



# INFLUENCIA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL SOBRE LA SOCIALIZACIÓN EN EL ESPACIO PÚBLICO

EL CASO DEL BARRIO DE SANT ANTONI, BARCELONA

Master Universitario en Estudios Avanzados  
de Arquitectura - MArch  
Gestión y Valoración Urbano Arquitectónica  
Urbanismo

Alumna: Gaby Flores Mamani

**Máster:**

Master Universitario en Estudios Avanzados de  
Arquitectura - MArch

Gestión y Valoración Urbana Arquitectónica  
Urbanismo

**Título de la propuesta:**

"Influencia de la actividad comercial sobre la  
socialización en el espacio público, el caso del barrio de  
Sant Antoni Barcelona"

**Estudiante:**

Gaby Flores Mamani

**Titulación profesional:**

Arquitecta

**Correo electrónico:**

[gaby.flores@estudiantat.upc.edu](mailto:gaby.flores@estudiantat.upc.edu)

**Directores:**

Carlos Marmolejo Duarte  
Eulalia Gómez Escoda

Barcelona 2022

## RESUMEN

El presente trabajo busca determinar el tipo de influencia que la actividad comercial en planta baja ejerce sobre la socialización de las personas en el espacio público, basándonos en el planteamiento de Jan Gehl (2006) de que, si las personas encuentran motivos para quedarse más tiempo en una calle, entonces tendrán más oportunidad de socializar. Para esto se planteó el análisis en el Barrio de Sant Antoni del distrito del Ensanche, que en estos últimos años ha sufrido transformaciones importantes en el espacio público y que además presenta elementos físicos y sociales significativos. Se hizo uso de una metodología cuantitativa y cualitativa la cual consiste en la recolección de datos a través de la observación y el mapeo, como también de encuestas y entrevistas. Se trabajó en tres escalas: M, S y XS, en cada una de ellas se abordó un análisis general y específico, en la escala M se trató del comercio a nivel de barrio, en la escala S se analizaron ocho calles y en la escala XS se estudió la ocupación de un lugar de socialización sobre el espacio público.

## Contenido

### **CAPITULO I PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACION**

Planteamiento del problema

Hipotesis y objetivos

### **CAPITULO II ANTECEDENTES Y JUSTIFICACION**

La actividad comercial en Barcelona

Desafios actuales

### **CAPITULO III MARCO TEORICO**

La humanizacion del espacio urbano

Calles habitables

### **CAPITULO IV ESTADO DEL ARTE**

El comercio y la sociabilidad

Efectos del comercio en su entorno

El espacio publico como escenario de socializacion

Vitalidad, emplazamiento y terrazas

### **CAPITULO V METODOLOGIA**

Metodos y herramientas

Etapas de la investigacion

Ambito de estudio

### **CAPITULO VI CASO DE ESTUDIO BARRIO DE SANT ANTONI**

Contexto y antecedentes

Plan de usos

### **CAPITULO VI RESULTADOS OBTENIDOS**

Localizacion de la actividad comercial

Especialización

Habitos de consumo

Encuestas y entrevista

Recorridos de compra

Analisis de la vida pública

Fachadas en planta baja

Las terrazas

Entonces ¿Qué detona la socialización?

### **CAPITULO VIII CONCLUSIONES**

Conclusiones

### **BIBLIOGRAFIA**

### **ANEXOS**

# INTRODUCCIÓN

---

Barcelona es una “ciudad de tenderos” lo que determinó la identidad de la ciudad y de sus barrios. Con la llegada de la pandemia, el confinamiento de las personas y la imposibilidad de seguir operando negocios de sectores considerados no esenciales causó el cierre de muchos locales comerciales. En este período los barrios se vieron llenos de persianas caídas, la proximidad y las relaciones en comunidad empezaron a valorarse más.

El barrio de Sant Antoni, es conocido por su actividad comercial de toda la vida, su mercado que lleva el mismo nombre es conocido por la reciente renovación que ha sufrido. Además, este barrio alberga el nuevo modelo urbano de las supermanzanas el cual ha reestructurado vías y se han pacificado calles al interior del barrio.

Del mismo modo, una comunidad cohesionada está determinada por los vínculos sociales que se tienen, la confianza, el sentido de pertenencia. Sin embargo, para llegar a este nivel, el principio más básico y elemental es el contacto que las personas tienen unas con otras. Al relacionar estas ideas y darles un escenario nos lleva a pensar en las actividades cotidianas que la gente desempeña en el espacio público. En este contexto, nos planteamos la interrogante ¿Cómo favorece la actividad comercial de planta baja en el relacionamiento de las personas? o ¿Qué patrones del tejido urbano permiten generar espacios más sociables?

Este trabajo está compuesto de ocho capítulos, empezando por una parte teórica que sirve de base de la investigación y luego una parte de resultados obtenidos del trabajo de campo en donde se trabajó en tres escalas: M, S y XS, en cada una de ellas se abordó un análisis general y específico, en la escala M se trató del comercio a nivel de barrio, en la escala S se analizaron ocho calles y en la escala XS se estudió la ocupación de un lugar de socialización sobre el espacio público. Se finalizan con las conclusiones, bibliografía y anexos.



# BOTÀNIC

FLORS I PLANTES



## CAPITULO I

### PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACION

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

---

A lo largo de los últimos treinta años, Barcelona ha enfrentado diversas transformaciones urbanas, mejoras económicas, crisis y problemas sanitarios. La actividad comercial que se desarrolló en los barrios de la ciudad atravesó un periodo de decadencia y recuperación en los años 90 y cuando empezaban a salir a flote y la economía iba creciendo, sobrevino la crisis del 2008.

Este modelo de pequeños comercios en una “ciudad de tenderos” a lo largo de las décadas influyó mucho la vida cotidiana de los residentes, determinó la identidad de la ciudad y de sus barrios. Con la llegada de la pandemia provocada por la COVID-19, el confinamiento de las personas y la imposibilidad de seguir operando negocios de sectores considerados no esenciales causó el cierre de muchos locales comerciales. En este periodo los barrios se vieron llenos de persianas caídas, la proximidad y las relaciones en comunidad empezaron a valorarse más.

El barrio de Sant Antoni, es conocido por su actividad comercial de toda la vida, su mercado, que lleva el mismo nombre, ha sido recientemente restaurado de manera integral, se ha ampliado la superficie comercial con la construcción de cuatro plantas subterráneas y se ha recuperado parte de la muralla y contramuralla de la ciudad medieval. Además, es conocido por albergar el nuevo modelo urbano de las supermanzanas, por lo cual ha ido sufriendo muchos cambios en su tejido social como también comercial y son estos elementos que hoy determinan su carácter e importancia dentro de la ciudad de Barcelona.

El espacio público es uno de los elementos que está siendo intervenido: las supermanzanas no solo han pacificado calles, sino también han reestructurado el carácter de las vías. Donde pasaban coches ahora lo hacen más personas, y los locales comerciales ahora tienen en frente áreas verdes y bancas en lugar de aparcamientos y vehículos. Esto podría representar una oportunidad favorable para que la gente pueda relacionarse más, pero la dinámica del barrio también está compuesta por la actividad comercial. ¿Qué sería de Sant Antoni sin sus tiendas y comercios de “toda la vida”? Los residentes que también enfrentan problemas de gentrificación y de subida de alquileres, reconocen al barrio como un buen lugar para vivir: está próximo al centro, tiene al alcance atención de salud, educación, cultura, un mercado muy importante y lugares donde hacer la compra semanal.

Una comunidad cohesionada está determinada por los vínculos sociales que se tienen, la confianza, el sentido de pertenencia y los valores compartidos entre sus miembros. Sin embargo, para llegar a este nivel, el principio más básico y elemental es el contacto que las personas tienen unas con otras. Sin este primer paso, es imposible llegar a un contacto más profundo donde se compartan cosas en común. Al relacionar estas ideas y darles un escenario nos lleva a pensar en las actividades cotidianas que la gente desempeña en el espacio público. Si bien,



hay muchos factores que impulsan o minimizan la posibilidad de relacionarse en la calle, queremos enfocarnos en la característica principal de las ciudades mediterráneas: la actividad comercial en los barrios.

En este contexto, nos planteamos la interrogante ¿Cómo favorece la actividad comercial de planta baja en el relacionamiento de las personas? o ¿Qué patrones del tejido urbano permiten generar espacios más sociables?

## HIPOTESIS Y OBJETIVOS

---

Este trabajo de investigación plantea la hipótesis de que la actividad comercial influye en la socialización en el espacio público, creando espacios de oportunidad de interacción que contribuyen en la vitalidad urbana.

El objetivo general es determinar el tipo de influencia de la actividad comercial en planta baja del barrio de Sant Antoni sobre la socialización en el espacio público, a fin de conocer dónde, cómo y cuándo se generan espacios de oportunidad de interacción.

Los objetivos específicos que se plantean son:

- Determinar patrones de localización y especialización de los locales comerciales en el tejido urbano del barrio por medio de un análisis gráfico, para conocer posibles entornos de socialización.
- Identificar hábitos de consumo en la población residente a través del análisis documental y aplicación de encuestas para analizar su relación con el desplazamiento desde la casa al lugar de compra.
- Estimar el número de personas en movimiento en calles principales del barrio a través de la medición en campo para conocer la dinámica predominante.
- Relacionar las actividades estáticas de las personas en calles elegidas del barrio con los locales comerciales próximos, para determinar lugares de interacción y conocer qué actividades comerciales los favorecen.
- Evaluar la calidad de las fachadas de las calles analizadas por medio de una valoración en campo que permita identificar elementos atractores de usuarios.
- Analizar un espacio de socialización seleccionado para conocer su ocupación sobre la calle y el impacto que puede ejercer en su entorno.





# CAPITULO II

## ANTECEDENTES Y JUSTIFICACION

## LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN BARCELONA

---

En la Edad Media, por convertirse en sede de las principales instituciones catalanas, Barcelona ganó importancia política y económica, por lo que pasó de ser la Barcelona agrícola a ganar relevancia, e intensificar la actividad comercial, lo cual la hizo crecer y expandirse. (Ajuntament de Barcelona, s.f.)

La actividad comercial de la época dentro de la ciudad amurallada estaba organizada de tal forma que ciertas calles agrupaban productores, artesanos o comerciantes de un mismo tipo. Basta adentrarse en las calles del barrio Gótico hoy en día y notar los nombres de estas, calles como Mercaders (comerciantes) calle Semolers (donde se hacía la sémola) u otras como Blanquería (donde se lavaba la lana), calle Assaonadors (curtidores), calle Sombrerers (sombrosos), calle Vidrieria (donde el cristal se almacenaba y se vendía) nos revelan la función que desempeñaba el comercio y cómo convivía con el resto de la ciudad.

Siglos después, la actividad comercial no se limitaba a artesanos o productores que distribuían su mercancía en calles especializadas, ya que con la llegada de la modernidad, la industria y el comercio comenzaron a tornarse mucho más complejos. En este contexto a finales del siglo XIX aparecen los primeros mercados cubiertos para el abastecimiento de la población, tal es el caso del mercado del Born inaugurado en 1876, además de la modernización e incremento de pequeñas tiendas y colmados que abastecían de otros productos complementarios, generando entornos de mucha actividad.

Posteriormente, con la llegada del siglo XX, una época de grandes transformaciones en la ciudad y el resto de España, se instala en Barcelona una de las grandes innovaciones en cuanto a comercio se refiere. La actividad comercial contemporánea trae consigo los primeros grandes almacenes que en un inicio se localizaron en la Plaza de Catalunya y sus alrededores (Avda. del Portal de l'Àngel, las Ramblas y calle Pelai). El gran almacén difiere de las características del mercado tradicional y de los espacios públicos hasta ese entonces, incorporando una nueva forma de compra y ocio.

La evolución del consumo de la población de esta época está formada por dos aspectos importantes: una estructura económica muy fragmentada y una la red de mercados municipales. La primera hace referencia a que la oferta comercial está dada por pequeñas y medianas empresas en su mayoría de carácter familiar. Barcelona es entonces una ciudad de tenderos, que desde un aspecto sociológico cobra mucha importancia. Además, la red de mercados municipales que se va afianzando por la actuación de la administración local, da como resultado mercados bien distribuidos que abastecen y se convierten en nodos de socialización en los diferentes barrios de Barcelona. (Carreras y Romero, 2000). En esta estructura comercial cada barrio forma su propia cotidianeidad, estableciéndose relaciones de proximidad entre sus locales, sus comerciantes y sus consumidores que de alguna forma condicionan también la relación comercial.

Carreras y Romero (2000) también explican que en este contexto en que la mayoría de la población aún no tenía un vehículo, debido a que era inaccesible para muchos hasta los años sesenta, el tiempo de la compra se consumía diariamente en los establecimientos locales tradicionales, ya que la compra semanal de productos alimentarios no era necesaria ni funcional, hecho que era reforzado por la mínima incorporación de la mujer en el mundo laboral, deviniendo en una mayor dedicación en las labores del hogar.

Ante esto, los hábitos de consumo en estas primeras décadas consistían en la compra cotidiana en tiendas locales tradicionales o en los mercados municipales; la compra excepcional se realizaba esencialmente en el centro de Barcelona, tanto para los habitantes del área metropolitana como para los de la propia ciudad, en un tiempo más dedicado al ocio que a la cobertura de necesidades. Es por eso que la compra cotidiana permitía que, a diario, la gente se encontrara, se relacionara y por ende se forjaran lazos de comunidad.

En los años setenta, juntamente con el traslado del mercado central de abastos del Born hasta Mercabarna y el inicio de una adquisición masiva de automóviles y neveras, marcó un cambio en la relación del consumidor y los lugares de compra, ya que la posibilidad de conservar más tiempo los alimentos también abrió la puerta de la compra semanal y mensual. (Carreras y Romero, 2000).

En la década de los noventa y motivados por el desarrollo de los juegos olímpicos, Barcelona empieza una transformación urbana en diversos ámbitos que va desde la recuperación de espacios desindustrializados para nuevos equipamientos, la apertura de nuevos espacios públicos y deportivos y la aparición de grandes espacios comerciales e hipermercados.

## Después de los años 90'

---

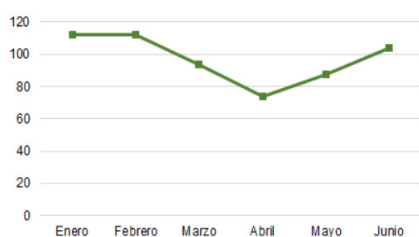
Los años noventa constituyen una época del auge urbanístico, pero también de la decadencia y degradación de los barrios del casco antiguo y la crisis del pequeño comercio. La falta de continuidad generacional en los comercios de barrio provocó que muchos cerraran, al mismo tiempo que eran sustituidos por tiendas de ropa, decoración o servicios que no eran esenciales, sino que estaban destinados a otro tipo de usuario, más concretamente: el turístico. Estas transformaciones que pretendían darle una nueva cara a barrios del casco antiguo traían consigo un proceso de gentrificación no solo residencial, sino también comercial. Y esto implica una pérdida de la relación de comunidad que se tenía y el trato familiar de comercios de "toda la vida". Sumado a esto, el paisaje urbano, los usos y actividades que se desarrollan en el espacio público, fueron tomando nuevas formas.

Fresnillo (2018) en su artículo "La transformación de comercio de proximidad en los barrios" destaca el incremento de alquileres de locales comerciales entre

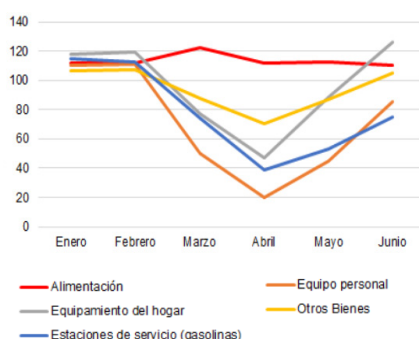
el año 2000 y el 2008. En este periodo los precios se duplican, pero luego caen significativamente por la crisis financiera. Distritos como Ciutat Vella y Gracia tienen los valores más altos de incremento, al mismo tiempo que distritos como Nou Barris tienen un incremento importante, aunque no comparado con los dos primeros. Posterior a la crisis y luego de años de recuperación, los alquileres empiezan a subir nuevamente, entre el periodo del 2011 al 2016 el incremento de los precios de alquileres lo lidera Nou Barris, seguido por el Ensanche con un incremento de 194%. Estos precios provocaron que muchos comercios se trasladaran a barrios con precios más asequibles generando una expulsión de estos y posteriormente su sustitución.

Para el 2014, el censo de actividades indicaba que el 17% de locales comerciales de toda la ciudad estaban desocupados, sin embargo, distritos como el Ensanche tenía alrededor de 86,8% de locales ocupados lo que nos indica que un 13,4% no estaba realizando ninguna actividad, mientras que en el 2016 se estimó que la desocupación de locales en el Ensanche estaría alrededor del 11,2%. Estos datos muestran un poco de la recuperación que se estaba dando en el distrito y en la ciudad. (Fresnillo, I. 2018).

Sin embargo a pesar que desde la crisis ha habido una notable recuperación en el ámbito comercial, estos datos no nos permiten distinguir si los locales activos estaban destinados al consumo de los mismo residentes, o por contrario estaban incrementando aquellos destinados a atender al turismo. Del mismo modo esta recuperación no fue igual en toda la ciudad, ya que hay sectores de la ciudad donde el incremento fue notorio, mientras que en otros lugares la desertificación y las persianas cerradas se incrementó aun más.



[Figura 1] Cifra de negocios del comercio minorista durante el primer semestre de 2020. Fuente: Instituto Nacional de Estadística



[Figura 2] Cifra de negocios del comercio minorista por grupos de productos durante el primer semestre del 2020. Fuente: Instituto Nacional de Estadística

## Efectos de la pandemia

En el momento en que la actividad comercial crecía y se sumaban los esfuerzos por proyectos de transformación y mejora de la oferta de la ciudad, ocurrió un evento que a la fecha aun tiene repercusiones en el ámbito económico y comercial de Barcelona. La pandemia provocada por la COVID-19 en el año 2020 trajo consigo un freno en seco de todo el movimiento comercial de la ciudad, aquellos locales que no eran calificados como esenciales, permanecieron cerrados durante meses sin poder abrir, o simplemente por que la falta de turistas no les permitía operar normalmente.

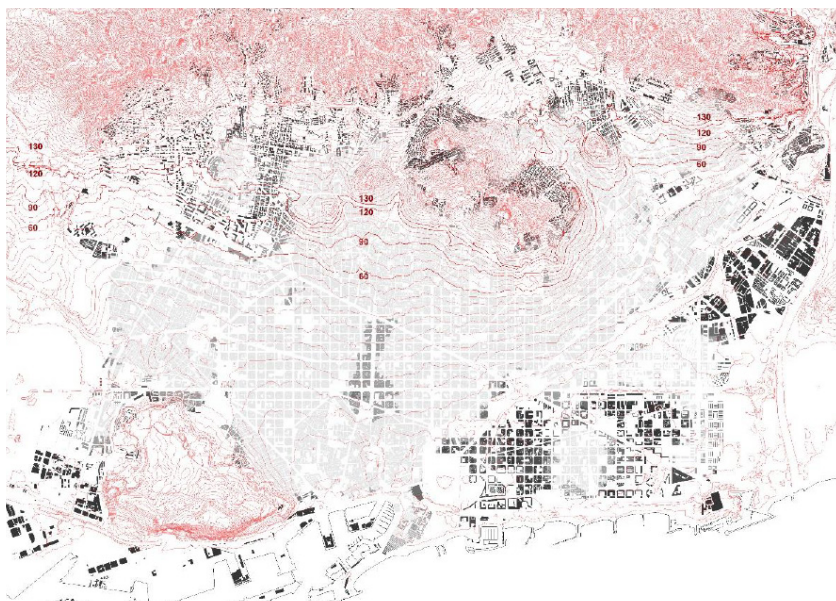
El Boletín Informativo del Instituto Nacional de Estadística publicó en junio del 2020 las cifras de decrecimiento que se experimentó en el primer semestre de ese año. Los resultados revelaron que el comercio minorista tuvo tasas de decrecimiento de -15,7% en marzo y -20,1% en abril, estos valores fueron diferentes respecto a los tipo de bienes comercializados, por ejemplo en el caso de los negocios dedicados al comercio alimentario mantuvieron un gran tamaño en ventas mientras que en otros sectores el retroceso fue mayor, como aquellos dedicados a la venta de equipamiento personal como ropa o calzado. (INE, 2020)

Este decrecimiento del consumo en ciertos sectores fue clave para evidenciar la problemática y la oportunidad que significaba el comercio local.

Es en este contexto que el comercio denominado de proximidad ha tomado relevancia, ya que el reducido desplazamiento que se podía hacer llevó a los residentes de los barrios a acudir a las tiendas cercanas a casa, se empezó a valorar fuertemente los negocios del barrio, y se permitió en muchos casos redescubrir el barrio donde vivían.

Es justamente a raíz de esto que, Crosas y Gomez (2020) en su artículo Mapping Food and Health Premises in Barcelona: an Approach to Logics of Distribution and Proximity of Essential Urban Services, muestran la importancia de las proximidades de los servicios esenciales, determinados por la actividad comercial y su distribución en la ciudad de Barcelona. Los autores afirman que "la proximidad urbana se ha convertido en un concepto importante en la agenda urbana para una ciudad más habitable", por lo que en un momento de incertumbre como la pandemia la compacidad del tejido urbano y de la contigüidad de actividades que tiene Barcelona ha jugado un papel importante.

Uno de los mapas presentados muestra las zonas de la ciudad que tienen el número más bajo de servicios considerados esenciales (mercados, supermercados, tiendas de abarrotes, panaderías, centros de salud y farmacias). En la figura que se muestra a continuación se ve que aquellas áreas representadas en negro son zonas en las que la intensidad mínima coincide en cuatro de los servicios; en gris oscuro, en tres de los servicios y en gris claro, en dos de ellos. No es de extrañar que las áreas más alejadas del centro y que están situadas en torno a una topografía prominente presenten una mayor intensidad, sin embargo, es de resaltar que áreas centrales como el distrito 22@ y toda la extensión del Passeig de Gracia también sean catalogadas como áreas con poco servicio esencial.



[Figura 3] Zonas con menor número de servicios esenciales (excluyendo equipamientos) en la ciudad de Barcelona. Fuente: Mapping Food and Health Premises in Barcelona: an Approach to Logics of Distribution and Proximity of Essential Urban Services. Crosas y Gomez (2020).

## Cambios en el modelo

Carolyn Steel en su libro *Ciudades Hambrientas*, hablaba de la relevancia del comercio local y de los negocios pequeños que antaño formaban parte del paisaje urbano y que creaban ese ambiente de comunidad. Ella explica el proceso de transformación de las ciudades londinenses en donde la implantación del modelo de centros comerciales cambió totalmente el paisaje y las costumbres de las ciudades. El dominio del coche y la concentración del comercio como entretenimiento en las afueras de las ciudades hizo que el comercio de barrio decayera: donde antes hubo una tienda de frutas ahora se había convertido en un supermercado express; donde la interacción era importante ahora había pasado a segundo plano. Si bien ella centra su libro en el tema de la comida, es de destacar que relata el proceso por el cual los comercios de barrio han sido expulsados, sustituidos y eso ha cambiado totalmente las costumbres de la gente. Del mismo modo resalta y reivindica a los países mediterráneos que todavía preservan la costumbre de sentarse a la mesa y degustar una comida casera y tradicional, mientras que la modernidad ha traído los alimentos precocinados. (Steel, C. 2014)

Y es que en la últimas décadas la adaptación de las formas tradicionales de comercio a la tecnología y al cambio en los hábitos y costumbres ha llevado a un cambio en la oferta, ya sea de comida o de otros productos. En el caso de la comida, en la actualidad la gente come fuera más que en sus casas, por lo que el incremento de locales de restauración ha sido una respuesta a este hecho. En el libro *Barcelona Come, La Comida y el Espacio Publico Urbano*, el grupo de investigación HABITAR afirmó que la figura del restaurante ha llegado para quedarse. Muchas calles en Barcelona se están especializando en este sector, calles como Enric Granados en el Ensanche izquierdo, Blai en Poble Sec y Parlament en Sant Antoni; además, la mayoría de los restaurantes en estas calles han abierto recién entre el 2008 y 2012 propiciando la creación de monocultivos. (HABITAR, 2020)

## Compras a domicilio

Del mismo modo, las compras a domicilio han tenido mucha relevancia en los últimos años, ya que no solo es comida preparada la que se compra, sino también productos del hogar, compras del super y hasta compras en la farmacia y todo lo que la plataforma pueda ofrecer. En la literatura consultada no pueden ofrecer datos de un estudio minucioso al respecto, pero sí hay mucha información de lo que va ocurriendo en la actualidad mediante titulares de periódicos o divulgación de la prensa.

En un artículo del periódico digital de El Mundo en el año 2018, ya se afirmaba que para ese entonces en España el 17% de los ingresos de los bares y restaurantes procedían del delivery, además Carlos Perez Tenorio, presidente de una organización que agrupa principales cadenas de restauración indicaba que las ventas a domicilio era un fenómeno que no se marcharía (Villaécija, 2018).

### El 17% de los ingresos de los bares y restaurantes ya proceden del delivery

RAQUEL YELLACER | Madrid | 14 SEPT 2018 | 02:06



Un momento de la plataforma Deliveroo. ©: GETTY IMAGES

Las plataformas de delivery o entrega a domicilio (Deliveroo, Glovo...) se han convertido en poco más de dos años en uno de los motores de crecimiento de bares y restaurantes. El 17% de su facturación ya procede de pedidos que la gente encarga para que se lo lleven a casa, según datos del primer trimestre de la restauración organizada.

"Se trata de un nuevo canal de ventas que está creciendo de manera bárbara", señala Carlos Pérez Tenorio, presidente de Marcas de Restauración, una organización que agrupa a las principales cadenas (bares, restaurantes, cafeterías...) y que se ha encargado de realizar el estudio, en colaboración con las

[Figura 4] Artículo de El Mundo, 14 de septiembre del 2018



Tres años después y con la pandemia en medio, Gispert en su artículo del 2021 en la Vanguardia detalla el crecimiento que este sector económico ha tenido, el cual ha crecido en un 31% en 2020 desde 2019 y un 16% en el 2021 respecto al año anterior. Asimismo, la incorporación de restaurantes en las plataformas de delivery se han duplicado tal como lo afirma Sergi Zacariadis de Freshperts, una cadena de restaurantes multipedido, ya que no es posible concebir locales de restauración sin el servicio de entrega a domicilio por parte de las nuevas generaciones. (Gispert, B.,2021)

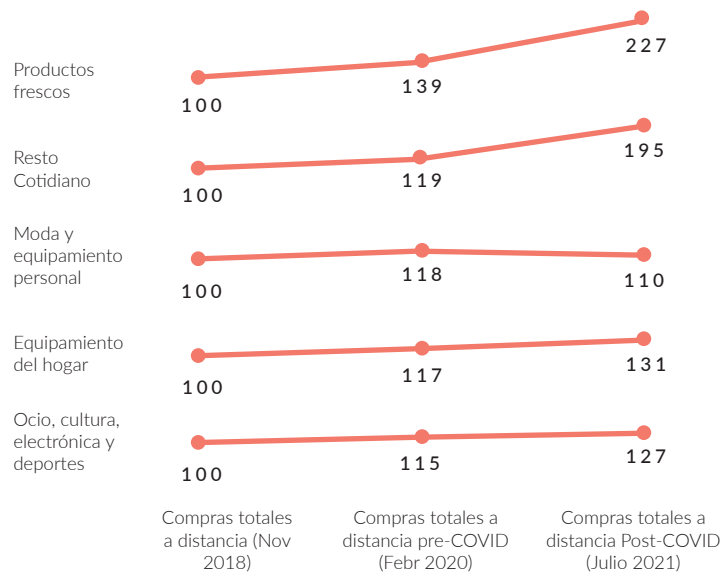
En Cataluña este incremento también ha sido notable, es por ello que el Ajuntament de Barcelona ha visto conveniente elaborar un Plan Especial de Usos de Actividades Vinculadas al Reparto a Domicilio, este plan tiene una aprobación inicial de fecha marzo del 2022, por lo que aún está en proceso de evaluación y de determinación si procede a una aprobación definitiva. Este plan abarca el comercio en línea y la regulación en materia urbana respecto a los usos y disposición de las actividades en las fachadas de los edificios.

Entre los datos relevantes se encuentra que el crecimiento en Cataluña ha sido de 27,7% en el año 2020 que equivale a 79 millones de compras electrónicas, una cifra mayor que antes de la pandemia, lo cual es considerable ya que solo se esperaba que el sector crezca un 16,9%, una factor clave es que se han incrementado los tipos de productos adquiridos, como el caso de los productos frescos y cotidianos que se han doblado en número. (Ajuntament de Barcelona, 2022)

Si bien, el número de compradores y de ventas se ha incrementado en los últimos años, también han ido cambiando las formas de entrega del comercio en línea, hace unos años se brindaba este servicio con plazos de entregas de 2-3 días, mediante camiones o furgonetas, de la misma forma que los almacenes se encontraban fuera de los centros urbanos; sin embargo, actualmente se valora las entregas inmediatas en menos de una hora, como también que los envíos

	Producto fresco	Resto cotidiano	Moda y equipamiento personal	Equipamiento del hogar	Ocio, cultura, electrónica y deporte
<b>Compradores a distancia pre-COVID (Febr 2020)</b>	12%	22%	49%	42%	60%
Var. % pre-COVID vs post-COVID	+11%	+7%	+7%	+8%	+9%
<b>Compradores a distancia fase-COVID (Julio 2020)</b>	23%	29%	56%	50%	69%
Online	9%	25%	54%	48%	67%
Telefónico, Whatsapp	13%	6%	4%	4%	4%
A través de empresas de última milla (Globo, deliveroo, etc.)	9%	5%	3%	3%	3%
<b>Compradores exclusivos online</b>	<1%	<3%	9%	19%	25%

[Tabla 1] Crecimiento de los usuarios que utilizan canales a distancia. Fuente: Ajuntament de Barcelona, elaborado a partir del Estudio de comercio online y movilidad de la Generalitat de Catalunya 2018-2020.



[Figura 5] Estimación del total de compras a distancia antes y después de la Covid-19. Fuente: Ajuntament de Barcelona, elaborado a partir del Estudio de comercio online y movilidad de la Generalitat de Catalunya 2018-2020.

sean a través de vehículos de dos ruedas y los almacenes o tiendas estén en los centros urbanos. Todas estas nuevas estrategias de entrega están cambiando constantemente con la intención de reducir costes y colocarse con precios más competitivos en el mercado. Esta inmediatez que es exigida por los compradores actuales significa incrementar los puntos de stock distribuidos en toda la ciudad de modo que el recojo y entrega sea veloz. (Ajuntament de Barcelona, 2022)

Estos cambios relacionados al comercio en línea y al reparto a domicilio han generado el incremento de nuevos modelos de negocios, y que indirectamente están relacionados a cambios en las tipologías de locales en planta baja. Uno de ellos y que ha resonado en los últimos años en Barcelona es la instalación de dark kitchens, las cuales surgieron en Inglaterra a causa de los elevados precios del alquiler de locales en planta baja como una extensión de las cocinas de los restaurantes que hacen envíos a domicilio.

En Barcelona estas cocinas no solo se han implantado en áreas alejadas del centro urbano, sino que están presentes en lugares como Les Corts o el Ensanche. Hace un año han habido muchas quejas y denuncias por parte de vecinos en Barcelona en donde han alertado sobre la presencia de cocinas clandestinas como también se han opuesto a nuevas licencias de locales de este tipo. Los argumentos en contra son relacionados a las instalaciones de grandes chimeneas que expulsan humo provocando olores desagradables, además de los horarios de trabajo que se extienden desde muy temprano a muy tarde; sumado a esto, está la saturación de riders o repartidores que provocan ruidos y congestión en las vías colindantes.

Más allá de la legalidad o la aceptación de estas nuevas modalidades de

[Figura 6] Protesta de vecinos del barrio de Sant Martí en 2021 contra la instalación de una dark kitchen. Fuente: El Periódico



consumo es innegable que las formas de compra están cambiando, estos hechos repercuten directamente en la interrelación de los ciudadanos ya que sus nuevos hábitos y preferencias influyen en su participación en el espacio público. Si las compras cotidianas ya no se hacen, o se hacen con menor frecuencia porque en casa ya no se cocina, la conexión que se tenga con el tendero o el vecino también disminuirá o cambiará. Del mismo modo, la arquitectura y el paisaje urbano también se verá afectado por el incremento de restaurantes virtuales donde no se da la cara al público, sino que los platos se preparan en cocinas industriales, cerradas y ocultas.

## Relaciones sociales y económicas

---

La actividad comercial que se desenvuelve en los barrios trae consigo aspectos inherentes que forman parte de la vida en la ciudad, la interacción entre comprador-vendedor, comprador-comprador y vendedor-vendedor es parte de una conexión muy compleja que va más allá del tema meramente económico, los locales comerciales y sus extensiones invisibles hacia el espacio público son lugares de encuentro e interrelación.

Gómez Crespo en su tesis doctoral titulada el Papel Económico y Social del Pequeño Comercio ya mencionaba las distintas formas de interacción social que se dan en torno a los pequeños comercios. La actividad de comprar, según donde y con cuánta frecuencia se realice, posee un gran potencial de socialización, ya que se pueden formar lazos más allá de una relación económica; además, el espacio, es decir el local comercial también constituye un elemento importante porque sirve de medio de encuentro que ayuda a consolidar las relaciones personales. Otra razón es que los pequeños comercios también sirven como receptores y difusores de información, ya sea de interés general, interés vecinal o información personal. Del mismo modo, a pesar de la tendencia al individualismo de la sociedad hoy en día, aún es posible decir que los comercios son centros canalizadores de favores y ayudas, ya sea por que la pandemia a favorecido a desarrollar mejor la empatía colectiva, como también por la preservación de valores como la solidaridad. Gómez también afirma que la participación y colaboración vecinal son aspectos que se desarrollan en estos pequeños negocios, ya sea para actividades como organización de vecinos, para la fiesta mayor o movilizaciones. (Gomez, P., 1994).





# CAPITULO III

## MARCO TEORICO

En esta sección se analizan conceptos o teorías de autores que sirven de base teórica a esta investigación, se revisan conceptos y aplicaciones de métodos de análisis del espacio público y de la habitabilidad.

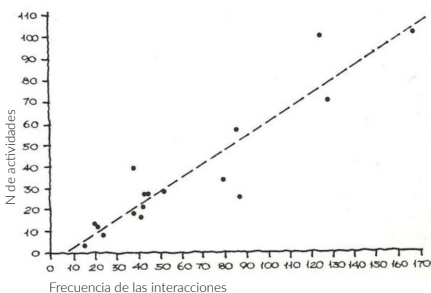
## La humanización del espacio urbano

“El entorno físico(...) es un factor que influye en las actividades en diversas medidas y de diferentes maneras” (Jan Gehl, 2006)

Jan Gehl en su libro “La Humanización del Espacio Urbano. La vida social entre los edificios” nos habla de elementos que influyen en la vida de la gente en el espacio público y cómo es que se desarrolla esta vivencia. El entorno físico en las ciudades es un elemento importante que define el espacio, una calle, una plaza, un pequeño parque, todos ellos delimitados por la cortina de edificios que los rodean y asentados sobre un mantel de elementos urbanos, este telón de fondo puede convertirse en un detonador de interacción, pero también puede aislar a los miembros de una sociedad.

Para Gehl, las actividades que se realizan sobre este escenario físico pueden dividirse en tres categorías: actividades necesarias, actividades opcionales y actividades sociales. Las actividades necesarias, como su nombre lo dice, son aquellas que forman parte de la vida cotidiana y no se puede evitar hacerlas, como ir al colegio, al trabajo, salir de compras, esperar el autobús, etc. La mayoría de estas actividades implica caminar o desplazarse por el entorno físico, en cualquier tipo de condiciones. Las actividades opcionales en cambio pueden elegirse hacerlas o no, de acuerdo con los gustos o el tiempo que haga en el día, por ejemplo, dar un paseo, sentarse, tomar el sol, etc. Estas actividades dependen mucho del entorno físico, por eso cuando este no está preparado o no brinda las condiciones necesarias, suelen realizarse con menor frecuencia.

“Un buen entorno hace posible una gran variedad de actividades humanas completamente distintas” (Jan Gehl, 2006)

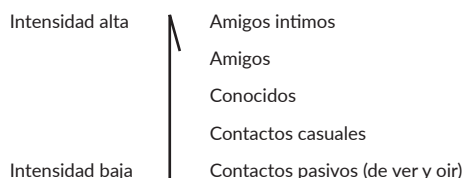


[Figura 7] Relación entre el número de actividades exteriores y la frecuencia de las interacciones. Fuente: Jan Gehl (2006) La Humanización del Espacio Urbano. La vida social entre los edificios

Sin embargo, las actividades sociales son el resultado de las dos actividades anteriores, estas dependen de la presencia de más personas para llevarse a cabo, ya que las actividades necesarias y opcionales de la gente se entrecruzan resultando así en encuentros. Entonces, si el espacio público provee buenas condiciones para realizar las actividades necesarias y opcionales, la gente pasará más tiempo fuera, y como resultado de los encuentros se reforzará la socialización.

Camina → Se sienta → Se inicia una conversación

Gehl también nos habla del contacto que las personas establecen cuando interactúan, de acuerdo con quien y en que momento la intensidad puede ser baja o alta.



Según lo que nos dice Gehl en su libro, los contactos de baja intensidad son los que se desarrollan en la calle y podrían aparentar ser insignificantes, pero al ser el primer paso para llegar a contactos más profundos, son sumamente necesarios. Además, estos contactos pasivos o casuales nos permiten reforzar la relación con personas con las que nos cruzamos frecuentemente. Cuando empezamos a saludarnos y a intercambiar charlas estas personas se convierten en conocidos.

*“Estar con otras personas, verlas y oírlas, y recibir estímulos de ellas constituyen experiencias positivas, alternativas a estar solos. No estamos necesariamente con una persona determinada, pero, no obstante, estamos con otros” (Jan Gehl, 2006)*

Cuando se habla de tendencias, Gehl afirma que la gente prefiere ir donde hay más gente, por lo que al elegir caminar entre una calle desierta y otra animada, la gente escogerá siempre ir donde hay más personas, lo mismo ocurre al momento de sentarse: los bancos más usados suelen ser aquellos donde hay buena visión hacia zonas activas, mientras que los menos usados están en áreas más tranquilas. Lo mismo ocurre con las terrazas, la principal razón por estar situadas fuera de los locales es porque tienen visuales hacia la actividad de la calle.

Del mismo modo la gente tiende a detenerse delante de tiendas y escaparates donde también hay otras personas, como en los quioscos de periódicos, tiendas de ropa o juguetes etc. A diferencia de fachadas donde hay cajeros, oficinas, salas de exposición, etc., en donde la interacción con otros es menor.

Gehl nos explica lo que implica caminar, estar de pie, sentarse, ver, oír o hablar:

*“Caminar es ante todo un tipo de transporte, una manera de desplazarse, pero también proporciona una posibilidad informal y sin complicaciones de estar presente en el entorno público”*

*“El acto de estar de pie hablando con alguien pertenece a este grupo de acciones más o menos necesarias. Las conversaciones se desarrollan cuando los conocidos se encuentran y tienen lugar en el lugar de encuentro”*

*“La existencia de buenas oportunidades para sentarse prepara el terreno a numerosas actividades que son las atracciones principales de los espacios públicos: comer, leer, dormir, hacer punto, jugar al ajedrez, tomar el sol, mirar a la gente, charlar, etc.”*



**[Figura 8]** Saludo en la calle. Fuente: La Humanización del Espacio Urbano. La vida social entre los edificios. Jan Gehl (2006).

"(...)Las oportunidades para ver a otras personas son una cuestión de distancia entre el observador y el objeto"

"Cada vez que una calle con tráfico rodado se hace peatonal, hay nuevas oportunidades de oír a otras personas. (...) vuelve a ser posible mantener una conversación, oír música, oír hablar a la gente y jugar a los niños."

"Las oportunidades para hablar con otras personas influyen mucho en la calidad de los escenarios exteriores. Se pueden distinguir tres categorías distintas de conversación en el exterior: conversaciones con personas a las que acompañamos, conversaciones con conocidos que nos encontramos y posibles conversaciones con desconocidos."

## Calles habitables

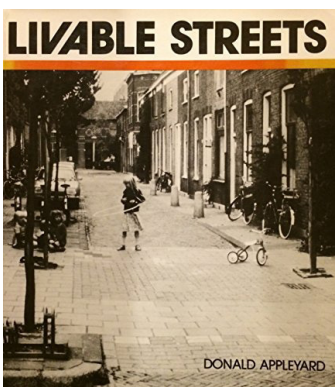
---

Cuando pretendemos hablar del entorno físico también es importante recordar que nuestras calles no solo son ocupadas por personas, sino también convivimos con coches, motos y camiones. Las calles sobre las que nos desplazamos proveen espacio para los desplazamientos de todos estos.

En este contexto Donald Appleyard en su libro "Livable streets" hizo hincapié en el estudio de las calles y cómo el tráfico puede influir en la vida de la gente, este estudio realizado en la ciudad de San Francisco dio como resultado algunos de sus famosos gráficos. (Ver figura 3). Además luego de recoger los resultados afirmó:

"En las calles de tránsito ligero, se encontró que los habitantes tenían tres veces más amigos locales y el doble de conocidos que los de las calles con tránsito intenso. (...) La amabilidad de la calle con tránsito ligero, sin duda está relacionada con la poca cantidad de tráfico, pero también quizás con el mayor número de niños en la calle y la mayor duración de la estancia de los habitantes. En la calle con tráfico intenso había muy poca interacción social. Los residentes tenían pocos o ningún amigo allí. (...) En cuanto a la calle media (...) el número promedio de amigos y conocidos por encuestado fue solo un poco más alto que en la calle concurrida."

[Figura 9] Portada del libro. Fotografía propia

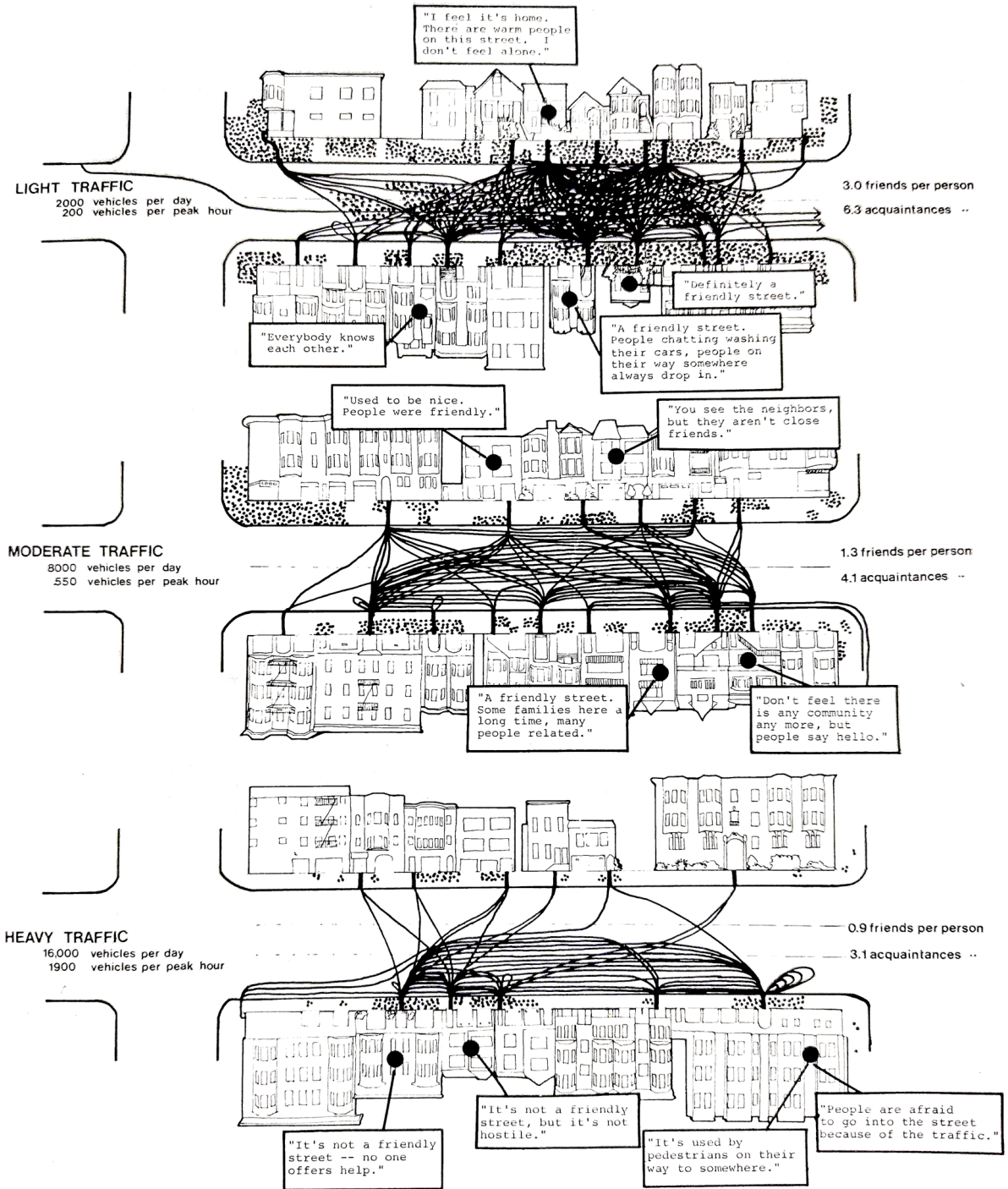


Es por lo tanto importante pensar en la composición de las calles, las personas tienden a interactuar más o menos como del potencial contacto que puedan tener, las barreras físicas como lo es una vía muy transitada generan un mayor aislamiento.

Appleyard continúa describiendo el impacto del tráfico en las actividades en las calles en un estudio realizado en la ciudad de Baltimore en 1972, aquí registraron que el 56% de 2000 personas observadas estaban inmersas en alguna actividad recreativa en la calle, el 4% estaban en parques mientras que el 52% estaban en la calle cerca a sus viviendas.

Pasear mascotas y hablar fueron las actividades frecuentes más mencionadas, mayormente en calles de tráfico medio; seguidamente manejar bicicleta y





[Figura 10] Diagramas de relaciones entre residentes en tres diferentes tipos de calles en la ciudad de San Francisco. Fuente: Livable Streets, Donald Appleyard (1981).

jardinería ocurría más en calles de tráfico ligero; lavar y reparar coches es una actividad común; trotar ocurría mayormente en las calles llenas de tráfico intenso; el juego en la calle fue reportado solo en una de las calles junto con mirar a la calle otro raro pasatiempo.

En el estudio encontraron pocas actividades de niños en estas calles, incluso en calles de tráfico ligero, lo que podría hacer pensar que ya no hay familias en San Francisco como si las hay en las áreas suburbanas de los alrededores. Poco más del 50% de los encuestados reportaron que los juegos de pelota nunca ocurren en sus calles, y el 40% reportó que jugar con otros juguetes nunca había ocurrido. Pasear perros y otros signos de vida social mas intenso como hablar, en las calles de trafico medio, sugieren que las personas se reúnen más en estas calles las cuales son mas interesantes que las calles ligeras, pero con tráfico no tan intenso que interfiera con sus pasatiempos. El incremento de trotar o manejar bicicletas en calles de tráfico muy intenso podrían darse debido a su mayor anchura.

Finalmente, Appleyard en su declaración de principios define que consideraciones deben tener las calles:

La calle como un santuario seguro.

La calle como un ambiente habitable y saludable.

La calle como una comunidad.

La calle como un territorio vecinal.

La calle como un lugar para jugar y aprender.

La calle como suelo verde y agradable.

La calle como lugar histórico único.

## La vida social en espacios urbanos

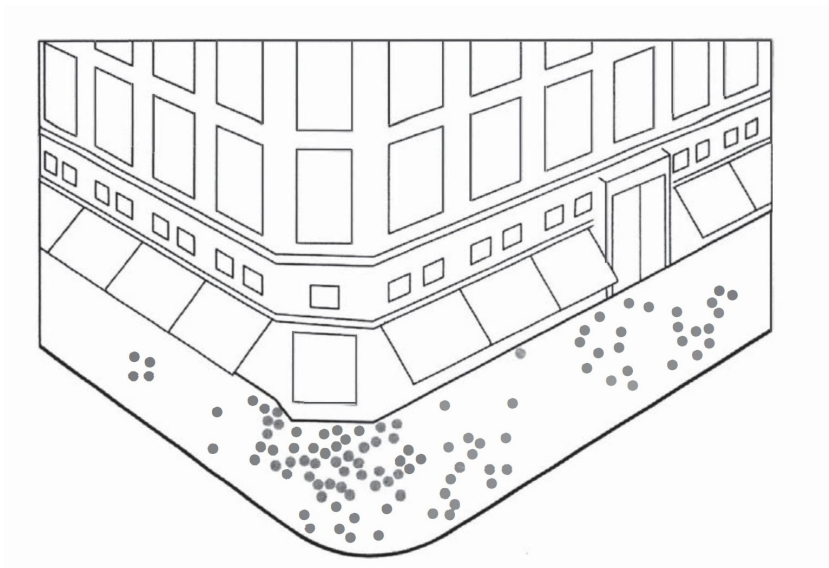
---

Analizar la vida social en el espacio público implica realizar una observación detallada de lo que ocurre y como se comporta la gente, este tipo analisis a profundidad fue desarrollado por William H. Whyte en los años sesenta. En su famoso libro *Social Life of Small Public Spaces* realizó un estudio del Bryant Park en la ciudad de Nueva York, aquí utilizó diversas herramientas para poder conocer la actividad en el espacio público como realizar entrevistas a las personas que hacian uso del parque y observar su comportamiento, documentando todo en una filmación. También recogió datos del sexo, edad, tiempo y frecuencia de permanencia de las personas en el espacio público que le permitieron medir de manera cualitativa y cuantitativa si el espacio público era exitoso o no. Los datos recogidos sirvieron para determinar como se ocupaban las calles en relacion a la preferencia de hombres y mujeres, los horarios, la influencia del ambiente y de los usos del suelo.

Entre las principales conclusiones a las que Whyte llega, esta el hecho de que la existencia de paradas de autobús, mobiliario urbano, esculturas, uso de vivienda y comercio en el entorno de un espacio estimula su ocupación. Asimismo, Whyte afirmaba que una mayor presencia femenina es importante para que las plazas

tengan un mayor éxito de ocupación. También observó que al mediodía y inicio de la tarde se concentraba el mayor porcentaje de personas en el espacio que estaba analizando, y que a partir de las 18h este empezaba a disminuir sustancialmente, por lo que la cantidad de ocupación depende del horario y de los usos

Otro aspecto resaltante que Whyte notó es que aquellos espacios con mobiliario cómodo y flexible que permitan el descanso y la realización de actividades pasivas como el ver y oír son socialmente más activas, resaltando la importancia de la presencia de estos elementos, por que consideraba que era importante tener una banca cada diez metros cuadrados; a su vez, Whyte notó que cuando estos espacios tienen otros elementos que los protegen de las incidencias climáticas y que del mismo modo les permite beneficiarse de estas, son más frecuentados porque ofrecen mayor confort a la gente que transita.



**[Figura11]** Localización de conversaciones en la calle en periodos de dos minutos a más. Fuente: "City: Rediscovering the center" William H. Whyte (2009)





# CAPITULO III

## ESTADO DEL ARTE

El análisis de investigaciones y otros documentos en esta sección se han realizado tanto a nivel local, nacional e internacional, estos están relacionados a las dos temáticas principales que se abordan en este estudio, en primer lugar, la actividad comercial de pequeña escala en los barrios y la socialización que se desarrolla en el espacio público. Se pretende identificar enfoques y metodologías empleadas hasta el momento, a fin de recoger aquellos que sean pertinentes para los objetivos de este trabajo.

## El comercio y la sociabilidad

---

En el artículo titulado “El comercio de barrio como espacio de sociabilidad en contextos locales de migración” (Gómez, 2013) se desarrolla el rol del comercio de barrio como un lugar de socialización de personas de diferentes orígenes. La investigación se enmarca en la corriente de la antropología de orientación pública comprometida con la sociedad y tiene un enfoque interculturalista. Se analiza la sociabilidad desde la operacionalización del concepto en dimensiones e indicadores y se aborda la conflictividad.

En el desarrollo del documento se afirma que el comercio de barrio juega un doble papel, por un lado, como espacio para la vida en comunidad de los barrios y por otro el papel de reproducción de la cultura de los vecinos. En un trabajo anterior, (Gómez Crespo 1994: 413) la autora manifiesta que este doble papel se expresa en seis dimensiones:

- a) Como lugar de encuentro y tertulia
- b) Receptor y difusor de información
- c) Canalizador de favores y ayuda
- d) Participante y colaborador en acontecimientos de interés para la comunidad
- e) Como espacio donde se visibiliza la identidad cultural y pertenencia al grupo
- f) Como espacio para la recreación identitaria

Sin embargo, el estudio no profundiza en estas dimensiones y solo son referentes para explicar el papel de la actividad sobre la socialización de la gente. Se ha pretendido realizar este estudio para una posible intervención comunitaria posterior que trate de fomentar la convivencia intercultural. Es por eso por lo que solo se centra en tres ideas principales: 1) la vinculación entre el comercio como elemento visibilizador de expresiones identitarias y la construcción culturalista del conflicto; 2) como se articula el comercio con otros espacios de sociabilidad; y 3) la multiplicidad de espacios de interacción que ofrece la actividad comercial.

Serra del Pozo (2004) en su estudio “El comercio de los inmigrantes en el centro histórico de Barcelona”, parte del crecimiento de la población extranjera en Barcelona, y la transformación del paisaje urbano que enfrenta la ciudad. Plantea la pregunta si el comercio étnico ha facilitado la recuperación de barrios degradados como los que están en el distrito de Ciutat Vella.

La investigación pretende profundizar en la distribución espacial de los comercios étnicos y de develar su estructura. Para ello obtiene un censo de

comercios étnicos; observa su evolución entre 1999 y 2004; plantea una atracción espacial entre la residencia y los locales comerciales; y explora los centros de culto y su atracción con los locales comerciales.

Hace uso del trabajo de campo y encuestas para la obtención de datos más certeros, identifica 306 comercios de los cuales 250 son encuestados.

De los resultados obtenidos resaltan las tipologías predominantes (colmados, restaurantes, locutorios, peluquerías, bares, bazares, suvenires, entre otros); el origen geográfico de los titulares de los comercios (países asiáticos como Pakistán, India y China) y la irrupción en el año 2004 de chinos; la dimensión de los locales comerciales y el número de empleados (solo tienen uno o dos empleados, y sus locales poseen una superficie media de 60m<sup>2</sup>); existe una especialización según el origen demográfico y su localización en el distrito difiere en cada barrio, siendo el que concentra mayor número de comercios en barrio del Raval.

Finalmente, el autor concluye y esboza algunas preguntas como si ¿el crecimiento de estos comercios es positivo?, o ¿cómo sería Ciutat Vella sin negocios étnicos? El responde a juicio propio que no existe una opinión positiva hacia los negocios extranjeros en Ciutat Vella, aun a pesar de que estos evitan los que las calles no estén abandonadas, y ven el crecimiento de estos como resultado de la marginación y guetización.

## Efectos del comercio en su entorno

---

Naveau (2007) presenta un estudio descriptivo titulado “El comercio de proximidad hacia una toma de conciencia por parte de los actores privados y públicos” que busca explicar los conceptos, las transformaciones los hábitos de consumo y las lógicas comerciales que han seguido y siguen los comercios denominados hoy en día: comercios de proximidad.

En las conclusiones se afirma que el comercio está siendo objeto de atención por el papel que desempeñan en las actuales ciudades modernas, pero que en muchas ciudades en España aún se está tomando conciencia al respecto son poca implementación de normativas al respecto. Además, aunque el comercio constituye la forma ideal para mantener la vida en los centros y los barrios, las administraciones deben ir más allá en favor de las formas más frágiles de comercio.

Guzmán (2015) en su investigación “Externalidades de la apropiación del espacio público por el comercio formal e informal, barrio comercial de la Vega, Santiago” que se desarrolló en Chile en la comuna de Recoleta, parte del supuesto que la apropiación del espacio público tanto por el comercio formal e informal contribuyen al deterioro urbano en diferentes escalas. Por lo que se plantean cuatro objetivos generales los cuales apuntan a: definir los orígenes del comercio de “mercados”; explicar las lógicas de localización del micro comercio en aspectos históricos; sociales y políticos; comprender los argumentos asociados al comercio formal e informal y definir las causas y dilemas de la apropiación del espacio público.

La metodología se divide en dos etapas, la primera consiste en una recopilación de documentos y bibliografía, a su vez de trabajo de campo para recopilar fotos, encuestas, análisis perceptual y elaborar croquis. La segunda parte consiste en un estudio estimativo del mercado mediante el uso de portales inmobiliarios, además de encuestas a clientes y comerciantes formales e informales, se realizó también un análisis FODA y un análisis de mercados deteriorados.

Al concluir en su estudio, Guzmán reafirma que la acción del comercio informal contribuye con el deterioro urbano del barrio de la Vega Central, pero al mismo tiempo el comercio formal también promueve este deterioro al apropiarse del espacio público, y aunque no es tan invasivo repercute de forma directa en el entorno. Del mismo modo existen otras externalidades como la carencia de una regulación apropiada, desconocimiento, poca organización y otros relacionados al nivel socioeconómico y bajo nivel educativo de los residentes.

Maidana (2015) estudia las externalidades del comercio informal con los valores inmobiliarios en la ciudad de la Paz, Bolivia. Se plantea la hipótesis de que el comercio informal provoca externalidades positivas en los locales comerciales y negativas para las actividades residenciales. Por lo que el estudio persigue revelar de qué manera y ante qué situaciones específicas reacciona el mercado inmobiliario por una acción comercial, además se busca descubrir qué tipo de comercio informal es el que genera plusvalores y cuál es el que quita estos valores a la edificación. El método que aplica es el de la valoración contingente y hace uso de herramientas tales como la encuesta tanto a comerciantes y residentes.

Los resultados obtenidos mostraron que el comercio informal tiene bastante presencia física, además que, en muchos sectores del ámbito de estudio este ha sido el generador de la trama urbana. Los edificios residenciales han absorbido los efectos de esta actividad, convirtiéndose en edificios con usos mixtos, influyendo incluso en el diseño de futuros edificios en calles con nula presencia comercial, que diseñan las plantas bajas con locales comercial a la espera de que en algún momento puedan ser requeridos.

El resultado de las encuestas en las que se han planteado dos experimentos para medir la propensión de los residentes y comerciantes, han podido revelar que el comercio informal resulta ser un perjuicio para los residentes y al mismo tiempo que el comercio informal resulta beneficioso para los propietarios de actividades comerciales y de oficina.

En el caso comercial, los edificios con actividades comerciales obtendrán beneficios solo cuando el comercio informal no desprestige su imagen y no represente una competencia para sus locales interiores; pero disminuirá sus externalidades positivas si sus locales interiores tengan actividades de consultorios, farmacias, joyerías, etc. Además, los edificios residenciales incrementarán sus externalidades negativas si el comercio informal genera mala imagen o contaminación, pero reducirán estas externalidades si se especializan en artículos de electrodomésticos.



Carrillo (2016) estudia los mercados de Barcelona, aquí se plantea que los mercados municipales son “elementos generadores de sinergias espaciales, funcionales y sociales” por lo que se centra en el objetivo de caracterizar y analizar estas sinergias que desarrollan los mercados con otros elementos a fin de determinar una red integradora que promueva la identidad social y el comercio de proximidad. Para ello toma un caso de estudio en el barrio de Gracia: el Mercado de la Abacería.

La metodología la desarrolla en tres partes, la primera como una revisión teórica referida a conceptos y estudios anteriores, la segunda la recopilación y análisis de información cualitativa y cuantitativa de los mercados y del barrio además de la realización de entrevistas y de establecer un análisis FODA; la tercera parte se aplicó el método deductivo para la evaluación de las sinergias encontradas.

Finalmente, se concluye en lo siguiente: Se reafirma que la proximidad de ubicación de los mercados con los ejes comerciales de la ciudad favorece el dinamismo comercial; el mercado de la Abacería es el que presenta mayor concentración de comercio de proximidad, teniendo un entorno lleno de vitalidad; el mercado de Sant Antoni concentra más cantidad de comercio cotidiano alimentario en su entorno lo cual no es todo beneficioso para los mercados ya que enfrentan una fuerte competencia afectando a la decisión de los clientes; la mayoría de los negocios están conducidos por personas que sobrepasan los 50 años y que pese a tratarse de negocios familiares muchos de ellos siguen una tendencia de falta de relevo generacional y por último el público del mercado es predominantemente de edad avanzada, sobrepasando en promedio los 55 años

## El espacio público como escenario de socialización

Mota (2017) realiza un estudio donde parte del planteamiento que a mayor manifestación de interacción social en la calle se enriquece más la apropiación por este espacio, esto refuerza vínculos que garantizan la vitalidad de la calle. Por lo que su principal objetivo es analizar y describir la relación entre la interacción social y su impacto en el proceso de apropiación

Es una investigación de tipo mixta, la cual se enfoca en tres dimensiones: física, funcional y simbólica. La dimensión física analiza los elementos de la forma del espacio público, la dimensión funcional los usos, la frecuencia y la participación de los usuarios en la simbólica el comportamiento de los usuarios y los significados que le otorgan al espacio. El caso de estudio se encuentra en la calle madero de la ciudad de Orizaba, México.

Para el desarrollo del estudio se utilizaron como instrumentos cedulas de observación, entrevistas semiestructuradas y cuestionarios, mediante la técnica de observación no participante. Las cedulas de observación registraron la frecuencia de las personas durante cinco días, y la permanencia en el espacio que también tuvo una aplicación de cinco días . Estos instrumentos se tomaron de estudios llevados a cabo en la ciudad de Xalapa por el despacho de Gehl Architects en el

2014. A su vez se uso un tercer instrumento que es la cedula de evaluación usada para la variable de la interacción social.

El estudio concluye que mientras la calle cumple las condiciones físicas y cualidades favorables se brindara mayor oportunidad para generar convivencia, además, las formas de participación de los usuarios regresan a ellos como vínculos afectivos producto de sentirse parte de la calle. Esto en su conjunto influye en la construcción de la identidad y de la apropiación del espacio. Por lo que se afirma la premisa planteada por la investigación.

Sin embargo, tal y como lo afirma la autora, existieron aspectos que no alcanzaron a ser explotados en su totalidad, a parte de los que ella menciona, uno de ellos fue el de analizar con mayor detalle los usos y actividades de las plantas bajas que son las que tienen gran influencia en el desenvolvimiento de la vida pública.

Colacios y Mendoza (2017) en su artículo que forma parte de la tesis doctoral "La cartografía socioespacial como guía en el proceso de regeneración urbana en contextos de exclusión urbano-social" resume el tema de investigación que busca en comprobar hasta qué punto la morfología urbana limita el uso y el nivel de interacciones sociales en el espacio público. Se utilizó el caso de un polígono de vivienda social en las afueras de Barcelona, específicamente en el barrio de Sant Cosme. En el cual se analizaron dos aspectos importantes: Las características del espacio público y su nivel de uso e interacción social.

Se hacen uso de entrevistas, cuestionarios, observaciones y mapeo físico. El trabajo de campo duró 11 días en distintas franjas horarias. Además, se hicieron 102 entrevistas a los vecinos y 20 entrevistas complementarias a profundidad. Las preguntas se centraron en la historia y cambios urbanos del barrio, así como también en el uso de los espacios públicos.

Este estudio concluyó que las características de la morfología del polígono seleccionado y el espacio público no ayudan en la aparición de iniciativas ciudadanas capaces de apropiarse de la esfera pública. La densidad, la escala y la diversidad de usos no son coherentes y por lo tanto no favorecen a la interacción social.

Beltré (2015), en su estudio sobre el análisis de la Rambla Brasil y Rambla Badal busca evaluar el desarrollo de las actividades al aire libre que se desarrollen en dicho lugar, además del nivel de su uso y versatilidad, del mismo modo se quiere evaluar cómo las actividades que se desarrollen pueden cambiar la percepción del lugar. La metodología utilizada es el mapeo, búsqueda de rastros, fotografías y paseos piloto. El trabajo de campo se realizó en los meses de junio, julio y agosto.

Se ha comprobado en el análisis que existe un alto grado de relación entre los usos, las actividades que se despliegan en la rambla y las edificaciones circundantes. Además, a nivel general los sectores que no tienen una visual directa con la gente debido a rampas o desniveles del suelo las actividades comerciales cesan, mientras que las partes donde la calzada está en un mismo nivel, la

proliferación de personas aumenta. Algo resaltante es que la Rambla Brasil, a pesar de no poseer variedad de comercios, las actividades en el paseo no se ven afectadas, mientras que la Rambla Badal por ser mas comercial, los recorridos son de paso. Esto podría deberse a la presencia de arbolado y espacios verdes que contribuyen al confort y la invitación a quedarse.

## Vitalidad, desplazamiento y terrazas

---

Delclòs-Alió y Miralles-Guasch (2021) presentan en su artículo el desarrollo y aplicación, en el municipio de Barcelona, de las principales ideas de Jane Jacobs a través de la síntesis de las seis condiciones que llevan a la vitalidad urbana: concentración, diversidad, oportunidad de contacto, edad de los edificios, accesibilidad y elementos de frontera, los cuales concluyen en el indicador JANE, posteriormente se toma estos valores y se relacionan con patrones de movilidad cotidiana de las personas residentes.

La metodología utilizada planteó once variables que al combinarlas se sintetizan en seis condiciones, posteriormente se recoge información y se asignan valores a cada distrito y barrio lo que se traducen en indicadores de vitalidad que forman el índice JANE. Luego se procede a relacionar este índice con patrones de movilidad como por ejemplo el número de desplazamientos por persona o la frecuencia con que las personas caminan de forma cotidiana.

El estudio concluye que la ciudad en general presenta una elevada vitalidad, sin embargo, posee diferencias internas representativas como la concentración, la oportunidad de contacto, la edad de los edificios y los elementos de frontera, pero que, a pesar de estas diferencias, la accesibilidad y la diversidad son homogéneas en toda la ciudad. Los barrios mas vitales se encuentran en el centro de la ciudad y también en zonas más periféricas, estos últimos debido a las recientes intervenciones y proyectos ejecutados.

También se ha notado que los barrios que cumplen con la mayoría de las condiciones de Jacobs presentan una menor tasa de inmovilidad, es decir que es menor el aislamiento urbano de la población. A su vez, aquellos barrios mas alejados del modelo mediterráneo dependen mas del transporte privado motorizado, siendo barrios menos vitales.

Este estudio muestra la importancia de la escala del barrio en relación con los desplazamientos cortos ya que barrios caminables permiten estilos de vida más saludables.

Caballero (2017) en su estudio "David contra Goliat. Procesos de desplazamiento y desposesión en contextos urbanos. El caso de Sant Antoni" tiene como objetivos generales identificar factores que favorecen el incremento del valor del alquiler y conocer cómo influye el incremento del alquiler, los cambios producidos en cuestiones de vivienda, comercio y espacio público, promoción del barrio y de la ciudad sobre los procesos de desplazamiento.

La metodología usada consistió en:

- Observación directa participante entre marzo y mayo del 2017 en la plataforma vecinal Fem Sant Antoni
- Se usó un diario de campo para registrar noticias o sucesos relevantes
- Recogida de datos estadísticos y documentos oficiales
- Entrevistas semiestructuradas a seis residentes y a un investigador relacionado al tema

Este trabajo de investigación llega a la conclusión de que una de las causas mas resaltantes del aumento de los alquileres tiene que ver con la especulación tanto de pequeños propietarios como grandes inversores. A su vez, el impulso de la marca Barcelona han atraído a miles de turistas promoviendo el incremento de la demanda de alojamiento y por ende se ha reducido el stock de vivienda para los propios residentes de la ciudad. El desplazamiento no solo ha afectado a las clases de bajo poder adquisitivo sino también a los de clase media, este desplazamiento no solo es de manera física de la vivienda sino también de los significados a nivel simbólico relacionado al sentido de pertenencia a la comunidad y el barrio. Y finalmente se afirma que se han roto las redes vecinales y la relación consumidor-usuario debido a la sustitución del comercio que se sufrió en este periodo.

O'connell, Gómez y Clua (2022) analizan un fenómeno reciente que aparece luego de las restricciones impuestas por Covid 19, este fenómeno es el aumento de terrazas en la ciudad de Barcelona y Milán desde el 2020 teniendo un impacto en el paisaje urbano y en la dinamización de la urbanidad. El estudio trata de responder a dos preguntas: ¿Cuánto han crecido las terrazas en número y área en ambas ciudades? Y si ¿Existen o no patrones de forma urbana que condicionen la concentración de terrazas o que favorezca su coexistencia con otros usos colectivos del espacio público?

Para el desarrollo de esta investigación se empezó con el estudio de la normativa local, trabajo de campo y la utilización de datos abiertos disponibles en la web, se elaboraron cartografías y se procesó la información en Qgis, Microsoft Excel y Power BI.

Los resultados representativos indican que en Barcelona se ha evidenciado un incremento del 25% de terrazas en el espacio público. En 2019 había 5585 terrazas y en 2022 había un total de 6699 además de que el 40% de las terrazas existente en 2019 se ampliaron mediante licencias excepcionales.

Por lo que los autores afirman que las terrazas se han afianzado como lugares de encuentro colectivo, antes y con mayor fuerza después de la pandemia, esto ha permitido que la ciudadanía redescubra la calle. Sin embargo, tal como los autores lo explican este estudio se ha hecho de manera global entre dos ciudades, pero una investigación detallada donde se relacionen aspectos medioambientales, o de elementos del espacio público podrían ser útiles para dar mas luz sobre este tema.

En contraposición Elorrieta, García, Cerdan y Torres (2021) abordan el mismo tema de las terrazas, pero partiendo de los conflictos producidos por la ocupación del espacio público como uso privado por parte de los locales de restauración

que están dirigidos en su mayoría al turismo. Este estudio plantea realizar un análisis comparando la ocupación del espacio por terrazas en áreas turísticas de las ciudades de Barcelona y Sevilla, para ello pretende analizar los marcos legales y la ocupación real de las terrazas. La metodología abarca técnicas cualitativas para los marcos legales y cuantitativas para el análisis geográfico.

Las áreas de estudio comprenden la mitad sur del centro histórico de Sevilla y el Barrio Gótico en el caso de Barcelona, de donde se han seleccionado 11 plazas y calles. La cuantificación se hará sobre la cantidad de superficie que las terrazas se apropian del espacio público.

Algunos resultados obtenidos destacan que los lugares escogidos poseen una alta concentración de terrazas que pueden provocar conflictos en la comunidad residente, además, aquellas zonas que cuentan con una regulación específica aparte de las regulaciones generales presentan un menor índice de ocupación, pero que donde no la hay, no se puede garantizar un equilibrio armónico. A su vez esto se acrecienta debido a la trama urbana estrecha que poseen ambas ciudades, ya que existe escaso suelo público de uso comunitario.

Los autores concluyen que las ordenanzas genéricas para regular las terrazas tienen muchas limitaciones debido al escenario heterogéneo en el que se encuentran, por lo que sería conveniente incorporar más criterios en su implementación, además de aprovechar mejor las regulaciones específicas y ampliarlas a más sectores de la ciudad, ya que existen particularidades que deben ser atendidas. Del mismo modo se concluye que para próximas investigaciones sería apropiado considerar como otro factor adicional el área total disponible del espacio para evaluar mejor el tema y no solo el área de ocupación.





# CAPITULO IV

## METODOLOGIA

## METODOS Y HERRAMIENTAS

---

En esta sección se explica el tipo de investigación y el procedimiento que siguió la misma. El nivel de investigación planteado es explicativo con un enfoque cuantitativo y cualitativo el cual se desarrolló mediante la combinación de herramientas que permitan responder mejor a la hipótesis planteada.

Las técnicas de recolección de datos utilizadas fueron:

- **Observación:** Esta técnica fue propuesta en How to Study Public Life (Jan Gehl, 2013) y consiste en obtener datos mas aproximados a la realidad mediante la observación del espacio público. Para esto se utilizaron dos herramientas: el mapeo de actividades estáticas y el conteo de personas en movimiento. El primero nos permite saber ¿Cuánta gente hay? ¿qué está haciendo? ¿Dónde y cuándo? Y el segundo ¿Quién está caminando? ¿Cuántas personas se mueven? ¿Cómo y cuándo? A su vez este método se ha empleado para realizar una actualización de los locales comerciales activos mediante el recorrido y la observación por las calles del barrio.
- **Toma de Fotografías:** Con esta técnica se ha podido capturar escenas en el espacio publico que permitan mejorar la explicación del relato, para ellos se han considerado horarios de mayor y menor intensidad de personas.
- **Cuestionario:** para recoger la percepción de los residentes del barrio se ha aplicado un cuestionario con respuestas abiertas y cerradas, esto nos ha permitido explorar en las preferencias de compra, involucramiento en el barrio, lugares de socialización y demandas en la mejora del espacio público.
- **Entrevistas:** Se aplicó entrevistas semiestructuradas que permitan conocer la opinión de los representantes del sector comercial. A su vez se han propiciado diálogos espontáneos en el espacio publico con los vecinos y visitantes de los cuales se ha podido recoger sus percepciones.

Estas tecnicas han sido ampliamente utilizadas por diversos autores en el estudio del espacio público, ya que se requiere obtener información de lo que ocurre en la calle y la percepcion de las personas respecto a esta. Su utilidad es relevante y nos permitió alcanzar los objetivos planteados en este estudio. La tecnica de observación y toma de fotografías nos ayudó a conocer la cantidad de personas, las actividades que realizan, determinar la calidad de fachadas de las calles estudiadas, evaluar los espacios de socializacion del barrio. y tener un apoyo visual documentado sobre todo esto. Mientas que el cuestionario y entrevista nos ha ayudado a comprender mejor la percepción de las personas respecto al lugar donde viven y como se comportan en el.

Para analizar toda la información y datos recogidos en campo además del análisis documental se ha hecho uso de sistemas de información geográfica mediante el software Qgis y el procesamiento de los datos numéricos mediante Excel.



## Etapas de la investigación

El proceso de la investigación se ha resumido en tres etapas:

**1. Primera etapa:** En esta etapa inicial se realizó una revisión de literatura y recopilación de datos abiertos, juntamente con visitas de aproximación al ámbito de estudio. Esto ha permitido tener una base teórica y conocer el territorio. A su vez, en esta primera aproximación se ha podido recopilar información de locales comerciales activos, su tipología y la proporción que ocupan en la fachada, procesando toda la información recogida en campo mediante los sistemas de información geográfica.

**2. Segunda etapa:** En esta segunda etapa y con la información recogida, se ha podido identificar calles potenciales a ser estudiadas al detalle. Por lo que se ha procedido al trabajo de campo, este periodo de la investigación es la que ha durado más y se ha extendido desde el mes de junio a la primera semana de agosto, entre las estaciones de primavera y verano.

Se han realizado las observaciones para el conteo de personas y el mapeo de actividades, del mismo modo se han aplicado los cuestionarios, las entrevistas, se ha interactuado con los vecinos para conocer sus rutas de compra y se ha tenido espacios de dialogo espontáneo en el espacio público.

Para la realización del conteo de personas y mapeo de actividades en cada calle seleccionada se ha dividido por franjas horarias, de 8h-11h, 11h-14h, 14h-17h, 17h-20h y 22h-23h por lo que han realizado cinco mediciones diarias durante un periodo de 10 minutos. Estas mediciones se han programado para los siete días de la semana.

La aplicación de los cuestionarios y la interacción con la gente para conocer las rutas de compras juntamente con los espacios de dialogo se han realizado en cuatro fechas programadas.

**3. Tercera etapa:** Finalmente esta etapa ha consistido integralmente en procesar toda la información recogida, se han trasladado los datos finales a Qgis, a Excel y se ha redactado el documento final.

## Muestreo

Para determinar la cantidad de población que fue objeto de análisis se recurrió a determinar una muestra en base al universo.

Para la aplicación del cuestionario, se ha procedido previamente a estimar la cantidad de personas que usan el espacio público en un día, para ello se ha realizado un conteo de personas en las primeras veisitas realizadas al barrio, se ha escogido la Av. Paralel por albergar una permanencia de personas promedio, se hicieron cinco mediciones un día viernes de la primera semana de junio, el total obtenido asciende a 417 personas por lo que se consideró esta cifra como el universo.

Se ha utilizado la forma de muestreo estratificado, el cual dividirá el universo total en grupos por tramos de calle; y al interior de cada estrato se usará la forma de muestreo proporcional. Para definir el tamaño de la muestra por la forma de muestreo proporcional se ha realizado utilizando la siguiente fórmula de uso extensivo:

$$n = \frac{k^2 N p q}{e^2 (N - 1) + k^2 p q}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población o universo

k= Constante que depende del nivel de confianza (para un nivel de confianza del 95% k=1,96)

e= Error muestral deseado. Para este caso 5%

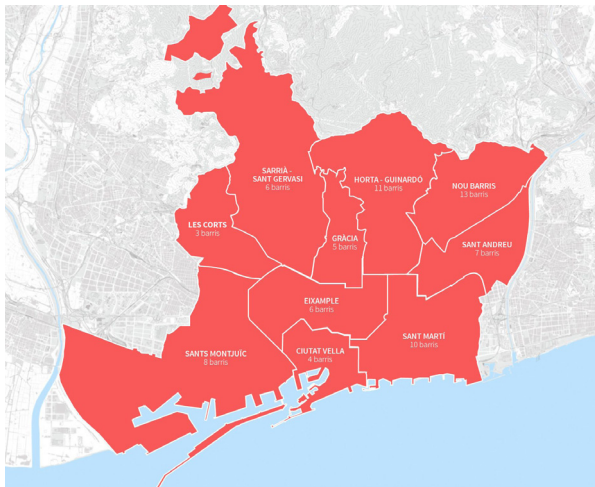
p= Proporción de individuos que poseen en la población las características de estudio, generalmente 0,5

q= Proporción de individuos que no poseen las características deseadas de estudio, generalmente 0,5

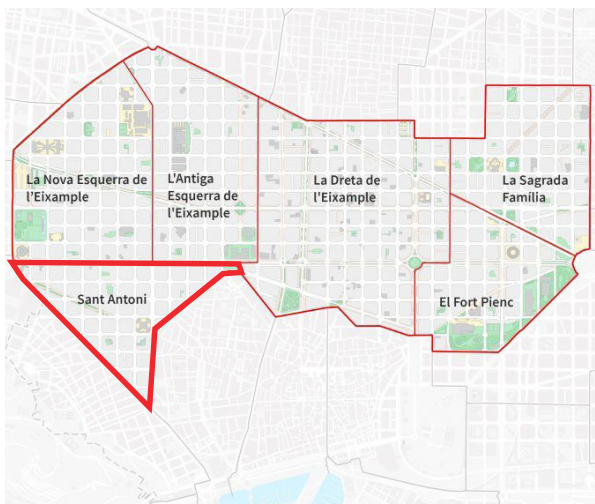
Aplicando la formula se ha determinado un total de 200 personas que fueron encuestadas. Este muestreo, como ya se dijo, fue dividido proporcionalmente entre el número de calle analizadas, la cantidad propuesta fue de 8 calles entre las cuales estan la calle Parlament, calle Comte Borrell, Av. Mistral, Av. Pararillel, Av. Gran Vía, Calle Sepulveda, Ronda Sant Antoni y Ronda Sant Pau.

## Ambito de estudio

La investigación se desarrolla en el distrito del Ensanche, específicamente en el barrio de Sant Antoni, este barrio se encuentra delimitado por la avenida Gran Vía de las Cortes Catalanas, la Avenida del Paralelo, La ronda Sant Antoni y la Ronda Sant Pau. Los barrios adyacentes son la Nova Esquerra de l'Eixample, el barrio de L'antiga Esquerra de l'Eixample, el barrio del Raval, y el barrio del Poble Sec.



[Figura 12] Distritos de Barcelona Fuente: Google imágenes



[Figura 13] Barrio Sant Antoni. Fuente: Google Imágenes





# CAPITULO V

## CASO DE ESTUDIO: BARRIO SANT ANTONI



Gran Via

Llança

Av. Mistral

Av. Paral·lel

M. de Campo Sagrado

Ronda de Sant Pau

Vilamari

Entença

Rocafort

Calebria

Viladomat

Comte Borrell

Comte d'Urgell

Villarroell

Casanova

Septuagès

Florida Blanca

Tamari

Manisa

Parlament

M. de Campo Sagrado

Albana

Ronda Sant Antoni

Miniàgier

Septuagès

Florida Blanca

Tamari

Manisa

Parlament

M. de Campo Sagrado

Albana

## Antecedentes del barrio

El convento de Sant Antoni Abat fue construido en el XV, al lado de la muralla de Barcelona, dando el nombre al barrio que conocemos hoy en día. De este lugar salía un camino muy transitado que llevaba al sitio donde se encontraba la cruz que indicaba el termino de la ciudad y la entrada al pueblo de Sants.

El mercado Sant Antoni empezó como un mercado marginal situado afuera de las murallas. En 1850 fue trasladado, pero 30 años después se construyó el mercado de hierro. Con el tiempo, este lugar se fue consolidando y desarrolló una dinámica comercial propia, la afluencia de personas en los alrededores otorgó vida al nuevo barrio que se iba creando.

La exposición universal de 1929 jugó un papel importante, ya que se hicieron muchas reformas en los accesos cercanos a Montjuic, por lo que se tuvo que impulsar la urbanización del barrio. La existencia de chabolas entre Parallel y Gran Vía no favorecían la imagen de la ciudad y tuvieron que ser eliminadas: en este proceso se mejoró la avenida Mistral, que antiguamente era el camino medieval de salida de la ciudad. (Ajuntament de Barcelona, s.f. )

En los últimos años las transformaciones que han sufrido en el barrio están ligadas a la reforma del Mercado Sant Antoni y a la implantación de las supermanzanas.

El mercado Sant Antoni, con una arquitectura en forma de cruz griega y coronado con una gran cúpula octogonal fue parte de un proceso muy largo de remodelación. Las obras iniciaron en el año 2009 y se inauguraron el 2018. Durante estos años se trasladó las actividades del mercado hacia la Ronda Sant Antoni: en este lugar se crearon dos plataformas que sirvieron para sostener la estructura provisional de los productos de alimentación y del mercado encants, mientras que el mercado dominical se instaló en la calle Comte de Urgell una vez por semana.

Henao (2015) nos dice al respecto que este traslado provisional a la Ronda Sant Antoni significó un impacto positivo ya que consolidó un “foco lineal de polaridad comercial”, permitiendo una mejor articulación de los barrios Raval y Sant Antoni, ya que al ampliarse los comercios no alimentarios en plantas bajas contribuyó a generar un área comercial diverso y un ambiente con movimiento y vitalidad.

Luego de la inauguración en 2018, se generaron muchas especulaciones respecto a la dinámica que tendrían el mercado y el barrio, si se convertiría en una réplica del mercado de la Boquería al atraer turistas y gente de fuera. Al mismo tiempo se dieron a conocer las repercusiones negativas que el nuevo mercado estaría generando, como la gentrificación, un proceso aún incipiente, pero denunciado por los vecinos que argumentaban que los precios de los alquileres estaban subiendo desmedidamente; atribuían este hecho al nuevo mercado y a las pocas medidas de parte de la administración para frenar esto. Sin embargo, la reciente transformación del barrio sumado a los dos años de pandemia aún no deja claro el alcance que pueda tener en sus residentes.



[Figura 14] Plano de la muralla y las afueras de la ciudad (1853). Fuente Servicio Historico Militar



[Figura 15] Plano de urbanización de Barcelona (1891). Fuente: Archivo Historico Municipal de Barcelona



[Figura 16] Mercado de los Encants. Fuente: Ajuntament de Barcelona



[Figura 17] Foto del Antiguo Mercado de Sant Antoni. Fuente: Ajuntament de Barcelona

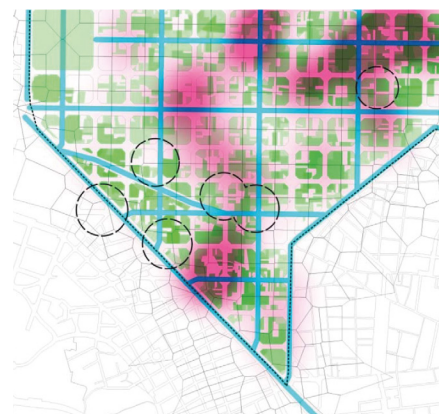




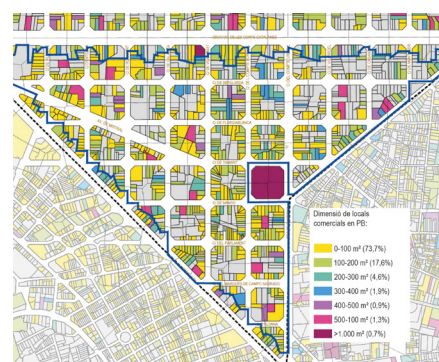
## Plan de Usos

El Plan de Usos publicado en 2018 es un documento normativo del Ayuntamiento de Barcelona que tiene por objetivo principal regular la relación entre actividades de un establecimiento y su emplazamiento desde una visión urbanística. Este documento surge a partir de la creciente y desordenada actividad comercial en torno a algunas calles del barrio de Sant Antoni. Consecuencia de las transformaciones urbanísticas que estaba sufriendo el barrio, las licencias de actividades comerciales aumentaron, y se pudo notar que ciertos tipos de actividad comercial estaban saturando las calles, sobre todo aquellas actividades de alta concurrencia pública. Se llegó a tener 8,22 act/Ha una cifra que se comparaba a la zona central de la Vila de Gracia y que era más alta de lo que necesitaban sus residentes. Esto trajo repercusiones en la calidad ambiental del barrio. Calles como Parlament o la Avenida Mistral se saturaron de locales dedicados a la restauración, por lo que este plan trató de establecer ciertos lineamientos urbanísticos para que se pueda mantener un equilibrio.

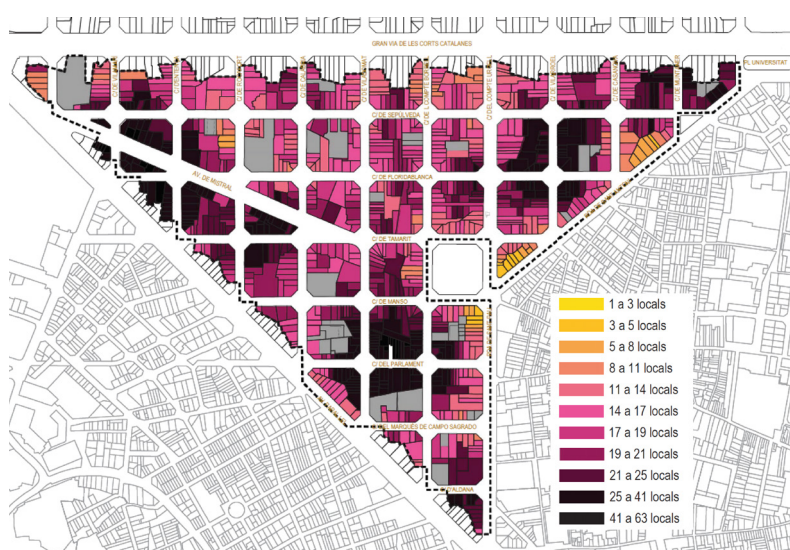
Parte de las acciones que preveía esta regulación fue establecer criterios para otorgar nuevas licencias de establecimientos de acuerdo con el tipo de actividad que desempeñaban. Esto se tradujo en distancias de radio mínimas y máximas entre uno y otro establecimiento, y que podían variar de acuerdo con el área y alcance de los mismos. También se regularon ciertos aspectos relacionados a los accesos y las cercanías a equipamientos. Todas las nuevas licencias tenían que cumplir las especificaciones de este plan, mientras que las licencias ya existentes y reguladas no podían cambiar su uso si el plan no lo consideraba. Esto ha frenado la saturación de locales de un mismo tipo, permitiendo que otras actividades comerciales también puedan desarrollarse.



[Figura 20] Relación entre las denuncias de la guardia urbana y establecimientos de restauración. Fuente: Plan de Usos barrio de Sant Antoni



[Figura 21] Plano de superficie de locales en planta baja. Fuente: Plan de Usos barrio de Sant Antoni



[Figura 22] Saturación de actividades de restauración (445 licencias) + comercio alimentario con degustación (12 licencias) en un radio de 100m. Fuente: Plan de Usos barrio de Sant Antoni



Optima  
Gestoria  
93 531 43 05 • Entl. 1ª

SABOR & TRADICIÓN  
BIENVENIDOS

DILLUNS A DISSABTE: 9:00 A 21:00

RIQUE REAL ESTATE

www.rik-real.com  
934 931867356  
rik@rik-real.com

AV. Mestral 2, Ent. 2

CAMP  
Orriola  
COLMADO QUEVIURES  
LA TERA VITIVA DEL BARRI

AKZ

INMOBILIARIA ATÍPICA  
Operadora Inmobiliaria  
para  
Alojar  
Inversores

SABOR & TRADICIÓN

COLMADO QUEVIURES



ESTÁ DEMOSTRAT  
EL BENEFICI  
DE  
CONSUMIR  
CINC  
RACIONES  
AL DIA DE  
FRUITES I  
HORES



# CAPITULO VI

## RESULTADOS OBTENIDOS

## ESCALA M



[Figura 23] Mapa de locales comerciales en el barrio de Sant Antoni. Fuente: Elaboración propia.

## LOCALIZACION Y ESPECIALIZACION DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

El barrio de Sant Antoni, tal como se dijo anteriormente, es un barrio con diversos frentes y cada uno de ellos lo configura y le aporta el carácter que tiene. Para el análisis de la actividad comercial se revisó el Censo de Locales comerciales en planta baja del año 2019. Este ha sido una base para empezar el análisis, sin embargo, al contrastar con los locales al 2022 se notaron muchas diferencias, por lo que se procedió a hacer una actualización con visitas a campo.

Muchos locales comerciales que figuraban en el 2019 habían cambiado o estaban cerrados. Esto responde al periodo el 2020 - 2021 en que muchos comercios se han visto obligados a cerrar debido a que no fueron capaces de resistir los efectos de la pandemia, estando muchísimos meses sin tener ingresos. En el transcurso de la investigación se ha podido ver que algunos comercios que se encontraban cerrados fueron abriendo paulatinamente de cara al inicio del verano, sobre todo aquellos dedicados a la restauración.

El resultado del trabajo de campo nos ha brindado una imagen general de la ubicación y concentración de comercios, se han identificado 1453, en este mapeo se han omitido bancos, locales de enseñanza, aseguradoras, equipamientos públicos, hospitales y centros médicos (excepto clínicas de belleza), centros comerciales, locales de industria, locales relacionados al deporte, parkings, alojamientos, oficinas y gasolineras, los cuales no constituyen objeto de interés para esta investigación.

La constelación de puntos de los locales comerciales que se consigue define el tejido urbano a primera vista: manzanas regulares con calles en ángulos que las cortan. Existen algunos espacios en blanco que corresponden a equipamientos tal como el vacío enorme que genera el mercado de Sant Antoni en el corazón del Barrio.

El mapa de calor (ver figura 26) nos permite visualizar la concentración de locales comerciales. Las manchas más oscuras nos llevan a fijar la mirada en cinco lugares: la intersección de la calle Sepúlveda con Casanova, muy próximo a la Plaza Universitat; la intersección de la calle Comte Borrell con Floridablanca; el tramo de la calle Comte Borrell comprendido entre la calle Manso y Parlament; el tramo de la calle Mistral comprendido entre Calabria y Rocafort y la intersección de Mistral con Vilamarí. Estos sectores con mayor intensidad comercial resaltan por su proximidad unos de otros y por la cantidad de locales comerciales.

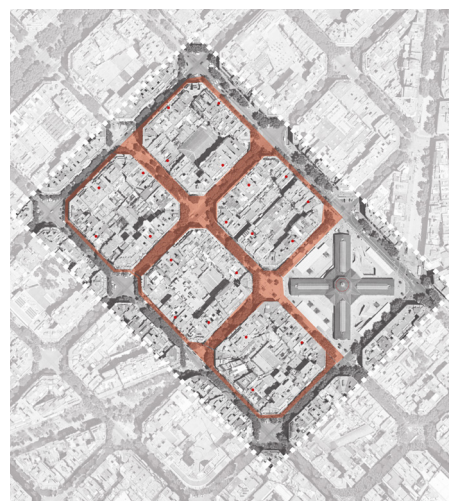
Todas las manzanas están dotadas de locales comerciales, la manzana con mayor cantidad de locales se encuentra en la calle Parlament con un total de 60 y la manzana con menos cantidad está ubicada en Mistral con Sepúlveda, con apenas 6. En promedio una manzana típica del ensanche en el barrio de Sant Antoni contiene 32 locales comerciales.

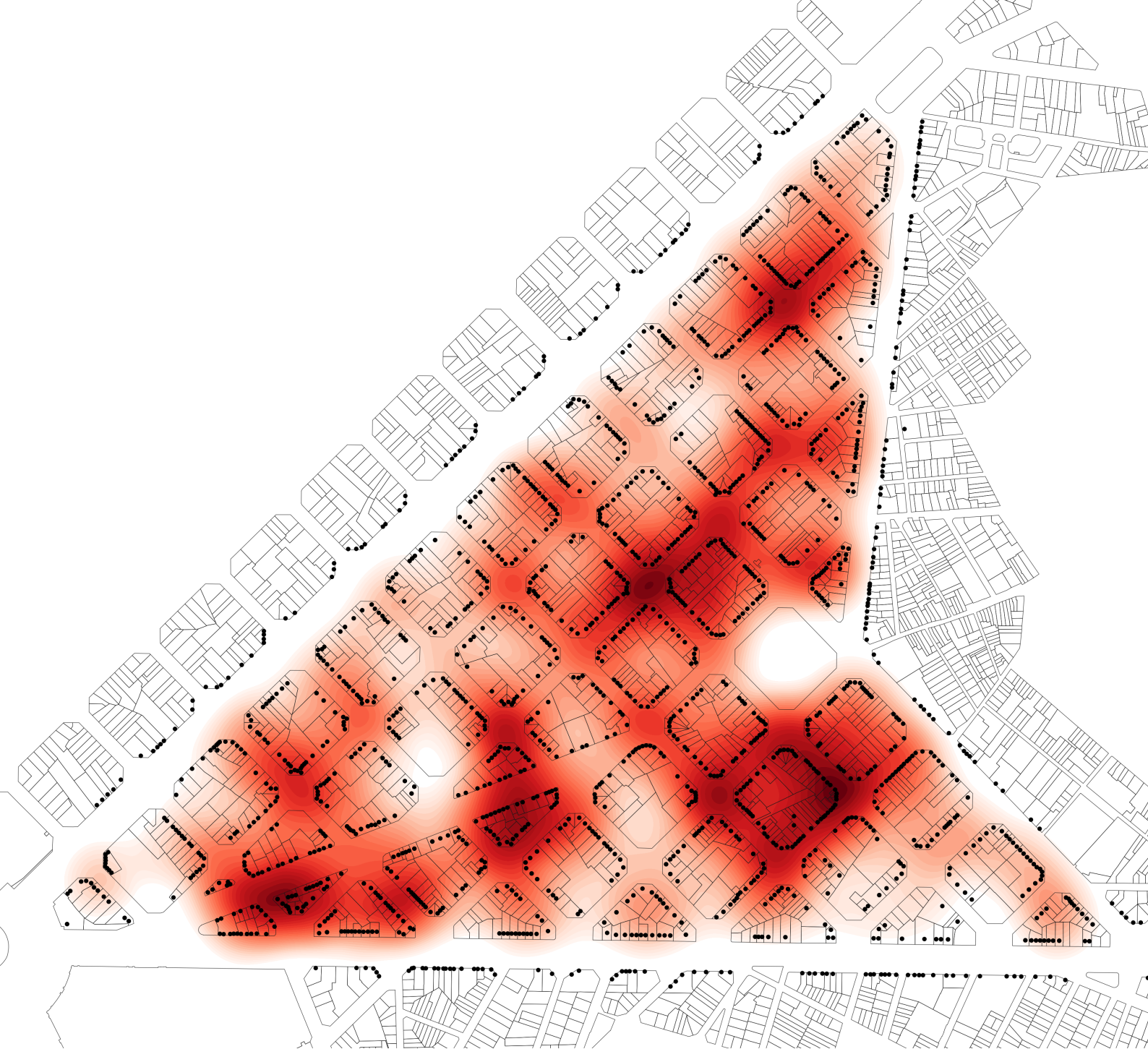
Algo que también se desprende del gráfico es la concentración de comercios en el entorno próximo al Mercado de Sant Antoni, específicamente en las manzanas que conforman la denominada superilla. Esta supermanzana difiere

[Figura 24] Tipos de vías en el barrio. Fuente Elaboración propia



[Figura 25] Supermanzana. Fuente Elaboración propia





[Figura 26] Mapa de calor de locales comerciales. Fuente: Elaboración propia.

del esquema general planteado en donde debería estar conformado por nueve manzanas; sin embargo, la misma está compuesta por seis. Carrillo (2016) afirmaba que los mercados municipales producen sinergias y crean redes de integración, no solo espaciales sino funcionales y sociales. Ante esto, la delimitación de esta supermanzana no solo ha tenido que ver con la pacificación de las calles, sino que se ha logrado crear un conjunto capaz de albergar diversas actividades.

La red de equipamientos presentes en el barrio Sant Antoni conforman lugares de atracción, ya sea por su uso como por su importancia. La tipología del equipamiento condiciona su relación más o menos directa con el espacio público y con las actividades que se desarrollan en su entorno.

Por ejemplo, los equipamientos de educación, integrados por centros de enseñanza de diferentes niveles están distribuidos en casi todo el barrio,

exceptuando las manzanas más próximas a la Plaza España. Estos institutos o colegios interactúan con los locales comerciales que tienen cerca, en un radio de 100 metros la mayoría tiene relación directa con la actividad comercial. Además, la mitad de las parcelas que albergan estos centros de enseñanza están ubicados en los chaflanes de las manzanas. Esto podría configurar el comportamiento de los comercios en su entorno, generando un microcentro. Cabe resaltar que existen otras condiciones que tendrían que sumarse al análisis, como el tránsito vehicular que ejerce mucha influencia en los exteriores de equipamientos educativos.

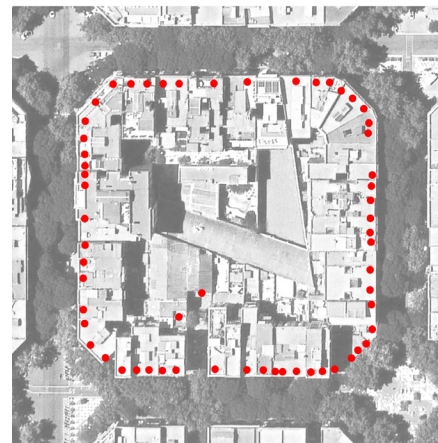
Los equipamientos culturales y recreativos también ejercen una fuerza atractora y que es complementada por la actividad comercial. Un caso relevante es el de la Biblioteca Joan Oliver: su ubicación en la calle Comte Borrell lo pone en una situación privilegiada. Este equipamiento cultural es el que mayor cantidad de locales comerciales activos tiene en un radio de 100m, se ha podido ver que los locales comerciales ejercen cierta complementariedad, específicamente aquellos bares o cafés que funcionan de día: la gente va por un libro y luego se sienta en una terraza a leer.

En el caso de los equipamientos recreativos como parques o áreas de descanso que se encuentran en el espacio público, estos sirven de receptores después de haber realizado alguna actividad de consumo/compra, para ello, es importante notar que mientras más directa sea la relación mayor será la dinámica: las personas compran un helado y luego se sientan en una banca del parque, pero si la relación con este espacio es indirecta, es probable que no elijan quedarse a menos que su objetivo principal fuese de realizar alguna actividad lúdica. Este contraste se pudo notar en los Jardins dels Tres Tombs, cuyo ingreso es por la calle Calabria y la calle Manso y los jardines ubicados en la calle mistral entre Viladomat y Calabria.

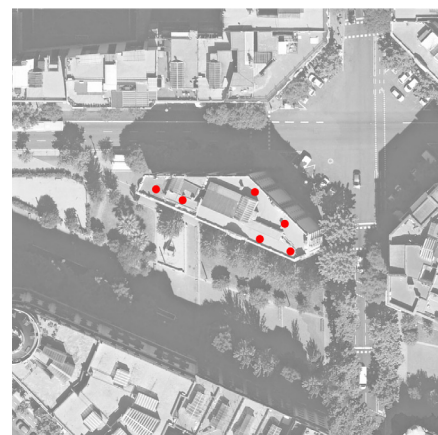
El Centro de Atención Primaria Manso (CAP Manso) el único equipamiento sanitario público dentro del barrio asiste a cuatro áreas de referencia de atención primaria: el barrio de Poble Sec, Universitat, barrio Sant Antoni y vía Roma. La afluencia de personas diariamente establece una dinámica particular en esta parte del barrio, desde muy temprano hasta muy tarde hay gente en la calle. Una farmacia, una óptica, dos cafeterías, dos bares, una frutería y dos paradas de autobuses son lo primero que uno ve si da una mirada alrededor del ingreso principal. Comercios complementarios que sirven a los pacientes y vecinos dotan a la intersección de Manso y Calabria de un ambiente muy funcional, sin embargo, quizá por la estrechez del área peatonal o la escasez de mobiliario de descanso solo existe una dinámica de paso en este nodo de encuentro el cual pierde su potencial.

Los equipamientos de culto se distribuyen en los alrededores del barrio, algunos comparten el edificio con centros de enseñanza por lo que la apertura del recinto se mantiene de manera más constante acorde a los horarios de cada uno. La relación con los locales comerciales a 100m de radio no es tan intensa en aquellos que se ubican en parcelas grandes, sin embargo, se percibe una mayor relación en los más pequeños, no generan fachadas opacas en planta baja y la calle tiene mayor diversidad de actividades.

[Figura 27] Manzana con mayor cantidad de locales comerciales. Fuente: Elaboración propia



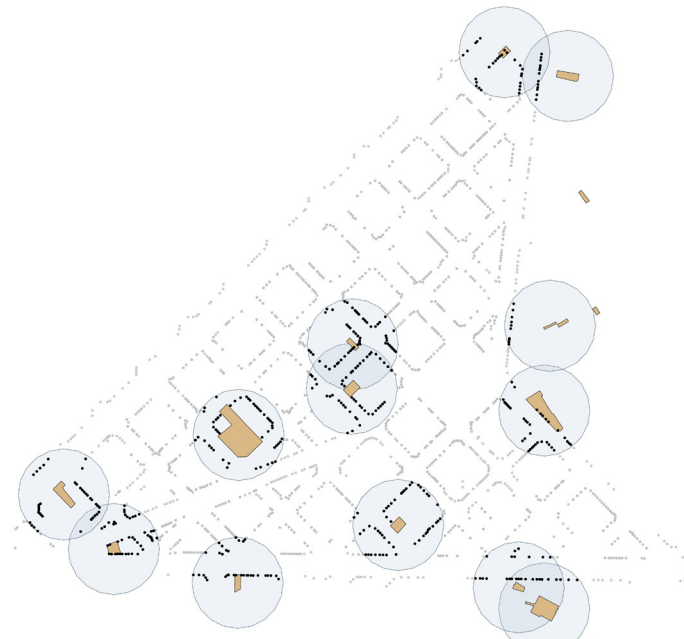
[Figura 28] Manzana con pocos locales comerciales. Fuente: Elaboración propia



Educación



Culto



Ocio



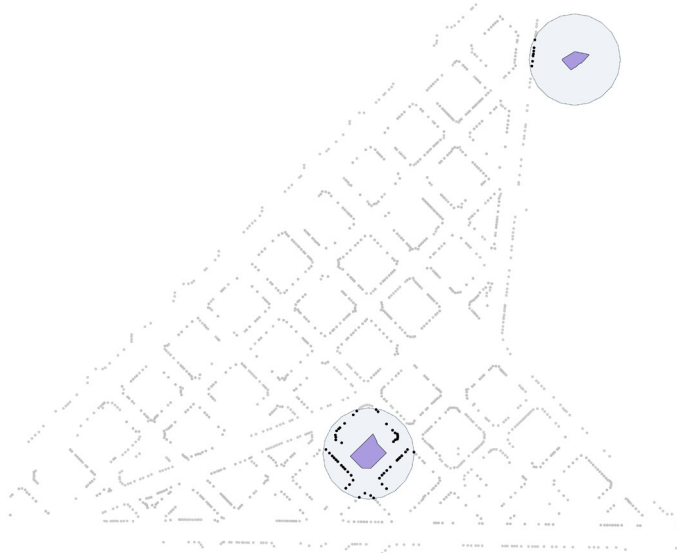
[Figura 29] Relacion de equipamientos con locales comerciales  
Fuente: Elaboracion propia



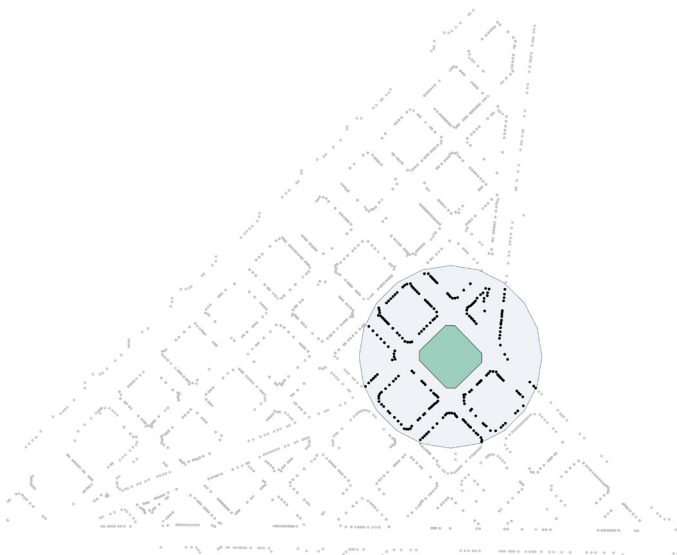
Deportivo



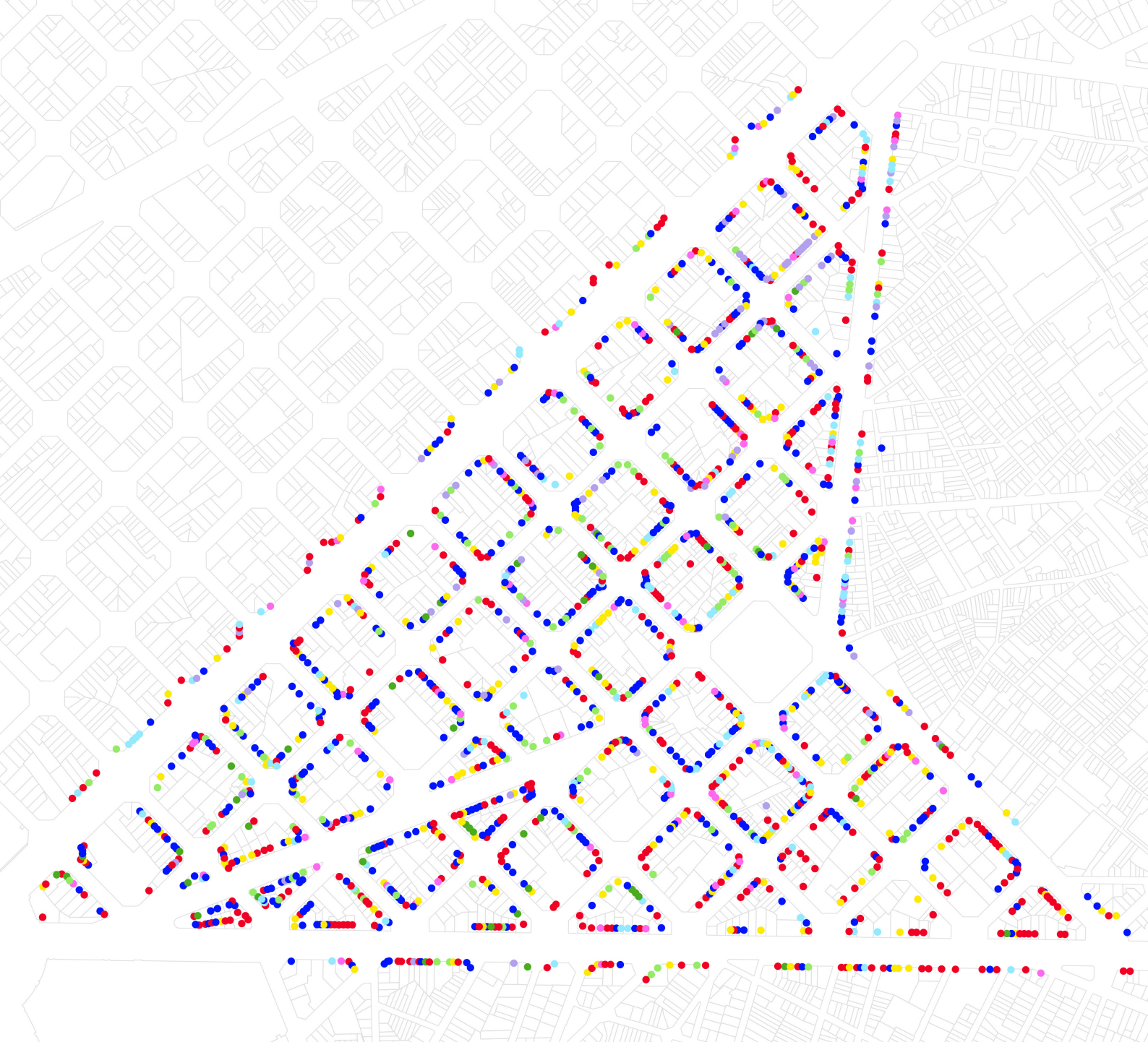
Salud



Mercados



[Figura 30] Relacion de equipamientos con locales comerciales  
Fuente: Elaboracion propia



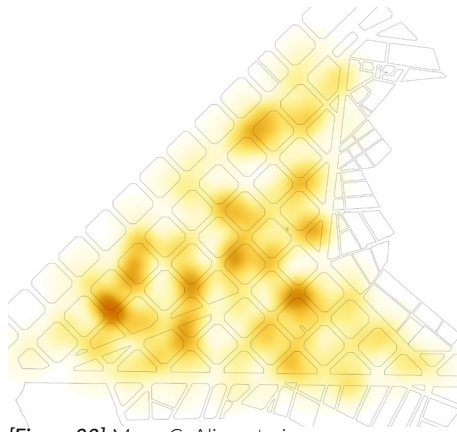
[Figura 31] Mapa de especialización de locales comerciales. Fuente: Elaboración propia.

## Especialización

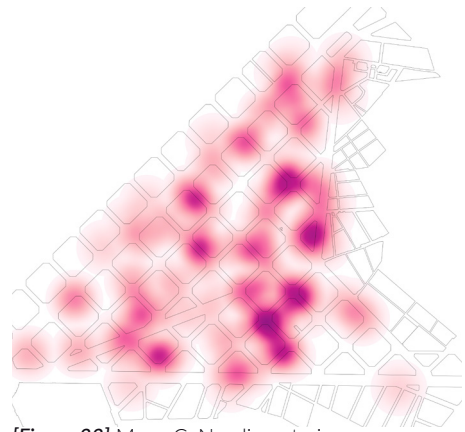
La especialización de la actividad comercial en el barrio se ha dividido en ocho categorías. Para ello se ha tomado como referencia las establecidas en el censo de actividades comerciales del año 2019. Estas categorías corresponden a: alimentario, cotidiano no alimentario, equipamiento del hogar, equipamiento personal, ocio y cultura, automoción, restauración y otros. A nivel general, la categoría predominante en el barrio es de "otros", seguido de la restauración, teniendo en tercer lugar el alimentario, con un 30%, 29% y 15% respectivamente.

La concentración de cada categoría varía, los locales comerciales dedicados a diversos sectores tienen una distribución por casi todo el barrio con menor intensidad entre las calles de M. de Campo Sagrado y Aldana, próximos a la intersección de la avenida Paralel y la Ronda Sant Pau. Contrario a los locales

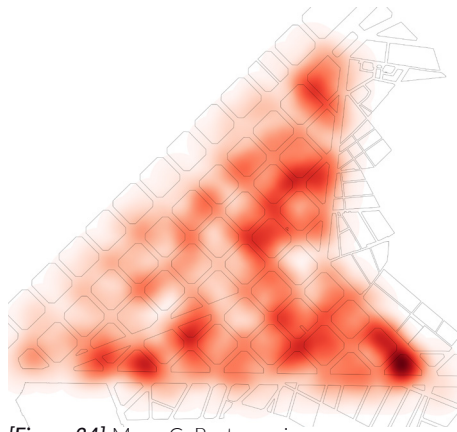
- ALIMENTO MASCOTAS
- ARREGLOS
- BAZAR
- COWORKING
- COMUNICACIONES
- ESOTERICO
- GESTORIA
- INMOBILIARIA
- GYM
- OPTICA
- ESTETICA
- GASOLINERA
- GRAFICAS
- GRANDES ALMACENES
- LAVANDERIA
- LOCUTORIO
- MAQUINARIA
- OTROS
- CAMBIO MONEDA
- ENVIO DINERO
- CLINICA
- SALA DE JUEGOS
- SALON DE JUEGO
- PELUQUERIA
- REFORMA
- ENVIOS PAQ
- VETERINARIA
- VIAJES
- TINTORERIA
- TRASTERO
- VENTA/REPARA MOVIL
- SOUVENIR
- CALZADO
- TEXTILES
- VESTIR
- JOYERIA, RELOJERIA
- EQUIP DEPORTIVO
- MERCERIA
- ELECTRONICA
- JUGUETES
- MUSICA
- PAPELERIA
- INFORMATICA
- LOTERIA
- LIBRERIA
- HERBOLARIO
- FARMACIA
- TABACO
- DROGUERIA, PERFUMERI
- BAR
- BEBIDAS
- CAFETERIA
- COMIDA PARA LLEVAR
- COMIDA RAPIDA
- HELADERIA
- BAR MUSICAL
- RESTAURANTE
- FRUTERIA
- DIETETICA
- PAN, PASTEL, LACTICO
- PESCADO
- CARNES
- SUPERMERCADO
- SUPERMERCAT
- MUEBLES
- COLECCIONISTAS
- ELECTRODOMESTICOS
- FERRETERIA
- FLORES
- MATERIAL REFORMAS
- MONEDAS
- A/V COCHE/MOTO
- A/V BICI/PATIN
- REPARA BICI/PATIN
- TALLER COCHE/MOTO



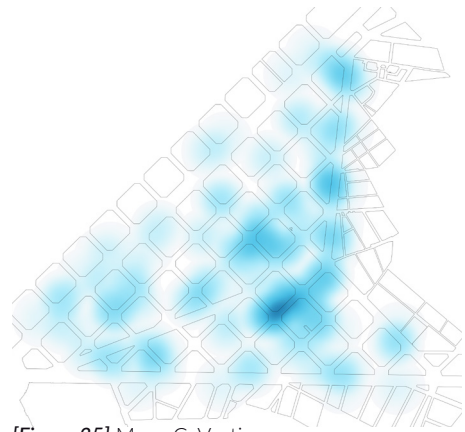
[Figura 32] Mapa C. Alimentarios  
Fuente: Elaboracion propia



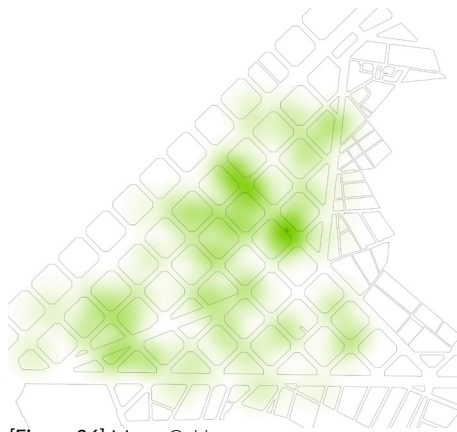
[Figura 33] Mapa C. No alimentarios  
Fuente: Elaboracion propia



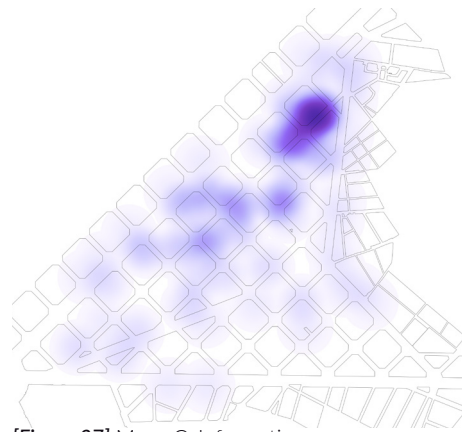
[Figura 34] Mapa C. Restauracion  
Fuente: Elaboracion propia



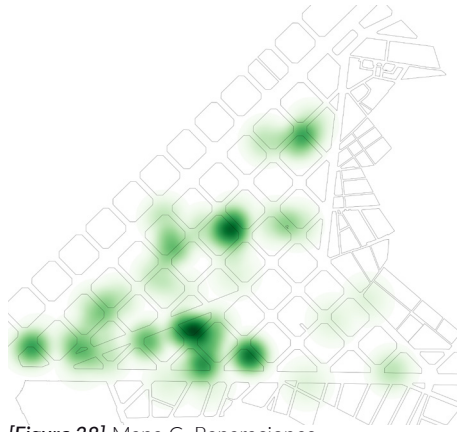
[Figura 35] Mapa C. Vestir  
Fuente: Elaboracion propia



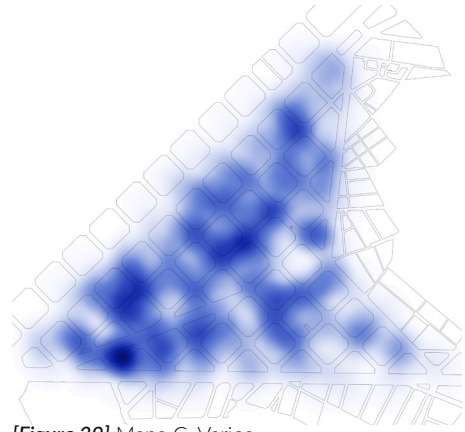
[Figura 36] Mapa C. Hogar  
Fuente: Elaboracion propia



[Figura 37] Mapa C. Informatica  
Fuente: Elaboracion propia



[Figura 38] Mapa C. Reparaciones  
Fuente: Elaboracion propia



[Figura 39] Mapa C. Varios  
Fuente: Elaboracion propia

destinados a restauración que su densidad se hace menor hacia la avenida Gran vía, pero logra saturarse entre Sant Pau y Paralel.

Fenómeno similar ocurre con los locales dedicados a la automoción, los cuales están localizados con mayor proximidad a la avenida Paralel y Gran Vía, a su vez se nota una distribución mas agrupada, generando puntos de intensidad por la concentración de varios locales dedicados al mismo sector. Por contraparte: la categoría de equipamiento de vestir abarca el lado opuesto de la automoción, la Ronda Sant Antoni y Manso son sus principales ejes de distribución.

Los locales dedicados a la venta de artículos de equipamiento del hogar forman su propio eje en la calle Comte d'Urgell, el resto del barrio también es abastecido en baja intensidad. Esto explica la cantidad de locales dedicados a la venta de muebles en dicha calle.

Otro fenómeno que se desprende es la concentración en puntos específicos de la misma categoría comercial en alimentarios, cotidianos no alimentarios y ocio y cultura. Esta última tiene una saturación importante en la calle Sepúlveda, entre Villarroel y Muntaner, lo cual se debe al número de locales dedicados a la informática y electrónica. En el caso de los alimentarios, su distribución es más homogénea en el barrio, exceptuando dos puntos de concentración. Pero en el caso de los no alimentarios, es decir, los herbolarios, farmacias, tabacos, droguerías y perfumerías, tienden a agruparse en pequeños núcleos distribuidos en casi todo el barrio, en calles interiores y próximos al mercado de Sant Antoni.

Estos patrones de ubicación de la especialización del comercio nos llevan a definir el comportamiento del barrio desde la perspectiva del comercio.

Quienes vivan más cerca a la Gran Vía y la Plaza España, requerirán desplazarse más para acceder a algún bar o lugar donde tomar un café, ya que los pocos que existen serán insuficientes. Esto podría condicionar no solo el aspecto de la movilidad, sino justamente el tema de la interacción entre residentes de un mismo barrio.

Como también, el eje Sant Antoni/Manso sería una muy buena opción para quien busque comprar ropa o calzado, y al salir del barrio en dirección a Plaza Universitat podría fácilmente acceder a las grandes tiendas comerciales del centro. Este eje, podría crear una especialización similar a la ocurrida en calle Sant Pau en el Raval, en donde la venta y reparación de celulares se ha tornado en la característica principal del recorrido. (Pagliarin, 2012)

Del mismo modo, así como la saturación de locales de restauración en la calle Parlament ha motivado a la administración pública a regular las licencias de usos, habría que evaluar que tanto potencial tiene este eje y los desequilibrios que pueda causar más adelante. Los vecinos no solo requieren un tipo de comercio, sino una diversidad que les abastezca en sus necesidades diarias.

La misma observación se dirige al caso de la calle Sepúlveda, saturada de locales dedicados a la informática y electrónica que estarían restando oportunidad para otros tipos de comercios, creándose un monocultivo no tan beneficioso. Sin embargo, esta ubicación los ha ayudado a extender sus servicios no solamente a los vecinos, sino que su mercado es a nivel de ciudad por su proximidad al centro y a vías principales.



## RESULTADOS DE LA ENCUESTA

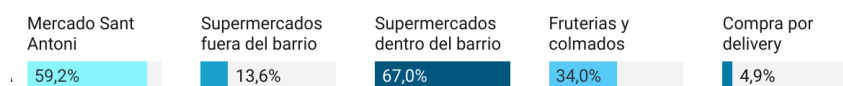


[Figura 40] Mujer entrevistada en calle Comte Borrell. Fuente: Fotografía propia.

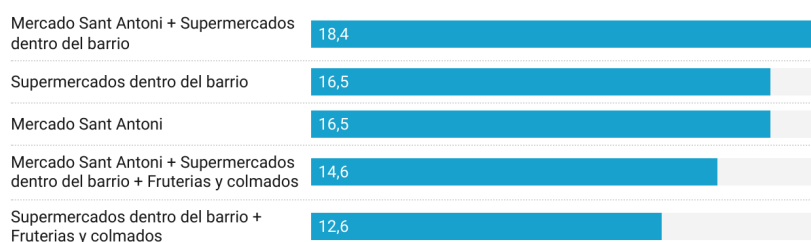
Los cuestionarios fueron realizados a 200 personas, con el objetivo de tener mayores luces sobre la tendencia de los residentes del barrio de Sant Antoni en relación con sus hábitos, preferencias y demandas. A continuación presentaré los datos obtenidos más relevantes para esta investigación.

Del total de la muestra, el 24% de los que respondieron el cuestionario fueron mayores de 65 años, mientras que el resto de personas oscilan entre 18-65 años, lo cual representa el 76% restante.

Entre las primeras preguntas realizadas, se quiso saber los lugares de preferencia de compra de productos alimentarios; la forma de responder fue multirespuesta por lo que al procesar los resultados, estos mostraron que los dos lugares de compra preferidos son los supermercados dentro del barrio y el Mercado Sant Antoni; los primeros tienen un valor de 67% y el segundo un valor de 59,2%.



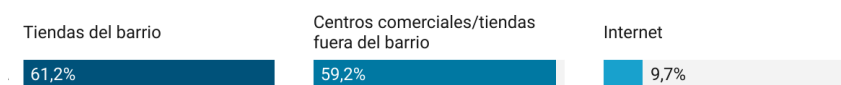
Del mismo modo, en esta pregunta también se trató de conocer qué combinación de compra es la que más predomina en los encuestados. Los resultados arrojan que los dos lugares mencionados anteriormente están entre las principales combinaciones de compra alimentaria, colocando a las fruterías y colmados a continuación. Así, la combinación más respondida fue que hacen sus compras en el Mercado de Sant Antoni y en supermercados que están dentro del barrio.



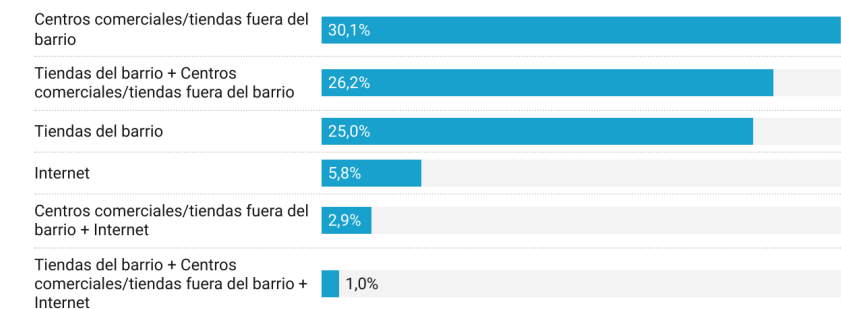
Además, si nos fijamos solo en los encuestados mayores de 65 años, el 72% de este grupo ha nombrado más al Mercado Sant Antoni de manera individual o combinada como un lugar donde realiza sus compras. Del mismo modo, los supermercados fueron mencionados de manera individual o combinada por el 72% de este mismo grupo. Sin embargo, en el grupo de 18-65, solo el 54% ha mencionado al Mercado Sant Antoni entre sus lugares de compra de alimentos. Mientras que el 70% prefiere ir a un supermercado dentro del barrio. Por lo que la tendencia de la gente más joven se inclina por lugares de compra masivos.

Es de destacar que el Mercado Sant Antoni, así como otros mercados municipales, ocupan una misma ubicación con otras cadenas de supermercados. Además, existen 6 supermercados más en un radio de 200m, por lo que la proximidad jugaría un papel importante en la preferencia de los vecinos

Seguidamente, ante la pregunta ¿Dónde realiza el resto de las compras (ropa, calzado y artículos del hogar)? Los resultados obtenidos nos indican que las tiendas del barrio y los centros comerciales son los principales puntos de compra, los primeros ascienden a un 61,2% mientras que los segundos a 59,2%, mientras que las compras por internet tan solo se ubican por debajo del 10 %.

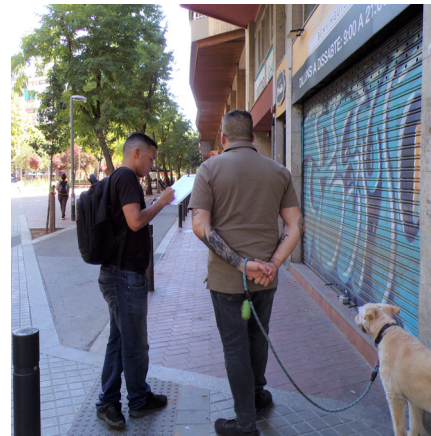
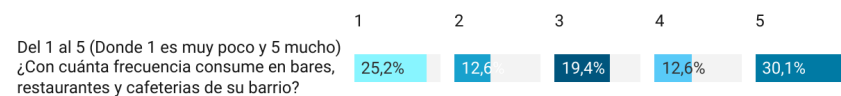


Al revisar las combinaciones de estas opciones, el 30,1% de los encuestados realiza el resto de las compras del hogar solamente fuera del barrio en tiendas o centros comerciales. Del mismo modo, este lugar de compra es combinado con las tiendas de barrio y las compras en línea tal como se observa en el siguiente gráfico.



Cuando se analizan estos datos por rangos de edad, el 68% de las personas mayores de mas de 65 años compra solo en tiendas del barrio, el resto alterna entre estas y centros comerciales, pero ninguno compra en línea. En cambio, en la población entre 18-65 años la predominancia en las respuestas ubica a los centros comerciales solos en primer lugar con un 33%, y en combinación con las tiendas de barrio en segundo lugar con un 30%. Estos resultados son similares a los recogidos de manera general.

También se quiso saber sobre el consumo en lugares de restauración y los lugares donde los residentes indican tener más interacción con otras personas. Los resultados arrojados nos indican que el 30,1% de la gente frecuenta mucho bares, restaurantes y cafeterías, tal como lo muestra el siguiente gráfico.

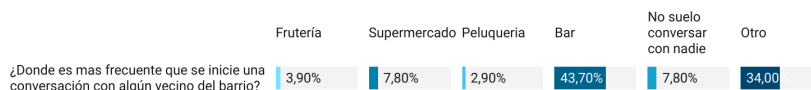


[Figura 41] Hombre entrevistado en avenida Mistral. Fuente: Fotografía propia.

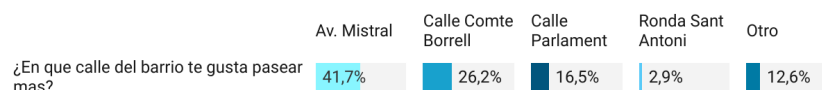


[Figura 42] Encuesta realizada a residentes del barrio. Fuente: Fotografiapropia.

A su vez, al preguntarles ¿Dónde es más frecuente que inicie una conversación con algún vecino del barrio? un 43,7% indican que es más frecuente conversar en un bar, ya sea porque se encuentran de casualidad o porque pactan una reunión. Sin embargo, otra respuesta que resalta es "Otros": al preguntarles por esos otros lugares, respondieron que suelen iniciar una conversación dentro de la finca donde viven o en algún parque o área de descanso del barrio.



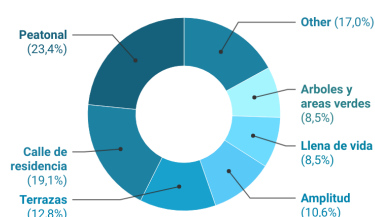
Pasando a las preguntas relacionadas con el espacio público, se quiso saber las preferencias de lugares de paseo dentro del barrio. Esto con el objetivo de determinar cuáles son las calles que tendrían un mayor movimiento de personas y cuáles son las razones por las que las prefieren. En las respuestas encontramos que el 41,7% prefiere pasear por la Avenida Mistral, mientras que el 26,2% en la calle Comte Borrell. En tercer lugar se ubica la calle Parlament con el 16,5%.



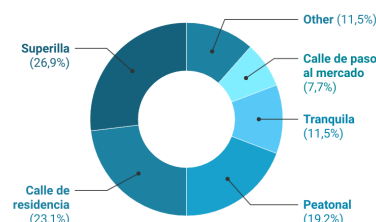
Al revisar las respuestas de los que respondieron la avenida Mistral, entre las razones que les motivan a elegir esta avenida está en primer lugar el carácter peatonal que tiene, el cual alcanzó un valor de 23,4% mientras que el segundo motivo de preferencia es que su vivienda se encuentra en algún tramo de esta calle, por lo que se convierte en una calle de recorrido cotidiano. En tercer lugar se encuentran las terrazas como un elemento que atrae y los motiva a pasear por aquí.

Pasamos a las respuestas de los que eligieron la segunda calle, la calle Comte Borrell. Notamos que los motivos de esta elección están relacionados a la Superilla en primer lugar, seguidamente el motivo de ser la calle de residencia aparece de nuevo con un 23,1%. El carácter peatonal de esta calle también es un motivo importante para las personas que eligen pasear por aquí, del mismo modo que consideran que es una calle tranquila sin ruidos excesivos o mucha aglomeración de gente.

Preferencia Calle Mistral



Preferencia Calle Borrell





## ENTREVISTA SANT ANTONI COMERÇ

Para conocer un poco más sobre la actividad comercial y la situación que enfrenta en la actualidad el barrio, se tuvo una entrevista con el coordinador general de Sant Antoni Comerc Ramon Puig -Oriol. Desde Sant Antoni Comerc se busca potenciar el comercio de proximidad además de participar en decisiones relacionados al barrio como la reforma que se hizo al mercado Sant Antoni, o cuando hubo el boom de la restauración en la calle Parlament.

En primer lugar, se habló de lo que viene ocurriendo en los últimos meses: el problema de la pandemia y sus repercusiones en la economía han afectado de manera importante a los comerciantes y pequeños empresarios del barrio. Desde la asociación se ha implementado una red solidaria y se ha aumentado la promoción de cada negocio a través de redes sociales y otras formas de publicidad. También se ha apoyado en la gestión de ayudas y coordinación con la administración pública para reactivar el comercio. Ramon nos comenta que uno de los sectores que ha sido muy afectado es el de la ropa, ya que la mayoría de los clientes eran de fuera, pero debido a la pandemia y a la apertura paulatina de los locales los clientes han dejado de comprar. Sin embargo, esperan que progresivamente se vayan recuperado.

Asimismo, Ramon considera que la reforma del Mercado Sant Antoni ha ayudado mucho en la actividad comercial de todo el barrio, ya que este atrae más clientes y visitantes. En los últimos años a aumentado hasta 50mil , por los que en los pocos años que lleva se ha visto un impacto positivo. Sin embargo, debido a la pandemia no se puede evaluar del todo las repercusiones que puede tener en la vida de los vecinos y comerciantes.

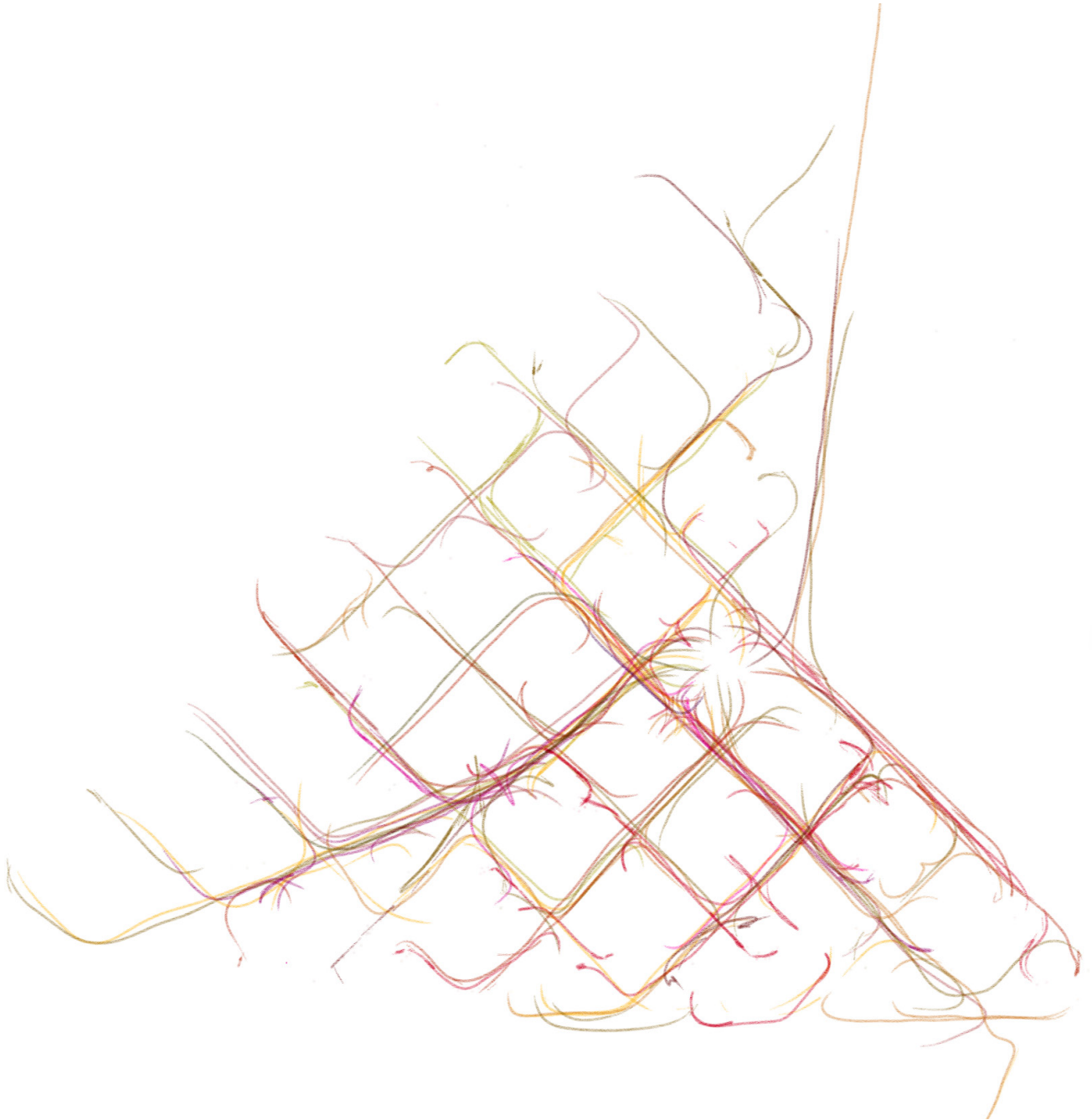
Del mismo modo, otro hecho que no puede pasar por alto es el tema de las supermanzas. El coordinador general ve con buenos ojos el impacto que está teniendo sobre al barrio, sin embargo, algo que el resalta mucho es que luego de su implementación en las calles Borrell y Parlament no se le ha dado el mantenimiento correspondiente, acumulándose basura y teniendo las plantas sin cuidar. Como vecinos, han hecho llegar sus quejas y en los últimos meses han observado una mejora, pero que aún no es del todo satisfactoria. Respecto al impacto que ha tenido en los comercios, Ramon no considera que esté ocurriendo una gentrificación comercial, y si lo hubiese aún es incipiente y casi imperceptible.

Respecto a los problemas que se vienen dando en el barrio, la saturación de locales de restauración en la calle Parlament es uno de ellos, del mismo modo los problemas de incivismo han ido incrementando desde hace un año en la Ronda Sant Antoni y en la ronda Sant Pau: en ambos casos han habido muchas quejas por parte de los vecinos.

Otra problemática que destaca Ramon es que la gentrificación de la vivienda se viene notando con más fuerza, esto dificulta la integración del barrio ya que los vecinos de siempre se van y son reemplazados por personas que no se integran rápidamente o no se involucran.



[Figura 43] Local de atención de Sant Antoni Comerc. Fuente: Google Maps



[Figura 44] Mapa de rutas seguidas por los vecinos al realizar compras o consumir en algún local. Fuente: Elaboración propia.



[Figura 45] Madre e hija marcando sus recorridos de compra



[Figura 46] Pareja marcando sus compras familiares

## RECORRIDOS DE COMPRA

---

Appleyard (1981), en su libro *Livable cities* muestra las rutas que siguen los residentes de un barrio en la ciudad de San Francisco para encontrarse con amigos. Los resultados demostraron que en calles con mayor tránsito vehicular la relación entre vecinos de diferentes lados de la calle era mínima, pero en aquellas calles donde el tránsito vehicular era reducido, encontró conexiones más fuertes y más diversas.

Si queremos encontrar lugares de oportunidad de socialización, debemos conocer dónde suele comprar la gente y qué recorrido hace. Es muy probable que en el camino que elige hay elementos que lo atraen y personas con las que socializa. Por tal motivo se ha realizado un ejercicio que nos muestre las rutas que la gente sigue, el cual se aplicó en las calles Mistral y Parlament. Con un mapa del barrio colocado en un lugar visible, se invitó a que la gente que transitaba dibujase el recorrido desde su casa hasta tres lugares donde suele consumir o comprar regularmente. No se pretende que sea un mapa concluyente, pero sí uno sugerente, ya que solo se aplicó en dos calles.

De esos mapas se ha obtenido una telaraña de recorridos. En primer lugar se nota un flujo muy fuerte en Mistral, Parlament y Borrell: esto responde a que la gente interceptada ya estaba realizando este recorrido. Sin embargo, se ha podido recoger otros aspectos relevantes, como que la mayoría de personas incluye en su ruta al Mercado de Sant Antoni ya sea por su aspecto central en los recorridos dentro del barrio como también por su importancia en las preferencias de compra.

La calle Comte Borrell hace de eje articulador y la avenida Mistral atrae personas desde el otro extremo del barrio que está próximo a plaza España.

Asimismo, este ejercicio permitió generar una conversación con el 70% de personas que se dispusieron a participar, ya que se mostraron interesados en saber cuál era el objetivo, por lo que se aprovechó el momento para recoger opiniones, pedidos y/o quejas. Entre los temas que se hablaron se encontraron:

- La disconformidad en la reducción de aparcamientos a causa de la superilla
- La necesidad de mayor mantenimiento de las áreas verdes en la calle Borrell
- La posibilidad de paseo y estancia en las nuevas calles peatonales
- Lo contentos que están de vivir en este barrio
- La importancia que tiene el mercado Sant Antoni en su vida diaria
- La cercanía de su vivienda a muchos lugares de interés

Finalmente, luego de las conversaciones, se ha tenido una impresión general que a la gente le agrada vivir en este barrio. A pesar de estar en el centro de la ciudad, ellos creen que aún se tiene cierta tranquilidad y vida de barrio. Les agrada que haya terrazas, lugares para jugar y sentarse y que haya calles llenas de vida. Incluso algunas personas que viven en el barrio de Poble Sec y estaban de paso se animaron a comentar que siempre vienen a Sant Antoni a hacer compras y a pasear. Una de ellas expresó que se identifica más con Sant Antoni que con el barrio donde reside.

## ESCALA S



**[Figura 47]** Calles estudiadas dentro del barrio de Sant Antoni.  
Fuente: Elaboración propia.

## Análisis de la vida pública

Para el análisis de esta escala se han tomado ocho tramos de calles en las que se realizó un análisis de los locales comerciales existentes, el conteo de personas en movimiento y el mapeo de actividades estáticas. Estos resultados constituyen una parte fundamental en esta investigación para conocer la dinámica que sigue la población.

Las calles analizadas son:

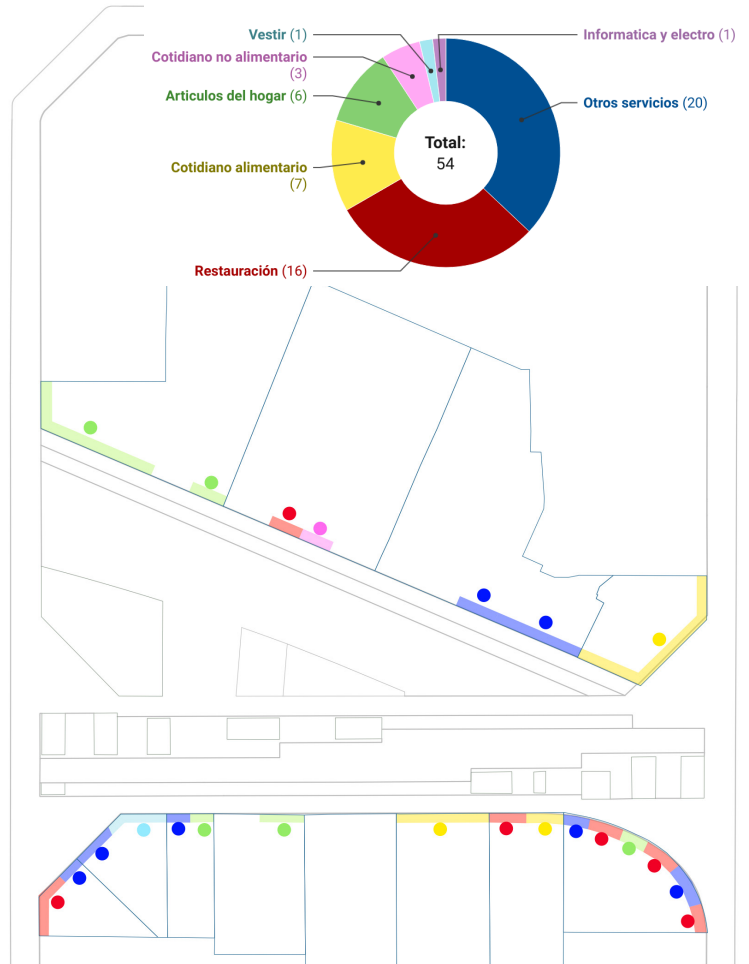
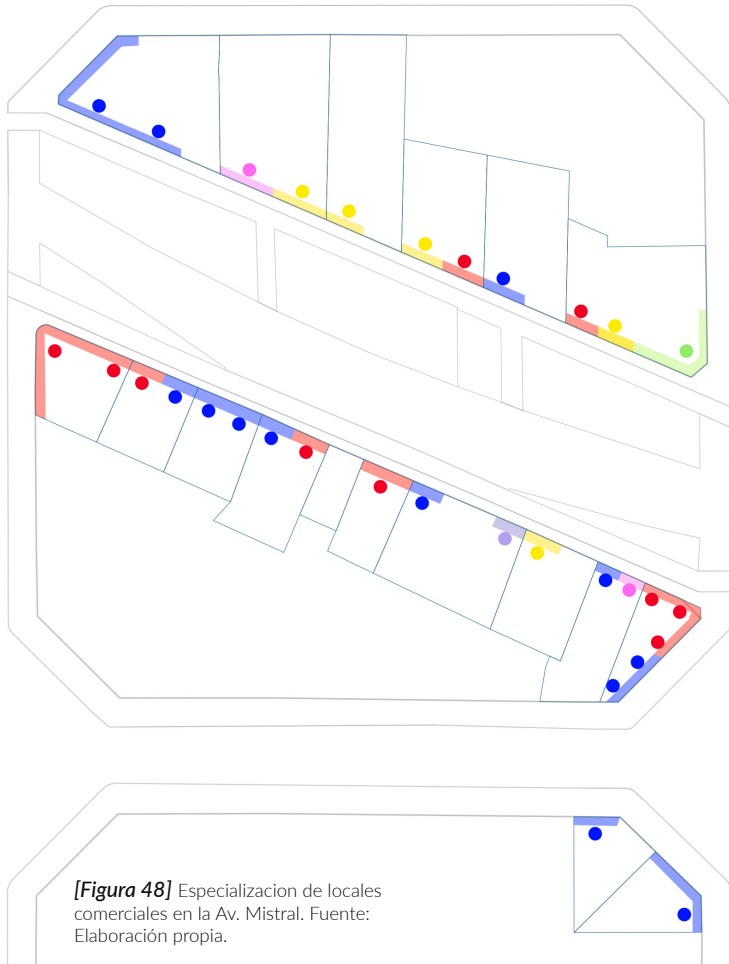
- Mistral
- Comte Borrell
- Parlament
- Sepúlveda
- Ronda de Sant Pau
- Ronda Sant Antoni
- Gran vía de les Corts Catalanes (en adelante Gran Vía)
- Paral·lel

Estas calles se han elegido por la importancia y las características que poseen que son relevantes para el estudio.

	Calle interior	Calle Exterior	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Superilla</li> <li>• Calle conectora con el Ensache Izquierdo</li> </ul>	Comte Borrell	Gran Vía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avenida que divide el barrio Sant Antoni y La nova Esquerra de l'Eixample</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calle principal</li> <li>• Calle peatonal</li> </ul>	Mistral	Ronda Sant Antoni	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vía principal conectora con el centro</li> <li>• Calle peatonal</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Superilla</li> <li>• Calle conectora con el Barrio de Poble Sec</li> </ul>	Parlament	Paral·lel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avenida que divide el barrio de Poble Sec y Sant Antoni</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poco uso del espacio público</li> <li>• Calle Vehicular interior</li> </ul>	Sepúlveda	Ronda Sant Pau	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poco uso del espacio público</li> <li>• Calle vehicular exterior</li> </ul>

En las actividades que desarrollan las personas en el espacio público se clasificaron seis para el presente estudio: consumiendo, que puede ser comprar en alguna tienda, frutería, comer o beber en algún local de restauración o estar esperando el turno de atención; sentados, cuando están descansando en algún banco o mobiliario existente, en el suelo o en algún área verde; parados, son las personas que están de pie esperando a alguien, están conversando en un grupo, están con el móvil atendiendo llamadas o están detenidos porque están paseando al perro; jugando, son quienes se encuentran realizando actividades lúdicas, en su mayoría son niños, pero también se incluyen los padres que los acompañan o grupos de amigos con algún juego de ajedrez o de tipo juegos de mesa; trabajando, se han incluido a quienes están atendiendo en los locales de restauración, aquellos quienes hacen limpieza en las calles, o gente que esta descargando mercancías en camiones o furgonetas; durmiendo, se ha incluido esta categoría porque se han observado casos de personas que duermen en portales de edificios o en bancas.

# MISTRAL



Specialization	N
BAR	8
INMOBILIARIA	4
PELUQUERIA	4
RESTAURANTE	4
REFORMA	3
SUPERMERCAT	3
CLINICA	2
COMIDA PARA LLEVAR	2
FLORES	2
HERBOLARIO	2
MATERIAL REFORMAS	2
PAN, PASTEL, LACTICO	2
BAZAR	1
BEBIDAS	1
DROGUERIA, PERFUMERI	1
ESTETICA	1
FERRETERIA	1
FRUTERIA	1
GESTORIA	1
GRAFICAS	1
HELADERIA	1
INFORMATICA	1
LAVANDERIA	1
MUEBLES	1
SUPERMERCADO	1
TINTORERIA	1
VENTA/REPARA MOVIL	1
VESTIR	1

El tramo estudiado en la avenida Mistral alberga 54 locales comerciales activos. Existen dos categorías predominantes: en primer lugar, con 20 locales se encuentran aquellos dedicados a diversos servicios como peluquerías, venta y reparación de móviles, reformas, tintorería, gestorías, estéticas, clínicas de belleza, inmobiliarias, diseño gráfico y bazares. En segundo lugar encontramos 16 locales dedicados a la restauración como bares, venta de bebidas, comida para llevar, heladerías y restaurantes. Del mismo modo, en tercer y cuarto lugar encontramos aquellos que se especializan en la venta de productos cotidianos alimentarios y a artículos del hogar, con 7 locales y 6 locales respectivamente.

Entonces, podemos decir que en este tramo de la avenida Mistral la especialización del comercio está dedicada a los servicios y a la restauración con cantidades próximas en cuanto a recintos en planta baja. Además es importante destacar que las plantas bajas no están completamente ocupadas por locales comerciales, sino que también existen parkings, fachadas ciegas y otras actividades no relacionadas a esta investigación.

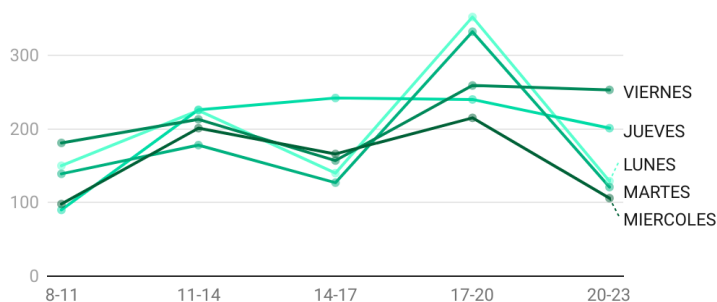
[Figura 49] Numero de locales comerciales por especialidad. Fuente: Elaboración propia.

## Personas en movimiento

En esta sección se aborda la cantidad de personas en movimiento. El conteo se ha realizado entre las 8h y 23h, cinco veces durante 10 minutos al día. El punto de conteo denominado transecto se ubicó en el inicio de la avenida, en la intersección con la calle Viladomat.

Para entender el comportamiento de los peatones se han resumido los resultados en franjas horarias, días y edades. La franja horaria con menos flujo de gente es entre las 8h-11h y la franja horaria donde hay un flujo mayor es entre las 17h y 20h. Los picos más altos registrados han sido el lunes y martes entre las 17h-20h, con un valor de más de 300, mientras que el pico más bajo ha sido el jueves entre las 8h-11h, con un valor menor a 100.

Asimismo, se observa que los horarios de 20h-23h difieren entre los días lunes, martes y miércoles respecto al jueves y viernes, ya que en estos últimos se incrementa considerablemente el número de personas, lo que se relaciona con la llegada del fin de semana y la tendencia a salir más fuera de casa.



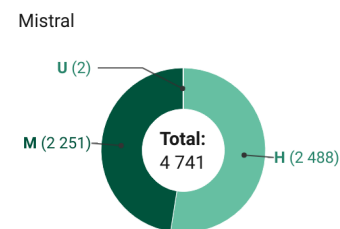
[Figura 50] Evolución del movimiento de personas por día y franja horaria

En cuanto a la edad y sexo de las personas que transitan, el grupo predominante es de los jóvenes/adultos entre 19-64 años, con un total de 3611 personas, seguido de los adultos de más de 65 años, con un total de 399 personas.

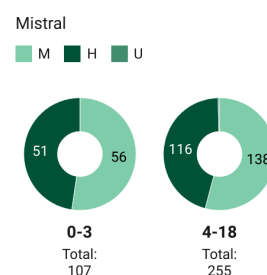
Además, las personas que se desplazan haciendo uso de bicicletas o patinetes ascienden a un total de 369. Este es un grupo importante ya que la avenida Mistral por su carácter peatonal y por ser una avenida amplia se presta para el tránsito en estas modalidades.

También es importante resaltar que hay una gran presencia de menores de edad que circulan por este lugar. Entre 0 y 18 años transitan unos 362 menores, en su mayoría acompañados de sus padres. Los dos juegos recreativos que existen en el tramo seleccionado de la avenida podrían representar uno de los motivos para su desplazamiento por esta zona, así como la presencia de colegios e institutos cercanos.

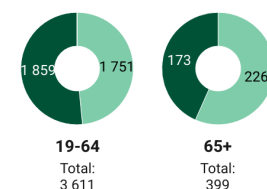
Al analizar los resultados del conteo por sexo podemos ver que la cantidad de hombres y mujeres tiene una diferencia no muy significativa, con un valor total de 2251 mujeres y 2 488 varones. Dentro del conteo realizado no se pudo definir el sexo de 2 personas, por lo que se ha incluido este valor como U (unsure). Sin embargo, existe una predominancia importante del uso de bicicletas y patinetes por parte de los varones.



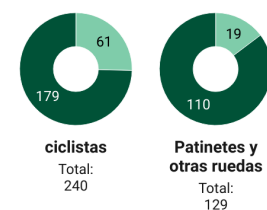
[Figura 51] Numero total de personas por sexo que se desplazan por la avenida Mistral



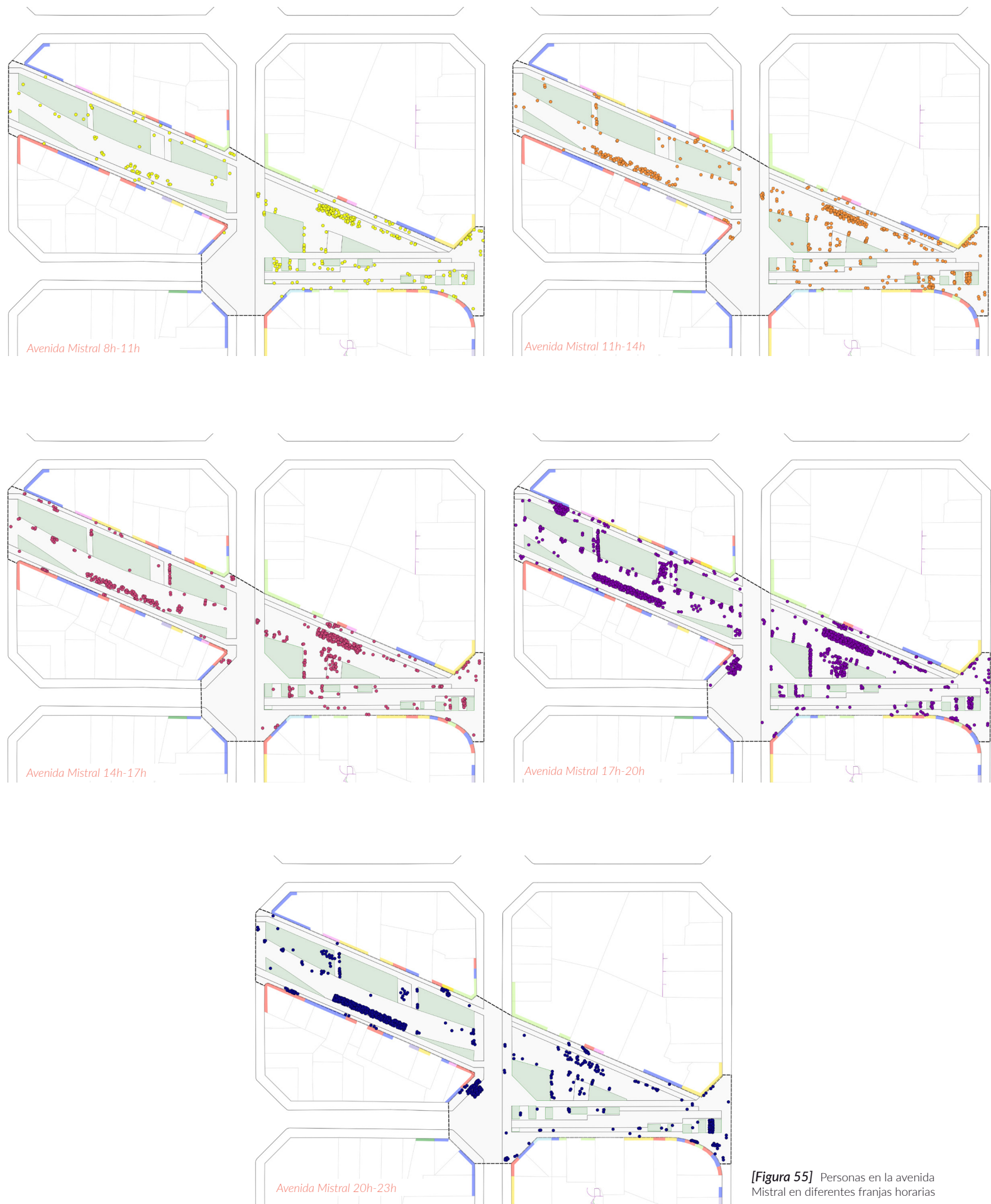
[Figura 52] Numero de personas por sexo entre 0 y 18 años que se desplazan por la avenida Mistral



[Figura 53] Numero de personas por sexo entre 19 y +65 años que se desplazan por la avenida Mistral



[Figura 54] Numero de personas por sexo que se desplazan en bicicleta y otras ruedas por la avenida Mistral

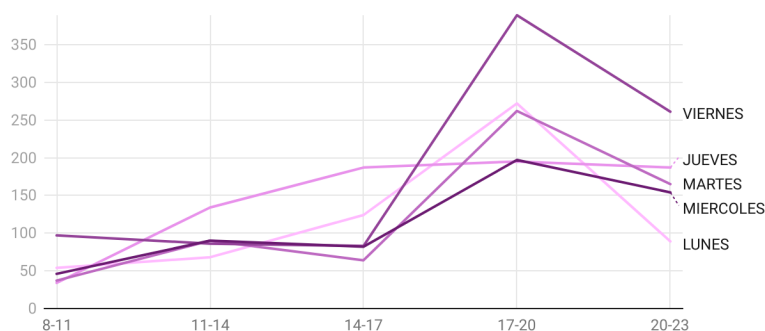


[Figura 55] Personas en la avenida Mistral en diferentes franjas horarias



## Actividades estacionarias

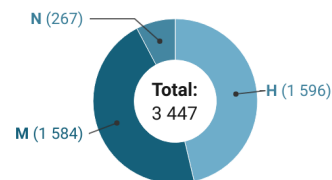
En esta sección se ha realizado un mapeo de las actividades que las personas realizan en el espacio público y un conteo de las mismas. Se ha contabilizado un total de 3447 personas en la avenida Mistral, el número de hombres y mujeres tan solo difiere en 12, por lo que tendrían un porcentaje similar, mientras que los niños ascienden a un valor de 267 es decir un 7,7% del total. En la imagen 45 podemos ver la evolución de la ocupación del espacio público a lo largo del día, desde las 8h hasta las 23h en la avenida Mistral. Esta evolución se puede mirar también por días de semana en la imagen 46; la tendencia es ascendente desde las 8h y tiende a bajar ligeramente entre las 14h-17h, posteriormente se registra un incremento elevado entre las 17h y 20h los lunes, martes, miércoles y viernes, y tiende a disminuir a partir de las 20h. Es de resaltar el día viernes en que los valores incrementan a un total de 389 entre las 17h y 20h y descienden a 261 a partir de las 20h, valores elevados sobre el promedio general de cada conteo realizado.



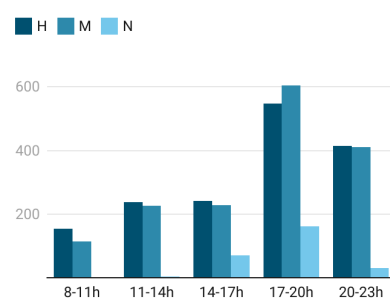
[Imagen 46] Evolución del uso del espacio público en la Av. Mistral

Del mismo modo se ha analizado la cantidad de personas por sexo que utilizan el espacio público a lo largo del día. Los resultados arrojan que desde las 8h a 17h los varones son los que predominan ligeramente en el uso de la calle, posteriormente existe una incorporación de niños entre las 14 y 17h. A partir de las 17h son las mujeres quienes salen más a realizar actividades, imponiéndose sobre los varones con un valor de 600 e incrementando el número de niños al mismo tiempo. A partir de las 20h, la diferencia entre ambos sexos solo es de 5 personas, por lo que es el horario en donde hay cierta igualdad en la cantidad de personas de ambos sexos.

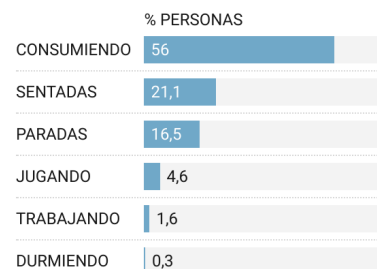
El mapeo de actividades que realizan las personas en el espacio público ha evidenciado algunos puntos importantes. El primero, es que más de la mitad de la gente, es decir un 56% que equivale a 1929 personas, está consumiendo, ya sea comprando, comiendo, bebiendo o simplemente esperando su turno para ser atendido. El 21,1%, unos 728, esta realizando actividades pasivas como conversar en una banca, estar sentados leyendo o contemplando en algún lugar de la calle. A esto le sigue las personas que están de pie con un 16,5%, un 4,6% jugando y un



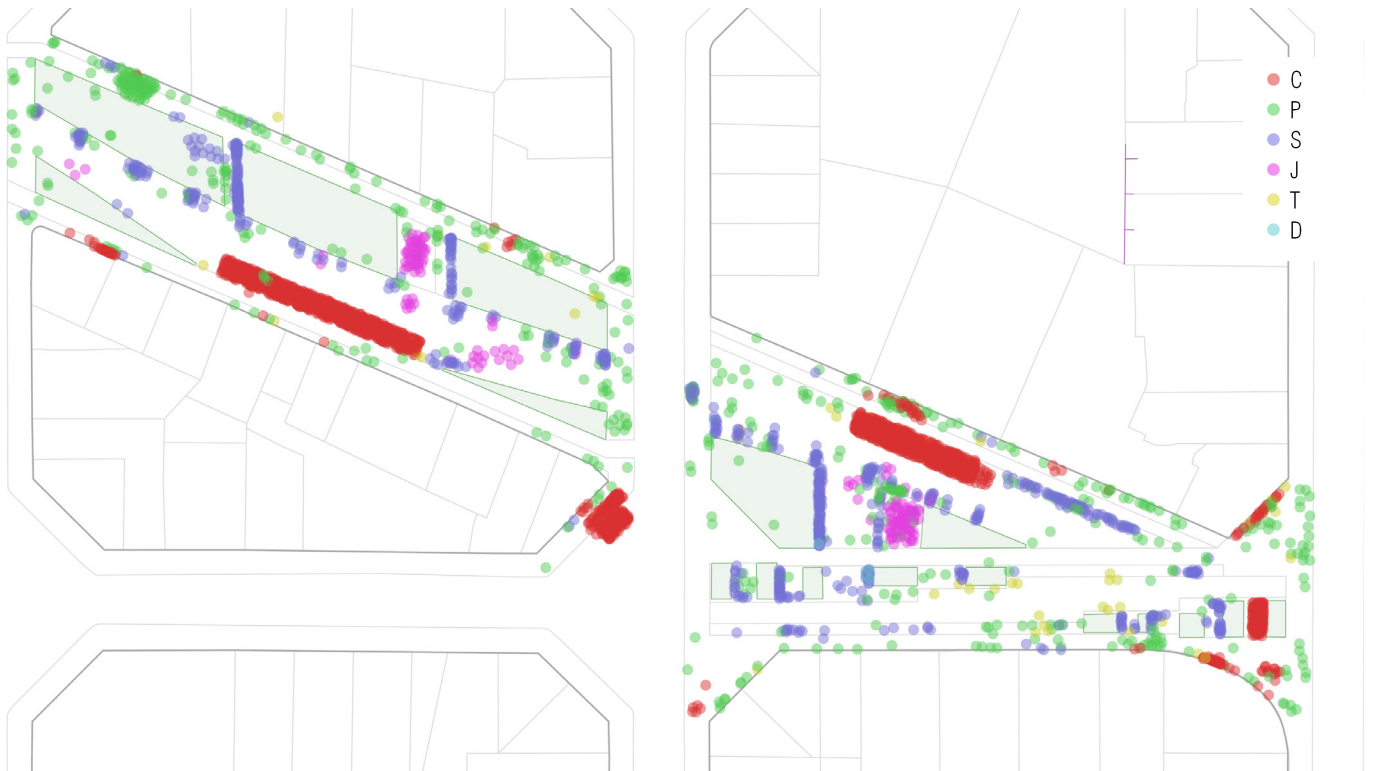
[Figura 56] Número de personas por sexo que hacen uso del espacio público en la Av. Mistral



[Figura 57] Evolución del número de personas por sexo y franja horaria



[Figura 58] Tipo y porcentaje de actividades realizadas en el espacio público



[Figura 59] Mapa de actividades realizadas en la avenida Mistral

0,3% durmiendo. Este ultimo valor equivale a 9 personas contabilizadas durante el mapeo.

El mapa de actividades (ver figura 59) nos muestra la ubicacion y distribucion de estas actividades a lo largo de todo el tramo de la avenida Mistral. Las actividades de compra/consumo se aglomeran en ocho terrazas y fuera de tres locales comerciales de otras especialidades. La gente que está sentada, se concentra próxima a las terrazas principales y a los juegos infantiles, haciendo uso del mobiliario urbano dispuesto desde donde pueden contemplar la vida pública del barrio. Por otro lado, la gente que está de pie se dispersa por toda la calle, buscando la sombra de un árbol, la pared de algún edificio donde apoyarse o un punto llamativo donde quedar con alguien.

Las actividades lúdicas de juegos están bien marcadas y son pocos los niños que se atreven a jugar fuera del área de juegos, lo cual es contradictorio siendo una calle pacífica, aunque llena de vida. Las dos ultimas actividades mapeadas corresponden a dormir y trabajar, ambas casi desapercibidas, pero hay una ligera concentración recurrente frente al supermercado Bon Preu, donde aparcen camiones regularmente.

Notamos que existen dos puntos específicos donde se concentra el mayor volumen de personas, ambos corresponden a terrazas. El primer conglomerado,

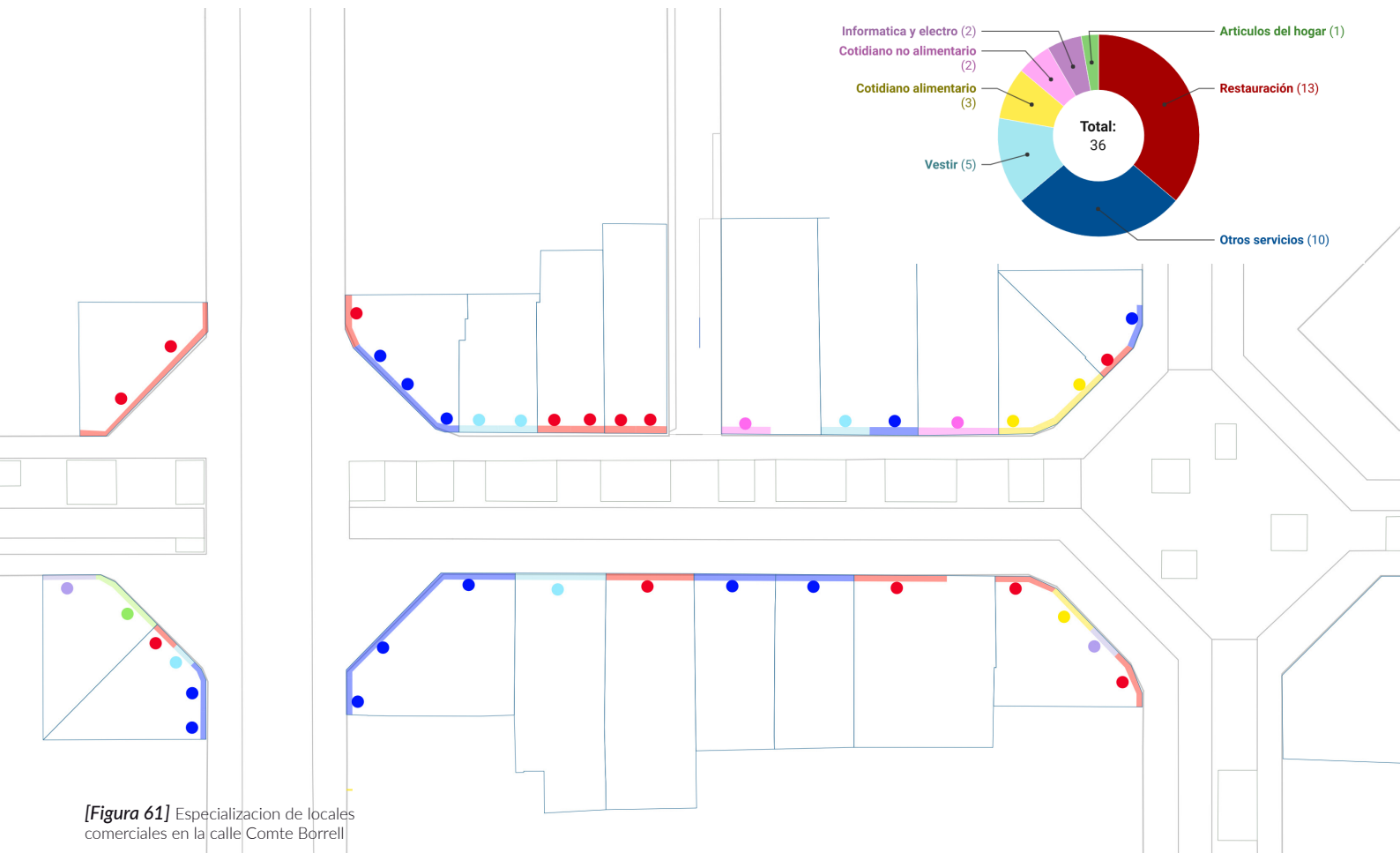
[Figura 60] Actividades en el espacio público



ubicado entre Viladomat y Calabria, es servido por solo una heladería. A su vez, el espacio abierto y el mobiliario también contribuyen en atraer personas. Su horario de atención inicia desde muy temprano, por lo que mantiene su aforo constante durante casi todo el día. Sin embargo, a partir de las 20h desciende considerablemente. Esto resulta importante ya que se pudo notar que a partir de las 20:45h, el bullicio y la gente desaparecen rápidamente junto con el cierre de este local. Este tramo de la avenida Mistral es el punto de reunión de casi todas las actividades que tiene el barrio, por lo que no es difícil entender su importancia y la preferencia de los residentes en visitar esta calle.

El segundo conglomerado está ubicado entre Calabria y Rocafort. Aquí son tres bares los que atraen a las personas a reunirse para beber o comer algo. Se ha notado que no todas funcionan a la misma hora, y eso reduce el aforo en ciertas franjas horarias, sobre todo en las mañanas. Sin embargo, su pico más alto es a partir de las 20h, en donde solo se observa gente en terrazas y el resto de las personas está paseando a sus mascotas o están sentadas en bancas conversando.

# COMTE BORRELL



[Figura 61] Especialización de locales comerciales en la calle Comte Borrell

Especialidad	N
BAR	5
CAFETERIA	4
RESTAURANTE	4
ARREGLOS	2
INMOBILIARIA	2
JOYERIA, RELOJERIA	2
PELUQUERIA	2
VESTIR	2
CARNES	1
CLINICA	1
DROGUERIA, PERFUMERI	1
ESTETICA	1
FARMACIA	1
FRUTERIA	1
GESTORIA	1
LIBRERIA	1
LOTERIA	1
MATERIAL REFORMAS	1
OTROS	1
SUPERMERCAT	1
TEXTILES	1

[Figura 62] Número de locales comerciales por especialidad

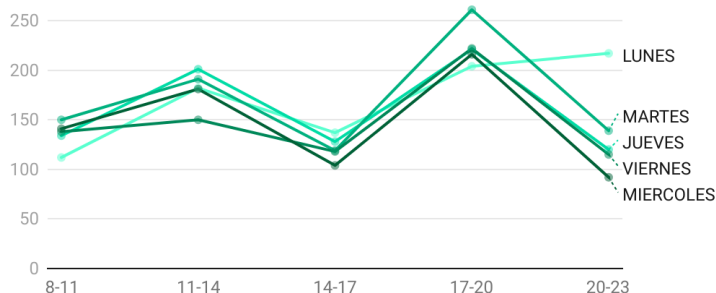
El tramo analizado en la calle Comte Borrell tiene 36 locales comerciales activos en planta baja. La categoría predominante es la restauración con 13 locales entre ellos bares, cafeterías y restaurantes. Seguidamente están aquellos dedicados a diversos servicios como clínicas de belleza, arreglos, estéticas, gestoría, inmobiliarias o peluquerías. En tercer y cuarto lugar encontramos las categorías de vestir y de locales dedicados a la venta de productos cotidianos alimentarios, con 5 locales y 3 locales respectivamente.

Por lo cual, en este tramo de la calle Comte Borrell la especialización del comercio se inclina a la restauración casi tanto como a los servicios. Además es importante destacar que en un extremo del tramo estudiado se encuentra uno de los accesos al mercado de Sant Antoni, por lo que los comercios existentes funcionan como complemento a la oferta del mercado.

## Personas en movimiento

En la figura 63 podemos ver la evolución de las personas en movimiento de lunes a viernes. El pico mas alto registrado fue el martes entre las 17h-20h, con un valor de 261; mientras que el pico mas bajo fue el miércoles entre las 20h y 23h, con un valor de 92.

La evolución del flujo de personas tiende a tener un comportamiento similar en casi todos los días de la semana: inicia con valores menores a 150 personas, luego entre las 11h-14h las cantidad de personas asciende hasta los 200, pero luego entre las 14h-17h ocurre un descenso importante para luego incrementar nuevamente entre las 17h-19h, horario en donde más personas circulan esta calle correspondiendo al horario de salida del trabajo, de compras o consumir en algún local de restauración.

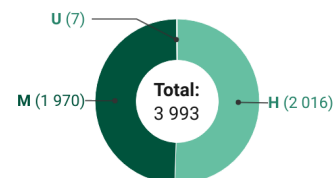


[Figura 63] Evolución del movimiento de personas por día y franja horaria

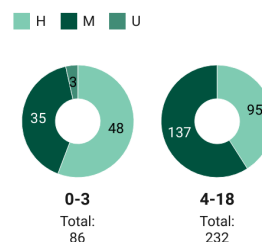
De un total de 3993 personas contadas, el 50.5% es hombre, el 49.3% es mujer y el 0.2% corresponde a personas que no se pudo determinar el sexo. Por lo que es una calle en donde hay una proporción similar entre varones y mujeres que se desplazan diariamente.

De estos valores se desprende la categoría por edad. El grupo predominante esta entre los 19-64 años, con un valor de 3129 seguido muy por debajo por el grupo de mayores de 65 años con un valor de 276. Cabe resaltar que en el grupo de adultos la proporción entre varones y mujeres es similar, mientras que en los mayores de 65 hay mas mujeres transitando que varones. Los menores de edad entre 0 y 18 años ascienden a 318, un valor importante, comparado con los mayores de 65.

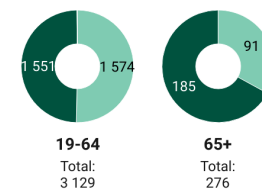
Las personas que se desplazan en bicicletas y en otras ruedas ascienden a un total de 270, siendo en su mayoría varones. Esta calle por su carácter peatonal también proporciona motivos para el uso de estas modalidades de desplazamiento. Sin embargo, se ha observado muchos desplazamientos hechos por ciclistas que pertenecen a empresas de reparto a domicilio, por lo que no se puede saber con precisión cuantos residentes utilizan esta calle para desplazarse a los lugares de trabajo o estudio.



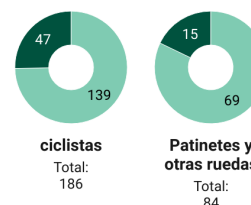
[Figura 64] Numero total de personas por sexo que se desplazan por la calle Borrell



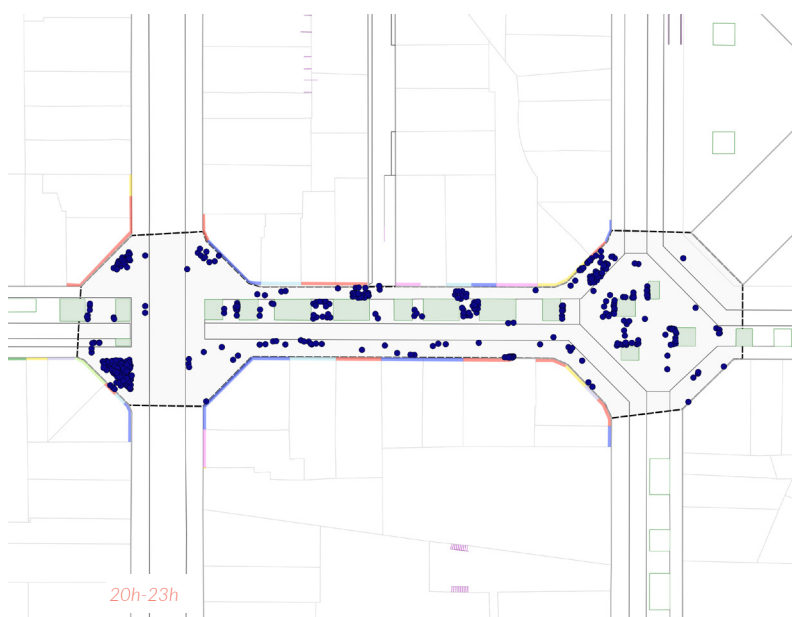
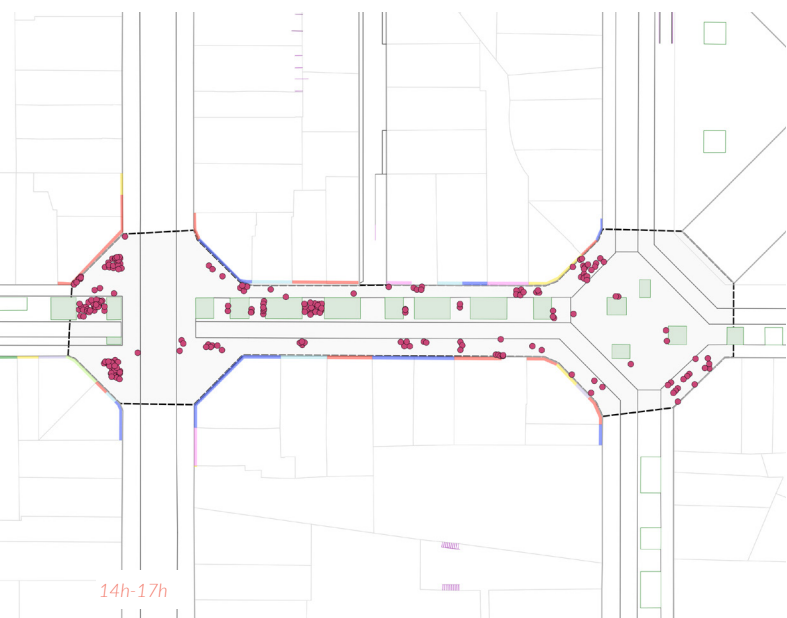
[Figura 65] Numero de personas por sexo entre 0 y 18 años que se desplazan por la calle Borrell



[Figura 66] Numero de personas por sexo entre 19 y +65 años que se desplazan por la calle Borrell



[Figura 67] Numero de personas por sexo que se desplazan en bicicleta y otras ruedas por la calle Borrell

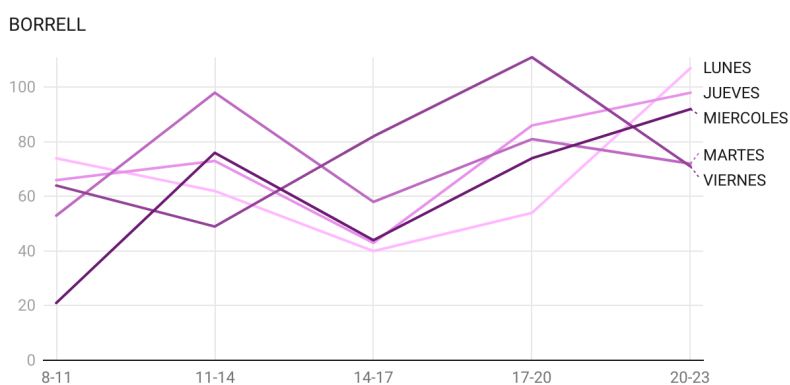


[Figura 68] Personas en la calle Comte Borrell en diferentes franjas horarias

## Actividades estacionarias

La evolución de la cantidad de personas que usan el espacio público a lo largo del día en la calle Comte Borrell es ascendente a medida que van transcurriendo las horas. Sin embargo, no se observa un patrón muy claro en esta calle. De acuerdo con la figura 69 podemos notar que el pico más alto al que se llega es entre las 17h-20h los viernes con un valor de 111, mientras que el momento en que la calle casi no tiene gente es entre las 8h-11h los miércoles con un valor de 21.

De forma general se observa que la tendencia es similar a la calle Mistral: empieza el día con poca gente, luego asciende entre las 11h-14 y luego va descendiendo hasta las 17h en donde retoma el alza hasta las 23h.

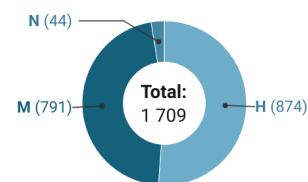


[Figura 69] Evolución del uso del espacio público en la calle Comte Borrell

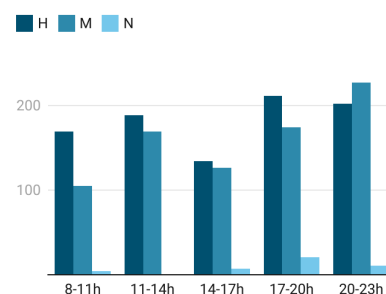
También se tiene datos sobre las personas que permanecen en esta calle a lo largo del día separadas por sexo y actividad. En cuanto al sexo, hay una constante entre las 8h y 20h en donde la predominancia del varón es perceptible. Recién a partir de las 17h el número de niños incrementa visiblemente con un valor de 21 pero disminuye a partir de las 20h. Es a partir de esta hora hasta las 23h en que la cantidad de mujeres es superior, por lo que hay menos hombres en la calle en esta franja horaria.

En cuanto a las actividades, los resultados indican que el 51,7% de las personas que permanecen en el espacio público están consumiendo o comprando, esto equivale a 883 personas. El 24,8% están realizando actividades pasivas sentadas en bancos o en algún portal, mientras que un 21,6% de personas se encontró de pie, ya sea esperando, conversando en grupo o hablando por teléfono. Algo que resaltar es que no se ha registrado ninguna persona realizando actividades lúdicas, mientras que las personas trabajando representan un 1,7% y las que estuvieron durmiendo 0,3%.

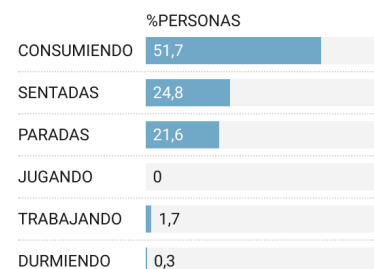
Las actividades realizadas en la calle Comte Borrell se han representado en la Imagen 64: aquí se observa una mayor concentración de actividades de consumo en la intersección con la calle Floridablanca, así mismo, en el tramo en dirección



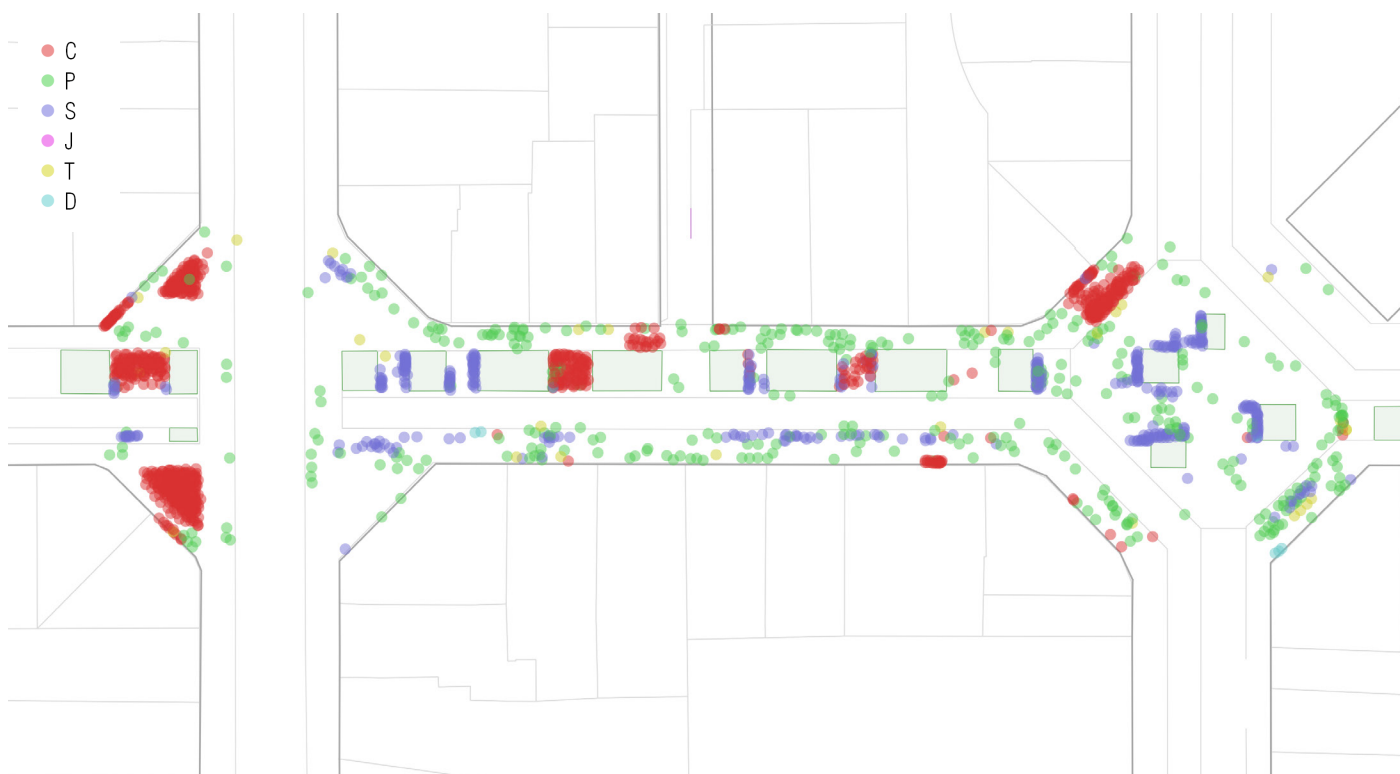
[Figura 70] Numero de personas por sexo que hacen uso del espacio público en la calle Borrell



[Figura 71] Evolución del número de personas por sexo y franja horaria



[Figura 72] Tipo y porcentaje de actividades realizadas en el espacio público



[Figura 73] Mapa de actividades realizadas en la calle Comte Borrell

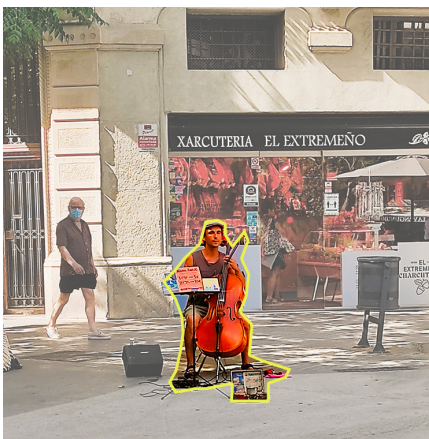
hacia el mercado de Sant Antoni hasta la calle Tamarit hay dos puntos relevantes de concentración de la misma actividad, mientras que se visualizan seis lugares de una proporción mucho menor. Estos puntos que concentran más personas corresponden a las terrazas de los bares que se ubican en esta calle.

Mientras tanto, las personas que se sientan a descansar o conversar se distribuyen en torno a las áreas verdes a lo largo de todo el tramo de la calle, aprovechando la sombra que producen los árboles, el mobiliario urbano y la intimidad que se genera en estos pequeños espacios.

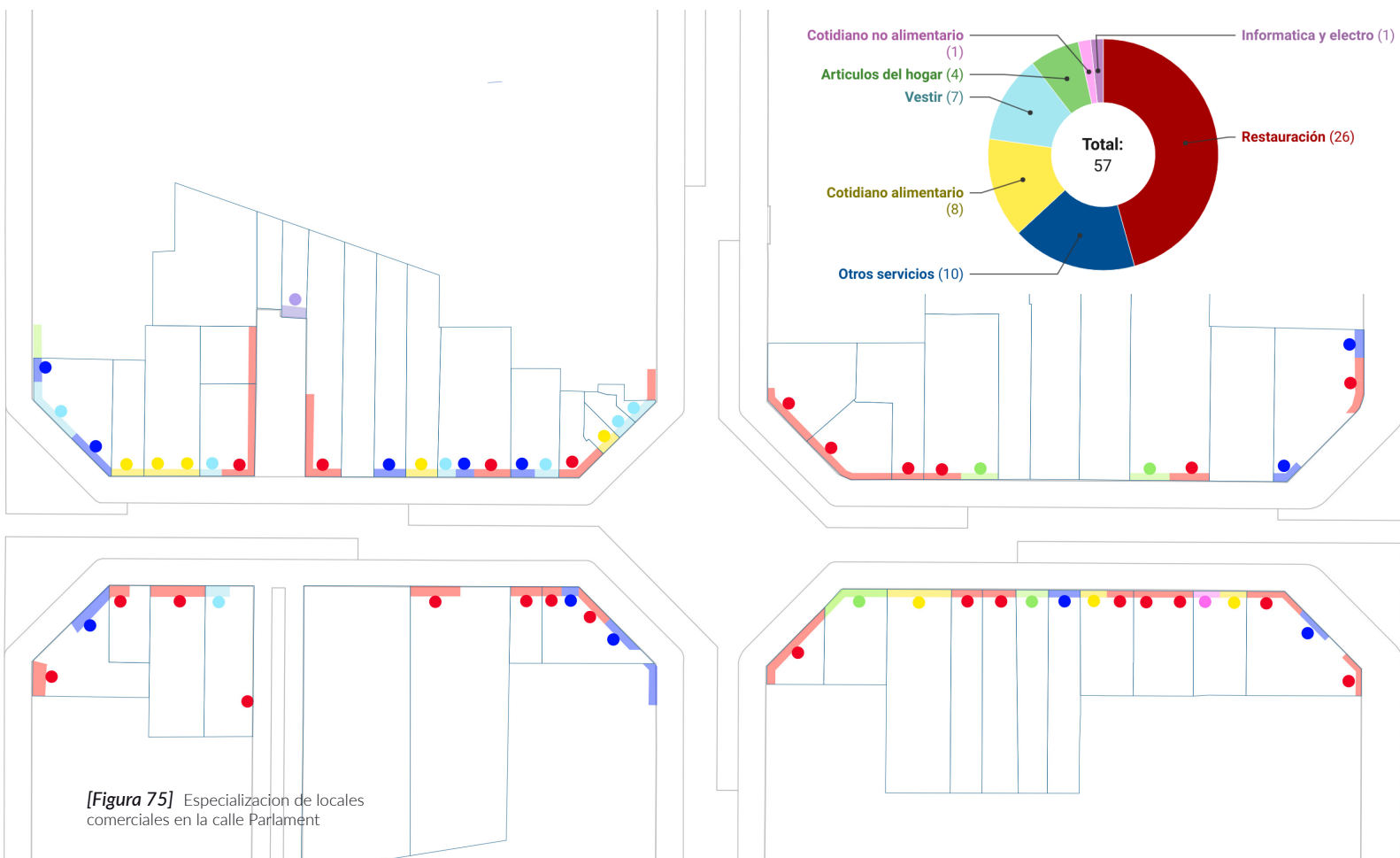
Quienes prefieren estar de pie, esperando a alguien o conversando en grupo suelen escoger las zonas próximas a los edificios, más concretamente a la salida de los portales o de los locales comerciales. Otro grupo se ubica frente a una de las puertas del mercado Sant Antoni: aquí se ha notado mayor interacción entre la gente sentada y de pie, ya que generalmente son grupos de adultos y personas mayores las que frecuentan este lugar, y al no encontrar suficiente espacio para sentarse, eligen pasar el rato de pie conversando.



[Figura 74] Actividades en el espacio público



# PARLAMENT



[Figura 75] Especialización de locales comerciales en la calle Parliament



[Figura 76] Numero de locales comerciales por especialidad

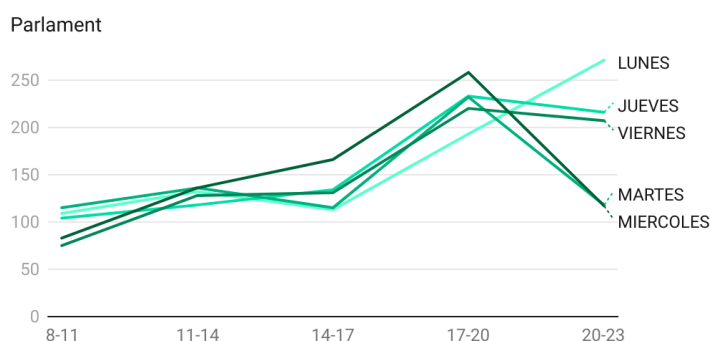
El tramo analizado en la calle Parliament tiene 57 locales comerciales activos en planta baja, la categoría predominante es la restauración con 26 locales entre ellos bares, cafeterías, restaurantes, comida para llevar y ventas de bebidas; en segundo lugar están otros servicios como clínicas de belleza, arreglos, estéticas, gestoría, inmobiliarias o peluquerías. En tercer y cuarto lugar encontramos las categorías de venta de productos cotidianos alimentarios y locales dedicados al vestir con 8 locales y 7 locales respectivamente.

Por lo cual, en este tramo de la calle Parliament la especialización del comercio se inclina a la restauración, con una predominancia importante.

## Personas en movimiento

La calle Parlament es una calle que presenta un dinamismo mas elevado que el resto de calles al interior del barrio, en los conteos de flujo realizados se ha recogido un valor total de 3860 personas. El porcentaje de varones asciende a un 53,4% que equivale a 2060 frente al 46,3% de mujeres, unas 1786; además, el 0,4% no se pudo determinar el sexo. Por lo que de forma general los que mas transitan por la calle Parlament son varones.

En cuanto a los días de semana, se ha podido registrar dos momentos relevantes, el primero como el pico mas alto de 20h-23h el lunes con 271 personas desplazandose y el segundo como el mas bajo de 8h-11h el viernes con un valor de 64. Asi mismo, la franja horaria donde menos personas circulan por la calle ocurre en las mañana de 8h-11h contrario al horario de 17h-20h que registra los valores mas altos.

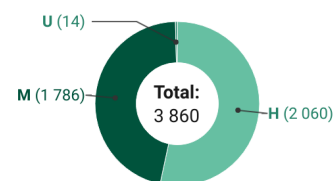


[Figura 77] Evolución del movimiento de personas por día y franja horaria

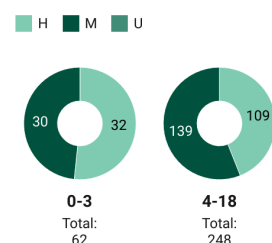
La evolución de las personas que se desplazan en la calle Parlament varía por franja horaria, aunque mantiene un comportamiento similar a lo largo de la semana, es decir que inicia en la mañana con pocas personas desplazandose a sus trabajos o centros de estudio luego asciende un poco entre las 11-14h, posteriormente baja entre las 14-17 para luego subir considerablemente, sin embargo entre las 20-23h no ocurre lo mismo todos los días, los lunes jueves y viernes tienen mucho flujo de personas, mientras que los martes y miercoles casi alcanza la media del horario de 8h-11h.

Por otro lado, los rangos de edad tambien tambien constituyen un resultado relevante, ya que de acuerdo a la figura X el frupo predominante esta entre los 19-64 años con 2945 personas que representa el 76,3%, seguido de los menores de entre 4-18 años que constituyen el 6,4%. A diferencia de las calles Mistral y Borrell los adultos mayores de 65 se encuentran en tercer lugar con un valor de tan solo 4,3%. Por lo que, la calle Parlament es transitada por "jóvenes."

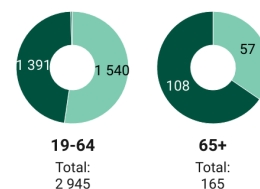
Finalmente La proporción de varones y mujeres por rango de edad es diferente, predominando los varones en los adultos a diferencia de la predominancia de las mujeres en mayores de 65 y menores de 18 años. Los que se desplazan en bicicletas y otras ruedad escilan entre 305 y 135 personas respectivamente, con predominio de varones de mas del 70% de cada grupo.



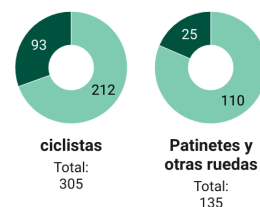
[Figura 78] Numero total de personas por sexo que se desplazan por la calle Parlament



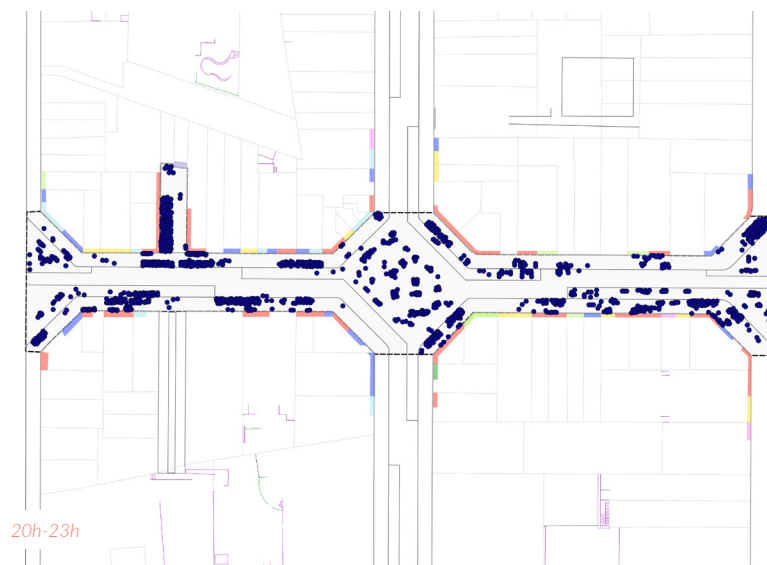
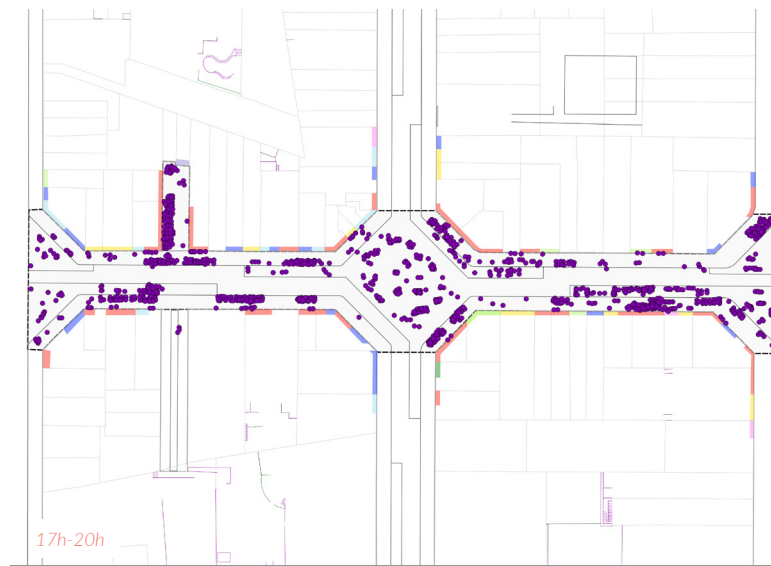
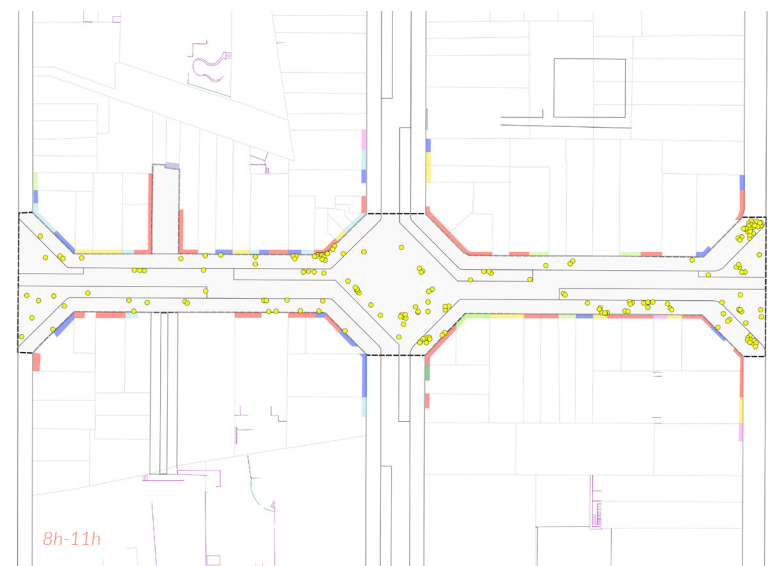
[Figura 79] Numero de personas por sexo entre 0 y 18 años que se desplazan por la calle Parlament



[Figura 80] Numero de personas por sexo entre 19 y +65 años que se desplazan por la calle Parlament



[Figura 81] Numero de personas por sexo que se desplazan en bicicleta y otras ruedas por la calle Parlament

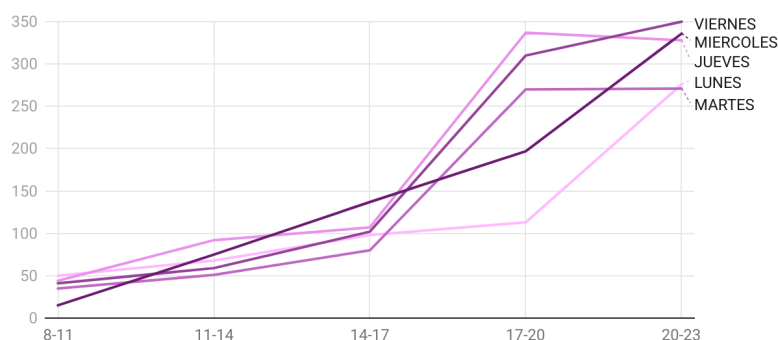


[Figura 82] Personas en la calle  
Parlament en diferentes franjas  
horarias

## Actividades estacionarias

En el trabajo de campo se ha logrado contabilizar un total de 3 842 personas, de este valor un 54,3% es del sexo masculino, 43,2% son mujeres y un 2,6% niños o niñas. Es de resaltar la cantidad de niños presentes en la calle haciendo uso del mobiliario o realizando alguna otra actividad.

La permanencia de las personas en la calle Parlament a lo largo del día es creciente, entre las 8-11h la presencia de personas es mínima, apenas menos de 50, conforme va transcurriendo el día su crecimiento es notorio, entre las 14-17 y las 17-20 el cambio es enorme, sin embargo, el día lunes es el que menos permanencia presenta en este horario. Ya para las 20h-23h los valores dan un promedio de 312 personas que permanecen en el espacio público.

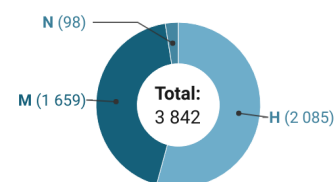


[Figura 83] Evolución del uso del espacio público en la calle Parlament

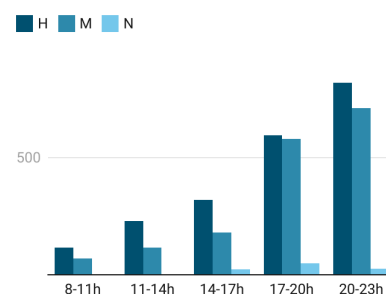
Respecto a los valores más bajos y más altos que se han contabilizado, el día miércoles entre las 8-11h se registraron tan solo 15 personas, mientras que el viernes entre las 20-23h se ha registrado 350 personas.

La presencia masculina o femenina también es determinante en este estudio, en todas las franjas horarias el número de mujeres es menor que el de los hombres. Llegando a valor relativamente similar entre las 17-20h, horario en el que también los niños tienen más presencia.

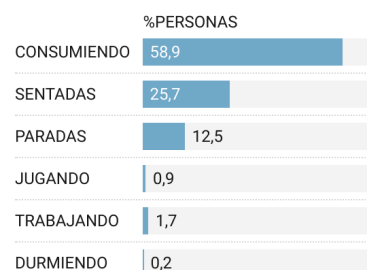
Todos estos datos nos reflejan cuántas personas y en qué porcentaje por sexo deciden quedarse y realizar alguna actividad en este tramo estudiado en la calle Parlament, sin embargo con nos adentramos en las actividades que realizan podemos profundizar aún más en el carácter de este espacio público. Se ha evidenciado que el 56% de las personas están realizando actividades de consumo/compra, el 21,1% se encontraba sentada al momento de la toma de muestra y el 16,5% estaba parada, sola en compañía, del mismo modo un 4,6% estaba haciendo actividades recreativas como jugar, el 1,6% alguna actividad laboral y solo el 0,3% se la encontró durmiendo.



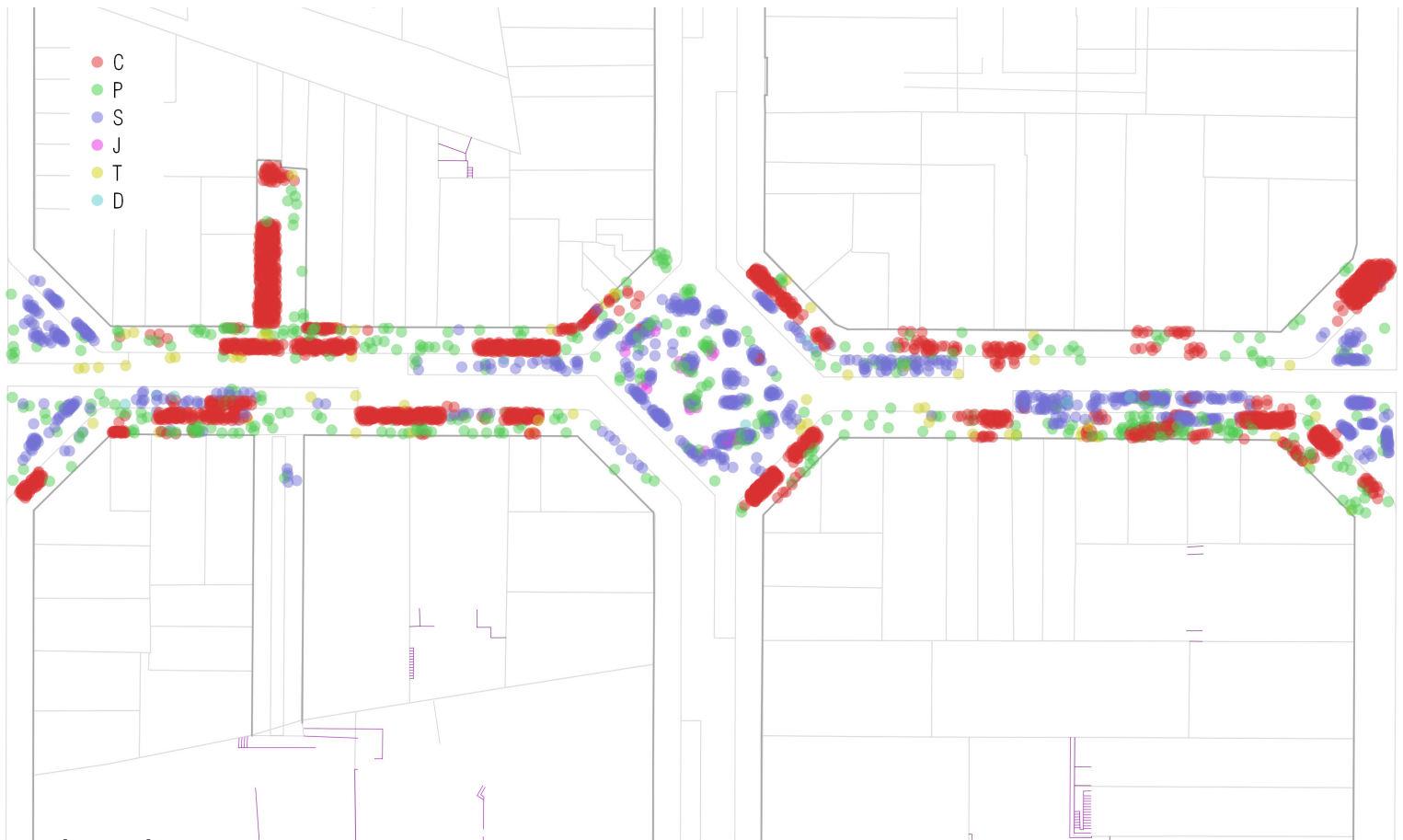
[Figura 84] Número de personas por sexo que hacen uso del espacio público en la calle Parlament



[Figura 85] Evolución del número de personas por sexo y franja horaria



[Figura 86] Tipo y porcentaje de actividades realizadas en el espacio público



[Figura 87] Mapa de actividades realizadas en la calle Parlament

En el mapa superior se puede ver la concentración de personas respecto a la actividad realizada, aquí notamos la intensidad de las actividades de compra y consumo ubicadas en lugares específicos y bien delimitados, estos agrupamientos se encuentran en gran medida en lugares destinados a terrazas, también hay locales de restauración que no tienen una, pero la gente se aglomera en la puerta para llevarse la bebida o comida o comer en una banca cercana.

Las personas sentadas se ubican en grupos mucho más pequeños distribuidos a lo largo de la calle, en la misma ubicación de las bancas y el resto de mobiliario urbano dispuesto. Se concentran en la intersección de Parlament con Comte Borrell y en los extremos correspondientes a Viladomat y Ronda Sant Pau. Es de resaltar un sector donde también hay mucha concentración y está ubicado a unos metros de la Ronda, aquí existe una de las horchaterías famosas de la ciudad, por lo que atrae muchos clientes de fuera del barrio.

Los puntos que corresponden a las personas paradas se dispersan y se confunden con las dos actividades anteriores, la mayoría prefiere estar cerca a las edificaciones como forma de sentirse seguro y poder visualizar mejor el lugar, a su vez, quienes juegan se ubican en la parte central de este tramo de la calle, la mayoría son niños acompañados de sus padres y una mínima proporción de adultos jugando cartas o practicando algún baile.

[Figura 88] Actividades en el espacio público

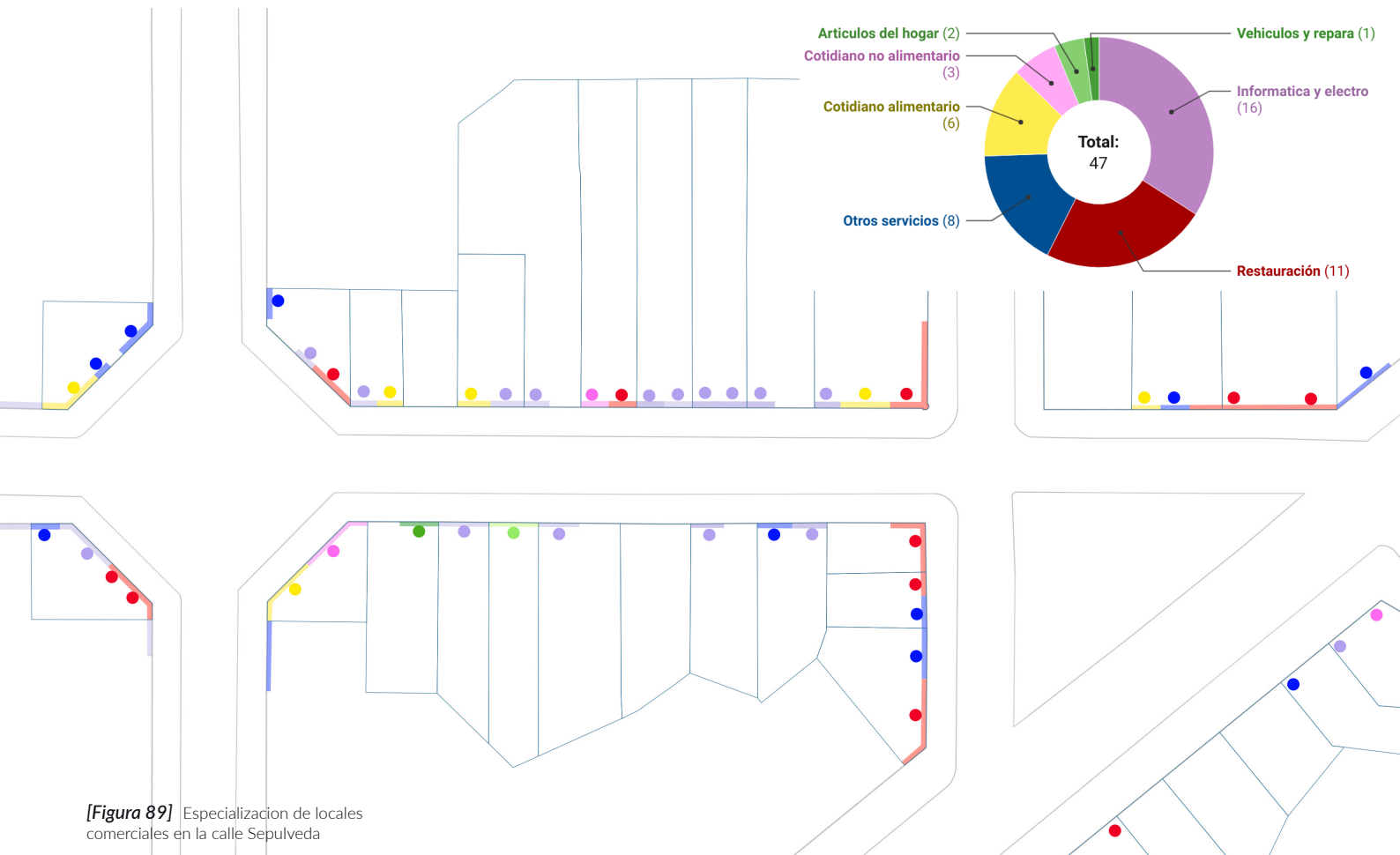


Debido a que la calle Parlament es un lugar que cobra vida por la tarde y noche, podemos decir que el acto propiamente de socializar esta influenciado por dos motivos: la restauracion y el paseo en la superilla. Las actividades de socializacion como conversar, jugar, saludarse o simplemente ver y oír se manifiestan en toda la calle.

Es habitual ver grupos conformados por más de dos personas sean amigos o familias comiendo o charlando, tambien se ha notado que gente mayor de 65 años acude a este lugar entre las 16h y 18h para sentarse, descansar un momento y contemplar la vida de la calle. sin embargo debido a que es un lugar de "grupos" muchas personas mayores no llegan a un mayor nivel de contacto y solo se quedan en el nivel de oír y ver. El gran espacio central que se ha formado entre cuatro chaflanes permite la posibilidad de juego y de acompañamiento, este lugar es el mas diverso en edades y sexo.

En las fruterías se puede notar un contacto no tan profundo pero si cotidiano, la gente saluda, pregunta al vendedor y se encuentra con algun vecino, aqui se desarrolla un poco mas de familiaridad a diferencia de los restaurantes o bares mas concurridos.

# SEPÚLVEDA



[Figura 89] Especialización de locales comerciales en la calle Sepúlveda

Especialidad	N
INFORMATICA	15
BAR	6
RESTAURANTE	3
FARMACIA	2
PELUQUERIA	2
SUPERMERCAT	2
A/V COCHE/MOTO	1
CAFETERIA	1
CAMBIO MONEDA	1
CARNES	1
COMIDA PARA LLEVAR	1
ELECTRODOMESTICOS	1
ENVIO DINERO	1
FRUTERIA	1
LAVANDERIA	1
LIBRERIA	1
MATERIAL REFORMAS	1
PAN, PASTEL, LACTICO	1
REFORMA	1
SUPERMERCADO	1
TABACO	1
VENTA/REPARA MOVIL	1

[Figura 90] Numero de locales comerciales por especialidad

El tramo analizado en la calle Sepúlveda tiene 47 locales comerciales activos en planta baja, la categoría predominante es de informática y electrónica con 16 locales que se dedican a la reparación o venta de ordenadores, en segundo lugar está la categoría de restauración con 11 locales como bares, restaurantes y comida para llevar. En tercer y cuarto lugar encontramos las categorías de servicios y de locales dedicados a la venta de productos cotidianos alimentarios con 8 locales y 6 locales respectivamente.

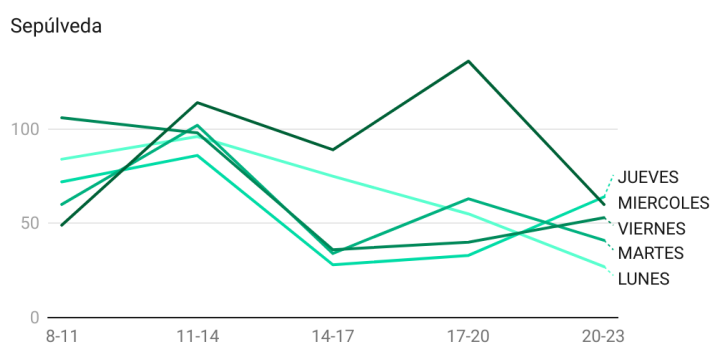
Por lo cual, en este tramo de la calle Sepúlveda la especialización del comercio se inclina a la informática y a pesar que la restauración se encuentra en segundo lugar la presencia de terrazas no es prominente. Además es importante destacar que en un extremo del tramo estudiado hay una pequeña plaza en la intersección con la Ronda de Sant Antoni.



## Personas en movimiento

La calle Sepúlveda, una calle interna del barrio, cercana a Plaza Universitat y el resto del Ensanche, registró un conteo total de 1701 personas, el porcentaje de varones es de 61,3% equivalente a 1043, mientras que las mujeres que caminan en esta calle representan solo el 38,3% que serían 652 personas y aquellos a los que no se ha podido identificar su sexo representan el 0,4%. Por lo que en líneas generales tienen un bajo movimiento de personas en comparación con Mistral, Borrell o Parlament pero posee un elevado porcentaje de flujo del sexo masculino.

Durante las franjas horarias registradas a lo largo del día, el momento con mayor movimiento de personas fue entre las 17h-20h el día miércoles, mientras que el momento con menor flujo fue el jueves de 14h-17h. A diferencia de otras calles, la franja horaria con mayor promedio de tránsito de personas es entre las 11h-14h.

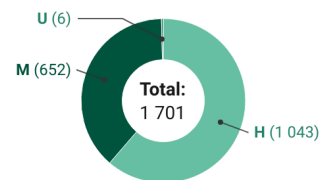


[Figura 91] Evolución del movimiento de personas por día y franja horaria

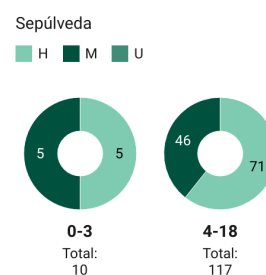
La evolución del flujo de personas es inversa al de calles como Mistral o Borrell, en este caso inicia con valores medios, luego asciende entre las 11-14h, posteriormente baja considerablemente y luego tiende a un alza ligero y variable. Es el día miércoles el que ha presentado valores diferentes y fuera del comportamiento general de la calle.

Por otro lado, en cuanto a los rangos de edad de las personas el grupo mayoritario es entre 19-64 años con 1426 personas, mientras tanto los mayores de 65 y menores de edad entre 4-18 tienen valores cercanos de 122 y 117 respectivamente. En los tres casos predominan los hombres con mas del 60%.

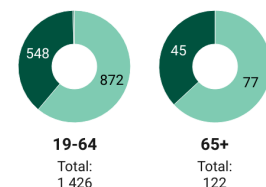
Debido a que la calle es una via vehicular de transito considerable se han registrado valores bajos de ciclistas y otras ruedas a comparacion de las calles peatonales. Pero a pesar de ellos los varones son los que mas se desplazan en esta modalidad.



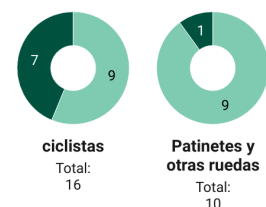
[Figura 92] Numero total de personas por sexo que se desplazan por la calle Sepúlveda



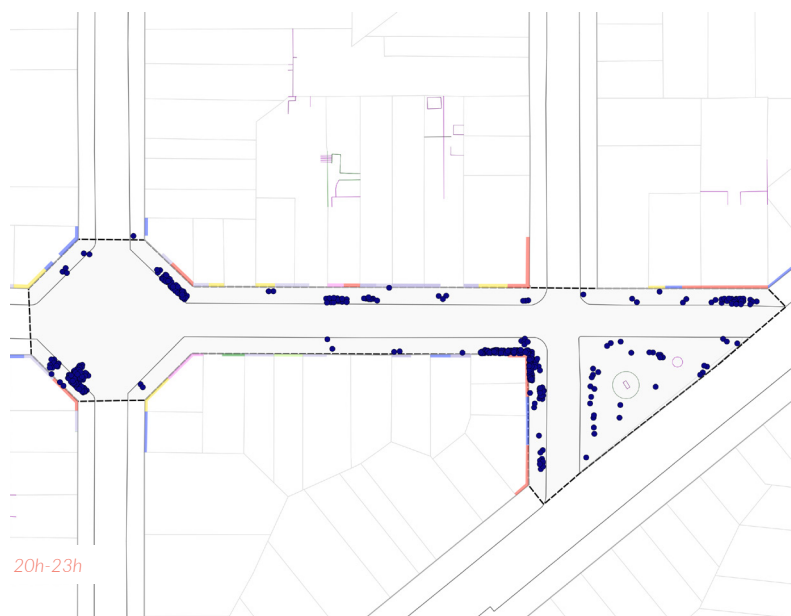
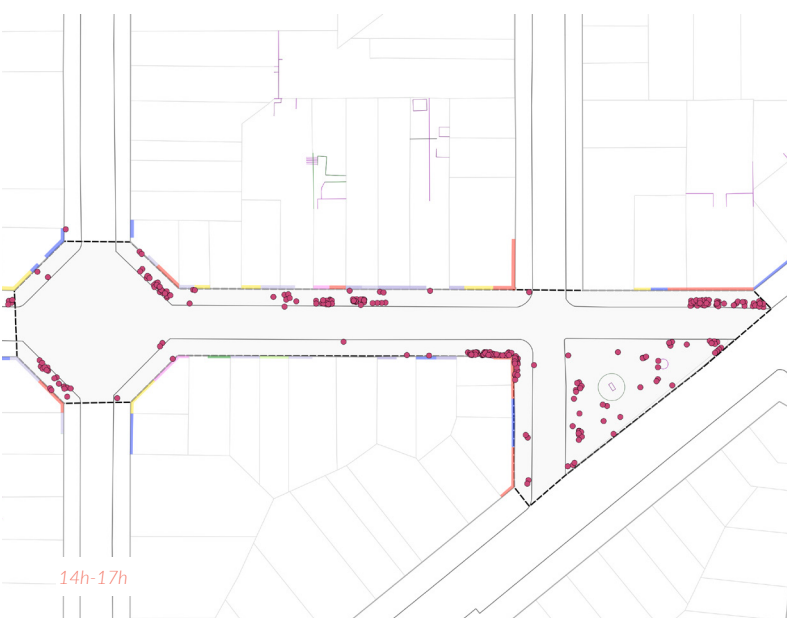
[Figura 93] Numero de personas por sexo entre 0 y 18 años que se desplazan por la calle Sepúlveda



[Figura 94] Numero de personas por sexo entre 19 y +65 años que se desplazan por la calle Sepúlveda



[Figura 95] Numero de personas por sexo que se desplazan en bicicleta y otras ruedas por la calle Sepúlveda



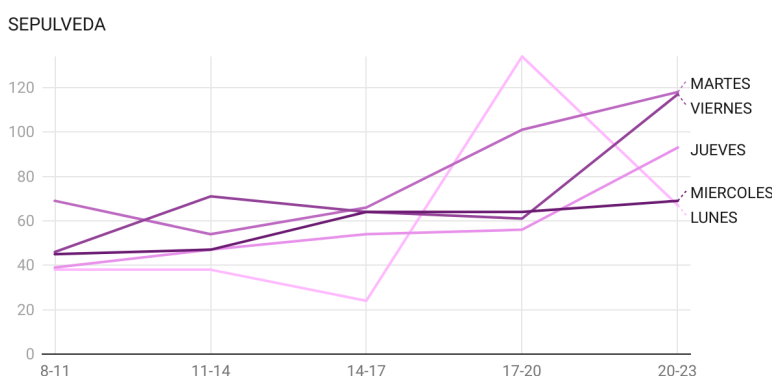
[Figura 96] Personas en la calle Sepulveda en diferentes franjas horarias

## Actividades estacionarias

Durante el conteo y mapeo en esta calle se ha logrado registrar 1646 personas haciendo uso del espacio público, del cual un 56,3% son varones, 42,8% son mujeres y 0,1% son niños que equivale a un valor de 16.

De acuerdo con los valores registrados, la permanencia de las personas en la calle Sepúlveda es muy variada de acuerdo a la hora y día de la semana, pero de forma general la evolución respecto a las franjas horarias es ascendente, empezando por pocas personas en la mañana y por la noche la cantidad de personas se multiplica por dos y hasta tres veces.

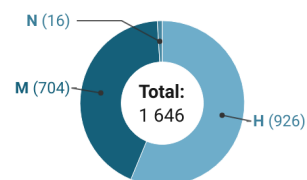
Los lunes presenta una variación muy marcada, a diferencia de los demás días que presentan aumentos o descensos no tan contrastantes, aunque el día viernes a partir de las 20h el número de personas también aumenta considerablemente respecto a la franja horaria anterior. En cuanto a los valores más altos y bajos el pico más alto se dio entre las 17h-20h el día lunes con un valor de 134 y el más bajo el mismo día entre las 14h-17 con un valor de 24 personas.



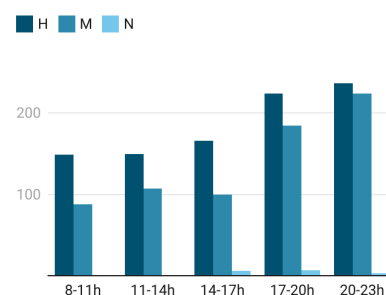
[Figura 97] Evolución del uso del espacio público en la calle Sepúlveda

La presencia de hombres entre las 8h y 23h también es ascendente y predominante sobre mujeres y niños, ya que las primeras tienen un ligero descenso entre las 14h-17h y la cantidad de niños se hace tímidamente visible entre las 14h-20h.

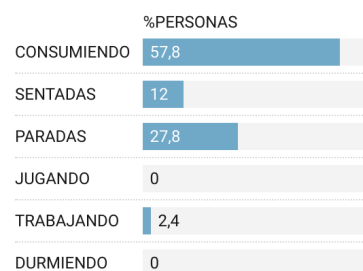
Si vemos las actividades que se realizan, el 57,8% de personas que permanecen en el espacio público consumen o compran, el 27,8% están paradas, el 12% de personas están sentadas, el 2,4% está trabajando mientras que personas jugando o durmiendo el porcentaje es cero. Estos valores pueden explicar la configuración de calle, siendo principalmente una vía con dos carriles para el vehículo y una acera de tamaño promedio los lugares que favorecen la estancia son mínimos, y por ende no hay presencia de niños jugando o el porcentaje de personas sentadas también es reducido.



[Figura 98] Numero de personas por sexo que hacen uso del espacio público en la calle Sepúlveda



[Figura 99] Evolución del número de personas por sexo y franja horaria



[Figura 100] Tipo y porcentaje de actividades realizadas en el espacio público



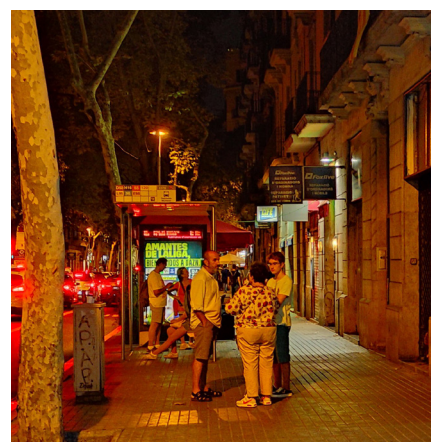
[Figura 101] Mapa de actividades realizadas en la calle Sepúlveda

En la figura 101 podemos ver la concentración de personas comprando o consumiendo en cinco lugares, los cuales todos corresponden a terrazas existentes en la calle. También, podemos notar que las personas sentadas se concentran en la pequeña plaza ubicada en la intersección con la Ronda Sant Antoni, esto se debe a la presencia de mobiliario en esta ubicación, aunque es de resaltar que solo existen 8 bancas por lo que en ciertos horarios no todas las personas que se acercan pueden sentarse, lo que los motiva a estar de pie conversando.

En el resto del tramo de la calle Sepúlveda, se ha mapeado tan solo personas de pie o personas trabajando, se recuerda que esta calle alberga comercios de tipo informático o electrónico, por lo que la influencia que transmite es acorde a esta actividad comercial predominante.

Debido a que la calle Sepúlveda es una calle con tránsito vehicular regular que alberga un determinado tipo de comercio y está próximo al centro de la ciudad mantiene un comportamiento de menor socialización que las calles analizadas anteriormente, la permanencia en el espacio se incrementa con mayor fuerza en las pocas terrazas existentes y en las bancas de la plaza. Sin embargo, en el resto de la calle, la permanencia es menor.

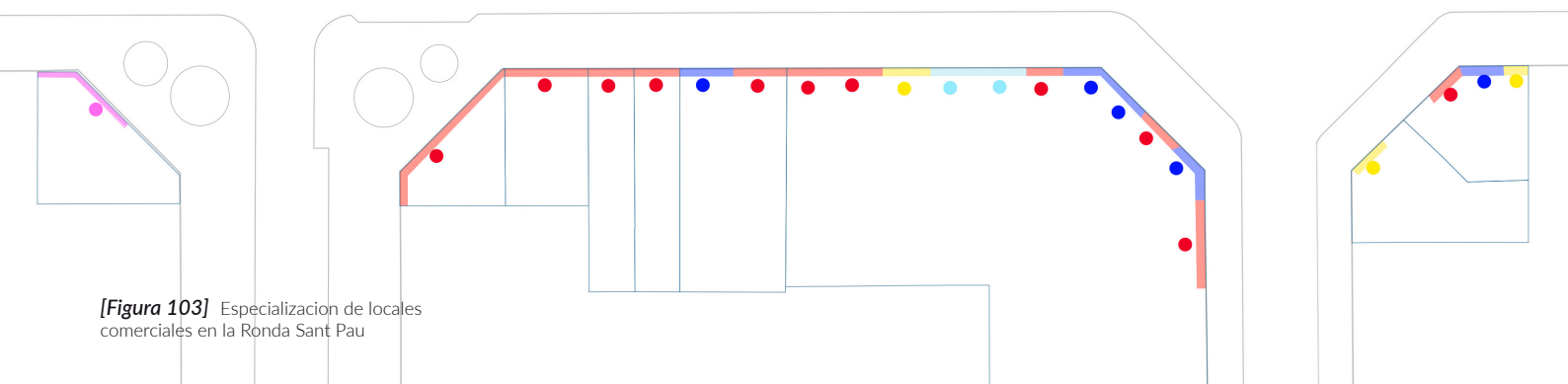
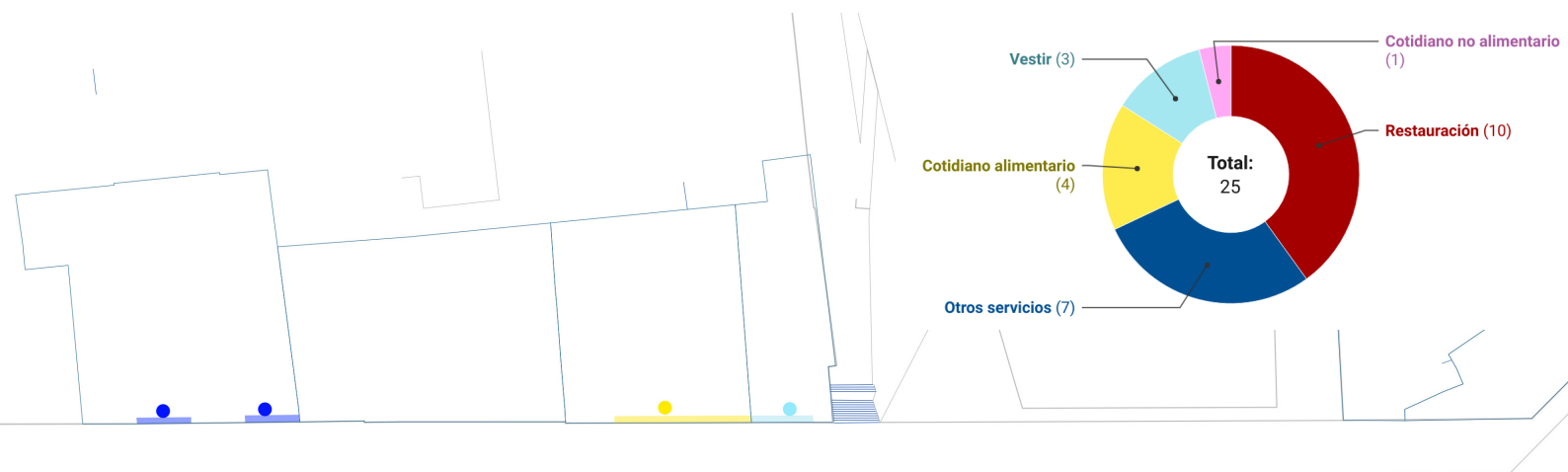
[Figura 102] Actividades en el espacio público



Los actos de socialización que se han notado corresponden a conversar ya sea de pie, mientras comen o beben o mientras están sentados en la plaza.

La forma mas pasiva de socializar, es decir mediante ver y oír a otros interactuando también es débil, ya que el paisaje urbano y la escala de todo el tramo no contribuye a tener visuales interesantes; del mismo modo, al salir de un local comercial la gente no suele quedarse mucho tiempo ya que el ruido vehicular y la estrechez de la acera no lo promueven. Otro factor que resaltar es la necesidad de un mejor mantenimiento en la plaza ya que es notoria y habitual la presencia de ratones, esto deteriora la calidad del espacio publico y hace que la gente prefiera seguir su camino y no detenerse aquí, hecho que se incrementa por las noches haciendo que la plaza se encuentre vacía o con gente solo de paso.

# RONDA SANT PAU



[Figura 103] Especialización de locales comerciales en la Ronda Sant Pau

Sant Pau	N
BAR	8
PELUQUERIA	3
VESTIR	3
RESTAURANTE	2
SUPERMERCAT	2
VENTA/REPARA MOVIL	2
BAZAR	1
ESTETICA	1
PAN, PASTEL, LACTICO	1
SUPERMERCADO	1
TABACO	1

[Figura 104] Numero de locales comerciales por especialidad

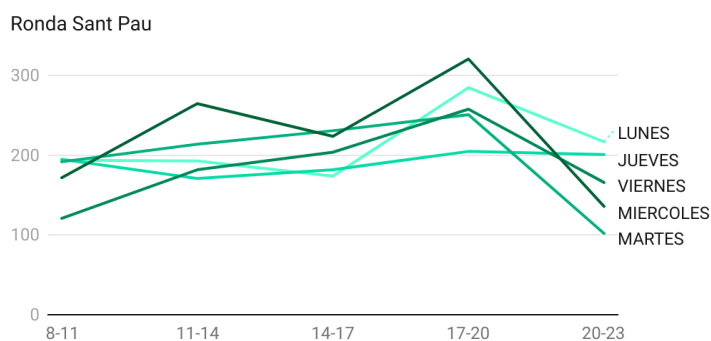
El tramo analizado en la Ronda Sant Pau tiene 25 locales comerciales activos en planta baja, la categoría predominante es la restauración con 10 locales y en segundo lugar está la categoría de otros servicio con 07 locales como bazar, estética, peluquería y la reparación de móviles. En tercer y cuarto lugar encontramos las categorías de comercio cotidiano alimentario y la categoría de vestir con 4 y 3 locales respectivamente.

Por lo cual, en este tramo de la Ronda Sant Pau la especialización del comercio se inclina a la restauración aunque la presencia de terrazas no es prominente. Además es importante destacar que existen plantas bajas que no tienen locales comerciales, ya sea porque pertenecen a un equipamiento o por que son edificaciones dedicadas a la hostelería que no son materia de este estudio.

## Personas en movimiento

La Ronda Sant Pau es una calle que hace de límite y conexión de dos barrios y distritos diferentes: Ciutat Vella - L'eixample, además el tramo de calle en el se hizo el conteo está muy próximo a la Avenida Paralel, por lo que existe cierta influencia del barrio de Poble sec. En los conteos realizados se recogido un total de 5056 personas, de estas 57,1% son varones y 42,9% son mujeres, por lo que el sexo predominante en esta calle es el masculino.

La evolución del movimiento de personas en la Ronda Sant Pau durante los días de semana presenta de manera general un comportamiento ascendente en la mañana y tarde, pero luego desciende en la noche, con valores mas bajos incluso que el horario de 8h-11h que suele ser el menos transitado. Este comportamiento, sin embargo, tiene sus variaciones en cada día de semana, siendo el día miércoles

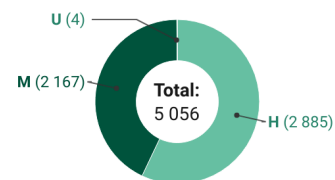


[Figura 105] Evolución del movimiento de personas por día y franja horaria

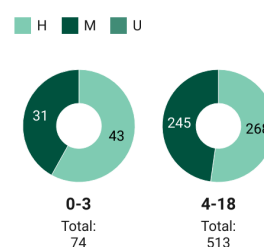
que mas variaciones presenta y que registra los valores más altos, del mismo modo el día jueves es el que mas estabilidad presenta ya que los valores rondan los 191 en promedio. El pico mas alto ha sido el día miércoles entre las 17-20h y el más bajo el día martes entre las 20h-23h, siendo esta primera franja horaria la más concurrida por personas en los diferentes días de la semana.

En cuanto a los grupos de edades, existe mayor tránsito de gente entre 19-64 años con un valor de 3866 personas, de los cuales el 57% es varón y 42,9% es mujer. El segundo grupo con mas personas es el de 4-18 años con 513 personas, un valor superior a las calles anteriormente descritas. Por lo que la Ronda Sant Pau es transitada por gente joven de sexo masculino.

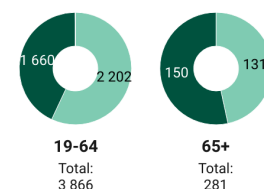
En cuanto a las personas que se desplazan en bicicletas o patinetes, se ha notado que hay una presencia alta de los mismos con valores de 212 y 110 respectivamente, además, de acuerdo a los datos recogidos mas del 71% es varón.



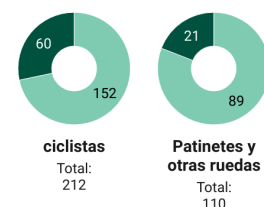
[Figura 106] Numero total de personas por sexo que se desplazan por la Ronda Sant Pau



[Figura 107] Numero de personas por sexo entre 0 y 18 años que se desplazan por la Ronda Sant Pau



[Figura 108] Numero de personas por sexo entre 19 y +65 años que se desplazan por la Ronda Sant Pau



[Figura 109] Numero de personas por sexo que se desplazan en bicicleta y otras ruedas por la Ronda Sant Pau



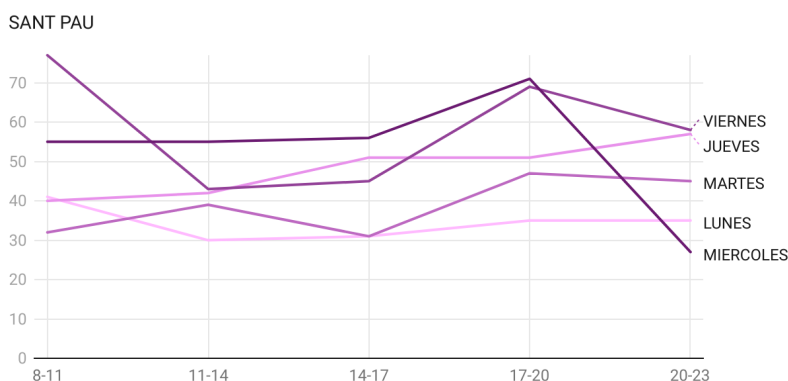
[Figura 110] Personas en la Ronda Sant Pau en diferentes franjas horarias



## Actividades estacionarias

En el mapeo y conteo realizado en las salidas a campo se ha recogido el total de personas que permanecen en la Ronda Sant Pau, este asciende a un valor de 1118, una cantidad de personas muy inferior a la cantidad que transitan por ella, a su vez, se ha notado que el 53,8% son varones, unas 602 personas y el 42,1% es mujer, es decir 471. Los niños contabilizados son 45, que representaría un 4%, que en su mayoría corresponde a niños que permanecieron durante un tiempo en la acera fuera del la Escuela Ruben Darío, previo a una actividad académica.

En cuanto a franjas horarias y días de semana, el comportamiento de la calle es variable, los días lunes tienen los valores más bajos, por lo que no hay mucha presencia de personas haciendo uso del espacio público, a diferencia de los viernes que tiene el mayor promedio por día. El pico más alto registrado es el día Viernes de las 8-11 y el más bajo el día miércoles de 20-23h con un valor de tan solo 27 personas.

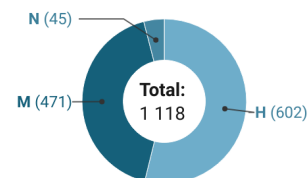


[Figura 111] Evolución del uso del espacio público en la Ronda Sant Pau

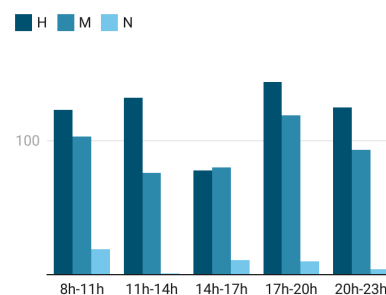
La evolución a lo largo del día tan difiere mucho por día de semana, sin embargo, en líneas generales podemos ver que desde la mañana hasta las 17h aproximadamente los valores no ascienden ni descienden mucho respecto a la mañana, en cambio a partir de las 17 se nota un incremento hasta las 20h en donde vuelve a descender un poco.

La presencia masculina a lo largo del día también predomina sobre las mujeres sobre todo en el horario de 11-14h donde la diferencia es muy marcada, además, los niños tienen presencia en la mañana y en parte de la tarde.

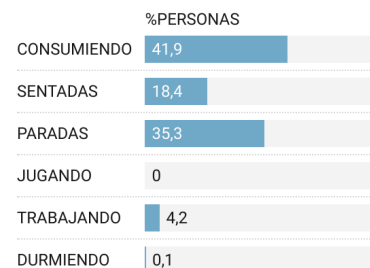
Respecto a las actividades recogidas el 41,9% están comprando o consumiendo, mientras que el 35,3% están de pie conversando o esperando un autobús o a alguna persona. Un valor más bajo de 18,4% corresponde a las personas sentadas, es de notar que, en este tramo de calle, el mobiliario urbano es reducido y no hay muchos lugares para poder sentarse. Finalmente se ha recogido datos de un 4,2% de personas trabajando en esta parte del barrio y a penas un 0,1% de personas encontradas durmiendo en la calle. Del mismo modo



[Figura 112] Numero de personas por sexo que hacen uso del espacio público en la Ronda Sant Pau



[Figura 113] Evolucion del número de personas por sexo y franja horaria



[Figura 114] Tipo y porcentaje de actividades realizadas en el espacio público



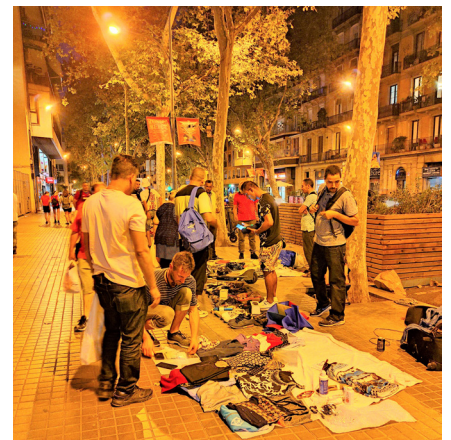
[Figura 115] Mapa de actividades realizadas en la Ronda Sant Pau

es importante recalcar que la existencia de la plaza Josep M. Folch i Torres en el lado del barrio del Raval, concentra y absorbe gran parte de personas donde hacen deporte, están paseando o sentados conversando, estas personas son en su mayoría vecinos de dicho barrio, mientras que los vecinos del lado de Sant Antoni, no suelen acudir a este lugar.

En el mapa de actividades (ver figura 115) se puede notar los lugares donde se concentran las personas que usan este espacio público, tres puntos notables de consumo ya que corresponden a terrazas de los bares presentes en esta calle, a su vez, las personas sentadas se reúnen en los chaflanes de la intersección con la calle Marques de Campo Sagrado, y en la acera de enfrente donde hay presencia de mobiliario urbano. También se nota levemente la presencia de personas comprando en algunos comercios que corresponden a florerías, venta de periódicos y tabaquerías. El resto de personas paradas se distribuyen a lo largo de la calle, con mayor agrupación en las afueras de la Escuela Ruben Darío y en la parada del autobús.

Debido al carácter vehicular de la Ronda Sant Pau el proceso de socialización es mucho menor, sin embargo, estos pequeños oasis de estancia que la gente

[Figura 116] Actividades en el espacio público



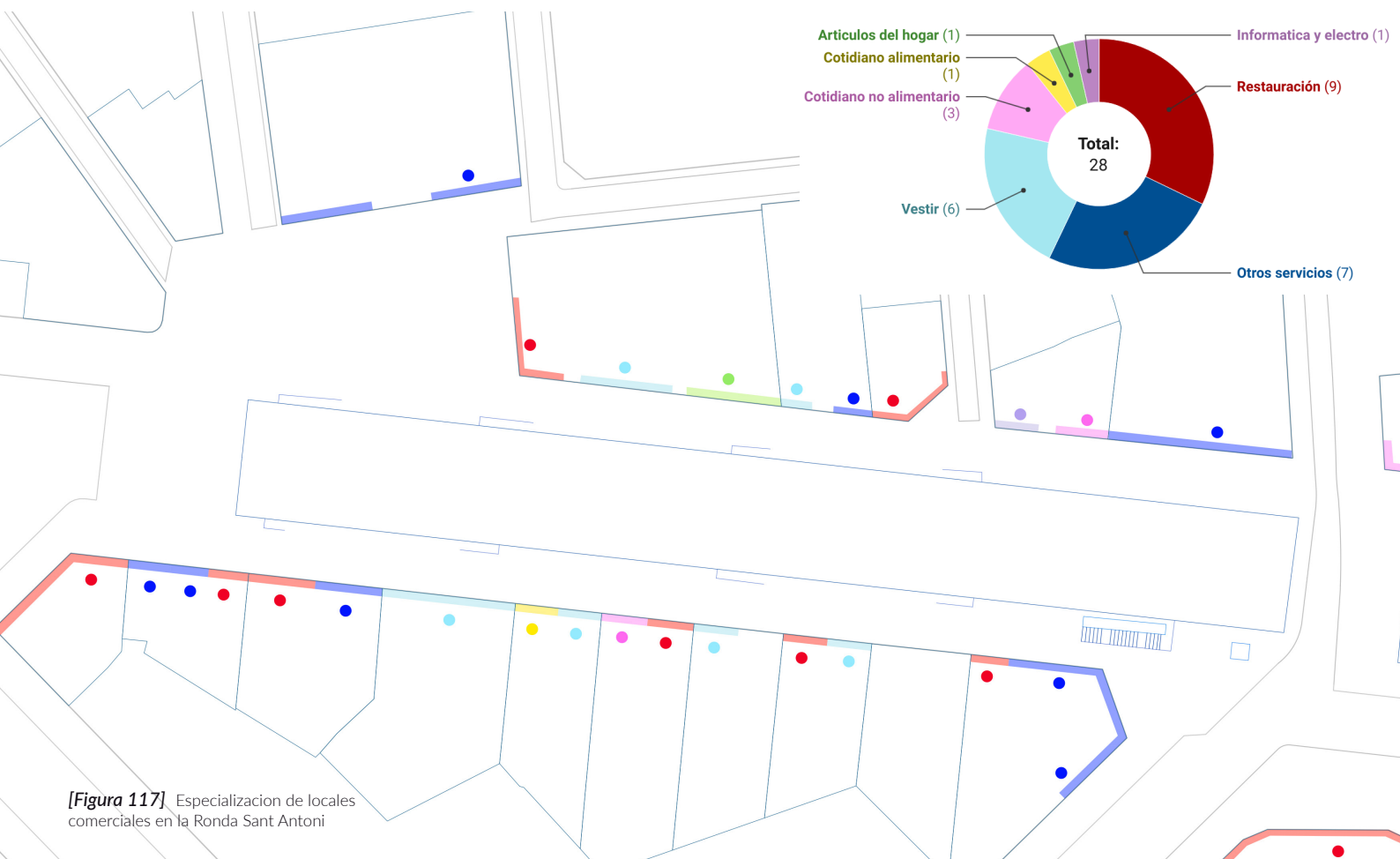
encuentra en las terrazas existentes son interesantes, ya que el ruido y permanente movimiento hace de esta calle no tan cómoda para estar, pero aun así hay quienes deciden quedarse.

Se ha podido notar también mayor conflicto que en las calles anteriores, en el periodo de recolección de datos, se pudo observar en dos ocasiones que policías de la guardia urbana han realizado operativos en esta calle, la primera por un control de las bicicletas y patinetes que circulan por las aceras y no por el carril bici, y la segunda realizada en la noche a un grupo de jóvenes a los que estaban revisando sus pertenencias.

También se ha notado que adultos mayores de 65 años suelen preferir sentarse en las bancas ubicadas en la intersección de la calle Marques de Campo Sagrado, acuden en grupos de dos o tres personas, mientras descansan para ir a devuelta a casa.

Se ha percibido intencionalidad en el quedarse en la calle, a pesar de no ofrecer un paisaje urbano excepcional, pero el contexto y el espacio no siempre permite que ocurra, por lo que el nivel de contacto se queda en un nivel muy básico de tanto oír y ver, y la posibilidad de intercambiar diálogos también se ve reducida.

# RONDA SANT ANTONI



[Figura 117] Especialización de locales comerciales en la Ronda Sant Antoni

	N
CAFETERIA	4
VESTIR	6
BAR	2
CALZADO	2
CLINICA	2
DROGUERIA, PERFUMERI	2
RESTAURANTE	2
ALIMENTO MASCOTAS	1
BAZAR	1
COMIDA RAPIDA	1
ELECTRODOMESTICOS	1
EQUIP DEPORTIVO	1
FARMACIA	1
GRANDES ALMACENES	1
INFORMATICA	1
PELUQUERIA	1
SUPERMERCAT	1
VENTA/REPARA MOVIL	1

El tramo estudiado en la Ronda Sant Antoni alberga 28 locales comerciales activos, donde existen dos categorías predominante, en primer lugar, la restauracion con 9 locales, se encuentra aquellos dedicados a bares, venta de bebidas, comida para llevar, heladerías y restaurantes. En segundo lugar encontramos 7 locales dedicados a brindar diversos servicios. Del mismo modo, en tercer y cuarto lugar encontramos aquellos que se especializan a la venta de articulos de vestir y a cotidianos no alimentarios con 6 locales y 3 locales respectivamente.

Entonces, podemos decir que en este tramo de la Ronda Sant Antoni la especializacion del comercio esta dedicada a los servicios y a la restauracion con cantidades próximas en cuanto a recintos en planta baja.

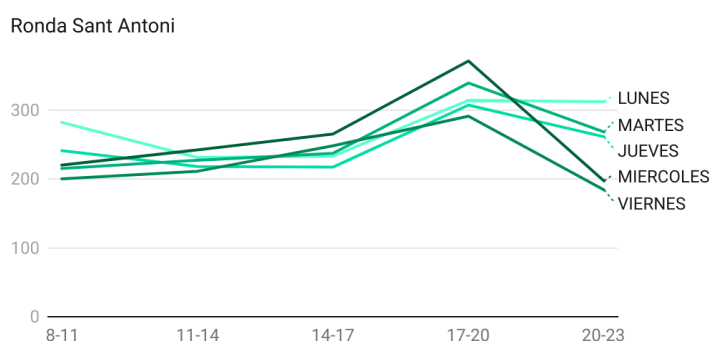
[Figura 118] Numero de locales comerciales por especialidad

## Personas en movimiento

La Ronda Sant Antoni es una calle con mucho dinamismo y actividades, es una calle que se encuentra en el límite del distrito de Ciutat Vella y l'Eixample por lo que atrae vecinos de ambos lados, así mismo, es el eje que conecta al barrio de Sant Antoni al centro de la ciudad.

El flujo peatonal en esta calle asciende a un total de 6331 personas, de este valor el 55,3% son varones y el 44,5% son mujeres y el 0,2% no se ha podido identificar el sexo.

La evolución de la afluencia de personas tiene un comportamiento parecido durante la semana, inicia en la mañana con un promedio de 232 personas y sube ligeramente hasta las 17h, a partir de esta hora sube con mayor prominencia y luego baja para la franja horaria de las 20h-23h con un promedio de 244 personas. Como se ve, la Ronda Sant Antoni mantiene valores elevados en comparación con las calles anteriores.

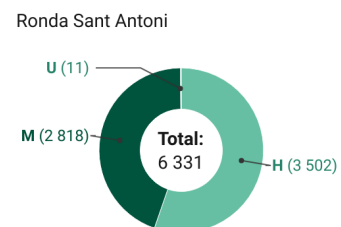


[Figura 119] Evolución del movimiento de personas por día y franja horaria

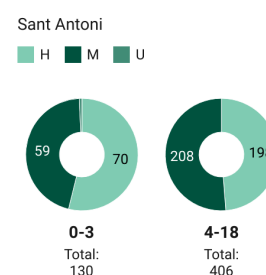
El valor más alto registrado es el día miércoles entre las 17h-20h con un valor de 371 personas mientras que el valor más bajo fue el día viernes de 20-23h con 184 personas. A su vez, el día en donde hay más flujo de personas es el día lunes.

Los rangos de edad también revelan el comportamiento de la gente en torno a esta calle, el grupo mayoritario es el de 19-64 años con 4828 personas y en segundo lugar el grupo de 4-18 años tiene el mismo valor de las personas mayores de 65 con un total de 406 personas cada uno. La predominancia en cada grupo es de los varones.

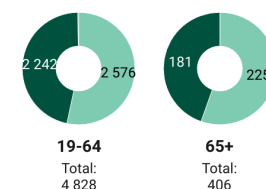
Así mismo, se ha registrado un volumen importante de personas desplazándose en bicicleta y patinetes, el valor de cada uno es de 371 y 190 personas respectivamente. Ya que la ronda Sant Antoni tiene un tramo peatonal, es notable el uso de esos medios para desplazarse. Sin embargo más del 75% es varón, lo cual ha permitido notar que muchos de los ciclistas son trabajadores de servicio a delivery, y su tránsito por esta calle es con motivos laborales.



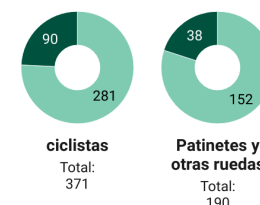
[Figura 120] Numero total de personas por sexo que se desplazan por la Ronda Sant Antoni



[Figura 121] Numero de personas por sexo entre 0 y 18 años que se desplazan por la Ronda Sant Antoni



[Figura 122] Numero de personas por sexo entre 19 y +65 años que se desplazan por la Ronda Sant Antoni



[Figura 123] Numero de personas por sexo que se desplazan en bicicleta y otras ruedas por la Ronda Sant Antoni



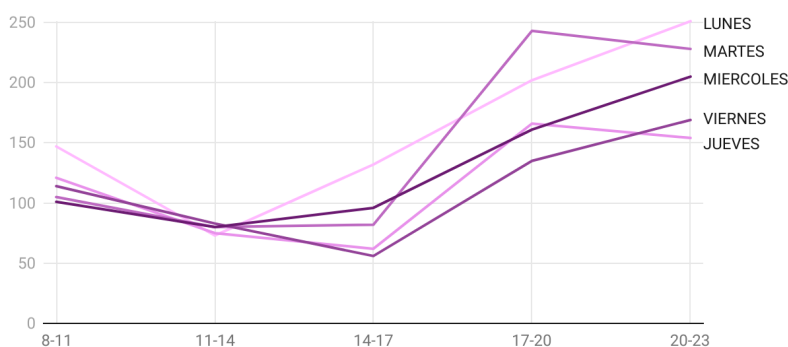
[Figura 124] Personas en la Ronda Sant Antoni en diferentes franjas horarias

## Actividades estacionarias

En esta sección se analiza el volumen de personas que permanecen en el espacio público y las actividades que realizan. En los mapas vemos la evolución de la estancia en la Ronda Sant Antoni a lo largo del día desde las 8h hasta las 23h.

En general se ha registrado un total de 3152 personas, de este valor un 55,4% pertenece al sexo masculino y el 36,6% es mujer, a su vez el 8% corresponde a niños que hacían uso del espacio público.

En la figura de abajo vemos el comportamiento de la Ronda Sant Antoni en franjas horarias y por días de la semana, es de notar que la evolución diaria es similar, se inicia por la mañana entre las 8-11 con un valor promedio de 118 personas, posteriormente desciende ligeramente entre las 11h y 17h para luego subir considerablemente el numero de personas entre las 17-20h, luego mas noche desciende ligeramente, por lo que los horarios donde mayor concurrencia hay es en la tarde-noche entre las 17-23h.

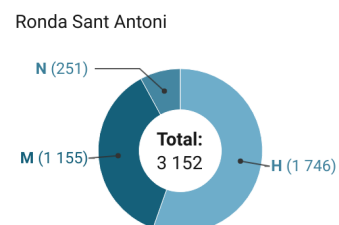


[Figura 125] Evolución del uso del espacio público en la Ronda Sant Pau

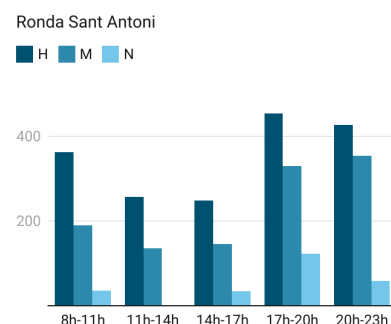
Del mismo modo se nota que el valor mas alto se da el día lunes entre las 20-23 con un valor de 251 personas, mientras que el pico mas bajo es el día viernes entre las 14-17h con tan solo 56 personas en todo el tramo estudiado.

Respecto a la cantidad de mujeres, hombres y niños en la Ronda, los resultados nos indican que en todas las franjas horarias los varones tienden a superar a las mujeres, sobre todo entre las 8-11h en donde la diferencia es mayor. Del mismo modo es de resaltar la gran presencia de niños en el horario de 17-20h con un total de 123, incluso la cantidad de estos sigue siendo alto entre las 20h y 23h.

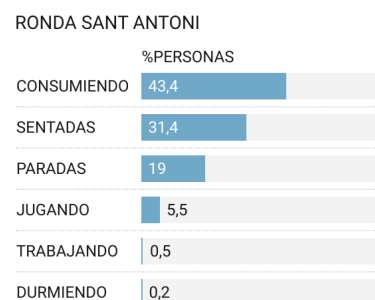
Respecto a las actividades que se realizan en esta calle, destaca en primer lugar la actividad de consumo/compra, con el 43,4%, seguidamente destacan las personas sentadas con el 31,4%, en tercer lugar, las personas paradas con un 19% y con un 5,5% aquellos que juegan o realizan actividades recreativas. A diferencia de las calles anteriores, la ronda Sant Antoni tiene un mayor porcentaje de gente sentada, casi la tercera parte del total.



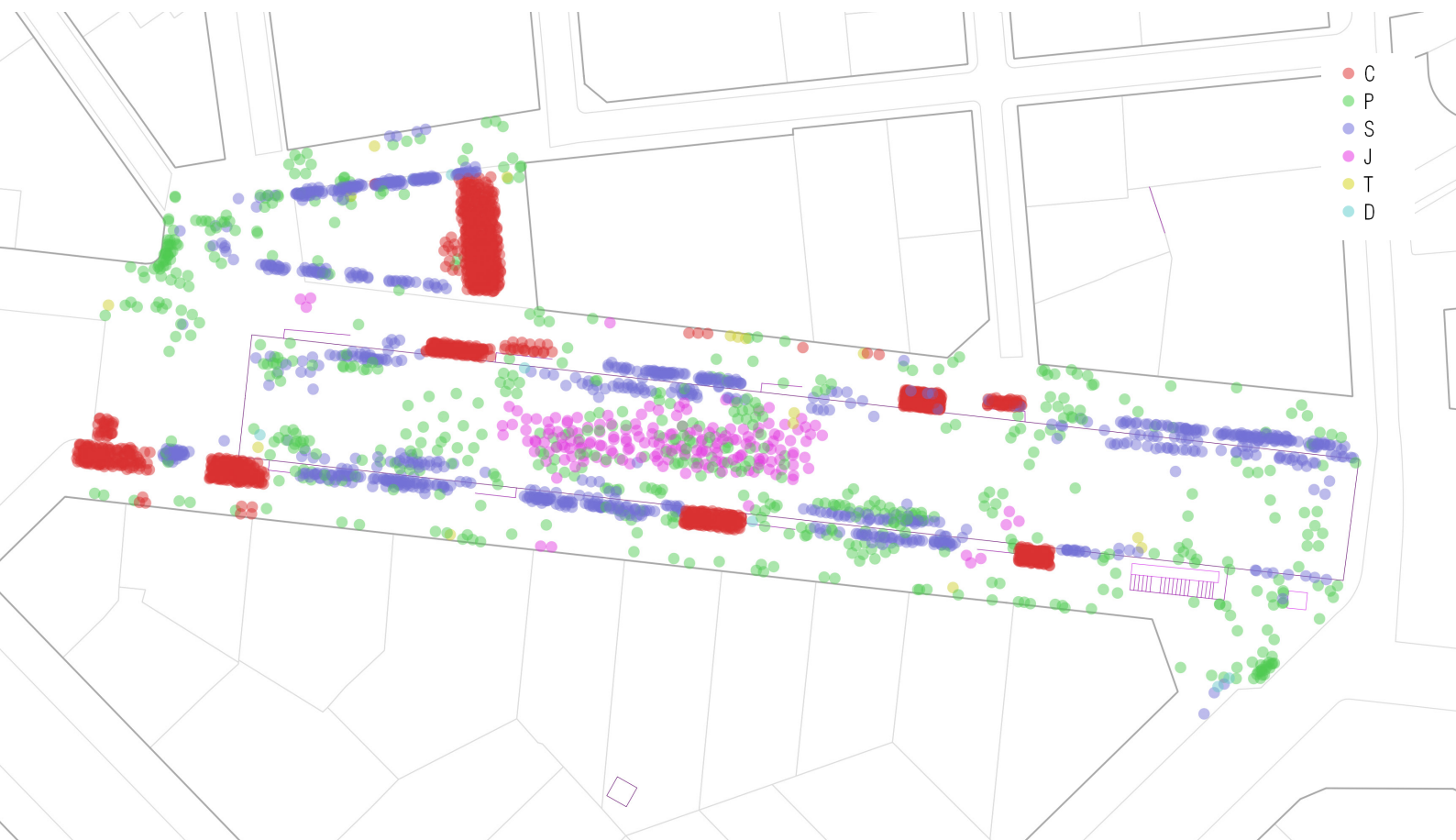
[Figura 126] Numero de personas por sexo que hacen uso del espacio público en la Ronda Sant Antoni



[Figura 127] Evolucion del número de personas por sexo y franja horaria



[Figura 128] Tipo y porcentaje de actividades realizadas en el espacio público



[Figura 129] Mapa de actividades realizadas en la Ronda Sant Antoni

En el mapa de arriba vemos la concentración de personas en torno a la Ronda Sant Antoni, este espacio público tan diverso y lleno de actividades nos muestra que las actividades se desarrollan con dos patrones claros, los laterales son utilizados como áreas de descanso y contemplación y el espacio central cobra protagonismo. Los agrupamientos respecto a la actividad de compra/consumo se forman en las terrazas de cafeterías y bares de la calle, del mismo modo algunos otros comercios atraen personas que esperan en los exteriores a ser atendidos o están haciendo alguna consulta o mirando los escaparates.

La existencia de mobiliario urbano para el descanso también promueve que esta calle no solo sea de paso, sino que la gente permanezca más tiempo, es por eso que vemos buena concentración de gente que decide sentarse un momento en las aceras laterales, pero también se ha notado que mucha gente al no encontrar una banca libre opta por sentarse en el piso, en las diferencias de nivel que existe por la plataforma que se construyó hace unos años mientras se reformaba el mercado Sant Antoni.

Esta plataforma también contribuye a que se puedan desarrollar actividades lúdicas en el centro de la ronda, en donde se pudo notar la presencia de módulos de parte del Ayuntamiento que promovían juegos y actividades ciertos días de la semana, aparentemente como parte del programa de la Superilla. Otro detalle



[Figura 130] Actividades en el espacio público



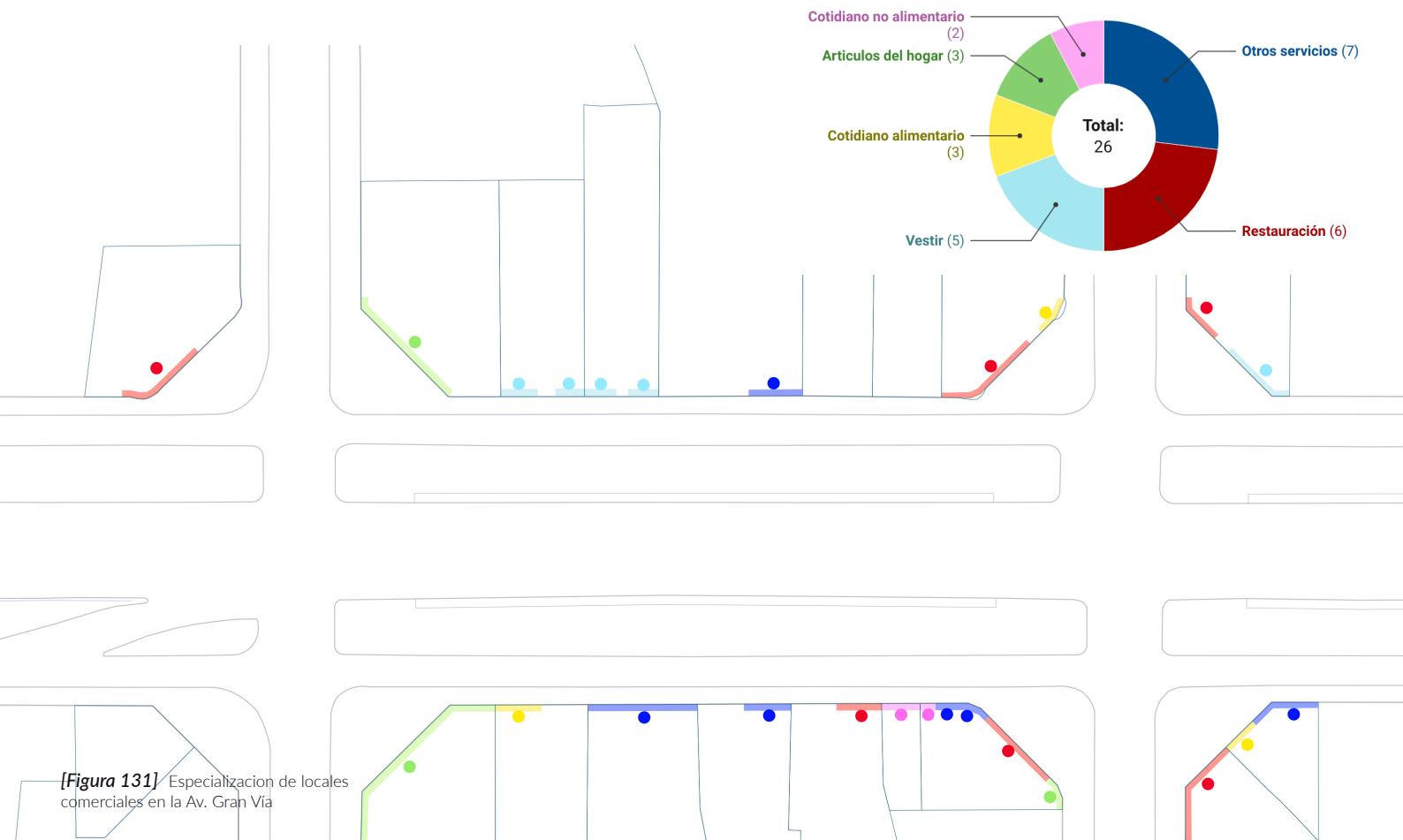
importante es que se observó muchas familias en el lugar, en gran medida vecinos del barrio del Raval, el cual, por su escasez de espacio público motiva a los vecinos a salir a las calles exteriores del barrio.

Se ha podido notar un contacto social mas profundo, motivado por el juego, y la permanencia prolongada en el espacio, incluso mientras recogía las mediciones, algunas personas se animaron a entablarme una conversación. Si bien las terrazas y los comercios de restauración tienen un papel importante en este lugar, es la posibilidad de sentarse en algún lugar de la calle luego de comprar o consumir lo que permite que la gente decida quedarse.

No solo existe una diversidad de actividades sino también la diversidad de origen e idioma mientras uno transita en esta calle del barrio. Por lo que costumbres y hábitos propios se entremezclan en el lugar.

Sin embargo, este lugar es objeto de muchas denuncias por parte de los vecinos ante la policía por actos incívicos o por escándalos a altas horas de noche, por lo que fue recurrente ver patrullas de la guardia urbana estacionados en el lugar. Sin embargo es un calle muy activa y dinámica.

# GRAN VÍA



[Figura 131] Especialización de locales comerciales en la Av. Gran Vía

Specialty	N
BAR	3
SUPERMERCAT	3
VESTIR	3
CLINICA	2
INMOBILIARIA	2
MUEBLES	2
CAFETERIA	1
COMIDA RAPIDA	1
EQUIP DEPORTIVO	1
ESTETICA	1
FARMACIA	1
FERRERIA	1
RESTAURANTE	1
TABACO	1
TEXTILES	1
VENTA/REPARA MOVIL	1
VETERINARIA	1

[Figura 132] Numero de locales comerciales por especialidad

El tramo estudiado en la Gran Vía alberga 26 locales comerciales activos, donde existen dos categorías predominante, en primer lugar, 7 locales dedicados a brindar diversos servicios y en segundo lugar aquellos dedicados a la restauracion con 6 locales. Del mismo modo, en tercer y cuarto lugar encontramos aquellos que se especializan a la venta de articulos de vestir y a cotidianos alimentarios con 5 locales y 3 locales respectivamente.

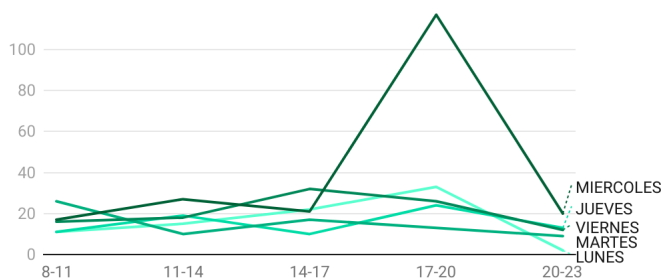
Entonces, podemos decir que en este tramo de la Gran Vía la especializacion del comercio esta dedicada a los servicios y a la restauracion con cantidades próximas en cuanto a recintos en planta baja.

## Personas en movimiento

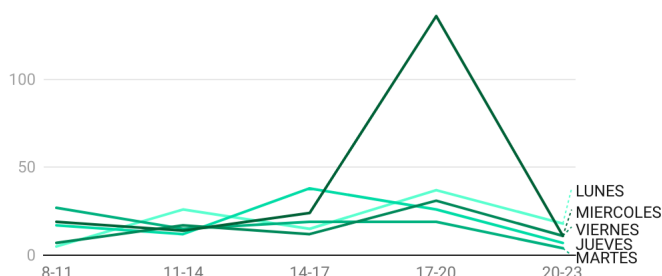
El tramo de la Gran vía de les Corts Catalans presenta un entorno menos dinámico que las anteriores calles, en el conteo se ha decidido medir la cantidad de personas que se desplazan en dirección a Sant Antoni y las que se desplazan en dirección a la Nova Esquerra de l'eixample.

Se ha contabilizado un total de 1108 personas desplazándose en ambas direcciones, de esta cantidad el 52,2% es varón que equivale a 578 personas y el 47,7% es mujer con 528 personas, una diferencia de 50 personas.

En cuanto a los días de semana y franjas horarias, se tiene en primer lugar el conteo realizado en dirección a Sant Antoni, los valores son bajos a comparación de otras calles exceptuando el día miércoles en donde es notorio el incremento considerable entre las 17-20h, esto debido a un desplazamiento inusual de personas. En general la evolución a lo largo del día es variada, no hay una tendencia clara, sin embargo, se puede notar que los días lunes la cantidad de personas



[Figura 133] Evolución del movimiento de personas que se dirigen hacia Sant Antoni

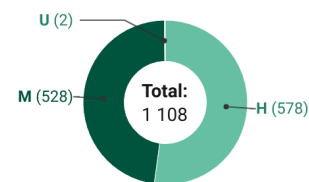


[Figura 134] Evolución del movimiento de personas que se dirigen hacia La Nova Esquerra de l'Eixample

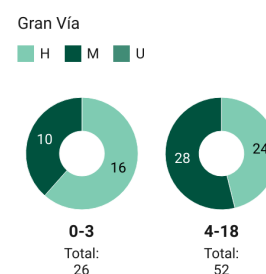
desciende bastante en el horario de 20-23h hasta llegar a un valor de tan solo 2 personas. El total de personas que se desplazan a este barrio ascienden a 541.

Respecto al conteo realizado en dirección el Ensanche izquierdo se ve una tendencia un poco más clara, los valores entre las 11-14h tienden a ser cercanos con una cantidad promedio de 17 personas, después ascienden claramente entre las 17h-20h para luego bajar a partir de las 20h hasta tocar un valor de 4 personas el día martes. El total de personas que se dirigen al Ensanche izquierdo asciende a 567, un poco mas que los que van en sentido contrario.

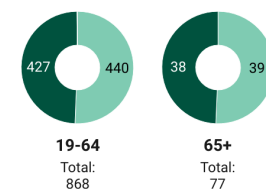
Los grupos por edades nos indican una mayor presencia de personas entre 19-64 años con un valor de 868 personas, de los cuales el 50,7% es varón y 49,2% es mujer, el segundo grupo con mayor flujo es el de mayores de 65 años con 77 personas contabilizadas.



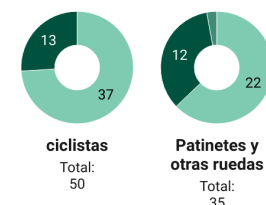
[Figura 135] Numero total de personas por sexo que se desplazan por la av. Gran Vía



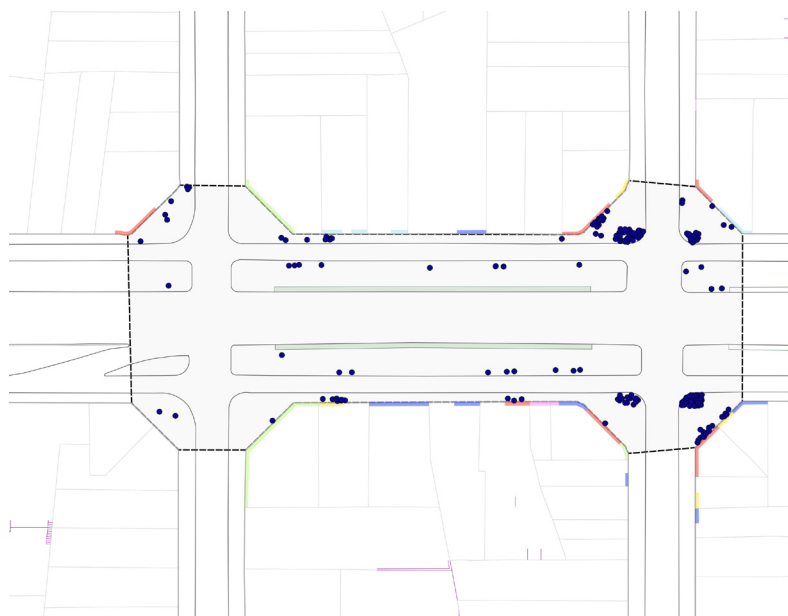
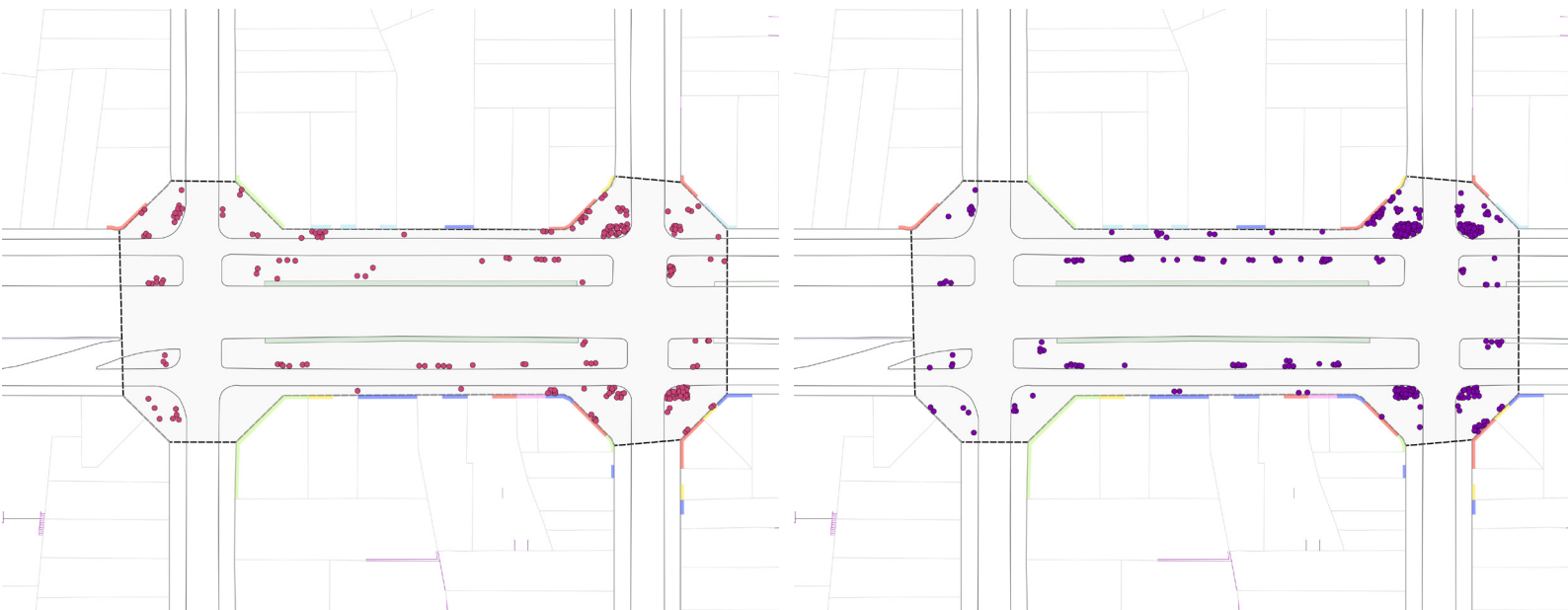
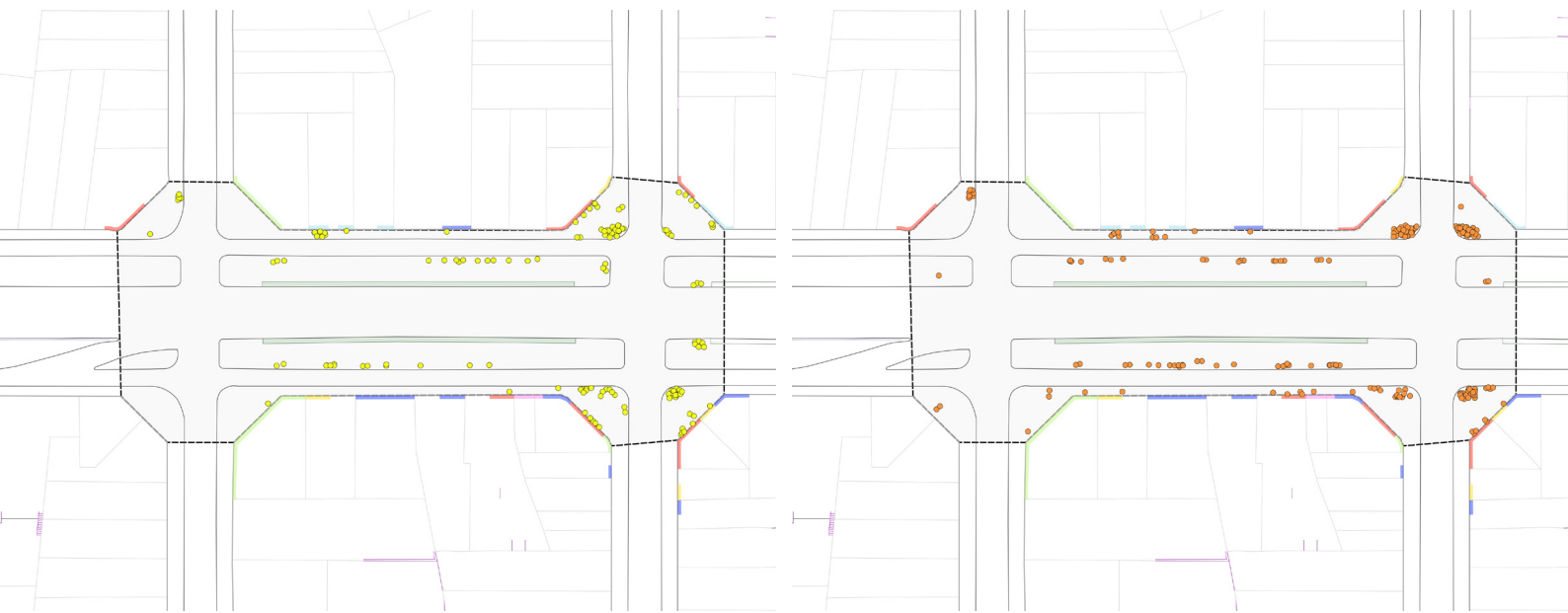
[Figura 136] Numero de personas por sexo entre 0 y 18 años que se desplazan por la av. Gran Vía



[Figura 137] Numero de personas por sexo entre 19 y +65 años que se desplazan por la av. Gran Vía



[Figura 138] Numero de personas por sexo que se desplazan en bicicleta y otras ruedas por la Av. Gran Vía



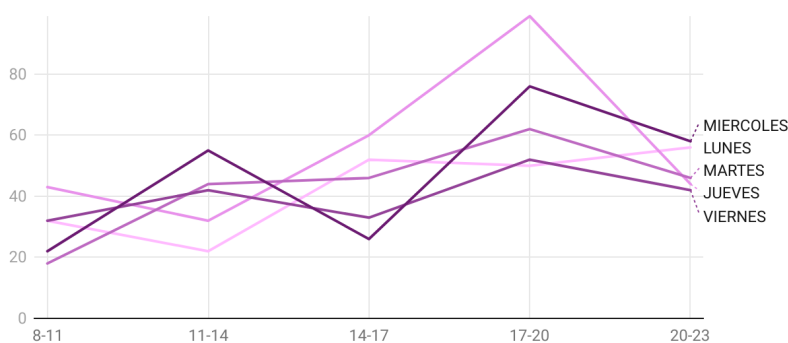
[Figura 139] Personas en la Av. Gran Vía en diferentes franjas horarias

## Mapeo de actividades

En los mapas se puede ver la evolución de ocupación del tramo analizado de la Gran vía a lo largo del día desde las 8h hasta las 23h, la ocupación es progresiva y se tiene mayor presencia de personas en la intersección con la calle Entença.

De acuerdo a la figura de abajo la permanencia de las personas varia a medida que pasan las horas tendiendo a incrementar hasta llegar a las 20h y luego hay un ligero descenso. Si bien cada día de la semana tiene valores diferentes, los días lunes y jueves tienen un descenso notable entre las 11-14h mientras que el resto de los días la cantidad de personas incrementa en este mismo horario.

La franja horaria con mayor presencia de personas es entre las 17-20h el



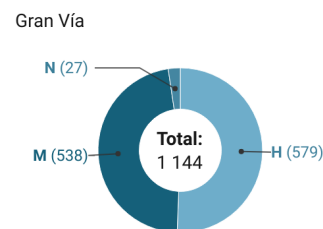
[Figura 140] Evolución del uso del espacio público en la av. Gran Vía

día jueves con 99 personas contabilizadas, mientras que el momento con menos personas es entre las 8-11h el día martes con 18 personas.

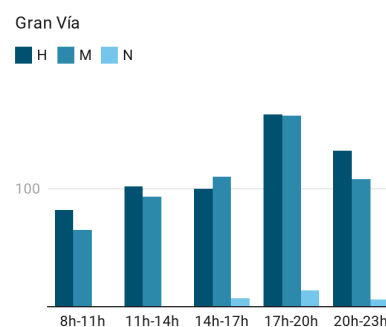
El total de personas que se han registrado en la Gran Vía durante los días estudiados ha sido de 1144, del cual el 50,6% pertenece al sexo masculino y el 47% al sexo femenino, del mismo modo se ha contado 27 niños que representan 2,4%.

Si revisamos en torno a las franjas horarias, podemos ver que durante la mañana hay mas presencia de hombres que mujeres, mientras que entre las 14-17h el escenario se invierte y esta vez el sexo femenino predomina en el espacio; ya para las 17h existe un porcentaje similar de ambos y también una mayor presencia de niños acompañando a sus padres.

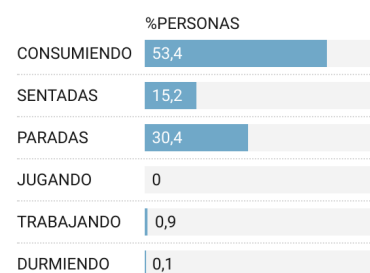
En cuanto a las actividades que realizan, en primer lugar se encuentra las personas que consumen o compran con un 53,4%, mientras que en segundo lugar están aquellos que se encuentran parados solos o en grupo con un 30,4% y en tercer lugar aquellos que prefieren sentarse un 15,2%. No se han registrado personas realizando actividades recreativas y el porcentaje de personas trabajando o durmiendo es menor del 1% cada uno.



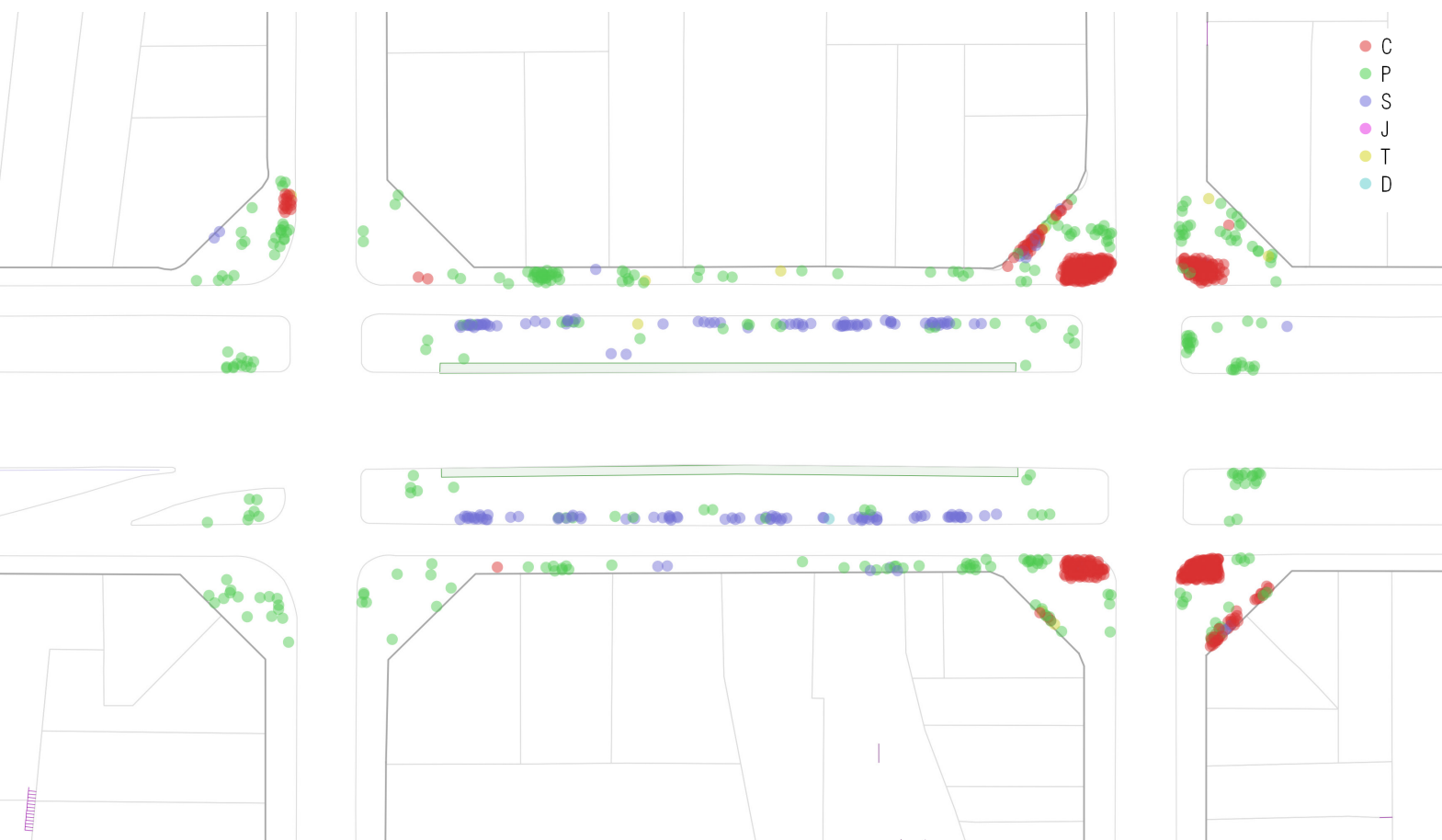
[Figura 141] Numero de personas por sexo que hacen uso del espacio público en la av. Gran Vía



[Figura 142] Evolucion del número de personas por sexo y franja horaria



[Figura 143] Tipo y porcentaje de actividades realizadas en el espacio público



[Figura 144] Mapa de actividades realizadas en la Av. Gran Vía

En el mapa de arriba podemos notar la concentración de las actividades a lo largo de la Gran Vía y en los chaflanes de las manzanas, como vimos anteriormente la actividad de compra/ consumo es la que predomina y esta se agrupa en las terrazas existentes en la intersección de la avenida con la calle Entença. Los locales ubicados en esta intersección corresponden a locales de restauración por lo que esto constituye el principal atractor para que las personas permanezcan mas tiempo. La disposición del mobiliario urbano a lo largo de la avenida permite que la gente pueda caminar y luego sentarse, en su mayoría se ha registrado personas sentadas en grupos de dos o personas solas, mientras que la gente parada se detiene en torno a las fachadas de las edificaciones, ya sea porque están a la espera del autobús, porque están conversando o también se ha visto que se aprovecha el paseo para sacar al perro durante las noches.

Debido a que la Gran vía es una de las avenidas mas importantes y por lo tanto mas transitadas vehicularmente, el proceso de socialización no se desarrolla a profundidad, es una vía de paso con pequeñas estancias que acogen a los que desean descansar o comer algo, las terrazas tienen que delimitarse con cercos removibles o pequeñas pantallas para evitar la relación directa con los vehículos, por lo que las visuales se dirigen hacia las edificaciones o chaflanes y no hay

[Figura 145] Actividades en el espacio público

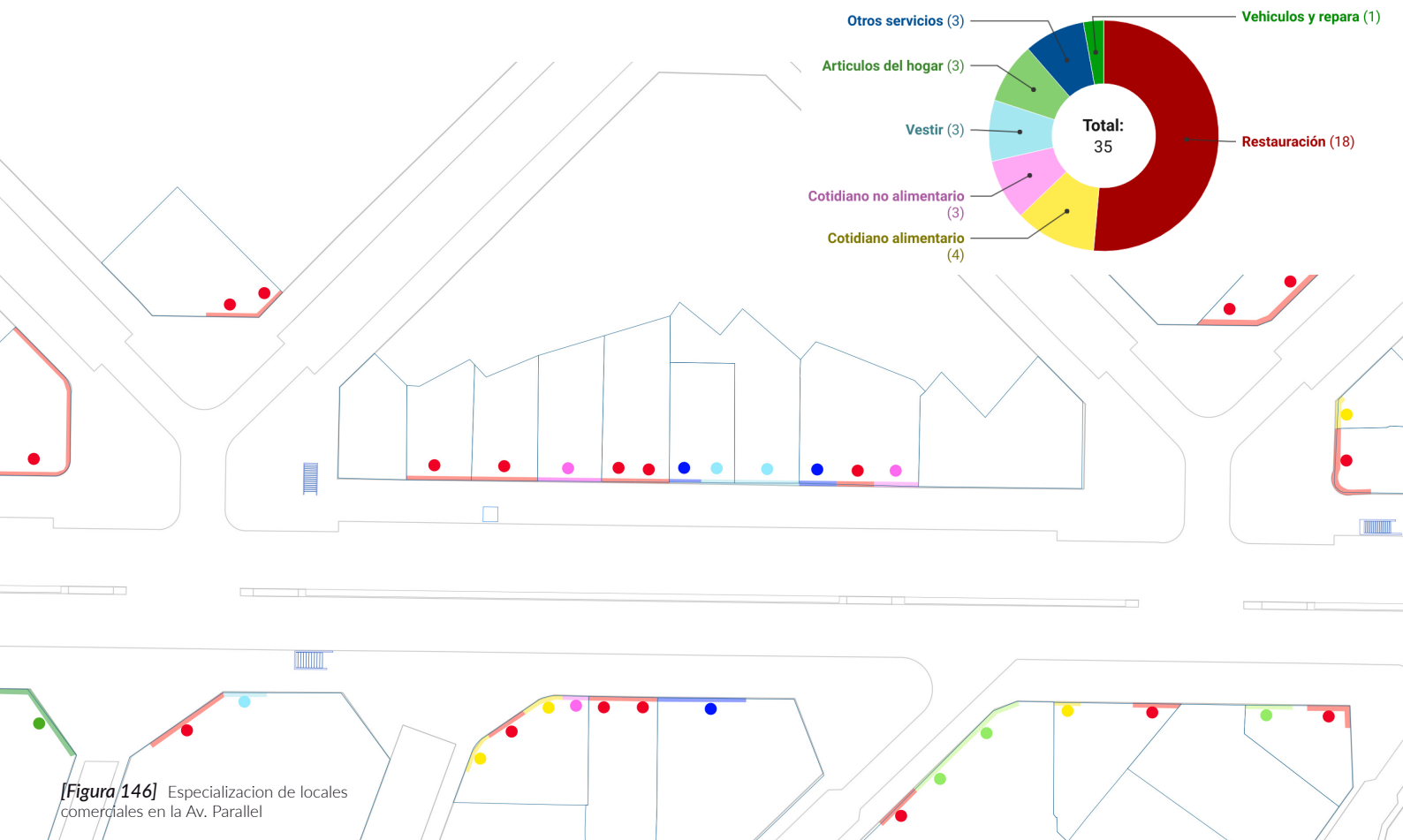


contacto con quienes están sentados en las bancas y quienes están ocupando las terrazas. Los locales comerciales que atraen personas son mínimos en este tramo, esto constituye un factor importante por las que las personas deciden escoger otros lugares para hacer compras o consumir. Del mismo modo, la dimensión de las aceras laterales no permite la circulación de grandes grupos de personas o de poder detenerse mucho tiempo, por lo que el espacio no invita a quedarse.

En la intersección de la Gran Vía con la calle Vilamarí se ha notado una mayor cantidad de personas solas paradas, sin mayor interacción unas con otras, por lo que esta parte del espacio publico es la mas solitaria y con la menor interacción.

Sin embargo este espacio que queda vacío para circulación peatonal es muy útil en otros momentos del año, en donde es posible instalar pequeños módulos de venta o exposición, por lo que valdría la pena indagar mas en el comportamiento de la calle en otras estaciones y fechas del año.

# PARAL·LEL



[Figura 146] Especialización de locales comerciales en la Av. Paralel

Especialidad	N
BAR	10
CAFETERIA	4
RESTAURANTE	3
SUPERMERCAT	3
VESTIR	3
BAZAR	2
A/V COCHE/MOTO	1
COMIDA RAPIDA	1
DROGUERIA, PERFUMERI	1
FARMACIA	1
FLORES	1
FRUTERIA	1
MATERIAL REFORMAS	1
MUEBLES	1
PELUQUERIA	1
TABACO	1

El tramo estudiado en la avenida del Paralelo alberga 35 locales comerciales activos, donde existe una categoría predominante y es la restauracion con 18 locales, mas del 50% de toda la oferta comercial. Del mismo modo, en segundo y lugar encontramos el comercio cotidiano alimentarios con 4 locales.

[Figura 147] Numero de locales comerciales por especialidad

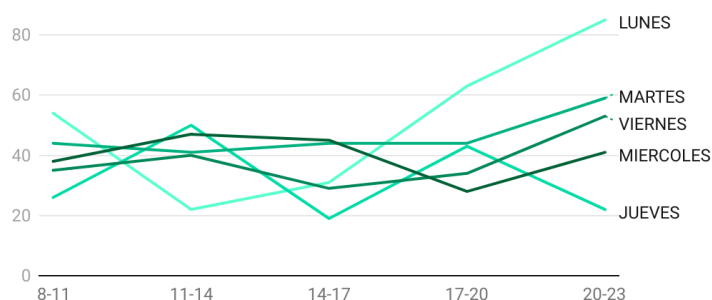


## Personas en movimiento

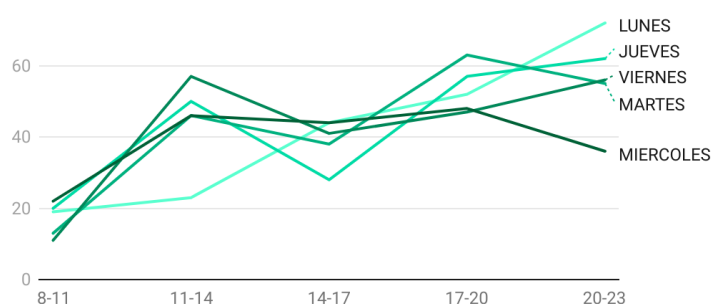
La avenida del Paralelo presenta un movimiento de personas importante ya que es una vía que conecta dos barrios Poble Sec y Sant Antoni y también dos distritos l'Eixample y Sants Montjuic. En las mediciones que se han tomado, se ha considerado el desplazamiento que se realiza hacia Sant Antoni y hacia Poble Sec, con esto se pretende saber quiénes se desplazan y cuando.

El conteo general indica un total de 2 087 personas, en donde el flujo mayor corresponde a las mujeres con un 52,5% y los varones alcanzan un 47,3%. Por lo que, a diferencia de otras calles, en Paralel las mujeres tienen mayor porcentaje de desplazamiento.

Si damos una mirada a los flujos por dirección de desplazamiento, podemos ver que el número de personas que se dirigen hacia el barrio de Sant Antoni es de 1037 personas, mientras que 1050 personas se dirigen hacia Poble Sec, en ambos casos predomina el sexo femenino.



[Figura 148] Evolución del movimiento de personas que se dirigen hacia Sant Antoni

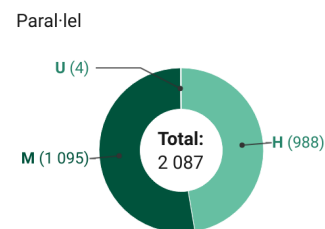


[Figura 149] Evolución del movimiento de personas que se dirigen hacia Poble Sec

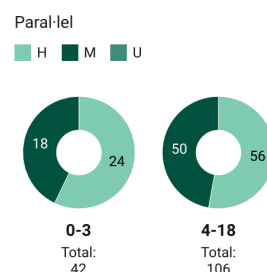
Cuando vemos la evolución del desplazamiento de las personas, observamos la variedad de valores en cada franja horaria. Si empezamos por aquellos que se dirigen hacia Sant Antoni, vemos que en promedio la evolución inicia con un valor bajo y asciende para las 11-14h, luego desciende entre las 14-17h y vuelve a subir desde las 17h hasta las 23h, por lo que los horarios en los que más gente se dirige hacia este barrio son en la tarde.

Por otro lado vemos la figura 149 donde nos muestra el comportamiento en dirección al barrio de Poble Sec, aquí son más definidos los valores diarios, se inicia con un valor muy bajo, menor de 20 personas y luego la cantidad va incrementando hasta las 14h, sin embargo esta desciende entre las 14-17h para luego ascender durante la tarde/noche.

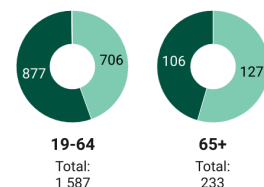
Del mismo modo, las personas que se desplazan pertenecen en su mayoría al grupo de 19-64 años con 1587 personas, en este grupo predominan las mujeres, mientras que el segundo grupo son mayores de 65 años con 233 personas, aquí predominan los varones.



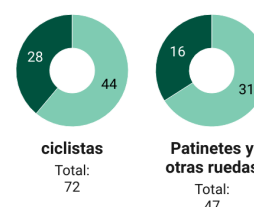
[Figura 150] Numero total de personas por sexo que se desplazan por la av. Paralel



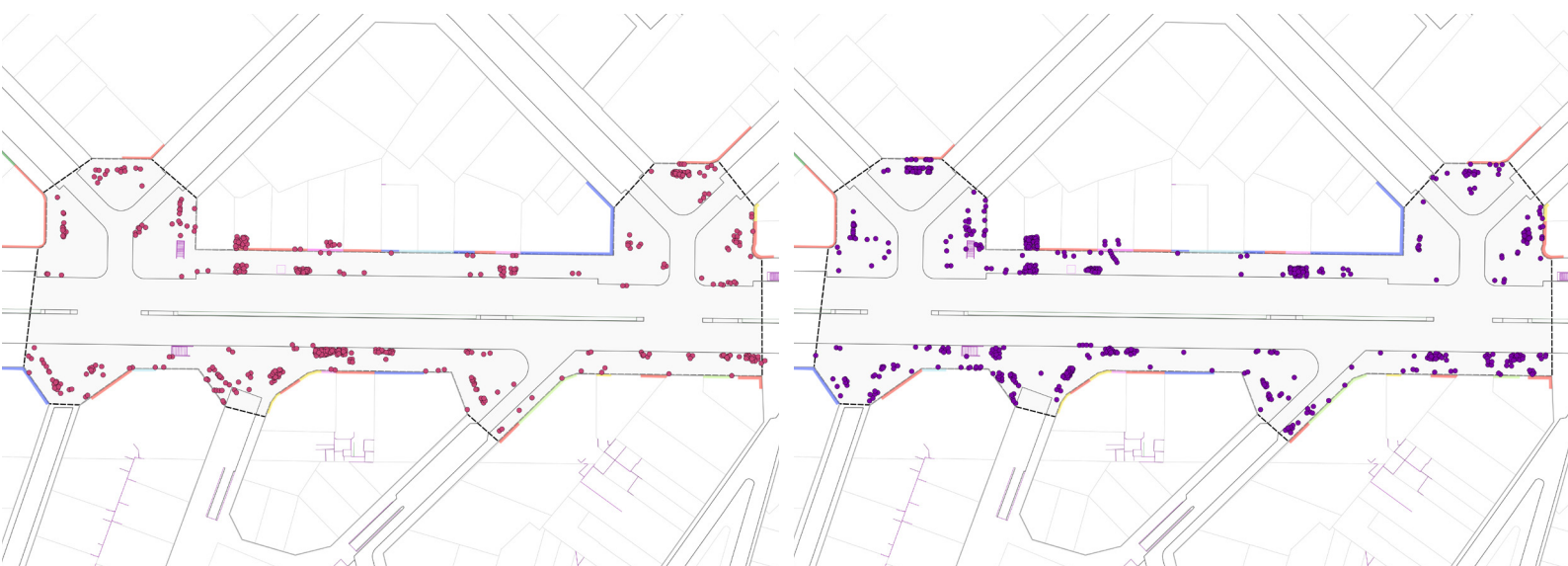
[Figura 151] Numero de personas por sexo entre 0 y 18 años que se desplazan por la av. Paralel



[Figura 152] Numero de personas por sexo entre 19 y +65 años que se desplazan por la av. Paralel



[Figura 153] Numero de personas por sexo que se desplazan en bicicleta y otras ruedas por la Av. Paralel



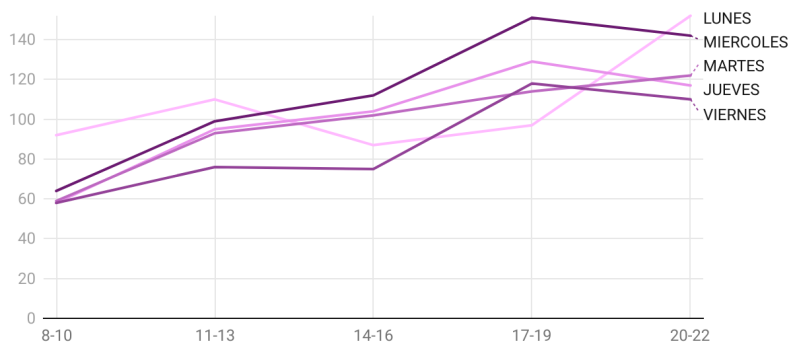
[Figura 154] Personas en la Av. Parallel en diferentes franjas horarias

## Actividades estacionarias

En esta sección se ha realizado un mapeo de las actividades que se realizan en este espacio, en los mapas vemos la evolución de la ocupación del espacio público a lo largo del día desde las 8h hasta las 23h. Los lugares de agrupamiento se concentran en su mayoría en los chaflanes de las manzanas.

De acuerdo a la imagen de abajo vemos que el total de las personas que permanecen en este espacio es un total de 2304 personas, de los cuales 53,4% son varones y 44,8% son mujeres, así mismo el 1,8% son niños.

Al ver la evolución de las personas por días y franjas horarias podemos ver un comportamiento ascendente, empezando por las horas de la mañana en donde hay un promedio de 66 personas, luego hay un crecimiento entre las 11-13 y este se sostiene hasta las 16h en donde vuelve a ascender entre las 17h-22h. El valor



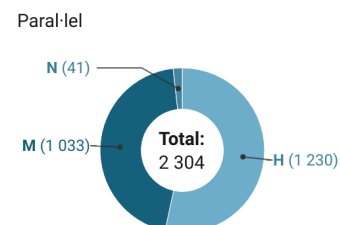
[Figura 155] Evolución del uso del espacio público en la av. Paralel

mas alto registrado es el día lunes entre las 20-22h con una cantidad de 152 personas, mientras que el valor mas bajo es el día jueves y viernes entre las 8-10h con solo 58 personas.

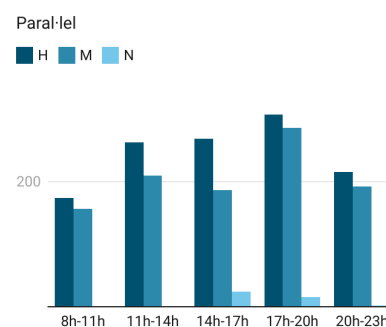
En cuanto al sexo de las personas que ocupan el espacio público, se ha observado que los varones predominan en todas las franjas horarias, además entre el horario de 14-20h los niños evidencian su presencia en este espacio.

En cuanto a las actividades que se realizan, un 48% se encuentra consumiendo o comprando, el 31,8% están parados mientras que un 17,5% esta sentado, aunque no se ha mapeado personas realizando actividades recreativas un 2,6% se encontró trabajando y apenas un 0,2% durmiendo en la calle.

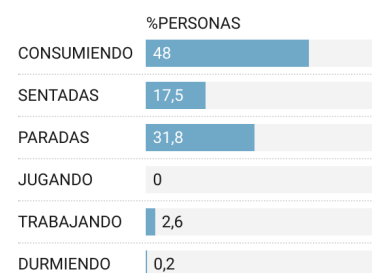
El mapeo de actividades que realizan las personas en el espacio publico ha evidenciado algunos puntos importantes, el primero es que más de la mitad de la gente, es decir un 56% que equivale a 1929 personas, está consumiendo, es decir, comprando, comiendo, bebiendo o simplemente esperando su turno para ser atendido. El 21,1%, unos 728, esta realizando actividades pasivas como conversar en una banca, o estar sentados leyendo o contemplando en algún lugar del espacio público. A esto le sigue las personas que están de pie con un 16,5%, un 4,6% jugando y un 0,3% durmiendo, este ultimo valor equivale a 9 personas contabilizadas durante el mapeo.



[Figura 156] Numero de personas por sexo que hacen uso del espacio público en la av. Paralel



[Figura 157] Evolucion del número de personas por sexo y franja horaria



[Figura 158] Tipo y porcentaje de actividades realizadas en el espacio público



**[Figura 159]** Mapa de actividades realizadas en la Av. Parallel

En el mapa de arriba se observa los lugares donde se concentran las personas en el espacio público, las actividades de consumo y compra están reunidas en 12 ubicaciones principales que corresponden a terrazas, cuatro de ellas están en los chaflanes de las manzanas y el resto se ubica en las aceras en paralelo a la avenida.

También se observa una gran distribución de personas de pie junto a las edificaciones que componen este tramo de la avenida Parallel, se dispersan a lo largo de la vía, pero hay dos zonas donde se ve una concentración mayor, y es en ambas salidas del metro de Poble Sec; es de resaltar que en estas ubicaciones no existen locales comerciales, pero sí fachadas ciegas con cajeros de banco que atraen personas en diferentes horas del día.

La distribución de personas sentadas se extiende por toda la avenida principalmente en los chaflanes de las manzanas, debido a la presencia de mobiliario y al espacio íntimo que se crea, fuera del ruido y de el tránsito acelerado de la gente que está de paso, estos lugares se convierten en pequeños espacios de oportunidad, donde las personas que deciden sentarse un momento pueden interactuar.

A diferencia de otras calles la presencia de gente trabajando también resalta, ya que en el periodo de recojo de datos se estaban realizando obras de ampliación del carril bici en la intersección de la calle Manso con Rocafort.

[Figura 160] Actividades en el espacio público



La avenida Paral·lel, tiene mucho movimiento de personas, sin embargo, en su mayoría es gente que está de paso, quienes deciden quedarse y descansar o comer se concentran en el lado del barrio de Poble Sec, ya sea por la oferta comercial o la oferta de lugares de estancia. Es en este lado que se ha visto gente no solo descansando sino también durmiendo en bancas, personas que reciclan sentadas mientras comen algún bocadillo. Mientras que en el lado de Sant Antoni en los chaflanes en donde se reúne mas personas para descansar y sentarse se ha visto gente mayor de 65 años ocupar estas bancas, mientras que en las terrazas esta la gente mas joven. Es de notar que en el lado derecho del tramo estudiado se encuentra una estación de servicio en el lado del barrio de Sant Antoni, la actividad del mismo genera un entorno poco concurrido.

El acto de socializar en esta avenida logra tener mas profundidad en estos espacios generados por la intersección de calles. La escala hace que la gente dialogue mas y se acerque más, mientras que en las intersecciones con mayor amplitud la escala íntima del hombre se pierde, esto solo es corregido cuando las terrazas logran generar un espacio mas delimitado.

## ESCALA XS

- Fachada vibrante
- Fachada activa
- Fachada aburrida
- Fachada inactiva



[Figura 161] Mapa de calidad de fachadas. Fuente: Elaboración propia.

## FACHADAS EN PLANTA BAJA



[Figura 162] Fachada Vibrante ●



[Figura 163] Fachada Activa ●



[Figura 164] Fachada Aburrida ●



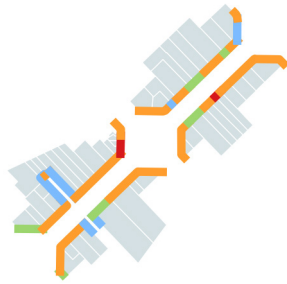
[Figura 165] Fachada Inactiva ●

Nuestro ángulo de visión puede percibir mejor en el nivel de las fachadas en planta baja, por lo que las experiencias que vivamos en el espacio público estarán determinadas por qué tan agradable y atractivo resulte. Como ya vimos en capítulos anteriores los autores atribuyen a la calidad de las fachadas, también llamados bordes, el tiempo que permanezcamos en una calle y por lo tanto la posibilidad de generar vínculos o de tener contacto con otras personas, para ello clasificamos las fachadas de las calles estudiadas mediante la escala propuesta por Gehl (2010) usando 4 niveles: fachadas vibrantes, fachadas activas, fachadas aburridas y fachada inactivas.

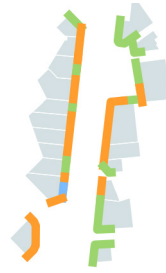
Debido al tejido urbano y la forma en que los locales comerciales se han implantado tenemos en general un barrio activo y dinámico, por lo que pretendemos con esta clasificación ser más rigurosos al analizar los tramos estudiados.

En el mapa de calidad de fachadas observamos que en la mayoría de las calles predominan las fachadas activas, las cuales implican tener unidades pequeñas, algo de transparencias, que tengan detalles y que haya pocas unidades pasivas. Así, la calle Parlament es la que más metros de fachadas activas posee mientras que la Gran Vía predominan más las fachadas inactivas y aburridas.

Es de notar que la calle Sepúlveda y la Ronda de Sant Antoni poseen fachadas



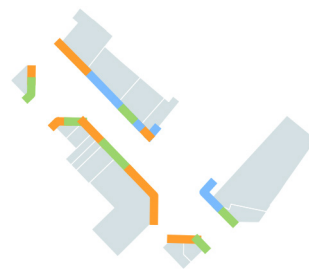
[Figura 166] Fachadas en Parlament



[Figura 167] Fachadas en Ronda Sant Antoni



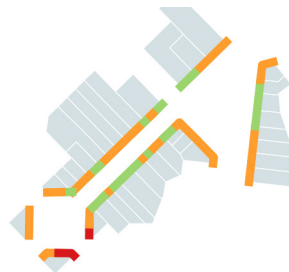
[Figura 168] Fachadas en Gran Via



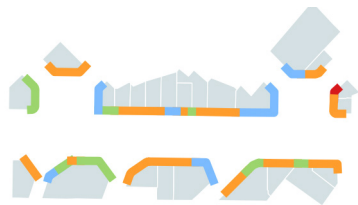
[Figura 169] Fachadas en Ronda Sant Pau



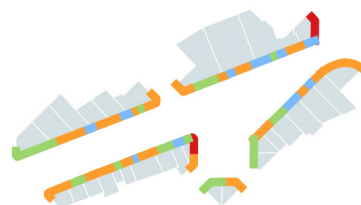
[Figura 170] Fachadas en Comte Borrell



[Figura 171] Fachadas en Sepúlveda



[Figura 172] Fachadas en Parallel



[Figura 172] Fachadas en Mistral

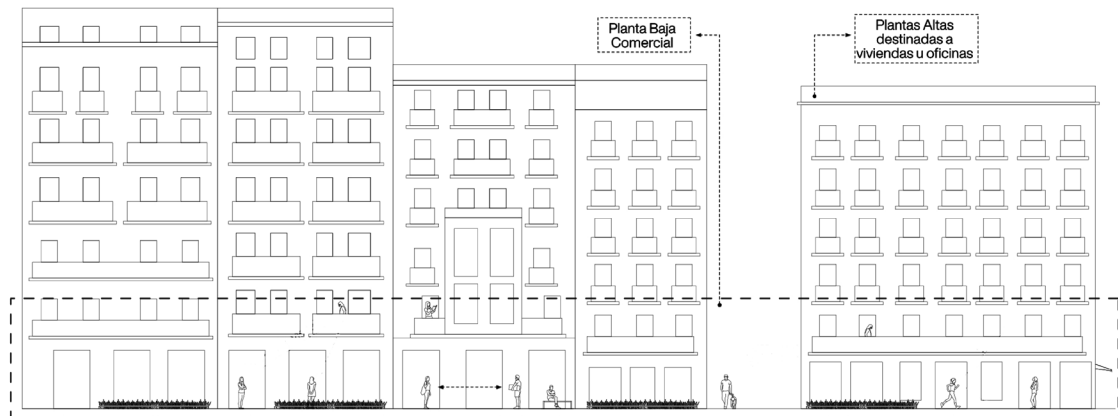


activas y aburridas de manera similar, pero a diferencia de la Ronda Sant Antoni, la calle Sepúlveda tiene dos puntos donde hay fachadas vibrantes, sin embargo, es una de las calles con bajos niveles de actividad en el espacio público. A diferencia de la Ronda Sant Antoni que aprovecha muy bien sus fachadas activas, compensando aquellas que no lo son con el espacio público y el mobiliario que ofrece.

La Ronda Sant Pau tiene un lado de la calle con fachadas aburridas e inactivas, mientras que la acera de enfrente posee más fachadas activas, esto resulta sugerente ya que el lado de la Ronda donde hay más terrazas y gente realizando diversas actividades es donde están las fachadas activas, mientras que el lado con fachadas inactivas presenta mucho movimiento, pero poca variedad de actividad.

En el tramo de la calle Borrell hay una clasificación en mayor proporción de fachadas activas, esto se relaciona con el mapeo realizado en donde las personas que están paradas se distribuyen en frente de estas, además percibimos que el ancho de la calle es un factor que podría complementar a la dinámica que producen estos bordes, ya que al fijar la mirada en la avenida Mistral esta presenta una diversidad en la calificación de fachadas albergando pequeños tramos de fachadas inactivas que corresponden a parkings o muros ciegos de bancos o de supermercados. Sin embargo, su mayor amplitud, el espacio que posee y la posibilidad de realizar más actividades que solo pararse a mirar escaparates contrarresta aquellas fachadas que no causan impacto en la permanencia de las personas.

La avenida Paral·lel enseguida nos muestra su tendencia: las fachadas del lado del barrio de Poble Sec tienen mayor proporción de fachadas activas que las del lado de Sant Antoni, la razón es la presencia de muros ciegos en el lado de la calle Manso y la presencia de una gasolinera en el lado de la calle Parlament. En cambio, del lado de Poble Sec las unidades son más pequeñas y existen más locales comerciales.



[Figura 174] Fachadas de edificios en al calle Comte Borrell. Fuente: Las supermanzanas y la habitabilidad urbana, Arcardini (2020)



[Figura 175] Fachadas de edificios en la Avenida Mistral. Fuente: Elaboracion propia

## Apropiación de las aceras



[Figura 176] Productos que son expuestos en la acera en una frutería



[Figura 177] Mobiliario y elementos que son colocados en las aceras por algunos restaurantes



[Figura 178] Productos que son expuestos en la acera en una florería



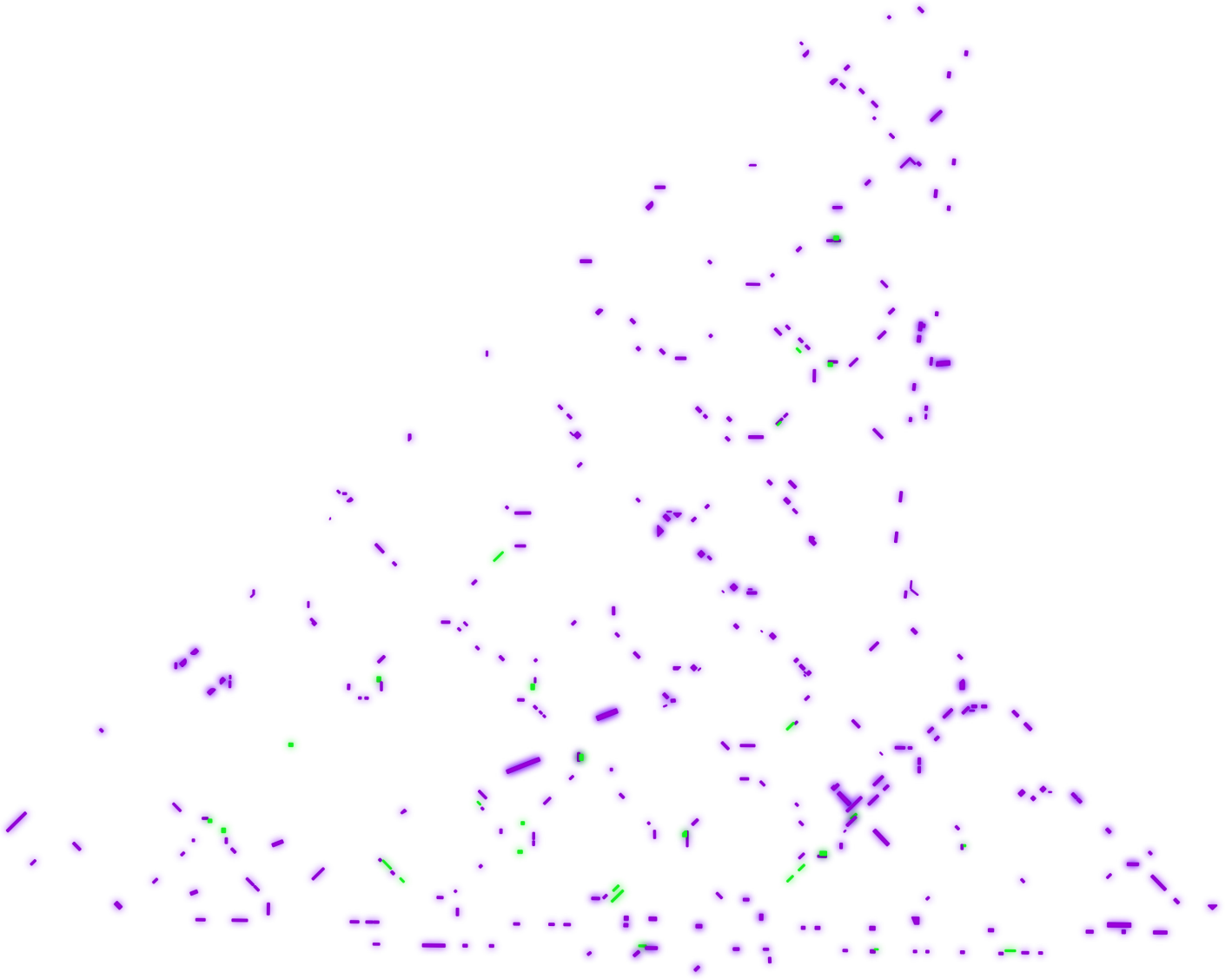
[Figura 179] Ocupación de la acera por parte de las terrazas

Las imágenes nos muestran el grado de apropiación que los comercios ejercen sobre la vía pública, desde cajas de verduras a mobiliario completo compuesto por sillas y calefacción. Los locales comerciales que tienden a configurar la fachada que ocupan con sus productos y/o servicios son las fruterías, florerías y los que se dedican a la restauración. De algún modo este tipo de paisaje urbano se ha vuelto habitual y hasta característico de los barrios más activos de Barcelona. Sin embargo, es importante hacer una mirada hacia los efectos que esto tiene en la vida pública.

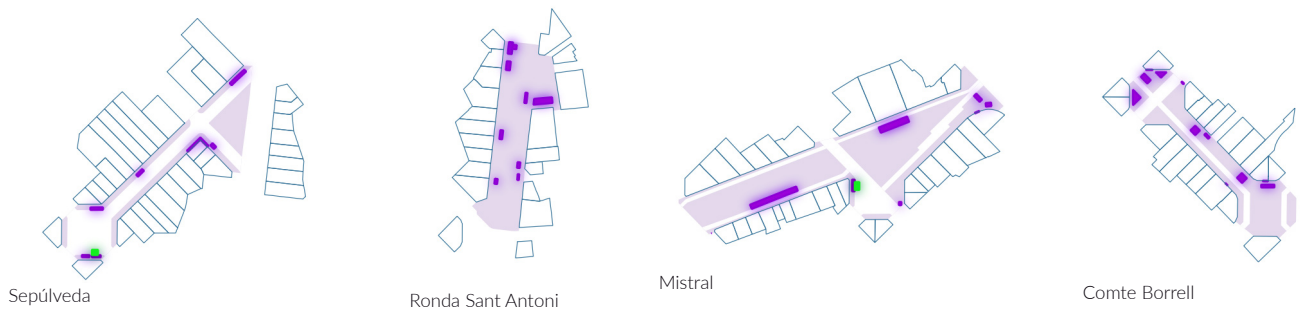
En el barrio de Sant Antoni se ha podido observar que la calle con mayor presencia de mobiliario de este tipo es la calle Parlament y que muchas de sus aceras están "invadidas", por lo que hay una tendencia de transitar por la parte central de esta calle debido a que la acumulación de gente es importante durante horas de noche y esta no permite un recorrido fluido. Aunque hay una gran cantidad de personas reunidas en terrazas en esta calle, aquellas que no desean consumir tampoco pueden ejercer la posibilidad de realizar actividades pasivas en medio de tanta gente, por lo que esta "invasión" estaría generando un desequilibrio en las posibilidades de encontrar espacios de oportunidad que les permitan estar presentes.

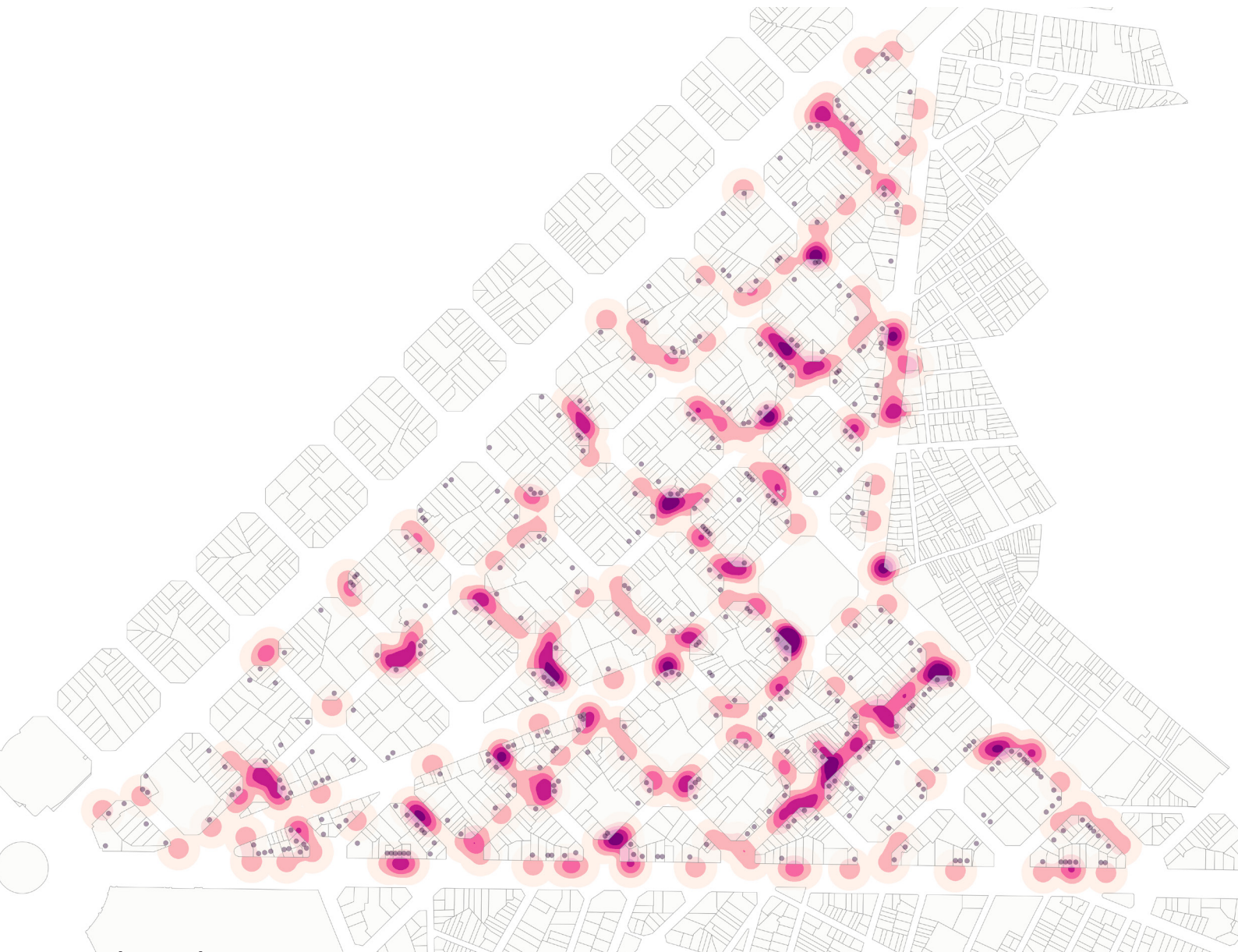
# TERRAZAS

---

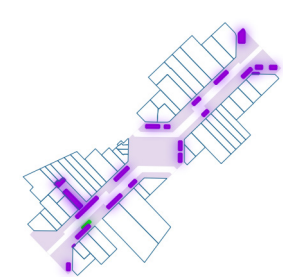


[Figura 180] Mapa de Terrazas en el Barrio de Sant Antoni. Fuente: Elaboración propia.

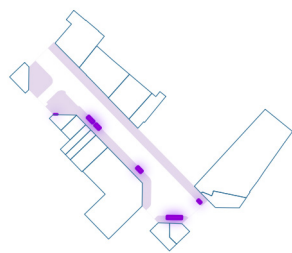




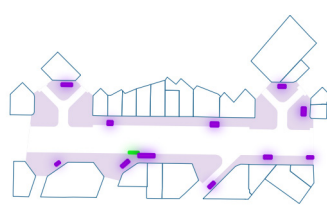
[Figura 181] Mapa de calor de concentración de terrazas. Fuente: Elaboración propia.



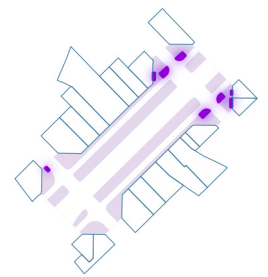
Parlament



Ronda Sant Pau

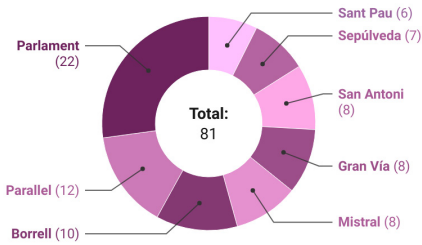


Parallel

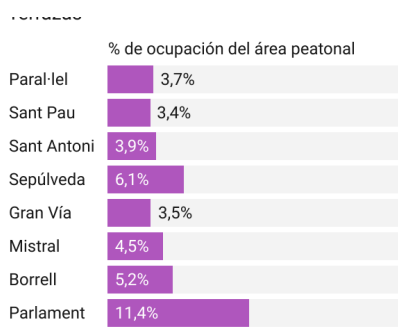


Gran Vía

## TERRAZAS



[Figura 182] Numero de terrazas por calle



[Figura 183] Porcentaje de ocupación de las terrazas

En las secciones anteriores vimos las actividades que se desarrollan en ocho calles del barrio de Sant Antoni, en los mapas pudimos ver que existe una alta concentración de personas reunidas en terrazas, de todas las personas contabilizadas aproximadamente el 52% están consumiendo en una, lo que representa más de la mitad de la gente que permanece en la calle. además, haciendo un cálculo simple, podemos deducir que en promedio hay 47 personas cada hora consumiendo en terrazas en cualquiera de las calles estudiadas, esto sin contar los horarios con mayor demanda ni los fines de semana.

Del mismo modo, luego de realizar el trabajo de campo y el mapeo de terrazas podemos ver en la figura 180 la distribución de estas respecto a todo el barrio y en relación con los tramos de calles analizados. Se ha contado 320 terrazas en total, incluyendo aquellas que se encuentran en las fachadas de los barrios colindantes. De este valor 28 terrazas se encuentran en la calzada como resultado de una ampliación temporal o permanente, mientras que 292 están ubicadas en las aceras.

Es importante notar el número de terrazas por cada calle estudiada, la calle Parlament por las características ya mencionadas anteriormente, alberga 22 terrazas, y es la calle con mayor cantidad, mientras que la Ronda de Sant Pau tan solo presenta 6, esto tiene relación con la cantidad de gente que permanece en las calles y el tiempo que destinan para establecer contacto con otras personas.

A su vez, también analizamos el área que ocupan las terrazas en el barrio, este corresponde a 7245 m<sup>2</sup> de espacio público, mientras que el área promedio que puede ocupar una terraza es de 22m<sup>2</sup>. Si revisamos los porcentajes de ocupación de las calles estudiadas, notamos que en la calle Parlament el porcentaje de ocupación es 8,8% un valor muy alto comparado con otras calles, le sigue la Ronda Sant Antoni y la calle Comte Borrell ambas con un 3,9% de ocupación y luego la Avenida Mistral con un 3,3%.

Estos valores pueden darnos luces de que la saturación de terrazas en una calle de dimensiones pequeñas puede manifestarse en conflictos o incomodidad de los residentes de la calle. Tomamos como ejemplo calles saturadas de terrazas como la calle Blai en el barrio vecino de Poble Sec, es frecuente enterarse de quejas y denuncias de los vecinos por altos niveles de ruido y de aglomeración de gente hasta muy tarde. Esto sin considerar que las terrazas son un espacio delimitado que reúne una determinada cantidad de personas, pero que mientras se espera a que se desocupe una mesa, hay 5 personas de pie esperando su turno.

Sin embargo, no se pretende ver solo los aspectos negativos de esta extensión de los locales de restauración, sino también destacar que calles como la avenida Mistral a pesar de tener menor número de terrazas, concentra a gente en dos lugares principales y permite que el resto del espacio sea ocupado para otras actividades, esto repercute en la dinámica y la vida que transmite que resulta no solo atractiva sino también equilibrada.



[Figura 184] Terrazas en el barrio de Sant Antoni en el día



[Figura 185] Terrazas en el barrio de Sant Antoni de noche



## ¿ENTONCES, QUE DETONA LA SOCIALIZACION?

---

Entendemos que la socialización es el resultado de acciones previas en el desenvolvimiento de la vida cotidiana, se da en diferentes niveles de acuerdo con el lugar y tiempo. Si queremos comprender qué lo provoca en el escenario del espacio público tenemos que identificar los pasos previos, por ello seguimos la teoría de Gehl, que nos dice que la socialización en el espacio público depende de la permanencia de las personas y las actividades que ellas realicen; además, que estos factores están influenciados por la calidad del espacio público y la variedad de oportunidades que brinde.

Si las personas encuentran motivos para quedarse más tiempo en una calle, entonces tendrán la oportunidad de encontrarse con otras personas, ya sea encuentros pactados o espontáneos.

La dirección que ha tomado este estudio nos ha permitido identificar estas oportunidades de manera espacial, es decir lugares concretos que son o que pueden facilitar la interacción de la gente.

En el barrio de Sant Antoni encontramos que los lugares potenciales de socialización son: Las terrazas, las áreas provistas de bancas, las áreas de juego y las fachadas que rodean este contexto, dicho de otro modo, serían los locales comerciales que se abren hacia el espacio público.

Dicho esto, la actividad comercial traducida en locales comerciales de planta baja ejerce mucha influencia en la permanencia de las personas en las calles del barrio, las terrazas como elemento principal nos revelan que más de la mitad de la gente que está en la calle tiene una interacción activa unos con otros, mientras que el resto de las personas está entre una interacción más pasiva de oír y ver y otras una combinación de ambas.

Por lo tanto, a una de barrio, es justamente la configuración del tejido urbano y comercial del barrio de Sant Antoni, lo que sustenta el nivel de socialización que se tiene. Si este cambia o se altera, también cambiaría la forma en que la gente se relaciona.





# CAPITULO VII

## CONCLUSIONES

## CONCLUSIONES

---

La realización del estudio de la actividad comercial en el barrio de Sant Antoni y su influencia sobre la socialización de las personas ha permitido profundizar en un ámbito importante del espacio público, la utilización de este tipo de metodología donde se parte del estudio del comportamiento de las personas es relevante para ser aplicada en las actuaciones urbanísticas actuales, ya que nos permite tener un panorama más detallado y más real de lo que ocurre en las calles. Así mismo, la utilización del conteo y mapeo de personas, terrazas y locales comerciales activos en las calles estudiadas han sido pieza fundamental para la recolección de datos útiles para la investigación y posterior uso de herramientas asistidas por ordenador.

Los fundamentos teóricos planteados nos permitieron tener un panorama del comercio y las actividades que se desarrollan en el espacio público. En el caso del barrio de Sant Antoni juega un papel importante en la dinámica que presenta su ubicación e historia, además de la configuración de su tejido urbano en donde las plantas bajas y las calles tienen una relación muy cercana que definen su comportamiento.

El estudio ha evidenciado que en el barrio de Sant Antoni las tipologías de comercios que predominan son aquellos dedicados a la restauración y a los servicios. Aunque se ha notado las repercusiones de la pandemia en el cierre de muchos locales, se ha podido analizar los locales activos que han mostrado tendencias importantes, una de ellas es que ciertas tipologías se concentran en determinadas calles del barrio, generando una forma de especialización. Tal es el caso de los locales de restauración en la calle Parlament; así como también los locales dedicados a implementos de vestir como ropa, calzado, ropa deportiva, mercerías, textiles o relojerías que se concentran en el eje Ronda Sant Antoni – Manso; la informática y electrónica se concentra en la calle Sepúlveda y los artículos del hogar en la calle Comte d'Urgell, finalmente y no tan concentrado en una sola calle, están los servicios diversos que se reúnen en el extremo del barrio donde la Gran Vía y Paral·lel confluyen.

Aparte de la calle Parlament que es un caso tratado y conocido desde la formulación del Plan de Usos del barrio por parte del Ajuntament de Barcelona, se está generando la instalación de una especie de monocultivo en los ejes mencionados anteriormente. Las calles se van especializando en torno un tipo de negocio y de alguna forma esto rompe con la diversidad necesaria para que los residentes puedan acceder a los servicios y comercios en una proximidad apropiada.

Los cuestionarios realizados nos han permitido conocer que la compra en comercios alimentarios por parte de los residentes se realiza principalmente en supermercados del barrio y en el mercado de Sant Antoni, mientras que las otras compras cotidianas prefieren hacerlas fuera del barrio.

Sumado a esto, las calles de preferencia para recorridos de ocio son las calles Mistral y Borrell, de estas calles son valoradas el carácter peatonal de Mistral

y las bondades de la pacificación producto de la supermanzana en Borrell. En cuanto a los recorridos de compra/consumo, los ejes más destacados son la avenida Mistral, Borrell y Parlament. Un punto destacable en estos recorridos marcados por los residentes es el mercado de Sant Antoni donde la mayoría de los recorridos confluye.

Los resultados obtenidos del conteo y mapeo de cada calle nos indican que las avenidas o rondas externas que rodean el barrio son calles con un gran número de personas en movimiento pero distan mucho con el número de personas que permanecen en el espacio público, a diferencia de las calles internas en donde la diferencia entre el movimiento y la permanencia es más reducida, por lo que la gente que se desplaza elige quedarse en mayor proporción en calles internas que externas.

Este primer resultado nos lleva a concluir que, aunque las calles externas sean más amplias, más transitadas y con mayor relación con otros barrios no generan suficientes espacios de oportunidad para la permanencia y socialización de las personas que transitan a través de ellas. Por lo que su carácter está ligado mayormente al desplazamiento para actividades necesarias.

Caso contrario lo que ocurre con las calles internas, las cuales retienen en mayor medida a las personas que se desplazan y les proveen motivos de permanencia. Esta situación crea espacios de oportunidad para la interacción y se ve reforzada en mayor o menor medida por las características específicas de cada calle, ya sea la peatonalización, la oferta comercial o de servicios, la cercanía con los lugares de compra habituales o el ambiente que transmite el paisaje comercial.

Otro resultado relevante es que la mayoría de las calles estudiadas tiene predominio de locales comerciales dedicados a la restauración, excepto Mistral y Sepúlveda en los que predominan los servicios y la informática respectivamente. Esto está relacionado directamente con la actividad predominante que se desarrolla en cada calle, la cual es de consumo y compra en las ocho calles estudiadas. Del mismo modo estos resultados se relacionan con la calidad de fachadas de cada tramo estudiado, en donde predomina el tipo de fachada activa, excepto en la avenida Gran Vía que presenta fachadas ciegas o con pocas unidades o transparencias que promuevan la conexión de la planta baja con la calle.

Seguidamente es importante mencionar que cada calle registra un usuario particular que hace uso del espacio público, en todas predomina el varón, sin embargo, hay calles en las que la brecha de género es menor que otras, como el caso de la avenida Mistral en donde hay una diferencia de hombres y mujeres de tan solo 12 personas, mientras que en la Ronda Sant Antoni esta diferencia asciende a 591 personas. La cantidad de hombres y mujeres está ligada a las costumbres y características sociodemográficas del barrio de Sant Antoni y del barrio del Raval que son los barrios que se unen en esta vía, por lo que las cifras obtenidas resultarían relevantes para un análisis más profundo de esta calle y de las costumbres ligadas a los residentes de ambos barrios. Además, la ocupación

del espacio público con mayor intensidad se da entre las 17h-20h y las 20h-23h dependiendo de cada calle, siendo las calles más nocturnas la calle Comte Borrell, Parlament, Ronda Sant Antoni, Paral·lel y Sepúlveda.

Acercándonos a los lugares de socialización, la respuesta expresada en los cuestionarios, apuntan a los bares como principales nodos de reunión e interacción. Es en este contexto en el que las terrazas constituyen uno de los elementos más resaltantes a la hora de socializar en el barrio de Sant Antoni y probablemente en muchas ciudades mediterráneas. En los resultados obtenidos del mapeo se ha podido contabilizar 320 terrazas en todo el barrio, mientras que en las calles estudiadas presenta una mayor cantidad de terrazas la calle Parlament con 22, a diferencia de la calle Sant Pau que solo tiene 6. Estos valores constituyen uno de los factores que influirían en la gente al momento que se desplazan y eligen permanecer más tiempo en una calle que en otra. En los resultados del porcentaje de ocupación del espacio por parte de las terrazas, la calle Parlament presenta un 11,4%, el valor mas alto, lo que traducido espacialmente sería una calle repleta de terrazas con menor espacio para el desarrollo de otras actividades. Lo cual podría constituir un problema en la medida que el civismo de las personas y la tranquilidad de la calle se vea modificada.

Se ha considerado que las calles que poseen un valor de ocupación de terrazas menor pero debidamente distribuido de acuerdo con su ancho de calle, podrían expresar un mejor equilibrio en el desarrollo de otras actividades, ya que las terrazas permiten una forma socialización mas profunda, pero aquel contacto pasivo que implica ver y oír es también parte de la diversidad que debería tener el espacio público. Por lo que las bancas y el mobiliario que permita a la gente sentarse y contemplar su entorno son importantes. Una de las calles que expresa esta idea sería la Avenida Mistral que tiene sus áreas de terrazas concentradas en dos lugares principales dejando el resto de la calle abierta a la realización de otras actividades, como jugar, sentarse o estar de pie. Del mismo modo la Ronda Sant Antoni abre un espacio central para la realización de actividades lúdicas o de contemplación, desplazando las terrazas a ambos lados de la vía. Ambas calles tan solo tienen 8 terrazas y son vías con un ancho mayor que la calle Parlament.

Podemos entonces decir que el análisis realizado en el barrio nos ha permitido determinar que la actividad comercial si influye en la socialización de las personas, ya que la presencia de locales comerciales se traduce en fachadas activas, en atractores de flujo de personas y por ende propician la permanencia de la gente en el espacio público, lo que genera mayores oportunidades de socialización en todos los niveles. Sumado a esto las características propias de las calles estudiadas en el barrio de Sant Antoni como las calles peatonales o calles que son parte de la supermanzana apoyan la generación de entornos de socialización, y son estos espacios de oportunidad los que hacen posible el desarrollo de la urbanidad y la cohesión social en una determinada comunidad.



## REFERENCIAS

---

Ajuntament de Barcelona. (2018). Pla especial urbanistic d'establiments de concurrència pública i altres activitats al barri de Sant Antoni. Barcelona: Taller d'Estudis u Serveis d'Estratègies Urbanes, SLP.

Ajuntament de Barcelona. (2019). Censo Comercial 2019 Estudio de actividades comerciales en Barcelona. Barcelona.

Ajuntament de Barcelona (s.f.). Barcelona Medieval. <https://www.barcelona.cat/es/conocebcn/la-historia/la-barcelona-medieval>

Ajuntament de Barcelona. (2022). Pla especial d'usos d'activitat vinculades al repartiment a domicili.

Appleyard, D. (1981). *Livable Streets*. Berkley an Los Angeles; University of California Press.

Arcardini Ravera, A. (2020, October 23). #Supermanzanas: Poblenou y Sant Antoni (Projecte Final de Màster Oficial). UPC, Escola Tècnica Superior d'Arquitectura de Barcelona. Retrieved from <http://hdl.handle.net/2117/331825>

Caballero Rabanal, L. «Procesos De Desplazamiento Y desposesión En Contextos Urbanos. El Caso De Sant Antoni (Barcelona)». *Perifèria: Revista De Recerca I Formació En Antropologia*, Vol. 23, Núm. 1, junio de 2018, p. 31-55, <https://raco.cat/index.php/Periferia/article/view/v23-n1-caballero>.

Carreras I Verdaguer, C., & Romero Gil, J. (2000). Cambios en las formas del comercio y el consumo en Barcelona. *Estudios Geográficos*, 61(238), 103–124. <https://doi.org/10.3989/egeogr.2000.i238.522>

Carrillo Angeles, E. del P. V. (2016). Mercados municipales de Barcelona: red integradora de tradición, comercio y valor: caso de estudio: l'Abaceria central – Vila de Gracia (Projecte Final de Màster Oficial). UPC, Escola Tècnica Superior d'Arquitectura de Barcelona, Centre de Política del Sòl i Valoracions. Retrieved from <http://hdl.handle.net/2117/98506>

Colacios, R.; Mendoza, C. (2017) Uso e interacción social en el espacio público: el caso del polígono de vivienda Sant Cosme, Barcelona». *Urbano*, 2017, vol. 20, núm. 36, p. 66-77. Disponible en: <http://revistas.ubiobio.cl/index.php/RU/article/view/2844>. Fecha de acceso: 31 ene. 2020

Cegrí, M., Navarro, J. M., & Aramburu, M. (1). El encaje de los comercios extranjeros en el tejido comercial de acogida. Análisis de una experiencia de mediación comunitaria en Barcelona.

Claret Iglesias, Anna; Garcia Calduch, Bàrbara; Grau Pujol, Maria del Mar; Vidaurreta Guerin, Ion. (2012). La Crisi i el petit comerç alimentari : els queviures vs. els supermercats. <http://hdl.handle.net/10230/16245>

Crosas, C., & Gomez, E. (2020). Mapping Food and Health Premises in Barcelona: an Approach to Logics of Distribution and Proximity of Essential Urban Services. *International Journal of Geo-Information*, 9(12), 1–25. doi:10.3390/ijgi9120746

Elorrieta Sanz, B., García Martín, M., Cerdan Schwitzguébel, A., & Torres Delgado, A. (2021). La 'Guerra De Las Terrazas': Privatización Del Espacio Público Por El Turismo En Sevilla Y Barcelona. *Cuadernos de Turismo*, (47), 229–259. <https://doi.org/10.6018/turismo.474091>



Faciabén, P. Los grandes almacenes en Barcelona. Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales. Barcelona: Universidad de Barcelona. (1 de mayo de 2003). vol. VII, núm. 140, . <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-140.htm>> [ISSN: 1138-9788]

Filpo Beltré, Y. (2015, June). Análisis de espacio público, usos y actividades : caso de estudio Rambla del Brasil / Badal (Barcelona) (Projecte Final de Màster Oficial). UPC, Escola Tècnica Superior d'Arquitectura del Vallès. Retrieved from <http://hdl.handle.net/2117/329198>

Fresnillo, Iolanda. «La transformació del comerç de proximitat als barris». Papers : Región Metropolitana de Barcelona: : Territori, estratègies, planejament, Núm. 60 (Junio 2018), p. 140-150. <https://ddd.uab.cat/record/194965>

Gehl, J. (2006). La humanización del espacio urbano. Reverté.

Gispert, B. (05 de diciembre del 2021). El 'delivery' mantiene un fuerte aumento tras el tirón de la covid. La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/economia/20211205/7910296/delivery-mantiene-fuerte-aumento-tiron-covid-reparto-domicilio.html>

Gómez Escoda, E. M. (2015, December 4). Comerç, ciutat, paisatges arran de terra (Tesi doctoral). UPC, Departament d'Urbanisme i Ordenació del Territori. Retrieved from <http://hdl.handle.net/2117/96075>

Gómez Crespo, P. (1994). El papel económico y social del pequeño comercio: un modelo de análisis (Tesis doctoral). UAM, Departamento de Sociología y Antropología Social. <https://repositorio.uam.es/handle/10486/6342>

Gómez, I., Delclòs, X. y Miralles, C. (2021) Vitalidad urbana y vida cotidiana, revisitando a Jane Jacobs desde el análisis espacial del comercio alimentario en Barcelona. Cuadernos geográficos de la Universidad de Granada. (Vol. 60, N° 3, 2021). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8246108>

Gomez Crespo, P. (2013). El comercio de barrio como espacio de sociabilidad en contextos locales de migración. Revista Latinoamericana. Vol. 12, Num 35, 2013, p. 143-163.

Guzmán, D. (2015, October). Externalidades de la apropiación del espacio público por el comercio formal e informal: barrio comercial de La Vega, Santiago (Projecte Final de Màster Oficial). UPC, Escola Tècnica Superior d'Arquitectura de Barcelona, Departament de Construccions Arquitectòniques I. Retrieved from <http://hdl.handle.net/2117/80062>

HABITAR (2020). Barcelona come. La comida y el espacio público urbano. (1° ed.). Castellón Digital SL.

Henoa Quintero, L. A. (2015, June). Dinámica y encaje urbano: 8 mercados de Barcelona (Projecte Final de Màster Oficial). UPC, Escola Tècnica Superior d'Arquitectura de Barcelona, Departament d'Urbanisme i Ordenació del Territori. <http://hdl.handle.net/2117/7627>

Instituto Nacional de Estadística (junio 2020). El salto del comercio electrónico. INE. [https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es\\_ES&c=INECifrasINE\\_C&cid=1259952923622&p=1254735116567&page-name=ProductosYServicios%2FINECifrasINE\\_C%2FPYSDetalleCifrasINE](https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INECifrasINE_C&cid=1259952923622&p=1254735116567&page-name=ProductosYServicios%2FINECifrasINE_C%2FPYSDetalleCifrasINE)

Jan Gehl Institute. Utilizando herramientas para la vida pública: Guía completa. Gehl Institute for public life.

Jacobs, J. (1961), *Death and Life of Great American Cities*, New York: Random House.

Maidana Zeballos, J. (2016, January 22). Evaluación de las externalidades del comercio informal sobre los valores inmobiliarios : el caso de la Ladera Oeste, La Paz, Bolivia (Tesi doctoral). UPC, Departament de Tecnologia de l'Arquitectura. Retrieved from <http://hdl.handle.net/2117/96166>

Migraciones. Publicación Del Instituto Universitario De Estudios Sobre Migraciones, (20), 233- 258. Recuperado a partir de <https://revistas.comillas.edu/index.php/revistamigraciones/article/view/2916>

Mota Galicia E. C. (2017). La apropiación de la calle como escenario para la interacción social. (Tesis de master). UV, Facultad de Arquitectura Xalapa.

Navereau, B. (2007). El comercio de proximidad Hacia una toma de conciencia por parte de los actores privados y públicos (Tolosa y Zaragoza). Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos.

O'Connell, E., Gomez, E., & Clua, A. (2022). Outdoor terraces in Barcelona and Milan: configuration of new spaces for social interaction. *Sustainability (Switzerland)*, 14(13, article 7837). Article presented at the Sustainability (Switzerland). doi:10.3390/su14137837

PAGLIARIN, Sofía. Empresariado étnico y formación de enclaves comerciales: el papel de las redes sociales en el caso de la calle de Sant Pau en Barcelona. *Bilio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*. [En línea]. Barcelona: Universidad de Barcelona, 15 de febrero de 2012, Vol. XVII, nº 962. <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-962.htm>

Serra del Pozo, P. (2006). El comercio de los inmigrantes en el centro histórico de Barcelona en 2004. *Estudios Geográficos*, 67(261), 635–672. <https://doi.org/10.3989/egeogr.2006.i261.35>

Steel, C. (2014). *Ciudades Hambrientas*. Capitán Swing Libros S.L.

Villaécija, R. (14 de septiembre de 2018). El 17% de los ingresos de los bares y restaurantes ya proceden del delivery. *El Mundo*. <https://www.elmundo.es/economia/ahorro-y-consumo/2018/09/14/5b9a-98c7e5fdea957d8b46b1.html>

Whyte, W. (2009). *City: Rediscovering the center*. University of Pennsylvania Press.

# ANEXOS

## 1. Cuestionario

### ¿LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN EL BARRIO NOS AYUDA A SOCIALIZAR?

1. ¿Cuánto tiempo lleva viviendo en el barrio?

\_\_\_\_\_

2. Edad \_\_\_\_\_

3. Sexo

- Femenino
- Masculino
- Otro

4. ¿Pertenece o se involucra en reuniones de alguna asociación de su edificio o del barrio?

- Sí
- No

5. Si su respuesta a la pregunta anterior fue SI, indique el nombre de la asociación

\_\_\_\_\_

6. ¿Dónde realizas sus compras de alimentos regularmente? (Puedes marcar más de una opción)

- Mercado Sant Antoni
- Supermercados fuera del barrio
- Supermercados dentro del barrio
- Fruterías y colmados
- Compra por delivery

7. ¿Dónde realiza mayormente el resto de las compras como ropa, calzado y artículos del hogar?

- Tiendas del barrio
- Centros comerciales/tiendas fuera del barrio
- Internet

8. Del 1 al 5 (Donde 1 es muy poco y 5 mucho)

¿Con cuánta frecuencia consume en bares, restaurantes y/o cafeterías de su barrio?

1      2      3      4      5  
Muy poco                  Mucho

9. ¿Dónde es más frecuente que se inicie una conversación con algún vecino del barrio?

- Frutería
- Supermercado
- Peluquería
- Bar
- No suelo conversar con nadie
- Otros: \_\_\_\_\_

10. ¿Qué le trae a este lugar hoy?

- Solo estoy de paso
- Compras/mercado
- Paseo solo o acompañado
- Reunión de amigos
- Recreación/deporte/ejercicio
- Pasear mascota
- Comer y/o beber

11. Si contestó "solo estoy de paso" ¿Se dirige a algún lugar en particular?

- Casa
- Trabajo
- Centro educativo
- Institución cultural
- Restaurante bar
- Tienda
- Otros: \_\_\_\_\_

12. Tómese un momento para observar a las personas aquí. ¿Reconoce a alguna persona que conozca o haya visto antes?

- No, no reconozco a nadie
- Sí, alguien me resulta familiar pero no lo conozco
- Sí, reconozco a alguien con quien no pensaba reunirme
- Sí, ya me encontré con alguien conozco

13. ¿En qué calle del barrio te gusta pasear más?

- Avenida Mistral
- Calle Comte Borrell
- Calle Parlament
- Ronda Sant Antoni
- Otros: \_\_\_\_\_

14. ¿Por qué? \_\_\_\_\_

15. ¿Qué tipo de mejora urbana hace falta implementar en el barrio?

- Mas bancas y lugares para sentarse
- Mas árboles y áreas verdes
- Mas juegos para niños
- Mas calles peatonales
- Otros: \_\_\_\_\_

16. ¿Le gustaría seguir viviendo en este barrio?

- Sí
- No
- Tal vez

17. ¿Los locales de restauración abiertos hasta altas horas de la noche le han causado algún problema o incomodidad?

- Sí
- No

18. Si su respuesta a la pregunta anterior fue SI, indique cual ha sido el problema:

\_\_\_\_\_

