

**Estudio de Necesidades  
para la Remodelación del  
Mercado la Concepción  
de La Línea: FASE I**

Documento de trabajo  
(ref. E5042 v004)

16 Septiembre 2020



**UNIÓN EUROPEA**

**FEDER**

**FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL**

***“Una manera de hacer Europa”***



**Ayuntamiento  
de La Línea**



# ÍNDICE

## 1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

|                                           |   |
|-------------------------------------------|---|
| 1.1. Antecedentes .....                   | 4 |
| 1.2. Objetivo General y Específicos ..... | 8 |
| 1.3. Justificación .....                  | 9 |

## 2. SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| 2.1. Encuadre Preliminar .....                             | 11 |
| 2.2. Población, distritos y barrios .....                  | 12 |
| 2.3. Localización Espacial y Accesibilidad .....           | 15 |
| 2.4. Dotación Comercial: en la Línea y en el entorno ..... | 20 |
| 2.5. El Mercado: principales magnitudes .....              | 26 |

## 3. ANTEPROYECTO. FUTURO MERCADO

|                                        |    |
|----------------------------------------|----|
| 3.1. Diseño .....                      | 31 |
| 3.2. Caracterización .....             | 35 |
| 3.3. Necesidades y Equipamientos ..... | 37 |
| 3.4. Mercado Provisional .....         | 38 |
| 3.5. Ideas Fuerza .....                | 40 |

# 1.

## INTRODUCCION Y OBJETIVOS

- 1.1. Antecedentes.
- 1.2. Objetivo General y Específicos
- 1.3. Justificación del Estudio

## 1. INTRODUCCION Y OBJETIVOS

### 1.1 Antecedentes.

#### 1.1.1 Introducción



La transformación de los Mercados Municipales en espacios más atractivos para el consumidor y para los propios comerciantes es, hoy por hoy, una necesidad en la que están de acuerdo tanto los comerciantes de los propios Mercados como los Ayuntamientos que los administran.

A pesar de coincidir en esta necesidad los procesos de transformación de los Mercados son procesos largos y laboriosos, dado que los principales protagonistas, Ayuntamiento y Comerciantes, deben superar los innumerables problemas que conlleva el proceso:

- Adaptación del formato a los nuevos hábitos de compra de los consumidores y a los nuevos escenarios de competencia.
- Adecuación del número de comerciantes e introducción, en caso necesario, de nuevas secciones (comercios).
- Realización de importantes inversiones en la mejora del Edificio e Instalaciones.
- Adopción de nuevos mecanismos de gestión del Mercado,....
- Mercado Provisional durante el periodo de obras. Diseño y gestión.
- Definición y Gestión de Reubicación de los Puestos en el Nuevo Mercado.

Frente a esta situación de partida, a la que el Mercado de La Línea no es ajeno, es necesario ir diseñando medidas concretas que, en el corto plazo, permitan establecer las bases para su transformación

Es dentro de este contexto, en el que adquiere interés el realizar una primera aproximación a la situación de partida para el Estudio de Necesidades para la Remodelación del Mercado de La Línea.

## 1. INTRODUCCION Y OBJETIVOS

### 1.1 Antecedentes.

#### 1.1.2 Edusi



El Ayuntamiento de La Línea de la Concepción es beneficiario de una subvención de 10.000.000 €, por Resolución (12/12/2016) de la Secretaría de Estado de Presupuestos y Gastos, por la que se resuelve la 1ª convocatoria para la selección de Estrategias de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado cofinanciadas mediante el Programa Operativo FEDER de Crecimiento Sostenible 2014-2010.

En la Estrategia de Desarrollo Sostenible e Integrado se definen los objetivos temáticos que se persiguen dentro del periodo financiero 2014/2020. En el Objetivo Específico 9.8.2. **Regeneración física, económica y social del entorno urbano en áreas urbanas desfavorecidas** se plantea la línea de actuación **LA8: IMPULSO Y DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO EN LA LÍNEA, EN LA QUE SE PROPONE LA “REGENERACIÓN DEL MERCADO DE LA CONCEPCIÓN”**.

Con el paso de los años, el Mercado ha ido perdiendo paulatinamente actividad, (la falta de renovación de las infraestructuras, adaptación a la normativa vigente en materia de accesibilidad, sistema de gestión, el envejecimiento de los clientes y las nuevas formas de consumo de la población más joven), razón por la cual el Ayuntamiento está decidido a emprender un proceso de cambio en el Mercado.

Los objetivos generales del Ayuntamiento son:

- La recuperación y puesta en valor del patrimonio arquitectónico original y crear un espacio atractivo para el comercio y el ocio de La Línea
- Mantener el 100% de los puestos actuales
- Liberar espacio para nuevos operadores y actividades en consonancia con las tendencias actuales
- Modificar, si fuera necesario el sistema de gestión del Mercado
- Adaptar a la normativa vigente las instalaciones del Mercado (accesibilidad, instalaciones, gestión de residuos, etc)
- Impulsar planes de dinamización para los comerciantes

Por ello, el Ayuntamiento ha puesto en marcha un Estudio de Viabilidad para la Remodelación del Mercado, desde el punto de vista comercial, técnico y económico que permita conocer:

- La estructura comercial del entorno urbano
- La demanda
- Qué oferta comercial sería atractiva y viable para el Mercado
- Las necesidades de equipamiento, incluso anteproyecto
- Diseño y ubicación del Mercado provisional.
- Propuestas de modelos de gestión y reforma de las Ordenanzas Municipales
- Planes de formación y capacitación para los operadores del Mercado.

## 1. INTRODUCCION Y OBJETIVOS

### 1.1 Antecedentes.

#### 1.1.2 Edusi



| Línea de Actuación                | LA8. Impulso y dinamización del comercio en La Línea                                                                                        |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| OE POCS                           | OE982. Regeneración física, económica y social del entorno urbano en áreas urbanas desfavorecidas a través de Estrategias DUSI (OT9)        |
| Objetivo de la Línea de actuación | 1. Evitar el declive comercial de la zona centro frente a las grandes superficies comerciales<br>2. Creación de un centro comercial abierto |

Dentro del informe EDUSI, en el capítulo relativo al **Análisis de las estructuras urbanas objeto de intervención** se recoge el Mercado Municipal, del que se señala:

#### 1. Mercado Municipal y su entorno urbano

El Mercado de la Concepción, data del 1882, año en el que se inauguró el edificio. A lo largo de sus más de 120 años de historia, ha tenido distintos hitos y reformas:

- En 1996 por motivos de estabilidad estructural y accesibilidad, se produce el cierre de la planta superior del Mercado.
- En el año 2005 se emite informe técnico sobre el estado de corrosión de la estructura del edificio y la imposibilidad de garantizar su solidez y estabilidad para el fin para el que fue diseñado. Se recomienda la ejecución de medidas correctoras.
- En 2007, el edificio se inscribe en el catálogo de Bienes Históricos Protegidos por la Junta de Andalucía.

Actualmente no se ha llevado a cabo ninguna reforma del edificio, que **se encuentra en estado de decadencia**, hecho que ha producido que **el número de comercios del Mercado ha descendido en los últimos años un 35%**.

El edificio se ubica en el corazón del centro histórico de la ciudad, cuyo entorno se identifica por estrechas calles con aceras de mínimas dimensiones y barreras arquitectónicas en las que conviven el vehículo utilitario y el peatón, lo que produce una situación de incomodidad tanto para los viandantes como para los conductores. Una de las opciones que se demandaron durante los procesos de participación es una actuación integrada con el objetivo de revitalizar el comercio y poner en valor el Mercado de la Concepción.





## 1. INTRODUCCION Y OBJETIVOS

### 1.1 Antecedentes.

#### 1.1.2 Edusi



| Línea de Actuación                | LA8. Impulso y dinamización del comercio en La Línea                                                                                        |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| OE POCS                           | <b>OE982. Regeneración física, económica y social del entorno urbano en áreas urbanas desfavorecidas a través de Estrategias DUSI (OT9)</b> |
| Objetivo de la Línea de actuación | 1. Evitar el declive comercial de la zona centro frente a las grandes superficies comerciales<br>2. Creación de un centro comercial abierto |

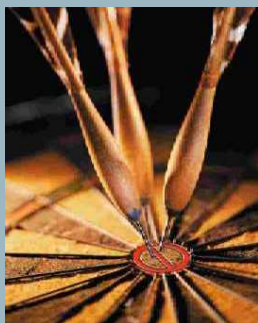
**Descripción:** Esta línea persigue **potenciar el tejido empresarial local de la zona centro**, a través de la rehabilitación del mercado y el fomento de un comercio minorista de proximidad de alta calidad facilitando a los autónomos y a los pequeños empresarios de diferentes sectores, el acceso a un nuevo canal de venta para comercializar sus productos y servicios en internet de forma conjunta.

Los puntos a tener en cuenta y que definen un centro comercial abierto en un centro urbano son:

- **Regeneración del Mercado de la Concepción.** Conservándose el valor patrimonial se proponen mejorar los accesos actuales del mercado, incluyendo el cuerpo central y las fachadas norte y sur. La regeneración será un proyecto integral, en el que se tendrán en cuenta cuestiones de accesibilidad como de eficiencia energética. Se mantendrá, por tanto el volumen del Mercado original. Se pretende crear una consulta pública para decidir el uso final del espacio de la segunda planta del mercado, que podría consistir desde la creación de más puestos comerciales hasta la un espacio multifuncional, que le otorgue al mercado flexibilidad para la adaptación de su espacios a la demanda social (cultura, organización de eventos, conciertos, etc.), eventos, jornadas...
- **Convertir el Mercado de la Concepción y la zona que le rodea en un Centro Comercial Abierto.** En efecto, el centro histórico junto con las actuaciones de peatonalización, recuperación de los espacios públicos y regeneración del Mercado de la Concepción, habrá recuperado un espacio de calidad y paseable donde tanto el residente como el visitante pase tiempo en la calle. Creando un entorno agradable y sumando a la oferta comercial una oferta de ocio y restauración, un centro comercial abierto situado en un centro histórico monumental cobra especial interés en comparación con un centro comercial cerrado. Algunas operaciones al interior de esta línea:
  - o Creación de la plataforma de gestión, identificación de los comerciantes susceptibles de asociarse
  - o Definición del área que formará parte del centro comercial abierto
  - o Formación y capacitación para adoptar los denominados estándares de calidad y su adhesión: imagen, calidad del producto, idiomas, etc
  - o Creación de la plataforma de e-commerce tras un inventario de todos los productos
  - o Implementación de las tarjetas de fidelización
  - o Diseño de la estrategia de marketing y la identidad: marca, packaging, señalización, etc.
  - o Creación de un programa de financiación de nuevos emprendedores, que fomenten el producto autóctono.

## 1. INTRODUCCION Y OBJETIVOS

### 1.2 Objetivos del Estudio de Viabilidad para la Revitalización del Mercado.



El **Ayuntamiento de La Línea** quiere realizar un Estudio de Necesidades para conocer la Posición Competitiva y Alternativas Viables para la Remodelación del Mercado Municipal y el equipo redactor propone que se aborde el mismo persiguiendo el siguiente **objetivo general**:

**FORTALECER EL POSICIONAMIENTO Y DISEÑAR LAS BASES PARA LA TRANSFORMACION DEL MERCADO MUNICIPAL DE LA LINEA EN UN EQUIPAMIENTO ATRACTIVO DE COMERCIO Y OCIO, QUE EJERZA DE LOCOMOTORA Y REFUERCE EL POSICIONAMIENTO COMERCIAL DE LA CIUDAD.**

Dicho objetivo general se concreta en las siguientes tareas:

- **Determinar las necesidades existentes en el Mercado y su entorno.**
- **Análisis y Diagnóstico de la Posición Competitiva del Mercado.**
- **Anteproyecto del Mercado y alternativas posibles.**



## 1. INTRODUCCION Y OBJETIVOS

### 1.3 Justificación del Estudio



La pérdida de actividad y vitalidad comercial de los Mercados Municipales es un hecho común que afecta a la práctica totalidad de estos equipamientos, y el mercado de la Concepción de La Línea no es una excepción en este sentido. Esta pérdida de actividad, junto con el descenso de los establecimientos alimenticios en la ciudad, y la firme creencia de que el Mercado debe ejercer un papel de locomotora comercial para la ciudad, ha hecho que el Ayuntamiento de la Concepción de La Línea se plantee la necesidad de realizar un proyecto que analice la situación del Mercado, y mejore sus actuales condiciones de funcionamiento, buscando un mejor mix comercial, con el objeto de revitalizar la actividad comercial del Mercado de la Concepción de La Línea y de su entorno.

Como antecedentes a tener en consideración en el desarrollo del estudio actual se puede citar las siguientes:

- Se trata de un inmueble modernista, proyectado en 1878 y construido en 1882 por el arquitecto gaditano Adolfo del Castillo, autor también de la plaza de toros de la ciudad. El nacimiento del municipio en 1870, pone pronto de manifiesto la necesidad de construir un edificio para la venta de alimentos y como punto de encuentro para los artesanos y mercado ambulante de su alrededor.
- Aunque la edificación original tenía una superficie de 1.397m<sup>2</sup>, a lo largo del tiempo ha sufrido diversas ampliaciones, hasta los 2.244m<sup>2</sup> actuales, para dar respuesta a la demanda de producto fresco existente en la ciudad y a la población visitante del entorno próximo, donde el residente en Gibraltar, ha sido uno de los clientes más destacados y con mayor presencia en el Mercado.
- El inmueble del Mercado está incluido en el Catálogo General de Patrimonio Histórico de Andalucía, que le otorga el régimen de protección como catalogación general.

La situación estructural del edificio y la de su régimen de protección, unido a la pérdida paulatina de atractivo del Mercado como formato comercial, y al progresivo deterioro e infrautilización de las instalaciones actuales, ha sido el motivo por el que el Ayuntamiento ha creído conveniente realizar un estudio de necesidades que determine las bases para la remodelación del Mercado de la Concepción de La Línea, con el objetivo de fortalecer su posicionamiento como locomotora comercial de la ciudad.

# 2.

## **SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO**

- 2.1. Encuadre Preliminar
- 2.2. Población, distritos y barrios
- 2.3. Localización Espacial y Accesibilidad
- 2.4. Dotación Comercial: en la Línea y en el entorno
- 2.5. El Mercado: principales magnitudes

## 2. SITUACION ACTUAL DEL MERCADO

### 2.1. Encuadre Preliminar. Rasgos Básicos.

#### ➤ Localización

El Mercado se sitúa en pleno centro urbano de La Línea, con una topografía llana, y mantiene su centralidad dentro de la trama Urbana, junto a los principales ejes comerciales. La Línea tiene 63.147 habitantes (datos de 2019), estando el centro urbano prácticamente unido a Gibraltar, lo que supone una población flotante del Peñón estimada en 10.000 habitantes. Siempre ha existido una relación comercial entre las dos ciudades, siendo el comercio la principal actividad de la Línea, la cual se vio muy mermada durante los años de crisis y la instalación de grandes superficies en el propio municipio y en la comarca. El Ayuntamiento está peatonalizando la zona comercial del centro. Existen varios aparcamientos de pago en las proximidades a distancias comprendidas entre 150 y 350m.

#### ➤ Edificio e Instalaciones

El Mercado Central de La Línea se sitúa en el centro urbano de la ciudad, entre las calles, Isabel la Católica, Las Flores, Aurora y Álvarez Quintero. El edificio es modernista construido en 1882. El Mercado actual consta de dos plantas:

- La planta Baja de 2.244m<sup>2</sup>, en la cual se ubican los puestos, los bares y servicios del mercado como almacenes, basuras, aseos, etc.
- La planta Primera, con una superficie de 1.396 m<sup>2</sup> en la que se ubican las oficinas del Mercado, que ocupan 65m<sup>2</sup>, quedando el resto de la superficie libre.

El inmueble está incluido en el Catálogo General de Patrimonio Histórico de Andalucía.

#### ➤ Mix Comercial

La oferta comercial del Mercado dispone de 84 puestos situados en unos 131 módulos de una media de 6m<sup>2</sup>. De éstos, 8 está cerrados/vacantes. Además, de cara a la calle, existen 4 bares de mayor tamaño y una serie de pequeños puestos de ropa, una churrería y despachos de pan.

| Planta | Nº Estab         | Actividades Desarrolladas                                                                                                                                                                                                                          |
|--------|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Baja   | 76 con actividad | Pescaderías (10), Carnicerías (13), Chacina (5), Recova (11), Frutas y Verduras (6), Hierbas y Frutos (4), Varios y Ropa (5), Flores y Plantas (5), Panadería (5), Bar Cantina (9), Regalos (1), Bazar (1), Churrería (1), Reparación Relojes (1). |

#### ➤ Modelo de Gestión.

Los titulares de los puestos están agrupados en la Asociación de Comerciantes "La Plaza". El Ayuntamiento se encarga de las labores de mantenimiento del edificio e instalaciones.



## 2. SITUACION ACTUAL DEL MERCADO

### 2.2 POBLACIÓN: DISTRITOS Y BARRIOS

#### 2.2.1 Caracterización de la Población en La Línea

##### LA POBLACIÓN RESIDENTE EN EL ENTORNO TIENE UNA EDAD MEDIA SUPERIOR A LA DE LA LÍNEA

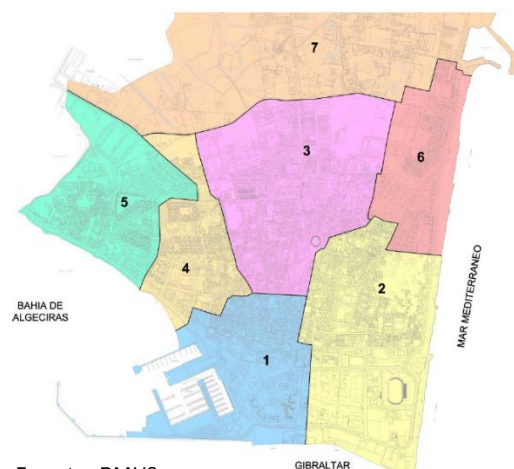
La Línea de la Concepción, se compone de tres núcleos poblacionales que se dividen en 7 Distritos. El **Mercado de la Línea**, está en la zona Centro, que corresponde con el **DISTRITO 1, o también denominado barrio CENTRO**, según el Plan de Movilidad Municipal (PMUS).

El **DISTRITO 1** cuenta una población de 8.299 habitantes, y está compuesto por seis secciones. La **población residente en este Distrito** aunque mayoritariamente se sitúa en franjas de edad intermedias 35-55, **el peso de la población de más de 65 años es significativamente mayor a la del conjunto de La Línea**. Un 17,4% tiene menos de 20 años y un 24, % tiene más de 65 años

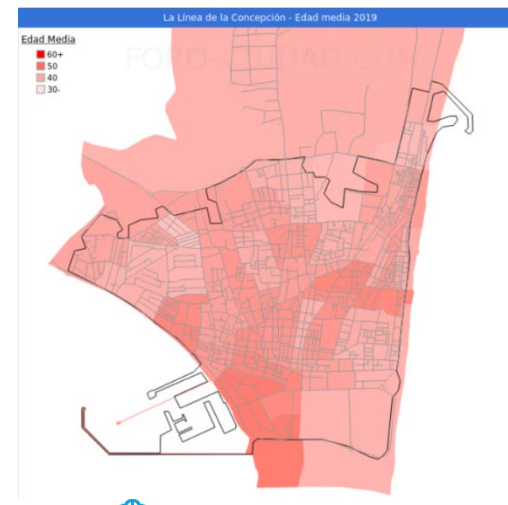
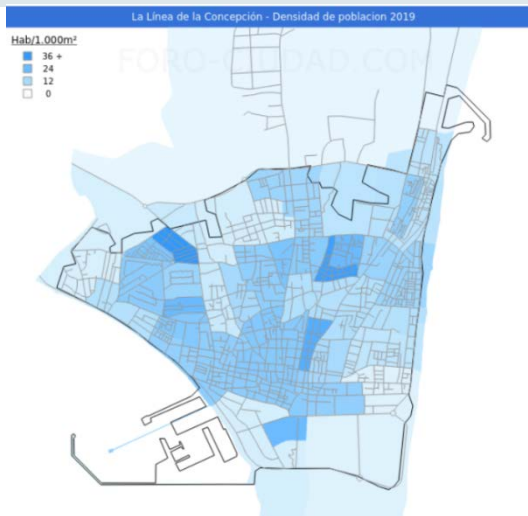
En el conjunto del Municipio, la edad media es de 41,1, un 21,5 % tiene menos de 20 años y un 16,80% tiene más de 65.

Por lo tanto, la población residente en el entorno del Mercado, es una población más envejecida, y se corresponde con el Casco Histórico de la ciudad, aspecto que favorece al Mercado (ya que su público objetivo mayoritariamente vive cerca, pero de cara al futuro puede generar déficits).

Gráfico: Distritos de La Línea de La Concepción



Fuente: PMUS





## 2. SITUACION ACTUAL DEL MERCADO

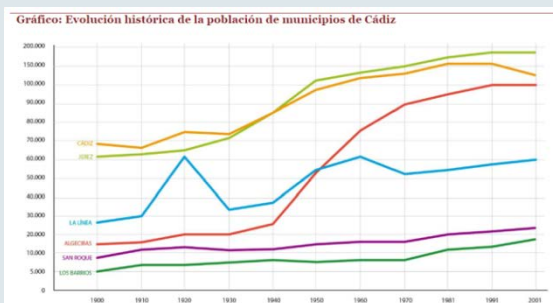
### 2.2 POBLACIÓN: DISTRITOS Y BARRIOS

#### 2.2.2 Localización de la Población en La Línea

La población residente dentro del Área de Influencia Comercial de un establecimiento es un factor determinante que, en gran medida, condiciona su dimensión y mix comercial.

La Línea cuenta en la actualidad con 63.747 habitantes (según datos del padrón 2019), 57.931 en el núcleo principal y 5.816 en las pedanías,

La evolución histórica de la población de La Línea ha presentado una tendencia al alza con algunos altibajos:



Fuente: PMUS

Por lo que respecta a la **distribución de población por zonas**, cabe señalar:

El **Área de influencia próxima del Mercado (250 m a pie (5 min))**, que se corresponde con el Distrito 1, residen un total de 8.299 habitantes.

Entre 5 y 10 minutos, abarcarían los Distritos 1 y 2, y parte del Distrito 3, con lo que el total de residentes en esta zona, superaría los 18.000 habitantes.

#### LOCALIZACIÓN POBLACIÓN POR ZONAS



## 2. SITUACION ACTUAL DEL MERCADO

### 2.2 POBLACIÓN: DISTRITOS Y BARRIOS

#### 2.2.3 Principales magnitudes por Distritos y Barrios

#### LA POBLACIÓN RESIDENTE EN EL ENTORNO CASI ALCANZA LOS 8.300 EL 28% DE LA LÍNEA

La población de la Línea de la Concepción se caracteriza por ser una población relativamente joven, ya que prácticamente la mitad de la población residente en la ciudad (47,5%), tiene menos de 40 años.

Por Distritos, el 3 y el 4, ubicados en la zona de San Pedro y María Guerrero, son los más poblados, y en ellos la población joven representa el 21,9% y el 21,1% respectivamente. Población que si consideramos a los menores de 40 años, asciende hasta más del 56% en ambos casos.

Sin embargo, **el Distrito 1, zona centro donde se ubica el Mercado**, es un Distrito con una proporción de jóvenes significativamente inferior, se caracteriza por tanto por tener una población más envejecida, donde el porcentaje de mayores de 65 años, es el más alto de toda la ciudad, representando el 24,3% del total de la población residente en este Distrito.

| Rangos de Edad     | Centro       |              |              |              | San Pedro-María Guerrero |              |              |              | Mondejar-Junquillos |              | Atunara-Periañez |              | El Zabal – Santa Margarita y La Alcaidesa |              | Total La Línea |              |
|--------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------------------|--------------|--------------|--------------|---------------------|--------------|------------------|--------------|-------------------------------------------|--------------|----------------|--------------|
|                    | D1           |              | D2           |              | D3                       |              | D4           |              | D5                  |              | D6               |              | D7                                        |              |                |              |
|                    | nºhab        | %            | nºhab        | %            | nºhab                    | %            | nºhab        | %            | nºhab               | %            | nºhab            | %            | nºhab                                     | %            | nºhab          | %            |
| <b>0-19 años</b>   | 1.433        | 17,3         | 2.001        | 20,6         | 3.736                    | 21,9         | 1.482        | 21,1         | 1.845               | 24,3         | 1.556            | 21,6         | 1.542                                     | 24,6         | 13.722         | 21,5         |
| <b>20-40 años</b>  | 1.990        | 24,0         | 2.464        | 25,4         | 4.197                    | 24,6         | 1.763        | 25,0         | 2.115               | 27,8         | 1.954            | 27,2         | 1.910                                     | 30,5         | 16.547         | 26,0         |
| <b>41-64 años</b>  | 2.859        | 34,4         | 3.549        | 36,6         | 6.329                    | 37,1         | 2.456        | 34,9         | 2.516               | 33,1         | 2.518            | 35,0         | 2.306                                     | 36,8         | 22.744         | 35,7         |
| <b>&gt;65 años</b> | 2.017        | 24,3         | 1.687        | 17,4         | 2.782                    | 16,3         | 1.338        | 19,0         | 1.125               | 14,8         | 1.166            | 16,2         | 511                                       | 8,2          | 10.734         | 16,8         |
| <b>Total</b>       | <b>8.299</b> | <b>100,0</b> | <b>9.701</b> | <b>100,0</b> | <b>17.044</b>            | <b>100,0</b> | <b>7.039</b> | <b>100,0</b> | <b>7.601</b>        | <b>100,0</b> | <b>7.194</b>     | <b>100,0</b> | <b>6.269</b>                              | <b>100,0</b> | <b>63.747</b>  | <b>100,0</b> |

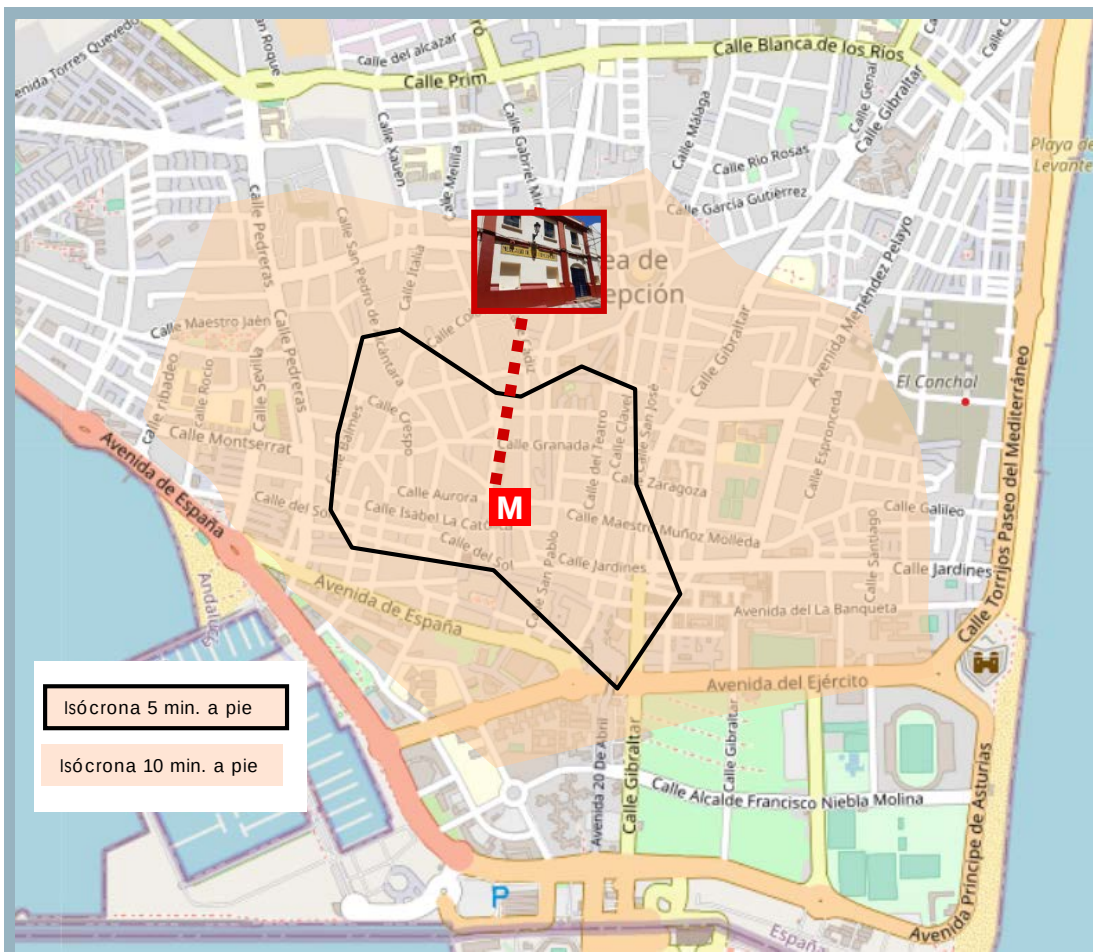


## 2. SITUACION ACTUAL DEL MERCADO

### 2.3 LOCALIZACIÓN ESPACIAL Y ACCESIBILIDAD

#### 2.3.1 El Mercado y su entorno

LA LOCALIZACIÓN ES MUY BUENA, EN LA ZONA COMERCIAL DE LA LÍNEA



**El casco urbano de La Línea de la Concepción se asienta sobre una planicie prácticamente perfecta** que facilita la movilidad y los modos de transporte no motorizados (peatón, bicicleta, etc.). Es en las barriadas periféricas, en el extremo norte de la ciudad, donde la orografía se hace más abrupta y aparecen ciertos desniveles. El casco urbano, sin embargo, se desarrolla de forma compacta no llegando a alcanzar su extensión máxima los 3 kilómetros en ninguna de las direcciones, hecho que garantiza que de cualquier lugar a otro de la ciudad, el recorrido caminando no supere más de 30 minutos.

Entre las personas residentes en el casco urbano, su movilidad se caracteriza por ser peatonal, en bicicleta o en ciclomotor.

El Mercado de la Concepción de La Línea mantiene una excelente localización, por:

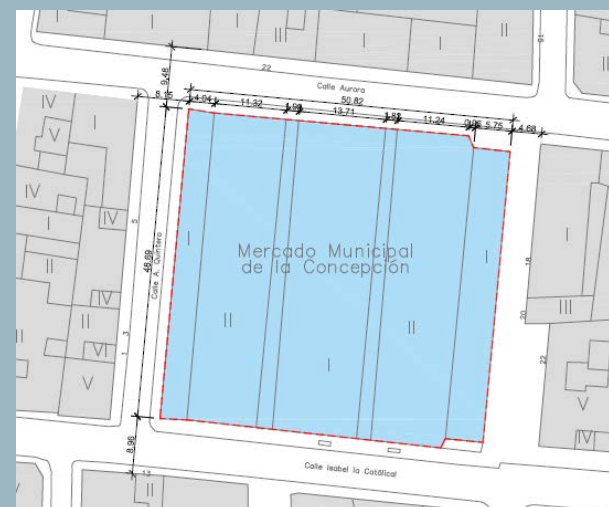
- **su centralidad** con respecto a la trama urbana, a menos de 500 metros (10 min. de desplazamiento a pie) se concentra un 30% aprox. de la parte de la población residente (D1 8.299 habitantes, D2 9.701 habitantes, y parte del D3, superando los 18.000 habitantes conjuntamente).
- **su ubicación** en un entorno urbano en donde se concentra una parte significativa de la oferta comercial del municipio.

## 2. SITUACION ACTUAL DEL MERCADO

### 2.3 LOCALIZACIÓN ESPACIAL Y ACCESIBILIDAD

#### 2.3.2. El Mercado y su Entorno

LA LOCALIZACIÓN ES MUY BUENA, EN LA ZONA COMERCIAL DE LA LÍNEA



El Mercado se localiza en el sur. Limita al sur con la unidad de vigilancia fiscal (Puerto Deportivo, e instalaciones ligadas al paso fronterizo), al este con el barrio del Conchal y al norte con el barrio María Guerrero.

Los principales viarios de conexión con el resto de la ciudad son las Avenidas Príncipe de Asturias, la Avenida del Ejército y la calle Gibraltar. Dentro del Distrito se pueden diferenciar tres barrios San Felipe, Centro y Huerta Fava que suponen el centro administrativo y funcional de La Línea. Aun siendo el uso global el residencial, en el ámbito del entorno del Mercado se presenta la complejidad y riqueza de actividades donde conviven los espacios residenciales, comerciales y administrativos.

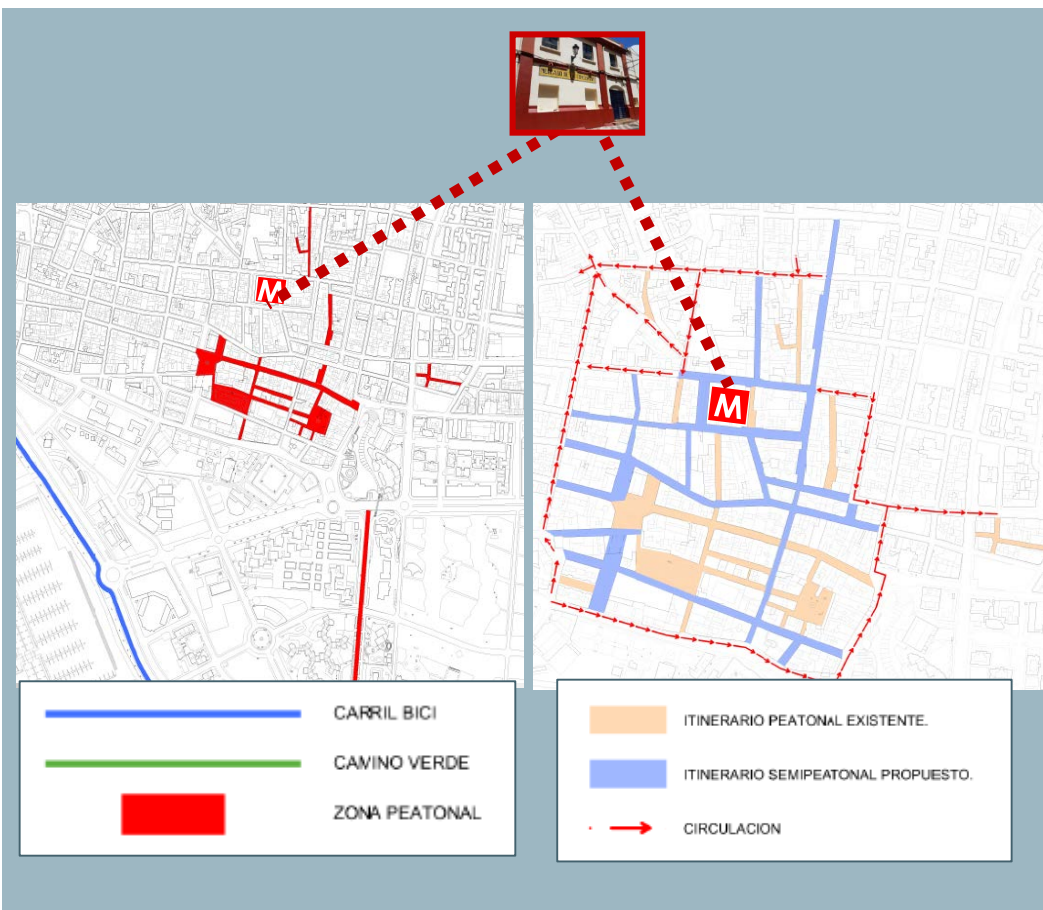
El documento de Criterios y Objetivos del Plan General estima que en la unidad hay unos 13.700 habitantes y unas 6.500 viviendas. La densidad de población es de unos 150 hab/ha y la de viviendas supera las 70 viv/Ha.



## 2. SITUACION ACTUAL DEL MERCADO

### 2.3 LOCALIZACIÓN ESPACIAL Y ACCESIBILIDAD

#### 2.3.3 Localización Comercial: Calles Peatonales



Las calles y ejes adyacentes al Mercado, tienen un carácter peatonal y de acuerdo con lo previsto en el PMUS Plan de Movilidad Urbana Sostenible el Ayuntamiento ya ha ejecutado la Fase I y II, está en ejecución la Fase III y en estudio la Fase IV para que esta peatonalización y acceso restringido para vehículos a motor se extienda, y abarque una zona todavía mayor y más próxima al Mercado.

Tal y como viene contemplado en la estrategia DUSI para La Línea de la Concepción, el Ayuntamiento tiene como objetivo la potenciación del comercio mediante la creación de un centro comercial abierto que requiere de espacios peatonales y accesibles que hagan de éste un lugar más atractivo.

La apuesta por la peatonalización del Centro es firme, y se acometerá en diferentes fases y el alcance de las actuaciones será también diferente, en ocasiones se reducirá la velocidad, sin peatonalizar el eje totalmente.

Las actuaciones a acometer en el entorno del mercado serán:

|                    |                                                            |
|--------------------|------------------------------------------------------------|
| Isabel la Católica | • Semipeatonal con videovigilancia.                        |
| Flores             | • Tráfico rodado restringido en horario comercial mercado. |
| Aurora             | • Reducción de velocidad a 30Km/h.                         |
| Alvarez Quintero   |                                                            |

Con el objetivo de fomentar la movilidad sostenible, además de la peatonalización del entorno del Mercado, se propone el aumento de plazas de aparcamiento para bicicletas en la zona del Mercado.

## 2. SITUACION ACTUAL DEL MERCADO

### 2.3 LOCALIZACIÓN ESPACIAL Y ACCESIBILIDAD

#### 2.3.4 Localización Comercial: Aparcamientos Vigilados y Públicos.



La Revisión del PGOU de La Línea de la Concepción, tras los procesos de peatonalización del centro de la ciudad y con el objetivo de facilitar el acceso rodado hasta esta zona, tiene previsto permitir la ejecución de edificios exentos con uso aparcamiento, así como el mismo uso en edificios mixtos residencial/aparcamientos, siempre que el uso predominante sea el residencial (según la ordenanza de aplicación) en esta última casuística.

Esto permitirá las actuaciones privadas lucrativas con uso aparcamiento, no solo bajo rasante, sino también sobre rasante siguiendo las directrices antes marcadas y que quedarán definidas en las Normas Urbanísticas del documento de Revisión que actualmente se está redactando y que se espera llevar a la siguiente fase de tramitación antes de final de año

Asimismo el Ayuntamiento cuenta con servicio de ordenación y regulación de “zona Azul” desde 2004 con una zona general de rotación, un horario máximo de estacionamiento de 2 horas; y una zona frontera, ideada para visitantes a la colonia británica donde el límite horario es de una jornada completa. El municipio cuenta con un total de 1.536 plazas de estacionamiento

La cifra de plazas en parking públicos (subterráneos y en superficie) ronda las 2.500 unidades, distribuidas de la siguiente forma:

- Parking Constitución - Frontera Desde 2002 parking subterráneos en el centro de la ciudad con un total de 699 plazas,
- Centro – Conservatorio, ubicado bajo el Consistorio y cuyo aforo máximo es de 170 espacios de aparcamiento.
- Parking Trino Cruz. Una bolsa de aparcamientos en superficie de titularidad privada. El aparcamiento público Trino Cruz se ubica junto al mercado y cuenta con un total de 80 plazas de estacionamiento.
- Parking Focona. se encuentra entre el centro y la frontera con Gibraltar. Cuenta con un aforo máximo de 450 plazas de estacionamiento.
- Parking Alcaidesa Marina. Dentro del puerto deportivo Marina Alcaidesa, un aparcamiento en superficie con unas 300 plazas de aparcamiento.
- Parking Santa Bárbara. En suelo propiedad de la Autoridad Portuaria de la Bahía de Algeciras lindando con la frontera con Gibraltar. Una gran extensión de aparcamientos que cuenta con alrededor de 680 plazas.

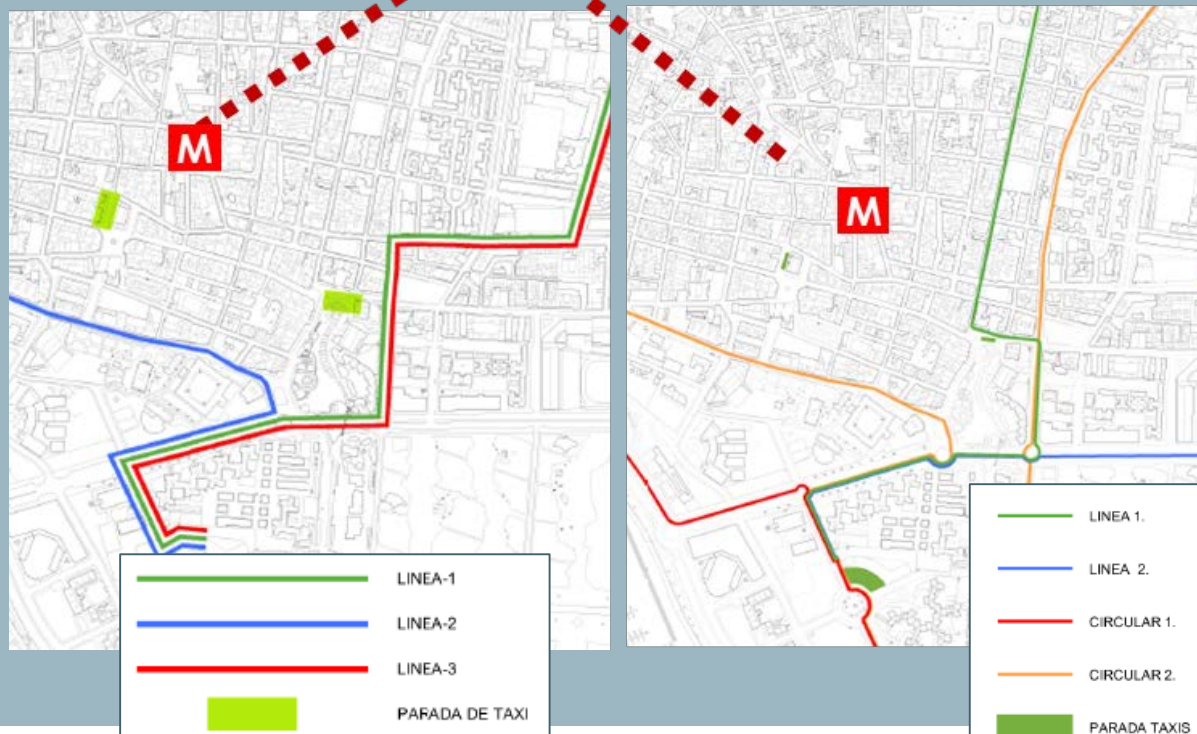
## 2. SITUACION ACTUAL DEL MERCADO

### 2.3 LOCALIZACIÓN ESPACIAL Y ACCESIBILIDAD

#### 2.3.5 Localización Comercial: Líneas de transporte



#### 11. TRANSPORTE URBANO. ESTADO PROPUESTO.



Actualmente, La Línea cuenta con 3 líneas que inician sus trayectos en la Plaza de la Constitución y terminan en las barriadas periféricas. Todos los barrios que conforman los límites de la ciudad, están conectados.

Cuenta también con un servicio de taxis, prestado por la Sociedad Cooperativa Andaluza Linense de radio Taxis, que dispone de un total de 90 licencias adjudicadas.

El transporte urbano en el centro de la Línea es fluido.

En el futuro próximo, se propine ampliar una línea de autobús, pasando a tener dos líneas circulares.

## 2. SITUACION ACTUAL DEL MERCADO

### 2.4 DOTACIÓN COMERCIAL: LA LÍNEA Y SU ENTORNO

#### 2.4.1 Dotación comercial de Alimentación en La Línea

Según información recogida la **estructura comercial y la de alimentación en La Línea se articula en torno a un total de 824 establecimientos**, de los cuales 137 son tiendas especializadas de alimentación y 154 establecimientos polivalentes (ultramarinos y supermercados de diversos tamaños).

Con respecto a los datos de 2008, el comercio de la línea se ha visto reducido en un 23,1%, siendo la Alimentación, una de las ramas de actividad que más ha sufrido este descenso ( -28,6%), junto con la venta de artículos de uso doméstico ( -36,9%), y artículos en establecimientos especializados ( -20,3%).

Entre el total de establecimientos minoristas, se encuentran también un total de 27 establecimientos dedicados a la Alimentación no especializada (Hipermercados, Supermercados grandes y medianos y autoservicios, que conjuntamente alcanzan una superficie comercial de 17.611 m<sup>2</sup>.

Así como los 75 establecimientos, disponibles dentro del Mercado de la Línea de la Concepción, objeto de este Estudio.

| Actividad                                                                                                | 2.008        | 2.018      | 2018/08       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|------------|---------------|
| 45. Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas                                              | 79           | 69         | -12,7%        |
| 47. Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas                                  | 845          | 666        | -21,2%        |
| 471. Comercio al por menor en establecimientos no especializados                                         | 140          | 154        | 10,0%         |
| <b>472. Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establ. especializados</b>  | <b>192</b>   | <b>137</b> | <b>-28,6%</b> |
| 473. Comercio al por menor de combustible para la automoción en establecimientos especializados          | 5            | 1          | -80,0%        |
| 474. Comercio al por menor de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones en est | 11           | 11         | 0,0%          |
| 475. Comercio al por menor de otros artículos de uso doméstico en establecimientos especializados        | 168          | 106        | -36,9%        |
| 476. Comercio al por menor de artículos culturales y recreativos en establecimientos especializados      | 28           | 33         | 17,9%         |
| 477. Comercio al por menor de otros artículos en establecimientos especializados                         | 227          | 181        | -20,3%        |
| 478. Comercio al por menor en puestos de venta y mercadillos                                             | 71           | 42         | -40,8%        |
| 479. Comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta ni en mercadillos | 3            | 1          | -66,7%        |
| <b>Total Comercio</b>                                                                                    | <b>1.072</b> | <b>824</b> | <b>-23,1%</b> |

Fuente: INE Instituto Nacional de Estadística



## 2. SITUACION ACTUAL DEL MERCADO

### 2.4 DOTACIÓN COMERCIAL: LA LÍNEA Y SU ENTORNO

#### 2.4.1 Dotación comercial de Alimentación en La Línea

| Líneas de Actividad                     | Mercado Municipal |              | Resto Municipio |        | Total MUNICIPIO |
|-----------------------------------------|-------------------|--------------|-----------------|--------|-----------------|
|                                         | Nº                | M²           | Nº              | M²     | Nº              |
| Fruterías                               | 5                 | 67,9         | 17              | --     | <b>22</b>       |
| Lácteos, huevos, aves, caza...          | 11                | 125,2        | --              | --     | --              |
| Carnes, charcutería, Chacina            | 18                | 200,8        | 28              | --     | <b>46</b>       |
| Pescados y mariscos                     | 10                | 56,6         | 3               | --     | <b>13</b>       |
| Pan, bollería, pastelería y degustación | 6                 | 41,6         | 14              | --     | <b>20</b>       |
| Otros pequeños de alimentación          | 4                 | 25,1         | 5               | --     | <b>9</b>        |
| <b>TOTAL TIENDAS ESPECIALIZADAS</b>     | <b>54</b>         | <b>517,2</b> | <b>56</b>       | --     | <b>110</b>      |
| Supermercados <399 m2                   |                   | ---          | <b>11</b>       | 2.922  | <b>11</b>       |
| Supermercados de 400 a 999 m2           |                   | ---          | <b>9</b>        | 5.492  | <b>9</b>        |
| Supermercados >1.000 m²                 |                   | ---          | <b>6</b>        | 9.197  | <b>6</b>        |
| Hipermercado <2.500 m2                  |                   |              | <b>1</b>        | 9.375  | <b>1</b>        |
| <b>TOTAL TIENDAS NO ESPECIALIZADAS</b>  |                   | ---          | <b>27</b>       | 26.986 | <b>27</b>       |
| <b>TOTAL ALIMENTACIÓN</b>               | <b>54</b>         | <b>517,2</b> | <b>83</b>       | --     | <b>137</b>      |
|                                         |                   |              |                 |        |                 |
| Venta Otras Actividades                 | <b>22</b>         | <b>328,4</b> | <b>665</b>      | --     | <b>687</b>      |
| <b>TOTAL COMERCIO MINORISTA</b>         | <b>76</b>         | --           | <b>748</b>      | --     | <b>824</b>      |

Fuente: Ayuntamiento de La Línea de la Concepción

## 2. SITUACION ACTUAL DEL MERCADO

### 2.4 DOTACIÓN COMERCIAL: LA LÍNEA Y SU ENTORNO

#### 2.4.2 Dotación comercial Grandes Superficies Alimentación Especializada

##### COMPETIDORES: LOS AUTOSERVICIOS SON NUMEROSOS Y EN EL ENTORNO TIENEN UNA DIMENSIÓN SIGNIFICATIVA

La oferta de Hipermercados y Autoservicios en el conjunto de La Línea, alcanza un total de 27 establecimientos, entre los que destaca un Hipermercado Carrefour de 9.375m<sup>2</sup> situado en el Centro Comercial Gran Sur, y 26 autoservicios y supermercados que conjuntamente alcanzan los 17.611 m<sup>2</sup>, que con respecto a la población existente en La Línea, supondría una dotación de 426 m<sup>2</sup> por habitante.

Entre los supermercados de más de 1.000 m<sup>2</sup>, cabe mencionar que el Rodalcash y el LIDL, se han abierto en los últimos 5 años.

Existe también un supermercado Eroski de 2.100m<sup>2</sup> en Gibraltar, muy próximo a la frontera con La Línea, por lo tanto dentro del Área de Influencia.

| Tipología (m <sup>2</sup> ) | Enseña           | Año de Apertura | M <sup>2</sup> | Zona             |
|-----------------------------|------------------|-----------------|----------------|------------------|
| HIPER 5.000/9.999           | CARREFOUR        | 1991            | 9.375          | JUNQUILLO        |
| CASH & CARRY                | CASH RUIZ GALAN  | 1991            | 2.300          | EL ZABAL         |
| SUPER >= 1.000              | MERCADONA        | 2007            | 1.796          | ATUNARA-PERIAÑEZ |
| SUPER >= 1.000              | MERCADONA        | 2003            | 1.563          | MONDEJAR         |
| SUPER >= 1.000              | MERCADONA        | 2002            | 1.238          | CENTRO           |
| SUPER >= 1.000              | RODALCASH        | 2018            | 1.200          | JUNQUILLO        |
| SUPER >= 1.000              | LIDL             | 2015            | 1.100          | PUNTO RIBOT      |
| SUPER 400 a 999             | DIA MAXI %       | 1995            | 912            | PUNTO RIBOT      |
| CASH & CARRY                | NEO CASH         | 2013            | 800            | CENTRO           |
| SUPER 400 a 999             | ALDI             | 2008            | 800            | PUNTO RIBOT      |
| SUPER 400 a 999             | SUPER RUIZ GALÁN | 1991            | 600            | ATUNARA-PERIAÑEZ |
| SUPER 400 a 999             | SUPER SAAVEDRA   | 1991            | 500            | LA COLONIA       |
| SUPER 400 a 999             | SUPER RUIZ GALÁN | 2000            | 500            | CENTRO           |
| SUPER 400 a 999             | SUPER RUIZ GALÁN | 2011            | 500            | EL ZABAL         |
| SUPER 400 a 999             | SUPER SOL        | 2012            | 450            | CENTRO           |
| SUPER 400 a 999             | SUPER RUIZ GALÁN | 2017            | 430            | MONDEJAR         |
| SUPER >= 1.000              | EROSKI GIBALTAR  | --              | 2.100          | GIBALTAR         |

| Tipología                      | Nº Establecimientos | Total Superficie (m <sup>2</sup> ) |
|--------------------------------|---------------------|------------------------------------|
| HIPER 5.000 a 9.999 m2         | 1                   | 9.375                              |
| CASH & CARRY                   | 2                   | 3.100                              |
| SUPER >= 1.000 m2              | 5                   | 6.897                              |
| SUPER 400 a 999 m2             | 8                   | 4.692                              |
| AUTOSERVICIO <= 399 m2         | 11                  | 2.922                              |
| <b>TOTAL SUPER Y AUTOSERV.</b> | <b>26</b>           | <b>17.611</b>                      |

## 2. SITUACION ACTUAL DEL MERCADO

### 2.4 DOTACIÓN COMERCIAL: LA LÍNEA Y SU ENTORNO

#### 2.4.3 Localización de las principales superficies de Alimentación

**COMPETIDORES: LOS AUTOSERVICIOS SON NUMEROSOS Y EN EL ENTORNO TIENEN UNA DIMENSIÓN SIGNIFICATIVA**



En la zona **CENTRO**, donde se ubica el Mercado encontramos:

|                 |                      |
|-----------------|----------------------|
| • Mercadona     | 1.200 m <sup>2</sup> |
| • Neocash       | 800 m <sup>2</sup>   |
| • Super Ruiz G. | 500 m <sup>2</sup>   |
| • Supersol      | 450 m <sup>2</sup>   |
| • Dia %         | 319 m <sup>2</sup>   |
| • Super Ruiz G. | 310 m <sup>2</sup>   |
| • Super Ruiz G. | 237 m <sup>2</sup>   |

En otros barrios como Atunara-Periañez y parte alta de la Línea, Punto Ribot:

|                 |                      |
|-----------------|----------------------|
| • Mercadona     | 1.796 m <sup>2</sup> |
| • Lidl          | 1.100 m <sup>2</sup> |
| • Dia Maxi %    | 912 m <sup>2</sup>   |
| • Aldi          | 800 m <sup>2</sup>   |
| • Super Ruiz G. | 600 m <sup>2</sup>   |
| • Super Ruiz G. | 218 m <sup>2</sup>   |

En otros barrios como el Junquillo-Mondejar:

|                   |                      |
|-------------------|----------------------|
| • Hiper Carrefour | 9.200 m <sup>2</sup> |
| • Mercadona       | 1.563 m <sup>2</sup> |
| • Rodalcash       | 1.200 m <sup>2</sup> |
| • Super Ruiz G.   | 500 m <sup>2</sup>   |
| • Saavedra        | 500 m <sup>2</sup>   |
| • Saavedra        | 280 m <sup>2</sup>   |

En el caso de la Zona María Guerrero, D3 el más poblado, se encuentran hasta 7 autoservicios de menor tamaño de la cadena Ruiz G, que alcanzan una superficie de 1.886 m<sup>2</sup>.

## 2. SITUACION ACTUAL DEL MERCADO

### 2.4 DOTACIÓN COMERCIAL: LA LÍNEA Y SU ENTORNO

#### 2.4.4 Dotación comercial de Alimentación en La Línea

#### COMPETIDORES: LOS ESTABLECIMIENTOS Y LA SUPERFICIE DEL COMERCIO DE ALIMENTACIÓN DEL CENTRO ES IMPORTANTE

| ALIMENTACION            | Nº         | %            | M <sup>2</sup> |
|-------------------------|------------|--------------|----------------|
| SAN PEDRO               | 58         | 18,9         | 2.446          |
| CENTRO                  | 113        | 36,9         | 7.204          |
| M <sup>a</sup> GUERRERO | 25         | 8,2          | 3.822          |
| CONCHAL- ATUNARA        | 50         | 16,4         | 2.625          |
| JUNQUILLOS-MONDEJAR     | 42         | 13,7         | 22.369         |
| COLONIA                 | 3          | 0,0          | 430            |
| ZABAL                   | 15         | 4,9          | 7.046          |
| <b>TOTAL</b>            | <b>306</b> | <b>100,0</b> | <b>45.942</b>  |

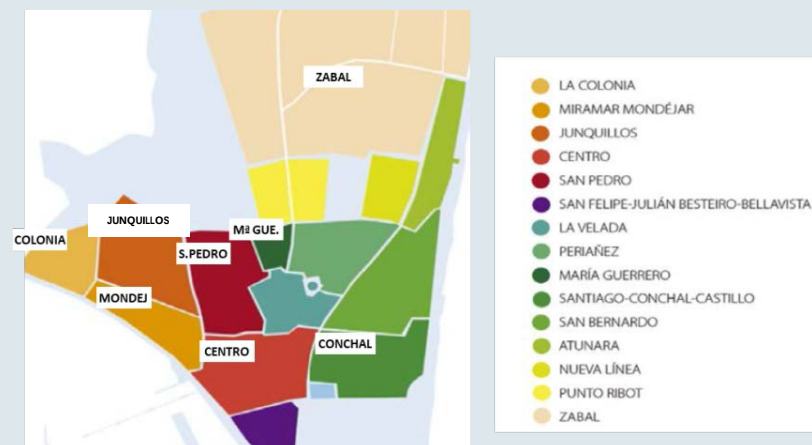
Fuente: Ayuntamiento de la Línea de la Concepción.  
Datos a 2019.

El comercio de Alimentación en La Línea, asciende a 306 establecimientos de los que un 36,9% está situado en la zona CENTRO, zona donde se ubica el Mercado.

La segunda barriada en importancia, según el número de establecimientos dedicados a Alimentación es, El Conchal-Atunara (con un peso del 16,4%).

Respecto a la superficie comercial, destaca el peso de la zona de Junquillos-Mondejar, donde se ubican algunas de las principales grandes superficies de Alimentación (Mercadona y Carrefour).

CC Gran Sur



## 2. SITUACION ACTUAL DEL MERCADO

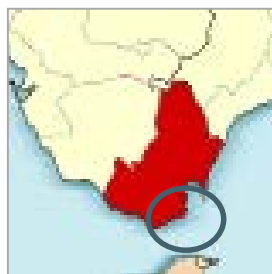
### 2.4 DOTACIÓN COMERCIAL: LA LÍNEA Y SU ENTORNO

#### 2.4.5 Dotación comercial y hostelera en su área de Influencia

##### b) Análisis Comparado de los ratios medios de dotación comercial y hostelera de La Línea y Comarca

| Municipios limítrofes      | Población 2019 | Comercio y hostelería 2018 |              | Densidad (establ. / 1.000 hab.) |            |
|----------------------------|----------------|----------------------------|--------------|---------------------------------|------------|
|                            |                | Comercio **                | Hostel.      | Comercio                        | Hostel.    |
| <b>LA LINEA C.</b>         | <b>63.147</b>  | <b>1.026</b>               | <b>370</b>   | <b>16,2</b>                     | <b>5,9</b> |
| Algeciras                  | 121.957        | 2.003                      | 714          | 16,4                            | 5,9        |
| San Roque                  | 31.218         | 523                        | 261          | 16,8                            | 8,4        |
| Los Barrios                | 23.642         | 567                        | 182          | 24,0                            | 7,7        |
| <b>Total A. Influencia</b> | <b>239.964</b> | <b>4.119</b>               | <b>1.527</b> | <b>17,2</b>                     | <b>6,4</b> |
| <b>CADIZ (Copital )</b>    | <b>116.027</b> | <b>2.241</b>               | <b>869</b>   | <b>19,3</b>                     | <b>7,5</b> |

FUENTE. Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, \*\*Sección G: Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos de motor y motocicletas Sección I: Hostelería



**Área de Influencia: Arco de la Bahía de Algeciras**

Fuente: Elaboración propia a partir del Dirce 2020 (INE) y Padrón de población a 1 de enero de 2020 (INE)

La Línea de la Concepción, pertenece a la **Bahía de Algeciras** que está formada, además de por **La Línea de la Concepción**, por los municipios de Algeciras, San Roque y Los Barrios.

El total de municipios en su área influencia, alcanzan una población conjunta de 239.964 y cuentan con 4.119 establecimientos comerciales y 1.527 de hostelería.

Algeciras es la ciudad más poblada y con mayor dotación comercial y hostelera del Área de. Influencia, sin embargo en términos de densidad comercial por cada 1.000 habitantes, destaca Los Barrios en dotación comercial por encima del resto (24,0), y San Roque en dotación hostelera por encima del resto (8,4), .

La Línea de la Concepción por su parte, aunque en tamaño poblacional, ocupa una destacada segunda posición, presenta el menor peso relativo tanto en comercio como en hostelería, sobre el conjunto de su Área de influencia (16,2 Y 5,9 respectivamente).

Cádiz capital, presenta una densidad comercial y hostelera superior a la comarca de Campo Gibraltar.



## 2. SITUACION ACTUAL DEL MERCADO

### 2.5 EL MERCADO DE LA LÍNEA

#### 2.5.1 Edificio e Instalaciones del Mercado de la Concepción

ES UN EQUIPAMIENTO MINORISTA CON REDUCIDA VISIBILIDAD EXTERIOR, QUE LIMITA SU USO SOCIAL COMO ESPACIO URBANO

Caracterización Básica del Edificio e Instalaciones. Secciones y Alzados.



ALZADO C/ ISABEL LA CATÓLICA



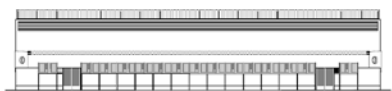
C/ ISABEL LA CATÓLICA



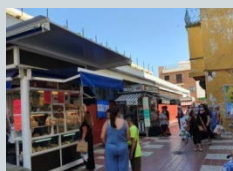
ALZADO C/AURORA



C/AURORA



ALZADO C/DE LAS FLORES



C/DE LAS FLORES



ALZADO C/ ALVAREZ QUINTERO



C/ ALVAREZ QUINTERO

## 2. SITUACION ACTUAL DEL MERCADO

### 2.5 EL MERCADO DE LA LÍNEA

#### 2.5.1 Edificio e Instalaciones del Mercado de la Concepción

EL MERCADO HA SUFRIDO UN IMPORTANTE DETERIORO QUE REQUIERE ACONDICIONAMIENTO PARA SU COMPETITIVIDAD

##### Situación Básica del Edificio e Instalaciones. Desperfectos y principales problemas observados.

De acuerdo con los Informes disponibles, el conjunto de **desperfectos observados** en el edificio del Mercado tras visita de inspección son los siguientes:

- Protección contra incendios.
- Pérdida de sección en la base de los pilares metálicos.
- Corrosión de las placas base de los pilares.
- Corrosión de vigas y viguetas.
- Humedades.
- Fisuras.



Hay que resaltar entre los desperfectos observados los correspondientes a la **PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS**, por cuanto si bien esto no es un desperfecto observado en la estructura debido a agentes externos o falta de mantenimiento, si es objeto de mención dado que **no cumple con la actual normativa contra incendios**, ya que en ningún momento la estructura se encuentra protegida con pintura luminiscente y vermiculita.



A modo de conclusión se puede indicar que los efectos producidos son únicos en toda la estructura, tratándose de oxidación, corrosión de elementos metálicos y en consecuencia pérdida de sección.

Esta pérdida de sección hace que los elementos portantes pierdan las características mecánicas y geométricas originales de forma que no puedan hacer frente a las solicitaciones para las cuales fueron diseñados.

Asimismo hay que señalar, entre los **principales problemas** que afectan al Mercado y a la zona donde se encuentra destacan:

- Falta de accesibilidad y desniveles que impiden la libre circulación de las personas.
- Existencia de espacios con carácter claramente residual y en mal estado de conservación, como el nivel superior del Mercado y las naves laterales adosadas al edificio original.
- Distribución de la zona de venta que genera un área sombría poco atractiva al público.
- Disposición lineal de los puestos y la posición de los pilares obligan al cruce de flujos entre la gente en circulación y las personas que están realizando sus compras.

## 2. SITUACION ACTUAL DEL MERCADO

### 2.5 EL MERCADO DE LA LÍNEA

#### 2.5.2 Dotación comercial del Mercado de La Concepción. Análisis Estructural

**EL MERCADO TIENE PASILLOS ESTRECHOS Y 84 ESPACIOS CON 869 M<sup>2</sup> DE SUPERFICIE. HOSTELERIA EL 30% Y ALIMENTACIÓN EL 65%**

La **estructura comercial del Mercado de La Concepción se compone de 84 establecimientos**, de los que 8 están en estos momentos vacíos/vacantes.

Entre los 76 puestos con actividad, 50 son de alimentación y 26 de otras actividades. Entre estas destacan la Hostelería que con 9 establecimientos y con 257 m<sup>2</sup> de superficie es el espacio más amplio con el 27%, a continuación se encuentra, a cierta distancia, la Carne con 150 m<sup>2</sup> y la Recova con 125 m<sup>2</sup> de superficie.

La superficie media de los puestos del Mercado es de 10 m<sup>2</sup>, la actividad mayor es la Hostelería con 32 m<sup>2</sup> por puesto, seguida de hierbas con 15 m<sup>2</sup>, Frutas y Verduras con 12 m<sup>2</sup> y la Chacina con casi 11 m<sup>2</sup>.

| Actividad                          | Nº Puestos | Superficie M <sup>2</sup> |
|------------------------------------|------------|---------------------------|
| <b>Carnes</b>                      | 13         | 149,4                     |
| <b>Recova</b>                      | 11         | 125,2                     |
| <b>Pescadería</b>                  | 10         | 56,6                      |
| <b>Hostelería</b>                  | 9          | 257,6                     |
| <b>Pan</b>                         | 6          | 41,6                      |
| <b>Varios: ropa, reparación</b>    | 6          | 33,6                      |
| <b>Frutas y verduras</b>           | 5          | 67,9                      |
| <b>Chacina</b>                     | 5          | 51,7                      |
| <b>Flores y Plantas</b>            | 5          | 27,2                      |
| <b>Hierbas y frutos</b>            | 4          | 25,1                      |
| <b>Bazar, regalos</b>              | 2          | 10,0                      |
| <b>Total puestos con actividad</b> | <b>76</b>  | <b>845,8</b>              |
| <b>Puestos cerrados/vacantes</b>   | <b>8</b>   | <b>23,4</b>               |
| <b>Total puestos Mercado</b>       | <b>84</b>  | <b>869,2</b>              |

Del análisis por zonas, se desprende que:

- La dotación de carnicerías/charcuterías, con un total de 18 establecimientos, 11 establecimientos Recova (productos avícolas y derivados), y 10 Pescaderías, son las actividades mayoritarias del Mercado,
- Panaderías/pastelerías, cuenta con 5.
- Dispone de 5 fruterías y venta de productos horti-frutiícolas.
- Entre los establecimientos de NO alimentación, destacan la hostelería con 9 bares y cafeterías, 17 puestos con actividad muy variada desde flores y plantas, droguería-perfumería, ropa y calzado, ...

#### DISTRIBUCIÓN DE LA SUPERFICIE (M<sup>2</sup>)

| LOCALIZACIÓN             | Puestos       | Otras insta   | Paso            | Total           | %              |
|--------------------------|---------------|---------------|-----------------|-----------------|----------------|
| <b>Zona NAVE CENTRAL</b> | 742,12        | 86,73         | 714,14          | 1.542,99        | 80,4 %         |
| <b>Zona PESCADERIA</b>   | 63,56         | 16,57         | 287,48          | 367,61          | 6,9 %          |
| <b>Zona TUNEL</b>        | 102,84        | 10,06         | 102,20          | 215,10          | 11,1 %         |
| <b>ANTIGUA FRUTERIA</b>  | 15,00         | 0,00          | 303,00          | 318,00          | 1,6 %          |
| <b>Total PLANTA BAJA</b> | <b>923,52</b> | <b>113,36</b> | <b>1.406,82</b> | <b>2.443,70</b> | <b>100,0 %</b> |

## 2. SITUACION ACTUAL DEL MERCADO

### 2.5 EL MERCADO DE LA LÍNEA

#### 2.5.3 Dotación comercial del Mercado de La Concepción. Distribución por Tamaños.

LOS PUESTOS MÁS GRANDES SON DE HOSTELERIA. LA SUPERFICIE MEDIA DE LOS PUESTOS APENAS SUPERA LOS 10 M<sup>2</sup>.



#### DISTRIBUCIÓN DE LOS PUESTOS POR SUPERFICIE

| ACTIVIDAD / SUPERFICIE   | Superficie M <sup>2</sup> | Nº PUESTOS | %      |
|--------------------------|---------------------------|------------|--------|
| Bar                      | 61,5                      |            |        |
| Bar                      | 59,2                      |            |        |
| Bar                      | 41,1                      |            |        |
| Bar                      | 33,2                      |            |        |
| Bar                      | 26,3                      |            |        |
| Frutas y Verduras        | 25,5                      |            |        |
| Hierbas, aceitunas,      | 23,6                      |            |        |
| Hierbas, aceitunas,      | 23,2                      |            |        |
| Congelados y             | 22,3                      |            |        |
| > 20 M <sup>2</sup>      | 315,9                     | 9          | 10,7%  |
| > 15 < 20 M <sup>2</sup> | 119,8                     | 7          | 8,3%   |
| > 10 < 15 M <sup>2</sup> | 205,1                     | 17         | 20,2%  |
| < 10 M <sup>2</sup>      | 263,0                     | 51         | 60,7%  |
| TOTAL                    | 903,8                     | 84         | 100,0% |

La **Asociación de Comerciantes del Mercado de la Concepción (A.C.M.)** mantiene conversaciones con el Ayuntamiento para transmitir ideas que trasladar para el desarrollo del proyecto.

Hasta la fecha se ha elaborado un Dossier remitido al Ayuntamiento con un conjunto de sugerencias, algunas de ellas han sido recogidas para la elaboración del proyecto final.

De acuerdo con la información recogida:

- **9 Puestos** disponen de una superficie superior a 20 m<sup>2</sup>, **de ellos 5 son bares**, el 10% del total del Mercado,
- **7 puestos** entre 15 y 20, el 8,3%,
- **17 puestos** entre 10 y 15 (20%) y
- **los mas numerosos (51) el 61%** con menos de 10 m<sup>2</sup> de superficie.

La **superficie media mayor es la Hostelería** con 32m<sup>2</sup> por puesto, seguida de Hierbas con 15 m<sup>2</sup>, Frutas y Verduras con 12 m<sup>2</sup> y la Chacina con casi 11 m<sup>2</sup>.

# 3.

## ANTEPROYECTO. FUTURO MERCADO

- 3.1. Diseño
- 3.2. Caracterización
- 3.3. Necesidades y Equipamientos
- 3.4. Mercado Provisional
- 3.5. Ideas Fuerza



## 3. ANTEPROYECTO. FUTURO MERCADO

### 3.1 DISEÑO

#### 3.1.1 Objeto y Descripción

**La intención es desarrollar un proyecto con una condición representativa muy alta -dado que la cualidad que su ubicación le confiere lo hace susceptible de ser contaminado por la diversidad- que hará del Mercado un referente arquitectónico y turístico para el futuro de La Línea, y contribuirá a la revitalización del entorno en el que se encuentra.**

Un proyecto que haga convivir la arquitectura contemporánea con el edificio histórico desde el respeto y la dignidad, de tal modo que los nuevos usos revitalicen y rehabiliten la antigua construcción, adquiriendo el conjunto un significado de contemporaneidad.

**El Mercado se encuentra en un lugar privilegiado del centro histórico de La Línea, y se convierte en una oportunidad perfecta para su reactivación**, hasta ahora inmerso en la problemática causada por un progresivo deterioro de la actividad comercial en la zona.

Con esta actuación se pretenden conseguir los siguientes objetivos:

- Adecentamiento general de las antiguas “plazas” laterales absorbidas y adosadas al Mercado.
- Dotar de elementos higiénico-sanitarios que en la actualidad no existen o son insuficientes. (Espacios y medios para extraer los residuos ordinarios generados, ventilación adecuada, equipo higiénico previsto de agua apta para el consumo de forma sostenible, equipos de producción de agua caliente estarán dotados de sistemas de acumulación y los puntos terminales de utilización de unas características tales que evitan el desarrollo de gérmenes patógenos. medios adecuados para extraer las aguas residuales generadas, limitar el riesgo previsible de exposición inadecuada a radón procedente del terreno en los recintos cerrados)
- Mejorar las dotaciones de los puestos de venta.
- Dotar de climatización general al Mercado.
- Mejorar y modernizar la imagen exterior del edificio.

Como objetivos principales cabe destacar su adaptación a las nuevas necesidades de la ciudad, su integración en el entorno urbano, la sostenibilidad y el ahorro energético, la accesibilidad, la permeabilidad visual y el mantenimiento de la imagen de unidad del edificio.

**En este proyecto se realizará**, tanto en planta como en alzado, **el cuerpo central del edificio** original que se mantendría en gran medida, sustituyendo las partes de la edificación que no vayan en sintonía con los objetivos y líneas propuestas. **En planta, se propone dejar espacio libre para una plaza pública**, y en alzado, no sobrepasando su altura y creando paños ciegos y rehundidos en sus laterales, de forma que el ritmo de huecos empieza a obtenerse suficientemente separados de la pieza protegida. Las fachadas laterales son neutras y permeables, permitiendo ver la arquería interior.

### 3.1 DISEÑO

### 3.1.1 Objeto y Descripción

**El Mercado de Abastos de la Línea de La Concepción se encuentra inscrito en el Catálogo General del Patrimonio Histórico Andaluz en virtud de la Disposición adicional sexta de la Ley 14/2007, del Patrimonio Histórico de Andalucía, que le otorga el régimen de protección como Catalogación General.**



JUNTA DE ANDALUCÍA

Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico  
CONSEJERÍA DE CULTURA

BASE DE DATOS DEL PATRIMONIO INMUEBLE DE ANDALUCÍA

## Cádiz | Línea de la Concepción (La)

1

### IDENTIFICACIÓN

**Denominación:** Mercado Central

**Otras denominaciones:** Mercado de la Concepción; Mercado Central de Abastos

**Código:** 01110220028

**Caracterización:** Arquitectónica

**Provincia:** Cádiz

**Municipio:** Línea de la Concepción (La)



### DESCRIPCIÓN

#### Tipologías

| Tipologías          | Actividades | P. Históricos/Etnias | Cronología | Estilos    |
|---------------------|-------------|----------------------|------------|------------|
| Mercados de abastos | Comercio    | Edad Contemporánea   | 1878/1882  | Modernismo |

#### Agentes

| Agentes     | Nombre                         | Actuación | Fecha |
|-------------|--------------------------------|-----------|-------|
| Arquitectos | Castillo Escribano, Adolfo del |           |       |

### PROTECCIÓN

| Régimen | Estado   | Tipología Jurídica | Publicado en | Fecha      | Número | Página |
|---------|----------|--------------------|--------------|------------|--------|--------|
| CG      | Inscrito |                    | BOJA         | 19/12/2007 | 248    | 6      |

**DESCRIPCIÓN.** El inmueble está situado en la Manzana catastral 87480, el edificio original cuenta con una superficie de 1.397 metros cuadrados edificado en el lugar del antiguo huerto de los Pajareros, diseñado en 1878 por Adolfo del Castillo Escribano, arquitecto provincial, miembro de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando, levantado en 1882.

En cuanto a las dimensiones del Mercado se planteó una edificación simétrica respecto a un eje de simetría norte-sur, constituida por tres naves, un cuerpo central diáfano de doble altura con cubierta, apoyado en los siguientes elementos portantes: Las cerchas metálicas del cuerpo central, en dos pórticos longitudinales interiores, que separando físicamente los tres espacios antes definidos, están conformados por sendas arquerías de 14 arcos cada una siendo la altura de éste cuerpo central medida desde el pavimento hasta la base de la cornisa interior que corona las arquerías, justo de siete metros, como no podía ser de otro modo.

Las cubiertas de las dos naves laterales estaban apoyadas en estas mismas arquerías y en los muros de las fachadas este y oeste del conjunto, separadas entre sí en el proyecto original solo 28 metros, encajada entre los citados cuerpos laterales de una sola planta, de cubiertas planas tipo azoteas, por encima de las cuales el cuerpo central recibía luz natural gracias a las sendas de arquerías. Las dimensiones de los rectángulos donde quedaban inscritas las plantas de los tres cuerpos descritos, eran las siguientes: el ancho de los dos cuerpos laterales era de siete metros, el del cuerpo central de 14 metros y la longitud interior común a los tres cuerpos edificados de 49 metros.

En la década de los setenta se amplía el edificio sustituyendo la nave lateral de levante por un cuerpo de dos plantas con su misma longitud y una anchura de 13,10 metros, En la década de los ochenta se ejecuta la segunda fase de ampliación por la nave de poniente, con una anchura actual de 17 metros.

Tras estas reformas las fachadas originales de las Calles Álvarez Quintero y Las Flores se mantienen en el interior del edificio, quedando inscrito el edificio en su conjunto después de dicha ampliación, en un rectángulo de 49,70 x 44,20 metros, habiéndose apropiado con las dos ampliaciones de 6,10 metros por calle Las Flores, y de 10 metros por calle Álvarez Quintero.

En 1997, se proyecta una nueva ampliación, ocupando 6,70 metros a todo lo largo de la calle Las Flores, que actualmente alberga los puestos de verduras.

## 3. ANTEPROYECTO. FUTURO MERCADO

### 3.1 DISEÑO

#### 3.1.2 Protección del Edificio

##### Objeto y descripción de las líneas de Actuación posibles

En el año 2009, la Comisión Provincial del Patrimonio Histórico, en sesión de fecha 31/7/2009, emitió informe por el que considera que es condición “sine qua non” ser muy respetuosos con la imagen actual del núcleo original del Mercado, de modo que la intervención arquitectónica conserve la percepción tradicional, estableciendo que se conserven las fachadas íntegramente, incluyendo pretilos, así como los muros longitudinales de doble arquería

De este modo **es requisito indispensable, siguiendo instrucciones de la Delegación de Cultura**, los requerimientos para los inmuebles incluidos en el catálogo general del Patrimonio Histórico Andaluz, cuya actuación debe **proteger, conservar y poner en valor** los elementos protegidos.

En el caso del Mercado, según el informe de la Comisión del año 2009, se señalan como elementos para conservar la percepción tradicional que se tiene del inmueble, se conserven las **FACHADAS ÍNTEGRAMENTE, INCLUYENDO PRETILES**, así como **LOS MUROS LONGITUDINALES DE DOBLE ARQUERÍA**.

Este requerimiento hay que hacerlo compatible con las necesidades de uso del edificio, que es la prestación del servicio de Mercado de Productos Frescos Minoristas que en la actualidad es de 80 puestos, por lo que se hace obligatorio seguir contando con el espacio disponible de las naves laterales de las ampliaciones posteriores a la construcción inicial. Por ello:

- La puesta en valor de los muros de doble arquería se puede hacer desde el interior, **DEJANDO EL PATIO INTERIOR DIÁFANO PARA PODER RESALTAR LAS CUATRO FACHADAS DE ARCOS ASÍ COMO LA DOBLE ALTURA**. Disponer de un atrio central cubierto que genera un atractivo desde el punto de vista arquitectónico y atrae visitas, y sea uno de los valores para que se reactive el comercio al ser un inmueble agradable, atractivo e innovador. Por otro lado **LA CREACIÓN DEL PATIO CENTRAL PERMITIRÍA REALIZAR EVENTOS EN DURANTE TODO EL AÑO EN DIFERENTES FRANJAS HORARIAS QUE COLABOREN EN ACTIVAR EL SECTOR COMERCIAL**.
- Habría que **valorar la demolición y reconstrucción de las naves adyacentes**, teniendo en cuenta que el espacio es necesario para el nuevo Mercado pero con una estructura que genere menos condicionantes para la propuesta arquitectónica del nuevo mercado, y al mismo tiempo que el mercado tenga una envolvente que sea más respetuosa con las fachadas originales que aún se conservan.

## 3. ANTEPROYECTO. FUTURO MERCADO

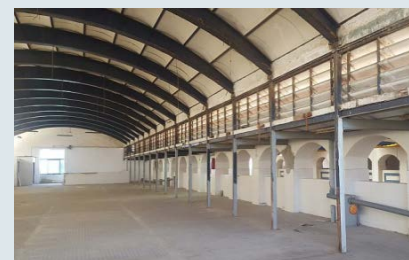
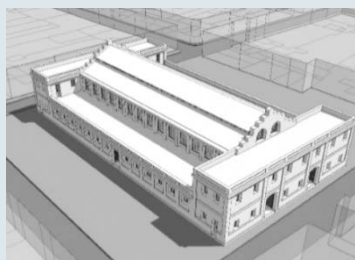
### 3.1 DISEÑO

#### 3.1.3 Líneas Propuestas en el Diseño Inicial

**EL EDIFICIO DEBE SER UN LUGAR SINGULAR Y REVITALIZADOR POTENCIANDO SU DISEÑO HISTÓRICO PARA ATRAER VISITANTES.**

Las principales líneas a considerar en el diseño inicial, se recogen a continuación:

- 1. POSICIONAR EL EDIFICIO COMO UN LUGAR SINGULAR ÚNICO DE LA LÍNEA DE LA CONCEPCIÓN POTENCIANDO SU VALOR Y DISEÑO HISTÓRICO CON PODER DE ATRACCIÓN DE VISITANTES.** Puesta en valor de un edificio histórico mediante la recuperación del espacio central que permita reconocer el edificio original, simétrico respecto del eje Norte-Sur y del eje Este-Oeste, constituido por un cuerpo central de doble altura cubierto a dos aguas y dos cuerpos laterales de dos plantas y de cubierta plana.
- 2. HABILITAR LA PLAZA INTERIOR ACTUAL COMO UN ESPACIO CENTRAL DIÁFANO MULTIUSOS PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES MULTICULTURALES, EVENTOS Y ACTIVIDADES DE PARTICIPACIÓN SOCIAL .**
- 3. MEJORAR SU ACCESIBILIDAD, dotando de mayor anchura a los pasillos,** hacerlos coincidentes con los ejes principales del edificio y replantear los puestos para que los pasillos tengan puestos a ambos lados, potenciando así las esquinas.
- 4. DISPOSICIÓN ADECUADA DE LOS PUESTOS,** para facilitar los recorridos y funcionalidad del Mercado.
- 5. LIBERAR LA PLANTA BAJA DE LOS SERVICIOS E INSTALACIONES** propias del Mercado generando un sótano para su ubicación
- 6. DOTAR DE FLEXIBILIDAD A LA PLANTA PRIMERA**



## 3. ANTEPROYECTO. FUTURO MERCADO

### 3.2 CARACTERIZACIÓN

#### 3.2.1 Accesibilidad y Recorridos

##### Accesibilidad y Recorridos

El objetivo es potenciar los recorridos existentes generados en el entorno físico del Mercado, introduciéndolos en el interior del edificio. De esta forma, se generarán nuevas actividades y usos, consiguiendo así integrar el edificio, fortaleciendo la trama urbana actual revitalizando su actividad.

En el planeamiento inicial, sujeto a confirmación, se desarrollan tres ámbitos:

- **La planta Baja, con una plaza pública cubierta y una zona de puestos de Mercado,**

En planta baja se disponen los puestos en el interior de la piel neutra envolvente del edificio. Este espacio del Mercado se concibe como un inmueble que se adapta a la nueva estructura, encajándose bajo las naves laterales, donde la altura existente es menor, y liberando el espacio central de gran altura para el disfrute de los usuarios. La zona de Mercado se mantiene climatizada en invierno y se abre con la llegada del buen tiempo, permitiendo la venta a ambas caras del conjunto.

De esta forma, la plaza y el Mercado -incluso la calle- se fusionan.

Las actuales entradas a la Plaza no facilitan el acceso al Mercado ni a las personas discapacitadas ni a otros usuarios, como los que habitualmente hacen uso de carros para transportar sus compras.

Esta falta de accesibilidad obliga a replantearse los actuales accesos, que se situarán en los ejes de la plaza. Esto lleva a la reflexión sobre las mejoras que se podrían obtener en las plazas laterales que se crean, considerándose que serían una muy buena alternativa si se conjugara con el cambio de carácter de ese espacio.

- **La planta Primera,** a la que se dotará de mayor flexibilidad para permitir la entrada de nuevas actividades y utilidades.
- **El Sótano** ocupando parte de una de las naves laterales para instalaciones del Mercado.

El funcionamiento de cada uno de los usos puede ser independiente o combinarse en función de las necesidades.



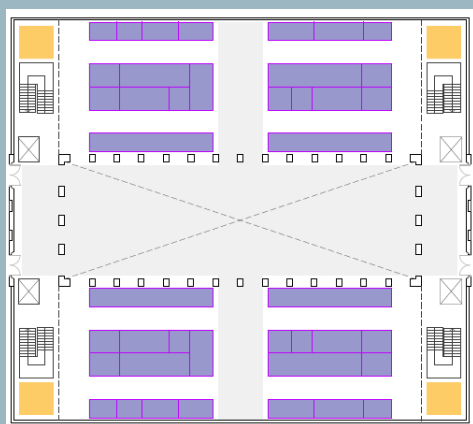
### 3. ANTEPROYECTO. FUTURO MERCADO

#### 3.2 CARACTERIZACIÓN

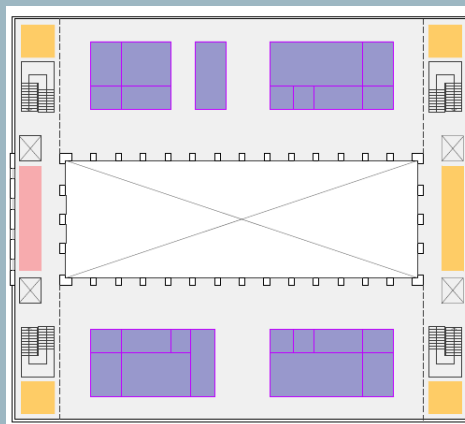
##### 3.2.2 Edificio, Instalaciones del Mercado y Elementos Protegidos

###### Distribución por plantas y elemento protegidos

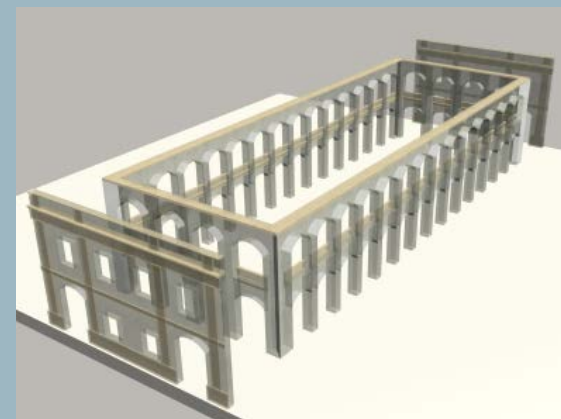
Planta Baja



Planta Alta



Elementos Protegidos



- Es preciso de conservar tanto la arquería de la nave central como las dos fachadas pertenecientes a la calle Isabel la Católica y Aurora, así como sus elementos auxiliares.

## 3. ANTEPROYECTO. FUTURO MERCADO

### 3.3 NECESIDADES Y EQUIPAMIENTOS

#### 3.3.1 Programa de Necesidades y Equipamientos

##### Necesidades y Equipamientos

El programa dispuesto por el Ayuntamiento de la Línea, tiene por objeto establecer los criterios generales que han de tenerse en cuenta para la construcción del edificio, sobre una parcela de unos 2.550 m<sup>2</sup> con una ocupación de 2.185 m<sup>2</sup>.

##### Planta Sótano:

- Un aljibe y un grupo de presión para protección contra incendios.
- Cuarto de máquinas.
- Un local destinado a albergar el grupo electrógeno.
- Una sala de despiece o usos varios.
- Cámaras frigoríficas.
- Almacenes.
- RITI.
- Cuarto de Residuos

##### Planta Baja:

- Puestos de venta al público.
- Bares con accesos desde calle y desde Mercado.
- Aseos de señoras, caballeros y minusválidos.
- Dos locales para centralización eléctrica de contadores con acceso desde el viario.
- Churrería.
- Un montacargas con acceso a todas las plantas.
- Espacio libre central “plaza interior”
- Itinerarios accesibles

##### Planta Primera:

- Locales comerciales.
- Aseos de señoras, caballeros y minusválidos.
- Espacios multiusos.
- Administración (Oficina para 4 puestos + despacho).
- Veterinario.
- Espacio de oficina para Delegación de Mercado.
- Vestuarios.

### 3. ANTEPROYECTO. FUTURO MERCADO

#### 3. 4 MERCADO PROVISIONAL

##### 3.4.1 Localización del Mercado Provisional. OPCIONES.

###### OPCIONES



###### **OPCIÓN 1: MANTENERSE EN SU LOCALIZACIÓN DURANTE LAS OBRAS DE ACONDICIONAMIENTO**

VALORACIÓN: INCOMPATIBLE LA ACTIVIDAD COMERCIAL CON LA EJECUCIÓN DE LAS OBRAS DE ACONDICIONAMIENTO POR INFORMES SANITARIOS Y COMO CONSECUENCIA DEL ESTADO ESTRUCTURAL DEL INMUEBLE, AL INCUMPLIR MEDIDAS HIGIÉNICO SANITARIAS MÍNIMAS Y SIN ENTRAÑAR UN PELIGRO POR EL MAL ESTADO EN EL QUE SE ENCUENTRA EL INMUEBLE.



###### **OPCIÓN 2: AVENIDA DE LA BANQUETA Y CALLE EL AGUILA**

VALORACIÓN: CONDICIONES INADECUADAS DEL SOLAR PARA LA INSTALACIÓN DE UN MERCADO PROVISIONAL POR CUANTO EL SOLAR NO ES DE TITULARIDAD MUNICIPAL



###### **OPCIÓN 3: ZONA HELIPUERTO PARQUE PRINCESA SOFÍA**

VALORACIÓN: UNA ZONA BASTANTE ALEJADA DEL CENTRO, CON POCO TRÁNSITO DE PERSONAS. ESTÁ PREVISTA EN ESTA UBICACIÓN LA INSTALACIÓN DE LA PISTA DE ATLETISMO.



###### **OPCIÓN 4: ZONA FRANCA (FRENTE A ESTACIÓN DE AUTOBUSES).**

VALORACIÓN: LA PARCELA SE ENCUENTRA UN BÚNKER QUE DIFICULTARÍA LA INSTALACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LOS PUESTOS. POR ELLO EL COSTE DE ACONDICIONAMIENTO SUPERIOR A OTRAS ALTERNATIVAS.



###### **OPCIÓN 5: SEGUNDA FASE BOULEVAR AVENIDA 20 DE ABRIL**

VALORACIÓN: LA MEJOR UBICACIÓN, POR EL TRÁNSITO DE PERSONAS QUE A DIARIO ACUDEN A GIBRALTAR. DISPONE DE ESTRUCTURAS METÁLICAS EN MÓDULOS ALLÍ INSTALADOS, LO QUE REDUCE LOS COSTES DE INSTALACIÓN DEL MERCADO PROVISIONAL.

## 3. ANTEPROYECTO. FUTURO MERCADO

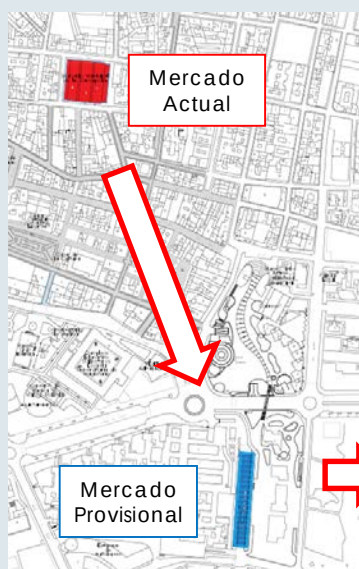
### 3.4 MERCADO PROVISIONAL

#### 3.4.2 Localización del Mercado Provisional. OPCION ELEGIDA.

##### Opción 5: BOULEVAR AVENIDA 20 DE ABRIL

Desde el Ayuntamiento y con el objetivo de apoyar a los y las operadores ubicados actualmente en el Mercado de La Línea con el mantenimiento de su actividad y la permanencia de sus clientes actuales , se plantea este emplazamiento provisional para su localización mientras duren las obras de remodelación.

La ubicación provisional se localiza en la Avenida Veinte de Abril, un espacio central, muy bien comunicado, con buena accesibilidad y con la localización de un aparcamiento subterráneo de uso público, tal y como se puede ver en el plano y fotografías que se recogen a continuación:

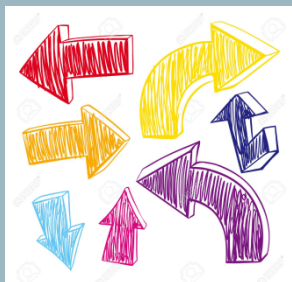


## 3. ANTEPROYECTO. FUTURO MERCADO

### 3.5 IDEAS FUERZA

#### 3.5.1 Planteamiento a futuro

##### IDEAS



##### FUTURO

#### INCORPORAR VALOR AL EDIFICIO POR SU POTENCIAL ARQUITECTÓNICO Y DE ATRACCIÓN DE VISITANTES.

La propuesta inicial que se realiza nace del análisis de la situación actual del Mercado que afecta al Mercado y sus principales problemas, así como a la zona donde se encuentra localizado:

- La falta de accesibilidad y desniveles que impiden la libre circulación de las personas.
- La existencia de espacios residuales y en mal estado de conservación, como el nivel superior del Mercado y las naves laterales adosadas al edificio original.
- La distribución de la zona de venta que genera un área sombría poco atractiva al público.
- La disposición lineal de los puestos y la posición de los pilares obligan al cruce de flujos entre la gente en circulación y las personas que están realizando sus compras.

**Dicha propuesta se centra en solucionar estos problemas y al mismo tiempo incorporar valor añadido al conjunto, por su potencial arquitectónico y revitalizador del entorno urbano, dándole un carácter más dinámico y actual.**

Las principales líneas a considerar en el diseño inicial, son:

1. Puesta en valor de un edificio histórico,
2. Dotar de mayor anchura a los pasillos,
3. Disposición de los Puestos.
4. Liberar la Planta Baja de los servicios e instalaciones.
5. Dotar de flexibilidad a la Planta 1ª

El futuro del Mercado de la Concepción pasa por actualizar el precario estado de conservación del edificio, revalorizar su localización, incorporar un conjunto de equipamientos complementarias a la futura oferta, ampliar el horario de actividad, abrir el edificio de forma permanente todos los días del año, para fortalecer su actividad de venta de productos y servicios a la ciudadanía, y, en consecuencia, revitalizar el entorno urbano de la zona centro de La Línea de la Concepción.