

Una aproximació al comerç quotidià de la ciutat de Barcelona

Anna Gracian Zahonero

Novembre de 2019

Curs 2018/2019

Tutor del Treball: Xavier Matilla

Coordinador del Màster: Ricard Gomà

Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona (IERMB)

Ciències socials

Treballs d'investigació del màster Metròpoli en Estudis Urbans i Metropolitans

Una aproximació al comerç quotidià de la ciutat de Barcelona

Anna Gracian Zahonero

Resum

El comerç de proximitat és un factor molt important per a la vitalitat d'una ciutat, tenint impactes en l'economia, la societat i l'entramat urbà que afecten la manera en que la població es relaciona amb el territori. A partir de les dades de l'inventari de locals en planta baixa de l'Ajuntament de Barcelona, es duu a terme un anàlisi per a representar de manera gràfica la distribució dels locals en el territori, dividits en diferents categories de consum quotidià, per tal de poder establir zones de cobertura i comprovar si Barcelona compleix amb l'indicador que publica el Ministeri de Foment respecte a les ciutats grans i mitjanes, com a valor ideal per a la població. A través de l'ús d'eines d'informació geogràfica (GIS), es creen mapes per a visualitzar la distribució dels locals a la ciutat i calcular-ne l'àrea de cobertura, relacionant aquestes dades amb la població de la ciutat.

Abstract

The commerce of proximity is a very important factor for the vitality of a city, having impacts on the economy, society and the urban framework, that affect the way in which the population relates to the territory. Based on data from the inventory of commercial premises on the ground floor of the Barcelona City Council, an analysis is carried out to represent graphically the distribution of commercial premises in the territory, divided into different categories of daily consumption, by such as being able to establish coverage zones and check if Barcelona complies with the indicator published by the Ministry of Public Works regarding large and medium-sized cities, as an ideal value for the population. Through the use of geographic information tools (GIS), maps are created to visualize the distribution of the premises in the city and calculate the coverage area, relating this data to the city's population.

Paraules clau: comerç de proximitat, GIS, sistemes d'informació geogràfica, Barcelona, consum quotidià, locals comercials, inventari de locals en planta baixa.

Índex

1. Introducció	6
2. El comerç de proximitat, influència i accés per als ciutadans de Barcelona ciutat	8
2.1 Què s'entén per comerç de proximitat?	10
2.2 Influències socials, econòmiques i ambientals del comerç de proximitat ..	11
2.3 Reptes del comerç de proximitat	14
2.4 Mesures per a reforçar el comerç de proximitat	15
2.5 Importància de la proximitat	17
3. Metodologia	19
4. Anàlisi	23
4.1 Nombre de locals per barri	24
4.2 Relació entre locals i població	27
4.3 Locals segons categories de consum quotidià	29
4.4 Proximitat als locals	41
5. Conclusions	45
6. Notes	47

1.Introducció

Aquest treball té com element central el comerç de consum quotidià a la ciutat de Barcelona, analitzant-ne els trets més característics respecte a la seva distribució en l'entramat urbà i la seva relació amb la població de la ciutat. Gràcies a l'elaboració l'any 2016 d'un inventari de locals en planta baixa per part de l'Ajuntament de Barcelona, es pot realitzar un anàlisi per tal de conèixer la distribució dels locals de consum quotidià a la ciutat i calcular la facilitat d'accés que el conjunt de la població té per accedir-hi. El comerç de proximitat és quelcom imprescindible en la vida d'una ciutat, col·laborant a la integració del territori de manera urbana, econòmica i social, fomentant la integració de la població. Aquest també és més eficient i sostenible que no altres tipus de comerç més recents com els centres comercials o hipermercats que generen més residus i acostumen a atraure els desplaçaments amb el vehicle privat motoritzat.

Sabent que el comerç de proximitat millora la qualitat de vida de les persones que viuen en un determinat territori, és imprescindible conèixer com aquest està distribuït, i la millor manera és fer-ho a nivell de barri. En els darrers anys, s'han portat a terme multitud de projectes per part de l'Ajuntament de Barcelona i de les diferents entitats dels barris per tal d'impulsar aquest comerç de proximitat, per tal que pugui complir amb la seva funció de consum quotidià a la ciutadania sense necessitat de grans desplaçaments, democratitzant les compres.

Des d'institucions com el Ministeri de Foment, també s'han posat en marxa indicadors per tal d'establir diferents mesures per a la urbanització sostenible i equilibrada d'un territori, entre ells, el nivell de cobertura necessària per a que la població tingui una bona qualitat de vida. Pel que fa al comerç d'ús quotidià, el Sistema d'indicadors i condicionants de ciutats grans i mitjanes, estableix que el valor mínim de cobertura als comerços de productes quotidians hauria de ser de mínim el 75% de la població amb accés en menys de 5 minuts, uns 300 metres aproximadament, a 6 o més categories de locals de comerç quotidià de manera simultània. El valor desitjable, és que el 75% de la població arribi a les 8 categories diferents que s'estableixen com a comerç quotidià de manera simultània.

L'objectiu d'aquest treball és entendre el paper en l'entramat urbà dels locals comercials en planta baixa d'ús quotidià, establint diferents categories, per a veure la seva distribució en el territori, fent classificacions per barris, calculant-ne la relació amb la població i comprovar si es compleixen els requisits de cobertura del sistema d'indicadors i condicionants per a ciutats grans i mitjanes.

La hipòtesi, tenint en compte que Barcelona és una ciutat amb un entramat urbà molt consolidat i que té molta tradició de petit comerç, és que les diferents categories de locals de comerç quotidià es troben a la pràctica totalitat del territori, especialment a la zona del centre, on es concentra més població i més turisme. Pel mateix motiu, es creu que Barcelona sí complirà amb els requisits del sistema d'indicadors esmentat.

Per a poder dur a terme aquest anàlisi, s'han adaptat les dades de l'inventari per a grups que coincideixin amb les categories requerides, traslladant les dades a un sistema d'informació geogràfica, en aquest cas, ArcGIS, per a poder representar de manera gràfica la distribució de cadascuna de les categories, la relació amb la població i creant una àrea de cobertura per a aquella població que arriba en 5 minuts a 6 o més locals i a 8 locals de diferents categoria de manera simultània.

Amb aquest procés s'estableixen els resultats que ens permeten arribar als objectius i extreure'n conclusions.

2. El comerç de proximitat, influència i accés per als ciutadans de Barcelona ciutat

Segons molts autors com Lausén (citada per Guardia i Oyón, 2007)ⁱ, les ciutats estan basades en el consum comú, convertint-se aquest en un dels elements fonamentals per a la seva constitució. A més, el fet que els camperols provinents del camp poguessin introduir-se en el món de l'intercanvi i l'accés al mercat, també hi va contribuir de manera molt important.

Des de l'edat mitjana ja es realitzaven intercanvis mitjançant els mercats locals, que van servir com efecte modelador de les ciutats, que es construïen als seus voltants. El cas de Barcelona no n'és una excepció, com Guardia i Oyón (2007) expliquen, es té constància d'un mercat a l'exterior de la porta oriental de la ciutat ja des de l'any 1000, que va servir de centre per a la construcció de tot un barri, recorrent el canal construït el segle XI i arribant a la platja, que llavors feia funció de port. Aquest barri amb la posterior construcció de la muralla baixmedieval va arribar al segle XV a una densitat de població elevadíssima, que dificultava una bona qualitat de vida de la població. A través d'aquests tres punts connectors, mercat, canal i port, a mesura que es va anar expandint la ciutat, es van anar creant tallers d'oficis diversos que van formar gremis. Aquesta urbanització de la ciutat es va fer de forma natural sempre al voltant dels eixos comercials, no existint cap govern municipal fins el segle XIII, que va establir com una de les màximes prioritats la gestió dels mercats. Aquest és el naixement del comerç de proximitat, i amb l'augment de la població, el comerç no podia estar limitat als mercats, sinó que es va anar expandint pels diferents carrers, així com es van reorganitzar els diferents sectors comercials ubicant-se en diversos punts de la ciutat .

Tot i que el comerç ha estat molt anterior a qualsevol forma de govern municipal, des del moment que aquests van aparèixer, la correcta organització del comerç ha estat una preocupació important, perquè en certa manera, era i és símbol de la bonança de la ciutat, així com condicionaven en part la qualitat de vida de les persones usuàries i en condicionava ja no només l'ús que es feia de l'espai públic sinó el seu planejament o ordenació, per tal de preveure possibles reaccions en el futur, relacionades amb una optimització de l'espai.

Com ens expliquen Guardia i Oyón (2007), amb el temps, els mercats i comerç es van anar considerant com un equipament més, totalment imprescindible per a la vida de les persones de la ciutat, i es va donar importància a les condicions en les que es donava a terme aquest comerç, així com la seva estètica. Per això, amb el temps es van

començar a construir i embellir els mercats, com una peça important dins la vida de la ciutadania. Així, el creixement demogràfic i la major quantitat d'intercanvis van fer que el comerç hagués de retirar-se de l'espai públic, introduint-se en espais limitats, aconseguint d'aquesta manera una major higiene i major dosis d'urbanitat.

Una vegada l'aprovisionament bàsic estava garantit, més sectors diferents van sorgir, i es va procedir a donar més exigències al comerç actual, per tal de millorar-ne les condicions, així com l'establiment de regulacions per tal de tenir més control sobre la qualitat del comerç i el control dels preus per a garantir l'accessibilitat per a les classes treballadores. Si bé la tendència natural de les ciutats en els seus inicis, havia estat la seva organització en mercat a l'aire lliure, amb el temps van anar apareixent tot de botigues de diferents classes que van començar a fer-los la competència, i ja als voltants de 1885, a ciutats com Nova York es plantejaven si els mercats estaven en decadència i començarien a desaparèixer. Problema que es va agreujar amb la introducció de supermercats i centres privats.

Amb el temps els mercats han estat rellevats cada vegada més a les classes treballadores, i els ajuntaments hi destinaven cada vegada menys diners per a la seva conservació, cosa agreujada per l'empaquetat de manera massiva que va sorgir sobre els anys 1950 i 1960, que van desenvolupar noves formes comercials.

Si bé en altres ciutats els mercats han anat desapareixent, a Barcelona han aguantat prou bé, i han sabut integrar-se i complementar-se amb l'extensa xarxa de botigues de proximitat que s'ha anat estenent pel conjunt de la ciutat, i que fa de Barcelona un dels models més importants en termes de comerç de proximitat, i és que com diu Michael Sorkin (1992)(citat per Guardia i Oyón, 2007), en els últims anys s'estan perdent les lleis de la proximitat, "l'autèntic fonament de la ciutat" i "no només es necessita un esforç per a la conservació de les restes històriques sinó que s'han de conservar les ecologies urbanes que les produeixen i habiten, un esforç que Sorkin identifica per la lluita per la democràcia mateixa"(Guardia i Oyón, 2007, p.8)). La idea de la constant de Marchetti (English, 2019)ⁱⁱ sobre la qual es van constituir les ciutats va néixer amb la llei dels 30 minuts, que consistia en que la ciutat s'estenia fins on el transport cap al lloc de treball i activitats diàries no excedien de 30 minuts, i és el que camps, mercats i llocs de treball acostumaven a estar a aproximadament aquesta distància dels diferents punts de la ciutat. Amb el sorgiment de nous mètodes de transport, però, això va anar perdent importància, tot i que de manera general, els 30 minuts segueixen sent una preferència per als desplaçaments laborals. Avui dia, amb el sorgiment de centres comercials a les perifèries, el vehicle motoritzat i noves formes de consum, aquestes lleis de la proximitat

cada vegada perden més importància, fent que el sistema sigui menys sostenible que el seu predecessor.

En el cas de Barcelona, tot i que la influència de les grans superfícies a les perifèries també s'ha notat, les polítiques per tal de reconstruir la ciutat, enfortint aquest comerç de proximitat, ha fet que aquest continuï sent fort i saludable, fent èmfasi en la vida de barri, i no en la global. D'aquesta manera el comerç, cada vegada més, ha passat a ser un element fonamental a tenir en compte quan parlem de la planificació i ordenació urbanística, per tal d'integrar-lo com a part important de la ciutat. De fet, aquesta importància del comerç de proximitat és un tret característic de la ciutat de Barcelona, que s'ha desenvolupat durant segles, amb una oferta comercial molt diversificada i estructura fragmentada, que s'allunya de les concentracions del comerç com passa en altres ciutats en les que els centres comercials són habituals. Aquestes empreses acostumen a ser petites i mitjanes i de caire familiar, convertint Barcelona en una ciutat de botiguers(Fresnillo, 2018)ⁱⁱⁱ.

2.1 Què s'entén per comerç de proximitat?

Si bé es cert que segons ens explica Iolanda Fresnillo (2018), hi ha una diferència clau entre el comerç de proximitat i aquell que està en les proximitats, avui dia és molt complicat fer estudis diferenciant-los, ja que s'hauria de fer una classificació i anàlisi de cadascun dels comerços que hi ha a la ciutat, feina que sembla gairebé impossible, a no ser que es destinessin gran quantitat de recursos, i una metodologia que corregís la possible subjectivitat en la classificació d'aquestes dues categories.

Així, per comerç de proximitat entenem “la botiga de barri on es compren o compraven els aliments i productes de consum quotidià. Ultramarins, fruiteries, forns, peixateries, carnisseries, drogueries, papereries, ferreteries, merceries i altres establiments de mida petita, situats a poca distància de la nostra residència, on sovint es troben productes locals amb una atenció personalitzada. L'espai on la botiguera o dependenta ajuda a la consumidora a trobar el que busca, l'aconsella, fins i tot la coneix pel seu nom perquè botiguera i clienta són, al cap i a la fi, veïnes. La idea de comerç de proximitat ens aboca a espais on es fomenten les relacions socials i de veïnatge. S'associa, doncs, el concepte de Comerç de Proximitat uns valors de coneixença, de tracte personal, i de participació en la vida comunitària del territori” (Fresnillo, 2018, p.141).

Per tant, el comerç a les proximitats seria aquell que tot i estar pròxim, no compleix aquesta funció de consum quotidià, ni contribueix a aquestes relacions socials i xarxes de veïnatge i de suport. Aquest tipus de comerç és cada vegada més present a la ciutat de Barcelona, coexistent o de vegades substituint el comerç de proximitat.

2.2 Influències socials, econòmiques i ambientals del comerç de proximitat

Amb aquesta idea de comerç de proximitat on les relacions en són la part clau, la interacció social es torna imprescindible, creant una sensació de pertinença al barri, així com s'estableixen llaços comunitaris d'ajuda i de participació en accions culturals. Aquesta interacció fomenta de manera clara la igualtat i integració de la diversitat de la població, al mateix temps que es fomenta no només l'economia, mitjançant la ocupació de part de la població en aquests tipus de comerços, sinó que la influència que presenta aquest comerç va molt més enllà del caire econòmic, creant una xarxa de suport mutu que suposen les relacions de veïnatge.

Sabem que la vinculació amb la presència del comerç de proximitat, amb aquesta experiència que ofereix, és molt important per a la bona salut de la vida de barri. Un dels primers efectes que fan que els determinats barris es degradin i es segreguin, estan directament associats a una falta d'aquest comerç de proximitat. Així ho explica Requena Hidalgo a *"La peor casa en el peor barrio". Barrios de inmigración y marginalidad en la periferia urbana de Barcelona. El caso de Badalona*"(2003), on es determina que els immigrants amb menor formació i ingressos, es veuen obligats a viure en els pitjors barris, entenent-los com aquells en els que la construcció és de mala qualitat, l'estat dels habitatges és deficient, així com l'espai públic està degradat i hi ha una absència de comerç de proximitat. Aquesta absència de comerç de proximitat forma part d'un cercle viciós que es retroalimenta. En el cas de Badalona, hem de tenir en compte que a la zona de Montigalà, hi ha una gran quantitat de comerços agrupats en un centre comercial amb grans superfícies que fan que els preus de les botigues de barri no hi puguin competir. Aquest fenomen de per sí sol ja suposa una amenaça molt gran, però a més, hem de tenir en compte, que donades les característiques de la població i el seu baix nivell econòmic, moltes empreses decideixen no invertir en aquestes zones i obren els seus comerços en altres zones, que a més, es consideren més segures. Amb aquesta dinàmica, el que s'aconsegueix és que cada vegada hi hagi més reducció del comerç de proximitat, que al mateix temps, agreuja la problemàtica de falta d'integració i d'oportunitats de les persones que viuen en aquests barris, en no haver-hi aquesta xarxa de veïnatge i suport que aquest tipus de comerç genera, convertint-se cada vegada de manera més acusada aquests barris en zones dormitori, on l'economia submergida s'obre pas, acompanyada d'un alt atur i falta de serveis.

A l'estudi realitzat per Requena Hidalgo (2003), es posa de manifest com la població entrevistada creu que hi ha un problema greu d'interacció entre els veïns, portant això a

situacions d'abandonament de l'espai públic i condicions dels habitatges, així com una falta d'oportunitats, de recursos i serveis mínims, que afavoreixen l'aparició de la criminalitat a la que tants veïns tenen por i és un dels motius pels quals la població autòctona que s'ho pot permetre acaba marxant d'aquests barris, agreujant cada vegada més el problema de segregació de la població.

Segons explica Cano Hila (2012)^{iv}, la influència del barri sobre la configuració i desenvolupament dels trajectes juvenils és clau. I és que els barris més desfavorits, “entesos com aquells llocs físics on es concentren les bosses de pobresa, on s'evidencia a) una significativa insuficiència de serveis i equipaments públics; b) dèficits relacionats amb les característiques físiques de l'entorn (construccions de baixa qualitat, d'escassa accessibilitat, amb tendència al deteriorament...); c) un alt percentatge de la seva població resident es troba en situacions de vulnerabilitat social (atur, envelliment de la població, ràpids canvis en la composició de la població resident); d) dèbil teixit social (problemes de convivència, debilitament del teixit social, estigmatització interna i externa) i e) un teixit econòmic en declivi (falta de xarxa comercial, escassetat de comerç de proximitat...)” (Skifter, 2002, citat per Hila, 2012, p.140), poden afectar de manera negativa la qualitat de vida dels seus residents, especialment pel que fa a les persones més joves. I és que el barri és clau per a l'accés d'oportunitats, així com per al desenvolupament de noves formes de solidaritat, integració i cohesió social. El fet que hi hagi poca inversió econòmica, de producció i consum, converteixen aquests barris en poc rellevants per al creixement econòmic i no resulten atractius per a altres parts de la ciutat, de la mateixa manera que no poden fer-ne competència per a atraure a aquestes inversions. A més, “són barris que presenten processos d'invasió-successió (Bayona, 2005, citat per Hila, 2012, p.142), vinculats als baixos preus dels habitatges. La baixa qualitat de l'habitatge, la insuficient dotació d'equipaments públics i la seva escassa integració en el conjunt de la ciutat expliquen perquè presenten preus de l'habitatge comparativament més baixos que altres barris que ocupen una posició més cèntrica en l'entramat urbà. En conjunt, el relatiu baix preu de l'habitatge i la dèbil xarxa comercial i d'equipaments manté allunyades les classes mitjanes d'aquests barris i afavoreix la concentració de famílies en una situació de desavantatge tant social com econòmic, consolidant aquests territoris com barris obrers perifèrics. Al mateix temps, aquest continu moviment de població dificulta la creació d'un sentiment d'identitat arrelat a un territori, i debilita els intensos llaços de comunitat que tradicionalment han caracteritzat a les comunitats residents en aquest tipus de barris, que segons paraules de Granovetter (1973)(citat per Hila, 2012, p.143) eren “comunitats altament homogènies i

tancades, amb uns alts nivells de solidaritat i confiança. Pel que són comunitats debilitades internament i poc integrades en el conjunt de la trama urbana” .

Segons l'Ajuntament de Barcelona, el 2016, any en que es va realitzar l'inventari de locals, dades que s'analitzen en aquest treball, el comerç donava feina al voltant de 149.500 treballadors, amb més de 16.000 empreses amb assalariats, representant un 14,5% de la ocupació, el 21,9% del teixit empresarial i el 15% del PIB de la ciutat de Barcelona. És a dir, que és un actor fonamental per la bonança de l'economia dins la ciutat, però aquesta ocupació, com hem vist, és menor en determinats barris més marginals, agreujant-ne la situació.

Per altra banda, en termes generals, Barcelona té una clara predilecció pel comerç de proximitat, de fet, en diferents enquestes sobre la qualitat de vida a la ciutat, com la d'Òmnibus Municipal, mostren que la població de Barcelona té una opinió molt positiva del comerç de proximitat, sent aquests establiments en els que la gran majoria volen realitzar les seves compres diàries, així com és el tipus de comerç en el que se senten millor atesos. Aquest comerç de proximitat potencia unes relacions veïnals que fomenten la vida de barri, la seguretat i la cohesió social. En són la prova diversos projectes de col·laboració i activitats culturals que aquest comerç fomenta. Amb l'experiència de barris dormitori on hi ha una escassetat de comerç de proximitat, que afecta a la vida diària de les persones del barri, queda clar, que és un aspecte fonamental per a la població.

S'estableix doncs que tot i no ser l'únic factor important, el comerç de proximitat es torna fonamental en ser un punt integrador per als seus residents, que pot ajudar a millorar la qualitat de vida de les persones que hi viuen.

A més, el comerç de proximitat té unes implicacions ambientals molt clares. Diversos estudis ens confirmen que aquest tipus de comerç és menys contaminant que d'altres amb majors superfícies o més perifèrics. Segons l'estudi de la Fundació per la prevenció de residus i el consum responsable^v, el comerç de proximitat presenta una oferta molt major de productes amb baixa producció d'envasos i de venda a granel, en especial els mercats, on pràcticament tots els productes es poden trobar a granel, reduint molt significativament els residus. A més, el comerç de proximitat contribueix molt menys a les emissions de CO₂ derivades dels envasos, amb una diferència de fins a 10 kg anuals en el comerç de proximitat i 50kg en els supermercats amb més emissions. A més, hi ha més proporció d'envasos no reciclables a les grans superfícies. Ens queda clar doncs que aquest tipus de comerç genera molts menys residus, fins a un 69% menys que les grans superfícies, i les emissions que emeten per aquest motiu són molt menors. Pel

que fa als desplaçaments, el comerç de proximitat es desenvolupa principalment anant a peu, per la qual cosa les emissions generades en comparació amb els desplaçaments als centres comercials, on el transport en vehicle motoritzat és molt superior, són menors.

2.3 Reptes del comerç de proximitat

Actualment, però, el comerç de proximitat ha començat a patir els efectes de la globalització i l'expansió urbanística de la ciutat i la resta de l'àrea metropolitana. Degut a l'expansió de noves tipologies de comerç com els centres comercials i l'ús d'internet per a comprar de manera online, així com els canvis en la manera de consumir de la població, han fet que el comerç de proximitat hagi de canviar i es vegi amenaçat. Aspectes com el turisme o la inversió immobiliària, a més, en el cas de Barcelona, han agreujat la situació.

A gran part de les ciutats del conjunt d'Europa, així com a la ciutat de Barcelona, aquest comerç de proximitat està essent substituït cada vegada amb més freqüència per comerços a gran escala o per comerços a les proximitats, que tot i estar a prop, ja no compleixen amb aquella funció integradora i de xarxa veïnal tant característica del comerç de proximitat. Aquests comerços a les proximitats desenvolupen activitats més dirigides a turistes, que no compleixen amb la funció de comerç de consum quotidià, col·laborant a processos de gentrificació comercial (Fresnillo, 2018). Aquesta gentrificació comercial implica una substitució dels comerços de consum quotidià per d'altres de consum esporàdic dirigit a persones amb rendes més elevades i turistes, modificant usos, preus i productes, alterant d'aquesta manera el paisatge urbà, els usos de l'espai públic i les relacions de veïnatge, debilitant-les. Molts d'aquests comerços a les proximitats estan ara regentats per migrants, i tenen problemes d'encaix dins dels barris, que dificulta el foment d'aquestes relacions veïnals.

Davant aquesta amenaça, Barcelona continua tenint comerç de proximitat a gran part del seu territori i la població continua valorant molt positivament aquest sector, molt per davant d'altres tipus de comerç com podrien ser els centres comercials, deguts a la millor atenció que reben. De fet, a l'enquesta Òmnibus municipal que mesura la satisfacció de la ciutadania en diversos aspectes de la vida a la ciutat, es posa de manifest que el 53,7% de les persones consideren que l'establiment de barri és on l'atenen millor, mentre un 19,9% ho fa als mercats, un 13,4% al supermercat i només un 1,6% al centre comercial. Tot i això, aquesta valoració positiva del mercat de proximitat i la seva salut, contrasta amb la sensació que algunes persones en determinats barris entenen com un degoteig

de les botigues de tota la vida, per donar lloc a aquest comerç de les proximitats, de consum esporàdic.

És precisament per aquest motiu que es fa imprescindible reforçar i promoure el comerç de proximitat a Barcelona. De fet, diverses actuacions ja s'han engegat per tal de fomentar-lo, com un punt clau en la vida a la ciutat.

2.4 Mesures per a reforçar el comerç de proximitat

Una d'elles és la mesura de govern d'estratègia de reforç i projecció del comerç a Barcelona 2017-2019. En ella queda clar que el paper del comerç és essencial no només per a la bonança econòmica de la ciutat, donant feina a multitud de treballadors, sinó que a més, col·labora de manera molt important en la cohesió i integració social basada en l'equitat i la igualtat d'oportunitats. Es té molt clar que cada barri és diferent, amb les seves particularitats i diversitat, i és per aquest motiu que totes les actuacions s'han de preveure amb la col·laboració dels actors implicats, i de manera individualitzada, sense fer grans projectes comuns per al conjunt de la ciutat. Per a aquesta mesura però, les grans superfícies o el comerç per internet, tot i afectar el comerç de proximitat, es vol presentar també com una manera de potenciar les avantatges d'aquest tipus de comerç així com endinsar-se en nous reptes que en millorin la competitivitat i s'adaptin als nous temps i preferències dels consumidors, sempre potenciant el comerç més sostenible possible.

És imprescindible que aquest comerç de proximitat pugui crear “negocis innovadors, sostenibles i integrats en una trama urbana, física o digital” (Estratègia de reforç i projecció del comerç a Barcelona, 2017-2019), i amb aquesta publicació, es presenten 8 línies estratègiques amb 43 mesures per a concretar els passos a seguir per a que això sigui possible.

Aquestes 8 línies estratègiques són:

1. Una governança del comerç basada en la confiança i la coresponsabilitat; fomentant models de cooperació més amplis que els actuals, sent imprescindibles la concertació públic-privada, la concertació privada-privada i la concertació pública-pública, augmentant la qualitat democràtica.
2. El comerç de proximitat de Barcelona, el model que cal preservar i enfortir; com a manera d'aportar benestar i qualitat de vida a la ciutadania.

3. Competitivitat, innovació i transformació digital: la clau de volta per a la modernització del nostre comerç; que pretén millorar la competitivitat i sostenibilitat dels negocis, adaptats als nous hàbits de consum.
4. El teixit comercial als barris: un valor que cohesiona, vertebrava i enriqueix la ciutat; entenent els barris com element fonamental per a l'estructura i identitat social i cultural de la ciutat, que permet de cohesionar i integrar la ciutadania, gràcies a les relacions veïnals.
5. L'associacionisme comercial i les APEU, les millors fórmules de sumar esforços per multiplicar èxits; es pretén fomentar l'associacionisme per tal de poder compartir experiències i projectes que puguin ser beneficioses pel comerç de proximitat.
6. El turisme i la cultura, dues oportunitats per al comerç de proximitat; En comptes de veure els efectes negatius que el turisme pot aportar, des de l'Ajuntament volen apostar per aquest sector com una oportunitat per al negoci.
7. Els mercats de Barcelona, uns bons aliats al comerç de proximitat als barris; Recuperant aquella influència que sempre han tingut els mercats a la ciutat de Barcelona, en que s'organitzen activitats per a la ciutadania i es col·labora amb aquesta relació veïnal.
8. Una bona gestió de l'estratègia i avaluació de l'estratègia, la clau per continuar millorant; En el qual es vol implementar l'Observatori Barcelona Comerç que s'encarregarà de fer un seguiment de com evoluciona el comerç a la ciutat, així com veure quines són les característiques per tal de tenir dades sempre actualitzades per a poder desenvolupar plans concrets.

Dins aquestes 8 línies estratègiques hi ha moltes mesures diferents que es volen dur a terme, com promocions per als comerços més innovadors, ajuda al desenvolupament de noves gestions i replantejaments del negoci, remodelació de certs espais per afavorir el comerç de proximitat, fomentar iniciatives associacionistes, cooperació entre comerços, anàlisi de les potencialitats del barri, subvencions, adaptació de les normatives a noves realitats comercials, i moltíssimes més que tenen intenció de fer complir el propòsit de l'article, el reforç i foment del comerç de proximitat. Però, d'entre totes les mesures, n'hi ha una que ens servirà per a poder efectuar aquest treball, que és l'Inventari de locals en planta baixa, en el que es fa una descripció dels locals comercials a la ciutat segons el sector al que pertanyen.

2.5 Importància de la proximitat

Abans de poder començar a analitzar el cens de locals en planta baixa, hem de tenir en compte la importància que la proximitat té per aquest tipus de comerç, però també per a la resta d'activitats diàries que les persones experimenten en els seus desplaçaments.

Si bé les ciutats van néixer com un espai en el que en 30 minuts es podia anar de l'habitatge fins al lloc de treball de manera generalitzada, aquestes s'expandien seguint, sense ser-ne massa conscients, aquesta norma. Amb l'aparició d'altres sistemes de transport, especialment els motoritzats, això va desaparèixer per a adaptar-se als temps més ampliats d'aquests sistemes de transport. Ara, amb l'aparició de grans centres comercials i de concentracions de tant de comerç i d'habitatge, creant entorns diferenciats d'usos, aquesta proximitat està perdent importància. Tot i això, un estudi realitzat a l'àrea metropolitana de Barcelona, ens indicava que tot i que aquesta perdia importància, continuava sent important en el dia a dia de les persones.

A la ciutat de Barcelona, es va fer un enquesta de mobilitat quotidiana, on es va enregistrar els viatges que es duen a terme a la ciutat, inclosos els desplaçaments a escala de barri. Al treball *La proximidad en Barcelona. Un análisis desde los tiempos de desplazamiento cotidianos* (2013), Marquet i Miralles, extreuen dades molt rellevants sobre els temps de desplaçament a la ciutat de Barcelona. Els autors remarquen la importància de la densitat i compacitat urbana, així com la mixticitat dels usos del sòl i l'ús del transport públic per tal de millorar la qualitat de vida de la ciutadania ampliant els nivells d'accessibilitat i reduint la contaminació. El medi ambient, i el que els autors anomenen la "walkability" i l'ús del temps social, es tornen fonamentals per tal d'aconseguir una ciutat més sostenible. A més, fer els desplaçaments a peu, és el sistema de transport més democràtic que hi ha, ja que no existeix discriminació de cap tipus, pràcticament tothom és un vianant. Per aquest motiu és tant important l'accessibilitat de la població als diferents serveis a canvi d'un esforç raonable.

Pel que fa a la ciutat de Barcelona, Marquet i Miralles (2013) la consideren un municipi urbanitzat amb alts nivells de compacitat i densitat altes, i morfologia regular, amb estructura basada en el petit comerç. Tots aquests factors, fan que Barcelona sigui un bon exemple de ciutat compacta i densa en que els habitants tinguin gran accessibilitat per tal de satisfer les seves necessitats quotidianes.

Al dia, els barcelonins fan de mitjana 3,3 viatges per persona, invertint una mitjana d'aproximadament 79 minuts. D'aquests, el 45% dels desplaçaments són en mitjans de transport no motoritzat, que precisament a Barcelona es correspon a pràcticament

exclusivament a anar a peu. Els desplaçaments a menys de 10 minuts representen un terç del total de desplaçaments a la ciutat, i d'aquests, un 50% es troba a només 5 minuts.

En el cas dels desplaçaments per a compres quotidianes, el 60% són a menys de 10 minuts, sent el motiu de desplaçament amb més percentatge de viatges curts.

Amb aquestes dades segregades per zones, arriben a la conclusió que la ciutat té una imatge bastant uniforme sobre els desplaçaments, però tot i així hi ha certes zones que es diferencien. Aquelles zones que tendeixen a destinar menys temps als desplaçaments són les àrees del nucli històric i aquelles que es van construir entre 1960 i 1970, amb molts pisos d'alçada, que no són perifèrics ni centrals. A la banda oposada, les zones on es destina més temps als desplaçaments es situen a la perifèria del municipi, amb una urbanització més dispersa, així com algunes parts amb construccions més recents (posteriors a 1980), amb ingressos superiors a la mitjana. És a dir, que segons les dades analitzades, hi ha una relació clara entre la densitat i els ingressos pel que fa al temps de desplaçament, sent les persones amb menys ingressos les que hi destinen menys temps, i les persones amb més ingressos les que hi destinen més.

Es torna doncs imprescindible prendre consciència de la importància del temps de desplaçament a les compres per a productes quotidians, com una manera de democratitzar la vida a la ciutat.

3. Metodologia

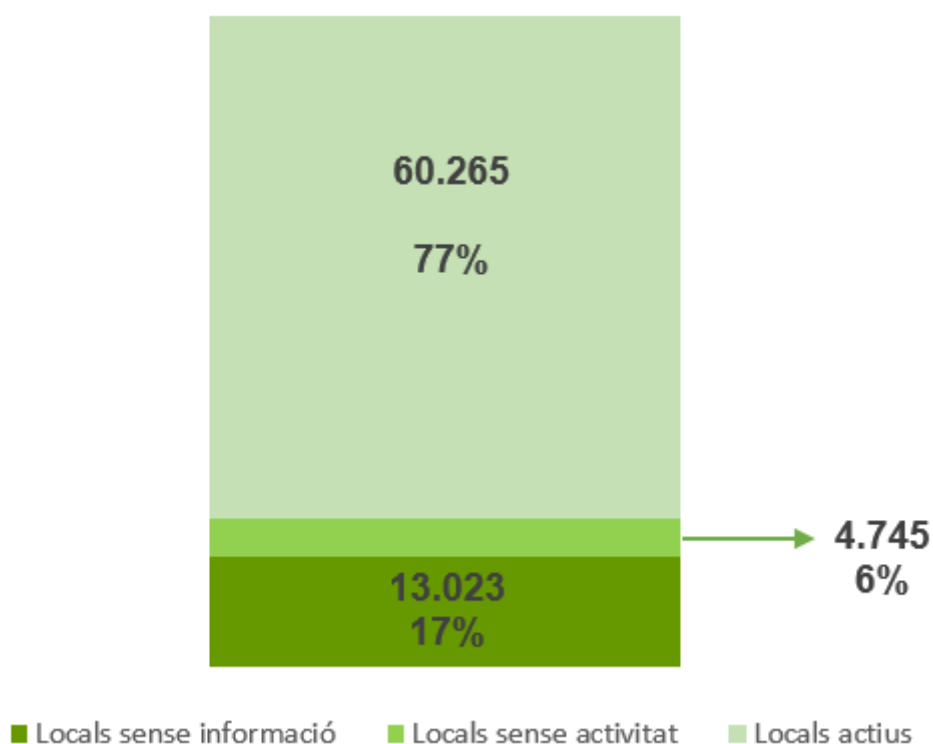
Per poder realitzar aquest treball, s'utilitza l'inventari de locals en planta baixa que l'Ajuntament de Barcelona va publicar, amb dades de 2016.

Aquest inventari té per objectiu tenir un coneixement amb més profunditat del teixit comercial existent a la ciutat de Barcelona, caracteritzat per un comerç urbà molt consolidat, així com és un pretext per tal de poder fer un seguiment de la evolució d'aquest comerç a través del temps, amb la realització d'inventaris en diferents períodes.

Per tal de poder arribar als nostres objectius, portarem a terme un tractament exhaustiu de les dades que aquest inventari de locals en planta baixa ens proporciona. Per a començar, seleccionarem les dades que més ens interessin per tal de poder realitzar el nostre estudi.

El cens de locals consta de 78.033 locals, dels quals el 77% estan actius, el 6% no presenten cap activitat i 17% no tenen cap informació. Per tant, els locals que ens interessin seran aquells que estan actius, desenvolupant una funció concreta.

Gràfic 1. Tipus de locals comercials segons activitat a Barcelona, 2016



Font: Inventari de locals de Barcelona, 2016. Ajuntament de Barcelona.

Però no tots aquests locals actius ens serveixen, ja que aquests estan dividits en diferents grups, que són comerç, serveis i altres. Els primers representen el 38% del total de locals actius, amb 22.747 locals, els serveis representen el 53%, amb 31.773 locals, i altres, que representen el 10%, amb 5.745 locals.

Per tant, dins d'aquests locals actius, escollirem aquest 38% dels locals que corresponen al comerç. Però, de la mateixa manera, aquest comerç està dividit en diferents categories, moltes de les quals no es consideren de consum quotidià i per tant, no es tenen en compte per tal d'elaborar l'anàlisi. Tampoc es tenen en compte els locals que es troben ubicats en centres comercials, en no complir la nostra definició de comerç de proximitat i ser menys habitualment comerços de consum quotidià.

El sistema d'indicadors i condicionants per a ciutats grans i mitjanes del Ministeri de Foment, en la que col·laboren Redes de Desarrollo Local Sostenible i l'Agència d'Ecologia Urbana de Barcelona, es crea un sistema d'indicadors en el que es distribueixen en diferents grups les activitats comercials d'ús quotidià. Per a ús quotidià, aquest document entén aquelles activitats econòmiques que es duen a terme gairebé a diari, i que per tant és important que es trobin a prop de la residència de la població. Dins d'aquest grup s'hi inclouen els sectors de l'alimentació, llibres i diaris i productes químics i farmacèutics.

Segons indica el sistema d'indicadors, la presència d'aquests sectors de comerç a poca distància de la residència de la població significa que el teixit urbà és especialment apte per a ser habitat, és a dir, que disposa dels recursos suficients per tal que la població pugui satisfer les seves necessitats sense haver de fer grans desplaçaments i per tant, optar per anar a peu fins a aquests comerços.

Aquesta distribució de locals es divideix en 8 grups als que idealment s'hauria de poder accedir al mateix temps, en 5 minuts caminant. Els grups es distribueixen de la següent manera:

- 1) Pa
- 2) Peix
- 3) Productes càrnics
- 4) Fruita i verdura
- 5) Productes variats en supermercat
- 6) Productes variats en petit comerç
- 7) Productes farmacèutics
- 8) Premsa

Dins d'aquests grups es decideix incorporar les diferents categories de consum quotidià de l'inventari de locals que semblen més pertinents per a l'estudi que es vol realitzar, canviant d'aquesta manera els títols dels 8 grups per a que siguin més representatius i clars durant el treball que es realitzarà.

Dins de la categoria 1) Pa, incorporem el grup de locals identificats com pa, pastisseria i làctics de l'inventari. A la categoria 2) Peix, incorporem la categoria de peix i marisc. A la categoria 3) Carn, hi incorporem dos grups de l'inventari, el de carn i porc i el de ous i aus. A la categoria 4) Fruita i verdura li correspon el grup amb el mateix nom de l'inventari. A la categoria 5) Productes variats en supermercat, li correspon el grup de resta d'alimentació, que tot i no tenir la totalitat dels locals com a supermercat, aquests en són la pràctica totalitat. A la categoria 6) Productes variats en petit comerç s'hi inclouen els grups de tabac i articles de fumadors, drogueria i perfumeria, begudes i herbolaris. A la categoria 7) Productes farmacèutics, s'hi inclou el grup de farmàcies. I per últim, a la categoria 8) Premsa, s'hi inclou el grup de premsa, diaris i revistes.

D'aquesta manera es pretén ajustar el màxim possible la classificació aportada pel sistema d'indicadors amb les dades que hi ha disponibles a l'inventari de locals en planta baixa. Les dades no són perfectes, ja que hi ha locals en que és complicat fer-ne una classificació acurada i la revisió de les dades implicaria una feina que requeriria de molts recursos. Tot i això, aquestes dades proporcionaran uns anàlisis i resultats molt representatius del que experimenta el comerç de Barcelona.

Les noves categories correspondrien a la següent classificació:

- 1) Pa, pastisseria i làctics
- 2) Peix i marisc
- 3) Productes càrnics i ous
 - a. Carn i porc
 - b. Ous i aus
- 4) Fruites i verdures
- 5) Productes variats en supermercat
- 6) Productes variats en petit comerç
 - a. Tabac i articles de fumadors
 - b. Drogueria i perfumeria
 - c. Begudes
 - d. Herbolaris
- 7) Productes farmacèutics
- 8) Premsa i llibres

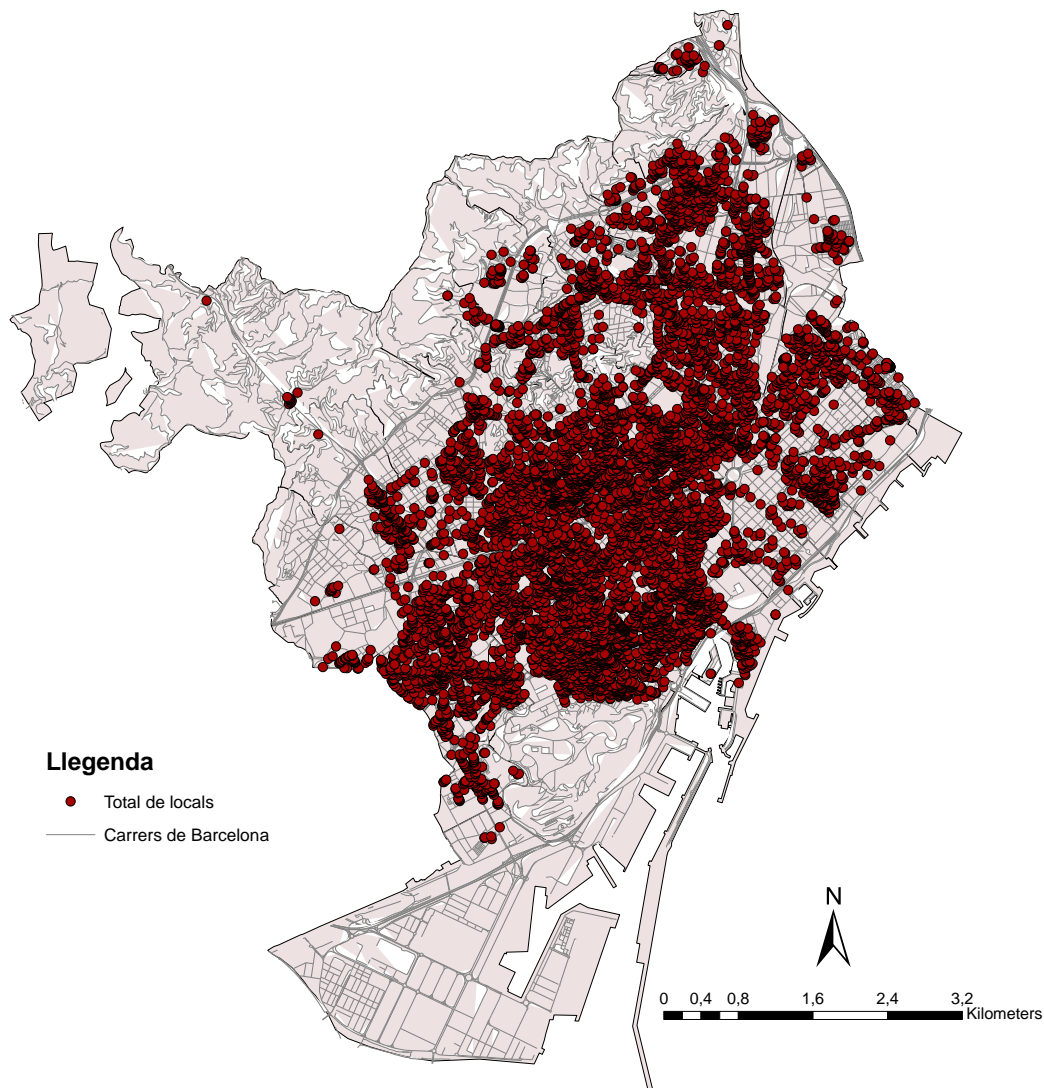
Aquesta distribució resulta en un total d'11.125 locals en planta baixa, exclosos els centres comercials, que considerem de consum quotidià i que en trobar-se en les proximitats de les residències de la població, milloren la seva qualitat de vida, l'eficiència i el medi ambient, en poder evitar desplaçaments innecessaris, i poder efectuar-los a peu.

Una vegada seleccionades les dades amb les que es vol treballar, degudament classificades, aquestes s'introdueixen a ArcGis per tal de poder treballar-les tenint en compte la seva ubicació en el territori. Amb aquesta eina GIS, s'elabora una representació del conjunt de locals, així com de cada categoria per tal de poder observar de manera gràfica la seva distribució, establint-se les zones amb més concentració absoluta i les zones amb més concentració per habitant.

Segons el Sistema d'indicadors i condicionants per a ciutats grans i mitjanes del Ministeri de Foment, el valor mínim d'accessibilitat que hauria de tenir una zona urbana, és d'un 76% de la població amb accés simultani a 6 o més categories d'activitat diferents a 5 minuts caminant. El valor desitjable, però, és que hi hagi un accés simultani a totes les categories d'activitat, per a un mínim del 75% de la població. A través de la realització d'un anàlisi de xarxes, es representarà de manera gràfica quines zones de Barcelona tenen accessibilitat en 5 minuts a almenys 6 categories i a la totalitat de les categories, calculant, mitjançant la població de les seccions censals, a quin percentatge de ciutadans arriba aquesta accessibilitat.

4. Anàlisi

Mapa 1. Total de locals de consum quotidià a Barcelona, 2016



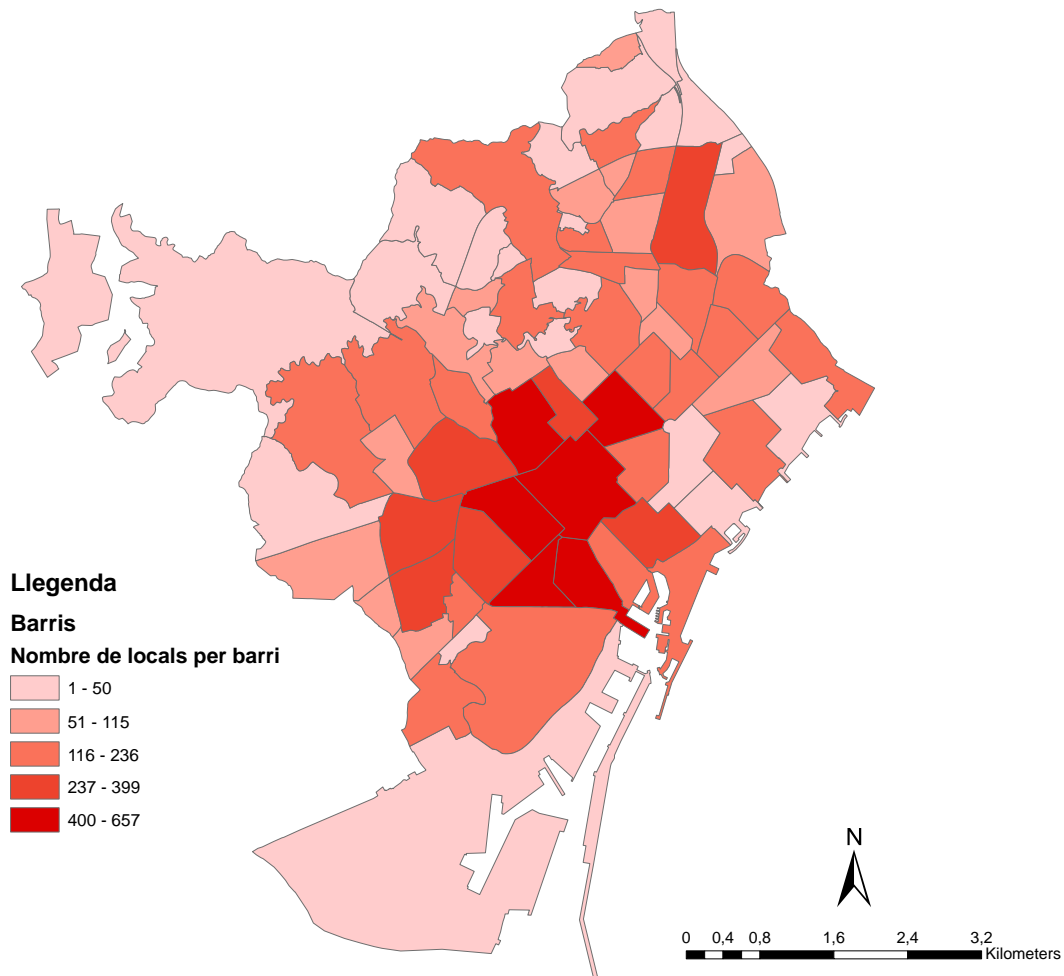
Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Inventari de locals de Barcelona, 2016. Ajuntament de Barcelona.

El total de locals que s'han seleccionat com de consum quotidià és d'11.125, i com es pot comprovar al mapa, aquests tenen presència a pràcticament tota la zona urbana de la ciutat, amb una especial concentració al centre de la ciutat, amb el Raval i l'Eixample com exemples, i poca presència a les zones més properes a Collserola i Pedralbes, on la densitat de població és menor degut a l'estructura urbana amb més cases unifamiliars. Altres espais, no presenten punts perquè corresponen a zones que no es destinen a ús residencial i comercial, com els parcs i les zones industrials, especialment al sud de la ciutat.

4.1 Nombre de locals per barri

Per tal de poder veure més fàcilment les zones en les que estan ubicats aquests locals, en aquest mapa es mostra la quantitat de locals que hi ha a cada barri. Els resultats indiquen, com ja es podia intuir en el mapa anterior de punts de la totalitat de locals seleccionats de la ciutat de Barcelona, que les zones amb més presència de locals són les zones més centrals i turístiques, amb el Raval com a barri en el que hi ha més locals, arribant als 657, seguit per la Vila de Gràcia i la Dreta de l'Eixample, amb 636 i 576 locals respectivament. Pel que fa als barris amb menys locals, en primer lloc es troba la Clota, amb només un local, el segon i tercer barris amb menys locals de consum quotidià són Torre Baró amb 2, i Vallbona amb 3. En general, les zones més cèntriques són les que acumulen aquests locals, mentre a les zones més properes a Collserola i alguns punts de la costa és on menys locals hi ha per barri.

Mapa 2. Nombre de locals de consum quotidià per barris a Barcelona, 2016



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Inventari de locals de Barcelona, 2016. Ajuntament de Barcelona

En aquesta taula, es pot comprovar el nombre de locals que presenta cada barri de manera més precisa:

Taula 1. Nombre de locals de consum quotidià per barri, 2016

Nom del Barri	Nombre de locals per barri
el Raval	657
la Vila de Gràcia	636
la Dreta de l'Eixample	576
Sant Antoni	459
l'Antiga Esquerra de l'Eixample	446
la Sagrada Família	437
Sant Gervasi - Galvany	399
Sant Andreu	319
la Nova Esquerra de l'Eixample	313
Sants	305
Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera	304
les Corts	282
el Camp d'en Grassot i Gràcia Nova	272
el Camp de l'Arpa del Clot	236
el Poblenou	228
el Carmel	217
Horta	216
el Barri Gòtic	212
el Fort Pienc	194
el Poble Sec	190
el Guinardó	187
el Clot	182
Hostafrancs	181
la Verneda i la Pau	179
Sarrià	169
la Sagrera	164
el Besòs i el Maresme	158
Sant Martí de Provençals	149
Sant Gervasi - la Bonanova	147
la Marina de Port	143
el Turó de la Peira	143
la Prosperitat	140
el Putxet i el Farró	137
la Barceloneta	131
les Roquetes	129
Vilapicina i la Torre Llobeta	127
Porta	115

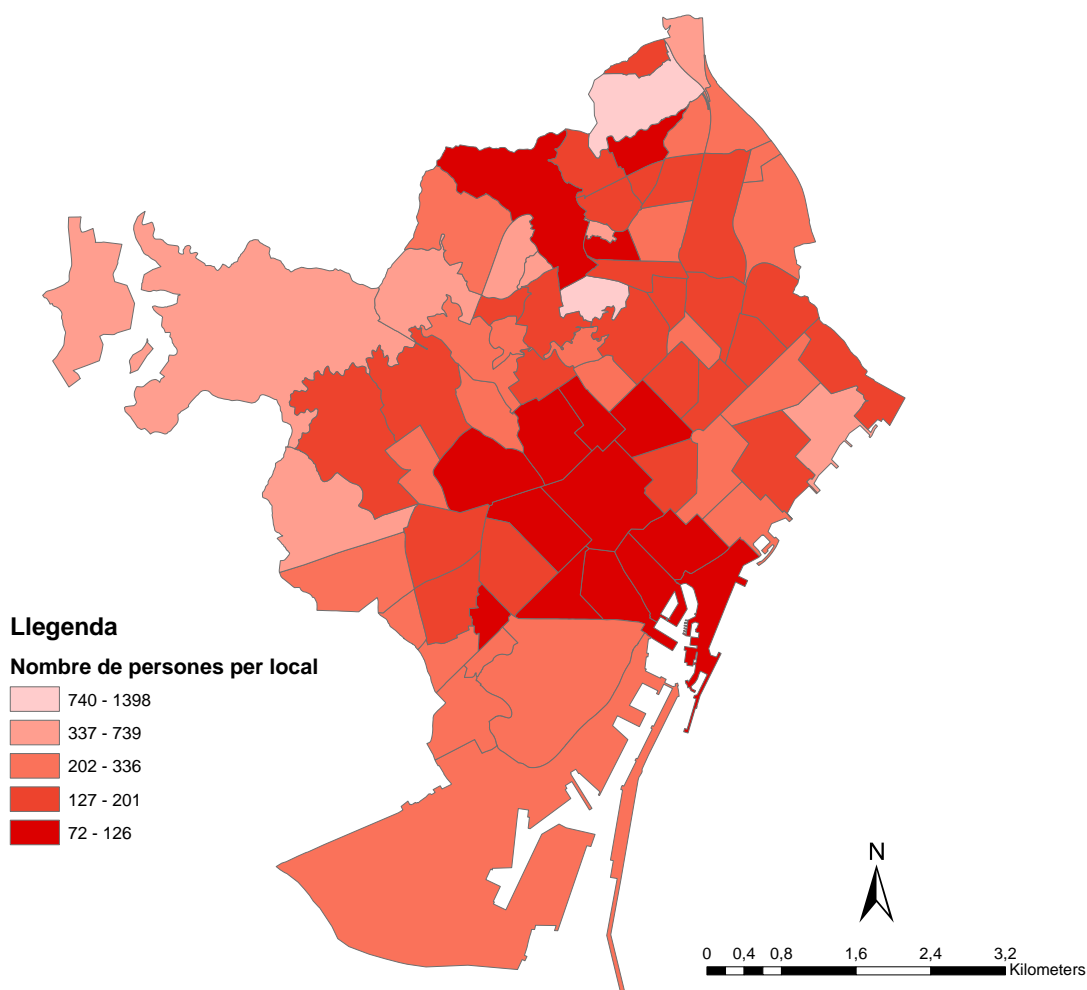
el Baix Guinardó	112
Sants - Badal	102
la Maternitat i Sant Ramon	99
Navas	93
la Salut	90
la Guineueta	81
la Bordeta	77
la Teixonera	76
Verdun	76
el Congrés i els Indians	75
les Tres Torres	71
Provençals del Poblenou	61
Ciutat Meridiana	56
el Bon Pastor	55
Vallcarca i els Penitents	54
el Parc i la Llacuna del Poblenou	50
Canyelles	47
la Trinitat Vella	42
Can Baró	38
Diagonal Mar i el Front Marítim del Poblenou	36
la Trinitat Nova	35
la Font de la Guatlla	33
Pedralbes	30
la Vila Olímpica del Poblenou	28
el Coll	27
Montbau	24
Sant Genís dels Agudells	16
la Vall d'Hebron	14
Vallvidrera, el Tibidabo i les Planes	12
Baró de Viver	12
la Font d'en Fargues	10
la Marina del Prat Vermell	5
Can Peguera	3
Vallbona	3
Torre Baró	2
la Clota	1

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Inventari de locals de Barcelona, 2016. Ajuntament de Barcelona.

4.2 Relació entre locals i població

Però no només s'ha de tenir en compte el nombre de locals que té cada barri, ja que tot i que el nombre de locals sigui alt, pot ser que la població que hi viu també sigui elevada, i per tant, és necessari saber quina relació hi ha entre els locals i la població. Per exemple, dividint el nombre de persones pel nombre de locals, ens resulta el nombre de persones per local, quantes més persones per local hi ha, menys competència i capacitat d'elecció de la població, que en molts casos es deriva en un pitjor accés al comerç quotidià. Com es pot apreciar al mapa, a les zones més cèntriques, hi ha més locals, però també hi ha menys persones per local, és a dir, que cada persona que viu en aquests barris, té més quantitat de locals per escollir. El Raval és el barri on hi ha menys quantitat de persones per local, amb 72 persones, seguits del Barri Gòtic i Santa Caterina i la Ribera, ambdós amb 74 persones per local. Pel que fa als barris amb més persones per locals, i que per tant tenen menys oportunitats per escollir els locals als

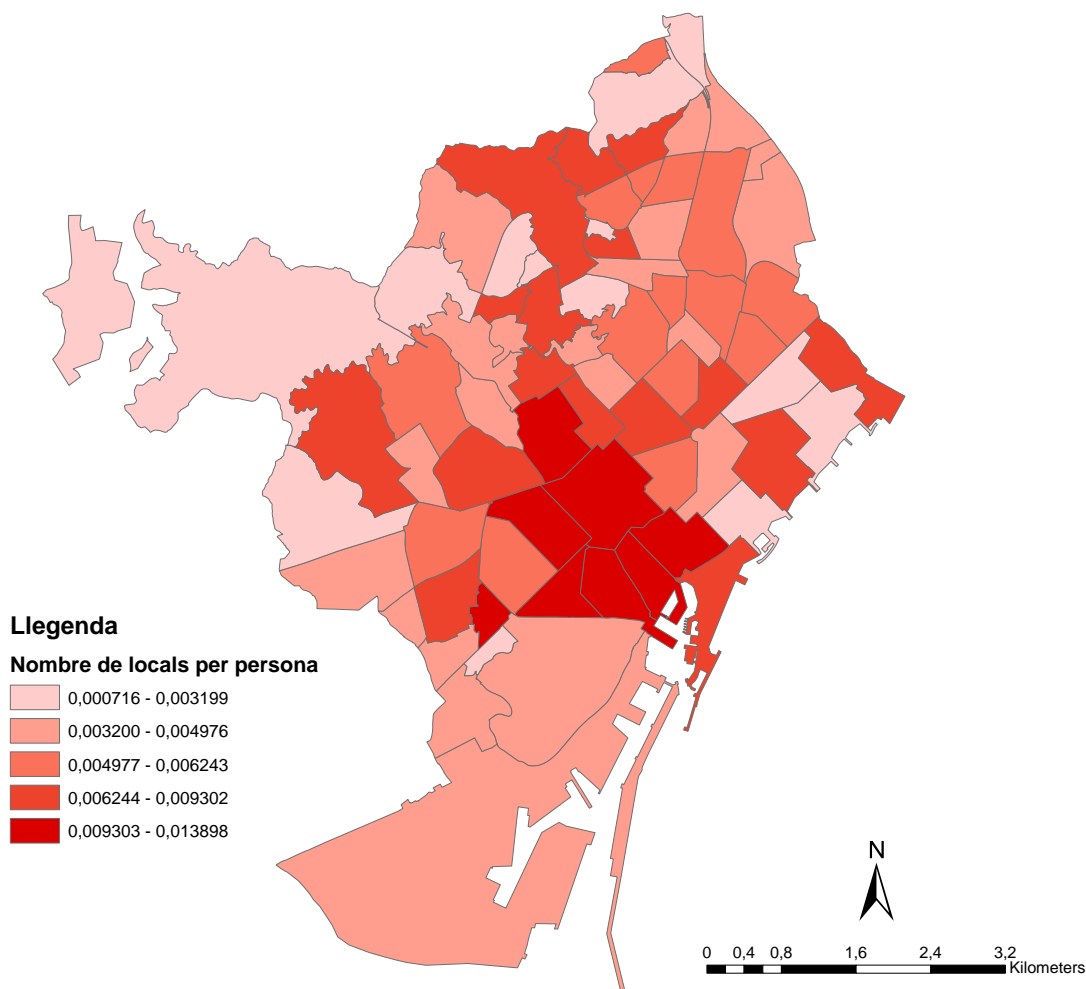
Mapa 3. Nombre de persones per local de consum quotidià per barris, 2016



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Inventari de locals de Barcelona, 2016. Ajuntament de Barcelona

quals acudeixen, són Torre Baró en primer lloc, amb 1398 persones per local, la Font d'en Fargues amb 940 persones per local i Can Peguera amb 739 persones per local. Aquests barris en els que hi ha poca oferta de locals, és possible que els veïns es vegin obligats a fer més desplaçaments per tal d'adquirir els seus productes quotidians.

Mapa 4. Nombre de locals de consum quotidià per persona, per barris, 2016



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Inventari de locals de Barcelona, 2016. Ajuntament de Barcelona

Això implica que hi ha diferències entre el nombre de locals disponibles per persona. Per aquest motiu, tot i que les zones seran les mateixes, es realitza aquest càlcul per a saber quants locals corresponen a cada persona segons la població i nombre de locals del barri on es viu. De la mateixa manera que amb el nombre de persones per local, podem veure com en aquest mapa les zones més cèntriques són les que disposen de més locals per persona, presentant el Raval un valor de 0,0139 locals per persona, seguits per Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera i el Barri Gòtic, amb 0,0136 i 0,0135 locals per persona respectivament. Els barris on hi ha menys locals per persona són

Torre Baró amb 0.0007 locals pers persona, seguit per la Font d'en Fargues i Can Peguera, amb 0.0011 i 0.0014 locals per persona respectivament.

4.3 Locals segons categories de consum quotidià

Gràcies a les dades de l'inventari, hem pogut fer un a classificació de les diferents tipologies de locals, per barris, de manera que podem saber exactament a quin barri pertanyen aquests locals de cadascuna de les categories.

Els resultats són clars, hi ha una major concentració de locals al centre de Barcelona, especialment a les zones del Raval i de la dreta de l'Eixample. Segons les diferents categories de locals de comerç quotidià, els corresponents a fruites i verdures tenen major presència al Raval, amb 126 locals, també és aquest barri el que té més locals de peix i marisc, amb 62 locals i de productes càrnics i ous, amb 127 locals. La Dreta de l'Eixample és un dels barris que també concentra gran quantitat de locals, i és el que més locals té a les categories de pa, pastisseria i làctics, amb 105 locals, productes farmacèutics, amb 57 locals, i productes variats en supermercat, amb 193 locals. Pel que fa a la categoria de premsa, diaris i revistes, Sant Antoni és el barri on hi ha més nombre de locals, amb 103, i pel que fa als productes variats en petit comerç, la Vila de Gràcia és el barri on aquests locals són més nombrosos, arribant als 114.

Amb aquesta taula, es mostra la classificació tant per grups com pels 73 barris de Barcelona.

Taula 2. Locals per categoria de consum quotidià i barris, 2016

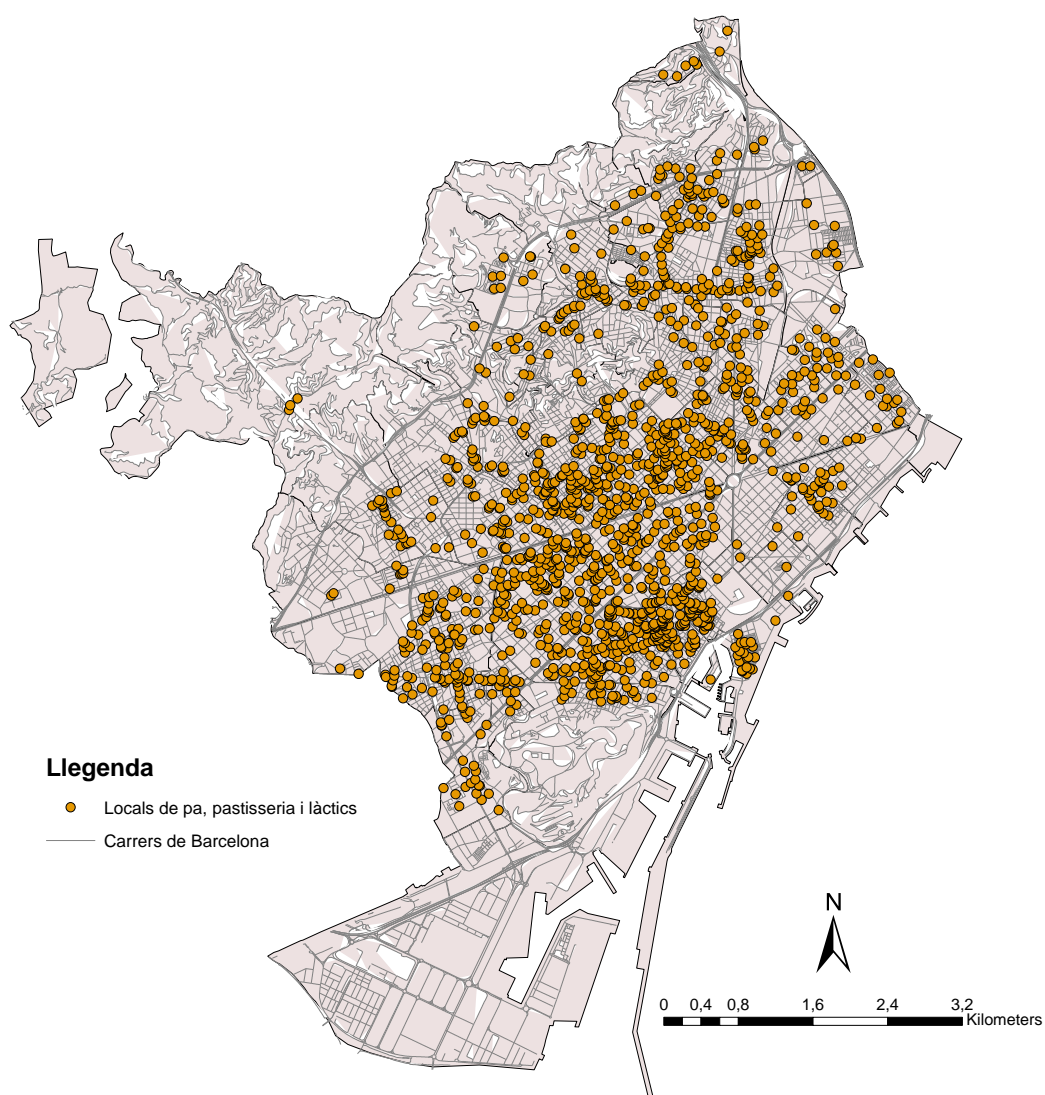
Nom del barri	Pa, pastisseria i làctics	Peix i marisc	Productes càrnics i ous	Fruïtes i verdures	Productes variats en supermercat	Productes variats en petit comerç	Productes farmacèutics	Premsa i llibres
el Raval	72	62	127	126	172	44	29	25
la Vila de Gràcia	90	44	83	72	154	114	43	36
la Dreta de l'Eixample	105	11	32	27	193	108	57	43
Sant Antoni	45	23	41	30	114	69	34	103
l'Antiga Esquerra de l'Eixample	82	20	44	25	148	64	36	27
la Sagrada Família	75	19	45	40	140	70	34	14
Sant Gervasi - Galvany	42	23	58	37	116	58	44	21
Sant Andreu	48	19	44	33	77	44	39	15
la Nova Esquerra de l'Eixample	47	5	23	29	103	49	35	22
Sants	42	14	33	29	94	44	29	20
Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera	60	18	38	23	97	36	22	10
les Corts	33	17	33	26	83	42	33	15
el Camp d'en Grassot i Gràcia Nova	26	18	39	29	80	37	22	21
el Camp de l'Arpa del Clot	34	10	27	26	67	41	21	10
el Poblenou	35	8	31	21	67	31	22	13
el Carmel	17	17	56	30	54	22	18	3
Horta	24	14	39	24	62	30	18	5
el Barri Gòtic	74	1	10	4	44	35	19	25
el Fort Pienc	27	6	14	12	81	29	19	6
el Poble Sec	26	3	16	15	77	27	17	9
el Guinardó	20	7	16	19	65	28	24	8
el Clot	20	16	25	22	48	27	17	7

Hostafrancs	17	10	38	25	50	27	10	4
la Verneda i la Pau	15	11	34	20	48	28	18	5
Sarrià	21	12	26	18	39	30	12	11
la Sagrera	17	12	33	23	38	18	19	4
el Besòs i el Maresme	16	15	35	22	42	14	13	1
Sant Martí de Provençals	19	10	30	14	37	17	16	6
Sant Gervasi - la Bonanova	18	7	20	18	36	24	19	5
la Marina de Port	16	8	22	15	41	19	17	5
el Turó de la Peira	13	17	35	25	31	16	6	0
la Prosperitat	20	4	18	19	44	19	13	3
el Putxet i el Farró	18	4	8	18	44	21	17	7
la Barceloneta	22	9	22	13	40	12	8	5
les Roquetes	8	13	33	21	34	9	8	3
Vilapicina i la Torre Llobeta	21	2	11	14	33	23	17	6
Porta	17	4	12	16	28	14	15	9
el Baix Guinardó	22	2	8	13	36	11	14	6
Sants - Badal	12	2	8	14	33	17	14	2
la Maternitat i Sant Ramon	10	1	5	8	36	15	20	4
Navas	19	2	5	11	30	12	10	4
la Salut	9	7	18	11	29	4	10	2
la Guineueta	5	5	15	7	29	5	10	5
la Bordeta	11	0	7	11	23	9	13	3
la Teixonera	7	6	18	7	29	4	5	0
Verdun	13	1	3	9	24	15	8	3
el Congrés i els Indians	7	2	4	11	21	15	11	4
les Tres Torres	5	6	12	11	15	5	12	5
Provençals del Poblenou	9	4	3	4	17	8	13	3

Ciutat Meridiana	5	4	13	5	21	4	4	0
el Bon Pastor	9	3	11	6	15	5	6	0
Vallcarca i els Penitents	8	0	4	3	18	6	13	2
el Parc i la Llacuna del Poblenou	3	0	3	2	21	9	9	3
Canyelles	3	4	13	5	13	4	4	1
la Trinitat Vella	3	1	7	6	15	4	6	0
Can Baró	5	2	3	1	13	5	7	2
Diagonal Mar i el Front Marítim del Poblenou	2	1	1	5	11	5	8	3
la Trinitat Nova	3	4	9	3	9	2	4	1
la Font de la Guatlla	5	1	4	0	12	6	5	0
Pedralbes	8	0	1	2	6	2	8	3
la Vila Olímpica del Poblenou	3	0	1	2	9	3	6	4
el Coll	4	1	2	1	11	1	4	3
Montbau	5	1	3	1	5	2	5	2
Sant Genís dels Agudells	1	1	1	1	5	2	5	0
la Vall d'Hebron	4	1	0	1	4	2	2	0
Vallvidrera, el Tibidabo i les Planes	3	0	1	0	2	3	2	1
Baró de Viver	2	0	1	1	4	1	2	1
la Font d'en Fargues	1	0	0	0	3	1	5	0
la Marina del Prat Vermell	0	2	1	0	1	0	1	0
Can Peguera	1	0	0	0	0	0	2	0
Vallbona	2	0	0	0	1	0	0	0
Torre Baró	0	0	0	0	2	0	0	0
la Clota	0	0	0	0	0	1	0	0

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Inventari de locals de Barcelona, 2016. Ajuntament de Barcelona.

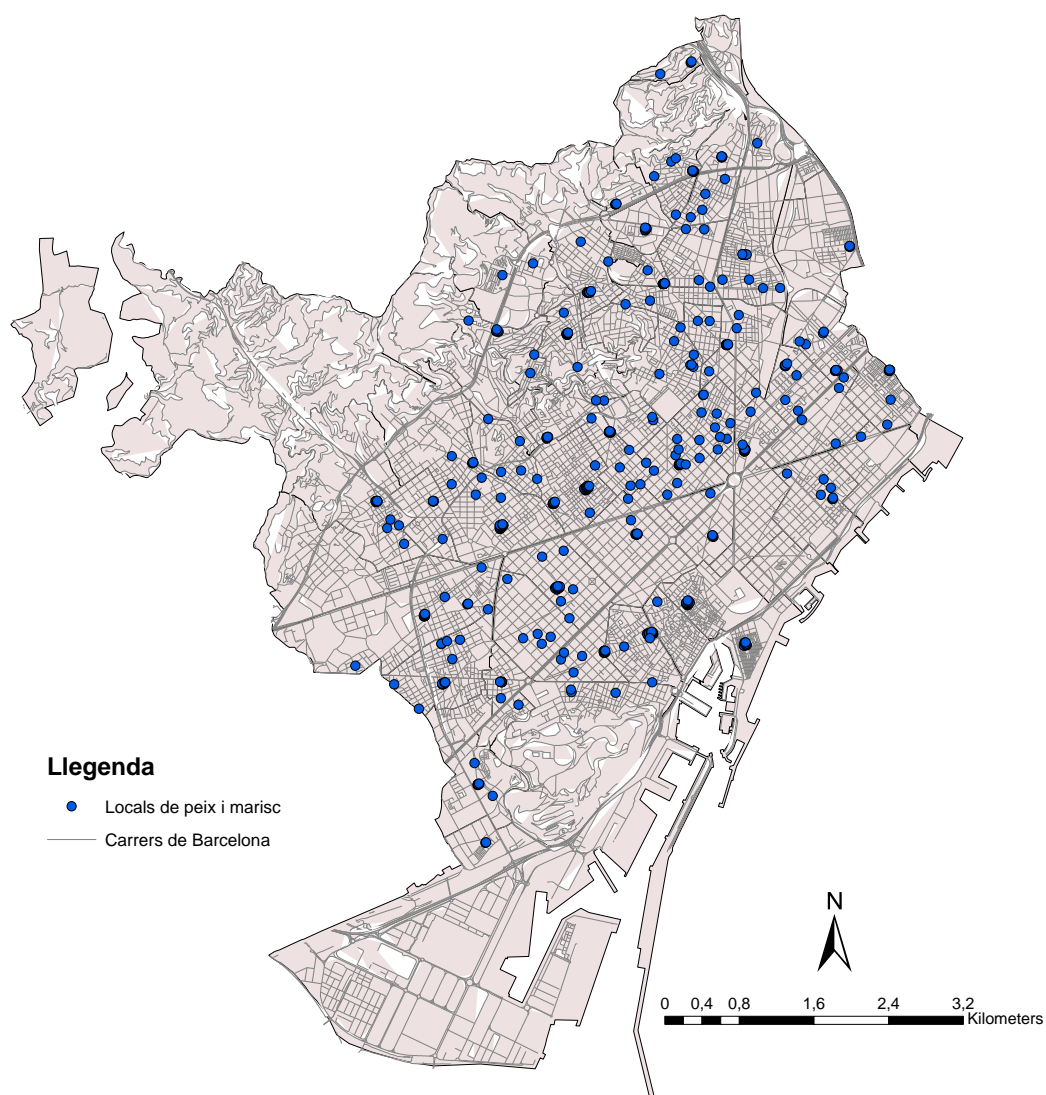
Mapa 5. Locals de pa, pastisseria i làctics



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Inventari de locals de Barcelona, 2016. Ajuntament de Barcelona

Els locals de pa, pastisseria i làctics ascendeixen a 1.511 locals, amb una especial concentració al centre de Barcelona, especialment a la Dreta de l'Eixample, barri on aquests locals són més nombrosos.

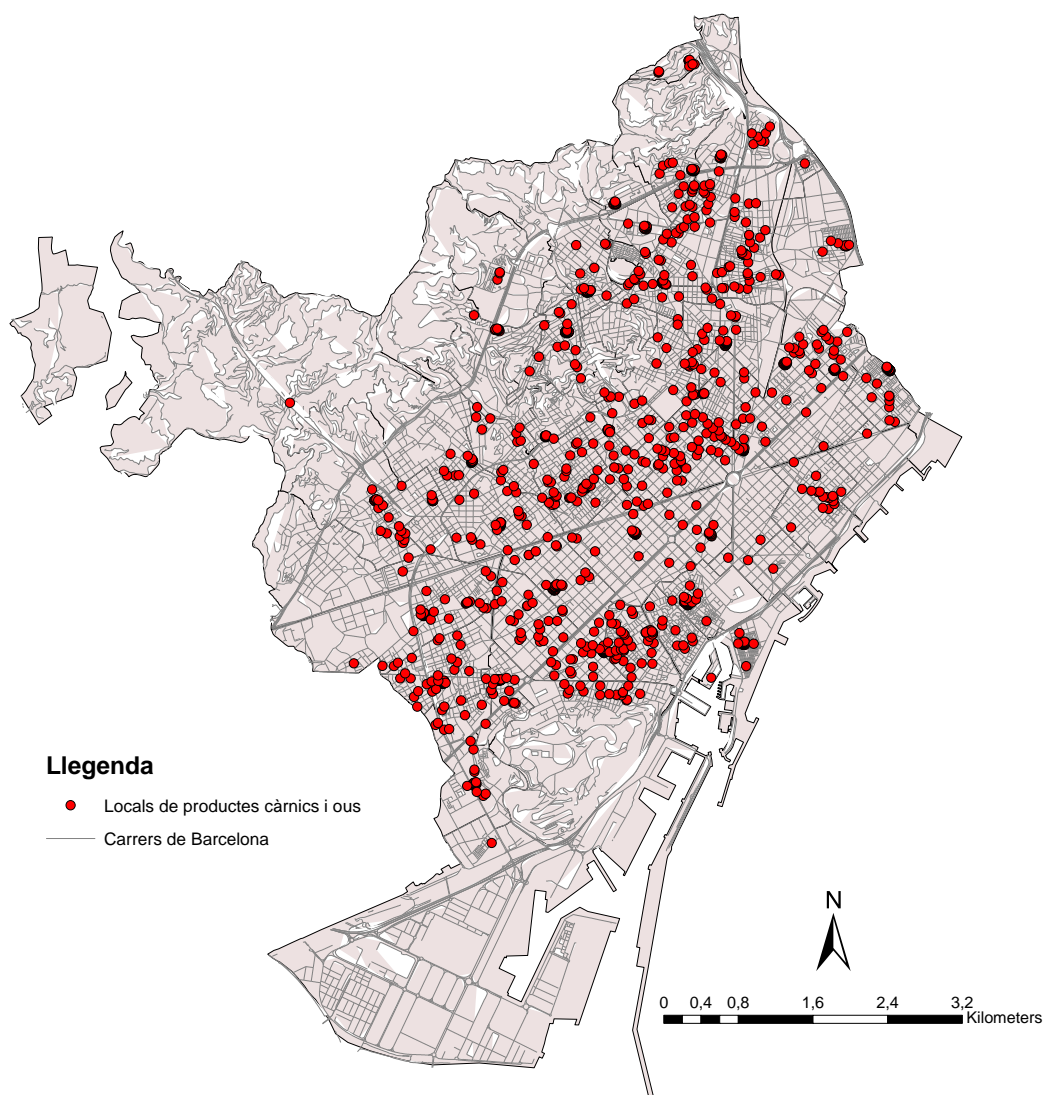
Mapa 6. Locals de peix i marisc



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Inventari de locals de Barcelona, 2016. Ajuntament de Barcelona

Els locals de peix i marisc són els menys nombrosos de les diferents tipologies de comerç estudiades, amb 577 locals, que es reparteixen de manera més o menys uniforme a la ciutat, i acostuma a ubicar-se en mercats.

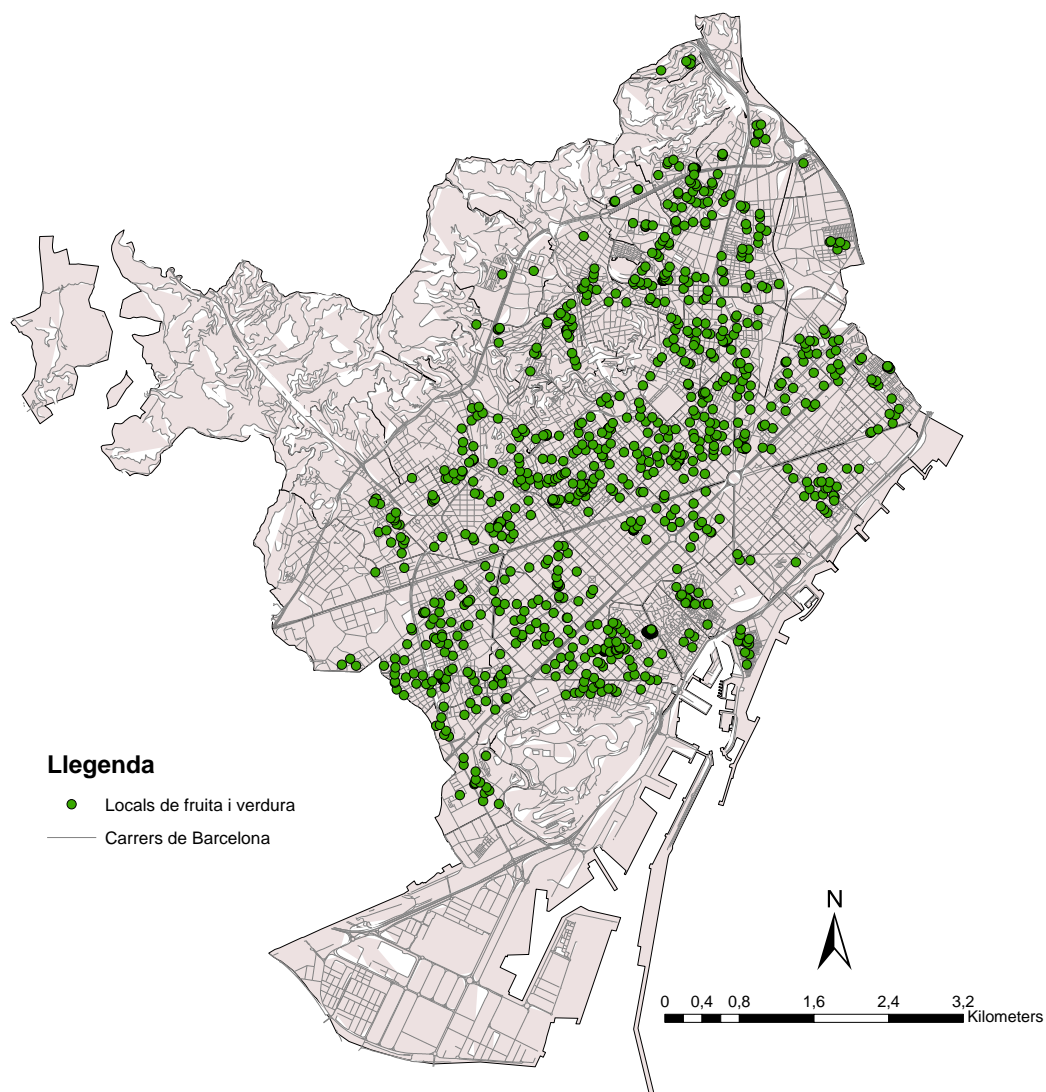
Mapa 7. Locals de productes càrnics i ous



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Inventari de locals de Barcelona, 2016. Ajuntament de Barcelona

Els productes càrnics i ous ascendeixen a 1.436 locals, arribant a gran part del territori barceloní, de manera més o menys uniforme, sent el barri del Raval on té més nombre de locals. Aquest tipus de comerç té molta presència als mercats de la ciutat.

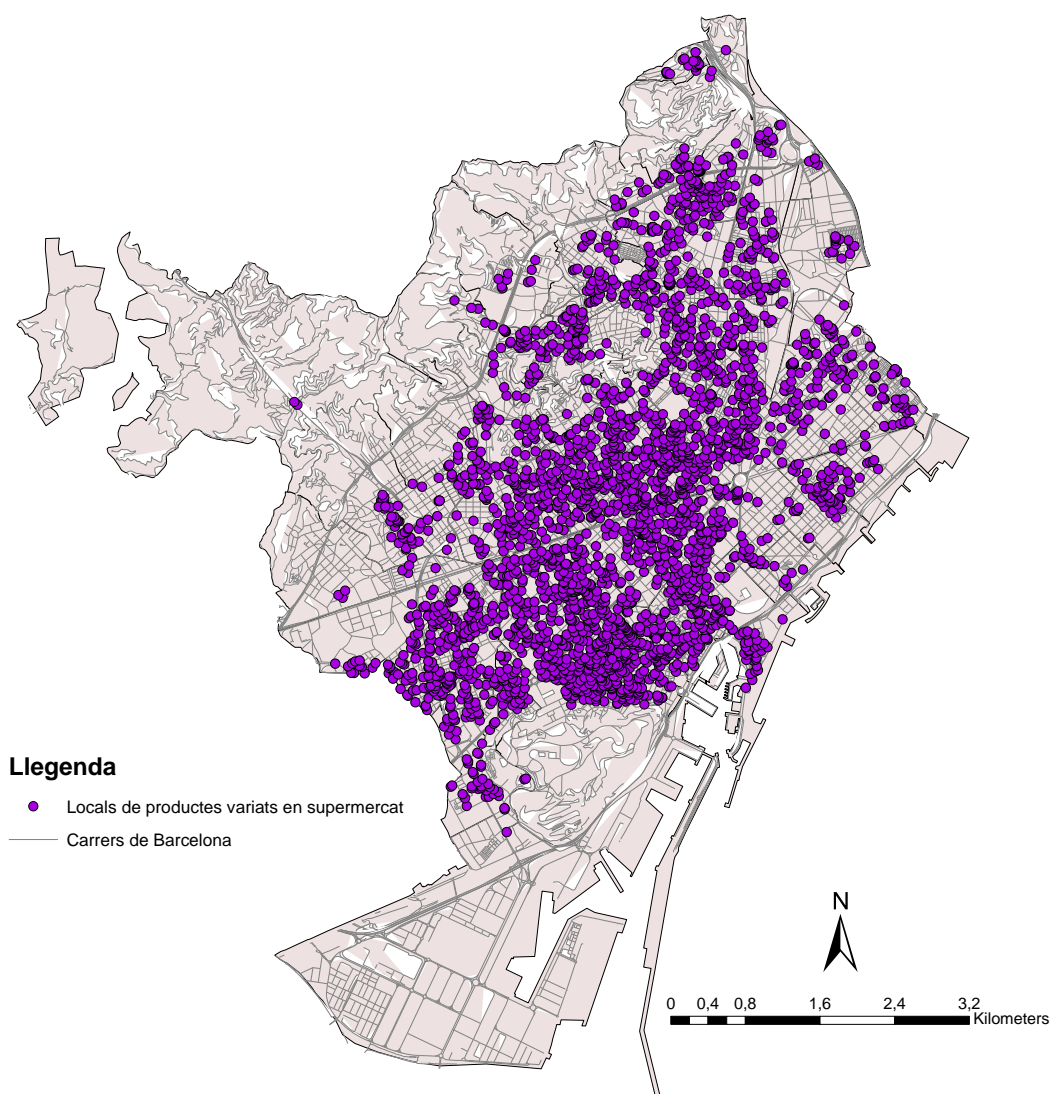
Mapa 8. Locals de fruita i verdura



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Inventari de locals de Barcelona, 2016. Ajuntament de Barcelona

La categoria de fruites i verdures té un total de 1.142 locals que estan presents a l'eix més central de la ciutat de Barcelona, amb una especial concentració a determinats barris de Ciutat Vella.

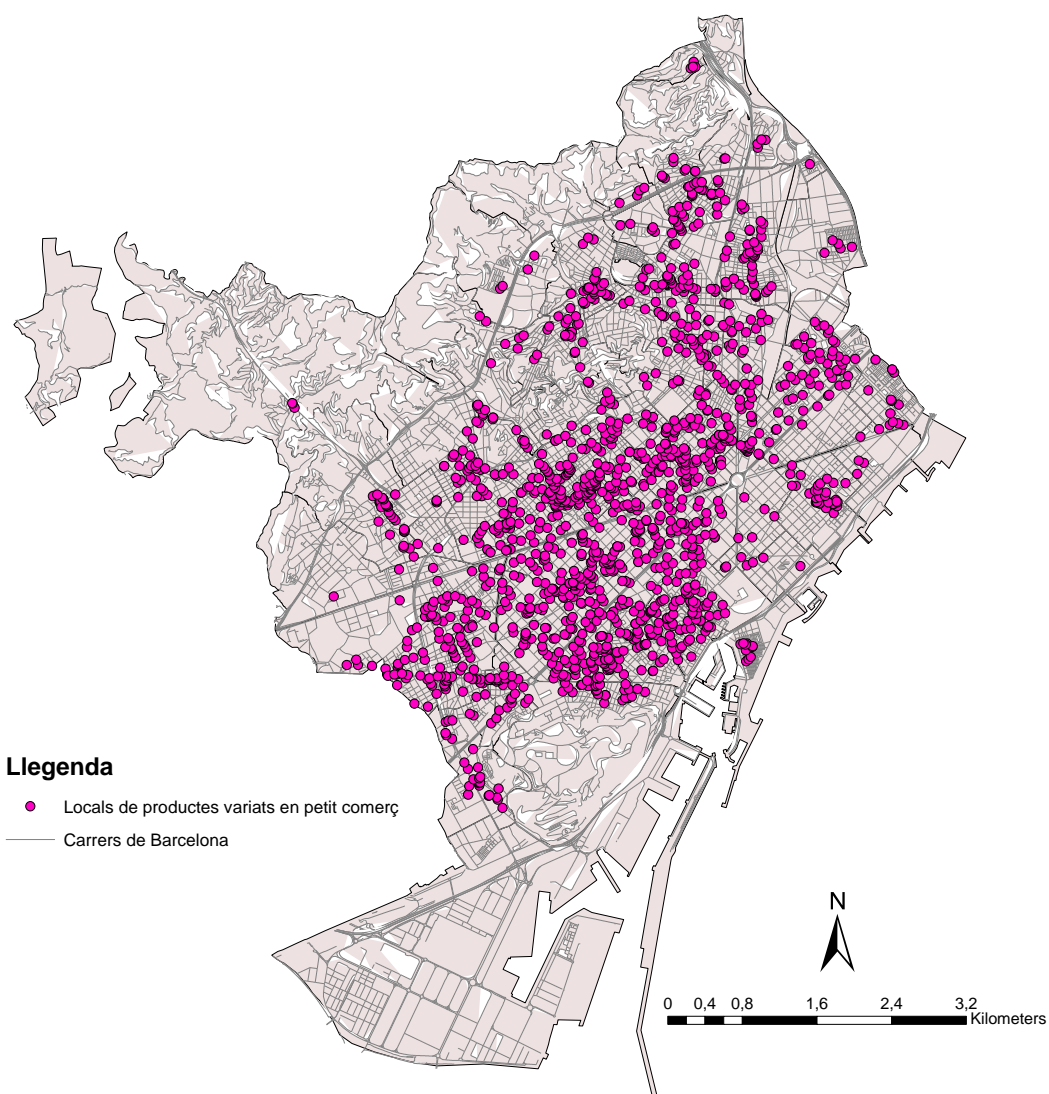
Mapa 9. Locals de productes variats en supermercat



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Inventari de locals de Barcelona, 2016. Ajuntament de Barcelona

Amb 3.244 locals, la categoria de productes variats en supermercat és la més nombrosa amb diferència. Aquests locals es poden trobar a la pràctica totalitat de la ciutat, i presenta una concentració superior a l'eix central de la ciutat.

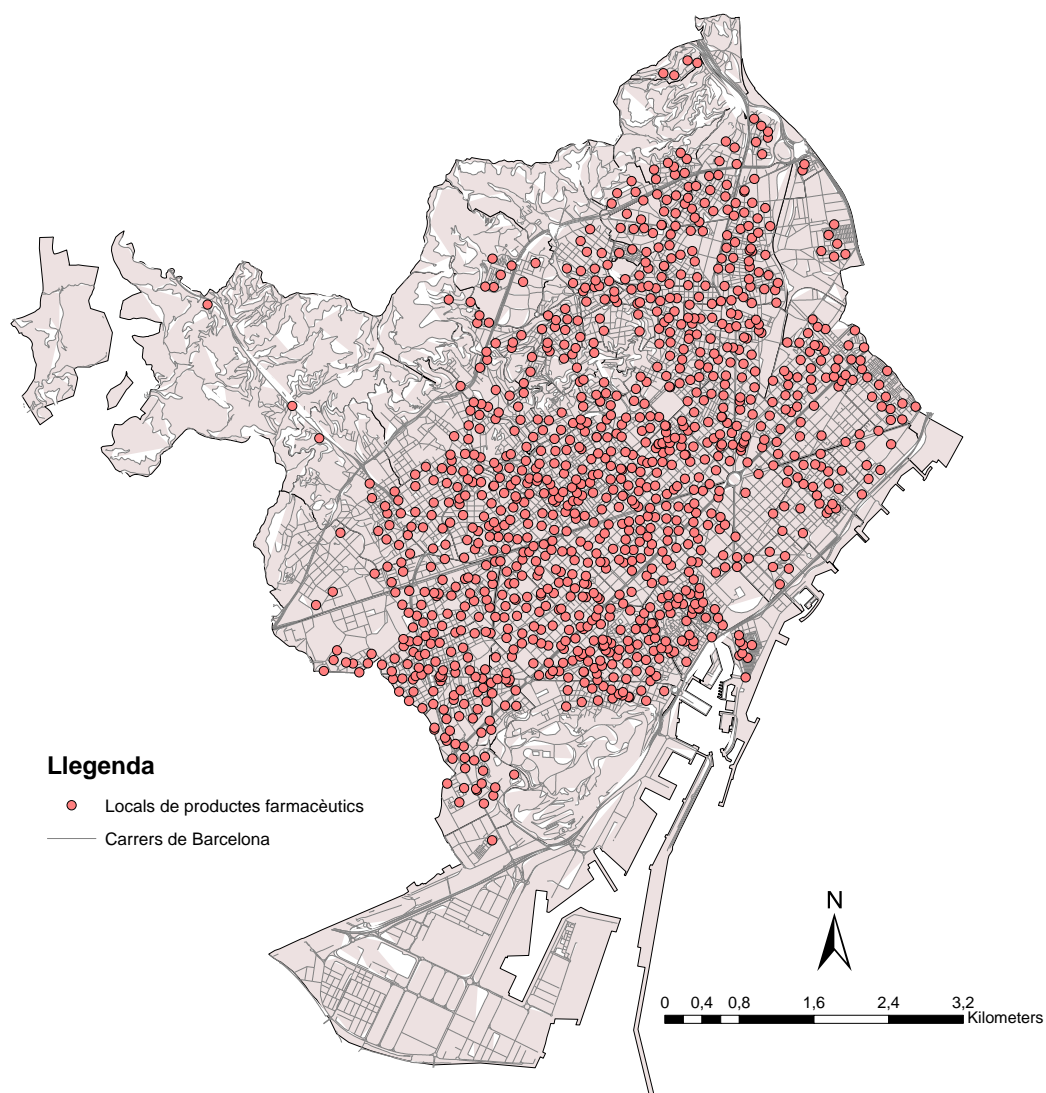
Mapa 10. Locals de productes variats en petit comerç



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Inventari de locals de Barcelona, 2016. Ajuntament de Barcelona

Els productes variats en petit comerç es troben en 1.528 locals a la majoria de zones de la ciutat barcelonina, amb una concentració superior al centre i a la Vila de Gràcia, barri en que aquest tipus de local és més nombrós.

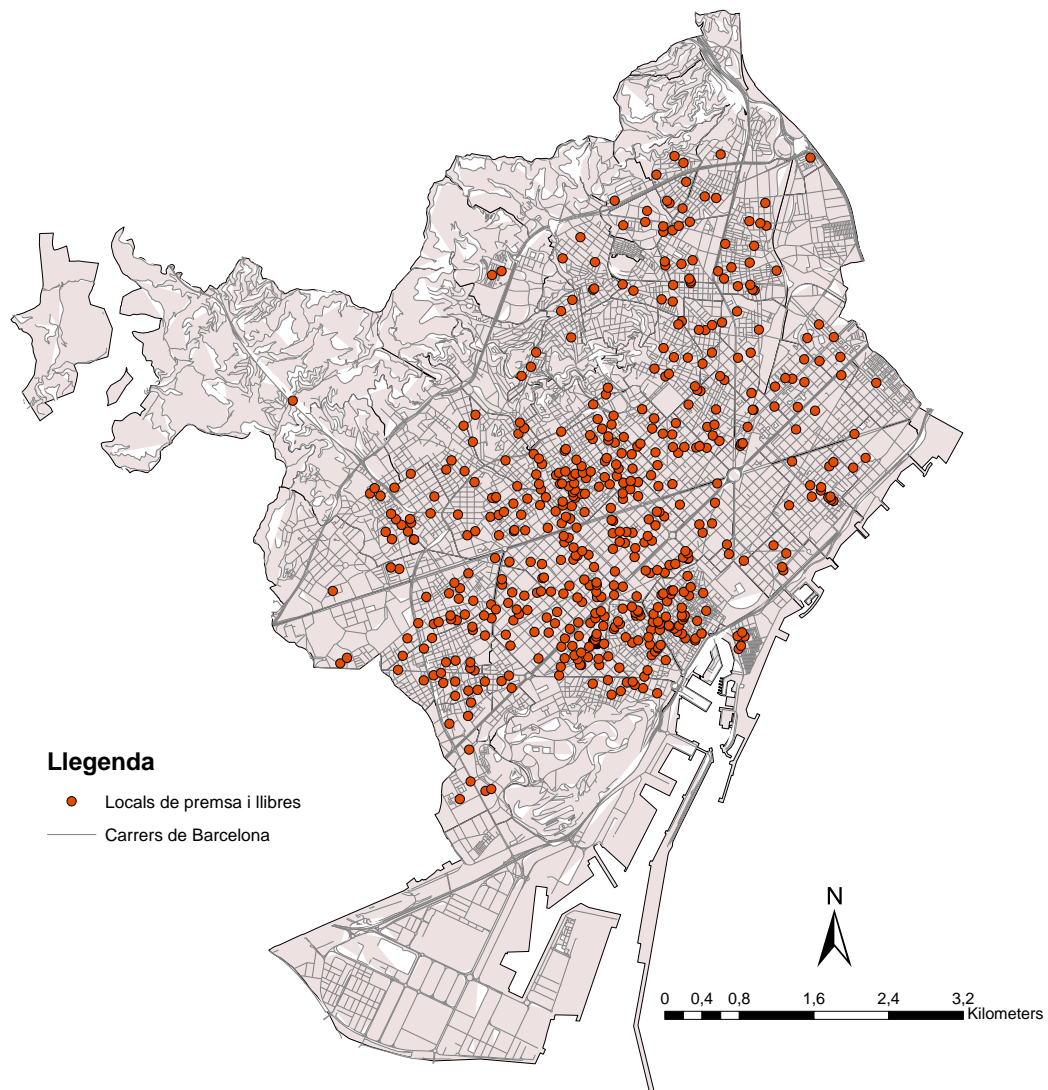
Mapa 11. Locals de productes farmacèutics



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Inventari de locals de Barcelona, 2016. Ajuntament de Barcelona

Les farmàcies són uns dels grups amb més presència a la ciutat, amb 1.088 locals. Estan molt uniformement repartides al territori, arribant a pràcticament la totalitat de la trama urbana residencial.

Mapa 12. Locals de premsa i llibres



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Inventari de locals de Barcelona, 2016. Ajuntament de Barcelona.

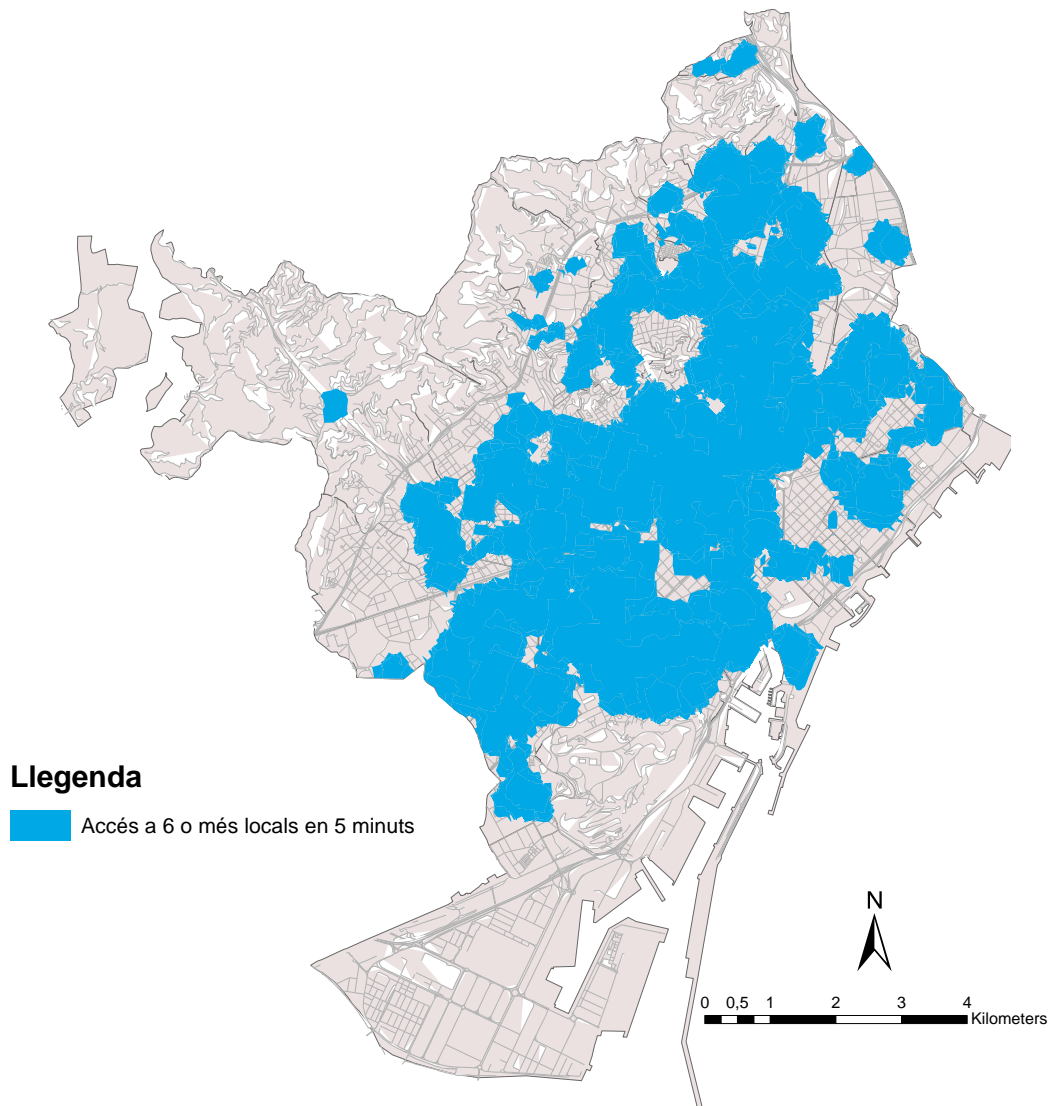
Amb 599 locals, aquest és el segon grup menys nombrós d'entre els sectors comercials escollits. Presenta una concentració clara al centre de Barcelona, tot i que té presència a gran part del territori.

4.4 Proximitat als locals

Uns dels objectius d'aquest treball és saber si es compleixen els paràmetres per a la proximitat a activitats comercials d'ús quotidià que estableix el Sistema d'indicadors i condicionants per a ciutats grans i mitjanes del Ministeri de Foment. Aquest busca calcular el percentatge de població amb cobertura simultània a més de 6 tipologies de locals de productes quotidians. El valor mínim s'estableix en un 75% de cobertura de la població a 6 o més categories diferents de locals en un temps màxim de 5 minuts caminant, que equival a una distància aproximada a 300 metres.

Creant un anàlisi de xarxes, es pot visualitzar les zones en que la població té accés, en cinc minuts a peu, a 6 o més categories de consum quotidià.

Mapa 13. Zones amb cobertura de 6 o més locals en 5 minuts caminant, 2016

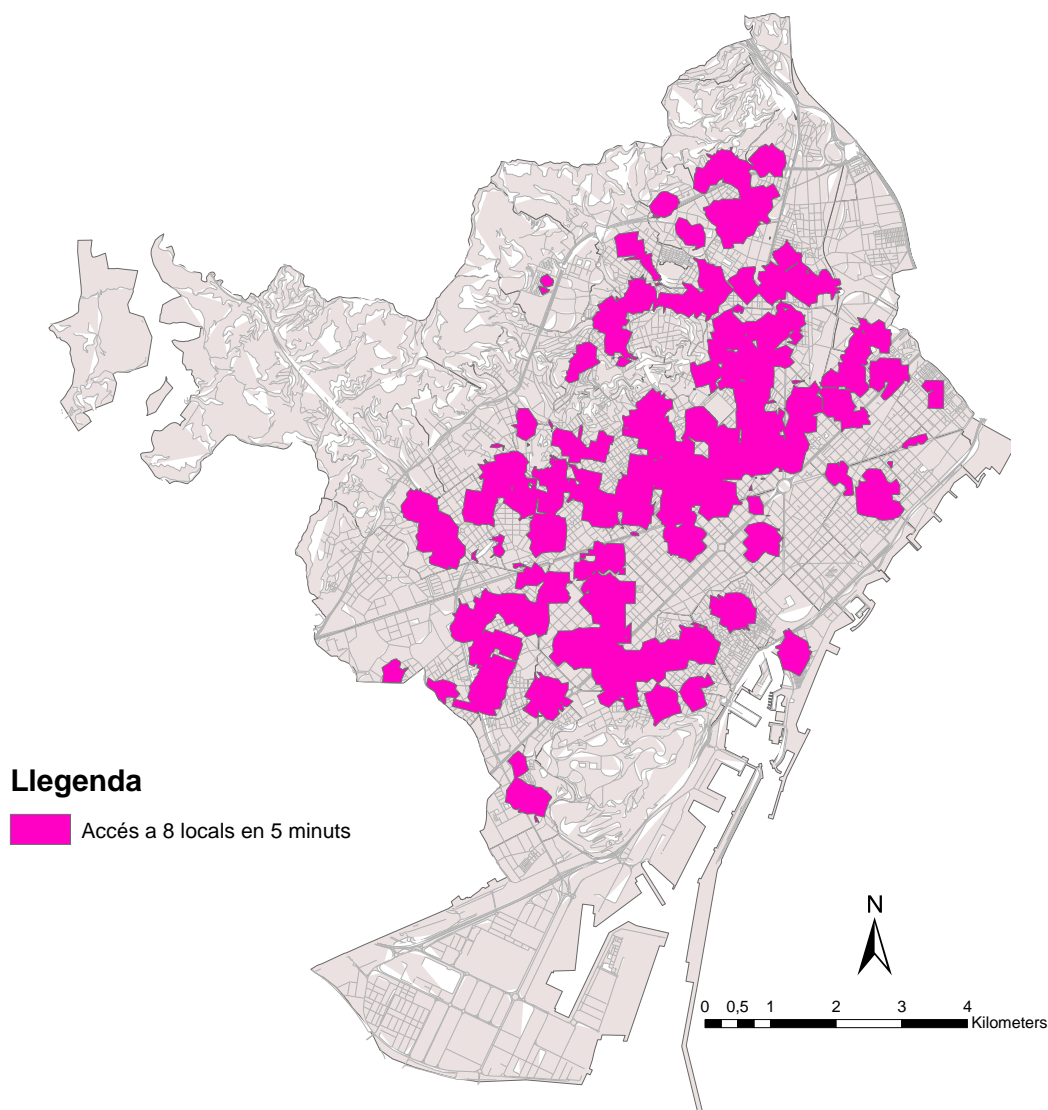


Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Inventari de locals de Barcelona, 2016. Ajuntament de Barcelona.

El mapa ens mostra com la majoria de la trama urbana de Barcelona està coberta per aquesta zona d'accés a 5 minuts a 6 o més locals de diferents categories. Si superposem aquestes dades amb les dades més petites que tenim de recollida de dades de població, les seccions censals, podem tenir una estimació aproximada del percentatge de població que queda coberta, 1.598.388 persones, que tenint Barcelona un total de 1.610.427 persones el 2016, representa 99% de la població. Aquest valor és pràcticament ideal.

Aquest percentatge, canvia però si tenim en compte les zones en que s'arriba simultàniament a la totalitat de categories de locals de consum quotidià. La quantitat de persones que arriben a aquesta àrea de cobertura és d'aproximadament 1.373.219 persones, és a dir, un 85% de la població de Barcelona.

Mapa 14. Zones de cobertura a 8 categories de locals en 5 minuts, 2016

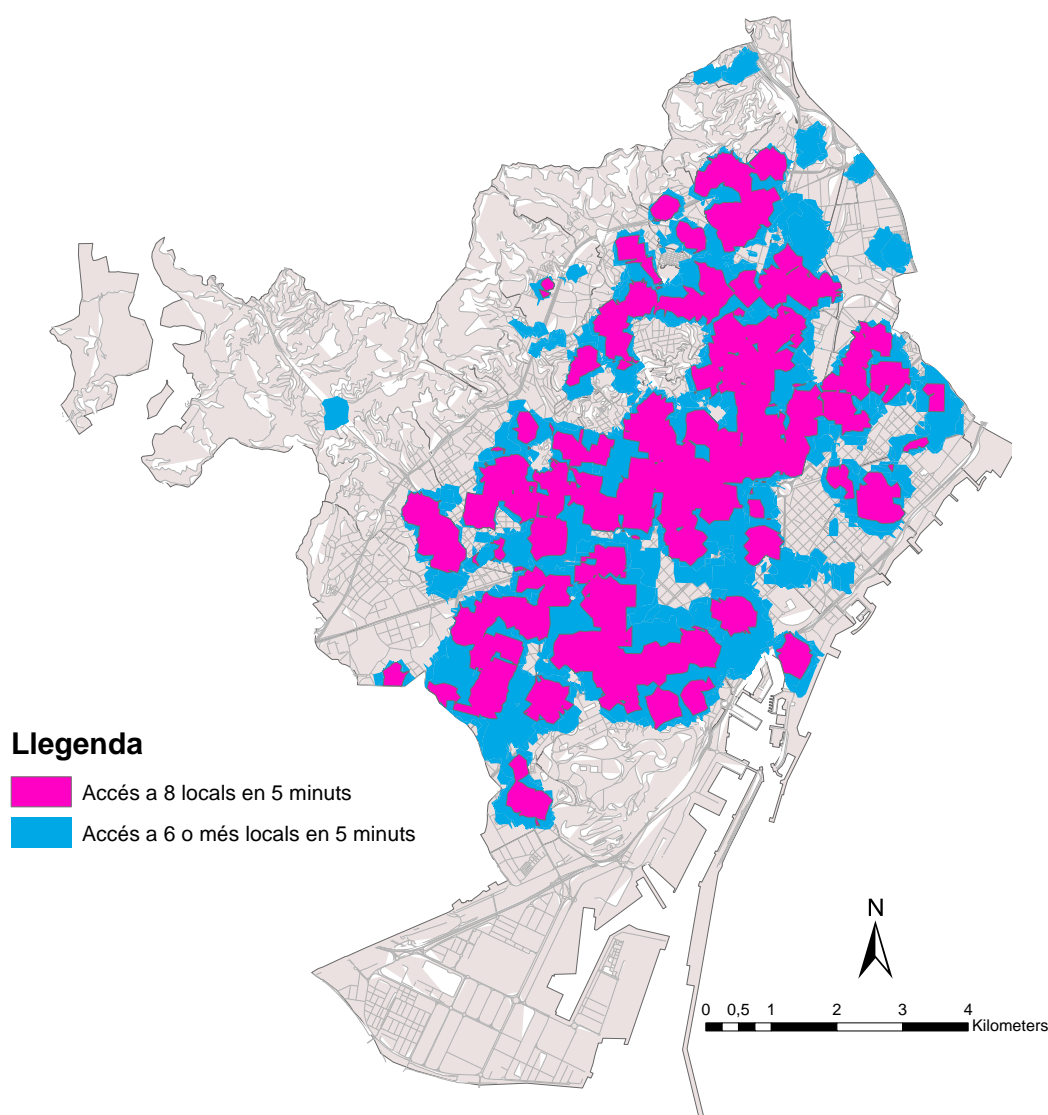


Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Inventari de locals de Barcelona, 2016. Ajuntament de Barcelona.

Gran part d'aquesta diferència es deu als locals de premsa, diaris i revistes, que no estan presents en barris com Torre Baró, Ciutat Meridiana o Trinitat Vella. Les zones més properes a Collserola, així com Pedralbes, també presenten un accés inferior respecte als 6 locals o més de manera simultània.

De fet, si comparem en un mateix mapa les dues àrees de cobertura es mostra de manera evident la diferència entre les dues. S'ha de tenir en compte però, que les seccions censals són les classificacions més petites de població de que es disposa, i per tant, quan una d'aquestes àrees de cobertura toca una secció censal, tot i que només sigui una petita part, aquesta compta la seva totalitat de població.

Mapa 15. Zones amb cobertura a 6 i més i 8 categories de locals en 5 minuts, 2016



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Inventari de locals de Barcelona, 2016. Ajuntament de Barcelona

Fent una eliminació d'aquelles seccions censals on gairebé aquesta zona no hi entra, el resultat no canvia de manera significativa, ja que a les seccions censals on hi ha més cobertura són aquelles en que hi ha una densitat de població més elevada, fent que el resultat sigui molt aproximat a la cobertura real de la població. Si bé la concentració de les àrees de cobertura és al centre, sense quedar representades les zones que toquen a Collserola i altres zones de la costa, i menys cèntriques, en ser aquestes de menor densitat, i per tant, menor població, la seva repercussió en el total dels habitants és menor. Per tant, podem dir, que les dues condicions del 75% de la població amb cobertura a 6 o més i 8 tipologies de locals de consum quotidià es compleixen, confirmant que Barcelona gaudeix de bona salut comercial de proximitat, donant accés a la majoria de la seva població.

5. Conclusions

Després d'analitzar les dades de l'inventari de locals de planta baixa de 2016 de la ciutat de Barcelona, podem extreure'n diverses conclusions. Barcelona, de manera generalitzada, compta amb una xarxa de locals de comerç quotidià molt robusta, que arriba a la pràctica totalitat del territori, exceptuant aquelles zones on la densitat de població és més baixa com a les zones pròximes a Collserola, Pedralbes, o alguna part de la zona més costanera. Aquesta presència però no és la mateixa en totes les categories de comerç, la categoria de peix i marisc és la que menys locals té, amb 577, seguida de la de premsa i llibres amb 599 locals. Per contra, la categoria que presenta més locals és la de productes variats en supermercat, amb 3.244 locals, seguida dels locals de productes variats de petit comerç amb 1.528 locals.

En general, tot i que la totalitat de les categories arriben a la majoria del territori, amb algunes excepcions com la categoria de premsa i llibres, que no és present al nord-est de la ciutat, amb barris com Torre Baró, Ciutat Meridiana o Trinitat Vella, hi ha una tendència a la concentració de locals al centre de la ciutat, especialment al Raval, el barri amb més quantitat de locals, seguit de la Vila de Gràcia i la Dreta de l'Eixample, amb 657, 636 i 576 locals respectivament. La categoria de productes farmacèutics destaca com la que més extensió i distribució homogènia té pel territori barceloní.

Pel que fa a la relació amb la població, el Raval i la Dreta de l'Eixample són els barris que tenen més locals per persona, o dit d'altra manera, els que tenen més possibilitat d'escollir, en haver-hi menys persones per cada local, implicant una major competència i major nombre de locals. A les zones més allunyades i de més baixes densitats de població, així com zones menys centrals com Torre Baró, la Font d'en Fargues o Can Peguera, la proporció de locals per persona és més baixa, així com hi ha més persones per local.

Fent l'àrea de cobertura hem pogut confirmar que efectivament, el 99% de la població té accés en 5 minuts caminant, a 6 locals o més de manera simultània. I el 85% de la població en el cas d'accés simultani a 8 categories de locals en 5 minuts. S'ha de tenir en compte que aquests valors estan lleugerament sobreestimats, ja que la unitat de recollida d'informació de població més petita, és la de les seccions censals, però les dades s'aproximen molt a la realitat. Per tant, podem dir que Barcelona no només compleix amb els estàndards dels indicadors i condicionants per a ciutats grans i mitjanes sinó que s'acosta als valors ideals.

S'hauria de treballar per a poder fer arribar al conjunt de la població la totalitat d'aquests 8 locals de diferents categories de consum quotidià, sempre tenint en compte que la urbanització de baixa densitat fa que això no sigui possible en part del territori.

Per acabar, es pot dir que Barcelona presenta un comerç de proximitat potent i amb una distribució que tot i que es concentra al centre, arriba a gran part de la ciutat i té un bon accés a peu per part de la població a la majoria de tipus de locals de comerç quotidià, fent que Barcelona sigui una molt bona ciutat en termes d'accessibilitat al comerç de proximitat.

6. Notes

ⁱ Guardia, M.; Oyon, J.(2007) *Los mercados públicos en la ciudad contemporánea : el caso de Barcelona*. .Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales, vol. XII, núm. 744, p. 1-11.

ⁱⁱ English, Jonathan, (2019) *The commuting Principle That Shaped Urban History*, Citylab, Recuperat de <https://www.citylab.com/transportation/2019/08/commute-time-city-size-transportation-urban-planning-history/597055/>

ⁱⁱⁱ Fresnillo, Iolanda.(2018) *La transformació del comerç de proximitat als barris*. Papers: Regió Metropolitana De Barcelona: Territori, estratègies, Planejament, Núm. 60, pp. 140-5

^{iv} Hila, A. (2012) *Jóvenes y efecto barrio. Un estudio comparativo de Barcelona y Milán*. Revista Asociación de Sociología de la Educación, RASE. 5. P135-152

^v Agència Catalana del Consum (2010) *Anàlisi de la producció de residus associada a la cistella estàndards de la compra*. Fundació per a la prevenció de residus i el consum responsable. Recuperat a: http://aplicacio.consum.gencat.cat/ecofin_webacc/AppJava/uploads/Dades_estudi_cistella_residus.pdf

7. Bibliografia

Agència Catalana del Consum (2010) *Anàlisi de la producció de residus associada a la cistella estàndards de la compra*. Fundació per a la prevenció de residus i el consum responsable. Recuperat a:

http://aplicacio.consum.gencat.cat/ecofin_webacc/AppJava/uploads/Dades_estudi_cistella_residus.pdf

Ajuntament de Barcelona. *Mesura de govern: Estratègia de reforç i projecció del comerç a Barcelona 2017-2019*. Recuperat a

<https://ajuntament.barcelona.cat/comerc/ca/comerc/estrategia-de-reforc-i-projeccio-del-comerc-barcelona-2017-2019>

Elizagarate, V. (2007) *Comercio y ciudad. La misión del marketing de ciudades en el desarrollo de la competitividad del comercio urbano*. Mediterráneo económico, núm. 11.

English, Jonathan, (2019) *The commuting Principle That Shaped Urban History*, Citylab,

Recuperat de <https://www.citylab.com/transportation/2019/08/commute-time-city-size-transportation-urban-planning-history/597055/>

ENT, (2009) *Informe del sector del comerç i el consum*. Estratègia per al Desenvolupament Sostenible de Catalunya. Recuperat a

http://www.gencat.cat/mediamb/publicacions/Estudis/EDIS_sector_comerc_i_consum.pdf

Fresnillo, Iolanda.(2018) *La transformació del comerç de proximitat als barris*. Papers: Regió Metropolitana De Barcelona: Territori, estratègies, Planejament, Núm. 60, pp. 140-5

Gómez, R. (2000) *El papel del comercio en la revitalización de los centros urbanos en Europa: las declaraciones de Málaga y Lille*. GAPP, núm.19.

Grando, L., Espelt, P., Herce, M. (2011) *Estudio de las pautas de movilidad hacia los centros Comerciales de la Región Metropolitana de Barcelona*. Revista de Obras Públicas, núm 3.517.

Guardia, M.; Oyon, J.(2007) *Los mercados públicos en la ciudad contemporánea : el caso de Barcelona*. .Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales, vol. XII, núm. 744, p. 1-11.

Hila, A. (2012)*Jóvenes y efecto barrio. Un estudio comparativo de Barcelona y Milán*. Revista Asociación de Sociología de la Educación, RASE. 5. P135-152

Marquet, O, Miralles C.(2013) *La proximidad en Barcelona. Un análisis desde los tiempos de desplazamiento cotidianos*. Revista del Instituto de Urbanística de la Universidad de Valladolid, núm. 17, p.99-120.

Ministeri de Foment. *Sistema d'indicadors i condicionants per a ciutats grans i mitjanes*. Recuperat a <https://www.fomento.gob.es/areas-de-actividad/arquitectura-vivienda-y-suelo/urbanismo-y-politica-de-suelo/urbanismo-y-sostenibilidad-urbana/sistema-municipal-de-indicadores-de-sostenibilidad-urbana-y-local>

Requena, J. (2003) *“La peor casa en el peor barrio”.Barrios de inmigración y marginalidad en la perifèria de Barcelona. El caso de Badalona*. Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, 7, núm 146.

Ruiz, M. Marmolejo, C. (2008) *Hacia una metodología para la detección de subcentres Comerciales: un análisis para Barcelona y su área metropolitana*. Arquitectura, ciudad y entorno, núm 8, p.199-218.

Somoza, X. López, A. *Crisis, comercio y ciudad. Cambios en la actividad comercial y el consumo en España*. Revista de Estudios andaluses, vol. 34 (1), p.293-320.