacer de Puertollano una ciudad dinámica y diversa, cambiante y con una imagen distintiva e identificable.

Colaboradores

Ayuntamiento de Puertollano, asociaciones comerciales y propietarios.

2.1

INTERVENCIÓN N°3: PROGRAMA EMBELLECE PUERTOLLANO

Esta intervención persigue la mejora de la imagen de los distintos establecimientos comerciales para que se proyecte una imagen cuidada, atractiva y moderna. Generar un sentimiento de identidad y orgullo al tiempo que se amplía el espacio de oportunidad para la ciudad de Puertollano.



Resumen

La intervención debe recoger un conjunto de medidas de apoyo para la renovación, modernización y homogeneización de las fachadas y el interior de los locales comerciales del centro. Estas medidas irán acompañadas de asesoramiento y formación para mejorar el interior de los espacios con técnicas de marketing, escaparatismo y retail así como mejora del exterior de las calles acompañando a la mejora de los espacios exteriores con piezas artísticas y pintura en locales vacíos y muy degradados.

Algunas de las acciones consisten en:

- Renovación exterior del establecimiento: fachada, escaparate, rótulos, luminosos, etc.
- Renovación del interior del establecimiento.
- Información sobre las posibles fórmulas de financiación públicas y privadas para la renovación exterior e interior de los establecimientos.
- Elaboración/revisión de ordenanzas municipales sobre la colocación de rótulos, cartelería e iluminación exterior.
- Refuerzo por parte de la administración a las ayudas al comercio.

2.1



Objetivos

El objetivo de esta actuación es la generación de una imagen identificativa y cotidiana de la ciudad. Un Puertollano distinto, atractivo y singular cuyo comercio proyecte diferenciación.

Colaboradores

Ayuntamiento de Puertollano, propietarios

2.2

INTERVENCIÓN Nº4: IMAGEN COMERCIAL DE PUERTOLLANO

Las acciones relativas a la promoción y la comunicación de un destino comercial tienen la finalidad de proporcionar al comercio una imagen y personalidad que lo caracterice como un espacio único y homogéneo, para posicionarlo en su área de mercado y público objetivo



Resumen

Se construirá una narrativa promocional sobre la marca del Centro Comercial Abierto. Se pondrán en marcha toda una serie de acciones comunicativas y promocionales que tengan un hilo conductor en la creación de una imagen de Marca con su Manual de Imagen Corporativa para luego aplicarlo en las diferentes herramientas que se pongan en marcha (señalización, web, promoción, etc.).

Una marca propia para este espacio del que forme parte un concepto muy arraigado a nivel sociológico en Puertollano y que ayude al centro a situarse como destino de compras. Una marca que se utilice para identificar las diferentes acciones de dinamización comercial unido a un diseño de señalética coherente con el uso comercial y de servicios.

2.2



Objetivos

El objetivo principal es contribuir a proporcionar a la estructura comercial de Puertollano una identidad propia y diferenciada, mediante la definición de un conjunto de elementos precisos para dotar a este espacio comercial de una imagen homogénea y particular.

Colaboradores

Ayuntamiento de Puertollano

3.1

INTERVENCIÓN N°5: USO COMO ROTOR CULTURAL A LA PLAZA DEL AYUNTAMIENTO

Más de la mitad de los puertollanenses visitan el centro para realizar gestiones administrativas, la mayoría en el Ayuntamiento, situado en la Plaza del Ayuntamiento dentro del Centro Comercial Abierto. Por su singularidad y su capacidad de atracción intrínseca, se considera un espacio con una capacidad muy importante para activar y catalizar el centro.



Resumen

En la actualidad dispone de un espacio delimitado para el juego infantil con importantes deficiencias en cuanto a su integración en el resto de la plaza. Es el único espacio de juegos infantil del Centro, pero tiene un potencial importante de ser reconvertido en un espacio más dinámico, abierto y versátil.

Por este motivo, se propone ampliar el espacio de uso para el juego infantil, reverdecer el espacio y hacerlo más abierto, reducir el peso del vehículo privado y abrirlo a otros usos compatibles con las terrazas existentes y la actividad infantil, aprovechando las características morfológicas y diversificando el espacio con áreas de eventos culturales, donde poder centralizar una amplia oferta de actividades, gracias a la cercanía del museo actual.

Este tipo de actuaciones vienen a reformular la idiosincrasia de la ciudad, creando una nueva simbología, un nuevo referente atractivo para pasear por el centro.

3.1



Objetivos

El objetivo principal es contribuir a proporcionar una infraestructura cultural atractiva para Puertollano con una identidad propia y diferenciada, mediante la definición de un conjunto de elementos precisos para dotar a este espacio central de una amplia activación cultural.

Colaboradores

Ayuntamiento de Puertollano, asociaciones y agentes culturales de la ciudad.

3.2

INTERVENCIÓN N°6: EJE COMERCIAL AYUNTAMIENTO- MERCADO MUNICIPAL

El proyecto busca articular físicamente tres elementos de especial interés en el municipio, para fomentar sus sinergias e impulsar un eje perpendicular sobre el jardín botánico del Paseo de San Gregorio.



Resumen

Se propone conectar el Ayuntamiento, el eje comercial (calle Aduana) con el Paseo San Gregorio inicialmente (Fuente Agría y Casa de Baños) y con el Mercado Municipal en última instancia. De este modo, se aborda la conectividad entre el ocio verde en el parque con los principales tractores comerciales y de restauración del municipio.

La intervención pasa por realizar un calmado de tráfico, una mejora del pavimento y principalmente, liberar de obstáculos esta conexión. En la actualidad, el jardín botánico se encuentra colmatado, con unos límites marcados con soluciones arbustivas. Poder ampliar este eje hasta el Ayuntamiento proporcionará una reformulación urbana del centro de Puertollano y un nuevo espacio de oportunidad para el desarrollo del comercio local.

3.2



Objetivos

El objetivo fundamental de la intervención es facilitar la caminabilidad y la accesibilidad de lugares clave que hagan más permeable la zona comercial y amable para el paseo, facilitando la afluencia de ciudadanos.

Colaboradores

Ayuntamiento de Puertollano

4.1

INTERVENCIÓN N°7: VIVERO DE INDUSTRIAS CREATIVAS Y CULTURALES DE PUERTOLLANO

El centro carece de espacios atractivos de encuentro de emprendedores y de negocios alrededor de las industrias creativas y culturales (economía naranja). Aflorar todo este tejido creativo y hacerlo más visible al resto de la ciudadanía otorga calidad y atractivo urbano. Con estos espacios se pretende además contribuir a generar diálogos e interconexiones culturales que permitan retroalimentar estas dinámicas positivas para el centro..



Resumen

Se propone habilitar un espacio municipal para la instalación de empresas de la economía naranja (diseñadores, fotógrafos, artistas, desarrolladores de videojuegos, ...) y lanzar programas específicos para dinamizar y facilitar la colaboración entre la administración local, las empresas instaladas y los profesionales del sector; contribuir a la formación especializada de las empresas y potenciales emprendedores en el sector; orientar a las empresas culturales y creativas al mercado; aumentar su competitividad; y reforzar y cohesionar el sector, con el objetivo también de dinamizar el espacio público del centro.

¿Qué se persigue con esto?

- Apoyar el desarrollo de las empresas del sector cultural y creativo poniéndolas en valor y visibilizándolas en la zona de actuación.
- Apostar por este sector como generador de dinamismo en el centro de Puertollano y que al mismo tiempo vayan ocupando locales comerciales al salir del espacio de colaboración.
- Facilitarle herramientas y espacios vinculados al comercio local para la puesta en marcha y consolidación de empresas del sector cultural y creativo.

4.1



Objetivos

El objetivo de esta intervención radica en la activación y dinamización cultural de la ciudad, de tal forma que ésta acompañe al comercio local en su crecimiento, retroalimentándose mutuamente.

Colaboradores

Ayuntamiento de Puertollano y agentes culturales de la ciudad.

4.2

INTERVENCIÓN N°8: AGENDA CULTURAL Y CALENDARIO COMERCIAL DE PUERTOLLANO

Los calendarios de actividades culturales y comerciales no están vinculados, cuando la mejor manera de atraer afluencia al centro es que el área comercial cuente con una propuesta de valor muy diferenciada de otras grandes superficies comerciales que aportan ventajas muy diferentes.



Resumen

Se pretende conseguir que la zona de actuación se convierta en sí misma en una atracción cultural, comercial y de ocio para el residente y el visitante, ayudando a recuperar la actividad ciudadana y económica anterior a partir de la realización y calendarización coordinada de eventos. Acciones que pueden acompañar la organización de esta agenda podrían ser:

- Noches temáticas
- Concursos de fotografía, teatro, pintura,...
- Conciertos en la Concha de la Música
- Acreditación de artistas para actuar en el centro, previos permisos.
- Participación de los comerciantes en el diseño de las agendas.
- Red de colaboradores habituales que provean servicios de activación cultural y de ocio en el centro.

4.2



Objetivos

OBJETIVOS

El objetivo último que se persigue es contar con una planificación estructurada y ordenada de los eventos de dinamización del comercio en coordinación con la agenda cultural de la ciudad, incluyendo también aquellas campañas y programas de fidelización de clientes.

Colaboradores

Ayuntamiento de Puertollano, agentes culturales y asociaciones de comerciantes.

4.3

INTERVENCIÓN N°9: ANIMACIÓN COMERCIAL URBANA

Las acciones de animación comercial resultan clave para atraer flujos de potenciales consumidores a la zona comercial, promover la fidelización de clientes y diversificar las ventas en horarios y días de la semana de baja afluencia.



Resumen

La batería posible de acciones de este tipo es muy amplia. A continuación se recogen algunas habituales que dan buenos resultados:

- Premios a productos o escaparates de locales comerciales.
- Jornadas gastronómicas entre los bares y restaurantes del centro comercial (ferias y rutas).
- Mercadillos y cierres temporales de calles con rebajas

4.3



Objetivos

- Incrementar la presencia del comercio local en las acciones lúdicas que se lleven a cabo.
- Promover la visita de personas al municipio con el fin de que estos se convierta en clientes comerciales.
- Incrementar el tiempo de permanencia de los clientes en sus compras y en las calles comerciales.
- Establecimiento de sinergias con otro tipo de actividades en diversas zonas del municipio

Colaboradores

Ayuntamiento de Puertollano, agentes culturales y comerciales.

4.4

INTERVENCIÓN N°10: ACCIONES FORMATIVAS A LA INFANCIA

La importancia de los más pequeños en el futuro de Puertollano supone un pilar clave para la dinamización del comercio. Espacios comerciales adecuados para la infancia asegura la presencia de visitantes en el centro comercial abierto.



Resumen

Se proponen diversas campañas de formación a niños y adolescentes donde se les imparten charlas respecto de la importancia del comercio local. Otra parte importante de esta campaña serían las visitas guiadas con los comercios de la zona centro donde se pudiesen establecer acciones participativas para ellos donde pudiesen ver el día a día de los comerciantes y se llevarán algún tipo recompensa.

Otra de las opciones a valorar, es una campaña de Dinamización Comercial es un programa en el que se crean espacios de animación y conciliación para dinamizar el comercio y favorecer el consumo.

Por ejemplo, se podrían desarrollar talleres infantiles donde los más pequeños de la casa pueden disfrutar de actividades y espacios lúdico-recreativos, estimulando su creatividad, aprendiendo ciencia de una forma divertida, realizando deportes y siempre con juegos cooperativos.

4.4



Objetivos

Concienciar a los más pequeños sobre el consumo de proximidad y el producto local de Puertollano ayudando a largo plazo a la dinamización comercial, a que los niños entiendan la importancia del consumo local y participen de ella.

Colaboradores

Ayuntamiento de Puertollano, escuelas, institutos y colegios públicos.

5.1

INTERVENCIÓN N°11: IMPULSO AL PRODUCTO LOCAL DE PUERTOLLANO

Esta herramienta considera crear un ecosistema de promoción y comercialización del producto local para Puertollano.



Resumen

Dentro de esta intervención se contempla aunar al comercio local de Puertollano bajo una marca única, diferenciada y representativa y vinculada al producto local de la ciudad. Para ello, es preciso la creación y registro de la marca, la adhesión al sistema de comercialización (productores, comerciantes, hosteleros...) bajo una ordenanza de uso y la puesta en marcha de las herramientas necesarias para su promoción y comercialización (ferias, eventos, venta y uso del producto local en comercios y restaurantes...).

Algunos ejemplos para proporcionar esta marca asociada al producto local sería, por ejemplo, una campaña subvencionada por el Ayuntamiento y que pudiese establecer una serie de "bonos locales" o descuentos y gratificaciones por consumir en comercios adheridos a la red de producto local, lo que favorece este tipo de compras.

Por ejemplo, la creación de una tarjeta de fidelización, virtual o no, mediante la que los clientes del comercio local podrían acumular puntos y beneficiarse de descuentos y promociones.

Esto supondría una contrapartida para el comercio local, ya que obtendrían sellos diferenciadores y participarían de una red de promoción local, de la que obtendrán notables ventajas (publicidad, comunicación, etc)..

5.1



Objetivos

Potenciar el producto local de la ciudad y enmarcarlo bajo una marca única que permita al comercio de Puertollano ser reconocido.

Colaboradores

Ayuntamiento de Puertollano, comercio y asociaciones comerciales de Puertollano.

5.2

INTERVENCIÓN N°12: GUÍA COMERCIAL DE PUERTOLLANO

En un entorno en el que los consumidores cuentan con variadas y distintas alternativas de elección, es de vital importancia la comunicación a la ciudadanía respecto de la oferta comercial local.



Resumen

Los comercios deben centrar su estrategia en mantener una comunicación fluida y constante con el cliente actual y potencial para diferenciarse y posicionarse frente a otras alternativas comerciales.

Para ello, se propone establecer un directorio de comercios y servicios de la ciudad, lo cual constituye una herramienta de comunicación ideal y conjunta hacia los consumidores. La guía comercial de Puertollano es una estrategia de promoción al comercio y de los servicios del municipio que se complementa a otras intervenciones como la creación de una agenda cultural.

La idea es crear un canal digital o aplicación online en la que se vuelque toda la información respecto de los servicios comerciales, las campañas, las distintas ofertas y un directorio de comercios de la ciudad. A parte, se desarrollará un formato físico en forma de revista que se repartirá en puntos clave de la ciudad como la calle, oficinas de turismo, comercios o ayuntamiento en un intervalo temporal a decidir.

Esto ayudará a su accesibilidad para todos los grupos de edad, desde los más pequeños a los más mayores, pasando por las personas que no posean o tengan dificultades con la plataforma online y para cualquier visitante de la ciudad. La accesibilidad a la comunicación comercial para todo el público supone una importante oportunidad para el futuro de Puertollano.

5.2



Objetivos

El objetivo básico de esta intervención es el de proyectar la realidad comercial de la ciudad, promocionando la oferta comercial diversificada que ofrece y dando a conocer los diferentes servicios a todos los potenciales consumidores de la ciudad.

Colaboradores

Ayuntamiento de Puertollano, asociaciones comerciales, propietarios, etc.

5.3

INTERVENCIÓN N°13: CREACIÓN DE REDES COMERCIALES

No existe entre los comerciantes del centro una asociación activa que aglutine a los locales ubicados en el perímetro marcado. Una voz común de estos locales de la zona centro facilitará la interlocución con el Ayuntamiento y otros agentes clave.



Resumen

Se propone incentivar la creación de una comunidad de propietarios o arrendatarios de los locales del centro comercial abierto que invite a la cooperación, reflexión, organización conjunta de eventos y creación de propuestas para ser lanzadas junto al Ayuntamiento y otros agentes clave. Esta posible asociación también contribuirá a compartir retos, información y proyectos que dinamicen la actividad. Por otro lado, esta red puede facilitar la canalización de demandas y ayudas con el fin de lanzar proyectos más ambiciosos como entregas a domicilio, premios de fidelización con descuentos, salas de lactancia, financiación de compras, aparcamiento gratuito, centrales de compra, etc.

Un centro comercial abierto como el de Puertollano, que está conformado por múltiples comercios de diversos sectores (alimentación, equipamiento personal, equipamiento hogar, comercio especializado, hostelería y restauración, servicios personales, etc.), tiene una excelente oportunidad de acceder, por parte de cada una de las empresas locales y de forma ventajosa, a la gran cantidad de servicios y productos comunes que pueden ofrecerse entre ellos.

5.3



Objetivos

Facilitar una interlocución ágil y provechosa entre los comerciantes (propietarios y arrendatarios) con el Ayuntamiento de Puertollano.

Colaboradores

Ayuntamiento de Puertollano, comercios y asociaciones comerciales de la ciudad.

5.4

INTERVENCIÓN N°14: COMERCIOS AMIGOS DE LOS MAYORES

Esta actuación constituida en torno al comercio de proximidad y la atención personalizada ha de servir como apoyo a la autonomía y prevención del aislamiento en las personas mayores



Resumen

Se trata de una iniciativa transversal a otras actuaciones descritas anteriormente, cuya finalidad es establecer acuerdos de mejora con establecimientos comerciales minoristas de proximidad, con atención personalizada y especializados, sea cual sea el formato de negocio para crear una red de comercios recomendables para las personas mayores.

Esta red constituida en torno al comercio de proximidad y la atención personalizada ha de servir como apoyo a la autonomía y prevención del aislamiento en las personas mayores y a la implementación de las siguientes estrategias:

- Mejorar la accesibilidad del comercio para las personas mayores mediante la sensibilización respecto a las características físicas, cognitivas o sensoriales que vienen determinadas por esta etapa del ciclo vital.
- Sensibilizar al sector comercial sobre los aspectos y medidas que pueden adoptar para mejorar la calidad de atención a las personas mayores.
- Visibilizar la labor de mejora de los comercios adheridos a la Red como aportación para mejorar la calidad de vida en la ciudad.

5.4



Objetivos

Facilitar la cotidianidad de las personas mayores en el Centro Comercial de Puertollano mejorando la accesibilidad y sensibilización del comercio local respecto de este grupo de edad.

Colaboradores

Ayuntamiento de Puertollano y propietarios comerciales de la ciudad.

5.5

INTERVENCIÓN N°15: ESTABLECIMIENTO DE UN HORARIO DE CARGA Y DESCARGA

Uno de los defectos del centro comercial abierto destacados por la ciudadanía es la fricción de vehículos de carga y descarga, por un uso impropio de este servicio, lo que reduce calidad al espacio público. Una regulación y vigilancia eficaz de este servicio contribuirá a hacer del centro un lugar más amable para el peatón.



Resumen

El Ayuntamiento establecerá un nuevo modelo y horarios concretos para la carga y descarga de mercancías en los principales ejes comerciales del centro, garantizando así el carácter peatonal de las calles y el normal desarrollo de la actividad comercial.

El nuevo modelo de carga y descarga establece tres fórmulas y horarios en función de las dimensiones y, por tanto, el peso de las mercancías. Para ello, se exige coordinación entre los empresarios y su colaboración con el Ayuntamiento, puesto que la peatonalización, además de mejorar la accesibilidad y la habitabilidad de la zona, redundará en un mayor beneficio para sus negocios.

5.5



Objetivos

Garantizar, en todo momento el carácter peatonal de la zona centro, haciéndola compatible con el desarrollo de su actividad comercial y hostelera, y mejorando la transitabilidad y la accesibilidad a los diferentes locales.

Colaboradores

Ayuntamiento de Puertollano.

6.1

INTERVENCIÓN N°16: ESTRATEGIA DE APARCAMIENTOS DISUASORIOS

Identificar bolsas de posible aparcamiento que en el tránsito hacia una modalidad de transporte sostenible permita generar una facilidad en el uso del centro comercial abierto para los ciudadanos puertollanenses que viven en zonas alejadas del centro.



Resumen

Esto debería alinearse con un planteamiento de calles atractivas donde el consumidor pudiese disfrutar de la experiencia no sólo de la compra sino de ir a comprar.

En algunos proyectos previos se han localizado solares vacíos a los que se ha dotado de uso para vehículos y que han permitido una mejora en el acceso a zonas claves a nivel comercial.

6.1



Objetivos

Garantizar, en todo momento el carácter peatonal de la zona centro, facilitando la accesibilidad en vehículo personal en las proximidades del mismo y haciéndola compatible con el desarrollo de la modalidad de transporte sostenible.

Colaboradores

Ayuntamiento de Puertollano.

6.2

INTERVENCIÓN N°17: GUÍA DE LA ESTRATEGIA DE ACTIVACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO COMERCIAL DE PUERTOLLANO

Hasta ahora las intervenciones físicas en el centro no han respondido a criterios homogéneos sobre el mobiliario, las luminarias, jardineras, zonas de estancia, peatonalización, etc. El espacio público del centro de Puertollano precisa de una evidente intervención desde una perspectiva multivariable, lo que supone una nueva manera de entender la calle.



Resumen

Se ha desarrollado una guía de intervención urbana del comercio de Puertollano desde la perspectiva de la conectividad (áreas de servicio...etc.), morfología urbana (secciones, viario, intervenciones a distintas escalas) e intervenciones dirigidas al comercio que implementen acciones para dar respuesta a las problemáticas detectadas. Los objetivos de esta guía son homogeneizar, embellecer, ordenar, naturalizar y en definitiva reactivar el centro desde un punto de vista comercial.

Esta metodología facilitará la toma de decisiones, y permitirá priorizar las actuaciones y definir las medidas a adoptar.

6.2



Objetivos

El principal objetivo radica en la activación y mejora de los espacios públicos de Puertollano para la recuperación de la vida urbana de la ciudad.

Colaboradores

Ayuntamiento de Puertollano.

8. GUÍA DE LA ESTRATEGIA DE ACTIVACIÓN DEL ESPA- CIO PÚBLICO Y COMERCIAL

8.1 ¿POR QUÉ ESTA GUÍA DE ESPACIO PÚBLICO Y COMERCIO?

En el marco de las intervenciones urbanas propuestas a escala Centro Comercial Puertollano, se ha identificado la necesidad de diseñar una Guía de Diseño de Espacio Público que fije las bases de un entorno no-construido de calidad.

Los cambios en el espacio público, en contraposición con los ritmos actuales, acostumbran a darse a partir de dinámicas de acupuntura urbana; es decir, con el inexorable paso del tiempo, diferentes elementos urbanos (en base a necesidades específicas) van posándose en el espacio público definiendo silenciosamente el paisaje de la ciudad.

Generalmente, estas intervenciones adolecen de una planificación o estrategia previa; y el resultado, en consecuencia, acostumbra a carecer de unidad visual y programática. Adicionalmente, la falta de reflexión en torno a este apartado, conlleva a desconocer las normativas vigentes de accesibilidad, emergencias u otras que permiten parametrizar el diseño urbano desde una perspectiva de funcionalidad.

En este contexto, esta guía viene a fijar la mirada en una estrategia a corto, medio y largo plazo en el espacio público; que responda a las necesidades que se presentan en el Centro Comercial, con el objetivo de realizar una propuesta que aborde los principales retos que se presentan en el proyecto: homogeneizar y ordenar el espacio público, embellecer el paisaje urbano; y diversificar y naturalizar el Centro incluyendo variables ecosistémicas (aproximándose así a los retos climáticos del siglo XXI de forma inclusiva).

Para llevar a cabo esta guía, y con el objetivo de realizar un diagnóstico adecuado del ámbito de estudio, se ha realizado un estudio específico y en profundidad sobre datos espaciales (disponible lectura en el anexo II).

En este caso, principalmente se han analizado variables morfológicas. El entorno construido ejerce como principal limitante con condicionantes

como la anchura de calle u otras características más relacionadas con el confort térmico, como pueden ser la isla de calor y el soleamiento.

A su vez, y como propuesta de valor de esta guía; se ha estudiado también la relación del espacio público con la escala intermedia (o cotidiana) de la ciudad. El espacio público es una concatenación de calles, plazas y parques que, por definición, no pueden entenderse como superficies aisladas ni aislables. Y es precisamente su correcta articulación lo que permite una mayor probabilidad de activación.

El Centro de Puertollano dispone de una red de equipamientos públicos (culturales, sociales, educativos, administrativos, sanitarios) que a partir del estudio de sus áreas de servicio (5 minutos de distancia caminando), se puede inferir el potencial de conectividad de sus calles más próximas. Un ejemplo claro en este sentido puede darse en las vías cercanas a un colegio: probablemente estas sean idóneas para implementar estrategias de caminos escolares o pacificación y calmado de tráfico.

Este documento pretende situarse como punto inicial en el proceso de planificación del espacio público de Puertollano, aproximándose al contexto urbano de la ciudad, ofreciendo una metodología abierta y proponiendo acciones para afrontar la (compleja) tarea de mejora y activación del espacio público, desde la administración pública y la ciudadanía.

Con este objetivo, y tras el diagnóstico previo, la Guía pone foco en diferentes estrategias de intervención del espacio público, para finalmente, seleccionar una serie de elementos físicos (mobiliario urbano) que responden a la necesidad de materializar toda la metodología en un entorno físico y real.

8.2 OBJETIVOS

HOMOGENEIZAR

DOTAR DE UN CARÁCTER COMÚN CON ESTÁNDARES DE CALIDAD URBANA COHERENTE CON LA DINAMIZACIÓN COMERCIAL.

EMBELLECER

GENERAR UN SENTIMIENTO DE SINGULARIDAD AL CENTRO HACIÉNDOLO DIFERENCIAL AL RESTO. SEÑA DE IDENTIDAD DE PUERTOLLANO.

NATURALIZAR

EXTENDER LA SENSACIÓN DE NATURALEZA DEL PARQUE A OTRAS ZONAS COMERCIALES: CENTRO Y ZONA DE MERCADO DE ABASTOS.

ORDENAR

JERARQUIZAR USOS PRIORITARIOS EN EL CENTRO DONDE EL PEATÓN, EL COMERCIO Y LO COTIDIANO PREVALECE.

DIVERSIFICAR

INVITAR A LA APARICIÓN DE USOS DISTINTOS EN EL CENTRO A LOS TRADICIONALES PARA ACOMPAÑAR A LOS ACTUALES Y AMPLIAR LOS POTENCIALES VISITANTES Y CLIENTES.

8.2 OBJETIVOS

Alineados con los objetivos generales del proyecto, esta guía persigue alinear objetivos y estructurar el planteamiento urbano.

Para ello, nos centramos en cinco líneas de actuación generales que nos van a permitir generar el marco necesario que nos permita poner foco en el diseño y estructuración del espacio público. Son las siguientes:

HOMOGENEIZAR

El Centro de Puertollano contiene un número muy amplio de elementos en el espacio público que, sin embargo, carecen de una línea estratégica o un planteamiento que permita identificar y reflejar la identidad del municipio. Homogeneizar en este contexto significa analizar, consensuar y seleccionar un mínimo de tipologías mobiliarias que posibilite un buen funcionamiento, evite la contaminación visual y refuerce la identidad del espacio público.

Para ello, se han realizado sesiones y dinámicas con el municipio que han permitido seleccionar bancos, jardineras, luminarias, papeleras o aparcabicicletas, entre otros; que permiten unificar los elementos del espacio público.

EMBELLECER

El centro urbano de Puertollano, necesita mantener su *genius loci*. Es el Centro de la ciudad: seña de identidad y área que ha mantenido su relevancia a pesar de estrategias urbanas expansivas que vaticinaban, equivocadamente, el ocaso de su posición estratégica.

Por este motivo, el Centro debe generar un sentimiento de pertenencia y de singularidad. Y esto pasa inevitablemente por generar un ámbito atractivo para la ciudadanía.

NATURALIZAR

El Centro de Puertollano dispone de un gran parque en el corazón de la ciudad, el Paseo de San Gregorio. Sin embargo, esta estrategia de re-verdecimiento no se ve continuada en el resto de la ciudad. Esta actuación viene a extender el parque al resto de la ciudad, generando unos incipientes ejes ecológicos que mejoren el confort térmico y doten de pequeños espacios verdes de estancia ('pocket parks') el Centro.

ORDENAR

El espacio público de una ciudad requiere de unas reglas mínimas que permitan el buen funcionamiento. Aprovechando la reciente tendencia a diseñar ciudades a escala más humana, se propone delimitar (y abrazar) la fricción entre diferentes modos (de transporte) y usos (comercial, restauración), como estrategia para fomentar una correcta convivencia.

Para este objetivo, se concibe necesario ordenar el espacio público (y todos los mobiliarios urbanos instalados) como actuación que facilite jerarquías naturales en el Centro. En este sentido, la metodología basada en franjas de servicio cobrará relevancia propositiva.

DIVERSIFICAR

Tradicionalmente, el espacio público se diseña desde una estrategia de monocultivo (o monofuncionalidad). Con el objetivo de evitar fricción en su uso, se ha limitado y se ha delimitado el espacio público a usos muy específicos (zona de juegos infantiles, zona de terrazas, etc). Con esta actuación se propone fomentar la imaginación, ofrecer un mayor número de formas de entender el espacio público ampliando así las posibilidades de dar respuesta a un segmento de población más alto.

8.3 MORFOLOGÍA URBANA Y ÁREAS DE SERVICIO

LA IMPORTANCIA DE LA MORFOLOGÍA URBANA

La morfología urbana analiza los condicionantes que el entorno construido genera en el espacio público. Considerando que el diseño urbano aparece como consecuencia de la edificación (y no al revés), es preciso estudiar y entender las limitaciones que ésta genera, con el objetivo de proporcionar soluciones eficientes con los objetivos de la guía.

Por este motivo, se han establecido tipologías de calle a partir del cañón urbano y sus medidas; permitiendo así desarrollar esta guía que vincula cada intervención con el tamaño finito de cada calle.

El Centro de Puertollano cuenta, como se ha podido ver en el diagnóstico, con espacio público accesible tanto relativo a la pendiente como al espacio destinado al peatón. De hecho, el ámbito cuenta con un número importante de calles peatonalizadas.

A la hora de realizar una primera clusterización, se ha considerado la reciente actualización de la normativa estatal de accesibilidad (la cual obliga a liberar 1,8 metros desde cada fachada) así como los pasos en caso de emergencias (dotando este carril con 3,5 metros). Esto obliga a tener que liberar, al menos en 7,1 metros cada calle, considerando exclusivamente la función de movilidad.

A partir de esta unidad, se empieza a liberar superficie en el el espacio público para todo tipo de actividades ajenas a la movilidad. Estas áreas reciben el nombre de franjas de servicio; y a tenor de los puntos anteriores, esto nos ha permitido realizar la siguiente clasificación:

- **Calles con menos de 7,1 metros:** no proporcionan franja de servicio (f.s.).
- **Calles de 7,1 a 8,1 metros:** proporcionan 1 metro de franja de servicio (f.s.).
- **Calles de 8,1 a 9,1 metros:** proporcionan una franja de servicio de 2 metros.
- **Calles de 9,1 metros a 10,1 metros:** proporcionan una f.s. de 3 metros.
- **Calles de 10,1 a 11,1 metros:** proporcionan una franja de servicio de 4 metros.
- **Calles por encima de los 11,1 metros:** proporcionan una f.s. mayor de 4 m.

Las franjas de servicio suponen un ámbito de oportunidad para cambiar el espacio público respetando las medidas mínimas que debe poseer una vía para que sea funcional. Todo el espacio restante supone la posibilidad de crear distintas soluciones más o menos innovadoras que faciliten el intercambio social y dinamicen la actividad comercial.

CENTRALIDAD Y PROXIMIDAD A EQUIPAMIENTOS

A la hora de seleccionar intervenciones urbanas, la caracterización morfológica se ve complementada por los condicionantes urbanos. Después de todo, cada calle forma parte de un contexto y como tal convive con su entorno más próximo.

En este caso, a partir de áreas de servicio, se ha analizado la centralidad, conectividad y proximidad de cada calle en relación con los diferentes equipamientos públicos y puntos de interés de la ciudad. Así pues, es posible distinguir en Puertollano, cuatro tipologías en función de las distintas áreas de servicio a equipamientos que posean:

- Calles próximas a equipamientos de carácter administrativo como, por ejemplo, ayuntamientos, juzgados u oficinas de empleo.
- Calles próximas a equipamientos de carácter cultural como teatros, auditorios, museos, centros culturales o Bienes de Interés Cultural.
- Calles próximas a equipamientos educativos como colegios, guarderías o institutos.
- Calles próximas a las principales estaciones o paradas de transporte público.

El resto de equipamientos analizados (sanitario, social, deportivo); son de gran interés metodológico, pero como motivo de su bajo impacto en el espacio público, preliminarmente no se abordarán en esta guía.

8.3 MORFOLOGÍA URBANA Y ÁREAS DE SERVICIO

CARACTERIZACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO: DATOS Y CARTOGRAFÍA

HOSTELERÍA



COMERCIO



LOCAL VACÍO



ESPACIO PEATONAL



ESPACIO VERDE



ESPACIO DE ESTANCIA



SOLEAMIENTO



MOBILIARIO



8.3 MORFOLOGÍA URBANA Y ÁREAS DE SERVICIO

CARACTERIZACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO: DATOS Y CARTOGRAFÍA

Á.S. EQ. CULTURAL



Á.S. EQ. SOCIAL



Á.S. EQ. EDUCATIVO



Á.S. EQ. DEPORTIVO



Á.S. EQ. SANITARIO



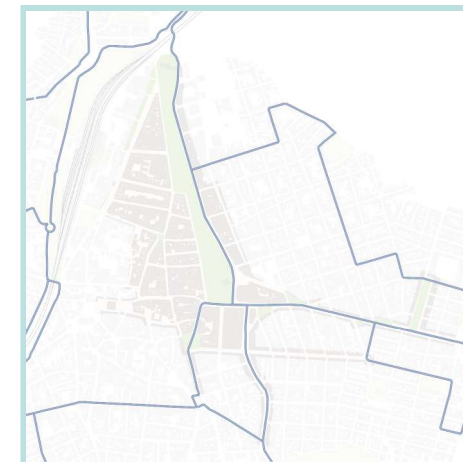
Á.S. EQ. ADMIN.



ÁREA SERVICIO BIC



LÍNEAS DE BUS



8.3 MORFOLOGÍA URBANA Y ÁREAS DE SERVICIO

CARACTERIZACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO: MORFOLOGÍA Y ANCHURA DE CALLE

< 7 METROS (24,0%)



> 7; <8 METROS (15,5%)



> 8; <9 METROS (7,1%)



> 9; <10 METROS (7,2%)



> 10; <11 METROS (12,5%)



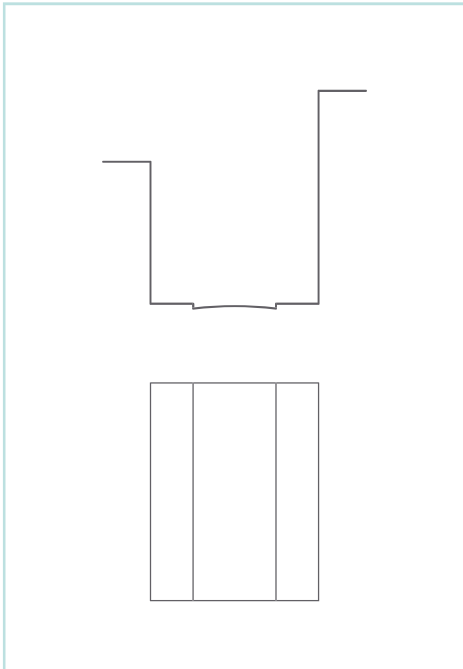
> 11,0 METROS (50,4%)



8.3 MORFOLOGÍA URBANA Y ÁREAS DE SERVICIO

FRANJAS DE SERVICIO

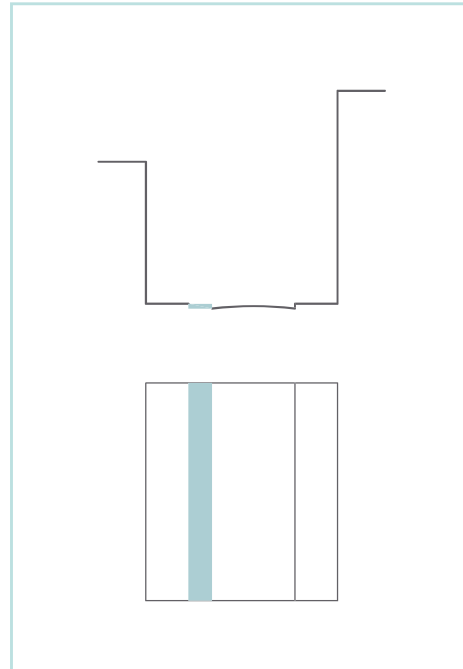
< 7 METROS (0,0 M)



POSIBLES USOS [EN 0 METROS]

-

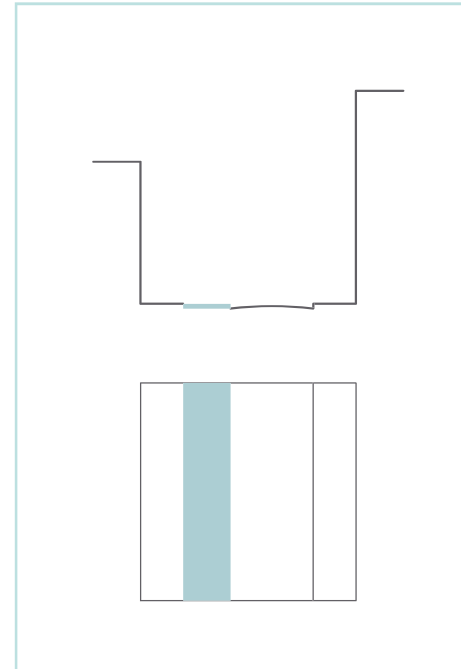
> 7; <8 METROS (1,0 M)



POSIBLES USOS [EN 1 METRO]

BANCO EN LÍNEA, JARDINERA, PAPELERA, FAROLA (SI NO SE COLOCARAN EN PARED O SUSPENDIDAS)

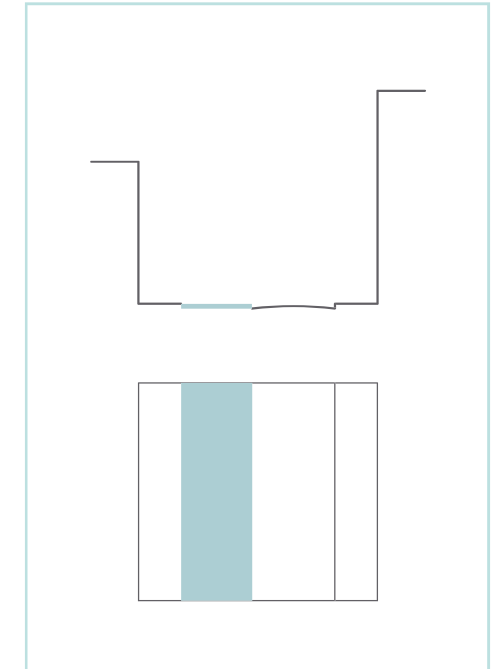
> 8; <9 METROS (2,0 M)



POSIBLES USOS [EN 2 METROS]

BANCO EN LÍNEA, JARDINERA, PAPELERA, FAROLA (SI NO SE COLOCARAN EN PARED O SUSPENDIDAS), APARCABICICLETA, TERRAZA, TÓTEM DIGITAL

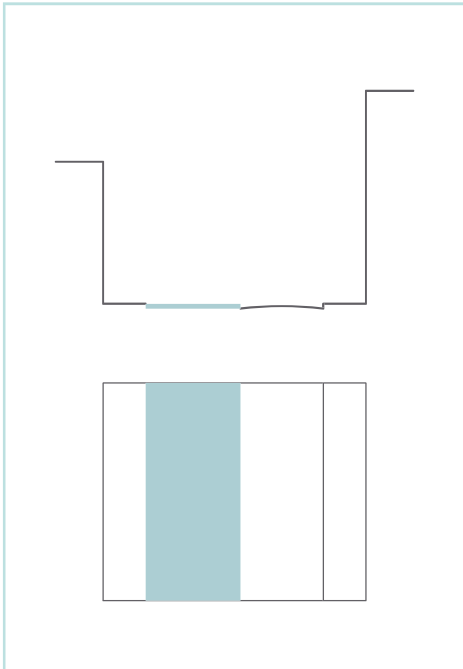
> 9; <10 METROS (3,0 M)



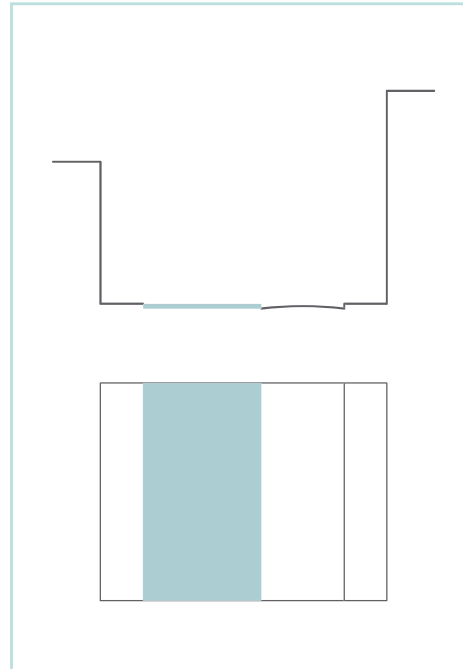
POSIBLES USOS [EN 3 METROS]

BANCO EN LÍNEA, BANCO SINGULAR, JARDINERA, PARTERRE VERDE, PAPELERA, FAROLA, APARCABICICLETA, TERRAZA, TÓTEM DIGITAL, ESTRUCTURA PARA TOLDAJE, MOBILIARIO DE MOVILIDAD (PARADAS DE TRANSPORTE PÚBLICO), KIOSKO

> 10; <11 METROS (4,0 M)



> 11,0 METROS (5,0 M)



POSIBLES USOS [EN 4 METROS]

BANCO EN LÍNEA, BANCO SINGULAR, JARDINERA, PARTERRE VERDE, PAPELERA, FAROLA, APARCABICICLETA, TERRAZA, TÓTEM DIGITAL, ESTRUCTURA PARA TOLDAJE, MOBILIARIO DE MOVILIDAD (PARADAS DE TRANSPORTE PÚBLICO), PEQUEÑAS ZONAS DE JUEGOS INFANTILES, PEQUEÑAS ZONAS DE JUEGOS TERCERA EDAD.

POSIBLES USOS [EN > 5 METROS]

BANCO EN LÍNEA, BANCO SINGULAR, JARDINERA, PARTERRE VERDE, PAPELERA, FAROLA, APARCABICICLETA, TERRAZA, TÓTEM DIGITAL, ESTRUCTURA PARA TOLDAJE, MOBILIARIO DE MOVILIDAD (PARADAS DE TRANSPORTE PÚBLICO), AMPLIAS ZONAS DE JUEGOS INFANTILES, AMPLIAS ZONAS DE JUEGOS TERCERA EDAD, PIPICAN

8.4 ESPACIO PÚBLICO . ESTRATEGIA DE DISEÑO

Continuando con el análisis previo sobre la relación entre la morfología urbana y las áreas de servicio urbanas, esta propuesta metodológica viene a estudiar la complementariedad entre ambas escalas de estudio.

Con el objetivo de facilitar una mejor implementación de la Guía, esta se ha dividido en 12 tipologías de actuaciones que agrupan las actuaciones principales a realizar.

[1] COTA CERO

La medida de cota cero viene a proponer la sección única en ciertos contextos urbanos. Por ejemplo, como motivo de la accesibilidad universal, para casos de menos de 7 metros de calle, se propone una cota cero (morfología urbana). Así mismo, en las calles aledañas a un equipamiento educativo, también se podría proponer la peatonalización de calles.

Esta medida tendrá un impacto positivo en tanto en cuanto se realicen restricciones al tráfico y se ordene la distribución urbana de mercancías.

[2] SISTEMA DE SEÑALÉTICA, ORIENTACIÓN E INFORMACIÓN

En tiempos de digitalización y de desmaterialización de la señalización urbana; esta medida viene a reflexionar sobre el interés y la relevancia de lo analógico. Las señales físicas, tanto estáticas como dinámicas, vienen a dinamizar el entorno y a liberar de la dependencia sobre el móvil y nuestra ubicación.

Encontramos de especial interés esta medida para casos de proximidad a zonas turísticas así como a ejes comerciales.

[3] PACIFICACIÓN DEL TRÁFICO RODADO

La tendencia en las zonas urbanas es moverse a 30 km/h. Con la nueva

normativa de ZBE, esta medida no viene sino a reforzar esta tendencia. Así pues, consideramos que las actuaciones en el marco de esta tercera solución tendrán especial cabida en Centros urbanos y en áreas de proximidad a equipamientos públicos con población vulnerable (niños o mayores). Para casos donde peatonalizar sea muy costoso, esta medida con diferentes soluciones encaminadas a ralentizar el tráfico tendrá mucho éxito.

[4] ADECUACIÓN MOBILIARIO URBANO

Esta medida se considera transversal en tanto en cuanto todas las calles (excepto las inferiores de 7 metros) tendrán la posibilidad de disponer de mobiliario urbano.

En esta tipología, la anchura de calle será el principal condicionante. Las calles más amplias tendrán mejores oportunidades para generar espacios de estancia más diversos y personalizables.

[5] ADECUACIÓN DE LA ILUMINACIÓN

Con la nueva guía, la iluminación podrá ser de pared, colgada o en farola. Para los casos donde la anchura de la calle sea inferior a 9 metros, se propone que la solución pase por no interferir en el espacio público (en el suelo). Así mismo, siguiendo la tendencia generalizada, se proponen soluciones basadas en LED con una temperatura de color alta (luz de día).

[6] ADECUACIÓN Y MANTENIMIENTO DE LA VEGETACIÓN

La integración de soluciones basadas en la naturaleza (SBN) se presenta como una actividad tractora para mejorar el confort térmico en las ciudades. Incluir la vegetación en el diseño urbano desde su fase de diseño se percibe como ejercicio clave para obtener un entorno más saludable.

En la medida de lo posible, y siempre que el firme lo permita, esta solución se centrará en medidas plantadas en el suelo. Para casos donde la movilidad así lo exija (feria) así como para calles con una franja de servicio inferior a los 2 metros de ancho, se desaconseja el uso de parterres en favor de jardineras.

[7] EQUIPAMIENTO ESPECÍFICO

Los equipamientos específicos ofrecen la oportunidad de implementar soluciones singulares en entornos con características específicas. Para poder llevar a cabo esta medida, se propone favorecer calles (o plazas) con una amplitud suficiente que permitan el correcto funcionamiento de estos mobiliarios.

Así mismo, en esta medida consideramos de especial interés la relación con las áreas de servicio. Colocar zonas de juego infantil en las calles próximas a un colegio, por ejemplo, se plantea como una solución muy adecuada para extender el tiempo de convivencia en el Centro del municipio.

[8] MEDIACIÓN, DINAMIZACIÓN Y PROGRAMACIÓN

Esta medida se presenta como una medida blanda, de especial interés a tenor de las solicitudes de la ciudadanía. La dinamización y la promoción de actividades culturales se presenta como una medida de gran impacto en el Centro.

[9] CONFORT TÉRMICO

El confort térmico se presenta como un reto importante a resolver en el Centro de Puertollano. Las soluciones se basan en, principalmente, el uso de vegetación y soluciones que faciliten sombra. Las soluciones en todo se presentan idóneas para el municipio en los días de verano.

A nivel metodológico, se propone el uso de toldos anclados a la fachada en calles inferiores a los 9 metros. A partir de ahí se podrían abordar también soluciones con estructuras autoportantes.

[10] DIVERSIFICACIÓN DE ACTIVIDADES

Alineado con la medida [7] y con la medida [8], se considera necesario identificar áreas de oportunidad en el Centro que permitan generar una infraestructura suficiente como para poder aceptar multitud de usos. Diversificar actividades permite ampliar las posibilidades de atracción de ciudadanos con diferentes intereses.

[11] CONECTIVIDAD

Las soluciones centradas en la conectividad se presentan como una oportunidad para mejorar y ofrecer de forma más dinámica información necesaria para el ciudadano.

En caso que se considerase oportuno, en las calles cercanas a servicios administrativos de atención, así como en las áreas próximas a estaciones de tren y bus, podría ofrecer esta medida. En relación con la morfología, se sugiere el uso de esta tecnología en calles más amplias que posibiliten la lectura correcta de estos equipamientos digitales.

8.4 ESPACIO PÚBLICO . ESTRATEGIA DE DISEÑO

TABLA METODOLÓGICA

	C <7	C >7 <8	C >8 <9	C >9 <10	C >10 <11	C >11	SOL	Á.S. ADM	Á.S. CUL	Á.S. EDU	Á.S. TP	EJE VER- DE	EJE COMER
1. COTA CERO	X	X	X									X	X
2. SEÑALÉTICA								X	X	X	X		X
3. PACIFICACIÓN	X	X	X	X	X	X				X		X	X
4. MOBILIARIO URBANO	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X
5. ILUMINACIÓN	X _(F)	X _(F)	X _(F)	X _(C)	X _(C)	X _(C)							X
6. VEGETACIÓN	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
7. EQUIP. ESPECÍFICO					X	X				X		X	X
8. DINAMIZACIÓN									X				X
9. CONFORT TÉRMICO	X _(F)	X _(F)	X _(F)	X _(C)	X _(C)	X _(C)	X					X	X
10. DIVERSIFICACIÓN					X	X		X	X	X	X	X	X
11. CONECTIVIDAD					X	X		X			X	X	X

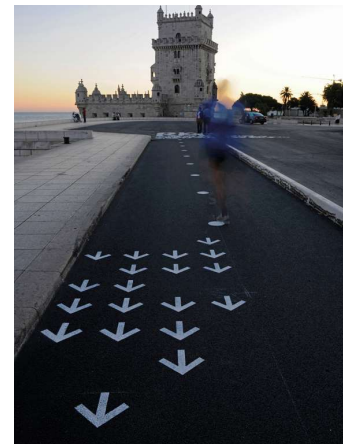
8.4 ESPACIO PÚBLICO . ESTRATEGIA DE DISEÑO

1. COTA CERO



8.4 ESPACIO PÚBLICO . ESTRATEGIA DE DISEÑO

2. SISTEMA DE SEÑALÉTICA, ORIENTACIÓN E INFORMACIÓN



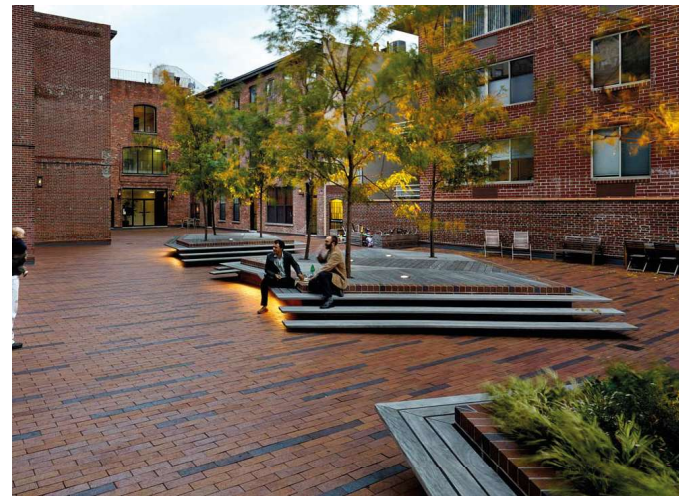
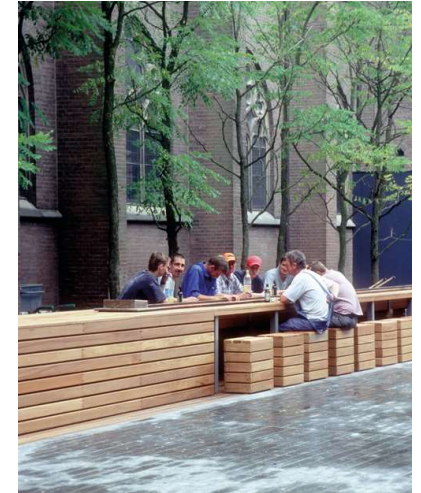
8.4 ESPACIO PÚBLICO . ESTRATEGIA DE DISEÑO

3. PACIFICACIÓN DEL TRÁFICO RODADO



8.4 ESPACIO PÚBLICO . ESTRATEGIA DE DISEÑO

4. ADECUACIÓN DEL MOBILIARIO URBANO



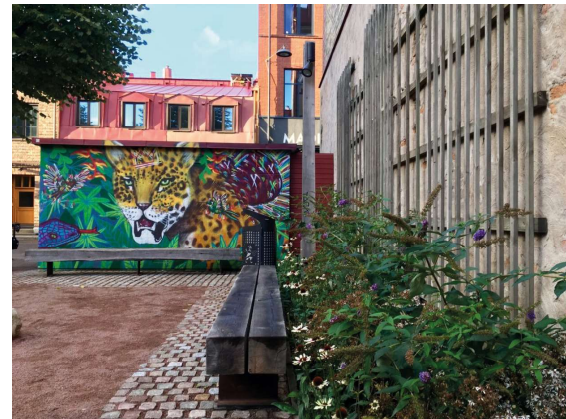
8.4 ESPACIO PÚBLICO . ESTRATEGIA DE DISEÑO

5. ADECUACIÓN DE LA ILUMINACIÓN



8.4 ESPACIO PÚBLICO . ESTRATEGIA DE DISEÑO

6. ADECUACIÓN Y MANTENIMIENTO DE LA VEGETACIÓN



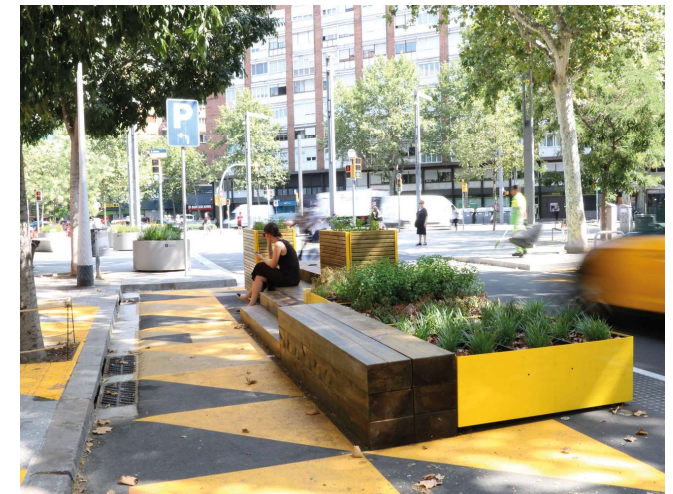
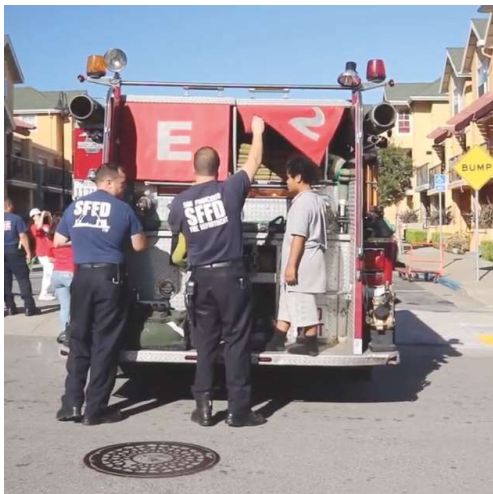
8.4 ESPACIO PÚBLICO . ESTRATEGIA DE DISEÑO

7. EQUIPAMIENTO ESPECÍFICO



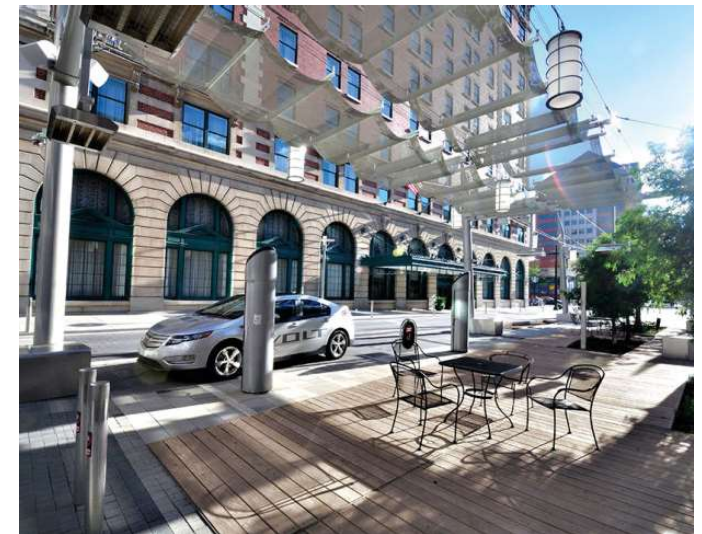
8.4 ESPACIO PÚBLICO . ESTRATEGIA DE DISEÑO

8. MEDIACIÓN, DINAMIZACIÓN Y PROGRAMACIÓN



8.4 ESPACIO PÚBLICO . ESTRATEGIA DE DISEÑO

9. CONFORT TÉRMICO



8.4 ESPACIO PÚBLICO . ESTRATEGIA DE DISEÑO

10. DIVERSIFICACIÓN DE ACTIVIDADES



8.4 ESPACIO PÚBLICO . ESTRATEGIA DE DISEÑO

11. CONECTIVIDAD



8.5 MOBILIARIO URBANO

DISEÑO TÉCNICO [FICHAS]

A continuación se presentan las fichas técnicas del mobiliario urbano seleccionado con el Ayuntamiento de Puertollano.

La selección de estos elementos, basados en el consenso, vienen a resolver la necesidad del municipio de homogeneizar, embellecer y unificar el paisaje urbano; dotando de unidad y calidez el Centro.

El proceso inicial se ha centrado en la selección del mobiliario mínimo imprescindible que permita generar identidad espacial. En este caso, nos referimos al mobiliario urbano en línea (banco), banco singular, jardineras, papelera, aparcabicis y luminarias. Se trata de piezas seleccionadas tras un estudio del mercado y que, posiblemente irá ampliándose según vayan surgiendo nuevas necesidades en el espacio público.

Estas fichas se inician con una descripción inicial del mobiliario tipo. A continuación se indican los datos técnicos mínimos que aseguren la calidad del producto; para seguido reflejar un plano acotado del mismo. Finalmente, se han decidido añadir, con el objetivo de facilitar la comprensión, diferentes imágenes del mobiliario tipo seleccionado.

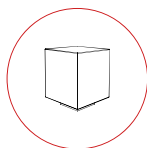
MOBILIARIO URBANO TIPO - banco en cubo I

DESCRIPCIÓN TÉCNICA

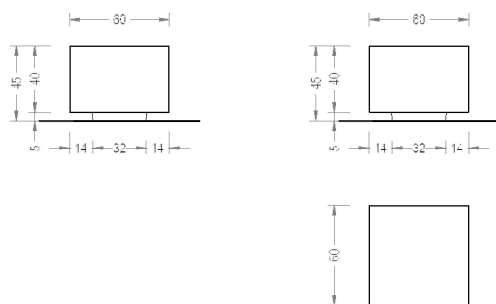
Se trata de un prisma de volumen compacto que se apoya sobre el terreno mediante un zócalo rebajado que salva la exactitud geométrica. Un banco de carácter ocasional materializada en piedra artificial cuyas características le permiten ejercer como elemento para ordenar y jerarquizar los espacios.

CARACTERÍSTICAS

MATERIAL: hormigón armado
COLOR: blanco
ACABADO: pulido e hidrofugado
COLOCACIÓN: apoyado sobre el pavimento
PESO: 361 kg
MEDIDAS: 60 x 60 x 45 cm
PRECIO: 533,00 €



DESCRIPCIÓN GRÁFICA ORIENTATIVA (GEOMETRÍA)



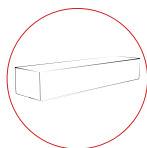
MOBILIARIO URBANO TIPO - banco en línea (recto) I

DESCRIPCIÓN TÉCNICA

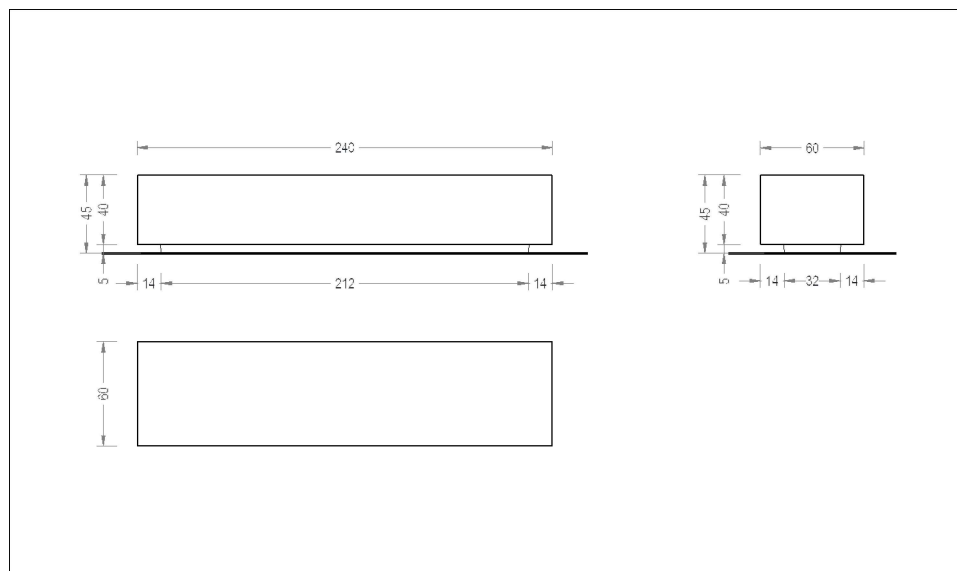
Se trata de un prisma de volumen compacto que se apoya sobre el terreno mediante un zócalo rebajado que salva la exactitud geométrica. Un banco de carácter ocasional materializada en piedra artificial cuyas características le permiten ejercer como elemento para ordenar y jerarquizar los espacios.

CARACTERÍSTICAS

MATERIAL: hormigón armado
COLOR: blanco
ACABADO: pulido e hidrofugado
COLOCACIÓN: apoyado sobre el pavimento
PESO: 1.483 kg
MEDIDAS: 240 x 60 x 45 cm
PRECIO: 1.139,00 €



DESCRIPCIÓN GRÁFICA ORIENTATIVA (GEOMETRÍA)



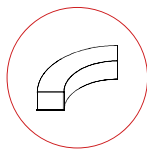
MOBILIARIO URBANO TIPO - banco en línea (curvo) II

DESCRIPCIÓN TÉCNICA

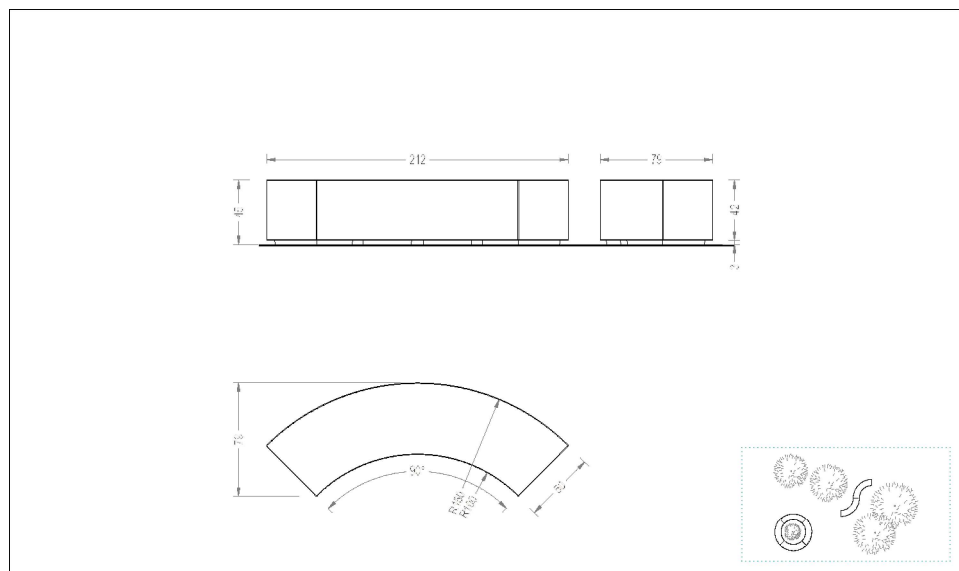
Se trata de un sistema de banca modular de hormigón, con un radio de 150 centímetros, cuya adición permite formalizar largas bancada zigzagueantes o en círculo. El redondeo de los extremos permite la instalación de módulos en continuidad sin exigente precisión.

CARACTERÍSTICAS

MATERIAL: hormigón / hormigón reciclado
COLOR: blanco
ACABADO: decaoadi e hidrofugado
COLOCACIÓN: apoyado sobre el pavimento
PESO: 1,040 kg
MEDIDAS: 212 x 79 x 45 cm
PRECIO: 750,00 €



DESCRIPCIÓN GRÁFICA ORIENTATIVA (GEOMETRÍA)



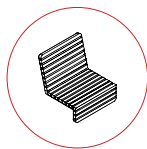
MOBILIARIO URBANO TIPO - banco en línea · accesorio I

DESCRIPCIÓN TÉCNICA

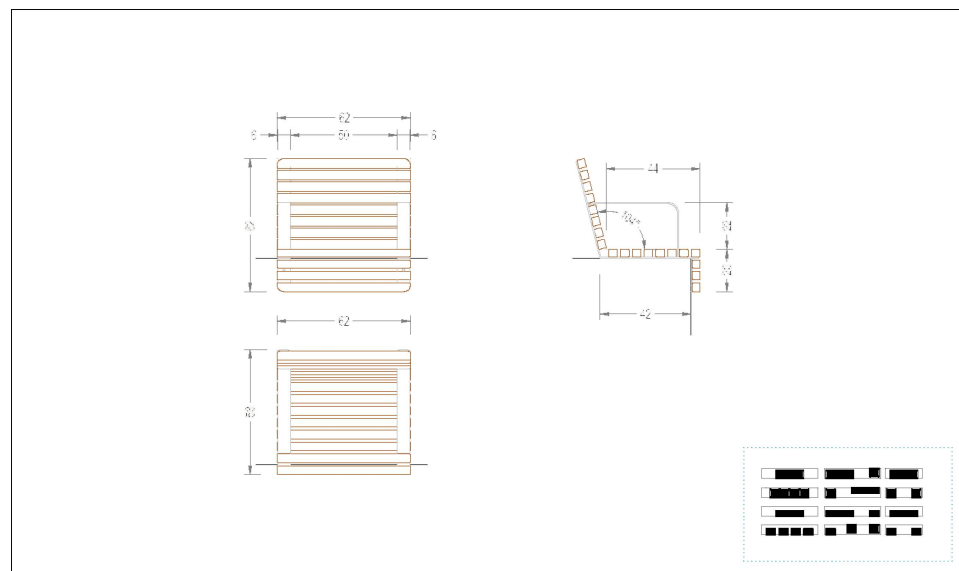
Se trata de un accesorio complementario de los modelos de banca anterior. Este complemento de banco surge como elemento de apoyo y de la necesidad de implicar nuevos usos para diferentes momentos de la vida cotidiana con elemento sencillo, amables y confortables.

CARACTERÍSTICAS

MATERIAL: madera y acero
COLOR: marrón
ACABADO: tropical
COLOCACIÓN: anclado con tornillo
PESO: 20 kg
MEDIDAS: 62 x 57 x 4 cm
PRECIO: 489,00 €



DESCRIPCIÓN GRÁFICA ORIENTATIVA (GEOMETRÍA)



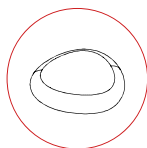
MOBILIARIO URBANO TIPO - banco singular I

DESCRIPCIÓN TÉCNICA

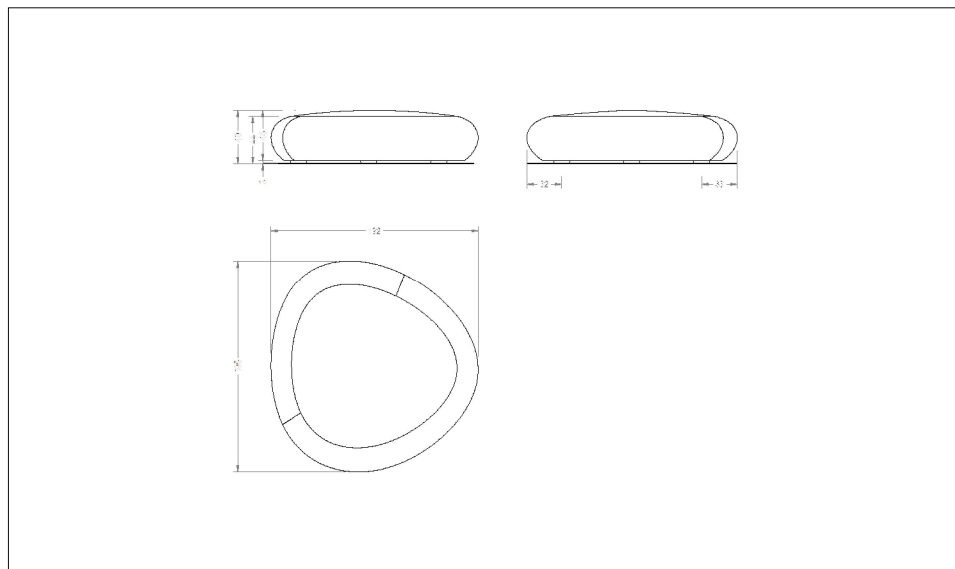
De geometría ovoide y con toda la superficie curvada, están desarrolladas para dar respuesta a las acciones de urbanismo táctico y como límite disuasorio de acceso a vehículos a los espacios pacificados. Incorporan el concepto de ciudad jugable fomentando la sociabilidad y el aprendizaje motriz. Como elemento aislado o en grupo, generan puntos de encuentro lúdico e invitan a la comunicación.

CARACTERÍSTICAS

MATERIAL: hormigón
COLOR: blanco
ACABADO: decapado e hidrofugado
COLOCACIÓN: apoyado sobre el pavimento (sin anclaje)
PESO: 2.022 kg
MEDIDAS: 195 x 192 x 49 cm
PRECIO: 1.573,00 €



DESCRIPCIÓN GRÁFICA ORIENTATIVA (GEOMETRÍA)



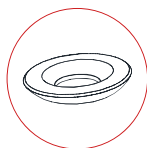
MOBILIARIO URBANO TIPO - banco singular II

DESCRIPCIÓN TÉCNICA

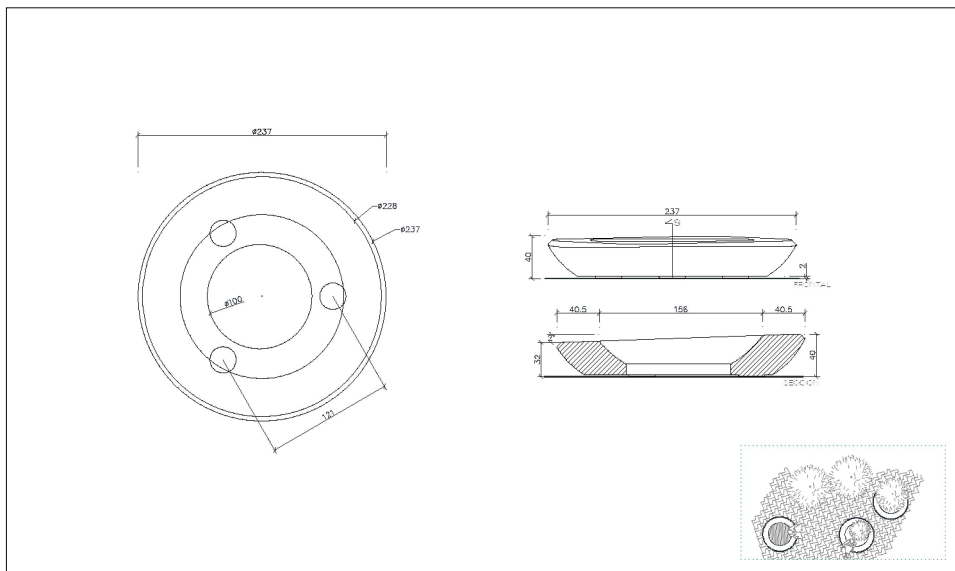
Elemento urbano con forma de anillo de hormigón, que ofrece gran versatilidad funcional: jardinera, elemento de reposo, alcorque y contenedor de arena para el juego infantil. Ligeramente inclinada su disposición aleatoria y en grupos crea sinergias y fomenta la vida cotidiana en el espacio público. Este mobiliario surge con la voluntad de proveer de pequeños oasis en espacios duros sin la necesidad de grandes intervenciones de obra civil.

CARACTERÍSTICAS

MATERIAL: hormigón armado
COLOR: blanco
ACABADO: decapado o hidrofugado
COLOCACIÓN: apoyado sobre el pavimento (sin anclaje)
PESO: 2.040 kg
MEDIDAS: 195 x 192 x 49 cm
PRECIO: 1.573,00 €



DESCRIPCIÓN GRÁFICA ORIENTATIVA (GEOMETRÍA)



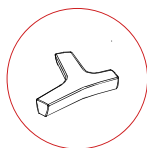
MOBILIARIO URBANO TIPO - banco singular III

DESCRIPCIÓN TÉCNICA

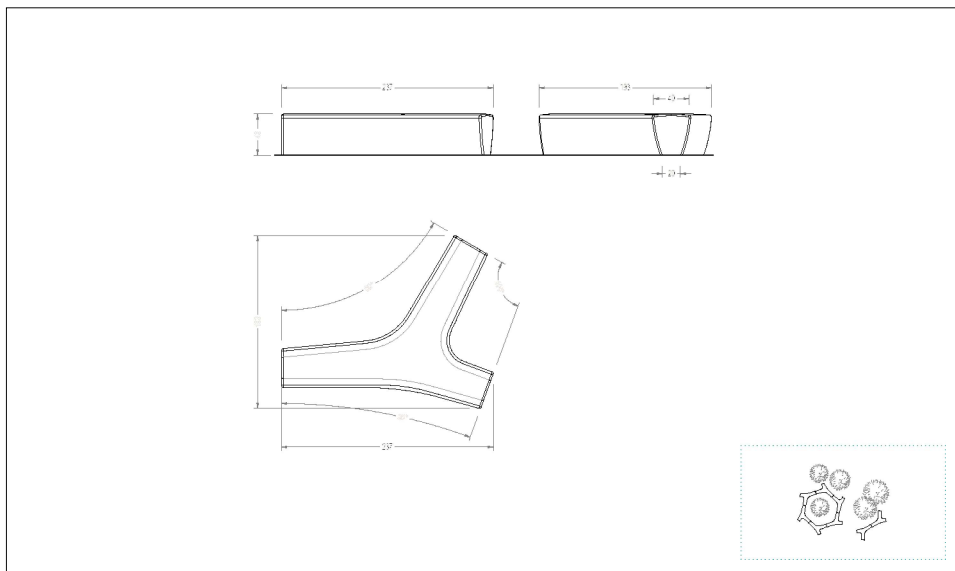
Sistema de bancas de hormigón modular. Su forma de agregación orgánica a partir de un solo modelo de tres brazos permite crear lugares de encuentro en el paisaje ramificándose bajo la sombra de los árboles y a la vez sugerir nuevos usos. Las esquinas de los tres brazos que la componen presentan la misma geometría y sección, lo que favorece la agregación de las piezas de un modo orgánico y libre.

CARACTERÍSTICAS

MATERIAL: hormigón
COLOR: blanco
ACABADO: decapado e hidrofugado
COLOCACIÓN: apoyado sobre el pavimento (sin anclaje)
PESO: 1.750 kg
MEDIDAS: 237 x 193 x 46 cm
PRECIO: 1.832,00 €



DESCRIPCIÓN GRÁFICA ORIENTATIVA (GEOMETRÍA)



MOBILIARIO URBANO TIPO - papelera

DESCRIPCIÓN TÉCNICA

Se trata de un elemento que respone a la función de papelera integrándose en cualquier entorno de forma natural. Se trata de un mobiliario suave y redondeado, con 40L de capacidad. En su función de papelera, incluye un sistema telescópico oculto en el interior de aro de fijación de la bolsa de recogida de residuos.

CARACTERÍSTICAS

MATERIAL: hormigón

COLOR: blanco

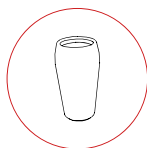
ACABADO: decapado

COLOCACIÓN: pernos roscados en orificios realizados sobre el pavimento

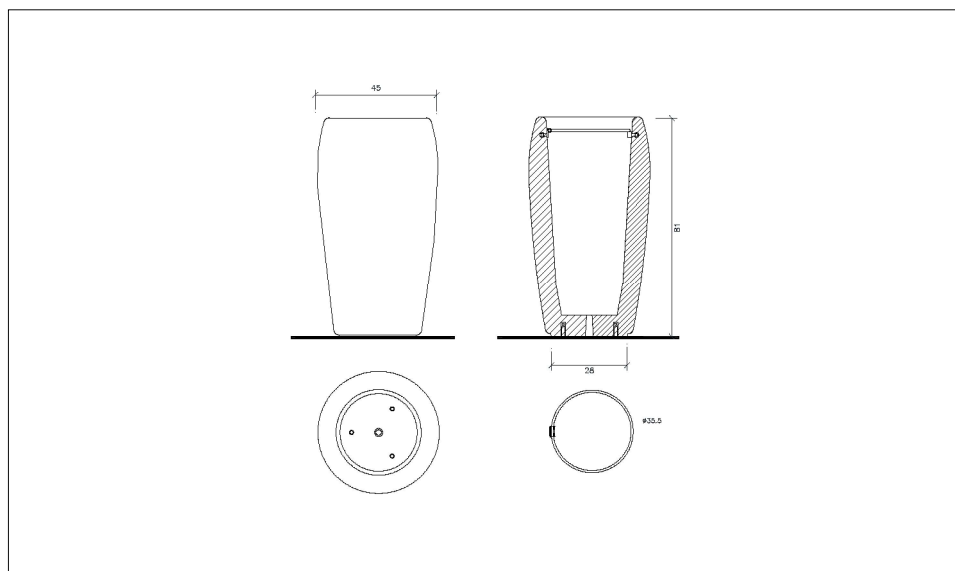
PESO: 155 kg

MEDIDAS: 45 x 45 x 81 cm

PRECIO: 529,00 €



DESCRIPCIÓN GRÁFICA ORIENTATIVA (GEOMETRÍA)



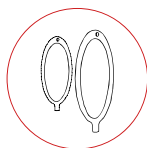
MOBILIARIO URBANO TIPO - soporte para bicicletas

DESCRIPCIÓN TÉCNICA

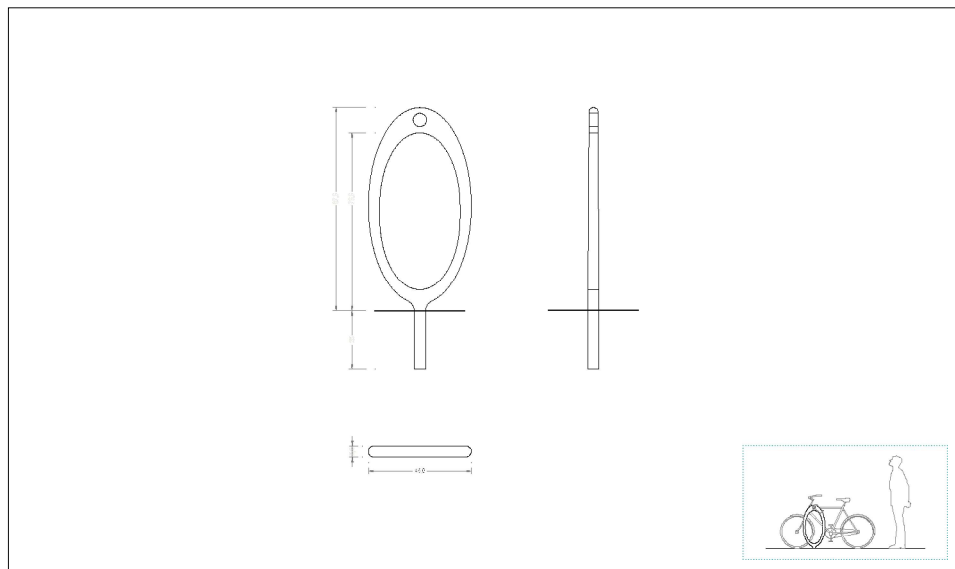
Aparcabicicletas realizado en fundición de aluminio con forma elíptica y de perfil cónico. Presenta un agujero en la parte superior para la sujeción del cuadro de la bicicleta con un candado.

CARACTERÍSTICAS

MATERIAL: aluminio
COLOR: blanco
ACABADO: barnizado
COLOCACIÓN: tacos o cimentación
PESO: - kg
MEDIDAS: 87,5 x 46 x 5 cm
PRECIO: 465,00 €



DESCRIPCIÓN GRÁFICA ORIENTATIVA (GEOMETRÍA)



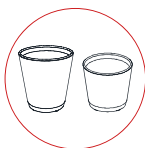
MOBILIARIO URBANO TIPO - jardinera I

DESCRIPCIÓN TÉCNICA

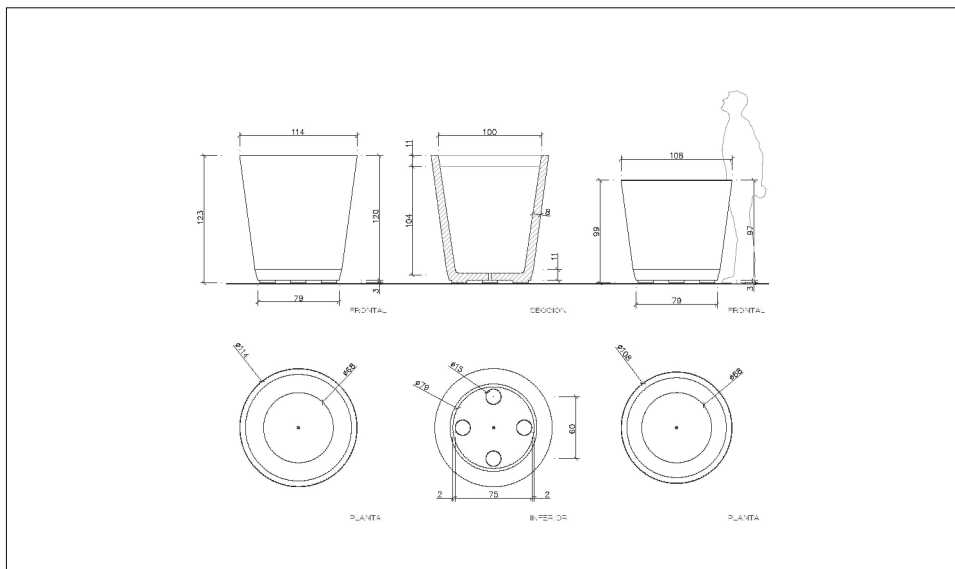
Conjunto de dos jardineras en forma de maceta tradicional. Fabricadas en hormigón moldeado y capacidades de 450 y 650 litros. Cuerpo monomaterial de hormigón armado con acero inoxidable. Acabado decapado e hidrofugado. Incorpora revestimiento interior de impermeabilización, transpirable y flexible. Apoyada sobre el pavimento solo precisa de anclaje con árboles de porte medio.

CARACTERÍSTICAS

MATERIAL: hormigón
COLOR: blanco
ACABADO: decapado e hidrofugado
COLOCACIÓN: apoyado sobre el pavimento
PESO: 690 kg [650 l] / 550 kg [450 l]
MEDIDAS: Ø 114 x 123 cm / Ø 108 x 100 cm
PRECIO: 1.195,00 € / 1.118,00 €



DESCRIPCIÓN GRÁFICA ORIENTATIVA (GEOMETRÍA)



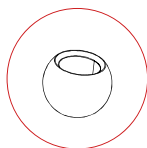
MOBILIARIO URBANO TIPO - jardinera II

DESCRIPCIÓN TÉCNICA

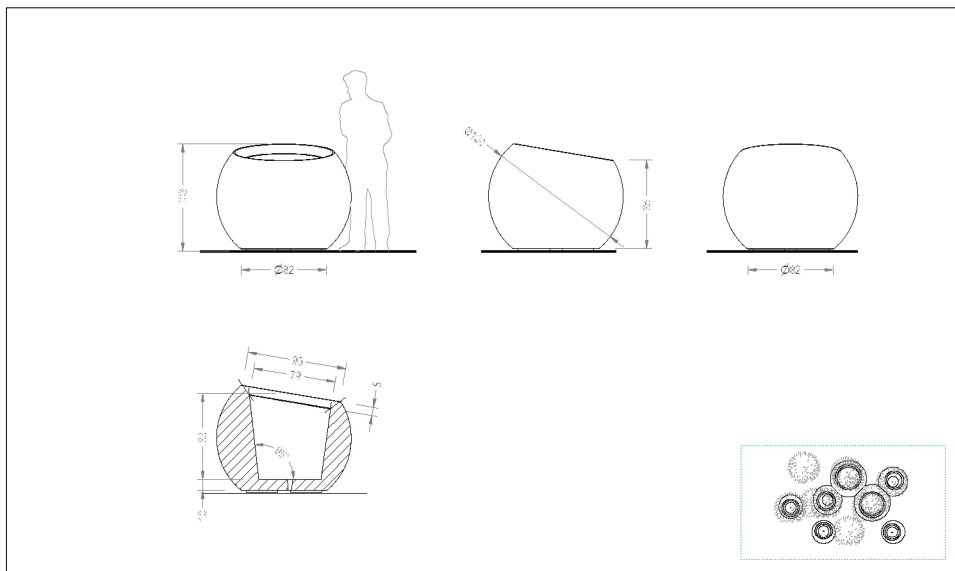
Colección de jardineras esféricas de hormigón blanco. Se caracteriza por brindar fluidez y dinamismo al entorno. Se proporciona en tres escalas diferentes (1.3, 1.6 y 2.0 metros de diámetro). Autoestable no precisa de anclaje para su instalación. El drenaje se produce por el fondo abierto de las esferas y la junta libre en su zona de apoyo.

CARACTERÍSTICAS

MATERIAL: hormigón armado
COLOR: blanco
ACABADO: decapado e hidrofugado
COLOCACIÓN: apoyado sobre el pavimento
PESO: 1.671 kg
MEDIDAS: Ø 130 x 103 cm (290 L)
PRECIO: 2.033,30 €



DESCRIPCIÓN GRÁFICA ORIENTATIVA (GEOMETRÍA)



MOBILIARIO URBANO TIPO - tótem digital

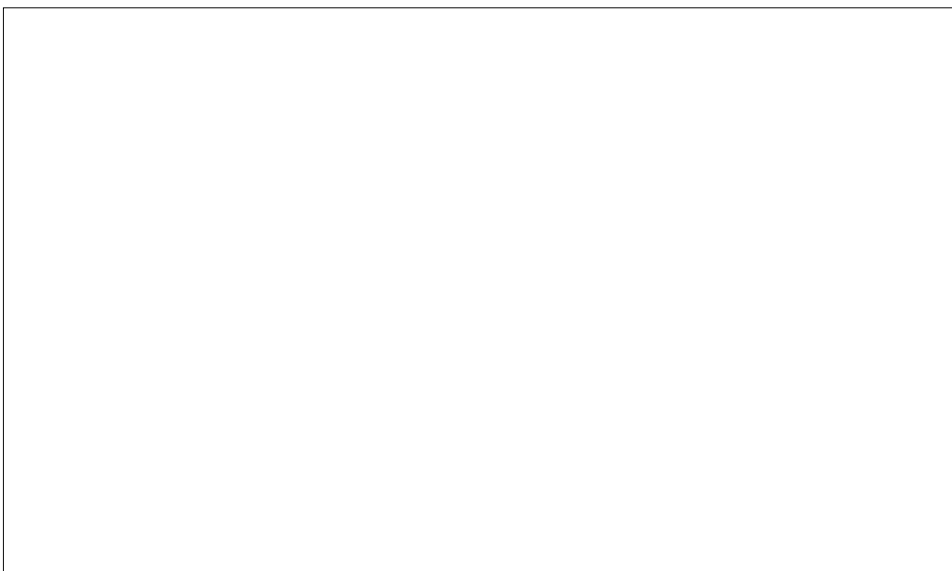
DESCRIPCIÓN TÉCNICA

Se trata de un totem digital led de información para el exterior y 1 pantalla led en altura. La pantalla posee una resolución de 1920 x 1080 FHD, de formato vertical y con una vida útil de más 50.000 horas. La estructura de acero laminado en frío, con propiedades antideslumbrantes, tiene un nivel de protección IK10, protección contra el contacto y protección antisedimentaciones, así como un equipo de climatización interno.

CARACTERÍSTICAS

MATERIAL: acero
COLOR: negro
ACABADO: laminado en frío
COLOCACIÓN: anclado con tornillos
PESO: - kg
MEDIDAS: - cm
PRECIO: 70.000,00 €

DESCRIPCIÓN GRÁFICA ORIENTATIVA (GEOMETRÍA)



8.6 INTERVENCIÓN URBANA - PROPUESTA

Finalmente, esta guía se materializa en una propuesta de intervención muy específica en las calles del Centro Comercial de Puertollano. En particular, se interviene en calle Ancha, calle Puerto, plaza Villarreal, calle Amargura, calle Calzada, calle Santísimo, calle Aduana y calle Alejandro Prieto.

Las actuaciones en calle Ancha y Alejandro Prieto están siendo lideradas por los equipos redactores del Ayuntamiento y el estudio de arquitectura BAU respectivamente. Por lo tanto, este caso de estudio, se centra en el resto de calles del Centro Comercial de Puertollano.

La conceptualización se basa en los estudios previos que se han ido presentando a lo largo del presente documento. Y como se comentaba previamente, esta información estará accesible en formato SIG por cada tramo de calle.

Para este ejercicio, y como motivo de la necesidad de generar un mayor detalle de diseño, se ha realizado un estudio más detallado de anchuras de calle, franjas de servicio disponibles, terrazas existentes y entradas y salidas a aparcamientos.

Esto ha llevado a realizar una propuesta sobre el mobiliario urbano que permita una deseada reactivación del Centro Comercial. Teniendo muy presente los objetivos de embellecimiento, homogeneización y naturalización, junto con el Ayuntamiento **se ha realizado una propuesta de mobiliario urbano que posibilite una mayor vitalidad y unas mejores condiciones para favorecer la vida cotidiana en el área.**

Toda la superficie de intervención cuenta con plataforma única, en algunos casos con actuaciones muy recientes. Por este motivo, y con el objetivo de ser ágiles, se han propuesto instalaciones de fácil y rápida implementación, que en ningún caso altere el suelo.

Por este motivo, se ha planteado un nuevo concepto de espacio de estancia que sugiere una reformulación de pequeños salones exteriores. Se plantea la idoneidad de limitar estas áreas a partir de la colocación de un pavimento de madera sintética que dote de mayor calidez cada intervención. Esta solución irá complementada con la colocación de bancos de hormigón blanco, de diferentes geometrías, que dotarán al espacio de un nuevo equipamiento de calidad, robusto y duradero.

Con el objetivo de mejorar el confort térmico, se propone reverdecer el Centro a partir de soluciones basadas en la naturaleza (SBN). En esta ocasión, y atendiendo las necesidades de eventos singulares que tienen lugar en el municipio, se ha optado por instalar jardineras de tamaños relevantes pero que a su vez dote de libertad de movimiento al Ayuntamiento.

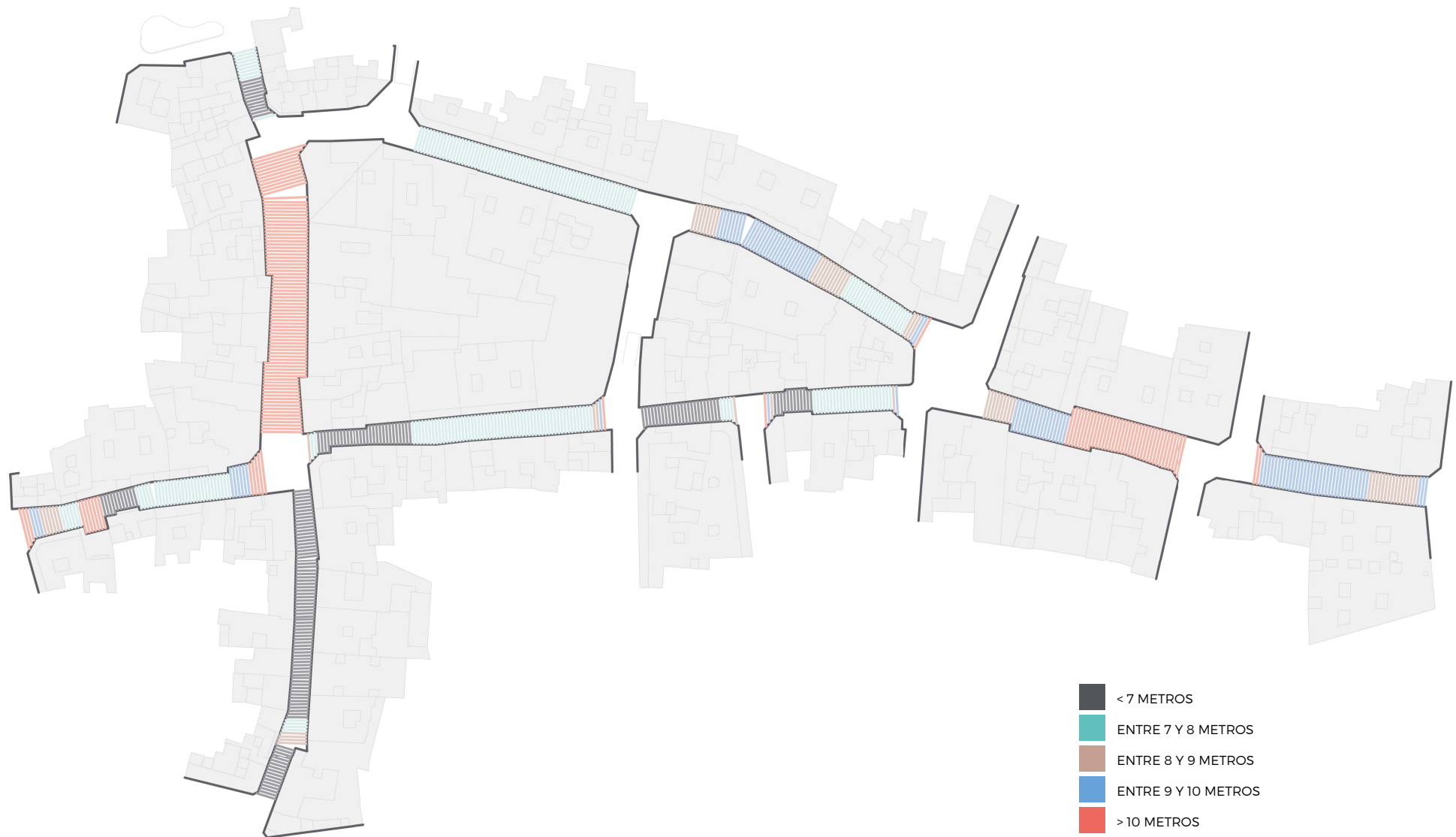
Atendiendo a una demanda generalizada, el proyecto propone también aumentar la intensidad lumínica en el Centro. En lugar de ofrecer una solución homogénea para todo el ámbito, se propone incidir exclusivamente en los nuevos espacios de estancia generados a lo largo de las calles de Puerto, Calzada, Aduana o Santísimo. Al tratarse de distancias cortas, la diferente intensidad (lux) a lo largo de una calle ofrece un carácter dinámico.

Así mismo, atendiendo también a una demanda generalizada y a tenor de los estudios de soleamiento realizados, se van a instalar soluciones de sombreamiento (toldos). En calle Puerto y en calle Aduana, debido a su morfología urbana (calles muy estrechas), se ha decidido realizar soluciones ancladas en las fachadas. En la Plaza Villarreal, sin embargo, como motivo de su ubicación privilegiada y su potencial catalizador, se propone una estructura de toldo que active todo el entorno.

Todas las soluciones planteadas en este apartado, se surten de las fichas técnicas presentadas previamente en el apartado anterior.

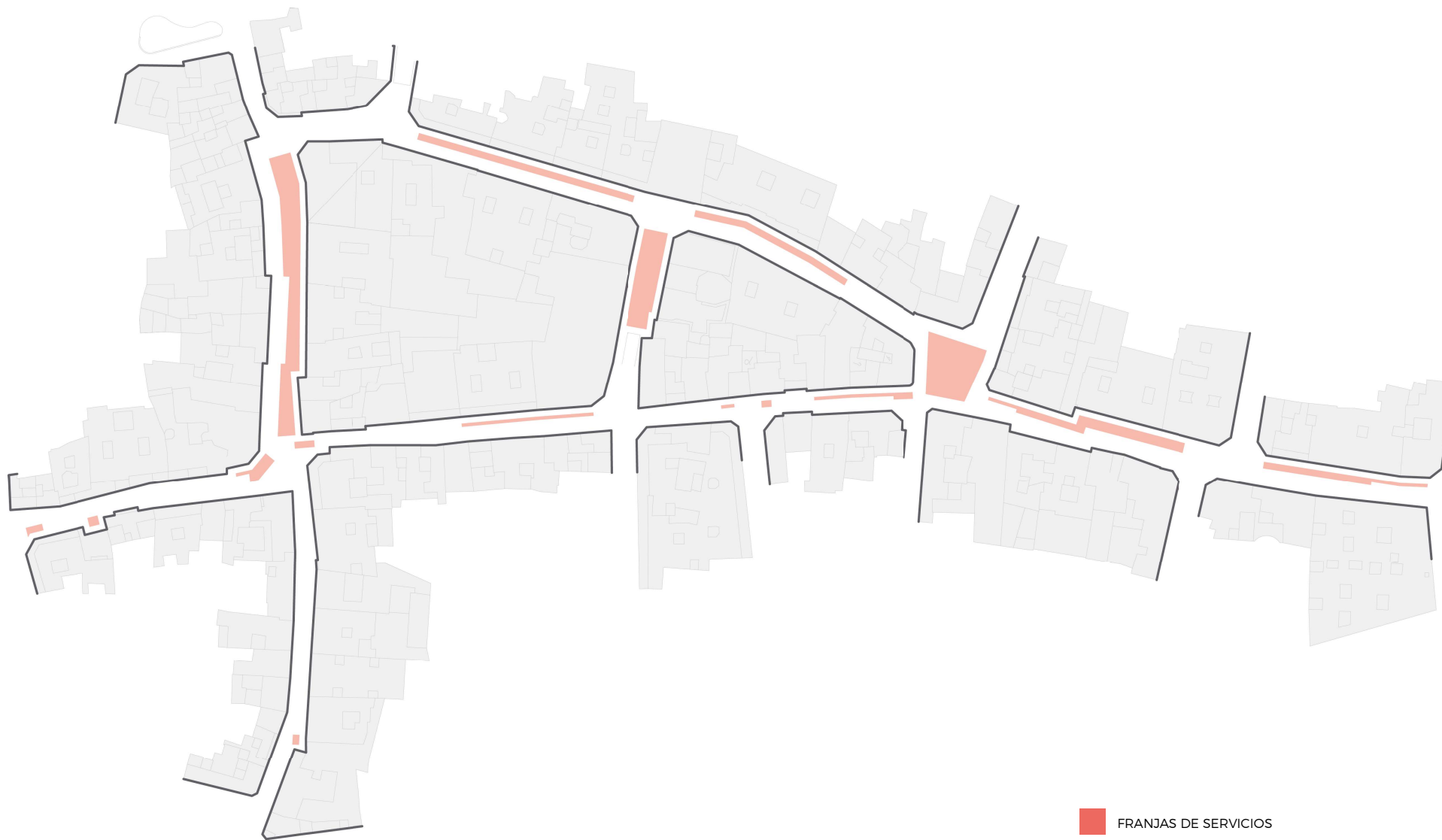
8.6 INTERVENCIÓN URBANA - PROPUESTA

ANCHURA DE CALLE



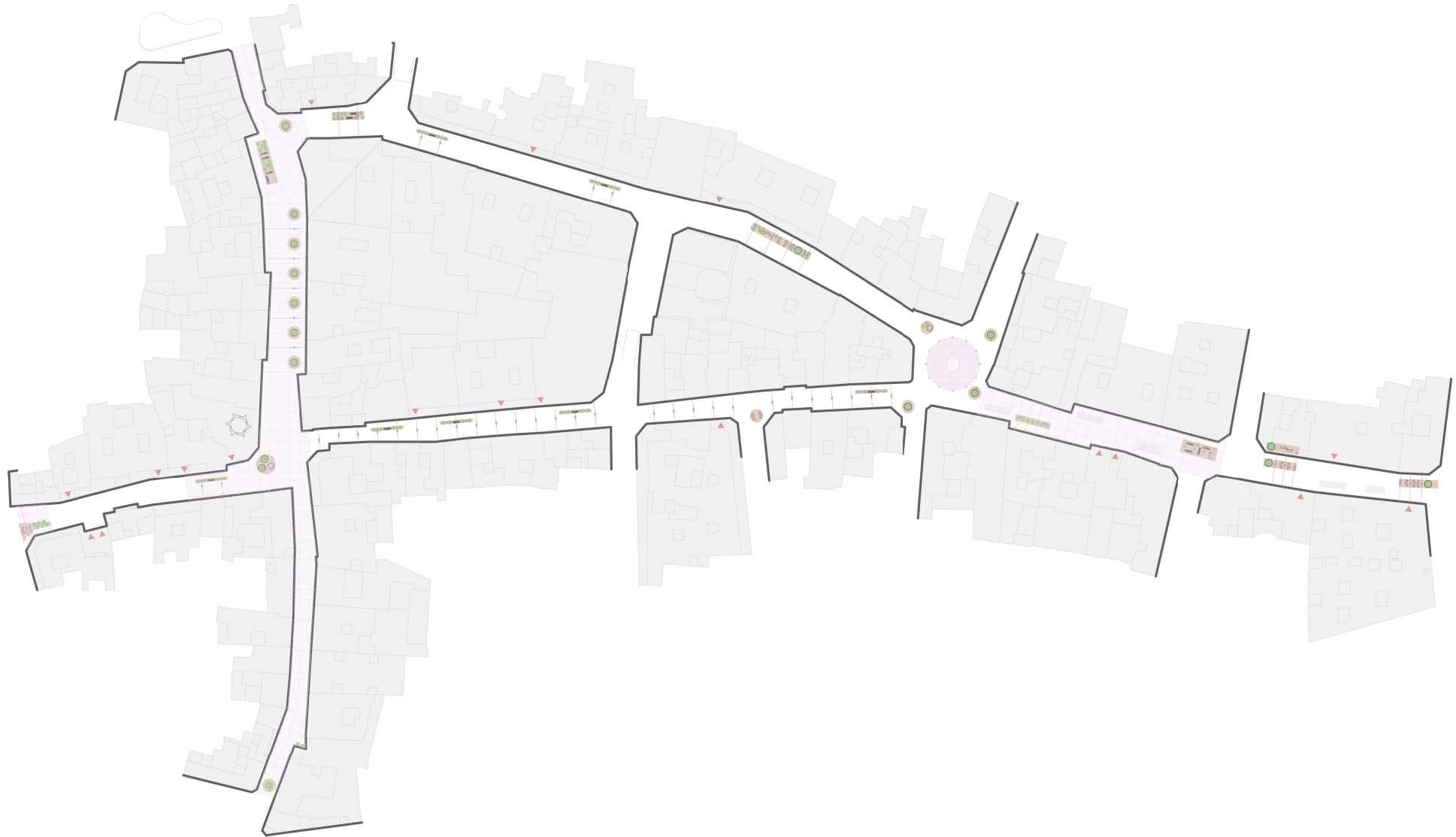
8.6 INTERVENCIÓN URBANA - PROPUESTA

FRANJA DE SERVICIO



8.6 INTERVENCIÓN URBANA - PROPUESTA

PROPUESTA



ANEXO I - DESCRIPCIÓN ACTIVIDADES DE PARTICIPACIÓN

ANEXO I: DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS DE PARTICIPACIÓN

FASE 01 - DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO Oct-dic 2021

La primera fase del trabajo de acercamiento y exploración consistió en hacer un diagnóstico participativo a través de entrevistas a vecinos y comerciantes de la ciudad. Mediante este proceso es la ciudadanía la que nos ha aproximado al contexto a partir de su propia experiencia y vivencia del entorno, y a través de sus testimonios y reflexiones hemos conocido la realidad socio-urbana del centro de Puertollano, así como sus problemáticas y oportunidades.

- La metodología de trabajo consistió en hacer entrevistas presenciales grabadas en video a un amplio rango de perfiles mediante una conversación entorno a los mismos 5 sencillos planteamiento sobre el centro urbano:

- 1- ¿Cuál es su relación personal con Puertollano y en concreto con el centro?
- 2- ¿Qué crees que le sobra al centro y está impidiendo su desarrollo?
- 3- ¿Qué aspecto crees que hay que cuidar o proteger para que siga sucediendo e incluso pueda crecer?
- 4- ¿Qué es lo que te parece que le falta o crees que estaría bien incluir, que ahora no tenga?
- 5- Alguna anécdota interesante sobre el centro que quiera compartir.

Todo el contenido de las entrevistas se transcribió y se sintetizó en un documento resumen de conclusiones que se formatearon en fichas con las aportaciones más relevantes de cada entrevistado facilitando el análisis de la información de esta primera fase.

FASE 02: PROCESO DE ENCUESTACIÓN feb-mar 2022

A partir de la información recogida en la primera fase de entrevistas se ha diseñado una encuesta por sectores poblacionales cuyo objetivo fue conocer en mayor profundidad y detalle aspectos clave que puedan arrojar luz sobre las problemáticas y oportunidades del comercio en el centro

de la ciudad como:

- ¿Por qué ha disminuido el consumo y las compras en el centro?
- ¿Por qué la ciudadanía está haciendo sus compras fuera de la ciudad?
- ¿Cómo está afectando esta disminución del consumo a los comerciantes y al contexto urbano?
- ¿Qué ha cambiado para que estemos tan alejados de cómo eran las cosas antes?
- ¿Cómo podríamos ayudar a revertir esta situación desde el alcance de la población de Puertollano?

Los principales objetivos de esta segunda fase son por un lado seguir involucrando a la ciudadanía en la reflexión sobre la situación actual y por otro profundizar en las cuestiones más relevantes de las problemáticas y oportunidades observadas en la primera fase de entrevistas.

La encuesta ciudadana no se plantea como herramienta para dar representatividad a unos u otros datos desde un enfoque cuantitativo que mida de forma precisa los porcentajes de encuestados que opinan una u otra cosa sobre cierta cuestión.

La metodología de trabajo de la encuesta se divide en dos, estableciendo diferentes formatos para cada uno de los sectores poblacionales: el sector de comerciantes y el sector de consumidores.

La primera es una encuesta presencial que pretende llegar a la mayoría de los comerciantes/hosteleros que tienen sus negocios en el centro. Además de tratar de entender los porqués, en esta encuesta se pretende encontrar y hacer emerger oportunidades y propuestas que vengan de los propios comerciantes haciéndoles partícipes de lo sencillo que es responder a las preguntas sobre los problemas que les afectan y la complejidad de dar respuestas a las oportunidades o propuestas de mejora de la situación actual.

La segunda encuesta se plantea en formato digital de forma que se pueda llegar muy fácilmente a través de redes sociales y plataformas digitales a un amplio espectro de la población de la ciudad. Esta encuesta pretende entender mejor los hábitos de consumo de la población en general y profundizar en los cambios que se están produciendo y las opciones que se abren a partir de las nuevas tendencias que se están consolidando, especialmente las digitales de compra a través de plataformas online

FASE 03- DEVOLUCIÓN Y ACTIVACIÓN URBANA. Abril 2022

Como cierre del trabajo participativo se realizará un evento público de devolución a la ciudadanía en el que se presentará el trabajo realizado dando a conocer lo que se ha hecho en este proceso, los resultados y hallazgos interesantes, las propuestas y oportunidades detectadas por la ciudadanía, así como otros programas públicos o temas de interés relacionados con la reflexión sobre la dinamización del comercio en el centro.

El evento se articula en tres partes:

- 1- Programa cultural en el espacio público.
- 2- Presentación del trabajo desarrollado en torno al Plan.
- 3- Conversación con la ciudadanía sobre la reactivación del comercio en el centro.

La actividad cultural de inicio del evento pretende acercar a la ciudadanía al espacio público estableciendo un lugar de encuentro mediante la elección de un espacio emblemático del centro para su desarrollo. La temática de la actividad procurará conectar con la ciudadanía de forma que resulte lo más familiar y cercana posible.

La presentación del proceso dará a conocer de forma sencilla y accesible para todos los públicos los trabajos realizados, así como los aspectos más interesantes y relevantes descubiertos, haciendo hincapié y reconociendo

do a las personas y asociaciones que participaron en el mismo.

Del mismo modo se quiso dotar de un espacio para que varios de los agentes implicados en el proceso pudiesen comunicar sus puntos de vista, apreciaciones y comentarios constructivos con la intención de transmitir el mensaje de que estamos llevando a cabo un trabajo de colaboración y un esfuerzo colectivo, y de que el proceso sigue en marcha y se va a seguir escuchando e incorporando las ideas y propuestas ciudadanas.

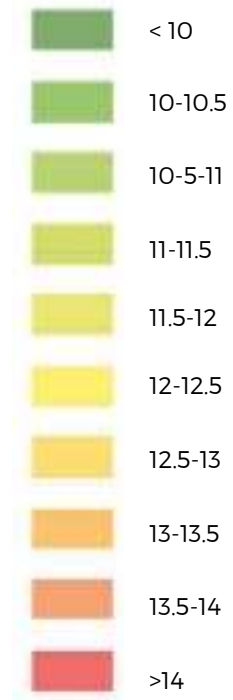
La conversación de cierre con la ciudadanía se plantea en formato informal abierto a la participación de cualquier persona interesada en comentar sobre los temas que se vayan introduciendo, de forma que se haga circular el micrófono y se ponga en valor los aspectos o propuestas más constructivos y relevantes de las distintas intervenciones.

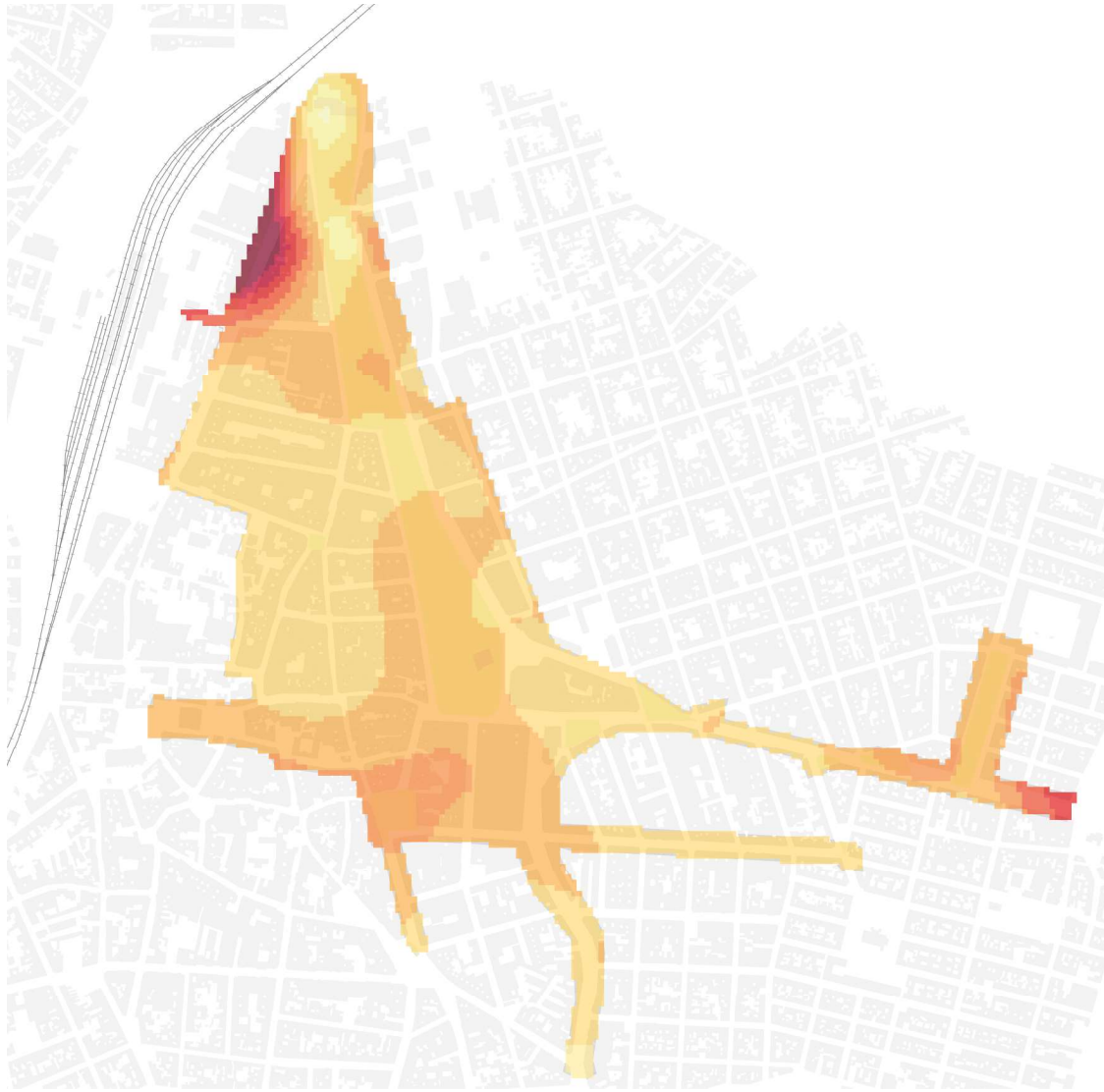


ANEXO II - ANÁLISIS CARTOGRÁFICO

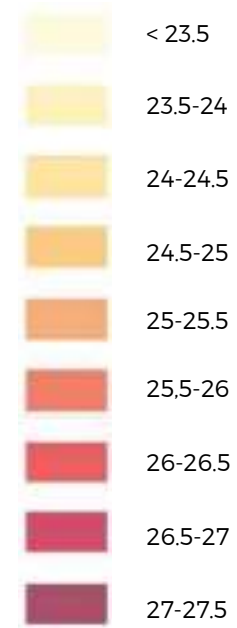


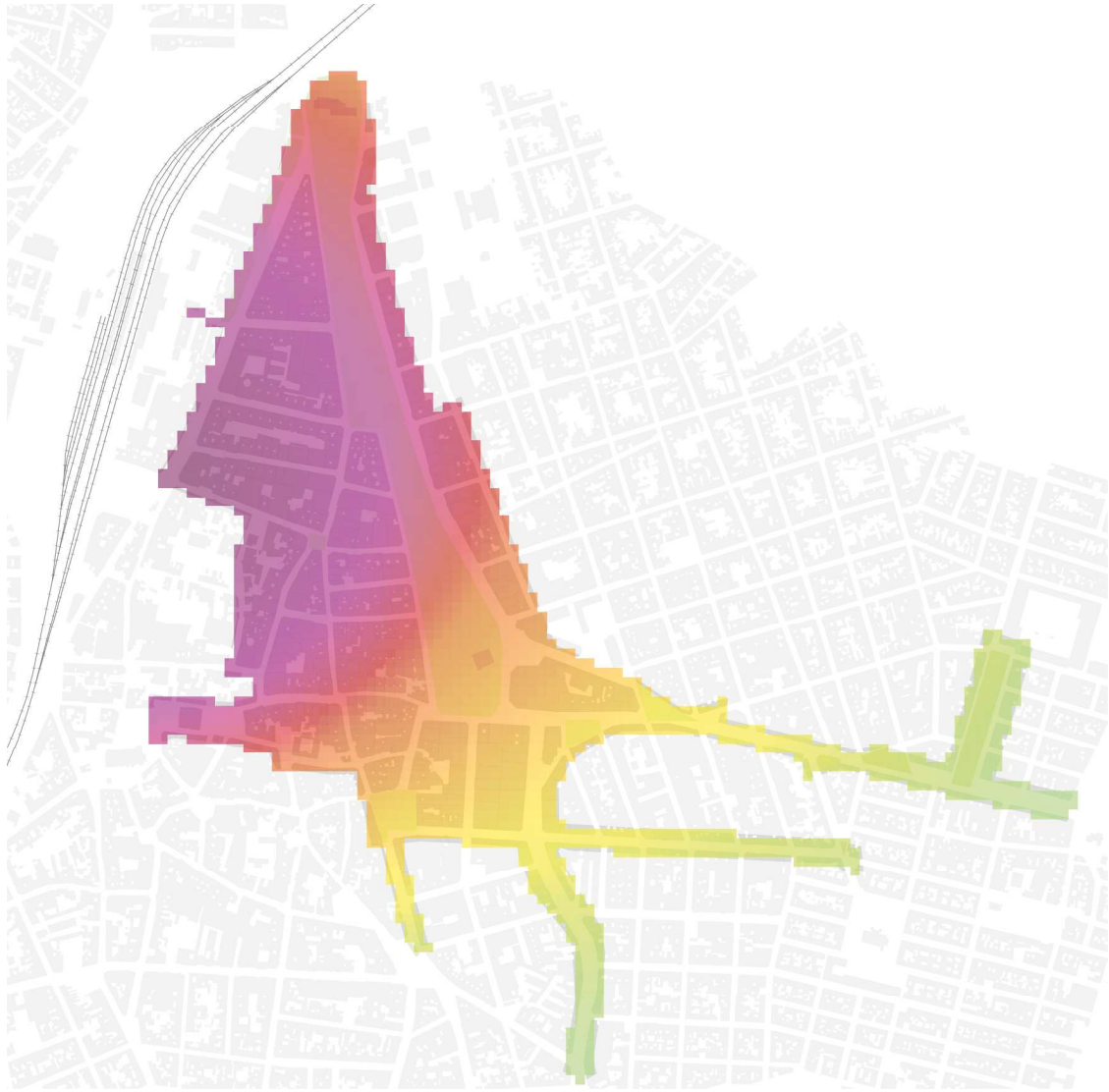
TEMPERATURA DIURNA (°C)





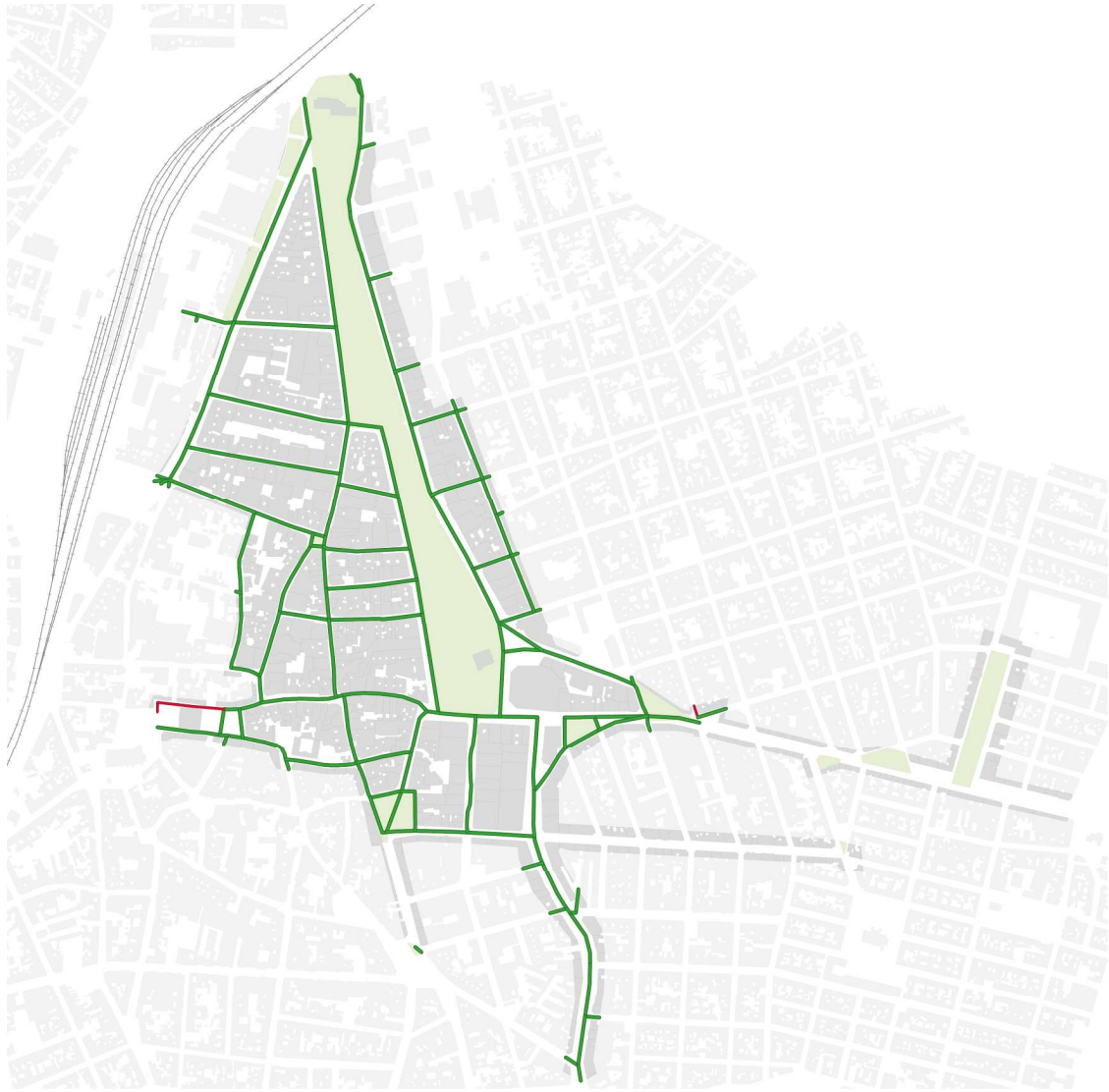
TEMPERATURA VESPERTINA (°C)







CALIDAD DEL AIRE (μg)

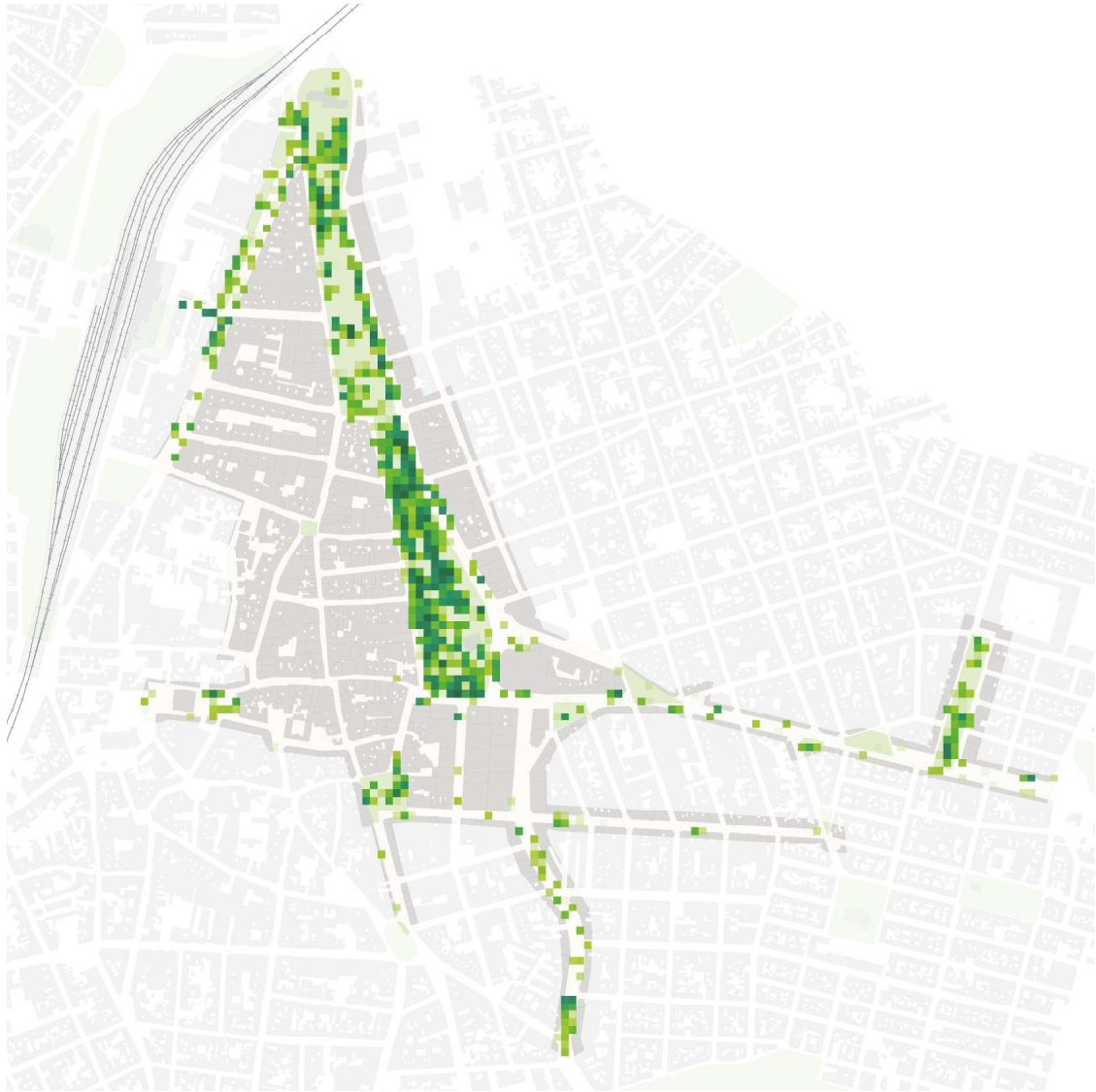




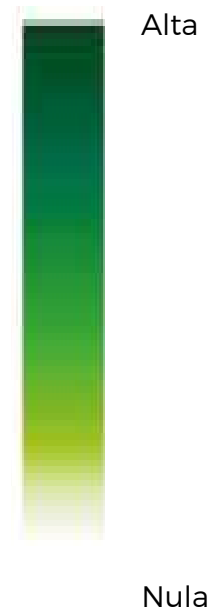
ACCESIBILIDAD PENDIENTES (%)

 < 6% de pendiente

 > 6% de pendiente



DENSIDAD DE ARBOLADO





ESPACIOS DE ESTANCIA

- ESPACIOS CONSOLIDADOS
- PLAZAS
- ESPACIOS POTENCIALES



SOLEAMIENTOS

- Calles con menos de dos horas de sombra en el 50 % de su superficie



HORAS DE SOMBRA



SIMULACIÓN DE SOLEAMIENTO REALIZADA ENTRE LAS 11:00 Y LAS 19:00 DE UN 21 DE JUNIO.



MOBILIARIO URBANO

— Calles con elementos de mobiliario urbano



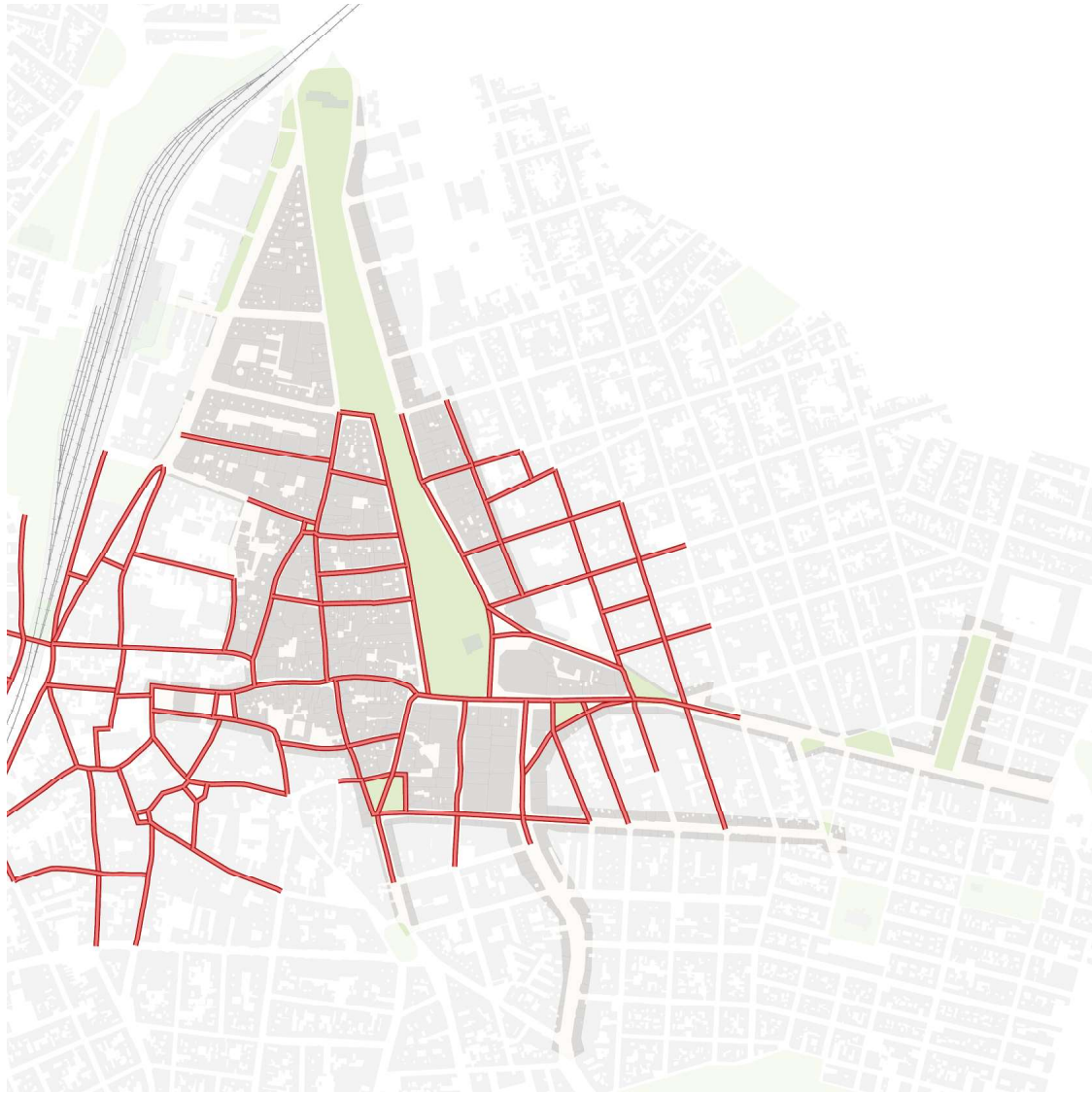
EQUIPAMIENTOS PÚBLICOS

- ADMINISTRATIVOS
- DEPORTIVOS
- COMERCIALES
- BIEN DE INTERÉS CULTURAL
- EDUCATIVOS
- CULTURALES
- SOCIALES



AREA DE SERVICIO ADMINISTRATIVOS

- Calles con área de servicio de menos de 300 metros lineales a equipamientos administrativos



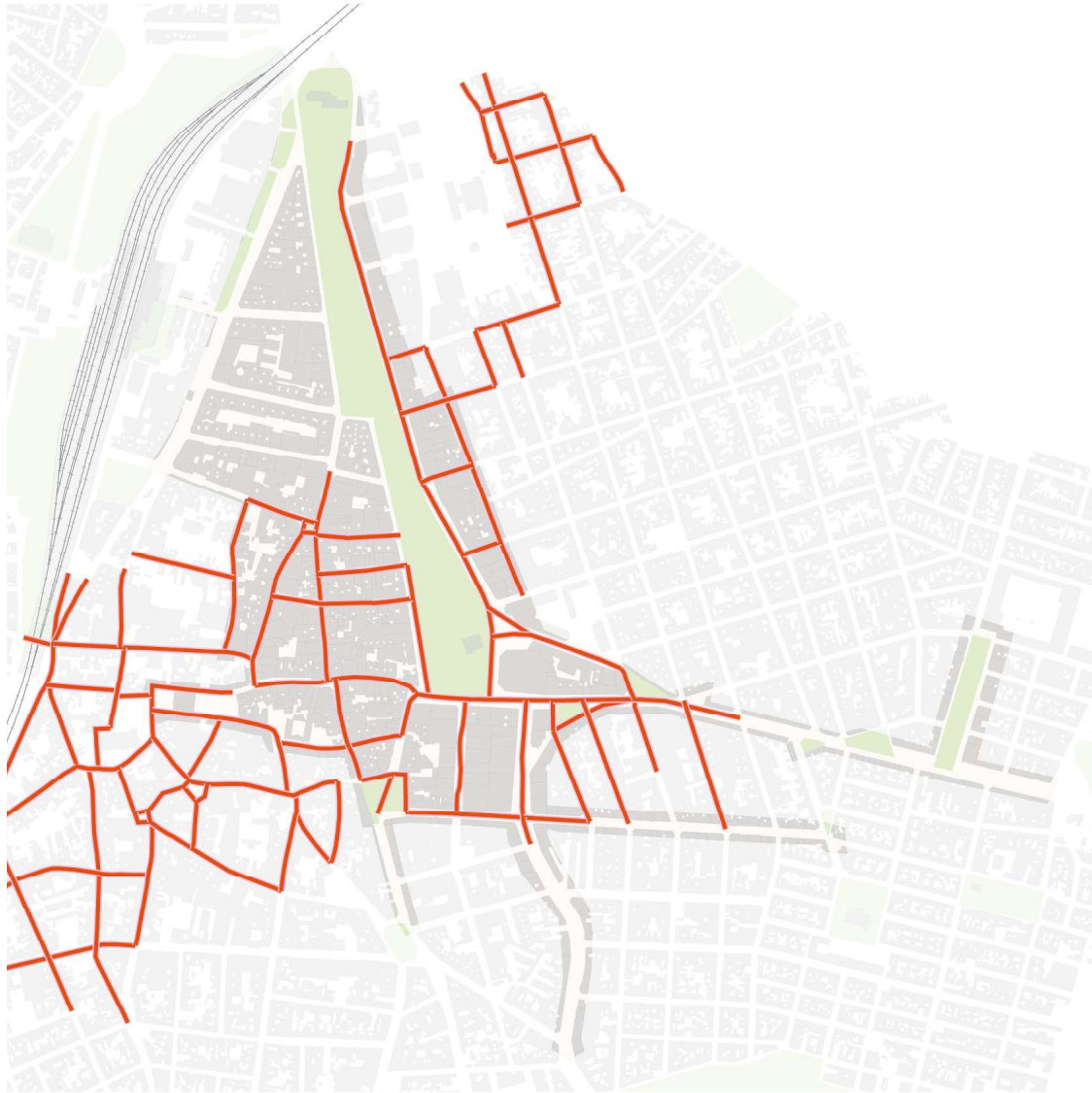
AREA DE SERVICIO BIC

- Calles con área de servicio de menos de 300 metros lineales a equipamientos BIC



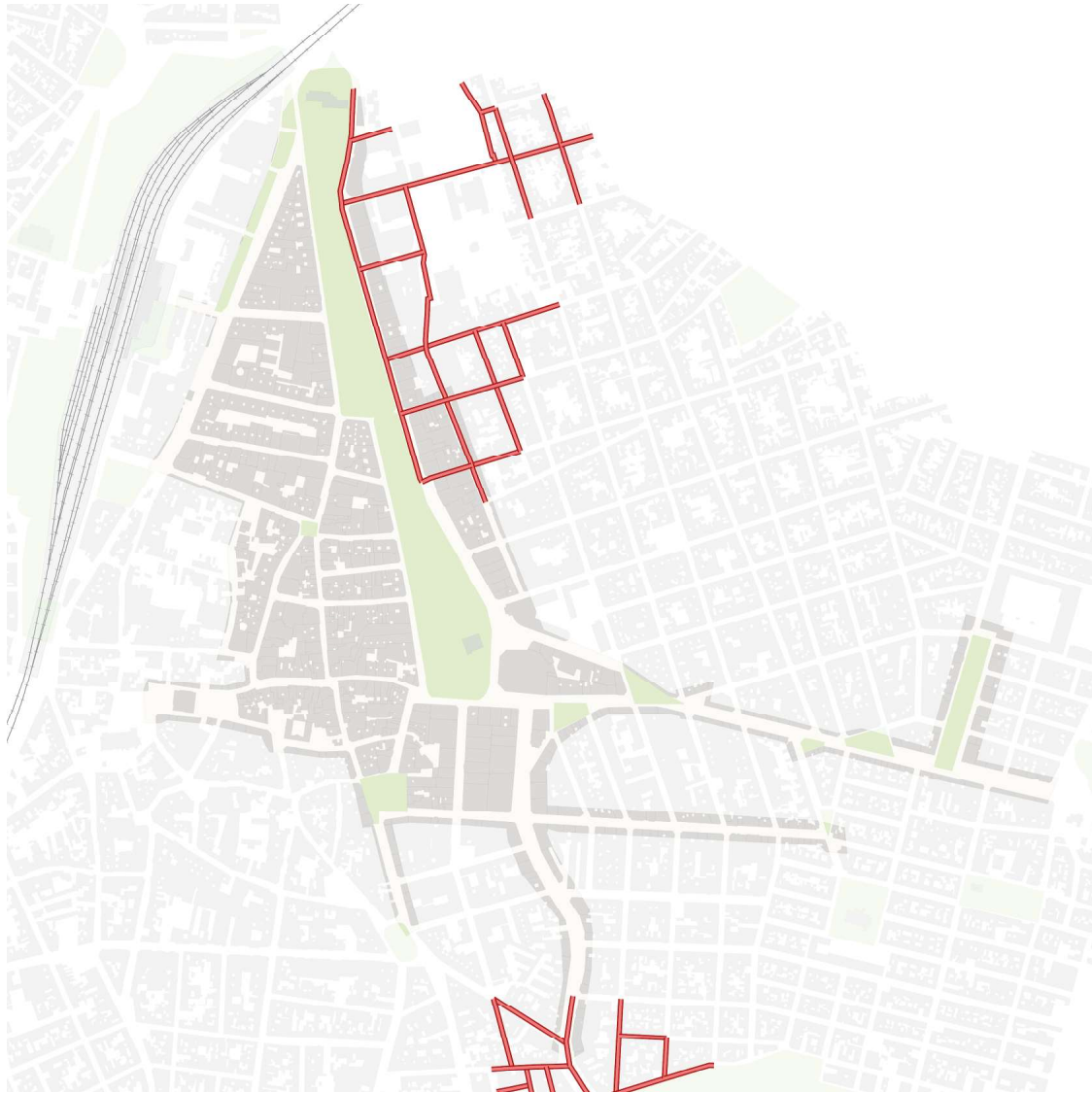
AREA DE SERVICIO MERCADO

- Calles con área de servicio de menos de 300 metros lineales a equipamientos comerciales



AREA DE SERVICIO CULTURA

- Calles con área de servicio de menos de 300 metros lineales a equipamientos culturales



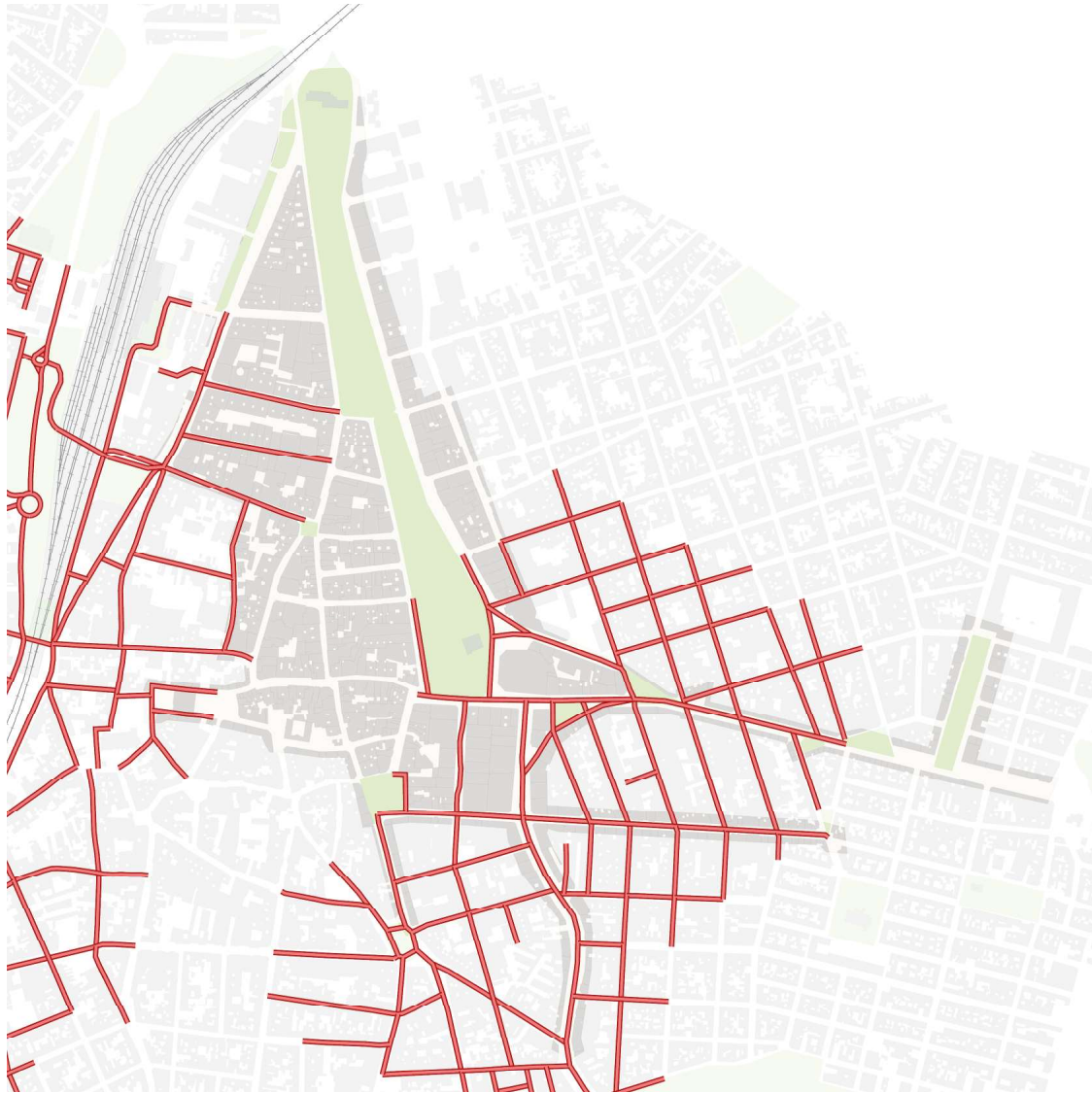
AREA DE SERVICIO DEPORTIVA

- Calles con área de servicio de menos de 300 metros lineales a equipamientos deportivos



AREA DE SERVICIO EDUCATIVA

- Calles con área de servicio de menos de 300 metros lineales a equipamientos educacionales



AREA DE SERVICIO SALUD

- Calles con área de servicio de menos de 300 metros lineales a equipamientos sanitarios



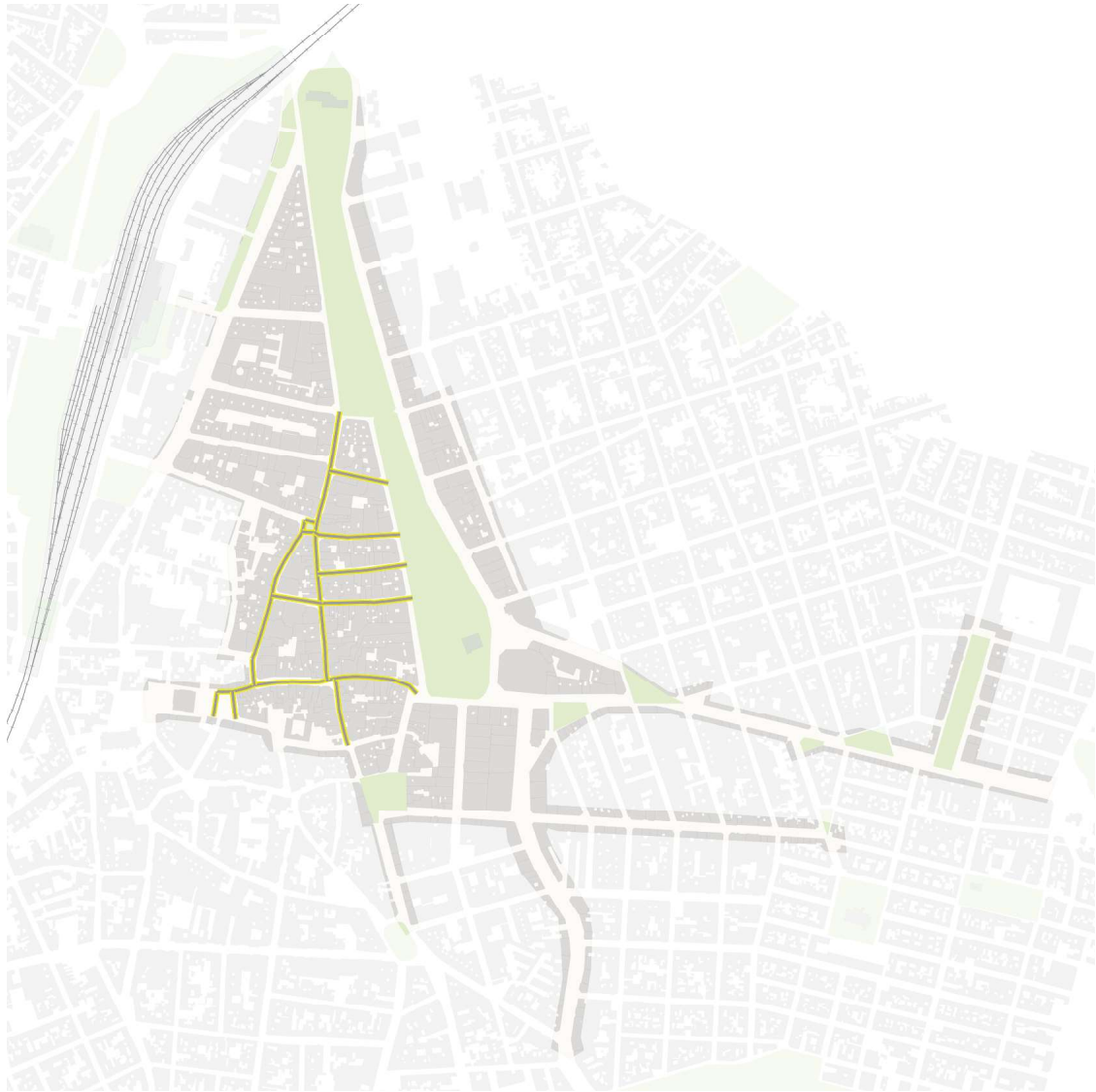
AREA DE SERVICIO SOCIAL

- Calles con área de servicio de menos de 300 metros lineales a equipamientos sociales



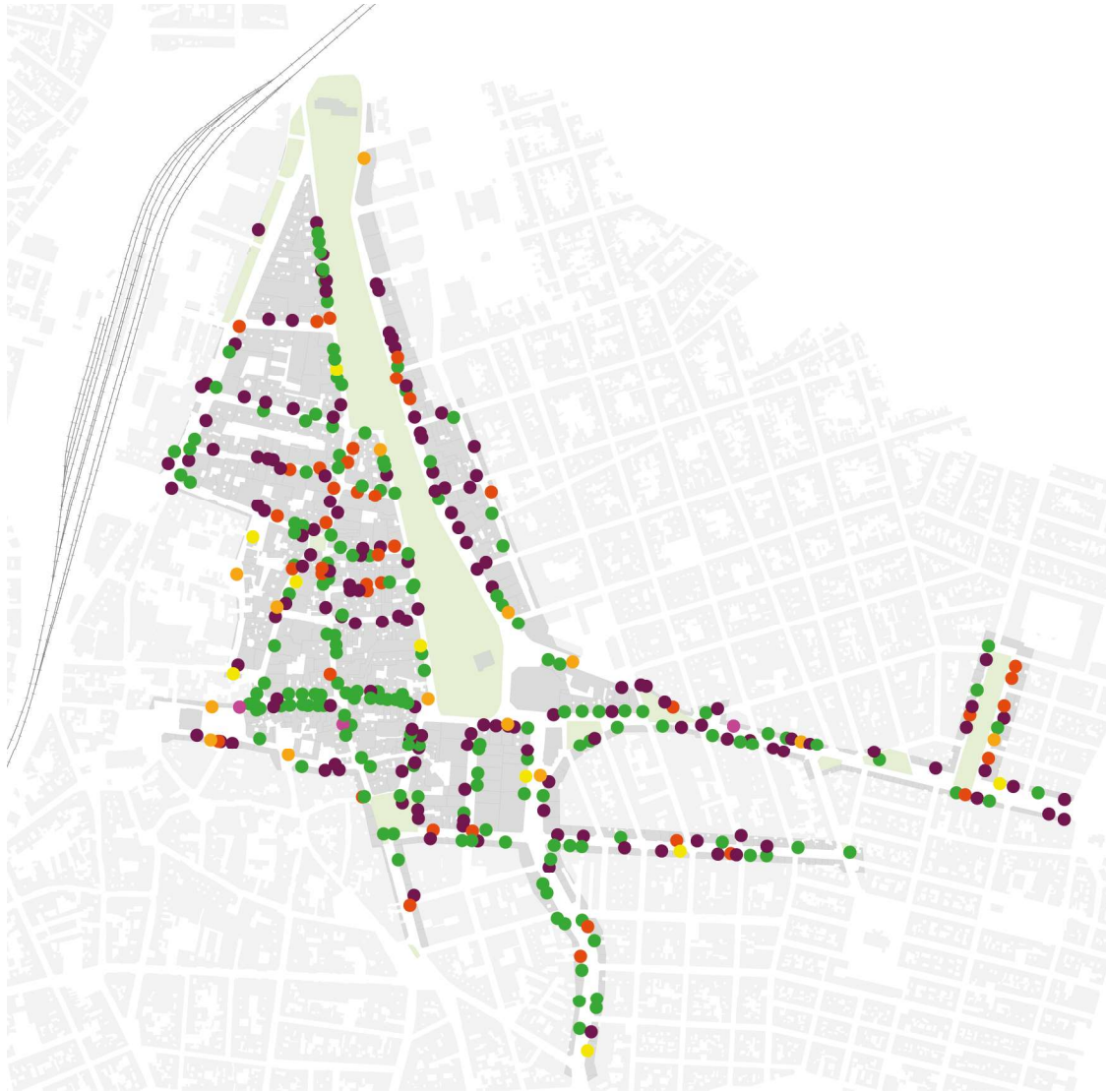
LÍNEAS DE TRANSPORTE PÚBLICO

— Líneas de autobus interurbano de Puertollano



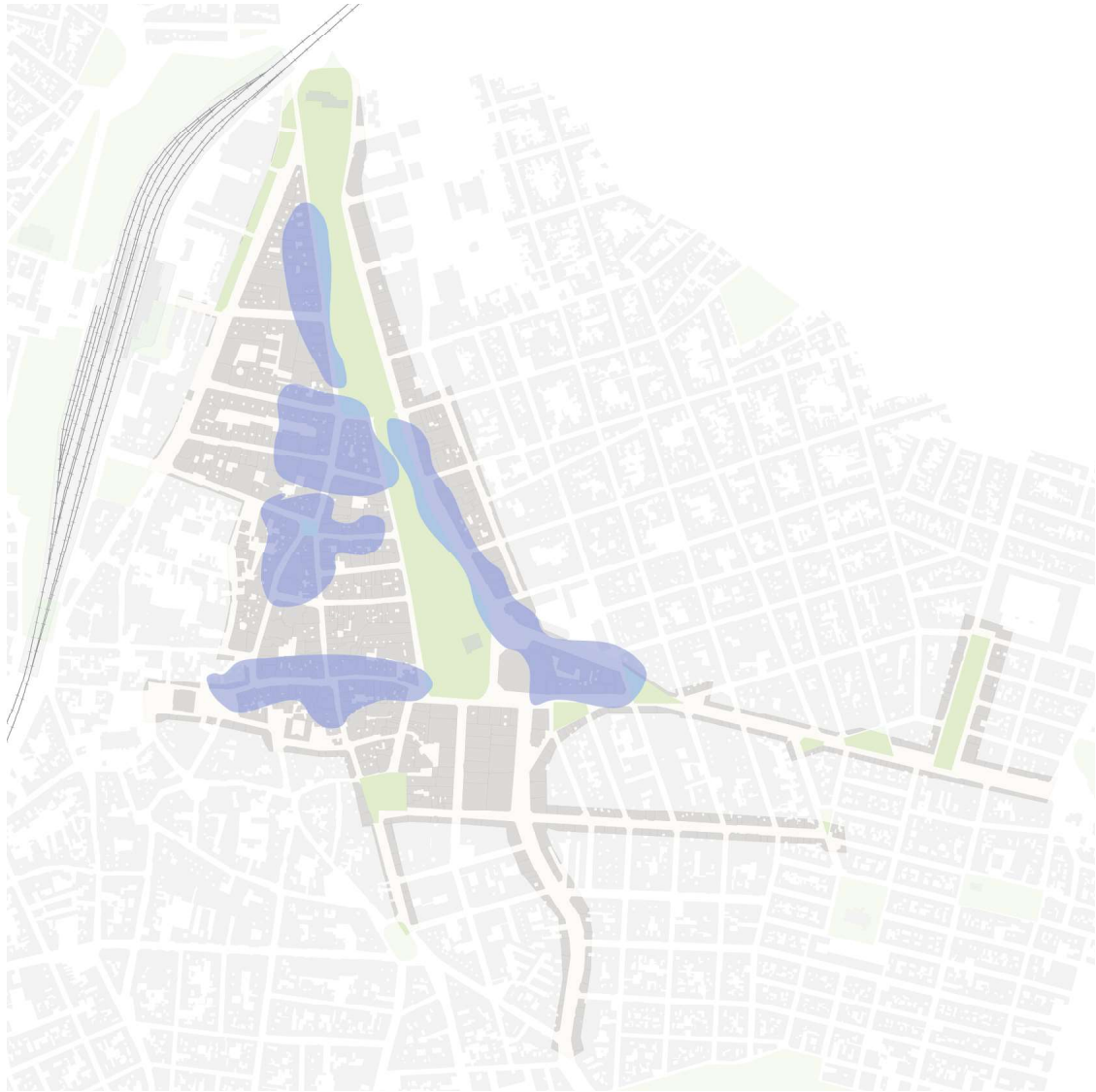
PEATONALIZACIÓN

 Vías peatonalizadas



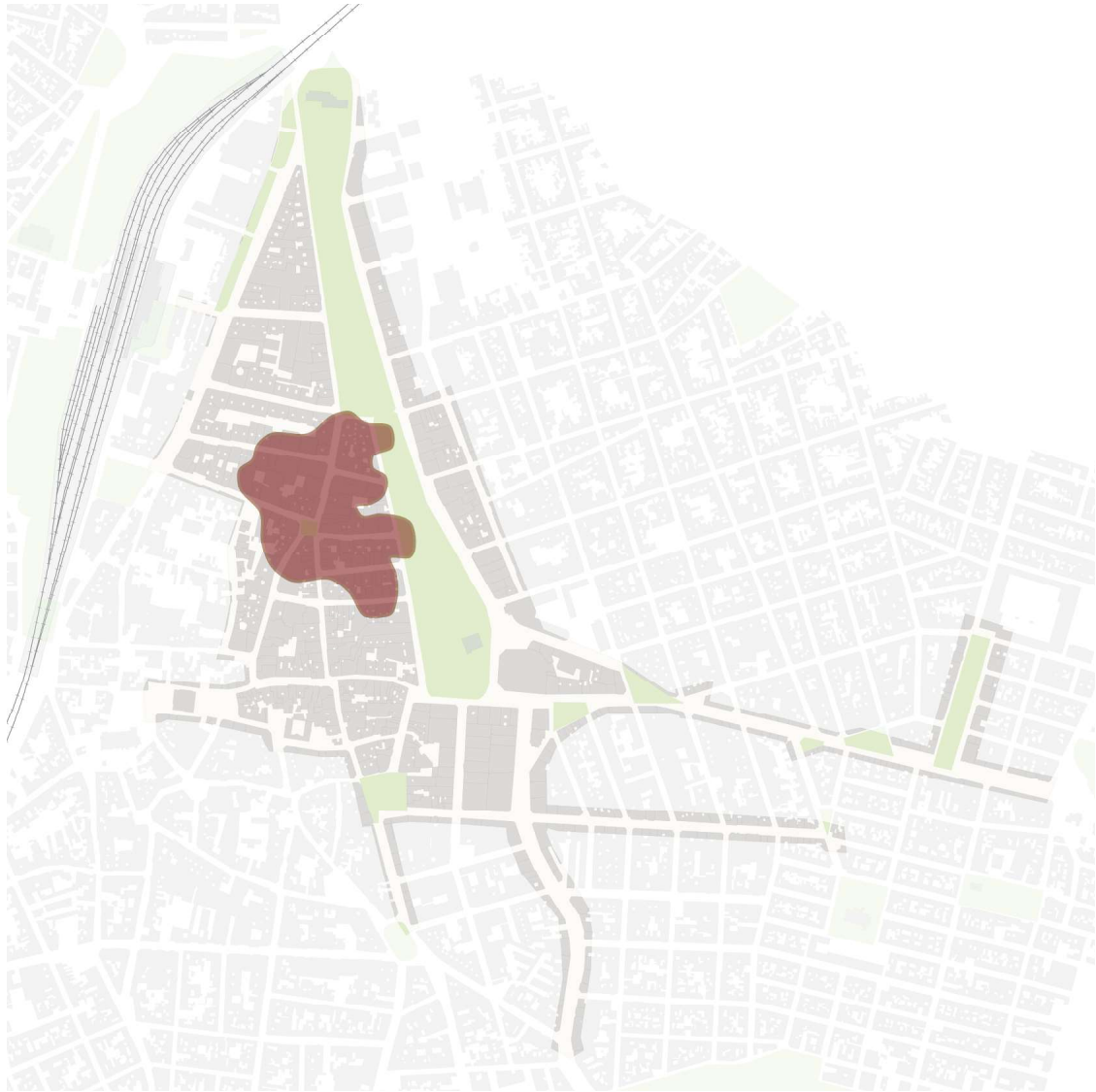
ACTIVIDADES ECONÓMICAS

- SERVICIOS
- COMERCIO
- EQUIPAMIENTO MUNICIPAL
- HOSTELERÍA
- INDUSTRIA
- CONSTRUCCIÓN



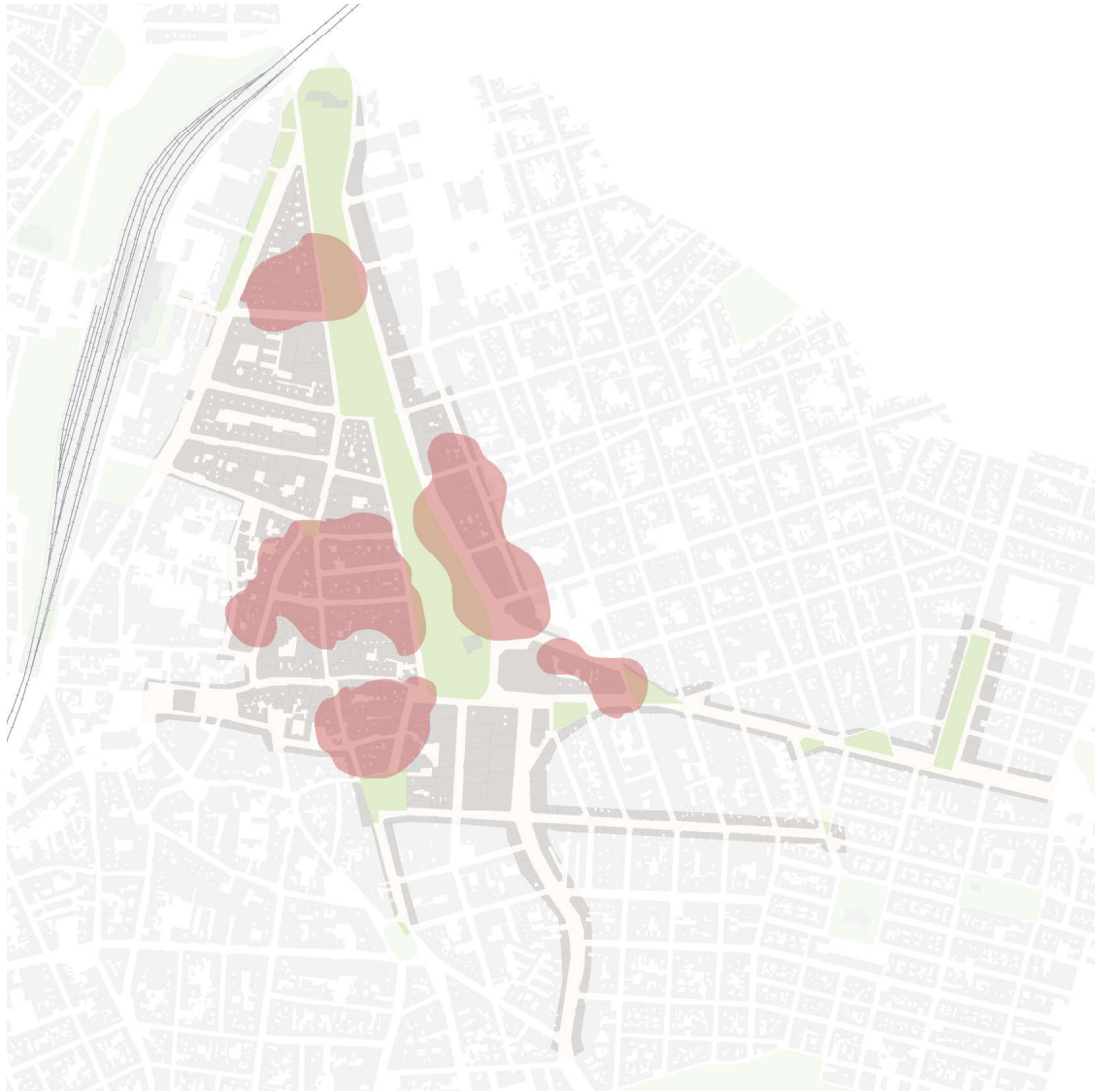
LOCALES COMERCIALES

 >25% DE LOCALES COMERCIAL SOBRE EL TOTAL



LOCALES HOSTELERÍA

 >25% DE LOCALES DE HOSTELERÍA
SOBRE EL TOTAL



LOCALES VACÍOS

 >25% DE LOCALES VACÍOS SOBRE EL TOTAL



CAÑONES URBANOS

— Calles con <7,1 metros



CAÑONES URBANOS

— Calles de 7,1 a 8,1 metros



CAÑONES URBANOS

— Calles de 8,1 a 9,1 metros



CAÑONES URBANOS

— Calles de 9,1 a 10,1 metros



CAÑONES URBANOS

— Calles de 10,1 a 11,1 metros



CAÑONES URBANOS

— Calles de >11,1 metros