

7

L'evolució dels centres comercials de barri

Les àrees de comerç concentrat de barri que s'analitzen en aquest apartat, corresponen a les que s'han anat organitzant al voltant dels mercats de la Unió (Poble nou), de la Llibertat (Sant Gervasi), de l'Abaceria Central (Gràcia), d'Hostafrancs i Sants (carrers de la Creu Coberta i de Sants) i de Sant Antoni (Sant Antoni). Aquestes cinc àrees, doncs, definides ja en l'estudi citat del 1990, han estat confirmades novament com àrees de concentració comercial, com s'ha vist en l'estudi de la concentració comercial a Barcelona a partir de les dades de l'impost d'activitats econòmiques.

Aquestes àrees de comerç concentrat de barri s'han desenvolupat en uns sectors relativament perifèrics respecte a l'eix dels cinc quilòmetres de la ciutat, i la seva delimitació ve donada, com s'ha vist, per la quantitat d'establiments que paguen impost de l'IAE que hi ha per secció censal (80 o més, l'any 1986 i 102 o més, el 1994). Aquí es tracta, precisament, d'observar l'evolució d'aquestes

àrees entre el 1988-89 (data de la realització del treball de camp pel estudi de la Cambra de Comerç) i el primer trimestre del 1997, per tal de poder conèixer els canvis que hi hagut establiment per establiment, i tractar de veure quines són o poden ser les tendències en el futur. Per fer això, s'ha partit de les dades de les enquestes de 1988-89, i s'ha realitzat un nou treball de camp per tal de poder fer una anàlisi comparativa detallada i rigorosa. En primer lloc, s'analitza l'evolució en conjunt de les cinc àrees, passant-se tot seguit a una anàlisi més detallada, barri a barri.

7.1. UNA ANÀLISI DE CONJUNT

Amb les informacions obtingudes del treball de camp s'ha elaborat una primera taula estadística (taula 10) de conjunt on es pot veure l'evolució global, entre 1989 i 1997, del nombre d'establiments comercials per a cadascuna de les àrees estudiades:

Una primera observació d'aquestes dades mostra l'augment del nombre absolut dels establiments, i per tant, un cert manteniment de la dinàmica expansiva d'aquestes àrees, als sectors de la Llibertat, de Sants i Hostafrancs i de Sant Antoni; mentre que es produeix una davallada en el nombre d'establiments comercials en els sectors de Gràcia i del Poble nou. Cal assenyalar que les àrees que creixen són justament les més grans, i, per tant, les més importants, que, en conjunt representen el 84% de tots els establiments estudiats el 1997. Les que disminueixen, en canvi són les àrees més petites.

TAULA 10. TOTAL D'ESTABLIMENTS COMERCIALS PER ÀREA

	1989	1997			
	ESTABLIMENTS	ESTABLIMENTS	TANCATS	OBERTS	CANVIS
POBLENOU	149	118	62	31	19
LLIBERTAT	214	242	30	58	50
GRÀCIA	220	192	52	24	42
HOSTAFRANCS-SANTS	615	707	94	186	171
SANT ANTONI	667	705	93	131	103
TOTAL	1.865	1.964	331	430	385

Com indica el que s'ha observat en el cas concret dels voltants del mercat de la Llibertat, que es detalla més endavant, les operacions d'urbanisme comercial que s'han fet han tingut una influència notable en la dinàmica diferent d'aquests centres comercials de barri. En efecte, així com les obres d'infraestructura que s'han fet (carrers per a vianants, aparcaments, enjardinament i moblament urbà) han reforçat tots els mercats, en general, el pes dels grans carrers comercials ha contribuït a reforçar o a desviar l'activitat comercial en cada cas. Si, com veurem, la plaça de Gal·la Placídia és el sector que més ha crescut dels voltants del mercat de la Llibertat, les remodelacions del carrer Gran de Gràcia contribueixen sens dubte a fer minvar el pes del mercat del barri, mentre que les remodelacions del litoral del Poblenou han tingut un efecte similar sobre els voltants del mercat de la Unió.

Així, una primera anàlisi genèrica sembla indicar que la dinàmica del comerç porta cap a la concentració, i que el factor d'atracció d'aquesta concentració es força important, fet pel qual les àrees més consolidades o més properes al centre de la ciutat, on es registren els nivells més alts de concentració comercial, mantenen una evolució positiva i una dinàmica creixent, front a una certa davallada de les àrees que no gaudeixen dels avantatges d'aquesta concentració i que es troben, tal vegada, més aïllades o més tancades sobre elles mateixes. Aquesta dinàmica general de creixement

del nombre d'establiments comercials contrasta vivament amb la de reducció constant de parades dins dels mercats municipals en que s'ha convertit la política prioritària, encara que no única, de l'Institut Municipal de Mercats, com s'ha vist abans. Reducció o canvi que, per altre part, es pot també fer extensiu a les parades externes, aquelles que no són de fresc, i que es situen al llarg de les parets exteriors dels mercats; en aquestes botigues la dinàmica de traspassos i la tendència a la disminució és elevada en molts casos, de fet es pot diferenciar el comportament del mercat de Sant Antoni, en el que la densitat de parades exteriors augmenta, de la resta, on es detecta un manteniment en els mercats de Sants, Hostafrancs i la Llibertat, i una certa minva en els mercats de la Unió i l'Abaceria Central. En quant als tipus d'establiments que s'instal·len a les parades, es dona un clar predomini de les relacionades amb la confecció i el sector tèxtil, fins al punt de que moltes parades d'aquest subsector s'han ampliat; seguides de l'equipament de la llar, el calçat i, després, altres dedicades a activitats diverses (joguines, marroquineria, flors i plantes, bijuteria o perfumeria).

Una altra qüestió a destacar és la importància que assoleix el factor canvi en la dinàmica comercial, tant en el sentit de noves obertures i tancaments, com en el de canvis en locals ja existents. Així, a cadascuna de les àrees, en un gran nombre d'establiments es produeixen canvis,

que van des del que aparentment pot ser un simple canvi de nom, fins a un canvi d'empresa i a un canvi del tipus d'establiment. En total s'han comprovat 385 establiments que han canviat, cosa que suposa quasi la cinquena part de tots els censats el 1997.

Abans d'aprofundir en una anàlisi sectorial, i en la quantia i significació dels canvis en cadascuna de les activitats comercials, cal fer alguns aclariments respecte a la classificació sectorial aquí utilitzada. Aquesta classificació d'establiments comercials és un compromís entre el resultat del treball de camp realitzat i algunes classificacions estàndards com la Classificació Nacional d'Activitats Econòmiques (CNAE). S'ha tractat d'aconseguir una síntesi entre la desagregació, sempre que s'ha considerat significativa, i una tipologia genèrica. Naturalment, com qualsevol classificació, l'ordenació dels grups no deixa de ser relativament arbitrària, però el criteri que s'ha seguit ha estat el de trobar uns grups que poguessin ser homogenis, per una banda, i també significatius, per altra banda. Això ha estat més fàcil en algunes activitats que en altres, així, per exemple, es molt més senzill resumir en un sol grup tots els establiments dedicats a la confecció, a l'alimentació o bé a la restauració; més complexa resulta la ubicació d'altres activitats, especialment per tal d'establir o no un grup independent; així botigues com les de venda d'animals, ganiveteries, herboristeries, objectes de regal, botigues d'informàtica, "tot a 100"..., s'han resumit en l'apartat

“altres”. Finalment indicar a que fa referència l'apartat de “serveis diversos”, aquí s'inclouen totes aquelles activitats relacionades amb reparacions –excepció feta de les de calçat i electricitat–, instal·lacions, emmagatzament, subministrament o similars.

Els canvis detectats es concreten, de manera significativa, a determinades activitats comercials, tant pel que fa als augments com a la minva d'establiments, no menys significatives són, per altra banda, les diferents activitats que es mantenen dins d'un alt grau d'estabilitat. Així es pot observar una disminució, important, en els establiments d'alimentació i no és aliena a aquesta situació la desaparició de nombroses botigues tradicionals de queviures, així com d'autoserveis o, de vegades, d'altres com carnisseries, can-saladeries, llegums, etc., i la concentració d'aquest tipus de comerç en alguns supermercats de proximitat. Respecte a aquests últims no sembla que s'hagi produït un augment gaire espectacular; si bé és cert que en els carrers principals, com Gran de Gràcia o el carrer de Sants, s'hi nota una major presència. El que si s'ha comprovat és que en les noves apertures predominen aquest tipus d'establiment per sobre dels autoserveis i, és clar, per sobre de les botigues de queviures tradi-

cionals. En qualsevol cas, aquest comportament dels supermercats cal fer extensible també als *hard-discounts*. Especial menció es pot dedicar aquí a la qüestió dels establiments de queviures de carrer, és a dir, aquells la clientela potencial dels quals es centrava, bàsicament, en els veïns d'un carrer o d'unes mançanes properes; la disminució d'aquests establiments, sobretot pel que fa als que es trobaven als carrers més interiors de cadascuna de les àrees, és una dada quasi constant en tots els casos, disminució que per altra banda es pot fer extensible a altres tipus de comerç (i aquí es podrien incloure tant els sectors que en xifres totals creixen¹⁰¹ com els que minven), en qualsevol cas es tracta d'establiments que es localitzen en aquest tipus de carrers i que s'orienten cap a una clientela que, generalment, resideix a la proximitat.

Això es pot exemplificar perfectament en un àrea que, per altra banda, és de les més dinàmiques i modèliques respecte a l'associació de comerços a nivell de barri o carrer, es tracta de l'àrea dels carrers de Sants i Creu Coberta. Excloent-hi les parades dels mercats municipals de Sants i Hostafrancs, ens trobem que al voltant d'un 10% dels establiments comercials existents entre 1989 i 1997

han tancat, d'aquest 10 % un 4% es troba als carrers de Sants i Creu Coberta –l'eix principal de l'àrea– i un 6% a la resta de carrers –que són els carrers interiors o secundaris; a més, del 4% de tancaments que correspon l'eix principal més de la meitat (un 2,3% respecte al total) es troba a la part més perifèrica, la que va des dels carrers Badal/Brasil fins a la Plaça de Sants, mentre que la part principal de l'eix, que es pot situar entre Plaça de Sants i Plaça d'Espanya, tan sols registra una xifra mínima de tancaments (un 1,7% respecte al total). Aquestes xifres encara són més significatives si es té en compte que els comerços situats a l'eix de Sants/Creu Coberta representen el 56% del total d'establiments comercials de l'àrea, mentre que la resta de carrers –els secundaris– es situa al 44% del total de locals. És a dir, que el més gran percentatge de tancaments es dona precisament on hi ha menys establiments i situats fora de l'eix principal, fora del flux principal. Aquesta situació es repeteix a les diverses àrees de barri estudiades, si bé amb matitzacions segons les especificitats de cadascuna d'elles, com es veurà més endavant.

Les disminucions d'establiments que es produeixen en altres sectors d'activitat

101. En tots els sectors comercials es produeixen, com és normal, apertures i tancaments de locals durant el període 1989-1997, però si es contempla quina era la ubicació dels establiments que han tancat es veurà que correspon generalment als carrers més interiors i menys centrals de cadascuna de les àrees, i això succeeix per al conjunt d'activitats comercials, amb independència de què aquestes activitats, en quant a xifra global del sector, hagin experimentat un augment o es mantinguin estables.

comercial comparteixen també, com ja s'ha indicat, aquesta característica de pèrdua de centralitat en la nova lògica de la localització, que sembla anar cap a la definició d'uns eixos on la clientela potencial és molt més ampla que la del veïnat i, fins i tot, que la del barri¹⁰². Igualment s'han d'afegir causes que afecten a la dinàmica econòmica dels diferents sectors comercials, que poden ser degudes a la concentració d'aquestes activitats en cadenes i a la baixada del número de botigues independents, o bé per una pèrdua de demanda per a determinades activitats comercials o de serveis. En el grup on hi ha una minva de locals comercials es troben els sectors de videoclub i fotografia; ensenyament; drogueria, perfumeria i cosmètica; serveis diversos; electricitat i material elèctric, així com també el d'altres.

El cas dels videoclub és simptomàtic de tancaments per una disminució ostensible de la demanda i per un canvi en la tipologia de la demanda restant; aquestes botigues van experimentar un gran creixement durant els anys 1985-1990, *boom* que, en la seva major part, es va realitzar sota la fórmula del comerç tradicional no associat, sobretot pel que fa al mercat de cintes de lloguer (i amb la característica de considerar als clients com a socis d'un club de lloguer de

pel·lícules). A més una part important d'aquests establiments van ser oberts per persones que inverteixen les indemnitzacions de jubilació anticipada o d'acomiadament en un negoci propi. Però des de l'aparició dels canals privats de televisió, el mercat dels videoclubs ha canviat molt fent disminuir força el número d'establiments i passant, a més, d'un predomini del mercat de lloguer al de compra. Actualment és pot trobar aquesta oferta comercial molt més concentrada a grans centres comercials (grans magatzems, hipermercats, *shopping centers*, superfícies especialitzades) i amb una fortíssima davallada dels videoclub de barri. Igualment cal destacar l'aparició dins del mercat de lloguer de vídeos, d'una forma de videoclubs automatitzats i que funcionen en règim de franquícia. Cal dir que dins de l'apartat videoclub i fotografia que aquí es presenta, hi ha la part d'establiments dedicats a la fotografia, on s'inclouen les botigues de revelat ràpid, cosa que evita una caiguda més dràstica de la xifra. També hi ha un cert número d'establiments de fotografia que es troben sota la fórmula de la franquícia (són botigues com *Fotoprix*, *Foto Sistema*) i que, en els casos aquí estudiats, es troben tots a l'àrea de Sants/Creu Coberta.

El grup d'ensenyament inclou tant parvularis i escoles i instituts, com diferents

tipus d'acadèmies de molt diversa temàtica (de conducció, d'idiomes, de perruqueria, d'informàtica, de mecanografia...). Dins d'aquest grup desapareixen alguns jardins d'infància, però seria excessiu considerar la disminució del grup en el seu conjunt en funció d'una variable merament demogràfica, com és el descens de la natalitat, ja que, malgrat aquesta possible incidència, el tipus d'establiments que desapareixen és massa heterogeni com per a considerar l'existència d'un sol factor explicatiu. Cal considerar també que part d'aquest sector, especialment les acadèmies d'idiomes i d'altres que es troben localitzats en pisos, es comporta fins a cert punt com els sectors de professionals liberals, amb una gran mobilitat, el que afavoreix una tendència més gran al canvi en la localització.

Els establiments de drogueries i perfumeries baixen en la mesura que baixa la presència de la drogueria tradicional, que fins a cert punt i en el seu camp és un establiment semblant a la botiga de queviures. Són els locals amb un perfil més de barri o de carrer els que disminueixen –de manera similar a allò que succeeix en el camp de l'alimentació–, a més això es dóna més pel que fa a les drogueries propiament dites que per a les perfumeries. A mencionar també l'aparició dins d'a-

102. De fet, on aquesta clientela no supera la del barri, el nombre de tancaments de comerços per a tota l'àrea és més gran que el d'apertures, com succeeix en el cas de l'àrea de Poblenou/Mercat de la Unió, on l'eix principal comercial (essencialment els carrers Marià Agulló i Castanys) té una clara orientació local.

quest sector, com en d'altres, d'alguns establiments franquiciats, per exemple la cadena *Sophie Noël*¹⁰³.

La disminució dels serveis diversos i del ram d'electricitat i material elèctric respón a una minva de totes aquelles activitats relacionades amb les reparacions i amb els obradors de qualsevol tipus (al menys dels establerts amb una ubicació estable; altre tema seria el dels treballs realitzats per professionals autònoms), i que d'alguna manera, fan unes activitats o serveis de tipus més "industrial" i menys purament comercial. Aquesta davallada, que és per altra banda la més forta i generalitzada de tots els sectors, es produeix a tots els establiments que poden enmarcar-se dins aquests tipus, inclosos alguns que, teòricament, haurien de generar una més gran demanda, com són els tallers de reparació d'automòbils.

Respecte al grup "altres", donada la gran diversitat d'establiments que s'hi contemplen, es fa difícil arribar a un sol factor amb el que es pugui relacionar la disminució d'establiments que s'observa.

Entre els sectors que disminueixen i els que augmenten apareix un que té una estabilitat total, es tracta de les farmàcies, dels 23 establiments existents al

conjunt de les àrees de barri tant sols es detecta un tancament durant el període 1989-1997 que, a més, queda compensat per una apertura. La resta d'establiments, és a dir 21, es mantenen inalterables al llarg de tot aquest temps. Aquest fet indica, probablement, dues coses, per una banda mostra una forta reglamentació d'aquest sector –si bé és cert que en els darrers temps s'han donat passos cap a la seva flexibilització–, i per altra banda no deixa d'indicar una bona organització i localització de la xarxa de farmàcies de la ciutat.

Tota la resta de sectors experimenten augmentos, en una o altra mesura, alguns merament testimonials, com les bugaderies-tintoreries¹⁰⁴, amb un sol local més, d'altres força importants, com és el cas de la confecció, de la restauració, de les agències i professionals, dels establiments financers, les agències de viatges, els forns i les pastisseries¹⁰⁵.

Molts d'aquests canvis –tant els que inclouen augmentos, més o menys espectaculars, com els tancaments– responen a un canvi en les demandes del consumidor i a una reestructuració del mateix sector comercial. Són canvis que afecten molt de prop a l'organització i a l'estructura comercial, en definitiva a l'estructura

de l'oferta. Clarament dins dels canvis atribuïbles al consum, es pot incloure tot allò que afecta a l'oci; així la quasi duplicació del número d'agències de viatge i oci és un indicador d'un augment de la quota de mercat d'aquest tipus de serveis i, en conseqüència, dels diners destinats a aquest consum¹⁰⁶. Els canvis en el sector alimentari obeeixen, com ja s'ha indicat abans, més aviat a una reestructuració del sector que ve acompanyada, també, de noves pautes o preferències per part dels consumidors. En qualsevol cas, el que es pot afirmar és que l'anàlisi de conjunt i sectorial mostra un gran dinamisme en tota l'activitat comercial, amb canvis constants i que no afecten tant sols a la forma externa del sector, sinó també la seva estructura i organització. Canvis que representen tant una reorganització del comerç com una certa transformació del consum, ja sigui a nivell de consumidors (ja no n'hi ha prou amb els clients de barri o de carrer, sinó que, cada vegada més, es precisa una clientela més extensa), ja sigui en els hàbits d'aquests (determinades preferències a l'hora d'escollir el lloc de compra, canvis en les prioritats dels productes o, bé, en els tipus de serveis que es demana, etc.).

En aquest sentit, la gamma de canvis és molt àmplia, i es troben negocis on clara-

103. Que pertany al mateix grup empresarial que la cadena *Boccata*, aquesta última dedicada al fast food.

104. En aquest camp funcionen diferents ensenyes, com *1H Clean*, *City Sec* o bé *Higièn Sec*.

105. Cal mencionar l'existència de cadenes com *El Molí Vell*, que configuren un notable canvi estructural en aquest sector.

106. Els viatges de nocces, per exemple, s'han extès molt i prenen bona part dels diners que abans anaven a parar a les llistes de regals.

TAULA 11. ESTABLIMENTS PER SECTOR A TOTES LES ÀREES DE BARRI

	1989	1997
JOIERIA-RELOTGERIA-BIJUTERIA	64	71
MOBILIARI I DECORACIÓ	64	70
BUGADERIA-TINTORERIA	15	16
CONFECCIÓ I MODA	542	588
ALIMENTACIÓ	192	169
PERRUQUERIA I ESTÈTICA	40	45
CAFETERIA-RESTAURACIÓ-HOSTELERIA	149	165
PAPERERIA-LLIBRERIA	34	35
VIDEO CLUB/FOTOGRAFIA	23	20
FARMÀCIES	23	23
AGÈNCIES BANCÀRIES I CAIXES D'ESTALVIS	59	77
CONSULTORIES, AGÈNCIES I PROFESSIONALS	53	83
ENSENYAMENT	31	27
DROGUERIA, PERFUMERIA I COSMÈTICA	43	40
MARROQUINERIA I CALÇAT	97	98
PASTISSERIES I FORNS	38	56
BASARS I ELECTRODOMÈSTICS	18	19
AGÈNCIES DE VIATGE I OCI	14	27
ALTRES	231	228
SERVEIS DIVERSOS	103	85
ELECTRICITAT I MATERIAL ELÈCTRIC	32	22
TOTAL	1.865	1.964

ment es manté la mateixa activitat malgrat que, molt probablement, s'han produït també canvis substancials, que, a vegades, afecten a la ja esmentada es-

tructura comercial. Un cas notable, per exemple, és el que afecta els forns de pa; en aquest sector hi ha un importantíssim volum de canvis degut a l'expansió de les

franquícies¹⁰⁷ i al comerç associat a aquest ram. Així ens trobem, a totes les àrees comercials estudiades, amb nombrosos forns i fleques que el 1989 tenien

107. L'expansió de la franquícia i les centrals de compres és un dels fenòmens més recents i més significatius en l'actual panorama comercial barceloní. La franquícia ofereix al franquiciat els avantatges de no haver de preocupar-se d'altra cosa que no sigui la comercialització del producte o servei, i de la gestió estricta de l'establiment; no hi ha cap problema de proveïdor, de producte, de *marketing* o imatge de marca; de tot això s'encarrega el franquiciador, i es poden rebre també els beneficis d'un negoci provat i consolidat. Això explica en bona mesura l'èxit de la franquícia, ja que es minimitza el risc, la inversió inicial se sol reduir a l'aportació del local, i algunes despeses (com el cànon d'entrada, o el cànon de publicitat) per part del franquiciat. Aquest nou fenomen comercial cal que sigui més estudiat específicament i en profunditat.

un caràcter independent i que el 1997 es troben franquiciats o associats. No s'ha produït cap canvi en l'activitat, però l'alteració que s'ha donat va molt més enllà que la d'un simple traspàs tradicional. També es dona aquest mateix fet en algunes fruïteries, especialment al sector de Sant Antoni, però en menor mesura que en el cas dels forns. Altres tipus de franquícia utilitzen més aviat una nova instal·lació, com és el cas d'alguns locals de restauració, especialment cafeteries¹⁰⁸, on bàsicament el que hi ha és o una substitució total d'activitat o una instal·lació en un nou establiment, que no havia estat ni comercial.

L'expansió del comerç franquiciat i la proliferació de noves ensenyes és un fenomen que es pot qualificar, sense caure en exageracions, d'autenticament espectacular. Tan sols en quant a seus socials de les cadenes franquiciadores ens trobem un total de 123 a Barcelona, el gener de 1997, i aquesta xifra ha continuat augmentant al llarg de l'any; per altra banda, dins del nombre d'establiments franquiciats existents a la ciutat es poden trobar, més o menys, representades bona part de les més de 500 ensenyes que hi

havia a Espanya a començaments de 1997. Per tota la ciutat es poden veure establiments de *Mango*, *Adolfo Dominguez*, *Pepe Jeans*, *Pronovias* o *Lacoste*, entre d'altres, en el camp de la moda i la confecció; establiments com els del grup *Día/Preko* que, en el sector de l'alimentació i els autoserveis, utilitzant la fórmula del *discount*, o els establiments de *La Sirena* per als aliments congelats; *Santiveri* en la dietètica; *Calzedonia* en els complements; *Sophie Noëll* en la cosmètica; *Centro Mail*, *Vobis*, *KM Tiendas* o *Beep* en la informàtica; *Farggi* o *Häagen-Dazs* en les geladeries; *Il Caffè di Roma*, *Jamaica Coffe Shop* o *L'Espresso* en les cafeteries; *Pans & Company*, *Bocatta*, *Telepizza*, *Pizza Hut*, *Henry J. Bean's*, *Burger King*, *McDonald's*, *Paellador*, *Sports Bar* o *Pokins*, en la restauració i el fast-food; *Foto Prix* o *Foto Sistema* en la fotogràfia. I així es podria continuar desgranant una llista inacabable de marques i establiments, uns molt coneguts i d'altres menys, que es troben presents al llarg de tot l'espai barceloní.

En quant a la localització d'aquests tipus d'establiments a les àrees de barri aquí estudiades, es pot observar una presèn-

cia relativament important a les àrees de Sants/Creu Coberta i Sant Antoni, i més escassa a les restants àrees de Gràcia i del Poblenou, cosa que és un indicador de jerarquia favorable als dos primers.

Fora d'aquests casos concrets, n'apareixen d'altres de molt diversos. Hi ha casos que són una evident renovació del negoci pels seus propietaris, canvis que són producte de traspassos tradicionals, i altres que són conseqüència d'ampliacions d'establiments propers. Naturalment, el que és difícil amb la simple observació és establir com afecten aquests canvis a la propietat o titularitat del negoci, o bé si al llarg del període s'ha produït més d'un canvi en una mateixa ubicació. Per aprofundir en aquestes qüestions caldria un estudi més àmpli i més complex, cas per cas i botiga per botiga, tot analitzant els registres de la propietat i mercantil, cosa que sembla fora de lloc.

També relacionades amb aquesta dinàmica dels canvis, però des de l'altre perspectiva, hi ha les modificacions que es produeixen en aquells establiments i gabinets professionals que exerceixen la seva activitat en pisos. En aquests casos, la

108. A Barcelona actuen diferents franquícies d'aquest ram, entre d'altres: *Il Cafe di Roma*, amb seu a Barcelona, que té un total de 10 unitats operatives a tota Espanya i amb locals amb dimensions mínimes exigides de 70 m², i 5 metres de façana; *L'Espresso* amb seu a l'Hospitalet de Llobregat, que té 24 unitats a Espanya, els locals precisen 40 m² com a dimensió mínima i la recomanada és de 100 m²; el *Jamaica Coffe Shop*, amb seu a Barcelona i un total de 25 establiments a Espanya, la dimensió mínima del local ha de ser de 90 m² i la recomanada és de 120 m². Aquests locals tenen en comú una decoració brutalista del seu interior i, a més, l'especificitat d'una gran apertura cap l'exterior; de fet, molts no tenen cap porta aparent que barri el pas entre el carrer i el local, afavorint al màxim l'accessibilitat al cafè. Alguns, inclús, repeteixen la mateixa o similar pavimentació del carrer a l'interior de l'establiment, mantenint així una continuïtat entre el carrer i l'establiment, i formulant també una invitació subtil al vianant per a què entri al local.

fluctuació i les diferències entre el que hi havia el 1989 i la situació actual és molt gran, especialment pel que fa a les empreses de serveis (assessories, *consultings*...) i professionals; en aquest cas també hi ha algunes excepcions, ja que no es dóna tant en determinades activitats com, per exemple, les clíniques odontològiques. Els dentistes apareixen així com els negocis més estables entre els professionals, com a mínim, aquests darrers anys.

Quant a les activitats comercials estrictes, destaquen dues altres novetats principals: una, l'eclosió de les botigues d'informàtica i, l'altra, la dels establiments de "tot a 100". El 1989 no n'hi havia pràcticament cap d'aquests tipus. Es tracta, sens dubte, d'una de les principals novetats en l'oferta comercial de barri. Les botigues d'informàtica proliferen degut a l'expansió de l'ús de l'ordinador personal, i són una resposta clara a un nou producte que s'ha integrat a la vida quotidiana, com en un altre moment ho va ésser el video. Una altra qüestió a part, és el fenomen del "tot a 100", la motivació, origen i implicacions del qual són més difícils de seguir. Per exemple, és clar que hi ha magatzems centrals de distribució dels seus productes per a cada ciutat, que responen a una xarxa de comercialització gran i ben estructurada a nivell internacional. Una dada és pot indicar en relació a aquests establiments, i és que molts d'ells s'ubiquen en antics locals de video clubs o vora a video clubs actuals, com a negoci quasi complemen-

tari. Malgrat que quasi ningú no es queixa de la proliferació d'aquests nous "basars" petits, és indubtable que contribueixen molt a baixar els nivells de qualitat del consum barceloní, fet que pot tenir conseqüències molt negatives a mig i llarg termini.

A continuació es presenta una anàlisi més detallada de l'evolució de cadascuna de les àrees de comerç concentrat de barri, realitzada a partir de l'observació directa, durant el treball de camp.

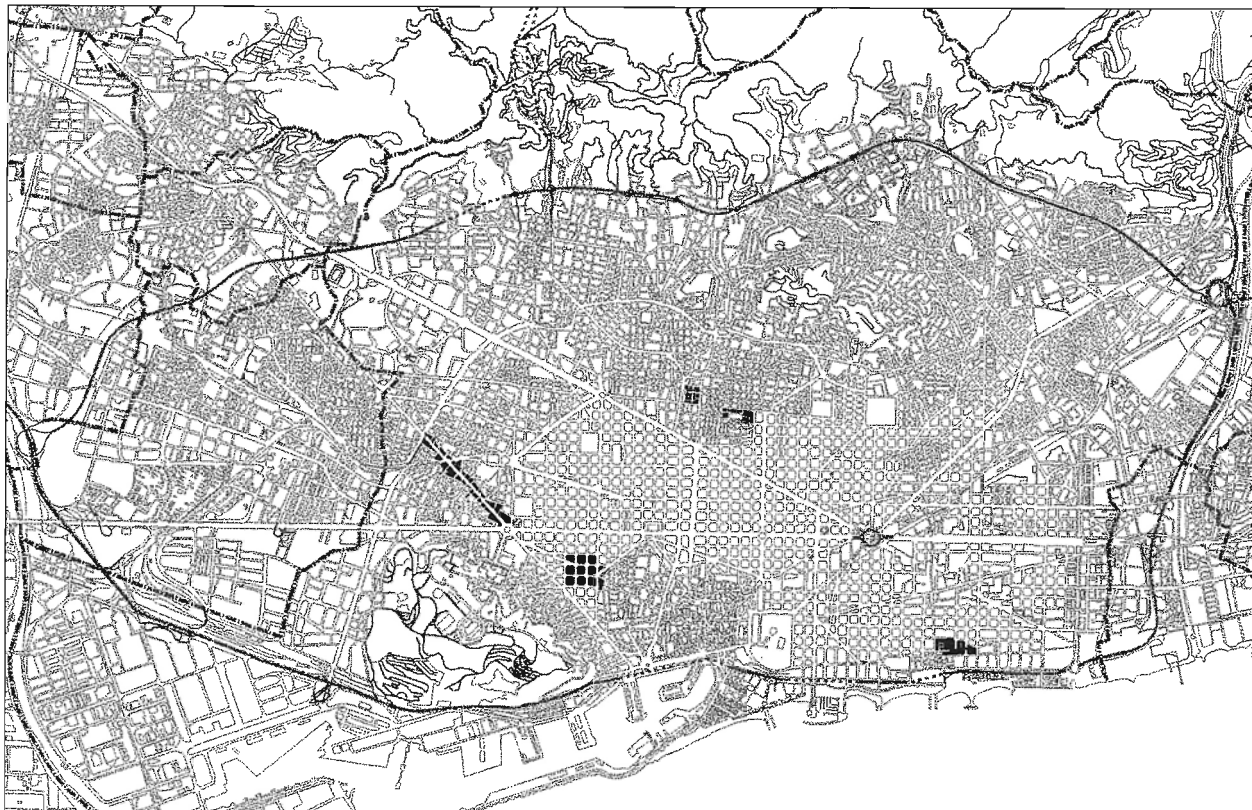
7.2. L'ESTUDI DELS BARRIS CONCRETS

En aquest apartat s'analitza, cas a cas, les particularitats i el comportament de les àrees estudiades: Poblenou, Llibertat, Gràcia, Sants/Hostafrancs i Sant Antoni, per aquest ordre.

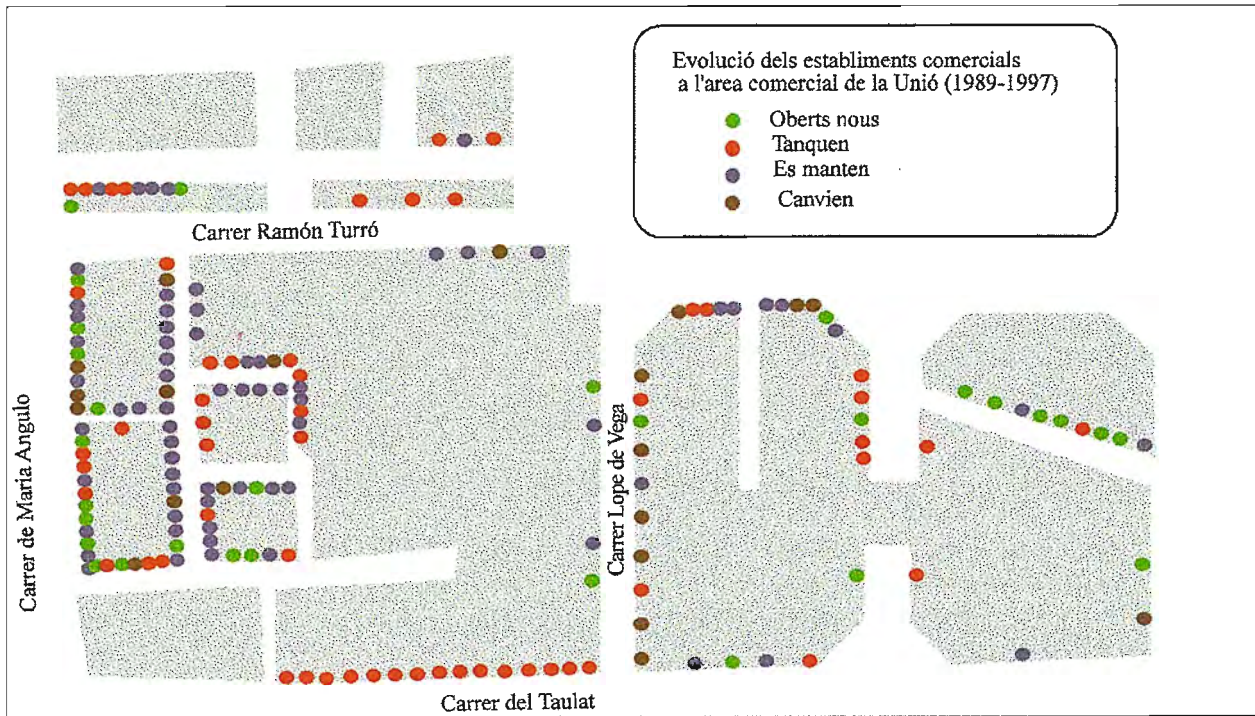
a) Poblenou (entorn del mercat de la Unió)

A l'àrea del Poblenou, entorn del mercat de la Unió (mapa 104), que comprèn cinc illes de cases s'aprecia una clara disminució del nombre d'establiments comercials, com s'ha vist. Aquesta minva s'observa especialment en un sector de la plaça de la Unió, i als carrers Degollada, Joncar i Taulat. Una part de la dinàmica de tancament d'establiments comercials ha d'ésser atribuïda a l'impacte que el nou barri de la vila olímpica i la remodelació de les platges del Poblenou han tingut en la reestructuració social i econòmica de tot el barri; més d'aquesta part que hi és bé propera. A més, la minva al sector del carrer Taulat té una explicació clara en el procés de renovació urbanística, que suposa l'ensorrament de les instal·lacions de l'antiga fàbrica de la "Papeleria Española" i l'obertura del carrer Lope de Vega, que l'afecta de ple. Això, per una banda, implica la desaparició física de molts establiments i, per altra banda, explica que encara no s'han instal·lat possibles establiments nous. No obstant, en aquest sector en renovació es noten

MAPA 103. ÀREES DE CONCENTRACIÓ COMERCIAL DE BARCELONA



MAPA 104. ÀREA DE CONCENTRACIÓ COMERCIAL DE LA UNIÓ



alguns senyals que poden indicar una recuperació de l'activitat comercial, com és el cas del carrer Tortellà on l'augment és del 200 % del número d'establiments, que han passat de 3 a 9.

La situació és diferent a l'àrea més antiga i més propera al mercat; aquí els diferents carrers registren, en general, o una estabilitat, com en el cas del carrer Castanys, o un descens del nombre d'establiments comercials, com els casos del carrer Joncar i del carrer Degollada. A més, les parades exteriors del mercat han disminuït de forma important, restant bàsicament només les que es dediquen a la venda d'articles de confecció.

Es pot dir que l'àrea del mercat de la Unió es manté, avui per avui, dins del comportament estricte d'un centre de barri, no hi ha cap dinàmica externa al barri i els clients potencials dels comerços es redueixen, a la pràctica, als veïns dels voltants. Aquesta circumstància també expli-

TAULA 12. TOTAL ÀREA DEL POBLENOU

	ESTABL. 1989	ESTABL. 1997
MATEIXOS		68
CANVI		19
NOUS		31
DESAPAREIXEN		62
TOTAL	149	118

ca, junt a les ja esmentades reestructuracions urbanístiques en les que es troba immers Poblenou, l'escàs dinamisme i la tendència a l'estancament i disminució del comerç local.

Les transformacions del sector ran de les obres iniciades de cara al projecte de Barcelona 2004 seguiran afectant de ple el comerç i l'habitatge de tot aquest sector.

b) Llibertat

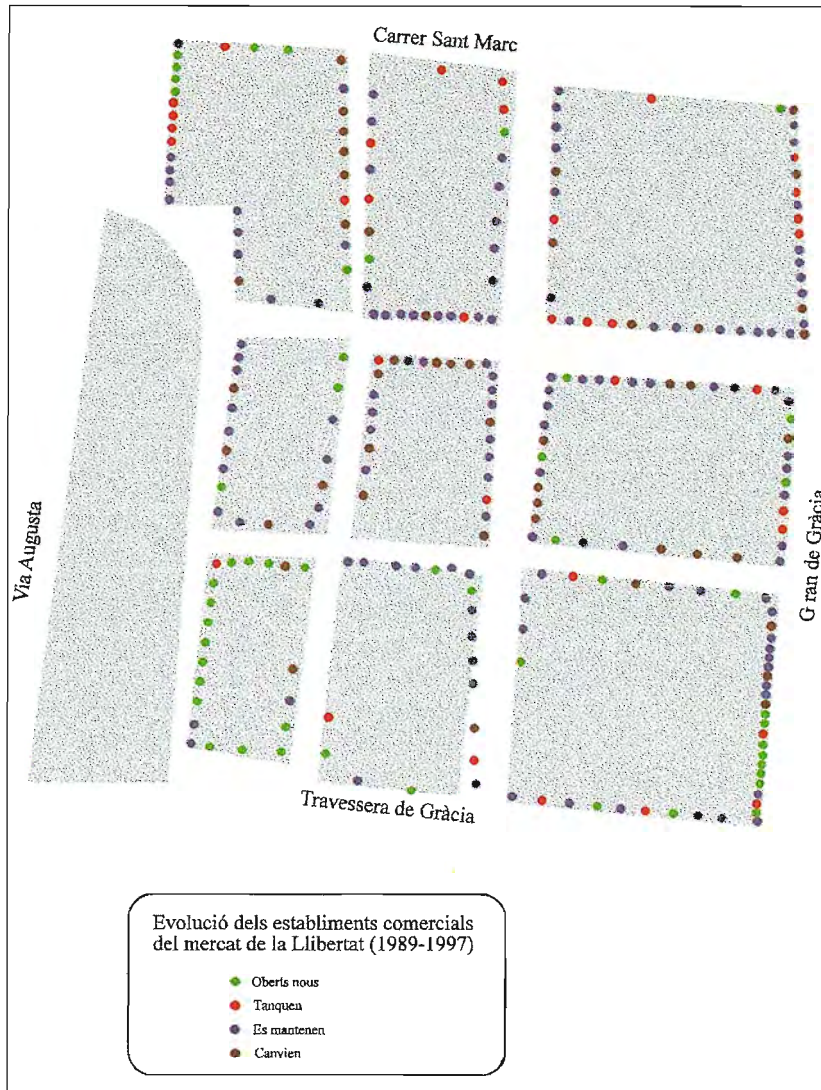
L'àrea Llibertat comprèn nou illes de cases, delimitades en conjunt per la plaça Gal·la Placídia, la travessera de Gràcia, el carrer Gran de Gràcia i el carrer Sant Marc (mapa 105). La situació aquí és, com s'ha vist, d'augment del nombre d'establiments respecte als existents el 1989.

Aquí, com s'ha anunciat, té una especial incidència el comportament de les illes que limiten amb la plaça de Gal·la Placi-

TAULA 13. ESTABLIMENTS PER SECTORS

	1989	1997
JOIERIA-RELOTGERIA-BIJUTERIA	1	1
MOBILIARI I DECORACIÓ	2	3
BUGADERIA-TINTORERIA	1	1
CONFECCIÓ I MODA	22	19
ALIMENTACIÓ	32	27
PERRUQUERIA I ESTÈTICA	2	2
CAFETERIA-RESTAURACIÓ-HOSTELERIA	12	12
PAPERERIA-LLIBRERIA	2	3
VIDEO CLUB/FOTOGRAFIA	2	2
FARMÀCIES	2	3
AGÈNCIES BANCÀRIES I CAIXES D'ESTALVIS	1	1
CONSULTORIES, AGÈNCIES I PROFESSIONALS	-	1
ENSENYAMENT	1	-
DROGUERIA, PERFUMERIA I COSMÈTICA	5	4
MARROQUINERIA I CALÇAT	7	6
PASTISSERIES I FORNS	6	4
BASARS I ELECTRODOMÈSTICS	1	1
AGENCIES DE VIATGE I OCI	-	-
ALTRES	10	8
SERVEIS DIVERSOS	37	19
ELECTRICITAT I MATERIAL ELÈCTRIC	2	1
TOTAL	149	118

MAPA 105. ÀREA DE CONCENTRACIÓ COMERCIAL DEL MERCAT DE LA LLIERTAT



dia, on els establiments augmenten considerablement. Així entre el 1989 i el 1997 s'observa un increment de l'activitat comercial en aquestes tres illes, ja que es passa de 42 establiments comercials el 1989 a 61 el 1997; dels 42 establiments, de tot tipus, en actiu el 1989 avui en continuen 38, 4 han tancat i han obert un total de 23 nous locals. Dels 38 locals antics 22 mantenen la mateixa activitat (aparentment són els mateixos que existien el 1989) i 16 han canviat d'activitat comercial (amb independència del canvi o no de la propietat). Això implica un elevat percentatge de canvi (47,7 %) en els locals existents el 1989. Per altra banda, els 23 locals nous representen un increment global del 54,7 % del total de locals comercials existents, entre 1989 i 1997, en aquestes tres illes.

Aquest comportament pot explicar-se pel notable dinamisme del sector de Gal·la Plàcidia/Via Augusta, on més han existit actuacions que afavoreixen també aquesta localització, com la construcció d'un parking subterrani i la peatonalització dels carrers que envolten el mercat de la Llibertat.

A la resta d'illes d'aquesta àrea l'evolució cap a l'alça és més moderada, destacant però la plaça de la Llibertat i els carrers Gran de Gràcia¹⁰⁹, Travessera de Gràcia.

109. La remodelació recent d'aquest carrer major de Gràcia ben segur que ha de tenir conseqüències molt importants per al comerç en general, que caldrà anar estudiant.

De fet, es pot considerar que aquests dos últims carrers, conjuntament amb la Plaça de Gal·la Placidia, formen l'eix principal i més exterior de l'àrea, són aquestes àrees les que superen el mercat potencial estricte de barri i que generen un nombre de clients per sobre d'aquest potencial, aprofitant per això la seva condició de via de trànsit, en definitiva la seva capacitat d'atreure un cert nombre de clients mòbils i foranis.

El comportament del conjunt del sector del Mercat de la Llibertat ha estat el següent:

TAULA 14. TOTAL ÀREA DE LA LLIBERTAT

	ESTABL.	ESTABL.
	1989	1997
MATEIXOS		134
CANVI		50
NOUS		58
DESAPAREIXEN		30
TOTAL	214	242

c) Gràcia (mercat de l'Abaceria Central)

El sector de l'Abaceria Central el formen vuit illes de cases (mapa 106). Aquí es registra un descens clar del nombre d'establiments entre el 1989 i el 1997. L'àrea que manté un millor comportament és la que correspon als carrers princi-

TAULA 15. ESTABLIMENTS PER SECTORS

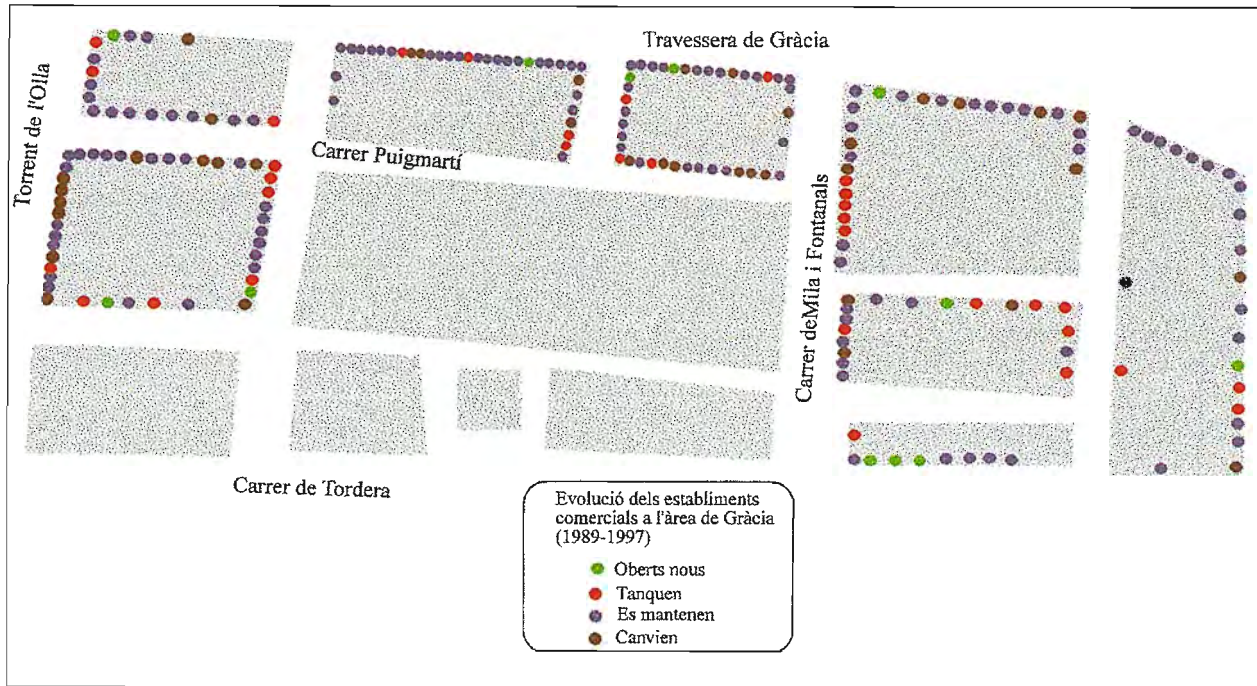
	1989	1997
JOIERIA-RELOTGERIA-BIJUTERIA	10	6
MOBILIARI I DECORACIÓ	2	-
BUGADERIA-TINTORERIA	1	2
CONFECCIÓ I MODA	39	54
ALIMENTACIÓ	29	30
PERRUQUERIA I ESTÈTICA	4	6
CAFETERIA-RESTAURACIÓ-HOSTELERIA	14	20
PAPERERIA-LLIBRERIA	7	6
VIDEO CLUB/FOTOGRAFIA	1	3
FARMACIES	3	3
AGÈNCIES BANCARIES I CAIXES D'ESTALVIS	12	11
CONSULTORIES, AGÈNCIES I PROFESSIONALS	19	20
ENSENYAMENT	6	5
DROGUERIA, PERFUMERIA I COSMÈTICA	9	10
MARROQUINERIA I CALÇAT	7	12
PASTISSERIES I FORNS	3	6
BASARS I ELECTRODOMÈSTICS	4	4
AGÈNCIES DE VIATGE I OCI	2	6
ALTRES	37	33
SERVEIS DIVERSOS	4	3
ELECTRICITAT I MATERIAL ELÈCTRIC	2	2
TOTAL	214	242

pals, Travessera de Gràcia, Torrent de l'Olla, i Bailén, on hi ha hagut augment o estabilitat del nombre d'establiments. La resta, però, mostra un descens continuat, més o menys notable, inclosos alguns carrers importants com el de Milà i Fontanals. Essencialment és la Travessera de Gràcia l'eix principal de l'àrea, on es troba el major nombre d'establiments comercials, i el balanç concret d'aquest

carrer és positiu, malgrat que tant sols lleugerament (4 establiments nous per 3 que tanquen).

En aquesta àrea també s'han produït renovacions urbanístiques respecte el 1989, en concret, l'apertura de la plaça de John Lenon, fet que, de forma similar a allò succeït en el cas de Poble Nou, ha pogut contribuir a la desaparició de

MAPA 106. ÀREA DE CONCENTRACIÓ COMERCIAL DE GRÀCIA



comerços antics sense que, encara, s'hagi renovat el teixit comercial gracienc.

De tota manera, cal destacar que a diferència del cas del Poblenou, el sector afectat aquí per les obres realitzades és molt més petit, i a més, tampoc hi ha símptomes d'una recuperació visible, i la minva de comerços s'estén, com ja s'ha dit, a carrers que no es troben inclosos en la renovació urbana.

Són sobretot els carrers més interns, com Puigmartí, Quevedo, Ramís o Alba, els que porten el pes del descens. Com ja s'ha dit abans, això pot ser un indicador més de que el comerç en aquesta àrea, i per extensió a totes, precisa pel seu creixement, sigui o no sigui de barri, una afluència de públic continua i superior a la que pot aportar la població resident a l'àrea immediata. És a dir, augmentaria la tendència a la concentració, front a la minva de la dispersió.

TAULA 16. TOTAL ÀREA DE GRÀCIA

	ESTABL. 1989	ESTABL. 1997
MATEIXOS		126
CANVI		42
NOUS		24
DESAPAREIXEN		52
TOTAL	220	192

TAULA 17. ESTABLIMENTS PER SECTORS

	1989	1997
JOIERIA-RELOTGERIA-BIJUTERIA	11	9
MOBILIARI I DECORACIÓ	3	2
BUGADERIA-TINTORERIA	1	2
CONFECCIÓ I MODA	61	55
ALIMENTACIÓ	29	25
PERRUQUERIA I ESTÈTICA	6	8
CAFETERIA-RESTAURACIÓ-HOSTELERIA	20	19
PAPERERIA-LLIBRERIA	4	4
VIDEO CLUB/FOTOGRAFIA	2	1
FARMACIES	1	1
AGÈNCIES BANCARIES I CAIXES D'ESTALVIS	5	5
CONSULTORIES, AGÈNCIES I PROFESSIONALS	1	1
ENSENYAMENT	2	3
DROGUERIA, PERFUMERIA I COSMÈTICA	4	4
MARROQUINERIA I CALÇAT	10	8
PASTISSERIES I FORNS	4	8
BASARS I ELECTRODOMÈSTICS	1	1
AGÈNCIES DE VIATGE I OCI	2	1
ALTRES	31	25
SERVEIS DIVERSOS	15	8
ELECTRICITAT I MATERIAL ELÈCTRIC	7	2
TOTAL	220	192

d) Els carrers de la Creu Coberta i de Sants

L'àrea de Sants/Hostafrancs és la més gran ja que la formen un total de trenta illes de cases (mapes 107 a 109).

El comportament d'aquesta àrea ha estat de consolidació del comerç concentrat de barri i d'augment respecte al 1989. És especialment notable l'incre-

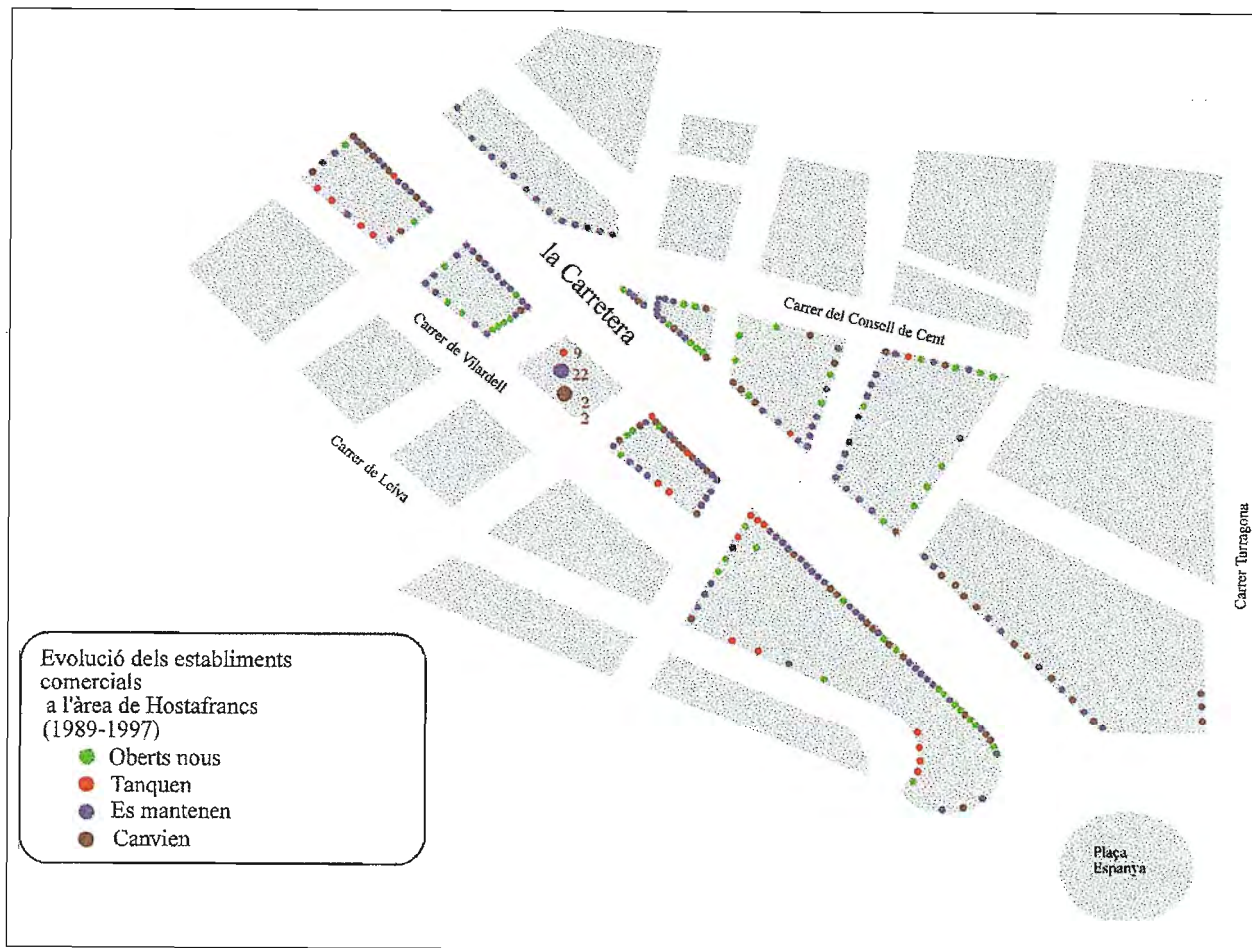
ment registrat al sector d'Hostafrancs, en tot el carrer de Creu Coberta; aquest sector ha estat escenari de molts canvis, entre d'altres la mateixa reforma del mercat municipal d'Hostafrancs i la instal·lació de la cooperativa Abacus, com s'ha vist, que essencialment comporta l'apertura de nous establiments i un elevat manteniment dels existents el 1989. A més, molts dels establiments que desapareixen en aquesta zona, que no són masses, ho fan degut a les remode-

lacions urbanes del sector, amb l'apertura de l'*Hotel Plaza* i les actuacions del carrer Tarragona; i més que tancaments estrictes són bàsicament trasllats d'ubicació dels locals, per exemple, cap als carrers Tarragona o Consell de Cent. Cal destacar, doncs, que la reforma de la plaça Espanya i la remodelació de Tarragona no han produït encara el temut desplaçament del centre de gravetat comercial. Val a dir que l'actuació col·lectiva dels comerciants hi ha tingut molt a veure.

La tònica al carrer Sants és també cap a l'augment, si bé no d'una manera tan destacada com la del sector de Creu Coberta. En general, aquí es produeix un increment de conjunt en l'activitat comercial, que afecta tant a l'eix principal, carrers de Sants i Creu Coberta, com als nombrosos carrers colindants i que desemboquen l'eix principal, si bé es també cert que en aquests últims és on es registren, tant en xifres absolutes com relatives, la major part dels tancaments produïts a tota l'àrea en el període 1989-1997. Això confirma una tendència creixent cap a la concentració en un eix principal, inclús en una àrea d'un notable dinamisme com aquesta.

Seguint la dinàmica de creixement, cal assenyalar que, fora de l'abast espacial aquí contemplat, però dins del mateix carrer Sants, és notable el nombre de comerços que s'hi han instal·lat entre el sector de Badal/Brasil i Collblanc, situació que possiblement sigui encara

MAPA 107. ÀREA DE LA CONCENTRACIÓ COMERCIAL D'HOSTAFRANCS



MAPA 108. ÀREA DE LA CONCENTRACIÓ COMERCIAL DE SANTS-CREU COBERTA (2)



MAPA 109. ÀREA DE LA CONCENTRACIÓ COMERCIAL DE SANTS-CREU COBERTA



més afavorida per les obres de remodelació que afecten el carrer Brasil/Badal, cosa que reforça l'activitat de tota l'àrea.

Cal destacar especialment l'elevadíssim nombre d'establiments nous (186) i que canvien (171), el que mostra clarament el moviment i la dinàmica d'aquesta àrea. És destacable també la instal·lació a l'àrea d'establiments franquiciats de dife-

rents tipus; ensenyas com *Calzedonia, Foto Prix, Foto Sistema, Mac Douclals o Pans & Company*, entre d'altres, es poden trobar representades al llarg dels carrers de Sants i Creu Coberta, reforçant i confirmant amb la seva presència la capacitat d'atracció comercial d'aquest eix.

TAULA 19. ESTABLIMENTS PER SECTORS

	1989	1997
JOIERIA-RELLOTGERIA-BIJUTERIA	17	18
MOBILIARI I DECORACIÓ	27	33
BUGADERIA-TINTORERIA	8	6
CONFECCIÓ I MODA	147	164
ALIMENTACIÓ	61	45
PERRUQUERIA I ESTÈTICA	17	19
CAFETERIA-RESTAURACIÓ-HOSTELERIA	58	70
PAPERERIA-LLIBRERIA	6	9
VIDEO CLUB/FOTOGRAFIA	9	9
FARMÀCIES	10	10
AGÈNCIES BANCARIES I CAIXES D'ESTALVIS	16	39
CONSULTORIES, AGÈNCIES I PROFESSIONALS	18	40
ENSENYAMENT	15	14
DROGUERIA, PERFUMERIA I COSMÈTICA	11	10
MARROQUINERIA I CALÇAT	46	43
PASTISSERIES I FORNS	17	26
BASARS I ELECTRODOMÈSTICS	11	11
AGÈNCIES DE VIATGE I OCI	3	10
ALTRES	81	92
SERVEIS DIVERSOS	25	31
ELECTRICITAT I MATERIAL ELÈCTRIC	12	8
TOTAL	615	707

TAULA 18. TOTAL ÀREA DE SANTS I CREU COBERTA

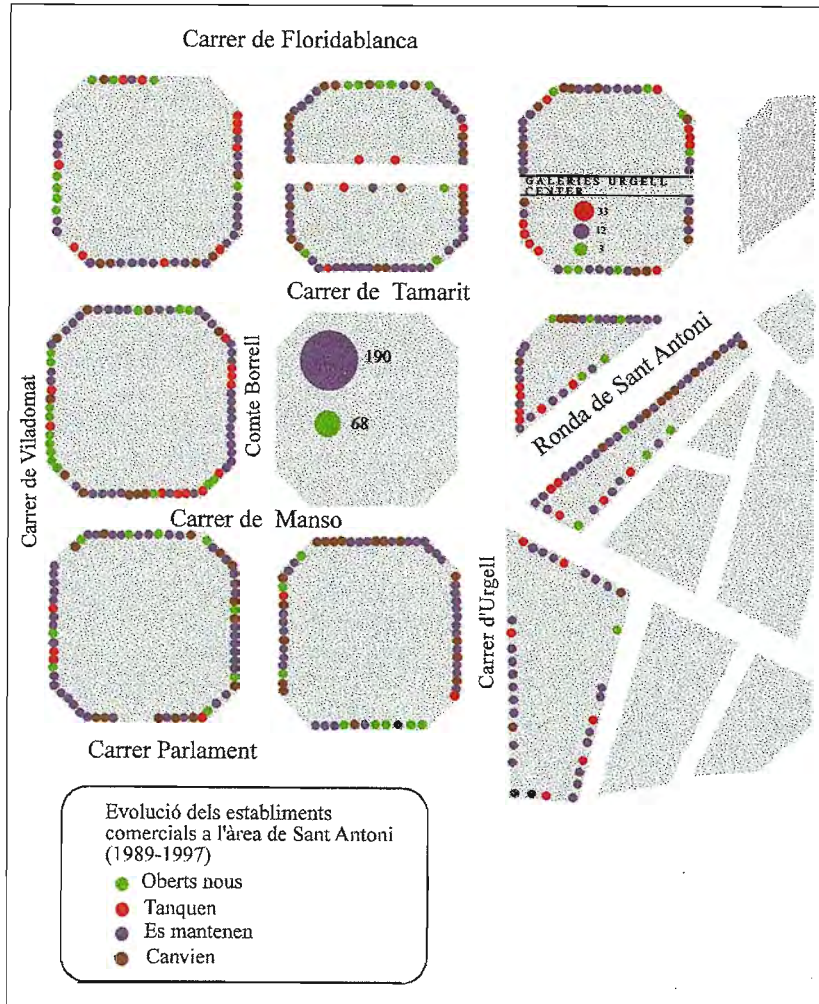
	ESTABL. 1989	ESTABL. 1997
MATEIXOS		350
CANVI		171
NOUS		186
DESAPAREIXEN		94
TOTAL	615	707

e) Sant Antoni

L'àrea de Sant Antoni la formen deu illes de cases. Destaca, en primer lloc, el molt bon funcionament de les parades exteriors del mercat municipal. Aquí l'augment ha estat espectacular, amb la instal·lació de 61 establiments externs al recinte del mercat dins d'unes estructures estables, que guanyen espai al carrer. Aquesta ampliació ha anat connectada a les obres de remodelació que va fer l'Ajuntament de Barcelona, obrint nous espais per a vianants i construint un gran aparcament subterrani.

A més, l'acceptació generalitzada de les targetes de crèdit i la mateixa quantitat d'establiments i d'oferta empenyen aquesta dinàmica. Per tipus d'oferta comercial les parades exteriors del mercat són en la seva majoria de confecció, però també hi ha una oferta complementària, important, entre d'altres: joguines, bijuteria, calçat, marroquineria i, inclús, d'articles com llums i herboristeria.

MAPA 110. ÀREA DE LA CONCENTRACIÓ COMERCIAL DE SANT ANTONI



No obstant, s'ha de tenir en compte que el mercat de Sant Antoni té unes característiques diferencials respecte a d'altres mercats municipals que, en certa mesura, recorden a les fires i mercats setmanals que es realitzen a diferents ciutats i pobles de Catalunya. En aquest sentit, la dinàmica d'aquestes parades del mercat, com la de les de llibres de vell, monedes i segells dels diumenges, és relativament poc dependent de la pròpia del mercat, i genera el seu propi espai comercial.

La resta de l'àrea de Sant Antoni registra un manteniment bo de l'activitat comercial i una tendència general cap l'alça; malgrat que es donen alguns casos concrets, però molt particulars, de davallades notables respecte el 1989. Per exemple, és el cas de les galeries comercials *Urgell Center*, on s'ha passat d'uns 50 establiments el 1989 a 15 el 1997 (dels quals tant sols ja n'existien 3 amb anterioritat), però aquest cas s'explica per una problemàtica jurídica especial que ha implicat el tancament de les galeries, un canvi de propietaris, i una quasi absoluta renovació de l'oferta, que tot just és en marxa, i que cal inscriure en la crisi general de les galeries després de l'eufòria dels anys vuitanta.

Fora d'aquest cas, el comportament dels restants establiments de l'àrea ha estat de manteniment del conjunt, i de tendència cap a l'increment. No obstant, es nota una situació diferent, tant en l'oferta comercial com en l'evolució del nom-

bre d'establiments, entre els carrers que formen part de l'Eixample i els del Casc Antic, així carrers com Príncep de Viana, de Sant Antoni Abat, Salvadors o de la Cera, registren en conjunt un descens del nombre d'establiments comercials, comportament que no és el que es produeix en carrers com Manso, Parlament o Tamarit, on han afectat les obres de remodelació del mercat. Fora d'aquestes salvetats, es fa difícil identificar un eix comercial principal en aquesta àrea, ja

que de fet la major part de l'àrea és important per ella mateixa; en qualsevol cas el que si es podria destacar aquí és més l'existència d'un centre que d'un eix, aquest centre es situaria en el mateix mercat de Sant Antoni, i la dinàmica comercial que aquest representa, i que genera una atracció que excedeix a la del barri, contribueix de manera decisiva a impulsar el comerç dels seus voltants. A més, tampoc pot deixar de esmentar-se el paper de la Ronda de

Sant Antoni, la dinàmica comercial de la qual arriba fins a la Plaça Universitat, generant de vegades un autèntic sector de comerç especialitzat, com és el cas de les botigues d'informàtica, fora ja dels límits definits aquí per l'àrea de Sant Antoni.

L'evolució dels establiment comercials de l'àrea de Sant Antoni ha estat la següent:

TAULA 21. ESTABLIMENTS PER SECTORS

	1989	1997
JOIERIA-RELLOTGERIA-BIJUTERIA	25	37
MOBILIARI I DECORACIÓ	30	32
BUGADERIA-TINTORERIA	4	5
CONFECCIÓ I MODA	273	296
ALIMENTACIÓ	41	42
PERRUQUERIA I ESTÈTICA	11	10
CAFETERIA-RESTAURACIÓ-HOSTELERIA	45	44
PAPERERIA-LLIBRERIA	15	13
VIDEO CLUB/FOTOGRAFIA	9	5
FARMACIES	7	6
AGÈNCIES BANCARIES I CAIXES D'ESTALVIS	25	21
CONSULTORIES, AGÈNCIES I PROFESSIONALS	15	21
ENSENYAMENT	7	5
DROGUERIA, PERFUMERIA I COSMÈTICA	14	12
MARROQUINERIA I CALÇAT	27	29
PASTISSERIES I FORNS	8	12
BASARS I ELECTRODOMÈSTICS	1	2
AGÈNCIES DE VIATGE I OCI	7	10
ALTRES	72	70
SERVEIS DIVERSOS	22	24
ELECTRICITAT I MATERIAL ELÈCTRIC	9	9
TOTAL	667	705

TAULA 20. TOTAL ÀREA DE SANT ANTONI

	ESTABL. 1989	ESTABL. 1997
MATEIXOS		471
CANVI		103
NOUS		131
DESAPAREIXEN		93
TOTAL	667	705