Universitat Autònoma de Barcelona

Dipòsit digital de documents de la UAB

This is the **published version** of the bachelor thesis:

Subirats Cruz, Xènia; Vera Martin, Ana, dir. El mercat setmanal i el comerç local : anàlisi comparatiu de la ciutat de Granollers (2023). Universitat Autònoma de Barcelona, 2022. (Geografia, Medi Ambient i Planificació Territorial)

This version is available at https://ddd.uab.cat/record/281196

under the terms of the license

Universitat Autònoma de Barcelona

EL MERCAT SETMANAL I EL COMERÇ LOCAL: ANÀLISI COMPARATIU DE LA CIUTAT DE GRANOLLERS (2023)

Treball de Fi de Grau

Facultat de Filosofia i Lletres

Grau en Geografia, Medi Ambient i Planificació Territorial

Curs 2022-2023

Alumna: Xènia Subirats Cruz

Tutors: Ana Vera Martín

Marc Castelló Bueno

Universitat Autònoma de Barcelona

Facultat de Filosofia i Lletres

Grau: Geografia, Medi Ambient i Planificació Territorial

Curs acadèmic: 2022-2023

L'estudiant Xènia Subirats Cruz amb NIF 20568975Y

Lliura el seu TFG amb:

Títol "El mercat setmanal i el comerç local: anàlisi comparatiu de la ciutat de Granollers (2023)"

TUTOR/A: Ana Vera Martín

Declaro que el Treball de Fi de Grau que presento és fruit de la meva feina personal, que no copio ni faig servir idees, formulacions, cites integrals o il·lustracions diverses, extretes de cap obra, article, memòria, etc. (en versió impresa o electrònica), sense esmentar-ne de forma clara i estricta l'origen, tant en el cos del treball com a la bibliografia.

Sóc plenament conscient que el fet de no respectar aquests termes implica sancions universitàries i/o d'un altre ordre legal.

Signatura de l'Estudiant

Xènia Subirats Cruz

Signat digitalment per Xènia Subirats Cruz
Data: 2023.06.19 12:52:43 +02'00'

Vist-i-plau Tutor/a

Universitat Autònoma de Barcelona

Ana Vera Martín
Professora agregada
Dpt. Geografia, Facultat de Filosofia i Lletres

2023.06.19 13:36:15 +02'00'

Bellaterra, 19 de juny de 2023

ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ 5
2. OBJECTIUS, PREGUNTES ESTRUCTURALS I HIPÒTESI 6
3. CONTEXT GEOGRÀFIC DE GRANOLLERS I EL MERCAT 6
4. MARC TEÒRIC 9
4.1. Contextualització centre urbà 9
4.2. Divisió territorial de Catalunya: el paper dels mercats 9
4.3. Els mercats 10
4.3.1. Tipologies de mercats 10
4.3.1.1. Mercats ambulants 10
4.3.1.2. Mercats municipal 11
4.3.1.3. Mercats ocasionals 11
5. METODOLOGIA 11
5.1. Obtenció de les dades del centre urbà de Granollers 11
5.2. Obtenció de les dades del mercat setmanal 12
5.3. Tractament de les dades del centre urbà de Granollers 13
5.4. Tractament de les dades del mercat setmanal 13
6. RESULTATS 14
6.1. Resultats del centre urbà 14
6.2. Resultats del treball de camp 15
6.2. Resultats del mercat setmanal 16
7. ANÀLISI 17
7.1. Anàlisi dels locals del centre urbà de Granollers 17
7.2. Anàlisi treball de camp 20
7.3. Especialització del mercat 21
7.4. Relació de la especialització del mercat amb el centre urbà 22
8. CONCLUSIONS 23
10. REFERÈNCIES 24
11. ANNEX 26
11.1. Localització del barris 26
11.2. Resultat de l'enquesta 27
11.4. Localització dels carrers de l'àrea d'estudi 28
11.4. Taula de classificació del locals i parades el 2023 29
11.5. Taula de classificació dels locals i parades d'entre el 1920 i 1930 30

RESUM

Aquest treball és una recerca sobre el comerç del centre urbà de la ciutat de Granollers i com aquest es veu afectat per la influència i l'impacte del mercat setmanal, analitzant el paper del mercat envers el comerç a la ciutat i esmentar el seu paper mercantil. Per tant, es durà a terme una anàlisi de la classificació dels diferents locals ubicats al centre urbà de la ciutat i, a la vegada, s'analitzarà la classificació de les parades del mercat per tal de veure si hi ha relació de complementarietat en la seva evolució. Per altra banda, es compararan els resultats obtinguts a partir d'enquestes dutes a terme al mercat amb l'estudi de la Ponència de la Divisió Territorial de la Generalitat en 1932-33 per comprovar si el Vallès Oriental continuaria tenint la mateixa divisió administrativa.

Paraules claus: Mercat; Centre urbà; Comerç; Granollers; Activitat comercial

RESUMEN

Este trabajo es una investigación sobre el comercio del centro urbano de la ciudad de Granollers y como este se ve afectado por la influencia y el impacto del mercado semanal, analizando el papel del mercado hacia el comercio en la ciudad y mencionar su papel mercantil. Por lo tanto, se llevará a cabo un análisis de la clasificación de los diferentes locales ubicados en el centro urbano de la ciudad y, a la vez, se analizará la clasificación de las paradas del mercado para ver si hay relación de complementariedad en su evolución. Por otro lado, se compararán los resultados obtenidos a partir de encuestas llevadas a cabo al mercado con el estudio de la Ponencia de la División Territorial de la Generalitat en 1932-33 para comprobar si el Vallés Oriental continuaría teniendo la misma división administrativa.

Palabras claves: Mercado; Centro urbano; Comercio; Granollers; Actividad comercial

ABSTRACT

This study is a research on the trade of the urban center of Granollers and how it is affected by the influence and impact of the weekly market, analyzing the market's role towards trade in the city and mentioning its mercantile role. Therefore, an analysis of the classification of the different premises located in the urban center of the city will be carried out and, at the same time, the classification of market stops will be analysed in order to see if there is a complementarity relation in their evolution. On the other hand, the results obtained from surveys carried out in the market will be compared with the study of the Ponencia of the Territorial Division of the Generalitat in 1932-33 to check whether Vallès Oriental would still have the same administrative division.

Keywords: Market; Urban Center; Trade; Granollers; Commercial Activity

1. INTRODUCCIÓ

Els mercats formen part de la història i de la vida de les ciutats. A començament del segle XI hi ha la primera referència directa sobre l'existència d'un mercat a Catalunya, al Pallars. "Els mercats setmanals, cadascun dels quals tenia una àrea d'influència relativa, van adquirint en els comtats catalans importància i continuïtat. Tots ells apareixen localitzats en petits nuclis urbans, en algun reduït nucli concentrat, entorn d'algun castell o monestir o simplement en una cruïlla de camins" (Terrades et al., 1990, p. 12), com és en el cas del mercat de Granollers.

El mercat de dijous és i ha estat un mercat de referència al Vallès Oriental, ja que aquest data del 1040 i "(...) és que ja des d'aquestes dates el mercat de Granollers es converteix en l'eix central de tota l'activitat comercial que es duu a terme en els pobles de la comarca."(Terrades et al., 1990, p. 14). Segles més tard, el 1335, se li va atorgar el Privilegi de Fira, esdevenint encara més Granollers, com a centre comercial del Vallès.

Tant el mercat com el centre urbà de la ciutat s'han anat transformant, tant en la seva fisonomia com en la venda de productes, per tal d'adaptar-se a les necessitats dels consumidors. El creixement del mercat ha suposat, per una banda, un augment de l'activitat mercantil, i, per altra banda, el reconeixement de la vila com a centre comarcal (Terrades et al., 1990).

Avui dia, aquest és el mercat més gran en nombre de parades que se celebra en dies laborables a la comarca, i continua tenint una gran influència, el que es veu reflectit en l'afluència de públic. Segons dades de la Fundació Comerç Ciutadà (FCC), en dies de mercat l'afluència de gent al centre urbà augmenta al voltant d'un 19% respecte als altres dies laborables.

El treball està estructurat de la manera següent. A l'apartat 2, s'exposen els objectius, les preguntes estructurals i les hipòtesis del que se centrarà el treball. A l'apartat 3, es descriuen la situació de les zones d'estudi: Granollers, el centre urbà i el mercat. A l'apartat 4, s'exposa la teoria principal del treball. A l'apartat 5, s'explica la metodologia duta a terme per tractar les dades. A l'apartat 6, s'exposen els resultats de les zones d'estudi, i a l'apartat 7 es fa una anàlisi de cadascuna d'elles. A l'apartat 8, s'extreuen les conclusions de l'estudi. Per acabar, i com a annex, es presenten els diferents barris del municipi, les taules de classificació enveres els anys del treball, mapa de localització dels carrers i els resultats de les enquestes que s'han fet.

La motivació per fer aquest treball va ser precisament, les meves pràctiques a la FCC, ja que, em va sorprendre l'augment de vianants en dies de mercat, i em va fer reflexionar sobre la seva importància i com aquest podria influir en els locals situats al centre urbà.

2. OBJECTIUS, PREGUNTES ESTRUCTURALS I HIPÒTESI

Aquesta recerca té **un objectiu principal:**

- Indicar si el mercat setmanal de Granollers complementa el comerç del centre urbà, i per tant l'activitat comercial de la ciutat.

Com a **objectius específics** es defineixen els dos següents:

1: Comprovar si l'àmbit d'influència del mercat ha crescut respecte a la divisió territorial de Catalunya de 1936, demostrant així que el mercat cada cop té un major impacte en el territori.

2: Estudiar quins són els productes que més es consumeixen al mercat per tal de determinar quins són els punts forts del mercat i els punts febles de centre l'urbà.

Les **preguntes estructurals** són les següents:

1: El paper del mercat setmanal és i ha estat complementar les absències de productes amb els quals no compta el centre urbà?

2: És possible que a causa de la millora de la comunicació i dels transports l'àmbit d'influència del mercat hagi augmentat des de divisió territorial de Catalunya de 1936?

A partir dels objectius i per tal de respondre les preguntes de recerca es plantegen les següents **hipòtesis**:

1: El mercat té un paper de complementarietat en l'activitat comercial de la ciutat.

2: La major part de la població que va al mercat són veïns de la ciutat i s'hi apropen per a comprar productes frescos i de primera necessitat.

3. CONTEXT GEOGRÀFIC DE GRANOLLERS I EL MERCAT

Granollers és la capital de la comarca del Vallès Oriental i se situa al centre de la plana del riu Congost, enmig de la depressió vallesana. La plana del riu dona a la ciutat l'horitzontalitat urbana, nota característica de Granollers. El terme municipal ocupa uns quinze quilòmetres quadrats i delimita (Figura 1) amb el nord amb els termes municipals de Canovelles i les Franqueses del Vallès, a l'est amb els de Cardedeu i la Roca, al sud amb els de Montmeló, Montornès i la Roca, i per l'Oest amb Lliçà d'Amunt i Lliçà de Vall (Cortal, 1965).

Figura 1: Localització del municipi de Granollers

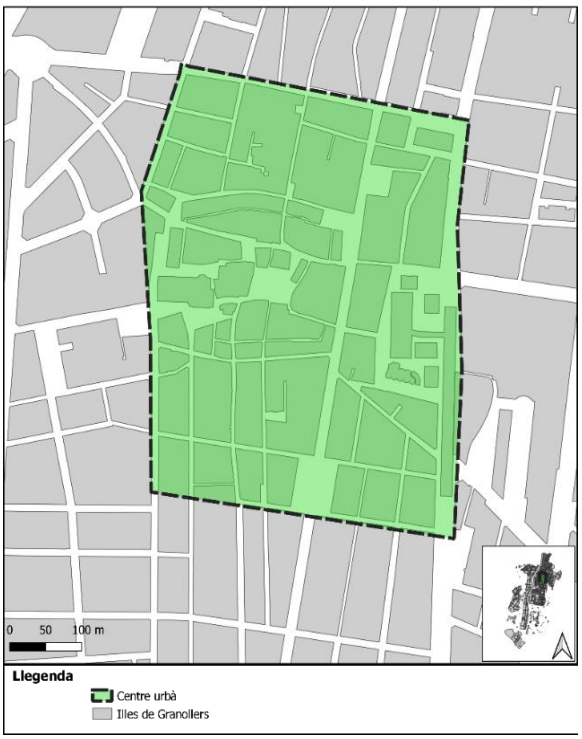
Font: elaboració pròpia

El centre urbà es troba a la part nord-est del municipi. Aquest es troba principalment al barri de Granollers Centre (Annex 1), tot i que una petita part es troba dins del barri d'Instituts. El centre urbà (Figura 2) té una forma rectangular i té una superfície de 231.178,73 m² i, a més, engloba el centre originari de la ciutat, situat entre muralles.

La localització de Granollers fa que sigui una cruïlla de camins, des de l'època romana fins avui dia, els camins han estat el factor determinant de l'existència i desenvolupament de la ciutat de Granollers. Els camins justifiquen així l'aparició del mercat de Granollers (Terrades et al., 1990).

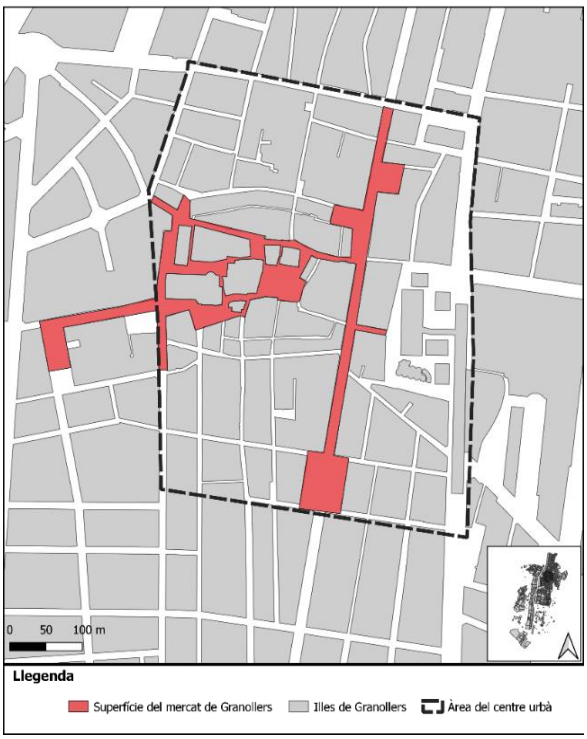
El mercat de Granollers és duu a terme cada dijous de l'any de 8.30 h a 13 h i les parades es localitzen majoritàriament al centre urbà de la ciutat (Figura 3), en els seus carrers i places. Tal i com s'indica a les escriptures del 1040 ja hi ha referència explicita del mercat de Granollers. Tot i això, l'any 944 apareix per primera vegada el topònim Granollers, com a *Granularios Subteriore*, a causa de la seva condició de ser un dels principals mercats de cereals (Pardo, 2009).

Figura 2: Localització del centre urbà de Granollers



Font: elaboració pròpia

Figura 3: Localització del mercat de Granollers



Font: elaboració pròpia

La rellevància que té aquesta trobada agrària-mercantil ha suposat una modificació de la fisonomia de l'estructura urbanística de la ciutat. La unió de la croada dels camins ha generat un conjunt de places al centre de la ciutat, en les quals, històricament, es desenvolupaven les activitats del mercat (de l'Oli, del Peix, dels Cabrits, del Blat...) (Riu, 2001). "El creixement de l'activitat mercantil és el que explica la configuració de tantes places al centre de la vila i que, exceptuant la Porxada, prenguessin el nom del producte que s'hi mercadejava" (Riu, 2001, p. 19), com per exemple, la plaça de les Olles, la plaça de l'Oli o la plaça dels Cabrits. La plaça més emblemàtica de Granollers és la plaça de la Porxada, construïda al segle XVI i pensada com a llotja de gra. Aquesta plaça va esdevenir en centre del mercat i de la ciutat, essent fins avui dia el símbol de Granollers.

Granollers és un municipi amb una forta tradició com a lloc de mercat, i sense aquest difícilment podria haver assolit la prosperitat que té avui dia, ja que durant més de mil anys el mercat ha representat el motor de la ciutat.

4. MARC TEÒRIC

Aquest apartat del marc teòric tracta de definir el paper del centre urbà com a espai on es localitza l'activitat econòmica i identificar les diverses tipologies dels mercats.

4.1. Contextualització centre urbà

La grandària i la densitat, l'aspecte del nucli, l'activitat no agrícola i la manera de vida són els trets principals que caracteritzen un centre urbà, i els quals donen lloc a la centralitat de l'espai. El conjunt d'aquests trets donen com a resultat diverses interaccions socials, a més de tenir una gran "capacitat d'atracció i estímul dels seus usuaris/consumidors" (Paris, 2013, p. 49).

Tal com s'explica en el model de William Alonso de 1964, el centre té un paper estructurant de la jerarquia de l'espai, per aquest fet, hi ha una relació entre l'accessibilitat al centre amb les funcions i activitats que es duen a terme a urbs.

La ciutat de Granollers sorgeix de la confluència natural de camins construïts en l'època romana. Tots aquests porten o van a altres ciutats romanes: de Barcelona a Vic, de Mataró a Caldes de Montbui, i de Tarragona (per Sabadell) a Girona. Durant la primera part del segle XIX es va construir la carretera, l'eix principal de la ciutat, l'actual carrer Girona. La carretera es va traçar fora del recinte emmurallat, el que fa possible el creixement de la ciutat fora de les muralles. La població es va anar establint al voltant de la carretera, en sentit longitudinal. Aquest és un dels fets que dona a la ciutat de Granollers la seva peculiar forma allargassada (Busquets, 1991).

És, però, el recinte emmurallat amb un perímetre de 800 m el que dona la morfologia de ciutat que tenim avui en dia i, tal i com assenyala Riu (2001, p.20) "podem establir l'estructura urbana del centre urbà de Granollers en cas antic, delimitat per les antigues muralles".

Dins de les muralles construïdes al segle XIV, trobem carrerons estrets i amb forma de corbes, els quals als finals del carreró esdevenen places. Aquest conjunt de places, formades per l'encreuament de camins era on es desenvolupava l'activitat mercantil de Granollers, i per aquest motiu, va esdevenir la zona central de la ciutat i de major creixement urbà.

4.2. Divisió territorial de Catalunya: el paper dels mercats

L'atracció del mercat va ser estudiada per la Ponència de la Divisió Territorial de la Generalitat en 1932-33, i la delimitació comarcal va ser fixada segons a quin mercat anava la població de cada municipi. La major part dels pobles situats en el Vallès Oriental tenien com a mercat principal el granollerí, tant pobles rurals, com de més grans. Només pobles del Montseny eren atrets pel mercat de Sant Celoni, així com Parets del Vallès i Cànoves, i municipis que avui dia pertanyen al Moianès. Fora del Vallès Oriental, el mercat de Granollers tenia àmbit d'influència amb municipis del sud del Vallès

Occidental: Montcada i Reixat, Ripollet, Cerdanyola del Vallès, Sant Cugat del Vallès i Santa Perpètua de Mogoda, i de la part nord: Gallifa i Sant Llorenç Savall. També amb alguns municipis del Maresme: Dosrius, Cabrera de Mar, Vilassar de Mar, Premià de Mar, Premia de Dalt, Vilassar de Dalt, Cabrils i Òrrius (Cortal, 1965).

4.3. Els mercats

A l'Edad Mitjana ja hi havia vida comercial i també se celebraven mercats, ja que nuclis més urbans necessitaven abastir-se amb aliments i productes del camp. Per tant, el fet "(...) d'adquirir productes per part del consumidor i la major facilitat de venda per part del productor (...) implica la celebració diària d'aquest fet, que denominem mercat, que no és altra cosa que la fixació i periodicitat d'un acte comercial primari." (Casassas, 1986, p. 119).

A la segona meitat del segle XIX, els mercats van desplaçar-se de la via pública a zones cobertes, ja que anteriorment es duien a terme a l'aire lliure, igual que molts dels que es fan avui dia. Inicialment, els mercats que es produïen al centre urbà, se celebraven a una gran plaça o als carrers i places del nucli urbà, donant nom a aquests.

Casassas (1986) a l'article Escrits sobre el comerç tradicional a Catalunya, constata que les fires i els mercats no es localitzen a qualsevol lloc, es tracta de llocs que han de ser accessibles i, per tant, igual que els centres urbans, se situaven a les cruïlles dels camins i on trobaven els nuclis de població. Aquesta xarxa de camins servia tant pel transport de mercaderies del camp al mercat com per a facilitar l'accés al mercat d'habitants d'altres municipis propers. Casassas, també comenta que ja des d'un inici, als mercats els productes que s'hi venien eren d'origen agrícola i ramader, i productes i eines pel camp i d'artesania local.

4.3.1. Tipologies de mercats

El municipi de Granollers té diversos mercats i fires durant tot l'any. Entre tots es diferencien tres tipologies de mercat: mercat ambulant, mercat municipal i mercat ocasional. Aquests es diferencien segons si són fixes o mòbils, si se celebren setmanalment o de manera ocasional, i pels productes que ofereixen als compradors.

4.3.1.1. Mercats ambulants

Aquest tipus de mercat es caracteritza per estar en exteriors, situat normalment als carrers i les places, i fer-se setmanalment, en un dia determinat. Aquest tipus de venda ambulant comercialitza amb gran varietat de productes, tant alimentaris com no alimentaris. Les paradetes on es venen els productes són desmuntables i cada venedor necessita una llicència per poder vendre els seus productes. Granollers compta amb tres mercats ambulants, el més conegut, el **mercat de dijous**, i des de l'any 1989, es celebra el **mercat de proximitat**, que se celebra cada dissabte a la plaça de la Corona i ofereix

productes ecològics i de km 0, i el **mercat de Can Bassa**, localitzat al barri del mateix nom, organitzat cada dissabte.

4.3.1.2. Mercats municipal

Els mercats municipals són de caràcter permanent i són propietat de l'ajuntament. Aquests edificis públics estan destinats a l'activitat comercial de productes frescos (fruites, verdures, carns, peixos, i altres) i bens comercials (roba, artesanies, entre d'altres). Els mercats poden ser propietat de l'ajuntament o privada. Granollers només compta amb un mercat municipal, el **mercat municipal de Sant Carles**, situat a la plaça de la Caserna, al nucli històric de la ciutat. Va obrir el 1968, i avui dia està obert de dilluns a dissabte, i compta amb 30 parades.

4.3.1.3. Mercats ocasionals

Aquests tipus de mercat i fires se celebren en unes dates determinades coincidint amb celebracions o dates populars, i es venen productes relacionats amb aquestes celebracions. El mercat més popular i que agrupa més gent és el **mercat de l'Ascensió**. El mercat se celebra durant la festa local de l'Ascensió, i avui dia aquesta fira se celebra al Recinte firal de Granollers i a diverses places del nucli urbà. La fira és multisectorial, o sigui, ofereix productes variats i de diferents sectors, com ara la indústria, l'agricultura, la ramaderia, el comerç i el motor.

5. METODOLOGIA

Per tal de dur a terme el treball s'han emprat tècniques quantitatives afí d'obtenir uns resultats subjectius. Així i tot, s'han utilitzat diferents tipus de mètodes quantitatius, de directes (enquestes) i mixtes (censos).

Es treballaran amb dades del 2023, tant del mercat com del centre urbà, i amb dades de 1924 al centre urbà, i d'entre el 1920 i 1930 al mercat, ja que es vol fer una comparació a cent anys enrere.

5.1. Obtenció de les dades del centre urbà de Granollers

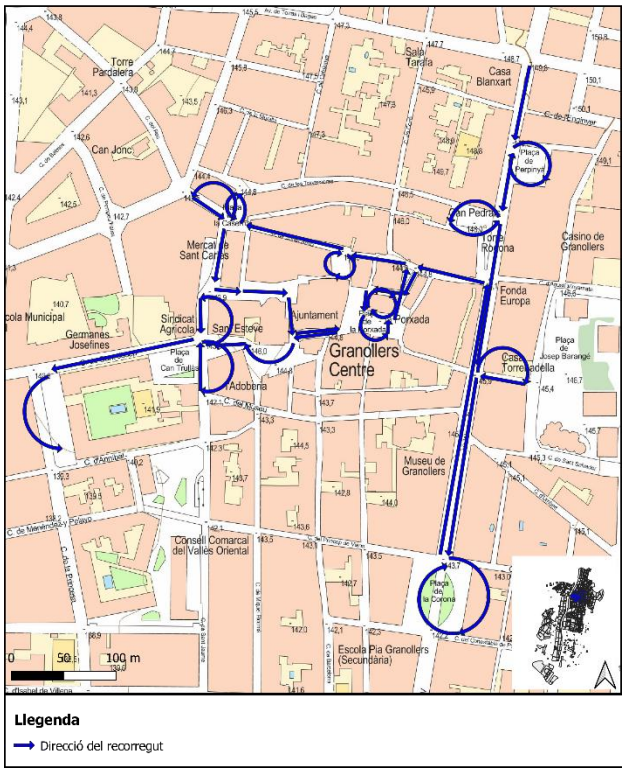
Per a obtenir les dades del 2023 sobre els comerços del centre urbà de la ciutat la Fundació del Comerç Ciutadà, en endavant (FCC), m'ha cedit les dades del cens dels locals.

Per altra banda, per a aconseguir les dades històriques del 1924 sobre els locals el centre urbà, l'Arxiu Municipal de Granollers m'ha proporcionat el padró municipal d'aquell any, i addicionalment, s'ha fet una revisió documental d'entre 1920 i 1930 de l'àmbit d'estudi en qüestió d'articles periodístics de l'Arxiu Digital de Granollers i una documentació d'imatges de l'Arxiu fotogràfic de la ciutat.

5.2. Obtenció de les dades del mercat setmanal

Per a obtenir les dades del 2023 sobre les paradetes i els productes del mercat ambulant s'ha realitzat un treball de camp a la zona d'estudi. Aquest ha consistit a anar el dijous 2 de febrer de 8:30 a 13:00 (horari d'obertura i tancament de parades), i localitzar totes les parades i esmentar quins productes en ven cadascuna. Aprofitant el mateix dia es van fer 50 enquestes als vianants del mercat, on se'ls feien dues preguntes "D'on vens?" i "Què compres habitualment quan vens al mercat?" (Annex 2).

Figura 4: Recorregut del treball de camp



Font: elaboració pròpia

Vaig començar la localització de parades a la intersecció entre el Carrer de Joan Prim i el Carrer de Josep Irla i Bosh (mapa dels carrers a l'Annex 3). Llavors vaig seguir el recorregut del mercat seguint el Carrer de Joan Prim fins a la Plaça d'en Luís Perpinyà, i de la mateixa manera, vaig seguir fins a la Plaça Josep Maluquer i Salvador, el Carrer de Marià Maspons, i per acabar, fins a la Plaça de la Corona. Després vaig tornar a pujar pel Carrer de Joan Prim fins a arribar al Carrer de Sant Roc i vaig entrar a la Plaça de la Porxada. A l'acabar de localitzar les paradetes de la plaça, vaig tornar al Carrer de Sant Roc fins a la Plaça de la Caserna, passant per la Plaça de les Olles. Després vaig passar pel Carrer de Sant Jaume i em vaig desviar per la Plaça Folch i Torres, fent així totes les paradetes del voltant del Mercat de Sant Carles. Baixant pel Carrer de Sant Jaume vaig arribar a la Plaça de l'Església, on vaig poder fer totes les parades fins, novament arribar a la Porxada. Al sortir de la Plaça de l'Església vaig acabar el Carrer de Sant Jaume. Finalment, vaig passar pel Carrer de Sant Josep, acabant el treball de camp al Carrer Princesa (Figura 4).

Per a fer les enquestes, vaig aprofitar les places per a fer-les, ja que al no ser carrers de pas, la gent era més receptiva a respondre. Addicionalment, es van realitzar un seguit de fotografies.

Per altra banda, per a obtenir les dades d'entre els anys 1920 – 1930 sobre les paradetes i els productes que es solien vendre al mercat he obtingut les dades de la web oficial de la Diputació de Barcelona, a la pestanya de Mapes de Patrimoni Cultural, i sobretot de l'Arxiu Municipal de Granollers. Allà s'hi troba informació sobre que es venia a cada carrer i plaça antigament. Per tal de complementar la informació, s'ha visitat l'Arxiu

Digital de Granollers on compten amb dades històriques de les llicències de venda ambulant al mercat setmanal i amb premsa digitalitzada que parla del mercat que data de 1882 fins avui dia. Com que no hi ha dades del nombre total de parades d'entre els anys 1920 i 1930, vaig optar per fer la següent regla de tres:

$$parades\ al\ mercat\ 1920/1930 = \frac{parades\ al\ mercat\ el\ 2023\ \cdot\ locals\ al\ centre\ urbà\ el\ 1924}{locals\ al\ centre\ urbà\ el\ 2023}$$

5.3. Tractament de les dades del centre urbà de Granollers

Les dades del 2023 sobre el centre urbà cedides per la FCC tracten 625 locals situats al centre urbà, els quals es classifiquen en diferents sectors (Annex 4): Quotidià alimentari (1.1), Quotidià no alimentari (1.2), Equipament llar (1.3), Equipament persona (1.4), Restauració (2), Persones (3.1), Professionals i tècnics (3.3), Salut (3.2), Lleure i cultura (1.5), i Serveis culturals i equipaments públics i privats (3.4). Per tal de tenir dades més concentrades i fàcils d'entendre, vaig decidir fer una agrupació dels sectors, on (1.1), (1.2), (1.3) i (1.4) representen els locals de comerç, (2) representen els locals de restauració, i (3.1), (3.2), (3.3) i (3.4) representen els locals de serveis.

Pel que fa a les dades de 1924, es classificaran (Annex 5) i s'agrupen de la mateixa manera per tal de poder fer una comparació òptima dels diferents sectors en diferents anys.

Ambdues dades es representaran mitjançant diversos gràfics, i les dades seran tractades prèviament amb taules dinàmiques. També seran representades amb mapes de calor mitjançant el Sistemes d'Informació Geogràfica QGIS, amb l'eina "*Heat Map*" on prèviament amb l'eina "afegeix un objecte" vaig anar geolocalitzant cadascun dels locals.

5.4. Tractament de les dades del mercat setmanal

Les dades del 2023 sobre les parades 340 parades del mercat obtingudes amb el treball de camp es classifiquen, al igual que els locals del centre urbà, en diferents sectors: Quotidià alimentari (1.1), Quotidià no alimentari (1.2), Equipament llar (1.3), Equipament persona (1.4), Restauració (2), Persones (3.1), Professionals i tècnics (3.3), Salut (3.2), Lleure i cultura (1.5), i Serveis culturals i equipaments públics i privats (3.4). Cada sector té vinculat diferents locals en funció de l'activitat de cadascun d'ells i dels productes que hi venen (Annex 2), i a l'igual que al centre urbà es farà la agrupació dels diferents sectors alhora de representar la informació.

Pel que fa a les dades dels anys 1920 i 1930, es classificaran i s'agrupen de la mateixa manera per tal de poder fer una comparació òptima dels diferents sectors en diferents anys. Aquesta classificació serà la mateixa; així i tot, fent una taula adaptativa per fer una equiparació amb els productes que abans es venien i avui dia ja no (Annex 3).

Aquestes dades, tant les de 2023 com les 1920-30, es representaran mitjançant el Sistemes d'Informació Geogràfica QGIS. Mitjançant una capa de punts es representaran les parades del mercat, i després represento cadascun dels punts amb el mapa de calor. Per altra banda, les dades recollides a través de les enquestes seran representades per mitjà de gràfics.

6. RESULTATS

Tot seguit es presenten i s'analitzen els resultats de les dues àrees de consum més representatives del municipi de Granollers: el centre urbà i el mercat. Primerament, es tracten els resultats generals de l'àmbit del centre urbà, i després es tracten els resultats de l'àmbit del mercat de dijous.

6.1. Resultats del centre urbà

El centre urbà de Granollers és un espai amb gran valor per la ciutat, tant pel seu alt valor patrimonial, com per la seva agrupació d'activitats productives i econòmiques. El nucli urbà representa el centre de vida quotidiana de la ciutat, el que genera com a resultat la localització de petits negocis i grans i, per tant, que s'hi concentri l'activitat econòmica terciària.

De la mateixa manera que al mercat, els locals del centre urbà, al llarg dels segles s'han anat modificant per adaptar-se a la demanda dels consumidors.

En l'anàlisi del centre urbà s'han tractat dades, per una banda, del 1924, i, per altra banda, dades actuals, del febrer del 2023, per tant, dades amb cent anys de diferència aproximadament. En aquest cas, també s'ha adaptat la classificació perquè sigui el mateix en ambdós anys.

Per una banda, al centre urbà l'any 1924 hi constava un total de 228 locals, on trobem locals dels tres sectors; comerç, restauració i serveis. El 75% dels locals són destinats al comerç, i hi trobem que els locals que tenen més pes són els que venen productes quotidians alimentaris, amb 96 locals. El segon amb major nombre de locals són els dedicats a equipaments per les persones (1.4), seguit pels professionals tècnics (3.3), ja que al centre urbà s'hi trobaven petits tallers artesanals, on els propietaris venien els seus productes, com per exemple, fusteries o sastreria, entre d'altres (Figura 5).

Per altra banda, actualment hi ha censats 457 locals, per tant, hi ha hagut un increment del 50% en el nombre de locals des del 1924. En aquest cas, veiem que el sector en què hi ha més locals és el dedicat a equipament per les persones (1.4), amb un 31,1%, seguit pels locals de restauració (2) i els de professionals tècnics (3.3) (Figura 6).

Figura 5: Distribució i classificació dels locals al 1924

Locals 1924		Valors relatius
1.1	96	42,1%
1.2	20	8,8%
1.3	13	5,7%
1.4	39	17,1%
1.5	3	1,3%
2	2	1%
3.1	12	5,3%
3.2	1	0,4%
3.3	37	16,2%
3.4	5	2,2%
TOTAL:	228	100%

Font: elaboració pròpia

Figura 6: Distribució i classificació dels locals al 2023

Locals 2023		Valors relatius
1.1	38	8,3%
1.2	23	5,0%
1.3	38	8,3%
1.4	142	31,1%
1.5	21	4,6%
2	67	15%
3.1	38	8,3%
3.2	16	3,5%
3.3	57	12,5%
3.4	17	3,7%
TOTAL:	457	100%

Font: elaboració pròpia

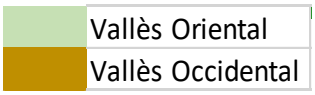
6.2. Resultats del treball de camp

Per fer l'estudi de l'atracció del mercat es van fer 50 enquestes als vianants del mercat, on se'ls feien dues preguntes "D'on vens?" i "Què compres habitualment quan vens al mercat?" (els resultats de les enquestes es troben a l'annex 4).

Com a resposta de la primera pregunta "D'on vens?" es va obtenir que un 98% dels visitants, 49 persones, venien de la mateixa comarca, el Vallès Oriental, i el 2% restant, 1 persona, del Vallès Occidental (Figura 7). De les persones provinents de la mateixa comarca, el mateix municipi de Granollers té un pes molt important, representant el 68% dels vianants.

Figura 7: Municipi de provinença de la gent que va el mercat de Granollers

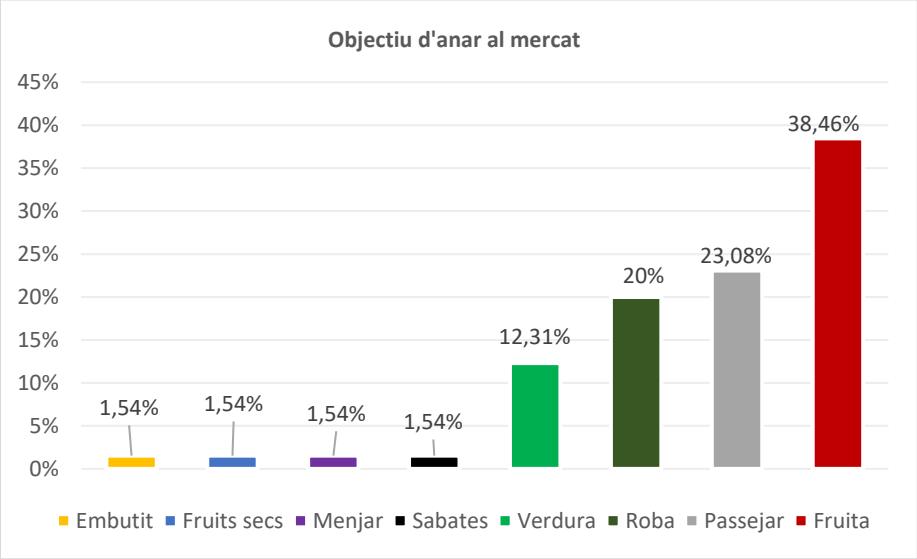
Població d'origen	Recompte
Granollers	33
Canovelles	5
Bigues i Riells	2
Cardedeu	2
Lliçà d'Amunt	2
Caldes de Montbui	1
Les Franqueses del Vallès	1
Montmeló	1
Sant Feliu de Codines	1
Sant Fost de Campsentelles	1
Santa Perpètua de Mogoda	1



Font: elaboració pròpia

Com a resposta de la primera pregunta "Què compres habitualment quan vens al mercat?" es van obtenir 65 respostes dels cinquanta enquestats, ja que algunes de les persones anaven al mercat amb més d'un motiu, com podria ser comprar fruita i sabates. Un 23,08% dels vianants no anaven al mercat per consumir productes, sinó que concebien el mercat com un lloc d'estada i passeig (Figura 8), essent el segon motiu pel qual la gent va al mercat. La principal motivació per anar al mercat és per comprar fruita, seguit per anar a passejar, comprar roba i comprar verdures.

Figura 8: Motiu per anar al mercat



Motiu	Recompte
Embutit	1
Fruits secs	1
Menjar	1
Sabates	1
Verdura	8
Roba	13
Passejar	15
Fruita	25

Font: elaboració pròpia

6.2. Resultats del mercat setmanal

El mercat de dijous és i ha estat en els darrers segles un punt d'atracció tant de compradors com venedors tal i com diu Casassas (1986). Al llarg dels segles els consumidors han patit canvis en els seus patrons de consum, el que fa que els venedors, per adaptar-se a la demanda, modifiquin els seus productes a oferir.

En l'anàlisi del mercat s'han obtingut, per una banda, dades al voltant dels anys 20 i 30 del segle XX i, per altra banda, dades actuals, del febrer del 2023, per tant, dades amb cent anys de diferència. Així i tot, la classificació[1] s'ha adaptat perquè sigui la mateixa.

Per una banda, pel que fa al mercat entre els anys 1920 i 1930 aquest comptava amb un total de 113 parades. Podem veure que el gran pes dels productes que es venien al mercat eren relacionats amb el comerç, sobretot amb els productes alimentaris. Vuitanta-dues de les parades del mercat, és a dir, un 72,1% del total, eren parades classificades com a quotidianes alimentàries (1.1). Un altre servei que tenia prou importància eren les parades dedicades als equipaments per les persones (1.4), ja que el mercat servia per comprar diferents tipus de teixits i teles, a més d'utensilis agrícoles, entre d'altres (Figura 9).

[1]Quotidià alimentari (1.1), Quotidià no alimentari (1.2), Equipament llar (1.3), Equipament persona (1.4), Restauració (2), Persones (3.1), Professionals i tècnics (3.3), Salut (3.2), Lleure i cultura (1.5), i Serveis culturals i equipaments públics i privats (3.4).

Per altra banda, pel que fa al mercat actual, podem veure com el nombre de parades s'ha incrementat respecte al mercat de fa cent anys. Aquest compta amb 340 parades, és a dir, el nombre d'aquestes s'ha triplicat. Podem veure que la majoria de les parades són envers el comerç, tot i que tres parades, un 0,9%, són parades destinades a la restauració. Avui dia, tot i que les parades quotidianes alimentàries (1.1), encara tenen un pes significatiu cap al mercat, veiem un canvi en els productes oferts a les parades, amb un increment significatiu d'equipament per les persones (1.4), ja que més de la meitat de les parades, un 62,1%, són destinades a aquest sector (Figura 10).

Figura 9: Distribució i classificació de les parades entre 1920-1930

Mercat 1920-30		Valors relatius
1.1	82	72,1%
1.2	9	8,0%
1.3	9	8,0%
1.4	14	11,9%
1.5	0	0%
2	0	0%
3.1	0	0%
3.2	0	0%
3.3	0	0%
3.4	0	0%
TOTAL	113	100%

Font: elaboració pròpia

Figura 10: Distribució i classificació de les parades al 2023

Mercat 2023		Valors relatius
1.1	79	23,2%
1.2	7	2,1%
1.3	33	9,7%
1.4	211	62,1%
1.5	6	1,8%
2	3	0,9%
3.1	0	0%
3.2	0	0%
3.3	0	0%
3.4	0	0%
TOTAL	340	100%

Font: elaboració pròpia

7. ANÀLISI

Un dels principals objectius per dur a terme aquest treball, és poder veure si hi ha alguna complementarietat envers l'activitat comercial i el tipus de locals del centre urbà en relació amb el mercat setmanal. Per altra banda, s'analitza cada un dels sectors que es troben el centre urbà (comerç, restauració i serveis) i es fa una comparativa temporal. Per determinar si hi ha alguna relació, a continuació s'analitza, per una banda, l'especialització del mercat fent una comparativa entre les parades de 1920 -1930 i el mercat de 2023. Per acabar, s'estudia la relació de l'especialització del mercat amb el centre urbà. Per altra banda, també s'analitzarà si l'àmbit d'influència del mercat ha crescut respecte a la divisió territorial de Catalunya de 1936 i fer l'anàlisi del motiu per anar al mercat.

7.1. Anàlisi dels locals del centre urbà de Granollers

Per fer l'anàlisi del centre urbà entre els locals de 1924 i els del 2023 s'ha establert tres categories: Restauració (2), Serveis (3.1, 3.2, 3.3 i 3.4) i Comerç (1.1, 1.2, 1.3, 1.4 i 1.5).

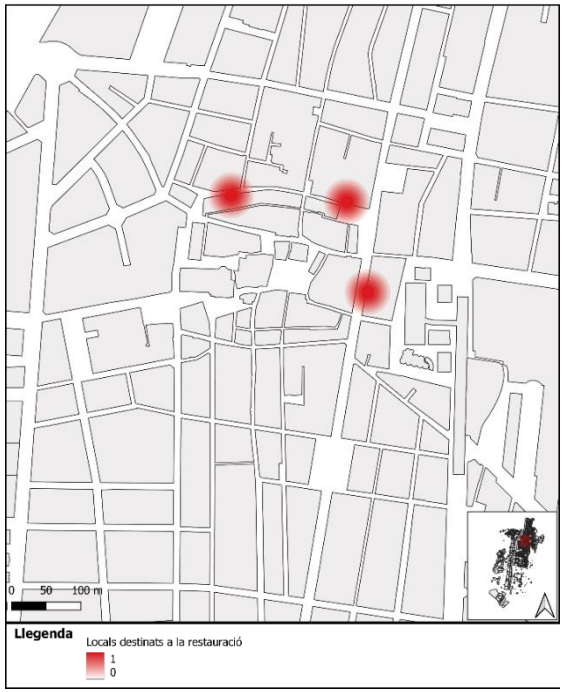
Pel que fa a la distribució dels locals de restauració, l'any 1924 només es comptava amb tres locals (Figura 11), un al carrer de les Travesseres, un altre al carrer d'Antoni Espí i Grau, i l'últim al carrer de Josep Anselm Clavé. En relació amb els locals del 2023, hi ha seixanta-vuit locals de forma més o menys dispersa pel centre urbà (Figura 12). Trobem dues àrees amb un major flux de locals de restauració, el primer a la part nord, al carrer Joan Prim, i el segon dins de l'antic recinte emmurallat, al carrer de Sant Roc. Tot i que a la plaça de la Porxada no trobem una zona amb una gran concentració, veiem com a tota ella hi ha una dispersió dels locals repartits per tota la plaça.

El nombre de locals destinats a serveis el 1924 era de quaranta-tres. Aquests, tot i que també es trobaven de forma dispersa pel territori estaven agrupats (Figura 13). La majoria estaven localitzats a la rodalia de la plaça de Porxada, però també hi trobem a la plaça de la Corona i la plaça d'en Lluís Perpinyà. Avui dia, el centre compta amb menys locals de serveis que el 1924, amb un total de 32 envers els 43 anteriors. La major part d'aquests ja no es troben dins l'antic recinte emmurallat, sinó que es localitzen cada cop més al sud i al nord del centre urbà (Figura 14).

Per acabar, en relació amb els locals de comerç, l'any 1924 hi havia cent-set locals censats al centre urbà, repartits, sobretot als afores del recinte emmurallat (Figura 15). Les agrupacions dels comerços es trobaven a la part mitjana del carrer Anselm Clavé i entre el carrer de Joan Prim i la plaça d'en Lluís Perpinyà. Per altra banda, el 2023 hi ha un total de docents-seixanta-tres locals, els quals han guanyat lloc al nucli antic, on hi trobem la major concentració de locals (Figura 16).

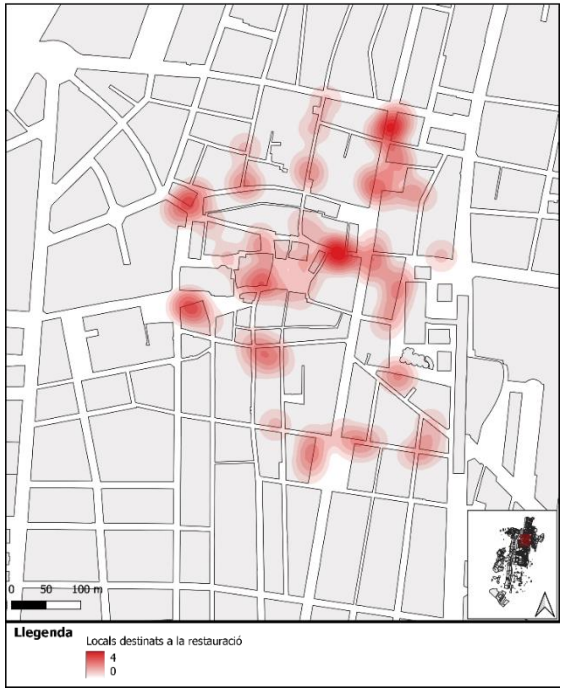
En resum, des del 1924 fins avui dia, el nombre de locals al centre urbà ha augmentat el doble i, per tant, han guanyat més terreny al centre urbà, sobretot al nucli antic. Podem veure que on trobem el gruix més gran de locals de cada una de les tres categories no se superposen unes amb les altres. Així doncs, veiem una zonificació del locals, amb zones especialitzades i vinculades a unes certes activitats.

Figura 11: Distribució dels locals destinats a la restauració, 1924



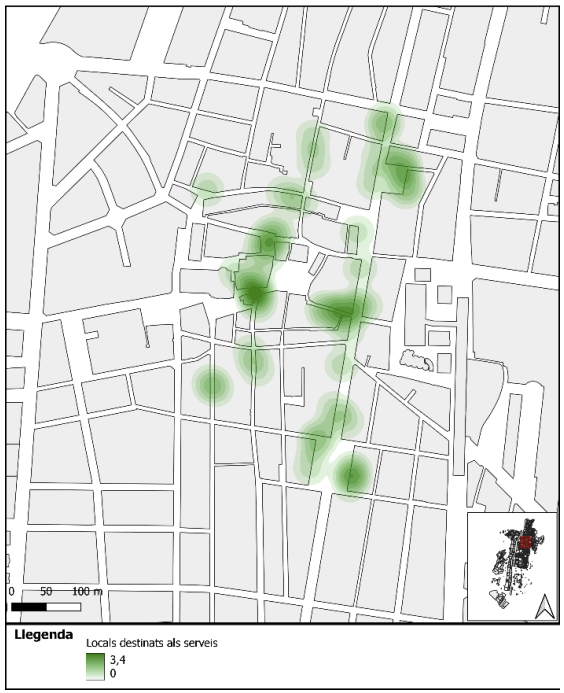
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'Arxiu Municipal de Granollers

Figura 12: Distribució dels locals destinats a la restauració, 2023



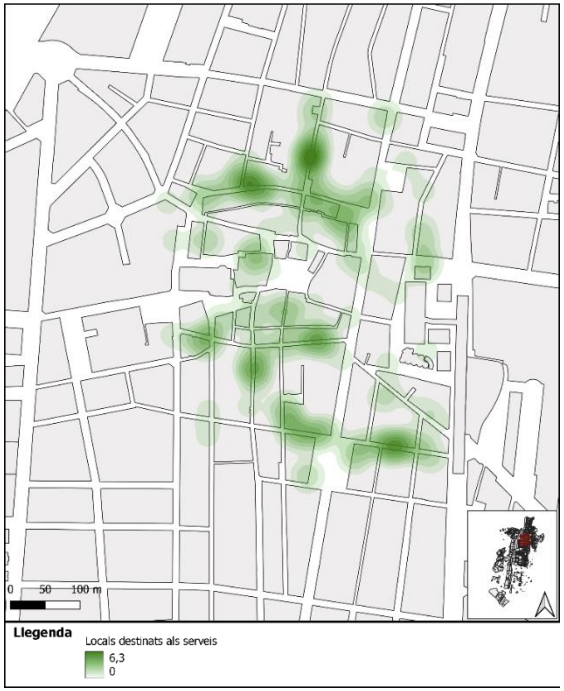
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'FCC

Figura 13: Distribució dels locals destinats als serveis, 1924



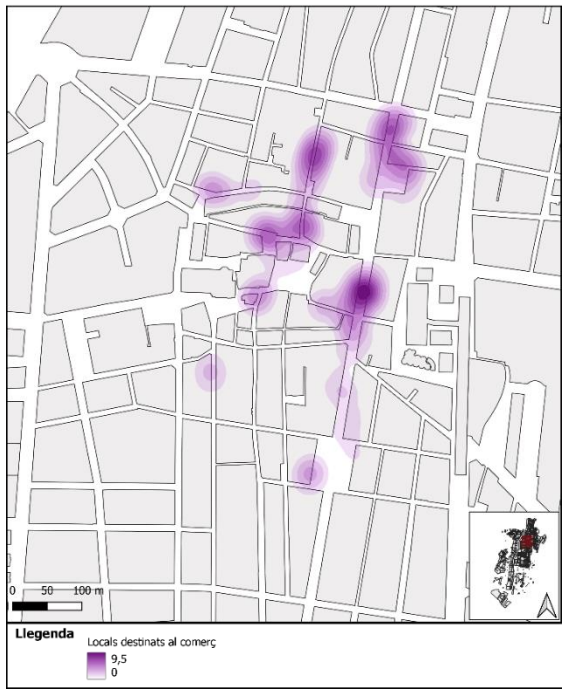
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'Arxiu Municipal de Granollers

Figura 14: Distribució dels locals destinats als serveis, 2023



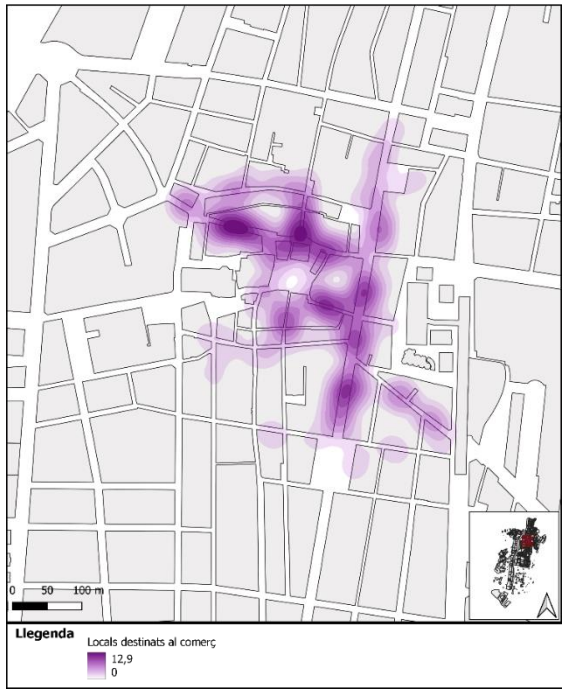
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'FCC

Figura 15: Distribució dels locals destinats als comerç, 1924



Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'Arxiu Municipal de Granollers

Figura 16: Distribució dels locals destinats al comerç, 2023

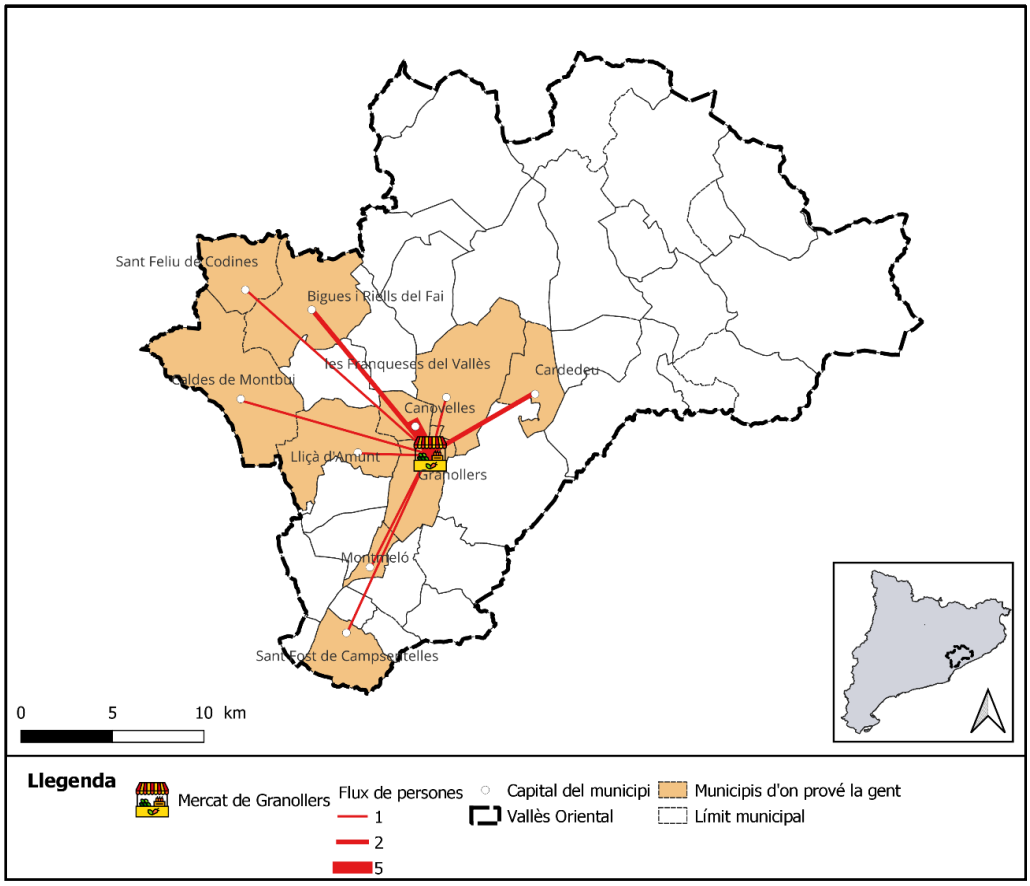


Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'FCC

7.2. Anàlisi treball de camp

Amb els resultats obtinguts, i seguint la metodologia duta a terme per la Ponència de la Divisió Territorial de la Generalitat en 1932-33, el Vallès Oriental el dia d'avui es veuria reduït en més de la meitat. Podem veure a la Figura 17, com els pobles propers al mercat encara se senten atrets pel mercat, en contra s'intueix que els pobles situats al baix Montseny encara avui dia se senten atrets pel mercat de Sant Celoni.

Figura 17: Actualització del Vallès Oriental segons la Divisió territorial de 1932-33

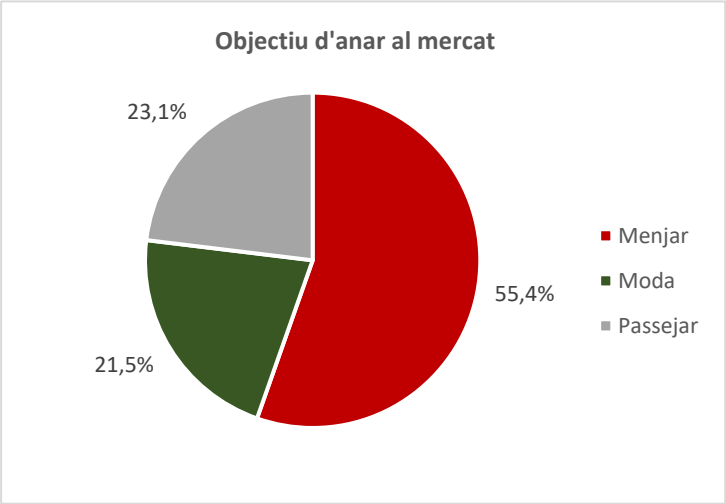


Font: elaboració pròpia

Per concloure quins són els principals motius per anar al mercat s'ha fet una agrupació en tres grans grups (Figura 18). El primer grup és el relacionat amb menjar, que agrupa les següents respostes de la Figura 8: embotits, fruits secs, menjar, verdures i fruita. El segon grup és el relacionat amb moda, que inclou: sabates i roba. I l'últim grup, passejar, inclou els motius d'anar al mercat per passejar.

En resum, el principal motiu per anar al mercat és pel consum de productes alimentaris, representat més de la meitat de les respostes, un 55,4% del total. La segona raó per la qual la gent va al mercat seria per motius de moda (Roba i sabates), representant un 21,5% del total. Per acabar, el tercer motiu és anar a passejar, tenint quasi el mateix pes.

Figura 18: Agrupació dels motius per anar al mercat



Font: elaboració pròpia

7.3. Especialització del mercat

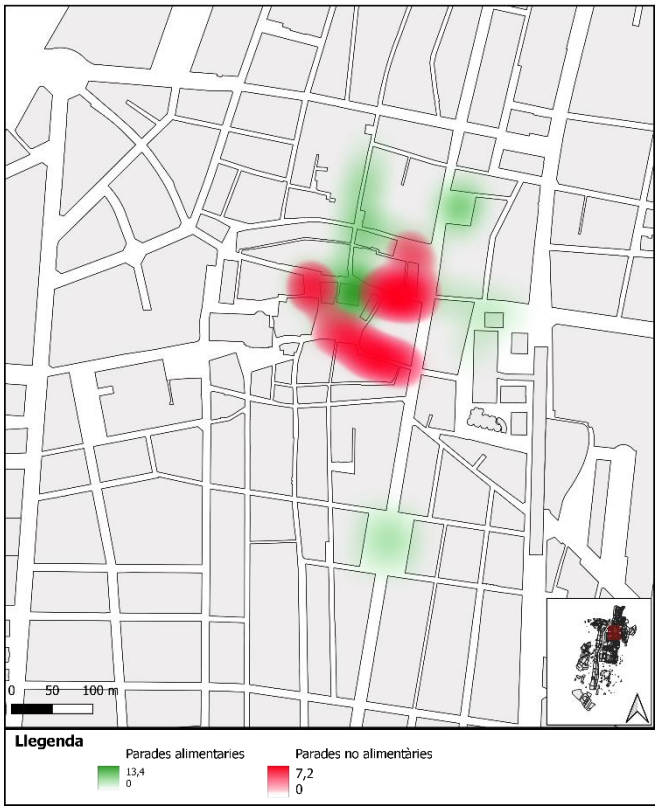
Antigament, el mercat concentrava la seva activitat, en grau més alt, a les places del centre urbà. Avui dia aquest perímetre ha augmentat i trobem el mercat, a més de les places, a diversos carrers de l'antic centre urbà. Aquest "creixement del mercat va comportar (...) una progressiva especialització dels diferents espais en la venda de determinats productes" (Carabasa, 2009, p. 18), i també va suposar l'auge del nombre de parades.

El mercat d'entre els anys vint i trenta del segle passat tenia una clara especialització en parades alimentàries, sobretot de bestiar i aviram, és per això que necessitaven més espai i les parades es localitzaven separades entre si (Figura 19). El mercat d'avui dia, encara té alguna parada d'aviram, però la seva especialització de productes alimentaris s'ha reconfigurat a productes frescos. Del 23,2% de les parades del mercat dedicades a productes quotidians alimentaris (Figura 6), un 82,3% és de productes frescos (fruita, verdura i ous).

Pel que fa al mercat del 2023, les parades alimentàries encara tenen molt pes, un 23,2% del total, però l'especialització del mercat actual és de parades no alimentàries. Com podem veure a la Figura 20, aquestes ocupen la major part del terreny del mercat, i es troben localitzades sobretot als carrers i carrerons del nucli antic. Dins de les parades no alimentàries, el 62% d'elles venen productes per a les persones (1.4), de les quals, el 88% venen peces de roba.

Per tant, tant el creixement del mercat com la transformació dels productes per adaptar-se a les necessitats de cada temps, explica el canvi en l'especialització del mercat. Ja que, l'especialització ha passat de ser de productes alimentaris, sobretot de bestiar, a productes no alimentaris, on la roba té el pes principal.

Figura 19: Distribució de les parades del mercat, 1920-1930



Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'arxiu municipal de Granollers

Figura 20: Distribució dels parades del mercat, 2023

Font: elaboració pròpia

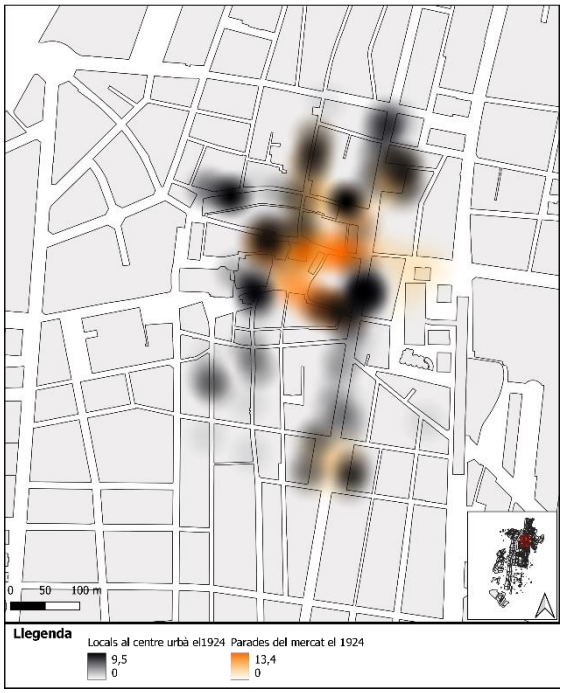
7.4. Relació de la especialització del mercat amb el centre urbà

Com podem veure, al voltant de les places és on se situaven, l'any 1924 el conjunt d'artesans i botiguers. Això és pel fet que aquests volien situar els seus establiments a la zona més propera a l'àrea comercial, ja que el dia del mercat setmanal és quan feien el màxim de vendes (Carabasa, 2009). Avui dia, els locals continuen situant-se a una àrea propera a la zona comercial, tot i que han guanyat espai a les places, perquè el mercat, tot i que continua necessitant molt espai, en canviar el gruix de l'activitat de venda de bestiar a venda de roba, els locals poden fer ús de més espai.

Així doncs, els locals el 1924, es localitzaven a zones properes de les places, i el mercat se situava a les places. Per tant, podem veure com els locals i les parades no se sobreposaven i cadascun tenia la seva determinada zona (Figura 18). Avui dia, el mercat i les activitats comercials diàries tenen lloc als mateixos llocs i s'encavalquen unes amb les altres (Figura 21).

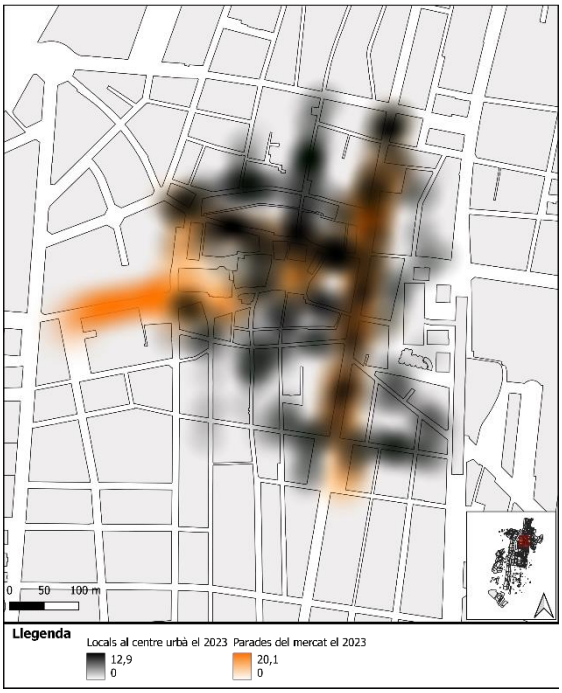
També es pot veure, com el 2023, el mercat de parades no alimentaries coincideix amb els establiments comercials del centre, mentre que pràcticament no coincideixen amb les parades alimentàries (Figura 22). Per tant, les parades no alimentàries i el conjunt de locals s'acaben complementant.

Figura 21: Comparativa dels locals i les parades, 1924



Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'Arxiu Municipal de Granollers

Figura 22: Comparativa dels locals i les parades, 2023



Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'FCC

8. CONCLUSIONS

Fent referència a les preguntes estructurals presentades a l'apartat 2 del treball, es pot concloure els següents resultats.

Primerament, respecte a la primera pregunta "*El paper del mercat setmanal és i ha estat complementar les absències de productes amb els quals no compta el centre urbà?*" la resposta és afirmativa en el cas dels productes alimentaris, ja que al centre urbà, sempre ha necessitat els productes del mercat per tal d'abastir a la població, això és pel fet que és una zona fortament poblada i necessites productes del camp que es venen al mercat. És cert que avui dia, al mercat el pes de les parades alimentàries ha baixat respecte al 1924, això es podria explicar amb l'augment de supermercats situats a les rodalies de la ciutat on també es poden adquirir productes frescos. Pel que fa als productes no alimentaris, no trobem aquesta complementarietat. El mercat el 2023 el 62% de les parades estan destinades a productes no alimentaris, i dins d'aquests un 88% a vendre peces de roba, tot i que al centre urbà la major part dels locals són destinats al comerç, i una bona part a vendre peces de roba. Aquest fet podria donar-se pel motiu que la roba que es ven al mercat té un preu més baix que la que se sol vendre als locals del centre urbà el que provoca un increment de vendes generant un increment de parades destinades a la moda.

Pel que fa a la segona pregunta "*És possible que a causa de la millora de la comunicació i dels transports l'àmbit d'influència del mercat hagi augmentat des de divisió territorial*

de Catalunya de 1936?" la resposta és negativa. Tot i que és cert que els darrers cent anys les millores en les comunicacions i mitjans de transport han millorat exponencialment, aquest fet no ha afavorit l'àmbit d'influència del mercat. Com hem vist a la Figura 17, si avui dia s'hagués de reconfigurar la comarca del Vallès Oriental respecte la importància del mercat, el seu àmbit territorial seria molt menor.

Finalment, a partir de l'estudi dels objectius del treball es pot concloure que depèn l'activitat, el mercat té un paper complementari amb el centre urbà, i que aquest, tot i el seu àmbit d'influència s'ha disminuït, encara continua tenint un paper fonamental pels mateixos habitants del municipi, representant més de la meitat dels vianants. Així doncs, avui dia el mercat té un paper més aviat social i no tan mercantil, ja que com hem vist, aproximadament una quarta part de la gent que va al mercat va a passejar i a passar el matí pels carrers del centre.

10. REFERÈNCIES

Ajuntament de Granollers. (sense data). *Arxiu d'Imatges de l'Arxiu Municipal de Granollers*. Consultat el 15 / febrer / 2023, a https://www.granollers.cat/arxiu/arxiu-d%E2%80%99imatges-0

Arxiu Municipal de Granollers. (23 / maig / 2014). Dijous, mercat. Consultat el 19 / maig / 2023, a https://www.granollers.cat/sites/default/files/pagina/2020/01/14_06_expo_mercat.pdf

Busquets, M. S. (1991). Formació i evolució de Granollers. *Lauro*. Consultat el 20 / maig / 2023, a https://raco.cat/index.php/TreballsSCGeografia/article/view/192007

Capel, H. (1975). LA DEFINICIÓN DE LO URBANO. *Estudios Geográficos*. Consultat el 13 / juny / 2023, a https://cidadeimaginaria.org/eu/Urbano.pdf

Carabasa, J. M. (2009). La topografia urbana de Granollers entre els segles x i xvi Estat de la qüestió i hipòtesi de configuració. *Revista Lauro: revista del Museu de Granollers*, 10-32. Consultat el 22 / maig / 2023

Casassas, L. (1986). Escrits sobre el comerç tradicional a Catalunya. *RACO*. Recollit de https://raco.cat/index.php/TreballsSCGeografia/article/view/165218/217262

Cortal, J. B. (1965). *Granollers.* Biblioteca Selecta. Consultat el febrer / 2023

Diputació de Barcelona. (1 / octubre / 2001). *https://patrimonicultural.diba.cat/element/mercat-del-dijous*. Consultat el 17 / febrer / 2023, a Mapes de Patrimoni Cultural.

Diumaró, P. (2013). *La carretera 1880-2010, de la Fonda Europa a Can Peret de la Taberna.* Consultat el 17 / febrer / 2023

Pardo, J. (2009). Josep Estrada, arqueoleg i historiador. *Revista Lauro: revista del Museu de Granollers*, 61. Consultat el 23 / febrer / 2023, a https://raco.cat/index.php/Lauro/article/view/48377

Paris, M. (2013). *DE LOS CENTROS URBANOS CONSOLIDADOS A LOS LUGARES DE CENTRALIDAD: UNA PROPUESTA METODOLÓGICA PARA SU ESTUDIO.* Consultat el 13 / juny / 2023, a https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/10345/CIUDADES-2013-16-DELOSCENTROS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

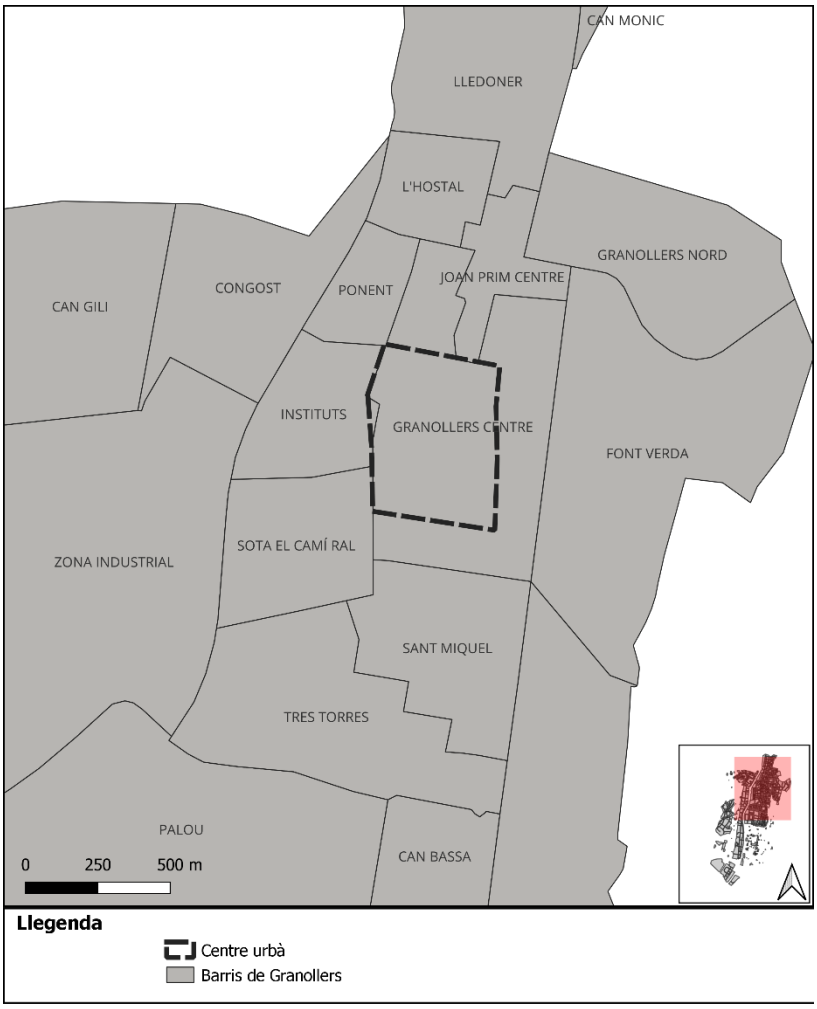
Riu, J. D. (2001). Granollers, una vila amb places i porxos. (Raco, Ed.) *Lauro*. Consultat el 20 / febrer / 2023, a https://www.raco.cat/index.php/Lauro/article/view/48362/51407

Terrades, M., García, M., & Barbany, C. (1990). Organització i desenvolupament de l'activitat mercantil entorn el mercat de Granollers entre el segle XI i XVIII. *Revista Lauro: revista del Museu de Granollers*, 12-15. Consultat el 18 / febrer / 2023, a https://raco.cat/index.php/Lauro/article/view/48002/53055

11. ANNEX

11.1. Localització del barris

Annex 1: Localització del centre urbà envers els barris



Font: elaboració pròpia

11.2. Resultat de l'enquesta

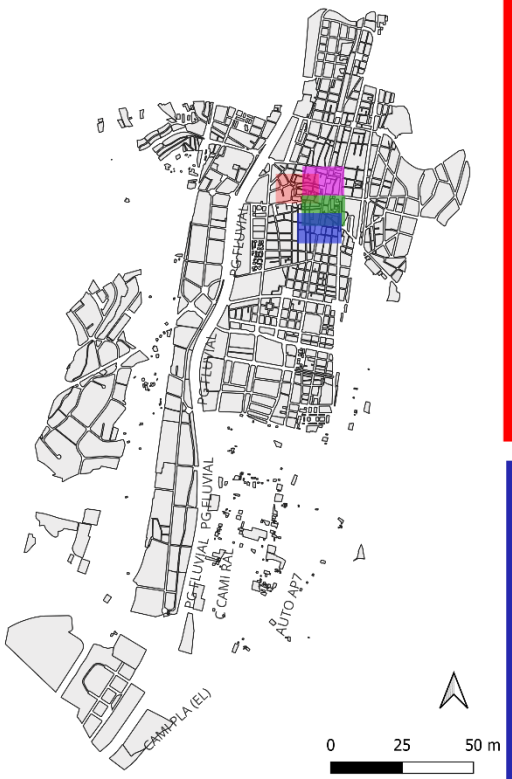
Annex 2: Resultat de l'enquesta sobre el motiu i l'origen de la gent que va al mercat

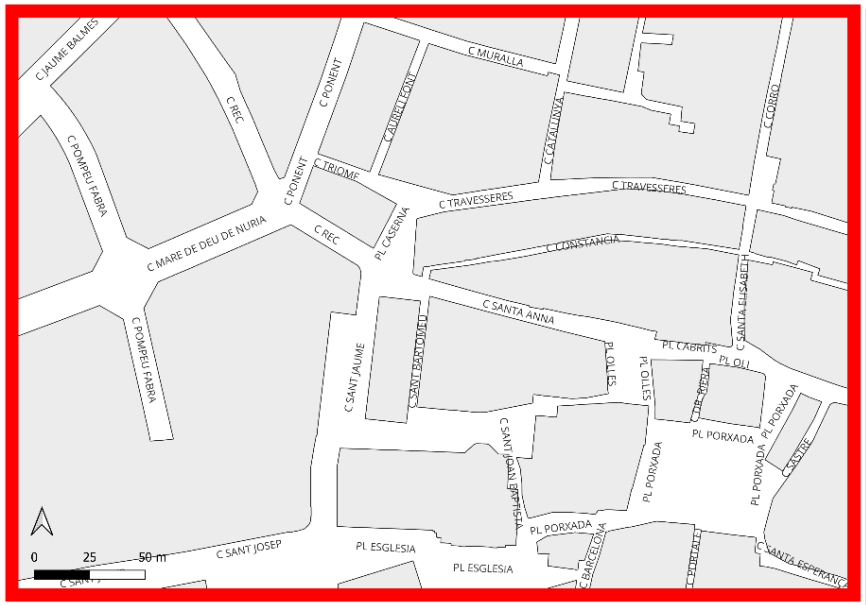
Nº	Població d'origen	Embutit	Fruita	Fruits secs	Menjar	Passejar	Roba	Sabates	Verdura
1	Granollers		X						X
2	Cardedeu					X			
3	Granollers						X		
4	Les Franqueses del Vallès		X						
5	Canovelles		X						
6	Granollers		X						X
7	Sant Feliu de Codines		X				X		
8	Santa Perpètua de Mogoda		X						
9	Granollers		X						
10	Granollers		X						
11	Granollers		X						
12	Canovelles					X			
13	Granollers			X			X		
14	Cardedeu	X							
15	Canovelles					X			
16	Granollers					X			
17	Caldes de Montbui						X		
18	Montmeló					X			
19	Granollers					X			
20	Granollers					X			
21	Granollers					X			
22	Lliçà d'Amunt						X		
23	Granollers					X			
24	Sant Fost		X						
25	Lliçà d'Amunt						X		
26	Canovelles		X						
27	Granollers		X						
28	Granollers		X						
29	Granollers					X			
30	Granollers		X						X
31	Bigues i Riells		X						X
32	Granollers		X						X
33	Granollers		X						
34	Granollers		X				X		
35	Granollers		X						
36	Granollers		X						X
37	Granollers					X			
38	Granollers						X		
39	Granollers					X			
40	Granollers						X		
41	Canovelles						X		
42	Granollers				X		X		
43	Granollers		X						X
44	Granollers					X			
45	Granollers		X				X		
46	Granollers		X						
47	Bigues i Riells					X			
48	Granollers		X				X	X	X
49	Granollers					X			
50	Granollers		X						
X	TOTAL:	1	25	1	1	15	13	1	8

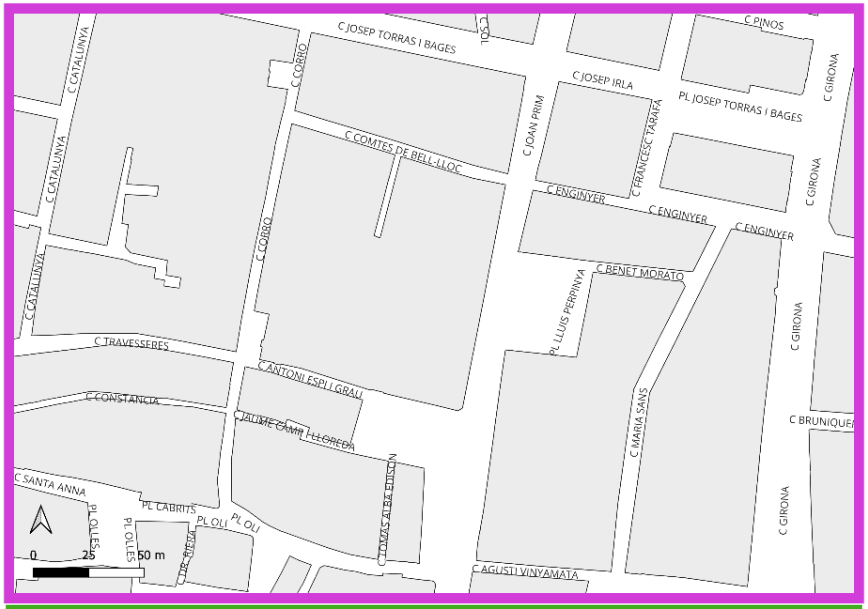
Font: elaboració pròpia

11.3. Localització dels carrers de l'àrea d'estudi

Annex 3: Localització carrers centre urbà de Granollers







Font: elaboració pròpia

11.4. Taula de classificació del locals i parades el 2023

Annex 4 : Taula de classificació dels locals i parades el 2023

QUOTIDIÀ ALIMENTARI 1.1	QUOTIDIÀ NO ALIMENTARI 1.2	EQUIPAMENT PERSONA 1.4	CONSUM "IN SITU" I HOSTALERIA 2.1	PERSONES 3.1	PROFESSIONALS I TÈCNICS 3.3
aliments i complements dietètica	alimentació mascotes i perruqueria canina	articles de pell	allotjament	estètica, ungles, maquillatge...	administració, assesoria, notaria
aviram	automoció i autorentat	bijuteria, bosses i complements	bar pernils	gimnàs	advocats
bodega i celler	basar, botiga xinos	calçats	bar, cervesseria, cafeteria, teteria	locutori	agències de viatges
carnisseria i tocineria i embotits	centres comercials	joieria i rellotgeria	bar amb terrassa	massatges	arquitecte
comestibles i queviures	cigarretes elèctriques	moda home-dona-infantil	gastrobar	perruqueria i estilistes	arranjament de pell, modista/sastreria i calçat
despatx de pa	comercial de perruqueria i productes	òptica	granja	servei de treure polls	arranjament de piano
embotits-degustació amb terrassa	compra d'or	perfumeria i cosmètica	granja amb terrassa	tatuatges i piercings	assegurances
forn de pa-degustació amb terrassa	electrònica	roba d'esport	oci nocturn	teràpies naturals	banc
fruites i verdures	equipament d'informàtica	roba laboral	pizzeria	tintoreria	centre de negocis
fruits secs	estanc	vestit cerimònia	pizzeria amb terrassa	**SALUT 3.2**	correus
herboristeria	farmàcia i parafarmacia	**LLEURE I CULTURA 1.5**	restaurant	centre auditiu, oftalmologia	disseny gràfic
llaminadures	merceries	bicicletes i skateboards	restaurant amb terrassa	centre de pilates	energia i aigua
menjar sense gluten	motocicletes i recanvis motor	botiga d'esoterisme	**TAKE AWAY /DELIVERY 2.2**	clínica dental	enginyers
mercat municipal	segona mà	fotografia	gastronomia italià, japonesa...	coach	ETT
pastisseria	telefonia	jocs d'atzar, atraccions, casino, loteries	gelateria	dermatòleg	promotors immobiliaris i construcció
pastisseria amb terrassa	**EQUIPAMENT LLAR 1.3**	jogueteria	gelateria amb terrassa exterior	dietista, naturalista, nutrició	serveis de neteja
peix i marisc i congelats	antiguitats	llibreria-papereria-còmics	iogurteria	fecundació assistida	serveis de seguretat
supermercat	articles regal i floristeria	manualitats	menjar preparat	fisioteràpia	taller joieria
	confecció cortines	musica	menjar ràpid-kebabs...	gabinet psicologia	taller mecànic
	decoració	quiosc	rostisseria	medicina general	tanatori
	drogueria	serigrafia i impremta	xocolateria, xurreria	ortopèdia	veterinari
	electrodomèstics i ferreteria	sexshop	**HOSTELERIA AMB TERRASSA 2.3**	pediatria i puericultura	**SERVEIS CULTURALS i EQUIPAMENTS PÚBLICS I PRIVATS 3.4**
	ganiveteria	video jocs		podòleg	acadèmia d'idiomes
	maquinària			serveis gent gran, geriàtric	agrupació, entitats
	màquines de cosir			serveis sanitaris, centre mèdic	autoescola
	marcs i plastificats				cinema, teatre, espectacles
	matalasseria				escoles-acadèmies-formació
	material i mobiliari oficina				exhibicions d'art i events, galeria
	mobiliari				**TANCATS O BUITS 4.0**
	pintura i bricolatge				
	roba per a la llar				

Font: FCC

11.5. Taula de classificació dels locals i parades d'entre el 1920 i 1930

Annex 5: Taula de classificació dels locals i parades el 1924

QUOTIDIÀ ALIMENTARI 1.1	QUOTIDIÀ NO ALIMENTARI 1.2	EQUIPAMENT LLAR 1.3	EQUIPAMENT PERSONA 1.4	RESTAURACIÓ 2	PERSONES 3.1	PROFESSIONALS I TÈCNICS 3.3	SERVEIS CULTURALS i EQUIPAMENTS PÚBLICS I PRIVATS 3.4
Aliments	Carbó i fusta	Estris cuina	Teixits i Teles	Bar, cerveseria, cafeteria, teteria	Barberia	Fusteria	Hostal
Aviram	Farmàcia i parafarmàcia	Mobiliari	Barrets	Xocolateria	Agent	Artesà	Safareig
Forn de pa	Cordes i fils	Pintura i bricolatge	perfumeria i cosmètica		SALUT 3.2	Advocats	
Carnisseria i tocineria i embotits	Lleixiu	Maons	joieria i rellotgeria		Llevadora	Evarista	
Peixateria	Merceries		moda home-dona-infantil			arranjament de pell, modista/sastreria i calçat	
Ultramarins	Paper		carruatges			veterinari	
Fruites i verdures	Tabaqueria		LLEURE I CULTURA 1.5			Actuari	
Comestibles i queviures			jogueteria			Paleta	
Celler			llibreria-papereria			Aigües	
Bestiar gran							

Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'Arxiu Municipal de Granollers