

VALORACIÓN DE EXTERNALIDADES EN EL ÁREA DE LOCALIZACIÓN DE POLOS GENERADORES DE VIAJES DE CONSUMO

Graciela Pastor

Marcelo Herz

Universidad Nacional de Córdoba

Maestría en Ciencias de la Ingeniería: Mención Administración

RESUMEN

La implantación de grandes centros de consumo en las ciudades genera externalidades positivas y negativas que suelen dificultar los procesos de evaluación ambiental para autorizar la localización. Los impactos de polos generadores de viajes afectan la red de accesos y las calles locales de la vecindad, produciendo también cambios en la oferta de servicios que modifican el ambiente para los vecinos, con resultados inciertos observables por la aceptación o rechazo que genera la localización específica de estos centros respecto a los barrios adyacentes. La investigación propuesta pretende profundizar la comprensión de las variables involucradas y desarrollar una metodología de evaluación sensible a la percepción de los residentes en cuanto al cambio en su calidad de vida, sustentada por consultas a los vecinos, y por evaluación del precio de las viviendas con el método de los precios hedónicos.

1. PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

La localización de grandes centros de consumo genera externalidades positivas y negativas en toda la ciudad, pero con máxima influencia en la vecindad del área. Por su naturaleza los centros comerciales modifican la oferta de servicios en la zona, y por constituir Polos Generadores de Viajes (PGV), modifican el tránsito y uso de las calles vecinas. La magnitud y el signo de los impactos socio-económico-culturales en los barrios adyacentes es materia de controversia, observable por la aceptación o rechazo que generan en la zona de implantación los anuncios de nuevos proyectos.

Con el fin de aportar herramientas para la toma de decisiones en el ámbito público y privado, se postula que las externalidades que afectan el uso del suelo alrededor de un PGV comercial pueden llegar a valorarse cualitativamente por el grado de satisfacción o insatisfacción de los vecinos y valorarse cuantitativamente por la variación de los precios de las viviendas próximas.

Se considera como objeto de estudio los costos ambientales asociados a la localización de polos generadores de viajes comerciales. Se pretende desarrollar un procedimiento para evaluar los efectos de la localización de un PGV comercial estudiando el caso de un Hipermercado en la ciudad de Córdoba, Argentina.

Los atributos asociados a la calidad de vida y al sistema tránsito seleccionados son la accesibilidad, la movilidad, la seguridad vial y otros atributos de calidad de vida expresados por la cohesión comunitaria, la seguridad pública, el uso del suelo, las oportunidades de empleo y económicas de los vecinos al polo considerado.

2. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Según Silveira (1991 apud Rodríguez Sanjad,2003) un shopping center contribuye a la demanda de transporte, que a su vez influencia en el sistema de transporte existente. Las posibles alteraciones ocurridas pueden afectar la accesibilidad al área, contribuyendo al cambio en la demanda por terrenos (e inmuebles) y por consiguiente en los valores de los terrenos (e inmuebles). La valorización o desvalorización de éstos concurre para los cambios en la localización de actividades y en el patrón de uso y ocupación de suelo. Martins (1996 apud Rodríguez Sanjad,2003) señala que las modificaciones en la

accesibilidad generan una valorización del suelo que a su vez modifica el uso y ocupación de la zona alterando el patrón de movimiento, y éste a su vez genera un impacto ambiental en el área de influencia que requerirá se tomen medidas de control, modificándose la accesibilidad y retomándose nuevamente el ciclo.

Con respecto a la calidad de vida varios autores se han ocupado del tema. Tansley (1935 apud De Lima Guimarães, 2006) introduce el concepto de ecosistema, décadas más tarde, otros autores plantean interacciones de mayor complejidad (Capra 1975 y Lovelock, 1979, apud De Lima Guimarães, 2006) hasta llegar a un concepto más integral que será el considerado en este trabajo y que abarca aspectos como las situaciones y daños temporarios o permanentes, que afectan a los ecosistemas naturales y construidos, generando las exclusiones y conflictos socio-económicos, ecológicos, culturales y psicológicos, que amenazan y debilitan aún más las estructuras de seguridad ambiental, reflejándose en las condiciones pertinentes desde los ángulos más extraños de la supervivencia y la coexistencia de nuestras sociedades.

Litman (2009, 2010 a, 2010 b) dice que la cohesión comunitaria “se refiere a la cantidad y calidad de interacciones entre la gente en una comunidad, indicado por el grado de cuánto se conocen los residentes y cómo se cuidan los vecinos entre sí y su participación en las actividades comunitarias. Refleja el valor de tener amigos cercanos y conocidos con los que una persona puede interactuar con regularidad y ofrecer apoyo físico si es necesario”.

En el análisis de los impactos en los vecindarios Figueiredo y Guidugli (2009) estudiaron el B° Urlândia, en Santa María, área caracterizada por la diversidad, con un gran número de problemas sociales. El objetivo era evaluar la calidad de vida de los vecinos por la inundabilidad del barrio, grado de convivencia, infraestructura y servicios existentes, cuestiones ambientales, servicios que el gobierno ofrece a la población y relación de la misma con el centro de la ciudad.

Oliveira de Andrade (2005a, 2005b) aplica el modelo de precios hedónicos para la evaluación de la influencia de la accesibilidad en el precio de la tierra en las vecindades de las estaciones metro ferroviarias, adoptando el subterráneo de Recife como estudio de caso. El modelo relaciona el precio de la tierra con un sistema de las características que se espera pueden influenciar su valor, siendo un precio hedónico aquel que resulta de una alteración en cualquier cualidad o atributo particular, manteniendo los demás inalterados.

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Las actividades se orientan a desarrollar una metodología con base en la bibliografía del tema que permita evaluar el impacto que provoca la localización de un PGV comercial en la percepción que tienen los residentes de cambios en su calidad de vida. Además, examinar con el método de los precios hedónicos si hay variación en el precio de las viviendas por presencia del centro comercial. La metodología es evaluada con un estudio de campo desarrollado en un hipermercado localizado en la ciudad de Córdoba. Los pasos propuestos son:

a) Revisión de la bibliografía existente a fin de determinar el estado del arte con respecto a las metodologías para la determinación de externalidades en PGV de tipo comercial.

- b) En base a la bibliografía analizada, selección de los impactos a considerar en el estudio, definición de atributos e indicadores para la valoración de los mismos, construcción de una matriz de impactos.
- c) Estudio de caso para desarrollar una metodología de valoración de externalidades en el área de influencia de un PGV de consumo. Pasos a seguir. c1) Caracterización del polo en estudio considerando antecedentes institucionales, historia de la localización del polo, descripción física, facilidades ofrecidas, estudios de tránsito, servicios de transporte, c2) Caracterización de los barrios vecinos al polo de acuerdo a sus ingresos y facilidades, c3) Relevamiento in situ del área de estudio y su ubicación respecto al propio polo y a otros centros comerciales o administrativos, vías de comunicación arteriales e internas, c4) Diseño y realización de encuestas que permitan determinar el valor que dan los vecinos a los atributos de calidad de vida, c5) Relevamiento de precios de propiedades para determinar si existe un impacto en el precio de las mismas por la presencia o no del polo, c6) Diseño matriz de impactos con resultados que aporten a la toma de decisiones en la localización de un polo comercial.
- d) Formulación y evaluación de una metodología acotada de valoración de externalidades en la vecindad de un PGV comercial.

4. ESTUDIO DE CASO

Se seleccionó un hipermercado en la zona sur de la ciudad de Córdoba, Argentina de 20.000 m² de superficie cubierta, cuyo entorno comprende barrios de diverso nivel socioeconómico y de servicios. El hipermercado se ubica sobre una avenida principal y está circundado por calles locales de barrios donde la mayoría de las viviendas son unifamiliares o edificios en bloques de dos pisos.

Para determinar la diferencia del valor de las propiedades por la presencia o no del hipermercado se hace una comparación tomando la zona del hipermercado y otro barrio de referencia sin polo comercial, en base a operaciones inmobiliarias en ambas zonas; para ello se releva ubicación, superficie cubierta y descubierta, comodidades, precio de alquiler y precio de venta según corresponda.

Adicionalmente para determinar el impacto de la presencia del hipermercado en el vecindario, se plantean encuestas que reflejen la percepción de los vecinos y permitan construir una matriz de atributos como accesibilidad, movilidad, cohesión comunitaria, seguridad vial y ciudadana, servicios públicos y valoración de impactos. La Figura 1 muestra el modelo de encuesta.

5. CONSIDERACIONES FINALES

Al presente se hizo una prueba piloto con las encuestas, comprobando que algunos atributos podían ser calificados con menor cantidad de preguntas y que no todos los vecinos están predispuestos a responder asuntos que involucran algunas apreciaciones personales. Se ha tomado contacto con los centros comunitarios con el objeto de lograr la mayor cobertura posible del área para disponer de una muestra representativa.

Paralelamente se trabaja con una base de datos de precios de propiedades obtenidas de inmobiliarias para hacer tasaciones y cuantificar si hay alguna variación de los precios de mercado por presencia del hipermercado, en este aspecto los resultados obtenidos al presente reflejan un aumento en el precio de las viviendas de la zona con hipermercado.

Modelo de la encuesta abreviado

1. ¿Me puede decir calle, altura y barrio donde vive?

Referencias

1. *Empeoró mucho* 2. *Empeoró* 3. *Es igual no hubo cambios* 4. *Mejó* 5. *Mejó*

2. Accesibilidad

- 2.1. A partir de la presencia del hipermercado C ¿Cambi

3. Movilidad

- 3.1. ¿Cambio la oferta en el transporte público?
- 3.2 Ud. diría que el servicio de Ómnibus
- 3.3 Taxis y remises

4. Seguridad Vial (Interacción tránsito - residentes)

- 4.1 Juego niños en la vereda
- 4.2 Seguridad para motociclistas

5. Cohesión comunitaria

- 5.1. ¿Cambio la relación con sus vecinos a partir de la instalación del hipermercado?
- Oportunidades de encuentros

6. Seguridad Ciudadana (Seguridad personal y de las viviendas)

- 6.1. Presencia de extraños en el barrio

7. Impacto inmobiliario

- 7.1. Cambió el destino de viviendas particulares hacia un uso comercial?

8. Infraestructura y Servicios Públicos

- 8.1. ¿Cambi

9. Impacto ambiental

- 9.1. ¿Hay mas ruido?
- 9.2 Presencia de roedores, alimañas, insectos, otros

10. Impacto económico

- 10.1. Cambio en la oferta de productos y precios de los bienes de consumo familiar
- 10.2. Cambios en los hábitos de consumo (compulsión al consumo)
- 10.3 Cambio en la oferta de negocios, de bienes y servicios en la zona.

11. Comercio y Servicios antes hipermercado

- 11.1. Si se produjo una situación de competencia con el hipermercado, el efecto fue

- 11.2. Mayor circulación de posibles consumidores

Ud. diría que los ingresos familiares están entre 1000 y 2000 2001 y 3000 3001 y 5000 5001 y 7000 7001 y 10000 Más de 10000

Figura 1. Modelo de encuesta

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- DE LIMA GUIMARÃES, S. (2006). Arqutetar para viver. Educar para conserar: Faces da qualidade ambiental e da qualidade de vida Na conservação do meio ambiente. *Climatologia e Estudos da Paisagem-Rio Claro* , Vol.1 - n.1/2 p.20.
- FIGUEIREDO V.,GUIDUGLI O. (2009) População E Qualidade De Vida Urbana Em Santa Maria (Rs): Estudo De Caso Bairro Urlândia. Ambientes estudos de Geografia.
- LITMAN, T. (2010 a). *Land Use Impacts on Transport*. Victoria Transport Policy Institute.
- LITMAN, T. (2010 b). Community Cohesion As A Transport Planning Objective. *Victoria Transport Policy Institute* .
- LITMAN, T. (2009). Sustainable Transportation Indicator Data Quality. *Victoria Transport Policy Institute* .Victoria Transport Policy Institute. (2010). *Land Use Evaluation*. <http://www.vtpi.org/landuse.pdf>.
- OLIVEIRA DE ANDRADE, M. A. (2005a) *Acessibilidade e o valor da terra no eixo do Metro do Recife*. Recife.Brasil: Programa de Pós-graduação em Engenharia Civil – Área de Transportes.Universidade Federal de Pernambuco.
- OLIVEIRA DE ANDRADE, M. M. (2005b). *Aplicação do modelo dos preços hedônicos para avaliação da influência da acessibilidade ao transporte público sobre o preço da terra urbana*. Pernambuco. Brasil: Centro de Tecnologia e Geociências - CTG.Universidad Federal de Pernambuco.
- RODRIGUEZ SANJAD, M. (2003). *Localização de grandes empreendimentos urbanos e impactos na dinamica imobiliaria: O caso do Shopping Center Rio Sul, no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro, Brasil: COPPE/ UFRJ.

Graciela Pastor (gracielopastor@yahoo.com)

Marcelo Herz (mherz@efn.uncor.edu)

Maestría en Ciencias de la Ingeniería. Mención Administración.

Facultad de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales, Universidad Nacional de Córdoba.