

# 6

## **L'evolució de la concentració comercial**

Segons el Pla Territorial Sectorial d'Equipaments Comercials, al Barcelonès, hi havia, el 1995, 41.087 establiments comercials (el 37% dels establiments comercials de Catalunya). El càlcul està fet, com s'ha vist, a partir d'una operació estadística de reducció de les dades de l'impost d'activitats econòmiques, que ha estat aplicat regularment a tot Catalunya<sup>100</sup>. Per altra banda les dades de l'impost municipal (IAE) del 1994 donen un total de 38.426 llicències per a la ciutat de Barcelona. En el capítol anterior s'ha jugat amb aquest total, per tal de fer una primera avaluació de l'evolució general, ja que poden considerar-se les xifres igualment exagerades a cada un dels padrons de cada any.

Sobre el fons d'aquesta evolució general, que marca una pauta de creixement en totes les seves variables, llevat d'algun subsector comercial, cal aprofundir territorialment, tot aplicant algun criteri de selecció que permeti afinar l'anàlisi. La distribució per districtes municipals, que en agrupar l'univers de seccions censals suposaria una simplificació de les dades que podria aclarir l'excés d'informació, no sembla que sigui gens significativa. Davant de la tradició i realitat actual del comerç barceloní, el problema que es planteja no és el de l'abastiment de la població municipal, que és del tot assegurat, sinó el de valorar la capacitat d'atracció del comerç de la ciutat, per tant

els criteris d'homogeneïtat territorial no són en aquest cas els que cal privilegiar. Lligat a aquest contexte general de creixement de la majoria de subsectors comercials, i a la valoració de la seva capacitat d'atracció més enllà de la mateixa ciutat de Barcelona, caldria també introduir altres qüestions que haurien de fer referència per una banda, a la qualitat d'aquest comerç, valorant si aquest creixement ha portat a una pèrdua de qualitat (en la professionalització dels comerciants, per exemple), i per altra banda establint si en alguns d'aquests subsectors, el creixement ha portat a una sobresaturació.

Si es vol emprar la dinàmica del comerç barceloní per a fonamentar alguna campanya de promoció comercial de la ciutat, el que cal és destriar quines àrees són susceptibles d'atreure clientela no més local, a nivell de barri, de municipi o de regió metropolitana, sinó de la resta de Catalunya, de forasters i d'estrangers, com s'ha vist. Un estudi de la diversitat i qualitat de l'oferta comercial podria donar algunes pistes sobre quin és el producte que ofereix Barcelona, tema difícil de valorar i molt interessant de conèixer en el moment en que la globalització sembla uniformitzar l'oferta comercial de moltes ciutats del món. Algunes de les entrevistes que s'han realitzat per a la confecció d'aquest treball, apunten algunes hipòtesis de treball que cal enca-

ra desenvolupar amb més temps i més elements d'anàlisi i que es reprenen a les conclusions d'aquest estudi.

Aquí s'ha optat per a reprendre l'anàlisi de l'evolució dels índex de concentració comercial que varen servir per a definir l'àmbit de l'estudi anterior, tantes vegades citat. D'una banda, s'aconsegueix la continuïtat de perspectiva que és fonamental per a permetre la comparació que cerca eminentment aquest treball. D'altra banda, es manté l'escala d'anàlisi de la secció censal que es considera fonamental per dues raons bàsiques: una, perquè permet un nivell de detall extraordinari, capaç de contrarrestar les possibles deficiències (o exageracions, en aquest cas) de la font d'informació; la segona, i més important, perquè és l'única que aconsegueix de facilitar la cartografia precisa dels centres comercials dins de la ciutat.

En efecte, el fet que les seccions censals siguin molt petites facilita una recomposició funcional del mapa comercial de la ciutat; alhora, com que les seccions censals canvien en funció de la població que contenen, constitueixen un element molt significatiu per a la ponderació de l'activitat comercial en relació a la clientela local potencial. En aquest sentit, el criteri aplicat a l'anàlisi de la concentració comercial a Barcelona ha estat el mateix que el 1986, només que s'ha tractat

100. A la nota 83 s'explica l'operació estadística utilitzada per derivar el nombre d'establiments a partir de l'impost de l'IAE.

d'actualitzar, aplicant una doble via. Es va partir llavors de cercar una mitjana d'establiments comercials per secció censal mínima i significativa, a partir de la qual establir diversos nivells de concentració; en aquell moment s'arribà a la xifra dels 40 establiments per secció, i s'en destacaren les seccions que doblaven i triplicaven aquesta xifra. Finalment, les seccions que sobrepassaven els 120 establiments per secció censal foren destacades com a àrees de concentració comercial, havent de fer només petites correccions per proximitat. Des de la Cambra de Comerç haurien volgut ja llavors que haguessin estat incloses algunes altres àrees, com ho va fer l'estudi posterior de l'Ajuntament, ja citat; però la nostra base és mostrà prou objectiva i defensable.

En els moments actuals, i davant del creixement generalitzat del nombre d'establiments, s'ha decidit d'aplicar, com s'ha dit, una doble via d'anàlisi. En primer lloc, es manté la possibilitat de comparació aplicant el mateix criteri numèric que el 1986, en el qual es pondera clarament l'expansió comercial que ja ha estat comentada en el capítol anterior. En segon lloc, s'ha fet la mateixa operació per a cada padró fiscal, trobant una nova mitjana cada any, el que permet d'apreciar el manteniment i consolidació de les àrees de concentració comercial que havien estat definides.

La primera sèrie de resultats (mapes 96 a 99), com s'ha vist, partint de la mitjana

de 40 establiments per secció censal i els seus múltiples, mostra un augment generalitzat del nombre d'establiments i del nombre de seccions que en contenen els màxims. Així, centrant-se només en les seccions que tripliquen la mitjana, amb més de 120 establiments, es pot veure com el 1985, n'hi havia 25; el 1990, 39; el 1992, 94; i el 1994, 137. En aquests anys s'ha més que multiplicat per cinc el nombre de seccions considerades de concentració comercial, cosa que dibuixa una taca de centralitat molt gran, en torn a l'eix dels cinc quilòmetres, en sentit ampli, a Glòries-Poblenou, plaça d'Espanya, Zona Franca i Bon Pastor, principalment. De la mateixa manera, la dinàmica de creixement queda reflectida en els màxims que assoleix la secció censal que té més establiments a cada padró; així, el 1985, era de 344; el 1990, de 510; el 1992, de 869; i el 1994, de 1.812. També aquest màxim s'ha multiplicat per una mica més de cinc, número que es converteix en una mena de xifra màgica del creixement geomètric de l'activitat comercial d'aquest darrer decenni.

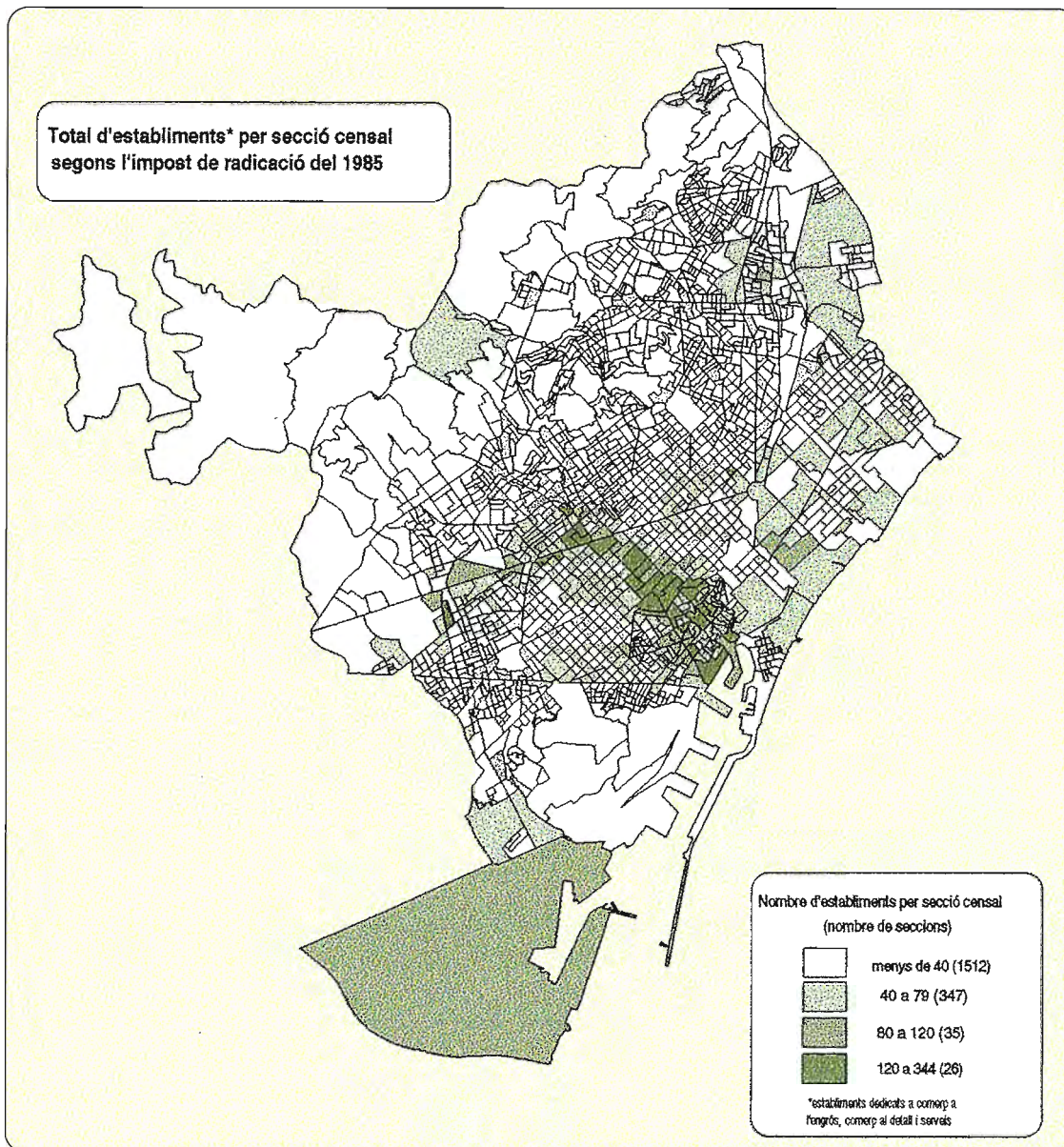
Aquesta primera aproximació, però, no permet sinó confirmar la dinàmica de creixement que ja ha estat reiteradament analitzada. Per tal de valorar amb més precisió l'evolució de la concentració, justament dins d'una dinàmica de creixement, no és gens adequat d'emprar una mitjana corresponent a l'inici del període. Per tant, s'ha elaborat un nou tractament estadístic, metodològicament igual, però

que a través de l'ús de mitjanes mòbils, elaborades per cada any analitzat, possibilita una comparació real, que resta els efectes determinants de l'increment merament quantitatiu.

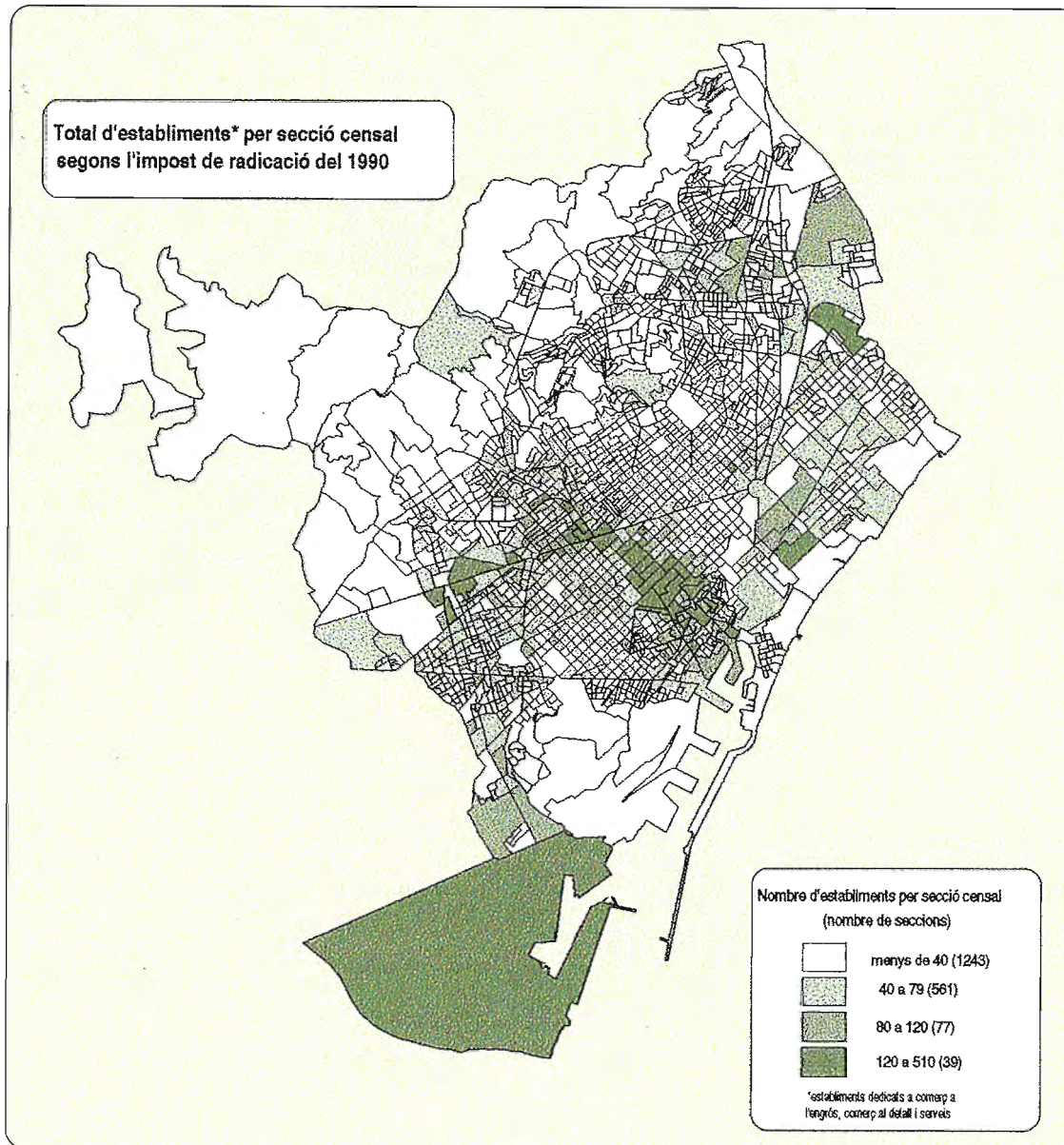
La sèrie de resultats mostra les conclusions d'aquesta anàlisi (mapes 100 a 102). La mitjana mínima d'establiments per secció el 1990 era ja de 51, cosa que posava el llistó màxim, als 153 establiments. Per al 1992, la mitjana mínima havia ascendit a 80 establiments per secció, cosa que elevava el màxim als 240 establiments. Finalment, per al 1994, la mitjana mínima ascendia a 91, cosa que deixava el màxim en 273 establiments per secció censal. Aplicant aquestes mitjanes mòbils, elaborades amb els mateixos criteris en cada cas, restant per tant l'efecte generalitzat del creixement, els resultats eren ben diferents dels anteriors.

D'una banda, el nombre de seccions de concentració comercial té una evolució complexa, però força estable. De les 26 del 1985, es pujava a 39 el 1990, baixant a 23, el 1992, i tornant a establir-se casualment en 26, el 1994. Si en l'evolució numèrica hi pot haver factors relativament aleatoris, la permanència de la mateixa distribució territorial de la concentració comercial treu qualsevol ombra de dubte al mètode emprat. La comparació dels resultats del 1985 i del 1994 és força clara en aquest sentit. L'eix dels cinc quilòmetres es manté, tot i que hi ha una minva sensi-

MAPA 96

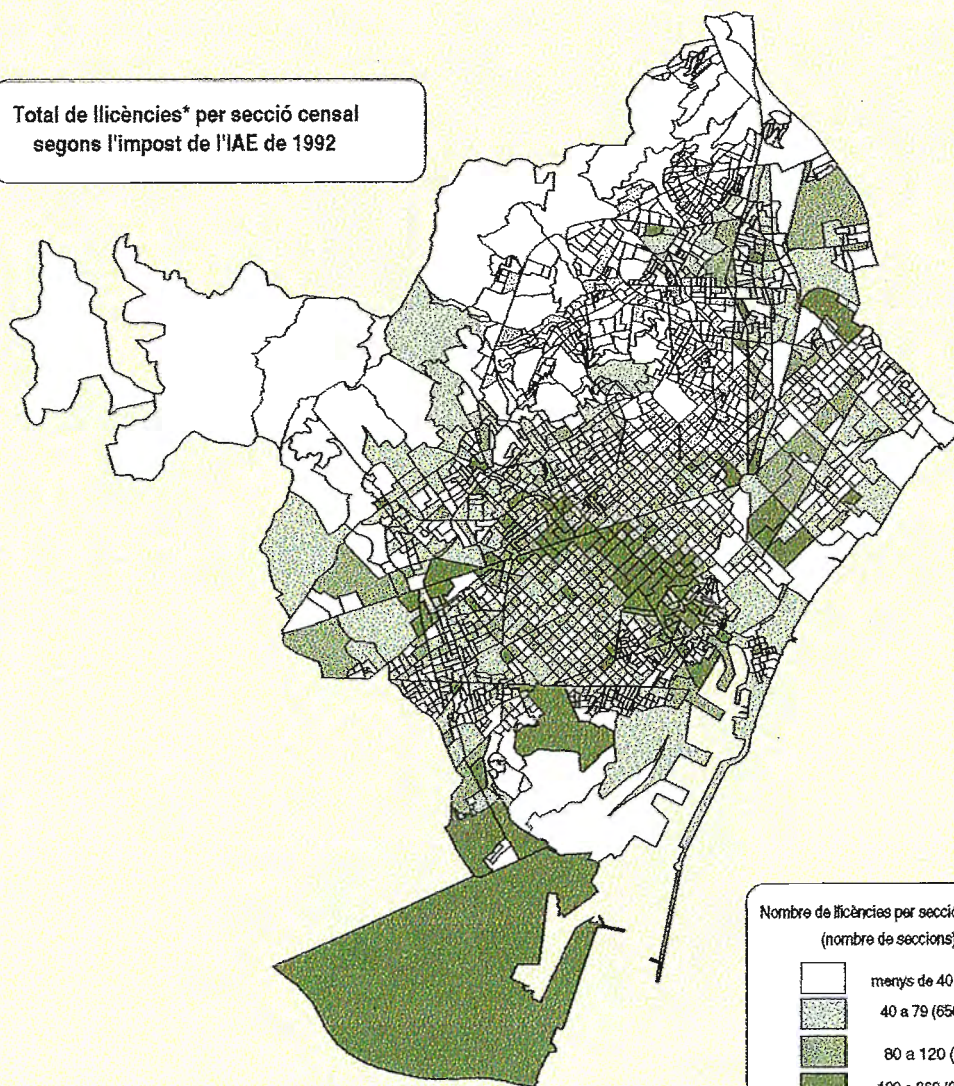


MAPA 97







MAPA 98

Total de llicències\* per secció censal  
segons l'impost de l'IAE de 1992

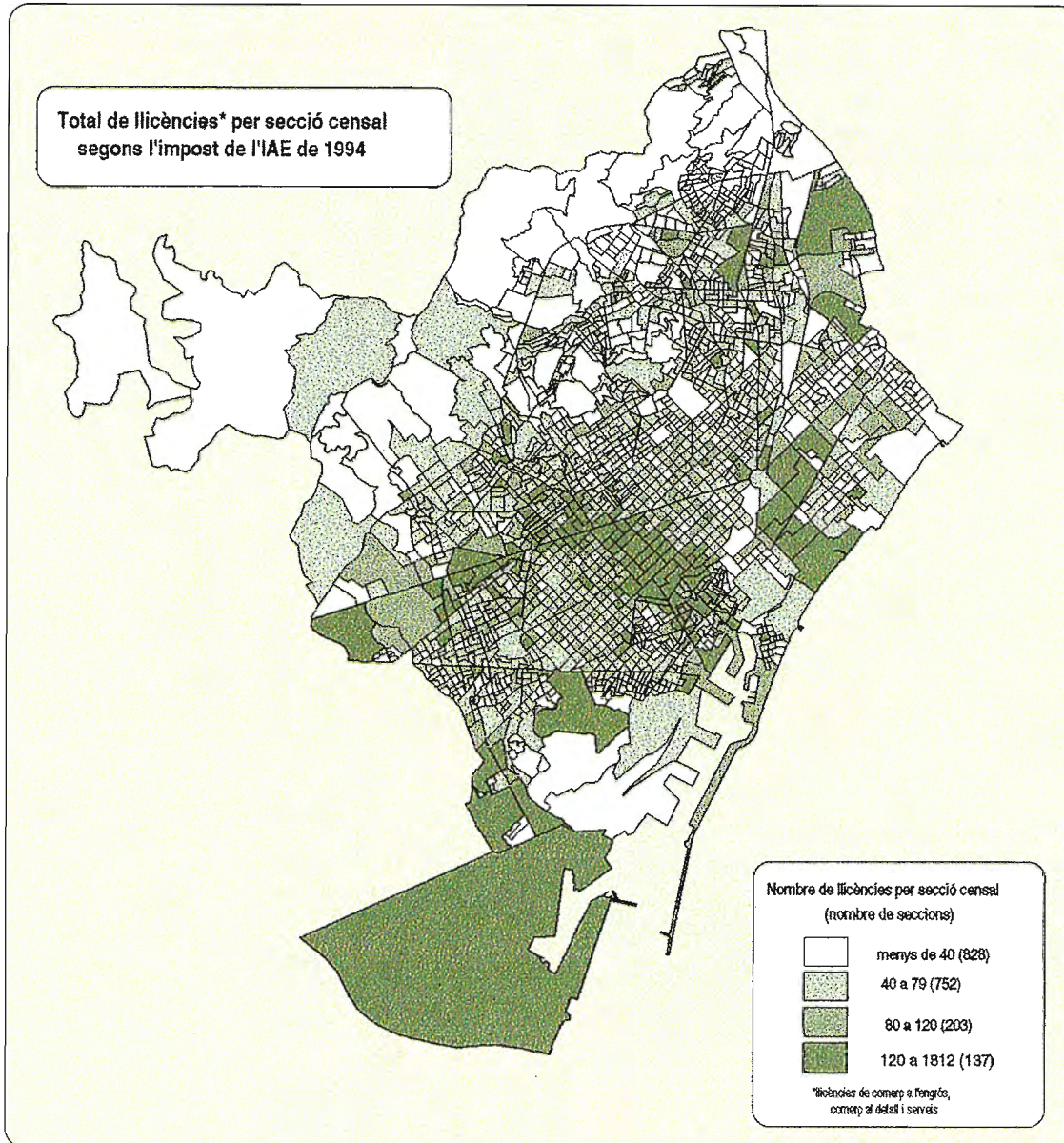


Nombre de llicències per secció censal  
(nombre de seccions)

-  menys de 40 (1046)
-  40 a 79 (656)
-  80 a 120 (124)
-  120 a 869 (94)

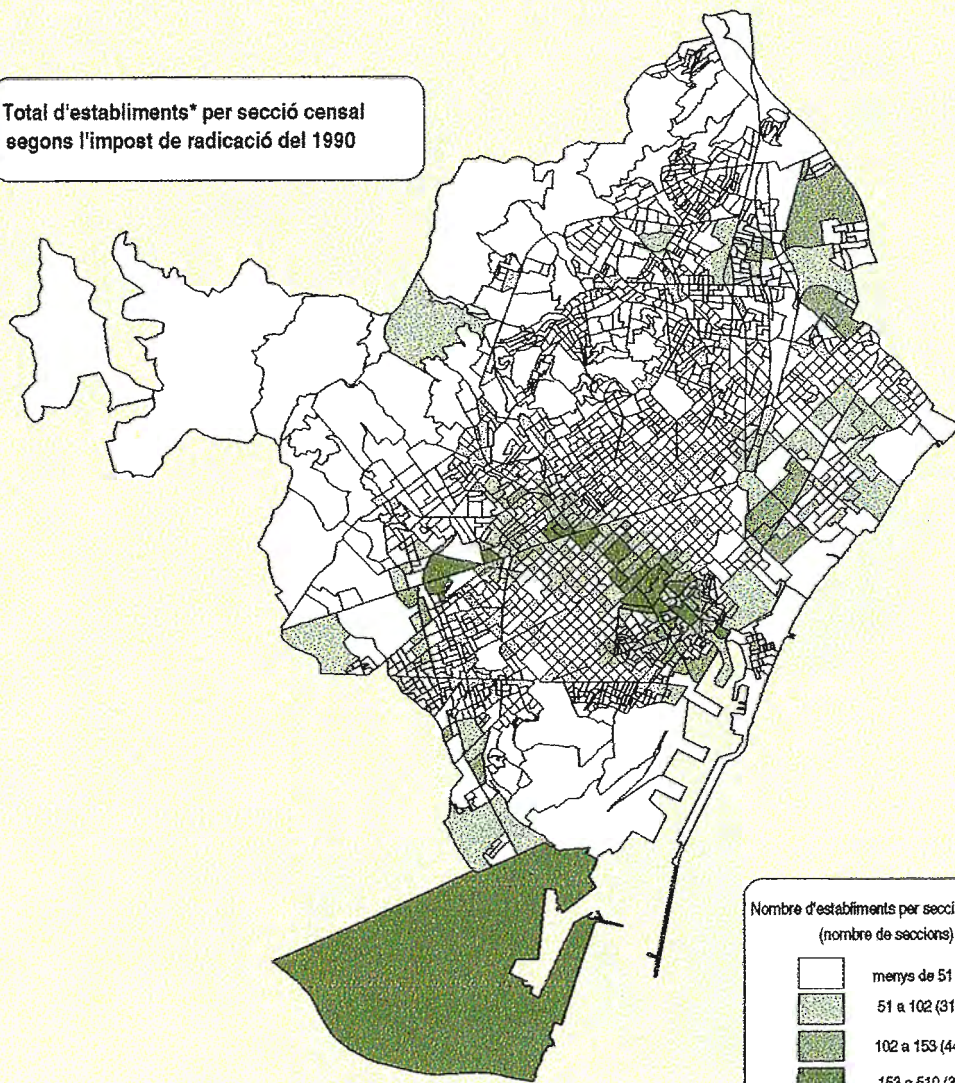
\*Llicències de comerç a menudr,  
comerç al detall i serveis

MAPA 99



## MAPA 100

Total d'establiments\* per secció censal  
segons l'impost de radicació del 1990



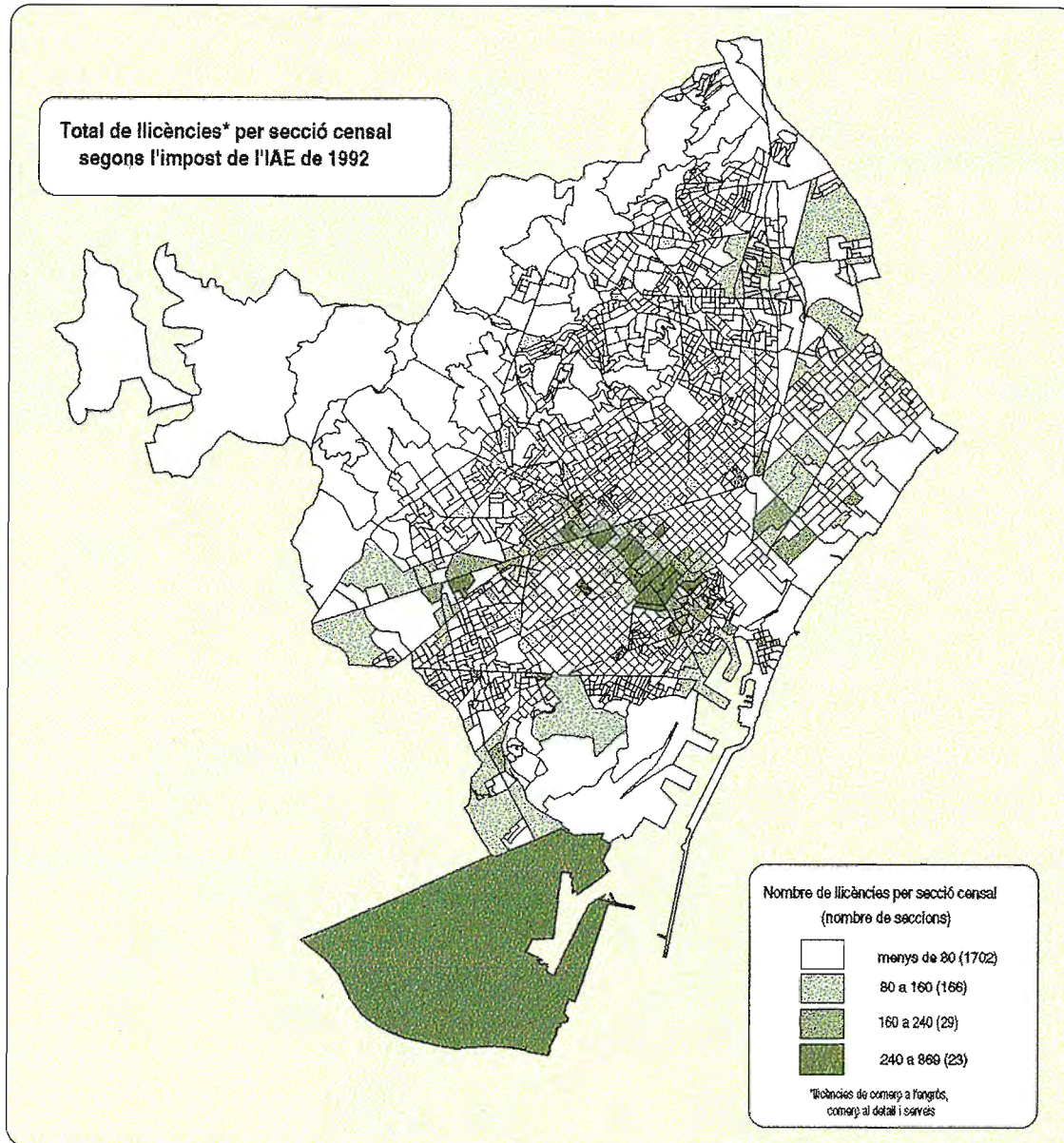
Nombre d'establiments per secció censal  
(nombre de seccions)

menys de 51	(1537)
51 a 102	(319)
102 a 153	(44)
153 a 510	(39)

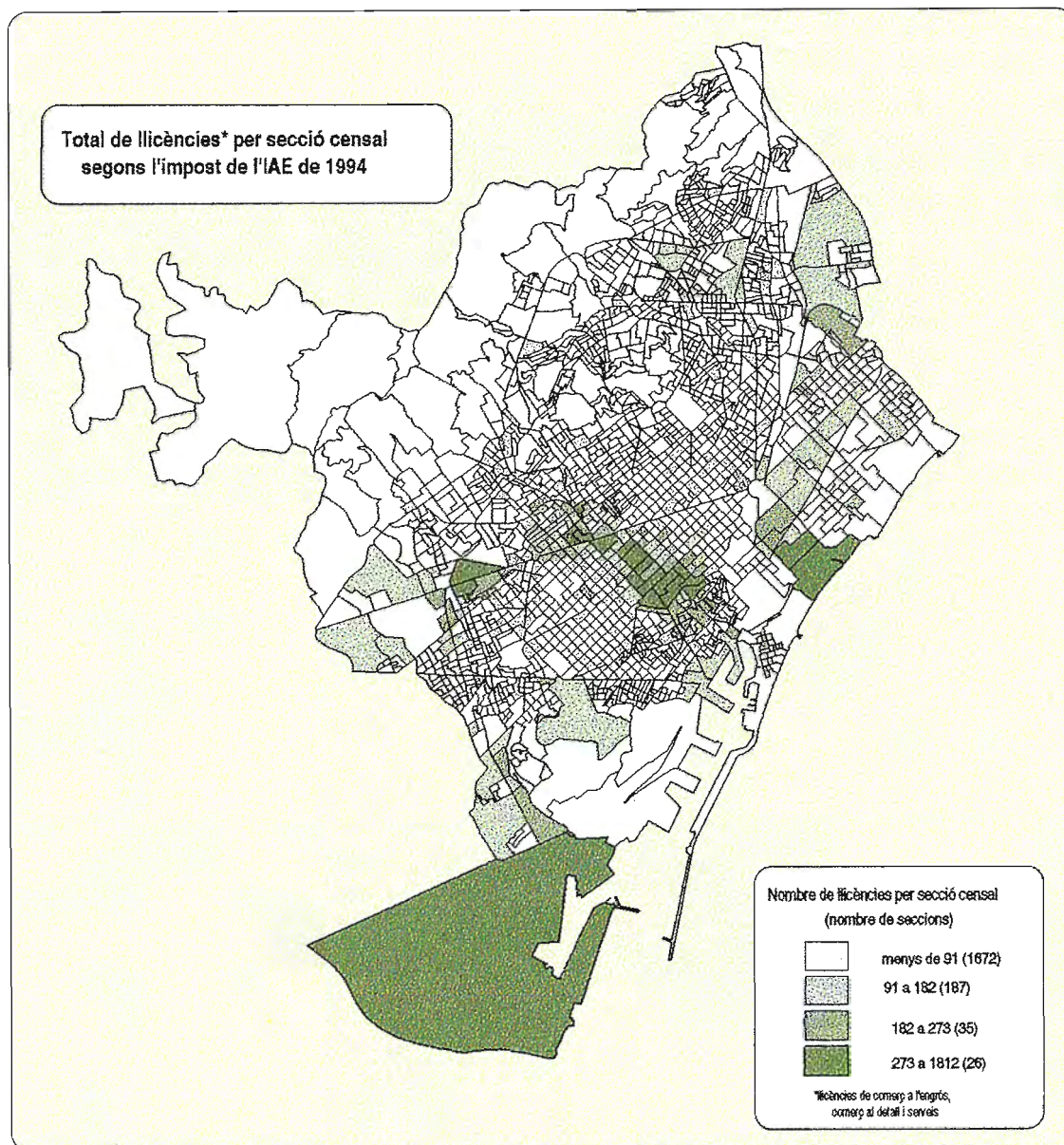
\*establiments dedicats a comerç a l'engròs, comerç al detall i serveis



MAPA 101



## MAPA 102



ble en les seccions més litorals de Ciutat Vella; cal tenir en compte que aquell any encara no havia obert el Maremàgnum, que té una influència decisiva en el manteniment del sector original del centre comercial barceloní, com s'ha vist. D'altra banda, la concentració Glòries-Poblenou s'havia anat decantant cap a la Vila Olímpica, fenomen que no haurà fet sinó incrementar-se, amb l'obertura del Centre de la Vila. La Zona Franca havia incrementat també el seu pes relatiu, mentre els mercats municipals seleccionats es mantenien i només apareixia un creixement nou cap a la plaça de Sants, en torn del mercat de Sants, amb l'efecte clar de perllongar l'eix Creu Coberta-carrer de Sants, i s'afermava el conjunt del Bon Pastor. En conjunt, cal constatar també que s'aprima el paper de l'Eixample, fet que podria ésser significatiu de l'augment del pes de la concentració en front de la dispersió tradicional.

Malgrat uns resultats tan evidents i les presses relatives que acabar un treball sempre suposa, s'ha fet però un esforç de reflexió sobre aquests fets, per tal de defugir l'estètica indubtable que la confirmació de les hipòtesis té per a qualsevol investigador. La reflexió ha tingut aspectes teòrics, tan en els debats en que s'han convertit algunes entrevistes amb experts, com analitzant les obres que presentaven una dispersió major de centres comercials, com la municipal ja citada, que a les concentracions mencionades afegeix els eixos dels carrers Gran de Gràcia (que caldrà estudiar després de la remodelació) i Major de Sarrià, Paral·lel, Fabra i Puig (en torn de Virrei Amat), Via Júlia, el mercat del Ninot, la plaça Eivissa i el mercat d'Horta i les àrees de nova centralitat, llavors en el seu inici de planejament. A la reflexió teòrica, a més, s'ha afegit treball de camp específic d'observació de tots aquests centres esmentats i d'altres de possibles

(Vall d'Hebron, Clot, part alta de Sant Gervasi, al llarg del carrer Muntaner, especialment), que permetés contrastar els resultats quantitius dels que es partia.

Assumint l'alt grau de subjectivitat que aquestes reflexions necessàriament sempre tenen, els resultats de les dues aproximacions, teòrica i pràctica, no han fet sinó confirmar, de moment, el mapa de la concentració comercial que es presenta. Òbviament, la realitat, a més de tossuda, és dinàmica, i és pensable que es cristal·litzi noves àrees de concentració comercial en algun d'aquests centres esmentats. L'impacte de les millores urbanístiques és, en molts casos, encara massa recent, mentre alguna gran operació que encara està en marxa (com, sobretot, el centre comercial de la Sagrera o els plans per RENFE-Meridiana i Diagonal-Mar) pot tenir l'efectes de produir canvis molt importants.