

PEATONALIZACIÓN Y DINAMISMO COMERCIAL: EL CASO DEL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE LA LAGUNA (CANARIAS-ESPAÑA)¹

PEDESTRIANIZATION AND COMMERCIAL DYNAMISM: THE CASE OF THE HISTORIC CENTRE OF THE CITY OF LA LAGUNA (CANARY ISLANDS – SPAIN)

Noemí Herrera Lorenzo *

RESUMEN

A partir de 1999, año en el que San Cristóbal de La Laguna fue declarada Ciudad Patrimonio de la Humanidad, el gobierno municipal impulsa y lidera un proceso de transformación física de su centro histórico que, iniciado en un contexto de expansión, se ha prolongado hasta hoy en una situación económicamente crítica. El objetivo es analizar los efectos que genera la citada renovación del centro histórico de la ciudad de La Laguna sobre el comercio y otros servicios.

PALABRAS CLAVE: comercio, centro histórico, patrimonio, peatonalización, La Laguna.

ABSTRACT

San Cristóbal de La Laguna was declared a World Heritage Site in 1999. Since then, the local authorities have become conscious of the necessity to go through with several reforms to stimulate an expansion and changes in structures in its historical centre. The main objective of this piece of work is to analyze the effects that create the above-mentioned changes in the historical centre of La Laguna especially those which concern the commercial sector and other services.

KEYWORDS: commercial sector, historical centre, heritage, pedestrian zones, La Laguna.

INTRODUCCIÓN

Desde las décadas de los años setenta y ochenta del siglo XX numerosas ciudades a uno y otro lado del Atlántico, inician un proceso de transformación y renovación física con el que pretenden mejorar su imagen e impulsar la economía. La finalidad última de las acciones que se emprenden es, en definitiva, atraer nuevas actividades económicas, inversores, residentes y visitantes.

En Tenerife la ciudad de San Cristóbal de La Laguna —situada al noreste de la isla y la segunda en importancia tras la capital— es una más de las que adoptan este tipo de políticas urbanas encaminadas a la promoción de la ciudad y en particular de su centro histórico. El primer paso en esa dirección se da cuando se consigue su declaración, por parte de la UNESCO en 1999, como Bien Cultural Patrimonio de la Humanidad.² A partir del emblema “ciudad patrimonio” se inicia la intervención —ya bien ensayada en otras muchas ciudades— de recuperar espacio para el peatón en las calles más simbólicas del centro histórico, al tiempo que bajo el argumento de hacer más habitable y sostenible la ciudad, se la prepara para acoger nuevos usos comerciales, terciarios y residenciales. A raíz de esas y otras iniciativas (como la conexión por tranvía entre Santa Cruz de Tenerife y La Laguna) se consigue recuperar y generar nuevos espacios de consumo al potenciar, además de la vertiente comercial tradicional de la ciudad, su atractivo como lugar turístico y espacio de ocio.

Los principales cambios que se derivan de las reformas emprendidas se concretan, por un lado, en una modificación de la imagen urbana que se logra mediante la peatonalización y el embellecimiento de las calles principales y, por otro, en la introducción de nuevas actividades comerciales y de servicios. Es decir, se producen cambios similares a los registrados en otras muchas ciudades europeas y anglosajonas en las décadas finales del siglo XX.

*Licenciada en Geografía. Alumna predoctoral. Departamento de Geografía. Universidad de La Laguna. Campus de Guajara, s/n. 38071. La Laguna. Tenerife. España; Correo electrónico: nherrera@ull.es

Este análisis aborda, en el contexto de las transformaciones diversas que experimenta el centro histórico de La Laguna, la revitalización de su actividad comercial y la generación de nuevos espacios de consumo surgidos al compás de la peatonalización y de las restantes medidas que, desde 1999, emprenden los gestores municipales e insulares en colaboración con las asociaciones empresariales.

OBJETIVO Y METODOLOGÍA

El análisis de las transformaciones urbanas del centro histórico de la ciudad de La Laguna y su incidencia en la actividad comercial y de servicios entre 1999 y principios del 2012 es el objetivo principal de este trabajo. Para mostrar los cambios que acontecen en el periodo considerado se ha cartografiado la ubicación y tipología de los comercios y otros servicios de la ciudad en dos momentos temporales: 1999 —cuando aún no había comenzado la transformación morfológica del centro histórico— y 2012 que constituye la imagen de la situación actual. Con este propósito se llevó a cabo un trabajo empírico que permitió reconstruir los usos comerciales y de servicios a partir de la información obtenida mediante la observación directa y las entrevistas a los comerciantes de la ZCA. Dichas entrevistas —realizadas entre noviembre de 2011 y marzo de 2012— proporcionaron información de 420 locales destinados a actividades comerciales y de servicios relativa al año de fundación del negocio actual, y los diferentes usos que habían tenido lugar en el establecimiento en las dos fechas de estudio, así como los correspondientes a los locales colindantes, sobre todo de los que permanecían cerrados en el momento de la toma de datos. Del resultado del trabajo de campo y de las entrevistas así como del directorio comercial La Laguna Centro (2012), se obtuvieron cien usos comerciales y de servicios diferentes, que fueron objeto de una reclasificación para su tratamiento cartográfico, empleando con esa finalidad las categorías que se recogen en el Cuadro 1, procedentes de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas del 2009 (CNAE).

CUADRO 1. Clasificación de actividades de la rama del comercio y los servicios

Comercio al por menor

- 1 Productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados
- 2 Artículos culturales y recreativos en establecimientos especializados
- 3 Otros artículos en establecimientos especializados
- 4 Equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones en establecimientos especializados y otros artículos de uso doméstico

Servicios

- 5 Hostelería y restauración
- 6 Actividades financieras y de seguros
- 7 Actividades recreativas, de entretenimiento y otros servicios
- 8 Educación y actividades sanitarias
- 9 Actividades inmobiliarias, profesionales y administrativas

Fuente: Elaboración propia a partir de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas, 2009 (INE).

El ámbito espacial de estudio comprende la Zona Comercial Abierta (ZCA)³ inserta en el área declarada Patrimonio de la Humanidad, que incluye las calles principales y más emblemáticas del centro (Figura 1) en las que se ha concentrado la actividad comercial y de servicios desde principios del siglo XX.

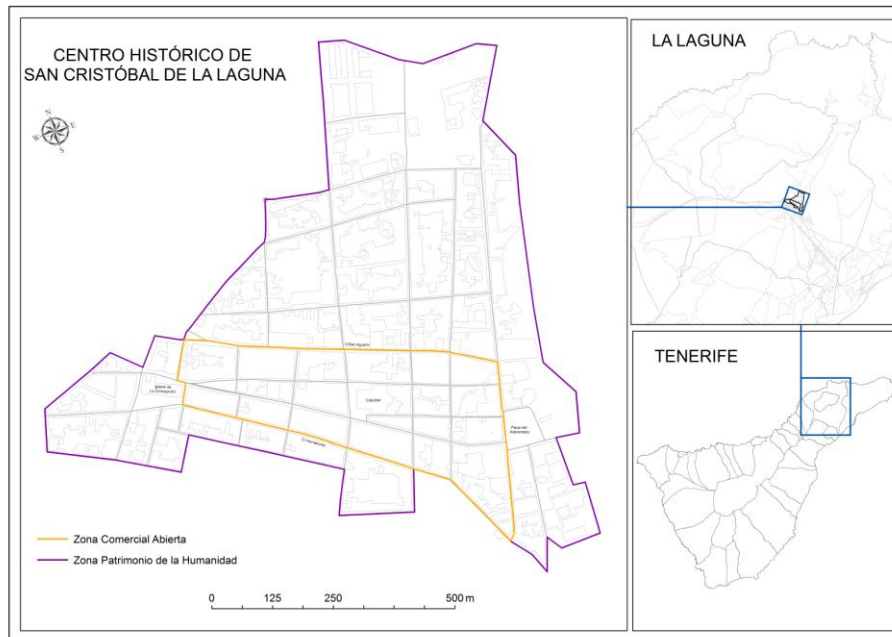


FIGURA 1. Mapa de localización de la Zona Comercial Abierta y la Zona Patrimonio de la Humanidad.
Fuente: Elaboración propia a partir de cartografía de GRAFCAN.

RENOVACIÓN FÍSICA Y FUNCIONAL DEL CENTRO URBANO DE LA LAGUNA

El proceso de transformación y renovación de la imagen urbana de La Laguna se inicia a comienzos del siglo actual en un momento de expansión y de crecimiento económico. En esas fechas su centro histórico presentaba algunos problemas comunes a los registrados en otras ciudades, entre los que cabe destacar la pérdida de vitalidad funcional, muy influida por la aparición y desarrollo de las grandes superficies comerciales situadas en el nodo de actividad que comienza su desarrollo en la década de 1990 entre las ciudades de La Laguna y Santa Cruz de Tenerife.⁴ La expansión de los grandes establecimientos comerciales, en los que se incorporan diversas actividades lúdicas con capacidad para atraer a un gran número de consumidores, repercute desfavorablemente en su comercio tradicional.⁵

Al debilitamiento funcional se suman otros factores, tales como el deterioro de las edificaciones, precarias condiciones de habitabilidad, envejecimiento, infrautilización residencial,... etc.⁶ Aunque La Laguna no experimenta con la misma intensidad que otras ciudades españolas Patrimonio de la Humanidad todos estos procesos, sí registraba a finales del siglo XX, una significativa pérdida de actividad, un escaso nivel de servicios y notables dificultades de movilidad y de aparcamiento, debido al trazado y dimensiones de las calles centrales. Estos y otros problemas similares se intentan resolver por parte de la administración local aplicando actuaciones encaminadas a la renovación de la imagen física y al establecimiento de nuevas actividades comerciales, culturales y de ocio.

Por lo que respecta a la renovación física, esta se efectúa mediante dos tipos de intervenciones simultáneas: por una parte a través de la restauración de fachadas y, por otra, facilitando el acceso y la movilidad con la liberación de espacio para el peatón. Aunque la peatonalización es mostrada por los responsables políticos, como un logro o conquista ciudadana, es un tipo de intervención que, a juicio de diferentes autores, en el “fondo encubre prácticas de renovación especulativa”.⁷

La peatonalización que se emprende con el Plan Especial de Protección de La Laguna (PEP), aprobado en 2005, es solo la parte más visible de un planeamiento que parece haberse convertido, en lugar de en una normativa protectora en un *factor de riesgo*... para los bienes patrimoniales, “...que son reintervenidos para adecuarse a los objetivos de un plan de excelencia turística propuesto como base económica”.⁸ Estas prácticas han sido objeto de denuncia ante los organismos internacionales, ya que no solo han sido poco respetuosas con el patrimonio histórico, sino que se han convertido en un factor de destrucción de los bienes inscritos en la Lista del Patrimonio Mundial.⁹

EL CENTRO HISTÓRICO DE LA LAGUNA: EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL Y DE SERVICIOS

La Laguna es una ciudad caracterizada por una larga tradición universitaria, cultural, religiosa y comercial. Esta imagen, de la que fue capital de la isla, es la utilizada por la administración local como reclamo para el desarrollo turístico y para la implantación de nuevas actividades económicas y de servicios en su centro histórico. En 2004 se establece en él la delimitación de la Zona Comercial Abierta (ZCA) (Véase Figura 1), considerando que el sector comprendido entre la plaza del Adelantado, la plaza de la Concepción, la calle San Agustín y la calle Herradores, era el más adecuado para este propósito, pues presentaba una importante concentración de locales comerciales y de servicios, aunque registraba una escasa oferta cultural y de restauración además de una baja afluencia turística. Con la creación de la ZCA se aspiraba a la revitalización del centro urbano y al establecimiento de una fórmula de organización comercial que permitiría la consolidación de las empresas existentes y la implantación de otras nuevas.

Situación del comercio y los servicios a finales del siglo XX

A finales de los años noventa del siglo XX, el centro histórico de La Laguna ofrecía una notable carencia de dinamismo tanto desde el punto de vista económico como social, contribuyendo varios factores a dicha situación. Uno de los más relevantes fue la competencia que supuso la implantación de las grandes superficies comerciales en la periferia urbana (Alcampo, Leroy Merlin, etc.), hecho que introdujo nuevos hábitos de compra que implicaron el desplazamiento de los consumidores desde el centro urbano hacia estas nuevas superficies, lo que condujo a la desaparición progresiva de comercios tradicionales de gran arraigo en el centro de la ciudad. Además, en él los problemas de densificación del tráfico, las escasas posibilidades de aparcamiento, así como la dificultad en la circulación debido al trazado en cuadrícula de las calles, propiciaron dicho proceso.

Ese conjunto de circunstancias se reflejaba en el hecho de que en 1999, de un total de 420 locales, el 19% (80) permanecía cerrado y el resto (340) eran negocios principalmente familiares destinados a la venta de artículos diversos (decoración, librerías, alimentación, ferreterías...) en locales antiguos —con escaparates pequeños o sin ellos— cuya actividad y facturación comenzaba a resentirse por el desarrollo de las grandes superficies. Muchos de estos establecimientos, algunos de principios del siglo XX, estaban ubicados en las inmediaciones de la catedral donde aún hoy permanecen abiertos.¹⁰

El comercio al por menor especializado era en esa fecha la modalidad dominante, representando, con un total de 151 locales, el 62,4% de la oferta comercial. Las tiendas de ropa, en las que se incluyen las boutiques, suponían el 47% de esta oferta, con un total de 70 locales destinados a esta actividad —54 tiendas de ropa y 16 boutiques—. Espacialmente la mayor oferta se concentraba en la calle Herradores, donde se localizaban la mitad de tales comercios. En la calle principal, Obispo Rey Redondo, existían 11 y el resto se repartía por diversas calles del centro. Se puede apreciar un cierto patrón en la ubicación de las boutiques, concentrándose las más antiguas en un determinado tramo de la calle Núñez de la Peña, el comprendido entre la calle Obispo Rey Redondo y Capitán Brotons. Es significativo que en un radio de 50 metros, se concentrase el 70% de dicha oferta, como también lo es que aparecieran las primeras franquicias.

El calzado representa el 12% de este tipo de comercio, existían 18 tiendas, 8 de las cuales se concentraban, al igual que el comercio textil, en la calle Herradores la de más tradición comercial.¹¹ Un porcentaje similar (10%) correspondía al comercio al por menor de joyerías y relojerías, al igual que las farmacias y ópticas (6 y 5 respectivamente) repartidas de forma homogénea por todas las calles de este sector.

El comercio de productos de uso doméstico representa el segundo porcentaje más alto, con un 17,4%. En esta categoría se engloban las tiendas de hogar, decoración, iluminación, mercerías, etc. actividades con una larga tradición en el centro de La Laguna. Algunos de estos negocios, inaugurados en la década de los años 70 del siglo XX, aún hoy se mantienen, lo que significa que todavía conservan clientela suficiente.

El comercio de artículos culturales y recreativos es uno de los que tiene un menor peso, con un porcentaje del 11,6%. Sin embargo, la tradición cultural y universitaria que posee la ciudad queda de manifiesto en el alto número de librerías, papelerías, estancos y tiendas de música y similares para una zona tan pequeña. En último lugar, el comercio de productos alimenticios suponía el 8,6% de la oferta.

De un total de 8 establecimientos, tres databan de la década de 1920, uno había sido inaugurado en 1952 y dos en los años 70, permaneciendo todos abiertos en la actualidad.

Con respecto a los servicios, ya en 1999 la oferta de locales de restauración comenzaba a ser representativa, había un gran número de cafeterías (27), restaurantes (6) y tascas (5), lo que representaba un 38,7% de la actividad. Estos se distribuyen por todo el centro sin una localización específica. Los servicios inmobiliarios, profesionales y administrativos suponían un 19,4% de la oferta. Además 13 de las 15 entidades bancarias que existían en ese año, (un 15,3% de la actividad de servicios), se localizaban en la calle principal (Obispo Rey Redondo), la mayoría desde la década de los 70, lo que da indicios de la fuerte actividad comercial que se desarrollaba en la zona.

CUADRO 2. Actividades comerciales y de servicios en la ZCA en 1999

	Tipología comercial y de servicios	Nº de locales	%
Comercios al por menor	Artículos en establecimientos especializados	151	62,4
	Equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones en establecimientos especializados y de otros artículos de uso doméstico	42	17,4
	Artículos culturales y recreativos en establecimientos especializados	28	11,6
	Productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados	21	8,6
	Total comercios	242	57,6
Servicios	Hostelería y restauración	40	40,8
	Actividades inmobiliarias, profesionales y administrativas	19	19,4
	Actividades financieras y de seguros	16	16,4
	Actividades recreativas, de entretenimiento y otros servicios	15	15,3
	Educación y actividades sanitarias	7	7,1
	Total servicios	98	23,3
	Locales y edificaciones sin uso	80	19
	Instalaciones municipales	1	0,3
	Total	420	

Fuente: Elaboración propia a partir de la reconstrucción de usos extraída de las entrevistas.



FIGURA 2. Mapa de usos comerciales y de servicios en la ZCA (1999).

Fuente: Elaboración propia a partir de la reconstrucción de usos extraída de las entrevistas y trabajo de campo.

Peatonalización y cambios en el comercio y los servicios: 2000-2012

Las primeras reformas significativas del centro de La Laguna se pusieron en marcha con la aprobación del Plan Especial de Protección del Conjunto Histórico (PEP) de 2005 —en ese año comenzaron las obras de peatonalización de las calles principales— con el que se pretendía incentivar, a la vez que diversificar, las actividades comerciales y de servicios en relación con otras ya instaladas en la ciudad, como la universitaria o la administrativa.

Como en otros lugares, las obras fueron inicialmente rechazadas por parte de los comerciantes y de muchos residentes, dadas las dificultades, durante y después de su ejecución, para acceder a viviendas y locales y para el estacionamiento de los vehículos.¹² Un problema que se resuelve en parte con aparcamientos subterráneos próximos, en el interior o en el perímetro de la zona peatonal. Además el embellecimiento del centro se complementa con la dotación de mobiliario urbano (iluminación, bancos, jardineras...), la creación de áreas ajardinadas y la generación de pequeños recintos destinados al juego infantil.

La llegada del tranvía metropolitano de Tenerife al centro de La Laguna en el año 2007 supuso la mejora en la accesibilidad, así como un avance en la comunicación con la capital de la isla y otros sectores del área metropolitana. A nivel comercial, el hecho de que la terminal se situara en una de las principales arterias de la ciudad (avenida de la Trinidad), supuso la implantación de nuevos servicios y comercios en las proximidades así como la reubicación de actividades —antes localizadas en la ZCA—. Por otra parte, la función cultural es un factor clave para la dinamización del centro histórico. La apertura de los multicines Agüere en el 2011 —reconvertidos en centro multicultural— que representaban gran parte de la oferta cultural de la ciudad y que habían permanecido cerrados desde 2004, junto a la reapertura del teatro Leal en el año 2008, están actuando como motor del proceso descrito.

A medida que avanzan las obras de peatonalización, se crean nuevos espacios de relación —como los parques infantiles— y además el comercio y los servicios experimentan progresivamente cambios en su número, ubicación y tipología. Con respecto al número de locales cerrados, este se ha reducido a 18, es decir, suponen ahora un 4,2% del total. El peso relativo de la categoría de comercio al por menor en establecimiento especializado se incrementa de forma importante en textil, calzado y complementos.

Otro síntoma de la densificación comercial es la aparición en 2011 de nuevos negocios en la calle San Agustín —sin apenas actividad hasta ese año— es decir, en el límite noreste de la ZCA, que dinamizaron notablemente este sector del centro urbano, una vez finalizadas las obras de acondicionamiento de los locales/edificaciones.

La dinámica general del centro se caracteriza por la continua desaparición de los pequeños comercios y la aparición de nuevas actividades que se han mantenido o bien por su magnitud o bien por su carácter innovador.¹³ El surgimiento de este tipo de actividades explica tanto la densificación comercial como el cambio de tipología. Una de las consecuencias que se derivan de estas modalidades comerciales es su orientación a grupos con alto poder adquisitivo, lo que podría desembocar en el cierre del negocio por falta de clientela y por la competencia de otros locales con productos similares a menor coste.

Con respecto a las tiendas de comestibles, el único supermercado que existía en la ZCA ha desaparecido, dando paso al Centro de Atención Ciudadana del Ayuntamiento. Cabe citar que cuatro edificaciones más se han rehabilitado con el fin de albergar dependencias municipales. El resto de las tiendas de comestibles que existían antes de 1999 aún permanecen, pero, la mayoría de sus propietarios considera que cerrarán pronto debido a la escasa rentabilidad y a la falta de relevo generacional.

El centro histórico ha experimentado una fuerte transformación comercial con la llegada de franquicias y cadenas comerciales que se sitúan en la primera línea de las fachadas, ocupando los locales que en años anteriores habían sido inmuebles cerrados o sedes de comercios tradicionales. Este tipo de establecimientos es el que puede afrontar mejor el alto precio del alquiler de los locales —superando en los de mayores dimensiones los 10.000 € al mes de renta—. El número de franquicias y cadenas comerciales en la ZCA de La Laguna, ha conocido un aumento significativo, pasando de 4 en 1999 —dedicadas al comercio textil—, a 22 a principios de 2012, al tiempo que se diversifica la oferta —textil, calzado, restauración, decoración,...—. Se sitúan donde antes existían comercios

tradicionales —papelerías o tiendas de muebles—, así como en edificios antiguos reformados para este propósito, lo que generalmente ha supuesto la modificación de las fachadas con la construcción de grandes escaparates o bien con la completa alteración de la estructura interna de la edificación. La destrucción de las características tipológicas de estos inmuebles puede implicar a medio y largo plazo la pérdida de su condición de Ciudad Patrimonio.

La promoción del turismo y los servicios se ha realizado también empleando parte del patrimonio, mediante la apertura al público de edificios de gran valor patrimonial,¹⁴ el establecimiento de señalética informativa tanto en inmuebles como en las calles y la elaboración de un mapa en tres dimensiones donde se aporta la información de los edificios y sectores de mayor interés para su visita o recorrido.

CUADRO 3. Actividades comerciales y de servicios en la ZCA en 2012

Tipología comercial y de servicios		Nº de locales	%
Comercios al por menor	Artículos en establecimientos especializados	173	65
	Equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones en establecimientos especializados y de otros artículos de uso doméstico	37	13,9
	Artículos culturales y recreativos en establecimientos especializados	30	11,3
	Productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados	26	9,8
	Total comercios	266	63,4
Servicios	Hostelería y restauración	58	44,2
	Actividades recreativas, de entretenimiento y otros servicios	26	19,9
	Actividades financieras y de seguros	19	14,5
	Actividades inmobiliarias, profesionales y administrativas	17	13
	Educación y actividades sanitarias	11	8,4
	Total servicios	131	31,2
	Servicios municipales	5	1,2
	Locales y edificaciones sin uso	18	4,2
	Total	420	

Fuente: Elaboración propia a partir del trabajo de campo y de las entrevistas.

En relación con los servicios, en 2012 la restauración representan el 42,7% de la actividad de servicios, incrementándose de forma notable el número de cafeterías, restaurantes y tascas en los últimos años, ya que se han abierto muchos locales para este tipo de negocios y también debido a que ha cambiado la función previa por esta nueva, al parecer con mayor rentabilidad. Dicha actividad se ubica en todo el ámbito de la ZCA con una clara tendencia a ocupar, mediante las terrazas, parte del espacio ahora peatonal. Una de las zonas con mayor dinamismo y número de actividades de restauración es la zona del entorno de la iglesia de la Concepción,¹⁵ uno de los puntos neurálgicos de la ZCA, que se especializa en este tipo de oferta en detrimento de las inmediaciones de la catedral. Al margen de la restauración, los servicios que tienen un mayor peso en 2012 continúan siendo los financieros, han abierto 2 nuevas entidades bancarias desde 1999.

Un aspecto relevante en la evolución de la actividad comercial y de servicios desde 2010 es el permanente cierre y apertura de negocios. La situación de crisis ha provocado que muchos comerciantes cierren sus establecimientos por la falta de clientela, pero también se ha producido simultáneamente la apertura de nuevos negocios debido a la entrada en vigor, en agosto de 2010, del reglamento del Acceso a las Actividades y su Ejercicio, que facilita que cualquier persona pueda establecer su empresa de manera casi inmediata una vez que se comprueba que cumple los requisitos de apertura y se comunica el inicio de la actividad. La falta de clientela no es el único motivo por el que muchos de los comercios que llevaban años en el centro de la ciudad han cerrado definitivamente. Algunos mantenían una renta antigua, que terminará en 2014, así que ante la incapacidad de afrontar los nuevos costes del alquiler, muchos se han visto forzados al cierre. La Ley de Arrendamientos Urbanos de 1994 dio a los comerciantes un plazo de 20 años para que fuesen actualizando los importes de los alquileres en los contratos firmados antes de 1985. Esto es algo que muchos tuvieron en cuenta

con el objetivo de proteger sus negocios, pero otros siguieron viendo 2014 como una fecha muy lejana y decidieron aprovechar las ventajas de rentas, lo que se ha convertido en un auténtico problema en el momento actual.



FIGURA 3. Mapa de usos comerciales y de servicios en la ZCA (2012).
Fuente: Elaboración propia a partir del trabajo de campo y de las entrevistas.

El aumento de los alquileres de los locales en la ZCA ha favorecido la instalación de las nuevas formas comerciales en detrimento del pequeño comercio tradicional, que o bien ha terminado cerrando o se ha trasladado a la periferia de la ZCA. Pero no solo aumentan los precios de los locales comerciales, sino que además se apuntan señales del encarecimiento de la vivienda. Este hecho implica que algunos de los potenciales arrendatarios, desde estudiantes a personas con renta reducida, se vean obligados a buscar un nuevo domicilio fuera de este ámbito, y puedan ser reemplazados por nuevos residentes con mayor capacidad adquisitiva. Podemos decir que en el centro de la Laguna comienzan a detectarse los primeros síntomas de un proceso de elitización que ya han experimentado otras ciudades, donde se produce la penetración de nuevos usos comerciales y de servicios profesionales, al tiempo que los residenciales se orientan hacia grupos de alto poder adquisitivo.

Uno de los argumentos que, en general, emplea la administración local para llevar a cabo la renovación física de los centros urbanos, es la recuperación de la identidad de los habitantes de dichos espacios. Sin embargo, con frecuencia los resultados distan de alcanzar tal objetivo. La crítica consiste en que los centros comerciales abiertos son tan similares de unas ciudades a otras que terminan perdiendo su propia identidad.¹⁶ Es innegable que nos encontramos ante la estandarización de un modelo de intervención que en poco o en nada contribuye a recuperar las señas de identidad, habría, pues, que analizar hasta qué punto La Laguna puede estar experimentando o podría experimentar un proceso similar.

CONCLUSIONES

En definitiva, son relevantes las transformaciones físicas y funcionales que experimenta La Laguna desde su declaración como Patrimonio de la Humanidad en 1999. En este sentido parece que la nueva imagen de su centro histórico ha dotado a este espacio de un estatus que supone que muchos inversores y profesionales lo escojan para el desarrollo de su actividad, lo que propicia su reactivación económica, pero también es cierto que tales cambios no han supuesto mejoras para el pequeño

comercio tradicional que retrocede, salvo excepciones. Tampoco parece que las nuevas ofertas comerciales, de ocio y restantes servicios atiendan las necesidades de las personas con bajo poder adquisitivo que encuentran, también, dificultades para residir en un espacio que ha registrado una elevación de los alquileres y del precio de venta de la vivienda. Por último, aunque no por ello menos importante, el patrimonio, en opinión de muchos, experimenta un deterioro notable y, lo más grave, en muchos casos irreparable.

BIBLIOGRAFÍA

- AYUNTAMIENTO DE LA LAGUNA (2005). Plan Especial de Protección del Conjunto Histórico de La Laguna.
- CAMPESINO, A. J. (1984). “Los centros históricos: análisis de su problemática”, *Norba. Revista de Arte, Geografía e Historia*, nº. 5, pp. 51-62.
- CAMPESINO, A. J. (1990). “Centro-ciudad y revitalización funcional: las calles peatonales cacereñas de Pintores y Mortet”, *Ería*, nº. 22, pp. 139-156.
- CAMPESINO, A. J. y SÁNCHEZ, J. M. (1999). “Comercio y turismo en el centro de Cáceres. Aplicaciones estratégicas de un SIG” en CAMPESINO, A. J. (Coord.). *Comercio, turismo y cambios funcionales en las ciudades españolas, Patrimonio de la Humanidad*, Cámara Oficial de Comercio e Industria de Cáceres.
- GARCÍA, L. M. y DÍAZ, M. C. (2002). “Renovación urbana y nueva centralidad en Santa Cruz de Tenerife”, FERNÁNDEZ, F.; PUMARES, P. y ASENSIO, A.: *Turismo y transformaciones urbanas en el siglo XXI*. AGE y Servicio de Publicaciones de la Universidad de Almería, Almería, pp. 515-526.
- GÓMEZ, R. (2000). “El papel del comercio en la revitalización de los centros urbanos en Europa: las declaraciones de Málaga y Lille”, *Gestión y Análisis de Políticas Públicas* nº. 19, pp. 71-79.
- GONZÁLEZ, M. J. (2006). “La sostenibilidad de los centros históricos en los albores del siglo XXI”, *Anales de Geografía de la Universidad Complutense de Madrid*, 26, pp. 49-63.
- GUTIÉRREZ, J. (1995). “Movilidad, medio ambiente y patrimonio histórico-artístico en las ciudades históricas”, *Anales de Geografía de la Universidad Complutense de Madrid*, nº. 15, pp. 375-381.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA: Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE), 2009.
- NAVARRO, M. I. (2005). “Gestión institucional, planeamiento y patrimonio mundial. El Plan Especial de Protección de San Cristóbal de La Laguna y la destrucción de una ciudad Patrimonio de la Humanidad”, *Scripta Nova*, vol. IX, nº. 194 (83), Barcelona.
- SANTANA, A. (2012). “La Laguna, patrimonio de una multinacional”, *La Laguna Mensual*, nº. 62, p. 15, San Cristóbal de La Laguna.
- TROITIÑO, M. A. (2003). “La protección, recuperación y revitalización funcional de los centros históricos”, CAPEL, H. *Ciudades, arquitectura y espacio urbano*. Caja Rural de Almería, Almería.

NOTAS

- ¹ Trabajo dirigido por la Dra. M^a Carmen Díaz Rodríguez, en el marco del Proyecto de Investigación “Ciudad y calidad de vida. El uso social de los espacios públicos abiertos en ciudades españolas” (CSO 2010-19007) financiado por el Plan Nacional de I+D+I del Ministerio de Ciencia e Innovación
- ² Entre los criterios que se tuvieron en cuenta destacan, entre otros, la conservación del trazado original de 1500, el ser un ejemplo de ciudad colonial no fortificada y el mantener en buen estado más de seiscientos edificios de arquitectura mudéjar.
- ³ Delimitada por las calles Nava y Grimón, Consistorio, Herradores, San Agustín, Belén, plaza del Doctor Olivera, plaza de la Concepción y plaza de la Junta Suprema.
- ⁴ García y Díaz (2002).
- ⁵ GÓMEZ (2000), p. 72.
- ⁶ CAMPESINO (1984); TROITIÑO (2003).
- ⁷ CAMPESINO (1990), p. 139.
- ⁸ NAVARRO (2005), p. 1.
- ⁹ SANTANA (2012).
- ¹⁰ Tienda de comestibles de 1914 y una tienda del sector textil que data de los años treinta.
- ¹¹ La tienda de calzados más antigua —Calzados Godiño— data del año 1859.
- ¹² Gutiérrez (1995).
- ¹³ Entre estas actividades innovadoras pueden citarse una pastelería americana, una tienda especializada en donuts, una tienda de ropa vintage o “El cinematógrafo”, tienda especializada en la venta de películas.
- ¹⁴ Entre estos edificios se encuentran la iglesia y torre de la Concepción, la Casa de Salazar, los conventos de Santa Catalina y Santa Clara así como la iglesia y el exconvento de Santo Domingo.
- ¹⁵ En este sector se ha rehabilitado una edificación antigua en la que se ha establecido “Bodegas Viña Norte” que combina las funciones de restauración con una tienda especializada en vinos. Además han iniciado su actividad diversas cafeterías y tascas que han reutilizado la función tradicional del local como nueva temática del negocio (Ejemplo: Tasca “La Venta”. Utiliza fotografías y elementos originales de la tienda de comestibles tradicional que existía a mediados de siglo XX como decoración y temática de esta nueva actividad).
- ¹⁶ GONZÁLEZ (2006).