

SPIM

**Estudio previo de  
Definición del Proyecto Comercial  
y Terciario “Cantos Altos”,  
Collado Villalba (Madrid)**

Madrid, Marzo 2006

**Índice:**

- 0. Objeto**
- 1. Fuentes y Condiciones de Partida**
- 2. Emplazamiento y Accesibilidad**
- 3. Análisis de Demanda y Oferta**
- 4. Dimensión estimada de la Oferta**
- 5. Resumen de Conclusiones**

**ANEXOS:**

- I.- Definición de Términos empleados**
- II.- Oferta Comercial del entorno**
- III.- Metodología del cálculo del Gasto Comercializable**
- IV.- Clasificación de Actividades**

## 0. Objeto

El presente documento ha sido elaborado por **LaSBA**, a solicitud de la empresa **Spim**, en Marzo de 2006, como consecuencia del encargo realizado para estudiar la ubicación de un Proyecto Empresarial y Comercial en ámbito situado junto a la Autovía A-6, en el municipio de Collado Villalba, Madrid.

El **objeto** de este trabajo es presentar los **resultados previos** obtenidos del análisis realizado para el **Plan Especial**, con el fin de **determinar un nivel de definición preliminar de su Concepto Comercial y su dimensión**.

Para ello se ha realizado un análisis previo de aquellos factores que influyen directa o indirectamente sobre dicho Proyecto, como son la Ubicación, Accesibilidad, el Entorno Inmediato y la Oferta Comercial y de Ocio.

El **contenido** del presente documento es el siguiente:

- En primer lugar se exponen las **fuentes y condicionantes** sobre los que se basará el análisis.
- En los epígrafes siguientes se realiza una descripción de las características generales del **Emplazamiento, Accesibilidad y la Oferta** localizada en el entorno.
- A continuación se efectúa una descripción del **Concepto Comercial previo** y las características iniciales de la **implantación**.
- Para finalizar, se presenta un esquema de **Conclusiones**.

## 1. Fuentes y Condiciones de Partida

Para la realización del presente trabajo LaSBA, además de su Base de Datos y Archivo, ha utilizado un conjunto de **fuentes** que son las que a continuación se enumeran:

Información aportada por el **Ciente**:

- Documentación urbanística y datos relativos a la Parcela “Cantos Altos”.
- Planimetría del Proyecto.
- Ortofotomapa de Collado Villalba.

Las siguientes **publicaciones**:

- Directorio de Centros Comerciales de España 2004, Asociación Española de Centros Comerciales (AECC).
- Plan General de Ordenación Urbana (PGOU) de Collado Villalba, 2000. Ayuntamiento de Collado Villalba.
- Censo de Establecimientos de Distribución Alimentaria 2005. Alimarket.
- Cartografía de Collado Villalba:

- Mapas topográficos de Collado Villalba, esc. 1:50.000. Instituto Geográfico Nacional.
- Mapas topográficos de Collado Villalba, esc. 1:25.000. Instituto Geográfico Nacional.
- Mapa Oficial de Carreteras, 2006, esc. 1:300.000. Ministerio de Fomento.

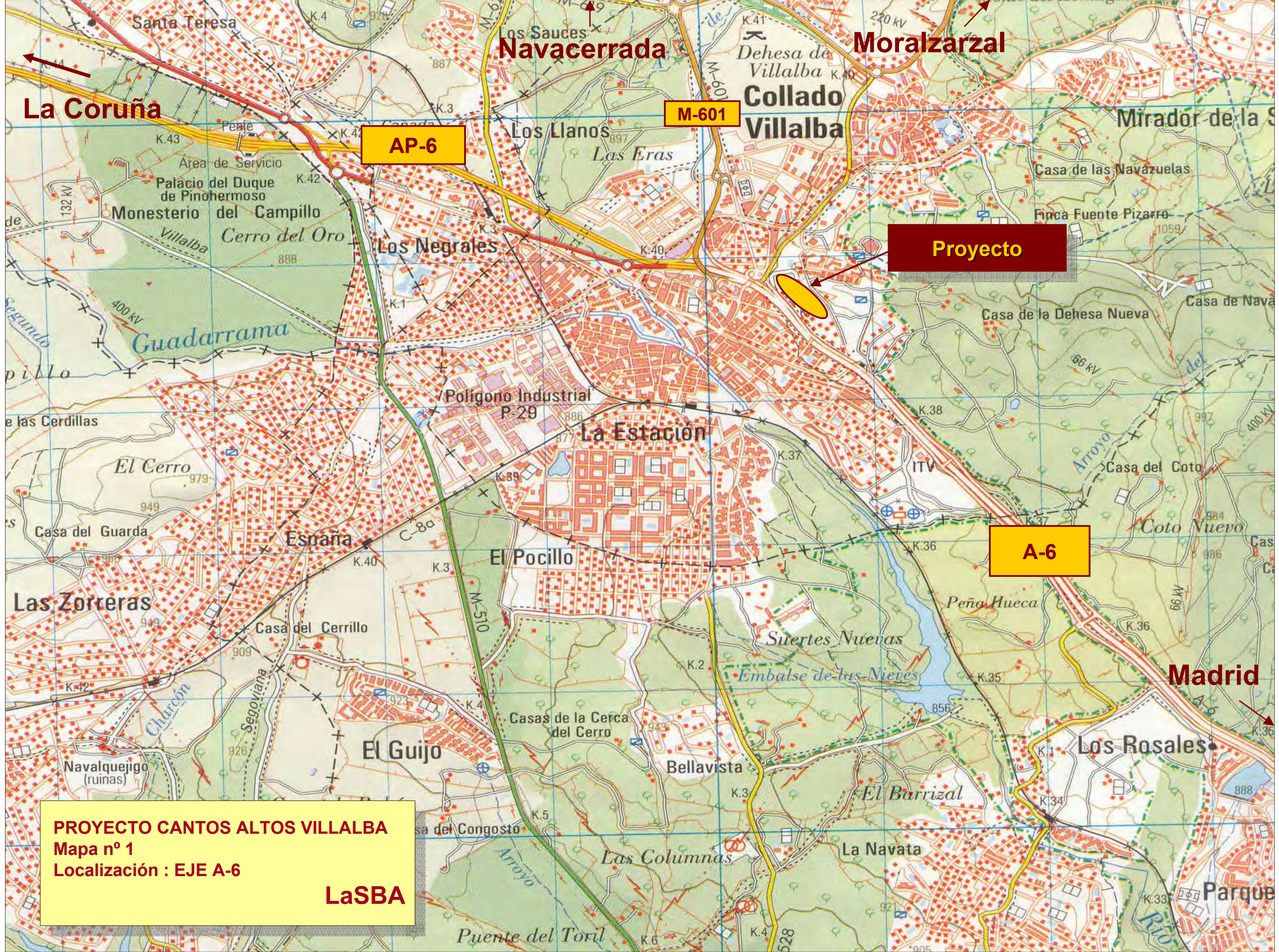
Las “**páginas web**” consultadas más relevantes han sido las siguientes:

- [www.ine.es](http://www.ine.es): Instituto Nacional de Estadística.
- [www.aedecc.com](http://www.aedecc.com): Asociación Española de Centros Comerciales.
- [www.ayto-colladovillalba.org](http://www.ayto-colladovillalba.org): Ayuntamiento de Collado Villalba.

Las **condiciones de partida** en las que se basará el análisis, y en consecuencia las conclusiones de este informe son las siguientes:

1. El Proyecto se integra dentro del Plan Especial de la parcela “Cantos Altos” / Vía de Servicio de A-6 de Collado Villalba.
2. Se supone que el proyecto de soterramiento de la **Autovía A-6** a su paso por el emplazamiento de “Cantos Altos” se llevará a cabo en un plazo no definido.
3. Los usos incorporables son del ámbito **terciario** (hoteles, oficinas, comercio escaparate y dotaciones públicos, entre otros).
4. Las instalaciones actuales de Casrama se integrarán en el esquema del Plan.





**La Coruña**

**Navacerrada**

**Moralzarzal**

**AP-6**

**M-601**

**Collado Villalba**

**Proyecto**

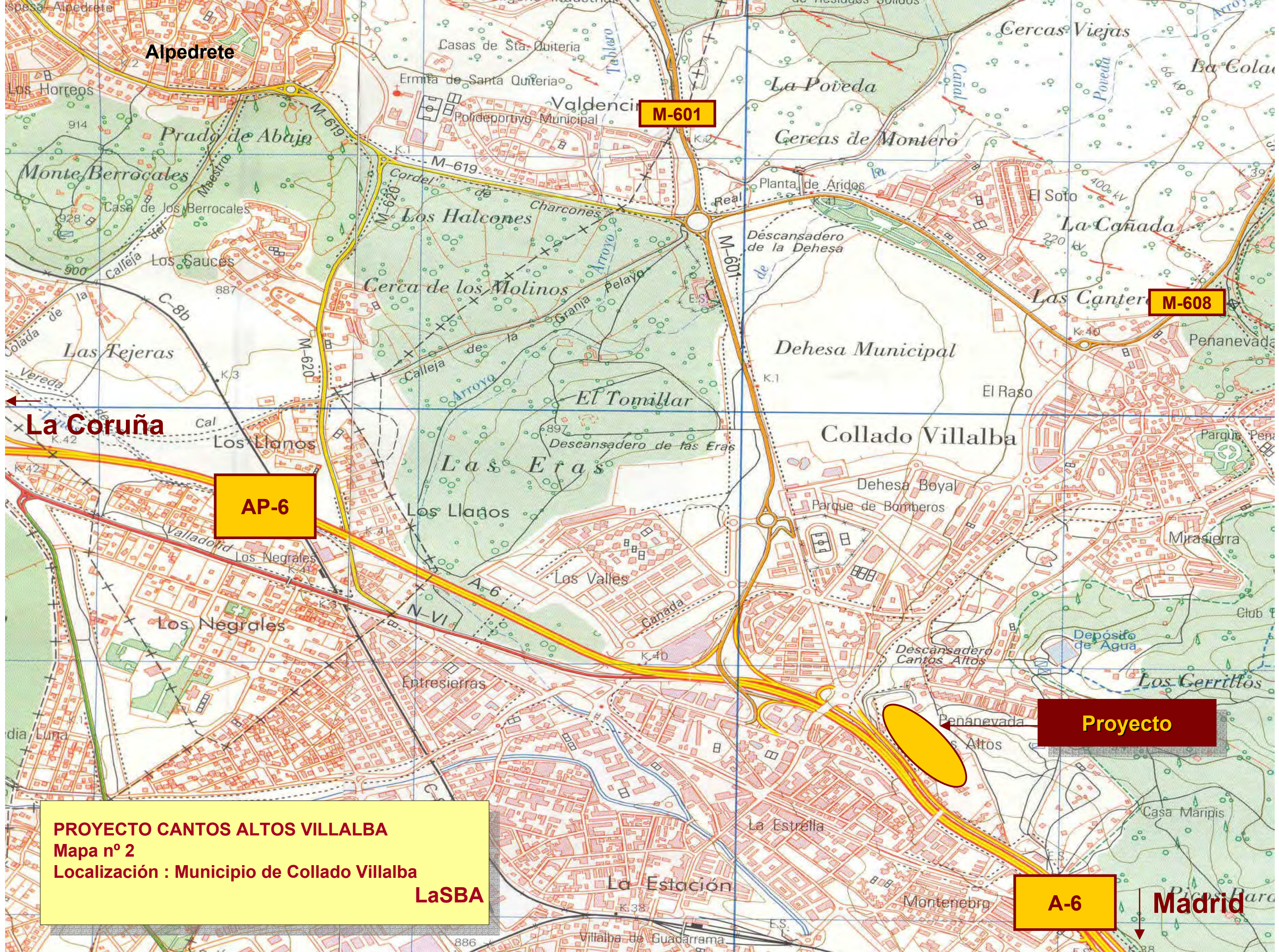
**A-6**

**Madrid**

**PROYECTO CANTOS ALTOS VILLALBA**  
**Mapa nº 1**  
**Localización : EJE A-6**

**LaSBA**





Alpedrete

M-601

M-608

La Coruña

AP-6

Proyecto

PROYECTO CANTOS ALTOS VILLALBA  
Mapa nº 2  
Localización : Municipio de Collado Villalba

LaSBA

A-6

Madrid

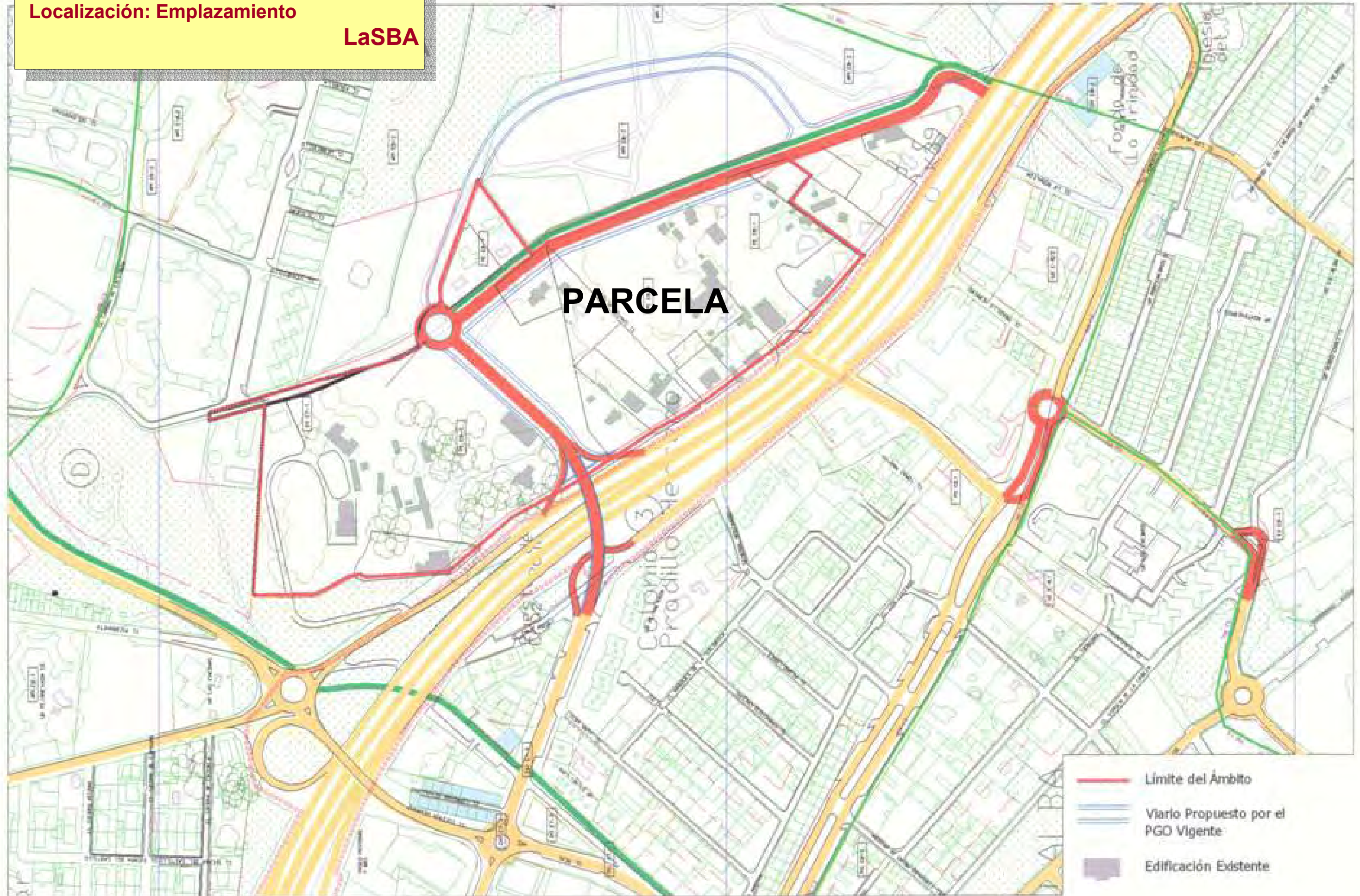


# PROYECTO CANTOS ALTOS VILLALBA

Mapa n° 3

Localización: Emplazamiento

LaSBA



## 2. Emplazamiento y Accesibilidad

En este capítulo, se describe y analiza la **localización** y las **características del entorno inmediato** donde se ubica el Plan Especial de “Cantos Altos”. Del mismo modo, se analiza la **accesibilidad** rodada fundamentalmente.

### 2.1. Localización

El **emplazamiento** donde se va a ubicar el Proyecto se localiza en una parcela situada en la zona denominada de “Cantos Altos”, junto a la autovía A-6 y enfrente de la denominada Colonia Pradillo Herrero.

El Proyecto se ubica en el **margen derecho** de la autovía de **La Coruña A-6**, circulando en sentido norte. La autovía divide claramente este entorno, ubicando los terrenos del Proyecto en un espacio rústico, que se encuentra rodeado esencialmente de urbanizaciones de reciente construcción y equipamientos públicos.

La **situación** del Proyecto respecto de Collado Villalba es **periférica**, fundamentalmente por el “efecto barrera” que supone en el desarrollo de la trama urbana la autovía A-6. No obstante, está prevista una mayor consolidación residencial del entorno con diversas urbanizaciones. La localización del Proyecto respecto del entorno de la A-6 y del municipio de Collado Villalba figura en los **Mapas nº 1 y nº 2**. La localización de la parcela se muestra el **Mapa nº 3**.

### 2.2. Descripción del Terreno

El terreno **morfológicamente** presenta una **forma alargada tendiendo a describir una cuña**, delimitada por dos viales principales: uno, interior, que permite el acceso a las urbanizaciones de alrededor, y otro, exterior, de servicio, que discurre paralelo al trazado de la A-6. Este vial permite el acceso a los dos puntos de comunicación entre esta zona de la ciudad y el casco urbano, que se realiza a través del viaducto sobre la A-6 a través de sendas rotondas, desembocando una en la C/ Eufemia Herranz, y otra en C/ Honorio Lozano.

La **topografía** de la parcela presenta un **desnivel muy acusado** entre los lados paralelos a estos viales (más de 10 metros) que, junto a la morfología y limitaciones urbanísticas, limitaran o condicionarán decisivamente el desarrollo del Proyecto.

La parcela tiene como **linderos**:

- **Por el Este**, limita con **El Camino de la Fonda**, que separa la parcela de un área residencial y un colegio e instituto de enseñanza.
- **Por el Norte**, limita con la **Rotonda Norte**, y que comunica con uno de los viaductos de comunicación con el casco urbano. Y un área verde extensa, que linda con la urbanización Las Encinas.
- **Por el Oeste**, limita con la vía de servicio, paralela a la **Autovía A-6**.
- **Por el Sur**, limita con una cuña de equipamientos terciarios, que en estos momentos recoge la apertura de un supermercado de la enseña “Gigante” y diversos concesionarios de automóviles.

La **visibilidad** del Proyecto es necesario observarla desde varios puntos de vista:

- Desde la **Autovía A-6** la visibilidad es limitada, debido a la presencia de un talud importante y el muro de contención.

Desde el casco urbano del **municipio la visibilidad es buena**, ya que se encuentra al mismo nivel. Desde La Colonia Pradillo la visión es especialmente adecuada.

En el siguiente **reportaje fotográfico** se muestra el aspecto físico del emplazamiento.

### REPORTAJE FOTOGRAFICO DEL EMPLAZAMIENTO



### 2.3. Características urbanísticas

La **parcela** tiene una superficie de **94103.694 m<sup>2</sup> (según ficha PGOU)**. Su edificabilidad, según el Plan General, es de 0,4 m<sup>2</sup>/m<sup>2</sup>, por tanto un total de 41.478 m<sup>2</sup> construidos.

El **Aprovechamiento Patrimonializable** será de **90%** del Aprovechamiento Tipo del ámbito del Plan Especial.

La parcela tendrá un **vial** interno del polígono y el **Suelo Libre de Uso Públicos** será **10%** de la superficie ordenada.

La **parcela** queda dividida en **cuatro partes**, una situada junto al vértice norte del terreno, una situada al otro lado del Camino de la Fonda al este de la parcela, una situada entre las dos viales que atraviesan la parcela en sentido Este-Oeste y una al sur de la parcela .

El Plan General incorpora posibles usos **residenciales, terciario comerciales, de oficinas, hoteles, comercio escaparate, dotación pública** etc., además de garantizar una adecuada ordenación de la **zonas verdes**.

El uso **terciario comercial** no podrá ocupar más del **50%** de la superficie edificable no residencial del ámbito total.



**PROYECTO CANTOS ALTOS VILLALBA**  
**Mapa nº 4**  
**Accesos Generales**

**LaSBA**

LaSBA

## Alpedrete

# Moralzarzal

## La Coruña

**M-601**

**M-608**

**AP-6**

**N-VI**

# Proyecto

**A-6**

**Madrid**

## Leyenda

■ ■ ■ ■ ■ → Accesos Actuales

■ ■ ■ ■ ■ ■ Accesos Futuros

■ ■ ■ ▶ Accesos Actuales

■ ■ ■ ■ ■ Accesos Futuros



# PROYECTO CANTOS ALTOS VILLALBA

Mapa n° 5

Accesos Inmediatos

LaSBA

**PARCELA**

Bulevar Estructurante

Conexión con la Via de Servicio

Posible Paso Viano a Largo Plazo

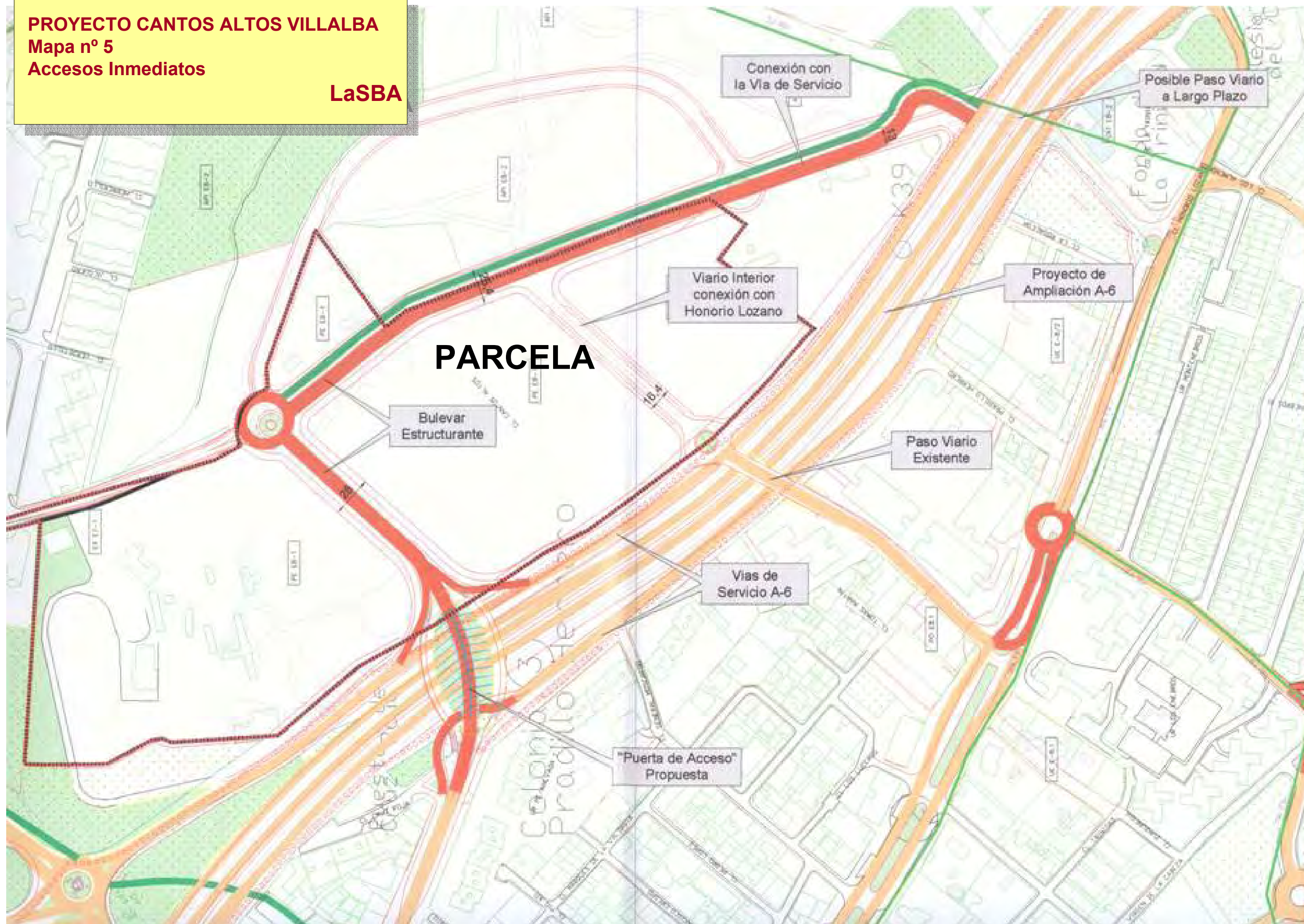
Viano Interior conexión con Honorio Lozano

Proyecto de Ampliación A-6

Paso Viano Existente

Vias de Servicio A-6

"Puerta de Acceso" Propuesta





## 2.4. Accesibilidad

En este apartado se realizará un análisis de los accesos **rodados** en vehículo privado y aquellos que se prevén en el Entorno Inmediato del Plan Especial.

La accesibilidad al Proyecto está condicionada por su proximidad la Autovía A-6. Los **principales viales** de acceso de la zona son los siguientes:

- **Autovía A-6 / AP-6:** corredor de la **zona oeste** de Madrid que canaliza buena parte del tráfico de la zona. A la altura de Villalba la Autovía deja de ser libre y pasa a ser de peaje. Consta al menos de tres carriles por sentido, según el tramo.
- **Carretera de Navacerrada M-601:** comunica la localidad de Villalba con Navacerrada. Consta de un carril por sentido, y sirve de acceso principal a municipios como **Alpedrete** o **Collado Mediano**.
- **Carretera M-608:** comunica la A-6 con la A-1 (Autovía de Burgos). Consta también de un carril por sentido, y sirve de acceso a la cercana localidad de **Moralzarzal**.

En los **Mapas nº 4 y nº 5** se indican los principales viales de acceso de la zona, así como los movimientos de los accesos inmediatos al Proyecto.

A continuación se describen los **accesos internos** al Proyecto. Las calles que delimitan el perímetro de la parcela son la Vía de Servicio de la A-6, el Camino de la Fonda, y Calle de Cantos Altos. Además está previsto un **vial adicional** que accederá a la Carretera de La Coruña mediante una “**Puerta de Acceso**” o puente sobre la Autovía A-6.

El **Mapa nº 5** muestra los accesos internos que se indican en este apartado. Las cuatro calles tienen las siguientes apreciaciones:

- **Vía de Servicio de la A-6:** es el vial que **soporta la mayor densidad de tráfico** procedente de Madrid que sale de la Autovía A-6 para acceder al proyecto. El vial tiene un carril por sentido.
- **Camino de la Fonda:** vial local con un carril por sentido que sirve de acceso a la Vía de Servio de la A-6 y al Proyecto. Está prevista una rotonda en su intersección con el vial futuro “puerta de Acceso” que se describe a continuación.
- **Calle de Cantos Altos:** vial local que atraviesa la Parcela por la mitad con un carril por sentido que conecta el Camino de la Fonda con la Avenida de Honorio Lozano mediante un puente sobre la Autovía A-6.
- **Conexión peatonal:** mediante una pasarela de conexión con el centro urbano sobre la Autovía A-6.

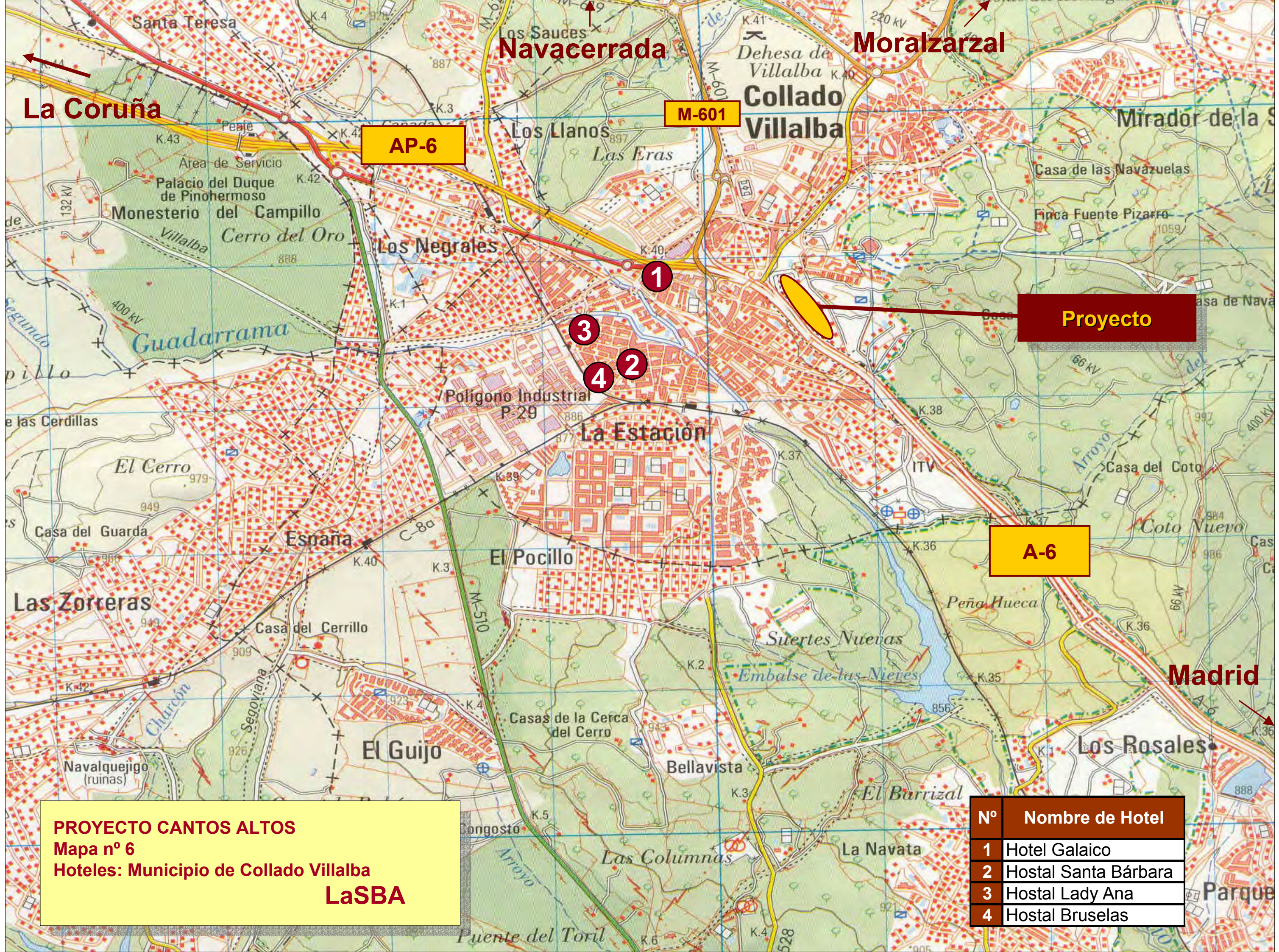
### ACCESO INMEDIATOS



### AUTOVÍA A-6 (en remodelación actualmente)







**PROYECTO CANTOS ALTOS**  
**Mapa nº 6**  
**Hoteles: Municipio de Collado Villalba**  
**LaSBA**

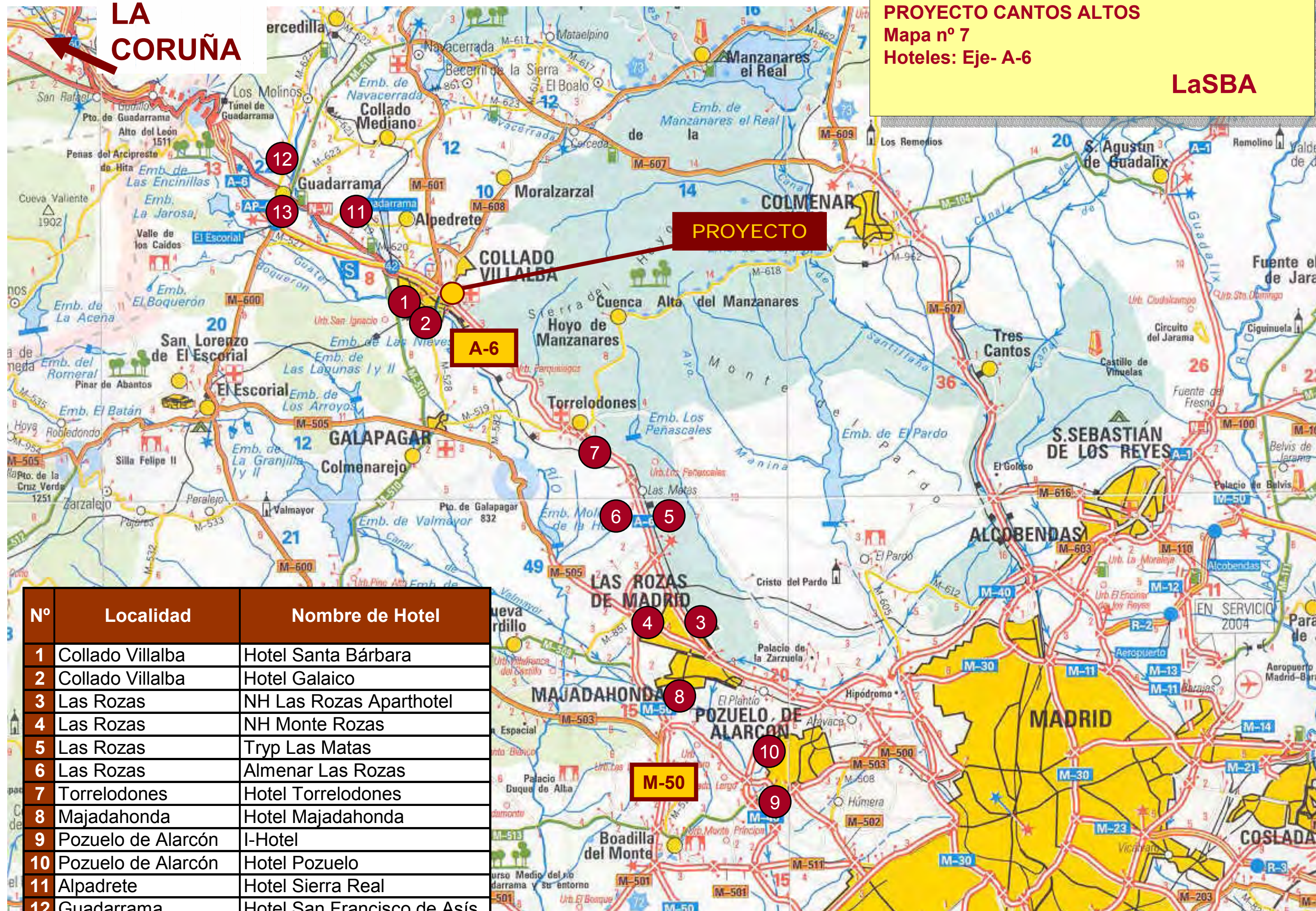
Nº	Nombre de Hotel
1	Hotel Galaico
2	Hostal Santa Bárbara
3	Hostal Lady Ana
4	Hostal Bruselas



**LA  
CORUÑA**

**PROYECTO CANTOS ALTOS**  
**Mapa nº 7**  
**Hoteles: Eje- A-6**

**LaSBA**



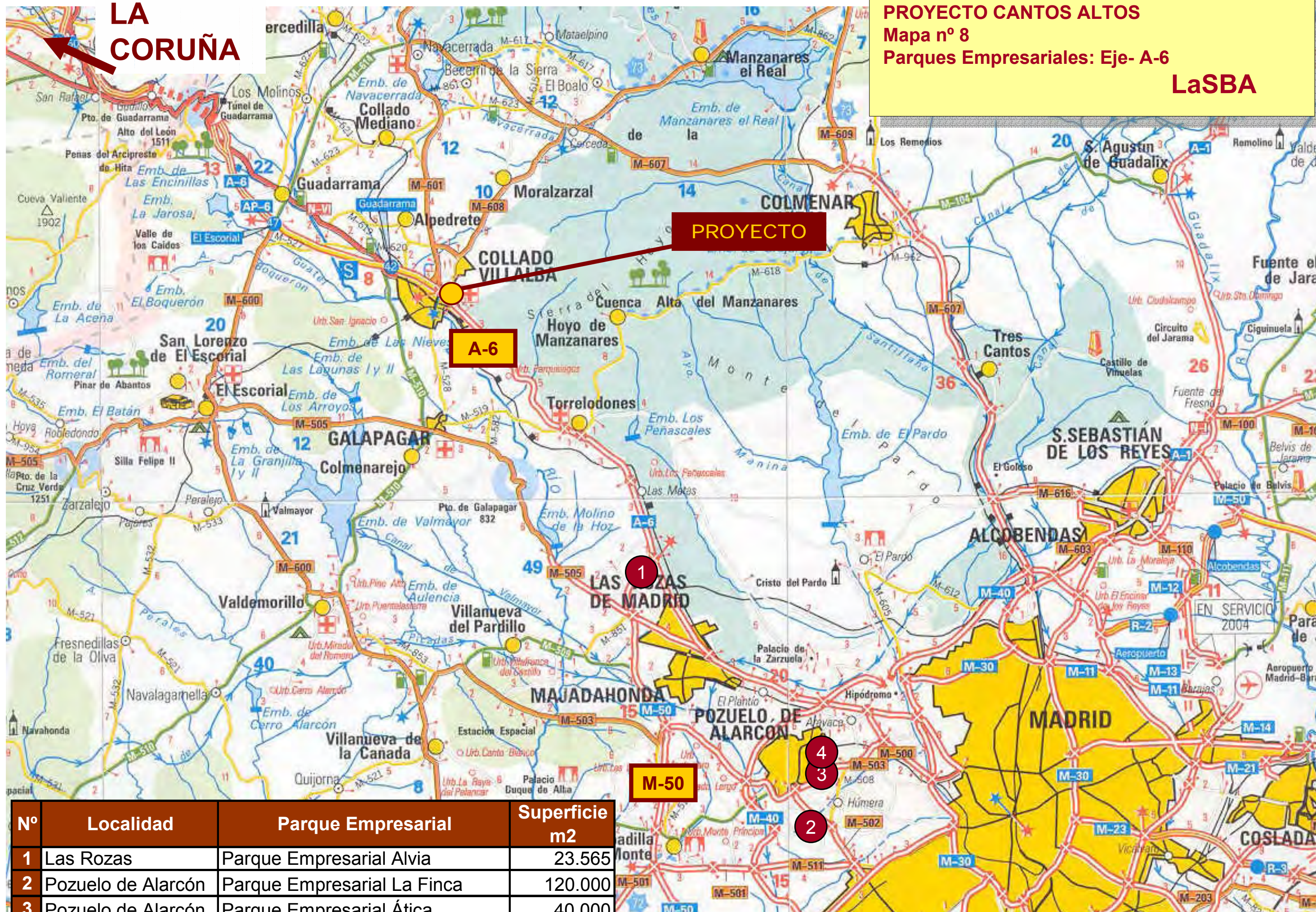
Nº	Localidad	Nombre de Hotel
1	Collado Villalba	Hotel Santa Bárbara
2	Collado Villalba	Hotel Galaico
3	Las Rozas	NH Las Rozas Aparthotel
4	Las Rozas	NH Monte Rozas
5	Las Rozas	Tryp Las Matas
6	Las Rozas	Almenar Las Rozas
7	Torrelodones	Hotel Torrelodones
8	Majadahonda	Hotel Majadahonda
9	Pozuelo de Alarcón	I-Hotel
10	Pozuelo de Alarcón	Hotel Pozuelo
11	Alpedrete	Hotel Sierra Real
12	Guadarrama	Hotel San Francisco de Asís
13	Guadarrama	Hotel Miravalle



**LA  
CORUÑA**

**PROYECTO CANTOS ALTOS**  
**Mapa nº 8**  
**Parques Empresariales: Eje- A-6**

**LaSBA**



Nº	Localidad	Parque Empresarial	Superficie m2
1	Las Rozas	Parque Empresarial Alvia	23.565
2	Pozuelo de Alarcón	Parque Empresarial La Finca	120.000
3	Pozuelo de Alarcón	Parque Empresarial Ática	40.000
4	Pozuelo de Alarcón	Parque Empresarial Urbis Center	16.000



3. Análisis de Demanda y Oferta

3.1. Introducción

En este apartado se describe la **oferta comercial**, de **hoteles** y de **oficinas** en el entorno del Proyecto. Primero, se analiza la oferta en el **municipio** de Collado Villalba y después la oferta en el eje de la **Autovía A6** entre Madrid capital y el túnel de Guadarrama. Estos entornos incluyen oficinas de carácter local y parques empresariales con trascendencia nacional. Se completa además un estudio de **Benchmarking** para la oferta de Hoteles y Oficinas con el fin de analizar la oferta existente en el entorno y sacar ratios para el **dimensionamiento** del Proyecto.

3.2. Análisis Oferta Hoteles

3.2.1. Oferta en el municipio

Situado dentro de la zona urbano de la ciudad se encuentra **cuatro hoteles** y hostales de varios tipos:

Nº	Nombre de Hotel	Nº de Habitaciones	Nº de Estrellas
1	Hotel Galaico	52	3
2	Hostal Santa Bárbara	32	3
3	Hostal Lady Ana		2
4	Hostal Bruselas		1

Fuente: Ayuntamiento de Collado Villalba y Elaboración propia LaSBA

El **Mapa nº 6** muestra los **principales hoteles del municipio de Collado Villalba**.

- El **Hotel Galiano** es de 3 estrellas y está situado en la Avenida Juan Carlos I, 45. Dispone de 52 habitaciones, restaurante, cafetería y varios salones de reuniones climatizados, con una capacidad de hasta 200 personas para reuniones de trabajo, cursos de formación, convenciones, conferencias, recepciones, etc.



HOTEL GALAICO (Collado Villalba)

- Los **3 hostales** del municipio disponen de entre una y **tres estrellas** y son más pequeños. Ofrecen sus servicios a un público más local o turistas visitando la Sierra.

3.2.2. Oferta entorno A-6

En el eje de la **Autovía A-6 Madrid – La Coruña** se encuentra varios hoteles de carretera, de negocios y de turismo. Entre ellos se destacan los siguientes:

Nº	Localidad	Nombre de Hotel	Nº de Habitaciones	Nº de Estrellas
1	Collado Villalba	Hotel Santa Bárbara	32	3
2	Collado Villalba	Hotel Galaico	52	3
3	Las Rozas	NH Las Rozas Aparthotel	80	3
4	Las Rozas	NH Monte Rozas	63	3
5	Las Rozas	Tryp Las Matas	57	3
6	Las Rozas	Almenar Las Rozas	103	4
7	Torrelodones	Hotel Torrelodones	37	3
8	Majadahonda	Hotel Majadahonda	41	4
9	Pozuelo de Alarcón	I-Hotel	112	4
10	Pozuelo de Alarcón	Hotel Pozuelo	42	4
11	Alpadrete	Hotel Sierra Real	48	4
12	Guadarrama	Hotel San Francisco de Asís	22	3
13	Guadarrama	Hotel Miravalle	12	3

Fuente: Ayuntamientos del Entorno y Elaboración propia LaSBA

El **Mapa nº 7** muestra los **principales hoteles del eje de la A-6 Madrid – La Coruña**.

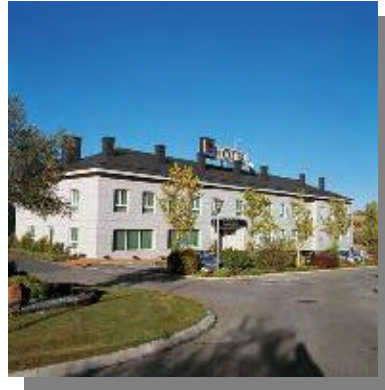
- NH Las Rozas Aparthotel** (Las Rozas) es de tres estrellas y dispone de 80 habitaciones. Está Situado en un entorno empresarial en Las Rozas, con acceso directo a la Autovía A-6 y a la M-40. Dispone de un restaurante-bar, salón con capacidad de 40 personas y piscina exterior.



NH LAS ROZAS APARTHOTEL



- **NH Monte Rozas Hotel** (Las Rozas) es de tres estrellas y tiene 63 habitaciones. Está situado en la carretera al Escorial próximo al Polígono Industrial y a la nueva zona de desarrollo Európolis y al nuevo Parque de Ocio de Las Rozas. Dispone de un Bar-Cafetería y parking.



**NH MONTE ROZAS (Las Rozas)**

- **Hotel Tryp Las Matas** (Las Rozas) es de tres estrellas y tiene 57 habitaciones. Dispone de un restaurante, un bar y está situado en el pueblo de Las Matas junto a la carretera A-6.



**TRYP LAS MATAS (Las Rozas)**

- **Almenar Las Rozas** es de 4 estrellas y dispone de 104 habitaciones. Ofrece tres salas de conferencias con capacidad de 150 personas, un aparcamiento y un garaje. Está situado cerca del parque empresarial de Las Rozas.



**HOTEL ALMENAR (Las Rozas)**

- **Hotel Torrelodones** está localizado a la entrada a Madrid en la carretera de La Coruña, A-6 y a 5 minutos del Parque Empresarial de Las Rozas. El hotel es de 3 tres estrellas y dispone de 37 habitaciones. Las cinco salas de su edificio de reuniones adjunto tienen una capacidad de hasta 70 personas. Hotel Torrelodones también dispone de un restaurante un bar-cafetería.



**HOTEL TORRELODONES**

- **Hotel Majadahonda** es de 4 estrellas, cuenta con 41 habitaciones y dispone de un restaurante, bar, gimnasio, sauna y piscina climatizada. También cuenta con salones para reuniones desde 5 personas hasta 300, y bodas y, en el mismo edificio, aparcamiento cubierto. El hotel está situado en el Parque Empresarial "El Carralero", a 600 metros del casco urbano de Majadahonda.



**HOTEL MAJADAHONDA**

- **I-Hotel Pozuelo** es de 4 estrellas y cuenta con 112 habitaciones. Inaugurado en 2005 y situado en Ciudad de la Imagen, dispone de un restaurante, bar, salones, business center y parking.



- **Hotel Pozuelo** es de 4 estrellas y dispone de 42 habitaciones. Cuenta con un restaurante, bar, aparcamiento y cafetería. El hotel está situado en el casco urbano del pueblo de Pozuelo.



HOTEL POZUELO

- **Hotel Sierra Real**, (Alpedrete) es un hotel de 4 estrellas y cuenta con 48 habitaciones. Cuenta con un restaurante, bar, cafetería, 4 salas de reuniones y parking. Está situado en el pueblo de Alpedrete cerca de la sierra de Guadarrama.



HOTEL SIERRA REAL (Alpedrete)

- **Hotel San Francisco de Asís** (Guadarrama) dispone de 22 habitaciones y es de tres estrellas. El hotel cuenta con un restaurante, bar, cafetería, tres salones para reuniones o celebraciones y parking. Está situado junto al pueblo de Guadarrama en la Sierra.
- **Hotel Miravalle** (Guadarrama) está situado junto al pueblo de Guadarrama y la Autovía A-6. Es de tres estrellas y dispone de 12 habitaciones. Cuenta con un restaurante, bar, aparcamiento y sala de reuniones.

3.2.3. Benchmarking de Hoteles

Se han hecho un estudio de **benchmarking** de varios hoteles en el entorno del Proyecto y en toda la comunidad de Madrid, para identificar una media de número de **habitaciones** para hoteles parecidos a lo que podría incorporarse al emplazamiento. La media es **101 habitaciones** por hotel para los **24 hoteles** en el estudio de benchmarking.

Se muestra los resultados en el siguiente cuadro:

Localidad	Comunidad	Enseña	Nº de Habitaciones
Aravaca	Madrid	AC Hoteles	78
Aravaca	Madrid	AC Hoteles	110
Cuatro Caminos	Madrid	AC Hoteles	48
S. Sebastian	Madrid	AC Hoteles	100
Alcala	Madrid	AC Hoteles	90
Coslada	Madrid	AC Hoteles	113
Rivas Vaciamadrid	Madrid	AC Hoteles	84
Arganda	Madrid	AC Hoteles	84
Getafe	Madrid	AC Hoteles	84
Santiago Bernabeu	Madrid	AC Hoteles	111
Guadalajara	Madrid	Ibis	84
Getafe	Madrid	Ibis	152
Alcala	Madrid	Ibis	85
Fuenlabrada	Madrid	Ibis	128
Alcorcón	Madrid	Ibis	83
Tres Aguas (Villaviciosa de Odon)	Madrid	Ibis	157
Glorieta de Bilbao (Madrid)	Madrid	Ibis	64
Alcobendas	Madrid	Holiday Inn	109
Alcorcon	Madrid	Holiday Inn	135
Rivas	Madrid	Holiday Inn	113
San Sebastian	Madrid	Holiday Inn	118
Tres Cantos	Madrid	Holiday Inn	61
Sanchinarro	Madrid	Novotel	134
Media			101

Fuente: AC Hoteles, Ibis, Holiday Inn, Novotel y Elaboración propia LaSBA

3.2.4. Conclusiones

- La oferta de **hoteles** en el **municipio de Collado Villalba** se destaca por una oferta variada de entre 1 y 3 estrellas que ofrece sus servicios a un público o de **negocios o de turismo** de la Sierra de Guadarrama. Los hoteles suelen tener **menos habitaciones que la media** para el entorno general de la parte norte de la Comunidad de Madrid.
- En el eje de la **Autovía A-6** existe una oferta de **hoteles** variada que incluye numerosas **cadenas nacionales e internacionales** como AC Hoteles, Hotel Ibis y Holiday Inn. Principalmente sirven a un público de **negocios** con salas de reuniones y proximidad a los complejos de oficinas más destacadas. Además muchos de ellos ofrecen espacios para **bodas y otras celebraciones**.
- La mayoría de los hoteles en el entorno incluyen **aparcamiento propio** y **restauración** como bares, restaurantes y cafeterías.



- En general, los hoteles del entorno son **modernos** y de **nivel medio-alto**, que refleja la relevancia que va adquiriendo este entorno de municipios y su desarrollo como **área de negocios y transacciones** cerca de la ciudad de Madrid.
- El análisis de **Benchmarking** que cuenta con 24 hoteles de Madrid Capital y sus alrededores indica un intervalo de número de habitaciones de entre 64 y 152 unidades con una **media** de **101 habitaciones**.
- El equipamiento hotelero que se podría incluir en el Plan Especial de “Cantos Altos” debería tener una dimensión cerca de las **100 habitaciones, aparcamiento, restauración** y podría ofrecer una **sala de reuniones** u otro espacio dirigido a un público de negocios.

### 3.3. Análisis Oferta Oficinas

#### 3.3.1. Oferta en el municipio

Las oficinas que se encuentran en el municipio de Collado Villalba **son pequeñas, obsoletas** y sirven para la instalación de negocio de carácter **local**. Están principalmente situados en el centro de la localidad y en edificios residenciales.

#### 3.3.2. Oferta en el Entorno: Parque Empresarial Las Rozas

El entorno de Collado Villalba está dotado con varios parques empresariales. Entre ellos se destacan:

- **Parque Empresarial Alvia** (Las Rozas, 23.565 m<sup>2</sup>)
- **Parque Empresarial La Finca** (Pozuelo de Alarcón, 120.000 m<sup>2</sup>)
- **Parque Empresarial Ática** (Pozuelo de Alarcón, 40.000 m<sup>2</sup>)
- **Parque Empresarial Urbis Center** (Pozuelo de Alarcón, 16.000 m<sup>2</sup>)

El **Mapa nº 8** muestra los **principales parques empresariales** del **eje** de la **A-6 Madrid – La Coruña**.

El parque más cercano relevante se encuentra en el municipio de Las Rozas junto a la carretera A-6. A continuación, se detalle sus características.

#### Parque Alvia

- El Parque Empresarial **Alvia** está situado al norte de **Las Rozas** en el kilómetro 21 de la **A-6**, en su confluencia con la **M-50**. Tiene un superficie alquilable de **23.565 m<sup>2</sup>** (156 €/m<sup>2</sup>/año) y cuenta con tres edificios, dos de ellos simétricos destinados a oficinas y el tercero, entre los dos anteriores, a restaurante. Los edificios de oficinas se distribuyen en **tres plantas sobre rasante** y **dos plantas subterráneas** de **parking** con un total de **1.002 plazas** de aparcamiento. Las plantas de cada uno de los edificios de oficinas alberguen hasta 12 unidades independientes, con la posibilidad de alquilar superficies desde 235 m<sup>2</sup> has 11.334 m<sup>2</sup>.







3.3.3. Análisis de Benchmarking

Se han hecho un estudio de **Benchmarking** de varios edificios de **oficias** y **parques empresariales** en el entorno, en la comunidad de Madrid, y en Sevilla para identificar varios características de edificios similares que puedan ser extrapolables al Proyectos:

- **Superficie Total** (m2)
- **Aparcamiento** (nº de plazas)
- **Rentas / m<sup>2</sup>** (euros)

El siguiente cuadro detalle una muestra de edificios de oficinas y parques empresariales en el entorno de Madrid:

Localidad	Comunidad	Superficie Total (m2)	Aparcamiento (nº de Plazas)	Ratio Parking/ 100 m2 de Superficie	Promotor
Las Rozas	Madrid	23.565	1.002	4,3	Metrovacesa
Las Rozas	Madrid	10.854	160	1,5	Metrovacesa
Las Rozas	Madrid	35.667	1.000	2,8	Metrovacesa
Tres Cantos	Madrid	5.100	0	0,0	Metrovacesa
Tres Cantos	Madrid	1.824	45	2,5	Metrovacesa
Campo de las Naciones	Madrid	40.000	122	0,3	Metrovacesa
Campo de las Naciones	Madrid	17.190	393	2,3	Metrovacesa
Las Tablas	Madrid	26.543	649	2,4	Metrovacesa
Pozuelo	Madrid	12.000	0	0,0	Metrovacesa
Reina Victoria (Casa de Campo)	Madrid	16.511	472	2,9	Metrovacesa
Principe de Vergara, 132 (Madrid)	Madrid	13.194	142	1,1	Realia
Cuidad Lineal (Madrid)	Madrid	17.525	262	1,5	Realia
Atocha (Madrid)	Madrid	8.340	25	0,3	Realia
Eisenhower 1 (Barajas)	Madrid	4.519	75	1,7	Realia
Eisenhower 2 (Barajas)	Madrid	5.004	-	-	Realia
Eisenhower 3 (Barajas)	Madrid	5.004	-	-	Realia
Eisenhower 4(Barajas)	Madrid	4.543	-	-	Realia
Albasanz 12-14 (Madrid)	Madrid	9.482	56	0,6	Realia
Total		256.866	4.403	1,8	

Fuente: Metrovacesa, Realia y Elaboración propia LaSBA

Se han sacado un **ratio** de plazas de aparcamiento por 100 m<sup>2</sup> de superficie para las oficinas incluidas en el estudio. La **ratio media** entre el superficie total el número de plazas de **aparcamiento** es **1,8**.

El siguiente cuadro muestra los niveles de rentas de oficinas en Madrid en 2005 según dos fuentes: CB Richard Ellis y Jones Lang LaSalle.

Zona	Renta Minima €/m2	Renta Maxima €/m2	Fuente	Fecha
CBD	17,00	26,50	CBRE	2005
Norte	12,50	25,00	CBRE	2005
Cuidad	10,00	20,00	CBRE	2005
M-30	9,00	18,00	CBRE	2005
M-40	7,00	16,00	CBRE	2005
Media	11,10	21,10	CBRE	2005
Castellana	16,25	26,50	JL	2005
Cuidad	12,00	19,50	JL	2005
M-30 y M-40	9,00	19,00	JL	2005
Autopistas (incl. Las Rozas)	6,75	12,00	JL	2005
Media	11,00	19,25	JL	2005

Fuente: CBRE y JLL

Según las fuentes, la zona que corresponde al entorno del Proyecto “**Cantos Altos**” es “**Autopistas** (incl. Las Rozas)”. Este dato de Renta Mínima euros/m<sup>2</sup> de 6,75 se encuentra debajo de la **media** de Madrid de 11,00 euro/m<sup>2</sup>.

3.3.4. Conclusiones

- En el **municipio** de Collado Villalba, la oferta de **oficinas** está de tamaño **pequeño-mediano**, que sirve principalmente para el entorno inmediato y **negocios locales**.
- En cambio, el eje de la **A-6** entre Madrid Capital y el túnel de Guadarrama es uno de los **principales entornos** de oficinas en la Comunidad de Madrid.
- Los municipios de **Pozuelo** y **Las Rozas** incorporan la mayor parte de la oferta en este eje con empresas nacionales e internacionales importantes.
- Los edificios de los parques empresariales son generalmente **amplios** tienen **pocas plantas** (2 ó 3 niveles) y están situados cerca o al lado de las autovías **A-6** y **M-50**.
- Los **rentas** por m<sup>2</sup> del eje de la Autovía A-6 están debajo de la media de la Comunidad de Madrid.

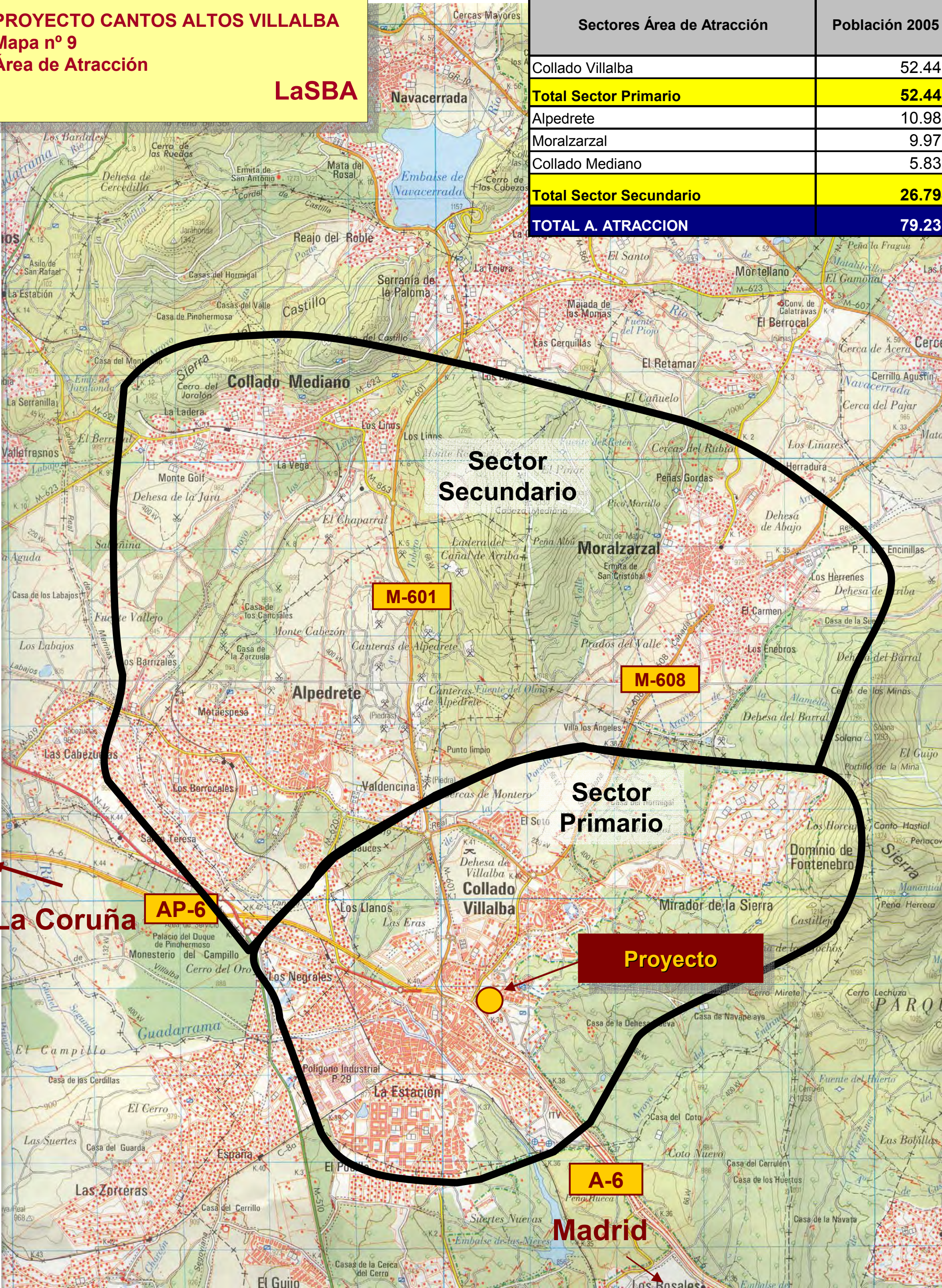
La dotación de oficinas que se podría incluir en el Proyecto de “Cantos Altos” podría tener unas 2 ó 3 **plantas** y **aparcamiento** suficiente según el ratio de 1,8 plazas por 100 m<sup>2</sup>.



PROYECTO CANTOS ALTOS VILLALBA  
Mapa nº 9  
Área de Atracción

LaSBA

Sectores Área de Atracción	Población 2005
Collado Villalba	52.445
Total Sector Primario	52.445
Alpedrete	10.989
Moralzarzal	9.973
Collado Mediano	5.832
Total Sector Secundario	26.794
TOTAL A. ATRACCION	79.239





3.4. Análisis de la Oferta y Demanda Comercial

Este capítulo se centra exclusivamente en el análisis relacionado con la potencial incorporación de usos comerciales o de industria escaparate. Para ello se ha querido conocer el estado actual de la oferta comercial más representativa del municipio. Y, por otro lado, cuantificar el potencial público objetivo de este tipo de oferta.

3.4.1. Análisis de la Oferta Comercial

En este apartado, se realiza un análisis de la dotación comercial y de ocio existente localizado en el entorno del emplazamiento (ver Mapa nº 12).

a) Centros Comerciales y de Ocio

En este apartado se incluyen **dos Centros** que por su oferta comercial y de ocio son las principales **referencias** dentro del municipio en estudio:

• Centro Comercial Los Valles

**Centro Comercial** de carácter semiurbano localizado en el Km. 40 de la A-6, en el **margen derecho** de la vía, ocupando una parcela próxima al **Proyecto en estudio. Fue inaugurado en 1993** y cuenta con un hipermercado **Carrefour** y **8 salas de cine (Cines Estrella)** como locomotoras principales. Dispone de una **SBA** total de **25.500 m²** distribuida en **80 locales**, de los cuales 2 son exteriores.

Frente al Centro Comercial hay algunos **locales** de carácter comercial, como por ejemplo venta al por mayor de vaqueros, venta de puertas, cocinas, etc.

• Centro Comercial y de Ocio Planetocio

Centro Comercial y de Ocio de carácter semiurbano localizado en el **margen izquierdo** de la A-6, en el punto kilométrico 40,5 de la Autovía. Inaugurado en 2001, dispone de una **SBA total de 23.825 m²** distribuidas en **3 plantas** comerciales y 2 niveles de aparcamiento, además de algunos establecimientos de restauración y ocio situados en el parking en superficie del complejo.

Se trata del Centro Comercial y de Ocio **moderno cuya principal singularidad reside en una pista de hielo profesional** a la que se suman otros **70 locales**.

b) Medianas superficies

En relación a la presencia de medianas superficies en el entono de la parcela en estudio, puede señalarse un importante núcleo localizado en el eje situado a lo largo de la **antigua carretera N-VI** –actual c/ Juan Carlos I- en el que se concentran número relevante de establecimientos destinados a **comercio escaparate** y servicios del automóvil –numerosos **concesionarios**-. Entre los rótulos comerciales más conocidos destacan **Merkamueble** y el recientemente inaugurado **Mercadona** –frente al C.C. Planetocio-, con un supermercado en dos niveles y dos plantas de parking subterráneo.

c) Comercio local urbano

El comercio local del municipio se concentra en el entorno a la **calle Real**, muy próxima a la estación de ferrocarril. Se trata de un comercio activo fundamentado en rótulos locales que se alternan con otros más reconocidos como Opencor.

La oferta comercial del entorno del Proyecto se describe en más detalle en el **Anexo II**.

3.4.2. Análisis de la Demanda Comercial

En el presente apartado se ha querido definir y cuantificar el conjunto de grupos de población que pueden ser objeto de atención definen y cuantifican los grupos de **población objeto de estudio** sobre el cual el **futuro Centro Comercial** ejercerá su **influencia en mayor o menor grado**. La atracción y su metodología serán exclusivamente aplicables a las categorías de población que se indican a continuación. Posteriormente, se estiman el Gasto Comercializable y el Potencial de Ventas.

La **Oferta Comercial** se concibe de carácter **comarcal**, dirigido hacia la población de Villalba y los municipios situados al Norte, sobre los ejes de las carreteras M-601 y M-608.

a) Área de Atracción

El **Área de Atracción** resulta de la **división en Sectores** de los grupos establecidos, que siguen unas pautas de consumo homogéneas respecto a la futura Oferta Comercial, a partir del análisis de un conjunto de factores como son la **Competencia** actual y futura, la mayor o menor **proximidad** al Emplazamiento, los **Accesos** al mismo y las características del **Público Objetivo**.

A través de este proceso se fijan las **bases cuantitativas** de lo que será la clientela potencial de la futura Oferta Comercial en esta Área. Las estimaciones de población futura parten de los datos de **población censada actual**, referidos a fecha **1 de enero de 2005**, a través del Padrón Municipal de Habitantes 2005 (INE).

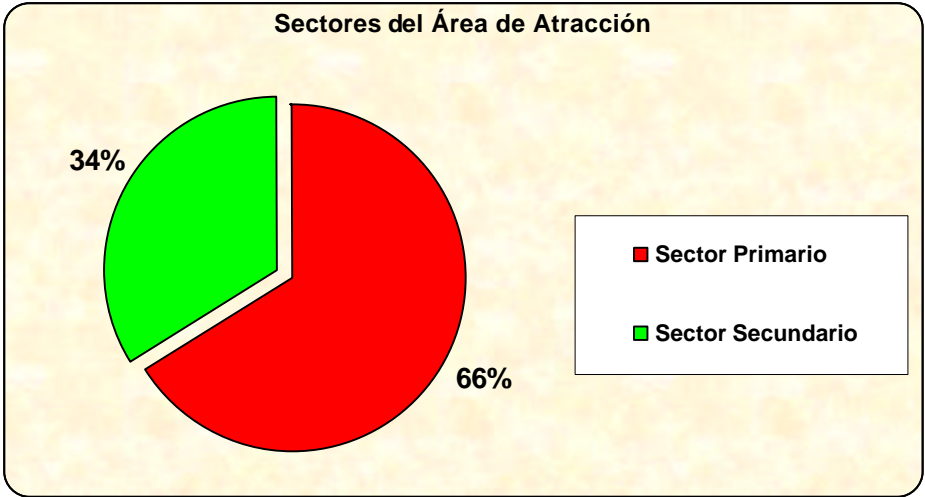
Teniendo en cuenta la segmentación realizada en la población, se ha realizado una **sectorización**, en función de la cual, se ha estimado la división del Área de Atracción en dos sectores principales: **Primario y Secundario**. A continuación se muestra el **desglose** del Área de Atracción para cada uno de sus sectores a fecha actual (2005):

ÁREA DE ATRACCIÓN EN 2005	
Sectores Área de Atracción	Población 2005
Collado Villalba	52.445
Total Sector Primario	52.445
Alpedrete	10.989
Moralzarzal	9.973
Collado Mediano	5.832
Total Sector Secundario	26.794
TOTAL A. ATRACCION	79.239

Fuente: Elaboración propia LaSBA con datos INE.

Se establece un Área de Atracción de **79.200 personas**, de las cuales **52.500** se encuentran dentro del **Sector Primario -34%-**, y **26.800** lo están en el **Sector Secundario – 66%-**.





Fuente: Elaboración propia LaSBA.

La **sectorización** realizada en el **Área de Atracción** se puede observar en el **Mapa nº 9**, donde se puede visualizar de manera clara los Sectores Primario y Secundario.

b) Gasto Comercializable

Se calcula en primer término el **Gasto Comercializable** que destina cada una de las poblaciones que forman los sectores del Área de Atracción definida a cada una de las actividades comerciales. A continuación se estima el **Potencial de Ventas** como consecuencia del porcentaje de absorción de Gasto Comercializable que es capaz de atraer en cada actividad comercial la **Oferta Comercial** para todos los grupos de población considerados que son susceptibles de atracción, teniendo en cuenta los sectores definidos anteriormente.

El **porcentaje de absorción** depende de tres factores: la Competencia actual y futura, los Accesos, y la distancia de las poblaciones respecto a la ubicación de la futura **Oferta Comercial**.

A continuación se presentan los **resultados globales** obtenidos como consecuencia de la aplicación del desarrollo metodológico seguido. La **metodología aplicada** al cálculo de estos conceptos se desarrolla en el **Anexo III**, así como las **hipótesis de partida del Gasto**.

El Gasto Comercializable ha sido calculado para el año 2005. Se ha estimado sobre cada uno de los grupos de población anteriormente estudiados en el Área de Atracción.

El Gasto se presenta **desagregado por actividades comerciales** para la población del Área de Atracción. Los datos se presentan en **millones de euros** (euros constantes del año 2005).

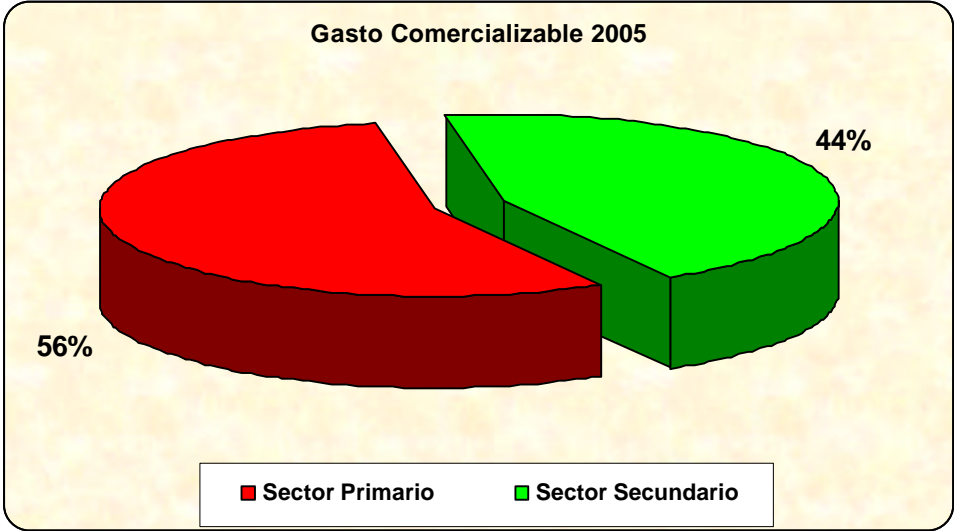
El **Gasto Comercializable** en el Área de Atracción (Sectores Primario y Secundario), en **2005** es el siguiente:

GASTO COMERCIALIZABLE 2005						
Sectores Área de Atracción	Total Conceptos Considerados	Alimentac.	Equipam. Hogar	Ocio y cultura	Restaur.	Servicios y Cotidianos
Collado Villalba	187	85	12	8	38	43
Total Sector Primario	187	85	12	8	38	43
Alpedrete	39	18	3	2	8	9
Moralzarzal	70	16	7	4	20	23
Collado Mediano	40	9	4	2	11	13
Total Sector Secundario	149	43	13	8	40	45
TOTAL A. ATRACCION	335	128	25	16	78	88

Fuente: Elaboración propia LaSBA. Datos monetarios valorados en Mill. euros 2005.

El **Gasto Comercializable** se estima para el **año 2005** en **335 Mill. Euros**, donde la actividad de la **Alimentación**, con 128 Mill. Euros, es en la que mayor gasto se realiza, y supone un **38% del Gasto total**.

Por Sectores del Área de Atracción, el **56% del Gasto** total proviene del **Sector Primario** (187 Mill. Euros), y el **44% del Sector Secundario** (149 Mill. Euros).



Fuente: Elaboración propia LaSBA.

**En conclusión**, cabe destacar la actividad de **Equipamiento del Hogar** como **locomotora** del Proyecto comercial, con una **mayor capacidad de atracción** que el resto de actividades, y por tanto, con un área de atracción que incluirá a un mayor número de municipios que los indicados inicialmente en el Área de Atracción del presente Estudio.

Los valores de **Gasto Comercializable** de los distintos grupos de población únicamente indican el **volumen de mercado susceptible de ser captado por el Proyecto**, a falta de definir su Potencial de Ventas.



c) Potencial de Ventas

El cálculo del Potencial de Ventas se realiza sobre el Gasto Comercializable estimado anteriormente, como **capacidad de absorción** de dicho **Gasto**, y teniendo en cuenta los siguientes factores:

- Un Concepto Comercial de la Oferta
- La población del Área de Atracción.
- La estructura comercial y de ocio.
- Las condiciones del Entorno, en general.

El Potencial se presenta **desagregado por Actividades Comerciales** en los distintos Sectores del Área de Atracción. El **Potencial Total** aparece como suma de los Potenciales de cada uno de los Sectores en que se ha dividido el Área de Atracción, y con una aportación externa destacada para la actividad de Equipamiento del Hogar, debido a que ejerce su influencia sobre un área mayor a la definida para el resto de actividades. Los datos se presentan en **millones de euros** (euros constantes del año 2005).

Potencial de Ventas por Sectores - Mill. Euros											
Actividades	Área de Atracción						AREA ATRACCIÓN			TOTAL	
	Sector Primario			Sector Secundario			Gasto Comerc.	% Abs.	Potenc. Ventas	Aport. Externa	Total Pot. Vent.
	Gasto Comerc.	% Abs.	Potenc. Ventas	Gasto Comerc.	% Abs.	Potenc. Ventas					
Alimentación	85	7%	6	43	1,5%	0,6	128	5%	7		7
Equipamiento del Hogar	12	22%	3	13	15,0%	2	25	18%	5	3,0	8
Ocio y Cultura	8	13%	1	8	6,0%	0,5	16	9%	1		1
Restauración	38	3%	1,2	40	1,5%	1	78	2%	2		2
Servicios y Cotidianos	43	6%	3	45	2,0%	1	88	4%	3		3
Total Actividades	187	7%	13	149	3%	5	335	5%	18	3	21

Fuente: Elaboración propia LaSBA. Datos monetarios valorados en Mill. euros 2005.

El **Potencial de Ventas** del conjunto de establecimientos destinados a actividades comerciales se ha estimado en **más de 20 millones de euros**, con una **cuota de mercado** del **5%** en el Área de Atracción definida (7% en el Sector Primario y 3% en el Secundario).

**En conclusión**, se considera que la oferta comercial incorporable alcanzará un potencial de ventas adecuado en el conjunto de **actividades** propuestas, con una vocación **local** –entorno más inmediato- actividades como alimentación o servicios y cotidianos, y con un carácter **comarcal** –ejes M-601 y M-608- para otras como el equipamiento del hogar, por ejemplo.

La **clasificación** de los elementos que forma parte de cada una de las **Actividades** se encuentra detallada en el **Anexo IV**.

4. Propuesta de Usos

En este apartado se propone la dimensión estimada de los usos y las características preliminares de la implantación física.

4.1 Dimensión estimada de los Usos

Este apartado está dividido en dos secciones: usos **no comerciales** y usos **comerciales**. Los usos **no-comerciales** se pueden definir como **hoteles** y **oficinas**. Dentro de los usos **comerciales** se incluye el **parque comercial** y la **industria escaparate**. El parque comercial está dividido entre varios usos que son: Alimentación, Medianas Superficies, Free-standing y el Centro de Servicios.

El siguiente cuadro muestra la oferta propuesta de hoteles y la de las oficinas con sus datos importantes.

A.- Usos NO comerciales: edificabilidad estimada de... 17.000 m2

Actividad	Unidades	Superficie Parcela	Edificabilidad	Niveles s/rasante	Plazas Parking
Hotel	1	2.600	3.200	3	60
Oficinas	2	6.800	9.000	3	150
Total A	3	9.400	12.200		210

Fuente: Elaboración propia LaSBA

Los usos comerciales están resumidos en el siguiente cuadro:

B.- Usos Comerciales: edificabilidad estimada de... 17.000 m2

Actividad	Unidades	Superficie Parcela	Edificabilidad	Niveles s/rasante	Plazas Parking
B.1.Parque Comercial		29.000	13.500		600
Alimentación	1	1.500	1.500	1	
Medianas Superficies	5	10.000	10.000	1	
Free Standing	1	350	350	1	
Centro Servicios	1	1.650	1.650	1	
B.2. Industria Escaparate		3.500	3.500	1	
Total B		32.500	17.000		600

Fuente: Elaboración propia LaSBA

El siguiente cuadro resume los **totales** de **superficies** y **plazas de parking** de las zonas del Proyecto:

Actividad	Unidades	Superficie Parcela	Edificabilidad	Niveles s/rasante	Plazas Parking
Total A	3	9.400	12.200		210
Total B		32.500	17.000		600
Total Proyecto		41.900	29.200		810

Fuente: Elaboración propia LaSBA



4.2. Características Preliminares de la Implantación Física

Se propone situar las zonas **comerciales** en una posición centrada al ámbito, junto a los viales transversales proyectados. La parte de la parcela en que se propone localizar los usos **no-comerciales** (oficinas y hotel) está situado al sur de la parcela. **Industria escaparate** está propuesta para la zona junto a la Autovía A-6, en continuidad con los usos ya establecidos en el margen de la Vía de Servicio. En el norte de la parcela se propone situar una **zona verde**. Se propone albergar la universidad en la parte media del ámbito. Las dimensiones de estas zonas también se describen en el apartado **4.1** de este documento.

4.2.1. Usos No-Comerciales

A continuación se describe las características de Zona A de usos **no-comerciales**:

Se prevé un **Hotel** con una dotación de entre 80 y 100 habitaciones, en tres niveles sobre rasante, que ocuparía en torno a 1.100 m2 de huella. Las plazas de aparcamiento necesarias deberían ser aproximadamente 60 unidades todas en superficie, que vendrían a ocupar una superficie de 1.500 m2.

Se prevé la ubicación de 2 edificios de **oficinas** de características homogéneas, que configuren un Miniparque. Cada edificio se ubicaría sobre una huella aproximada de 3.400 m2 de los que 1.500 m2 estarían dedicados al edificio. Los 1.900 m2 restantes podrían alojar una cifra en torno a 75 plazas de aparcamiento en superficie. Los niveles previstos sobre rasante son 3, que permitirían una edificabilidad para cada edificio de 4.500 m2. Se prevé un **Parque comercial** formado gracias a medianas superficies de diferentes actividades. Al edificabilidad prevista es de 13.500 m2 que corresponde a la implantación de los Boxes previstos. Los 15.500 m2 restantes se dedicarían al aparcamiento en superficie, que generaría una cifra no inferior a 600 plazas.

4.2.2. Usos Comerciales

A continuación se describe las características de Zona B de usos **comerciales**:

La **alimentación** podría tomar el formato de **supermercado** o **hard discount**.

Se prevén varias **medianas** fundamentales en la actividad del **Hogar**, que podrían estar lideradas por un superficie de **Bricolaje** (6.000 m2). También podrían incorporarse una superficie de **Electrodomésticos** (1.500 m2) y otras dos de mobiliario diverso de 1.000 m2 cada una. Por último, sería muy complementaría la presencia de una mediana destinada a **Servicios del Automóvil** (500 m2).

El **free standing** podría incorporar negocios con drive thru, tipo **Mcdrive**.

El **Centro de Servicios** deberían incorporar locales más pequeños que permitieran completar la oferta de las medianas, pero basado en los **Servicios y Cotidianos**. Se prevé se pudieran incorporar actividades tales como oficinas bancarias, agencias de viajes y de inmobiliarias, telefonía móvil, tintorería, entre otras.

Se prevé pudieran incorporarse actividades en expansión en el municipio, tales como: **concesionarios de automóviles**, ferreterías, sanitarios, azulejos y cerámicas, etc.

5. Resumen de Conclusiones

- El **emplazamiento** está muy bien situado en el municipio de Collado Villalba junto a la **Autovía A-6 Madrid - La Coruña** con accesos buenos desde dicha Autovía a los municipios al norte de Collado Villalba y el entorno inmediato urbano.
- Los **hoteles** del entorno y del eje de la Autovía A-6 están dirigidos a un público medio-alto de negocios o turismo de la Sierra. Su tamaño es relativamente pequeño con una media de habitaciones en el entorno de 100 habitaciones y de 2-4 plantas sobre rasante. Generalmente llevan **restauración** y **aparcamiento** propio.
- Las **oficinas** del municipio de Collado Villalba sirven generalmente para empresas de **carácter local**. Generalmente tienen 2-4 plantas y aparcamiento propio en superficie. No obstante, existen unos parques empresariales en el eje de la Autovía A-6 muy importantes con marcas **nacionales** e **internacionales** muy destacadas.
- De los dos **Centros Comerciales y de Ocio** en el entorno de la parcela, el más importante es el Centro Comercial y de Ocio "**Los Valles**" debido a su proximidad y oferta. Además existen varios **concesionarios de coches** y **medianas superficies** importantes en esta zona y comercio local en el eje de la Calle Real al sur del Proyecto.
- Se puede dividir la **Área de Atracción** en dos sectores distintos: el primario está compuesto principalmente por la población residente en el municipio de Collado Villalba y el secundario que alberga las poblaciones de Alpedrete, Moralarzal y Collado Mediano sobre las ejes de las carreteras M-601 y M-608 al norte del Proyecto.
- Se propone, en este informe, una **mezcla** de usos **comerciales** y **no-comerciales** de carácter comarcal y que parece a la tipología de la oferta existente en el entorno del Proyecto. Esta mezcla incluye **medianas superficies comerciales** (10.000 m<sup>2</sup> de edificabilidad) y de **alimentación** (1.500 m<sup>2</sup> de edificabilidad) y un **centro de servicios** (1.650 m<sup>2</sup> de edificabilidad), **industria escaparte** (3.500 m<sup>2</sup> de edificabilidad), un **hotel** de 3 plantas y aproximadamente 100 habitaciones (3.200 m<sup>2</sup> de edificabilidad), un mini-parque de **oficinas** de dos edificios (9.000 m<sup>2</sup> de edificabilidad) y un free-standing de **restauración** (350 m<sup>2</sup> de edificabilidad). Además, y de acuerdo con las condiciones de partida, existirán una **zona verde** (26.712 m<sup>2</sup>) y una **zona dotacional** (3.747 m<sup>2</sup>).
- El **estudio y análisis** se han realizado sobre la hipótesis de **soterramiento** del tramo de la Autovía A-6 a su paso por el emplazamiento. No obstante, el acercamiento metodológico se hacen en el análisis de mercado (oferta y demanda). Por tanto, los resultados obtenidos muestran la viabilidad del **Proyecto** independientemente del soterramiento de la A-6.



# ANEXOS

## Anexo I Definición de Términos Empleados



- **Superficie Bruta Alquilable (SBA):**

Superficie alquilable y de la que se obtiene unos ingresos por concepto de renta. Se trata normalmente de la superficie de los locales comerciales, por lo que se excluye la superficie del mall (zonas comunes y pasillos de paso peatonal), aunque en dichos pasillos a veces se instalan quioscos de los que igualmente se obtienen rentas por alquiler.

- **Superficie de Venta al público:**

La Superficie de Venta al público total estimada, o **Área de Venta (A.V.)** de un establecimiento comercial individual es aquella a la que el público puede acceder para realizar las actividades comerciales, incluyendo los vestíbulos medidos desde los accesos exteriores al público, los espacios cubiertos o descubiertos ocupados por los artículos puestos a la venta, los escaparates internos y externos, trasmostradores, probadores, y línea de cajas.

La superficie de venta al público incluirá, en los términos establecidos en el párrafo anterior, los espacios ocupados por todas las actividades empresariales que sean accesibles al público tanto desde el interior del establecimiento como del vestíbulo, y cuya titularidad pertenezca al que ejerce la actividad comercial principal del establecimiento o a su grupo de distribución comercial.

En los establecimientos individuales integrados en establecimientos colectivos, la superficie de venta al público se medirá desde la línea exterior de cajas y/o accesos al público de cada establecimiento hacia el interior del mismo.

La superficie de venta al público total de un establecimiento comercial colectivo será la suma de las diferentes superficies de venta al público de los establecimientos comerciales individuales que lo componen, a la que se sumará la parte proporcional de la superficie útil total de pasillos y vestíbulos cubiertos de tránsito público del establecimiento colectivo, repartida en función de la superficie construida de cada uno de los locales empresariales con acceso a través de dichas zonas peatonales, con independencia de la actividad que desarrollen.

- **Isocrona:**

Cada una de las áreas definidas en función del tiempo y distancia existente partiendo desde el emplazamiento en estudio por las diferentes vías rodadas y/o a pie de comunicación hasta el mismo.

- **Área de Atracción:**

Agrupación de los sectores formados por la población objeto de atracción, y que sigue unas pautas de consumo homogéneas respecto al futuro equipamiento, en base a un conjunto de factores como son la competencia actual y futura, la mayor o menor proximidad al emplazamiento, los accesos al mismo y las características del público objetivo.

- **Sectores Primario, Secundario y Terciario:**

Son cada una de las zonas que forman el área de atracción, y que vienen determinadas por el grado de atracción que ejercerá el Proyecto sobre la población existente, teniendo en cuenta todos los factores anteriormente enumerados.

El Sector sobre el que mayor poder de atracción ejercerá el Proyecto es el Primario, posteriormente el Secundario y sobre el que menor atracción ejercerá es el Terciario.

- **Gasto Comercializable:**

Es la cantidad de gasto que destinan las poblaciones que forman el área de atracción a cada una de las actividades comerciales, sobre las que el Centro Comercial posteriormente podrá absorber un porcentaje.

- **Potencial de Ventas:**

Porcentaje de absorción del Gasto Comercializable que es capaz de atraer en cada actividad comercial el Centro Comercial, teniendo en cuenta los sectores definidos en el área de atracción, en función de tres factores: la Competencia existente y futura, los Accesos, y la distancia de las poblaciones respecto a la ubicación del futuro Equipamiento.

- **Cuota de Mercado:**

Porcentaje de absorción de un establecimiento o grupo de establecimientos de los productos que vende sobre el gasto que realiza la población en ese tipo de productos. Se obtiene como resultado del cociente entre el Potencial de Ventas y el Gasto Comercializable.



**Anexo II**  
**Oferta Comercial del Entorno**



## Oferta Comercial y de Ocio

**PROYECTO CANTOS ALTOS VILLALBA**  
**Mapa n° 12**  
**Oferta Comercial y de Ocio**

**LaSBA**

N°	Nombre	SBA (m2)
1	C.C. Los Valles	25.500 m2
2	C.C. Planetocio	23.800 m2
3	Eje Medianas Externas: N-VI	-
4	Eje Comercio local: Calle Real	-

**PROYECTO CANTOS ALTOS VILLALBA**  
**Mapa n° 12**  
**Oferta Comercial y de Ocio**

**LaSBA**

Nº	Nombre	SBA (m2)
1	C.C. Los Valles	25.500 m2
2	C.C. Planetocio	23.800 m2
3	Eje Medianas Externas: N-VI	-
4	Eje Comercio local: Calle Real	-

The figure displays a detailed topographic map of the Villalba area, highlighting four specific commercial and leisure project sites. The map shows terrain contours, roads, and existing infrastructure. A red line traces a path through the landscape, connecting sites 2, 3, and 4. Site 1 is located near the center-right, adjacent to the Collado Villalba urban area. A yellow oval highlights site 1, and another yellow oval highlights site 4. A red arrow points from the word 'Proyecto' to site 1.



### Oferta Comercial del Entorno

En este anexo, se realiza un análisis de la **dotación comercial y de ocio** existente localizado en el entorno del emplazamiento (ver **Mapa nº 12**). Para llevar a cabo este análisis se ha realizado un **estudio** de la **oferta** en función de sus características, dando lugar a la siguiente **clasificación**:

- a) Centros Comerciales y de Ocio
- b) Medianas Superficies
- c) Comercio local urbano

#### a) Centros Comerciales y de Ocio

En este apartado se incluyen **dos Centros** que por su oferta comercial y de ocio son las principales **referencias** dentro del municipio en estudio:

- **Centro Comercial Los Valles**

**Centro Comercial** de carácter semiurbano localizado en el Km. 40 de la A-6, en el **margen derecho** de la vía, ocupando una parcela próxima al **Proyecto en estudio**. Cuenta con **accesibilidad** rápida pero excesivamente larga desde la Autovía (salida 39). Desde el casco urbano de Villalba –zona norte del municipio- los accesos son inmediatos –a nivel de superficie o por un by-pass bajo la M-601-, y desde la zona sur de la localidad un nuevo by-pass construido bajo la A-6 facilita el enlace desde el margen izquierdo de la Autovía (Sur del municipio). La **visibilidad** se considera **óptima** en ambos sentidos, ya que ocupa una posición privilegiada haciendo fachada con la Autovía, al igual que ocurre con la carretera M-601.

Fue inaugurado en 1993 y cuenta con un hipermercado **Carrefour** y **8 salas de cine (Cines Estrella)** como locomotoras principales. Dispone de una **SBA** total de **25.500 m<sup>2</sup>** distribuida en **80 locales**, de los cuales 2 son exteriores. Dispone de **1.422 plazas** de aparcamiento, siendo 835 de ellas en superficie, y 587 en parking subterráneo.

Entre los **rótulos** más destacados de **comercio** (80%) se encuentran:

- **Alimentación:** Hipermercado Carrefour, Animari Pastelería, Cafés La Mejicana.
- **Equipamiento de la persona:** Amichi, Los Telares, Décimas, Ninneteen Ninety, Joyería D'Oro, Silver Moon.
- **Equipamiento del Hogar:** Demadera, Marcomanía, Electroalba, Pretty Home.
- **Servicios y Cotidianos:** Solmania, Retucherie de Manuela, Viajes Carrefour, Tintorerías El Tinte, Banco SCH.

Complementariamente, entre la **oferta de ocio y restauración** (20%) destaca:

- **Cines La Estrella:** 8 salas de cine, y un total de 1.600 butacas
- **Restauración:** McDonald's, Foster's Hollywood, Gambrius.

Frente al Centro Comercial hay algunos **locales** de carácter comercial, como por ejemplo venta al por mayor de vaqueros, venta de puertas, cocinas, etc.

El Centro Comercial, con **5 millones de visitantes** en 2003, posee una **galería** comercial poco atractiva en general, basada en unas actividades comerciales que se aprovechan del

flujo de clientela del hipermercado, distribuido en dos niveles al igual que la galería. La oferta de la galería está basada en **pequeños locales** de operadores de **carácter local**, entre los que destacan los destinados a **moda** y **complementos**. Los cines del Centro son el equipamiento de ocio más destacado en Los Valles, y continúan operativos a pesar de la cercanía de los cines Yelmo situados en Planetocio.



- **Centro Comercial y de Ocio Planetocio**

Centro Comercial y de Ocio de carácter semiurbano localizado en el **margen izquierdo** de la A-6, en el punto kilométrico 40,5 de la Autovía. La **accesibilidad** al equipamiento **es buena**, existiendo una rápida y cómoda comunicación tanto con la Autovía como con el área Norte y Sur del municipio. Igualmente cuenta con una **buena visibilidad**, dada su localización a pie de la Autovía.

Inaugurado en 2001, dispone de una **SBA total de 23.825 m<sup>2</sup>** distribuidas en **3 plantas** comerciales y 2 niveles de aparcamiento, además de algunos establecimientos de restauración y ocio situados en el parking en superficie del complejo. Dispone de un total de **2.050 plazas** de aparcamiento (subterráneo y en superficie), de las cuales 450 plazas corresponden a aparcamientos en superficie.

Se trata del Centro Comercial y de Ocio **moderno cuya principal singularidad reside en una pista de hielo profesional** a la que se suman otros **70 locales** distribuidos de la siguiente forma:

- **Alimentación:** Supermercado Caprabo.
- **Equipamiento de la persona:** Torero, Benetton, Coronel Tapioca, Sun Planet.
- **Equipamiento del Hogar:** Demasde Decoración.
- **Servicios y Cotidianos:** Pressto, Marco Aldani,
- **Ocio:** Cines Yelmo (9 salas / 1.367 butacas), Palacio del Hielo Circus (3.000 m<sup>2</sup>), 24H Fitness (2.500 m<sup>2</sup>).
- **Restauración (interna):** McDonald's, Mediterráneo, Jamaica Coffee Shop, Cantina Mariachi, Haagen Dazs, Mundo Kebab, Patatín Company, Pizza Hut.
- **Restauración (externa):** en el exterior del centro, dentro del aparcamiento en superficie, se encuentran situados algunos locales de restauración **en uno y dos niveles**, con **terrazza** propia. Entre estos locales se encuentran Tony Roma's, Pizza Jardin, Taberna



Marinera, Cañas y Tapas, Yokomo, Vips, y McDonald's -con McDrive-. Junto a estos restaurantes se encuentra situado un **parque infantil** –Minipark-.

El componente de **ocio y restauración** se comporta como el verdadero motor del Centro, con una oferta de **entretenimiento** diversificada –cines, gimnasio y pista de hielo- y presencia de locales destinados a la **restauración** tanto en el interior del Centro –food court- como en el exterior, generando una **notoriedad** mayor de la oferta del propio Centro.



#### b) Medianas superficies

En relación a la presencia de medianas superficies en el entorno de la parcela en estudio, puede señalarse un importante núcleo localizado en el eje situado a lo largo de la **antigua carretera N-VI** –actual c/ Juan Carlos I- en el que se concentran número relevante de establecimientos destinados a **comercio escaparate** y servicios del automóvil –numerosos **concesionarios**-. Entre los rótulos comerciales más conocidos destacan **Merkamueble** y el recientemente inaugurado **Mercadona** –frente al C.C. Planetocio-, con un supermercado en dos niveles y dos plantas de parking subterráneo.

Esta carretera –**antigua N-VI**- comunica directamente los dos centros comerciales existentes –Los Valles y Planetocio-, con la apertura de un nuevo paso subterráneo bajo la Autovía A-6, consolidando este **eje** como la **oferta más destacada** en cuanto a centros comerciales y medianas externas de la localidad.



#### c) Comercio local urbano

El comercio local del municipio se concentra en el entorno a la **calle Real**, muy próxima a la estación de ferrocarril. Se trata de un comercio activo fundamentado en rótulos locales que se alternan con otros más reconocidos como Opencor.



**Anexo III**

**Metodología del Cálculo del Gasto Comercializable**



1. Metodología e hipótesis de partida

La **obtención del Gasto** se realizará sobre cada uno de los grupos de población anteriormente definidos en el Área de Atracción.

El cálculo del Gasto se realiza de forma escalonada, en un **proceso** que consta de **varias fases**. A continuación se describe de forma detallada el proceso realizado en cada uno de los grupos de población, para posteriormente reflejar en cuadros los **datos obtenidos** para cada uno de ellos y en su conjunto.

2. Gasto Comercializable de la población del Área de Atracción en 2005

La obtención del Gasto correspondiente al Área de Atracción se realizará sobre la **población** estimada para **2005**. Para el cálculo del Gasto Disponible se ha tomado como base la **Encuesta Continua de Presupuestos Familiares (ECPF) 2003**, que es elaborada por el INE. Los datos de Gasto de la ECPF que se han estudiado corresponden a la **Comunidad de Madrid**.

A continuación se detalla, paso a paso, el **proceso seguido en la obtención del Gasto Comercializable** a partir de los datos de la ECPF.

**Fase 1:** Introducir Cuota de Mercado y extraer el **ratio local** en relación a la población.

Debido a que la ECPF 2003 sólo refleja el Gasto Medio por Persona a nivel autonómico, para hallar el Gasto Medio por Persona disponible para cada municipio del Área de Atracción se necesita:

- La **población total** de la Comunidad Autónoma y de cada uno de los municipios que forman el Área de Atracción. Los datos de población utilizados publicados para este ratio están fechados a 1 de enero de 2004.
- La **Cuota de Mercado** (obtenida del Anuario Económico La Caixa 2005), igualmente para la Comunidad Autónoma y para el resto de municipios.

A partir de estos datos se calcula un **ratio local para cada municipio** tomando como dato de partida el de la Comunidad Autónoma.

División administrativa	Población 2004	Cuota La Caixa 2004	Cuota / Población	Ratio local
CC.AA. Madrid	5.804.829	13.215	0,00228	1,00
Collado Villalba	50.695	111	0,00219	0,96
Alpedrete	10.235	22	0,00215	0,94
Moralzarzal	9.003	55	0,00611	2,68
Collado Mediano	5.638	33	0,00585	2,57

Fuente: Anuario Económico La Caixa 2005.

**Fase 2:** Obtención del **Gasto Medio por Persona** en cada uno de los municipios.

A través de la **ECPF 2003** se calcula el Gasto Medio por Persona distribuido para cada uno de los Grupos de Gasto para el conjunto de la CC.AA. Madrid. A partir de este Gasto Medio y multiplicándolo por el Ratio Local para cada uno de los municipios, se obtiene el **Gasto Medio por Persona** de los Sectores del Área de Atracción en **2003**.

GASTO POR PERSONA (2003)	Total Conceptos Considerados	Alimentac.	Equipam. Persona	Equipam. Hogar	Ocio y cultura	Restaur.	Entretenim.	Servicios y Cotidianos
CC.AA. Madrid	3.775	1.364	515	209	129	643	191	725
Collado Villalba	3.683	1.364	495	201	124	618	183	697
Alpedrete	3.640	1.364	486	197	122	607	180	684
Moralzarzal	7.834	1.364	1.381	561	346	1.725	511	1.945
Collado Mediano	7.562	1.364	1.323	538	332	1.652	490	1.863

Fuente: ECPF 2003 (INE).

Cabe destacar que el **Gasto Comercializable por Persona** indicado en el cuadro sólo comprende el Gasto que se realiza en aquellos productos y servicios susceptibles de ser ofrecidos por un Centro Comercial convencional. El Gasto Medio real por Persona es muy superior al indicado aquí (gastos de vivienda, educación, transporte, etc.).

**Fase 3:** Actualización del **Gasto Medio por Persona** al año **2005**.

El INE publica los **resultados trimestrales de la ECPF**, como avance de los resultados anuales detallados que publica con posterioridad. En la fecha de elaboración de este Estudio se encuentran publicados los datos de todos los trimestres de 2004 y 2005.

Durante **2004**, el Gasto Medio por Persona en la **Comunidad de Madrid** experimentó un **crecimiento del 4,2%** respecto al año 2003, mientras que en **2005** el crecimiento fue del **13,6%** respecto al año anterior.

Así, el **Gasto por Persona** actualizado para **2005** incorpora el **crecimiento experimentado** en los **dos últimos años** respecto a los datos de 2003. Estos valores, lógicamente, se expresan en millones de euros 2005.

GASTO POR PERSONA (2005)	Total Conceptos Considerados	Alimentac.	Equipam. Persona	Equipam. Hogar	Ocio y cultura	Restaur.	Entretenim.	Servicios y Cotidianos
CC.AA. Madrid	4.468	1.614	609	248	153	761	225	858
Collado Villalba	4.359	1.614	586	238	147	732	217	825
Alpedrete	4.309	1.614	575	234	144	718	213	810
Moralzarzal	9.273	1.614	1.635	664	410	2.042	605	2.302
Collado Mediano	8.952	1.614	1.567	636	393	1.956	580	2.206

Fuente: ECPF 2004 y 2005. Resultados Trimestrales (INE).

**Fase 4:** Cálculo de la **Población Actual**.

Se distribuyen los municipios analizados en cada uno de los **Sectores** que forman el **Área de Atracción**, y se define la población actual, a partir de los datos de población censada más actual (2005) obtenidos del INE.



Sectores Área de Atracción	Población 2005
Collado Villalba	52.445
Total Sector Primario	52.445
Alpedrete	10.989
Moralzarzal	9.973
Collado Mediano	5.832
Total Sector Secundario	26.794
TOTAL A. ATRACCION	79.239

Fuente: INE.

**Fase 5:** Calculo **Gasto Comercializable por Grupos de Gasto** para cada uno de los Sectores del Área de Atracción y su conjunto.

Una vez que se tiene el Gasto Medio por Persona de cada Sector del Área de Atracción distribuido por Grupos de Gasto, y ya se ha estimado la población, se multiplican entre sí obteniendo el **Gasto Comercializable Total** en **2005** para cada Grupo de Gasto por Sectores y para toda el Área de Atracción.

Sectores Área de Atracción	Total Conceptos Considerados	Alimentac.	Equipam. Persona	Equipam. Hogar	Ocio y cultura	Restaur.	Entretenim.	Servicios y Cotidianos
Collado Villalba	229	85	31	12	8	38	11	43
Total Sector Primario	229	85	31	12	8	38	11	43
Alpedrete	47	18	6	3	2	8	2	9
Moralzarzal	92	16	16	7	4	20	6	23
Collado Mediano	52	9	9	4	2	11	3	13
Total Sector Secundario	192	43	32	13	8	40	12	45
TOTAL A. ATRACCION	421	128	62	25	16	78	23	88

Fuente: Elaboración propia LaSBA. Datos monetarios expresados en millones de euros.

**Fase 6:** Calculo **Gasto Comercializable por Grupos de Gasto incorporables en el Proyecto.**

En función del concepto comercial más adecuado para el Proyecto, se descarta inicialmente la inclusión de establecimientos destinados a las actividades de Equipamiento de la Persona y Entretenimiento. Así, se ha calculado el Gasto Comercializable del Proyecto para las actividades incorporables al mismo.

Sectores Área de Atracción	Total Conceptos Considerados	Alimentac.	Equipam. Hogar	Ocio y cultura	Restaur.	Servicios y Cotidianos
Collado Villalba	187	85	12	8	38	43
Total Sector Primario	187	85	12	8	38	43
Alpedrete	39	18	3	2	8	9
Moralzarzal	70	16	7	4	20	23
Collado Mediano	40	9	4	2	11	13
Total Sector Secundario	149	43	13	8	40	45
TOTAL A. ATRACCION	335	128	25	16	78	88

Fuente: Elaboración propia LaSBA. Datos monetarios expresados en millones de euros.

Como **resumen** del **proceso** seguido se obtienen los siguientes resultados:

GASTO COMERCIALIZABLE 2005	Total Conceptos Considerados	Alimentac.	Equipam. Hogar	Ocio y cultura	Restaur.	Servicios y Cotidianos
Sector Primario	187	85	12	8	38	43
Sector Secundario	149	43	13	8	40	45
Total Gasto Comerc.	335	128	25	16	78	88

Fuente: Elaboración propia LaSBA. Datos monetarios expresados en millones de euros.

SECTORES	Población 2005	%
Sector Primario	52.445	66%
Sector Secundario	26.794	34%
Total Area Atracción	79.239	100%

Fuente: Elaboración propia LaSBA.



**Anexo IV**

**Clasificación de Actividades**



Índice

- 1. Alimentación
- 2. Servicios y cotidianos
- 3. Equipamiento del hogar
- 4. Equipamiento de la persona
- 5. Entretenimiento
- 6. Ocio y cultura
- 7. Restauración

1. Alimentación	2. Servicios Y Cotidianos
1.1. Supermercado	2.1. Agencias
1.2. Super Descuento	Bancos
1.3. Mercado de Abastos	Cajas
1.4. Alimentación especializada	Seguros
Frutería	Gestoría
Bacalao	Inmobiliarias
Bodega	Cambio moneda extranjera
Pescadería	Auto escuela
Carnicería	Agencia de viajes
Charcutería	2.2. Belleza
Pollería	Peluquería
Casquería	Rayos uva
Ultramarinos	Centro de estética
Frutos secos	Puericultura
Caramelos y golosinas	2.3. Automóvil
Aceitunas y salazones	Estación de servicio
Bombonería	Túnel de lavado
Pastelería/Panadería	Taller de automóvil
Platos preparados	Alquiler de coches
Delicatessen	Concesionario
Venta de café	Accesorios de automóvil
Herbolario	Autoescuela
Congelados	2.4. Salud
Tienda de Té	Clínicas
Dietética	Ópticas
	Farmacias / Parafarmacias
	Veterinarias
	2.5. Comunicaciones
	Locutorios
	Fax
	Mensajería
	Telefonía
	2.6. Servicios / Equipamiento de la persona
	Tintorería
	Llaves / Tacones
	Arreglos
	Mercería
	2.7. Servicio cultural
	Sala de convenciones
	Academia de inglés
	Auditorio
	Agencia de viajes
	2.8. Servicios familiares
	Guardería
	2.9. Cuidado personal
	Perfumería
	Cosmética
	Cosmética natural
	2.10. Otros
	Fotocopias
	Papelería
	Estanco
	Boutique del fumador
	Revelado de fotografía
	Prensa / revistas
	Droguería
	Loterías y apuestas
	Flores / Plantas
	Todo a 100



3. Equipamiento del Hogar	4. Equipamiento de la Persona
3.1. Mobiliario	4.1. Moda
Cocinas	Caballero
Baño	Señora
Auxiliares	Joven
Rústicos	Infantil
Puertas / Puertas blindadas	Unisex
Armarios	Peletería
Colchones	Ante y Napa
3.2. Cultural	Novias
Artesanía	Vaquera
3.3. Menaje Hogar	Fiesta
Cristalería/ Vajillas	Baño
3.4. Textil	Punto
Stores / Cortinas	Textil deportes
Telas	Camisería
3.5. Electrodomésticos (líneas marrón y blanca)	Algodón
3.6. Bricolaje	Lencería
Ferretería	Vestuario Laboral
3.7. Decoración	Disfraces
Iluminación	Telas confección
Sillas	Aventura
Chimeneas	4.2. Zapaterías
Cestería / Mimbre	Señora
Cuadros / Marcos / Molduras	Caballero
Espejos	Infantil
Alfombras	Deportiva
Regalo Hogar	4.3. Complementos
Antigüedades	Bolsos
3.8. Jardinería y piscinas	Corbatas
	Marroquinería
	Medias y calcetines
	Pañuelos / Guantes / Sombreros
	Artículos de viaje
	Bisutería
	Joyería
	Relojería
	Gafas de Sol

5.- Entretenimiento	6.- Ocio y Cultura
5.1. Entretenimiento familiar	6.1. Ocio
Cines	Animales
Family Entertainment Centre	Juguetería
Acuario	Juegos educativos
Galerías de Arte y Museos	Tarot / Vidente
5.2. Entretenimiento Infantil	6.2. Ocio cultural
Parques infantiles	Videoclub
5.3. Entretenimiento Juvenil	Aeromodelismo / Maquetación
Recreativos	Coleccionismo
Discoteca	Discos
Pub	Tiendas de conveniencia
5.4. Entretenimiento Adulto	Audio Video (Línea marrón)
Bingo	Cuentos personalizados
5.5. Entretenimiento Deportivo	Prensa / Librería
Minigolf	Informática
Parque Acuático	Dibujo y Pintura
Piscina	Instrumentos musicales
Bolera	Regalos didácticos
Gimnasio	Fotografía (venta cámaras y artículos fotografía)
	6.3. Ocio deportivo
	Accesorios deportes

7. Restauración
7.1. Cafeterías
Salón de té y cafés
7.2. Restauración nacional
Bares
Tapas
Cervecerías
Mesones
Arrocerías
Marisquerías
7.3. Restauración internacional
Chinos
Mejicanos
Italianos
Americanos
Creperie
7.4. Comida rápida
Bocadillería
Pizzería
Hamburguesería
Salsería
Perritos calientes
Sopas
7.5. Restauración Temática
7.6. Heladerías
7.7. Pastelerías
Donuts
Goffres
Crossanterie