

## **Evolución de la especialización económica en espacios urbanos: distribución mayorista, empresas del conocimiento y turismo en el Distrito Textil de Trafalgar en Barcelona, 1940-2016**

R. Vicente-Salar<sup>1</sup>, M. Pallares-Barbera<sup>1</sup>

<sup>1</sup> *Departamento de Geografía, Universidad Autónoma de Barcelona, Bellaterra, Barcelona*

*Rafael.Vicente@uab.cat, Montserrat.Pallares@uab.cat*

**RESUMEN:** El Distrito Textil de Trafalgar (DTT), localizado en el barrio de l'Eixample Dret de Barcelona, es un distrito dedicado históricamente a la venta al por mayor de ropa que está experimentando, actualmente, una transformación en su especialización tradicional. En los últimos cincuenta años, factores externos e internos han provocado una desintegración del clúster regional textil catalán reflejándose, por un lado, en el cierre de talleres de producción localizados en el área metropolitana y, por otro lado, en la desaparición o relocalización hacia espacios óptimos de comercios mayoristas del DTT. Actualmente, las ciudades están transformando sus sistemas productivos hacia actividades de mayor valor añadido con el objetivo de poder competir en una economía cada vez más globalizada. Este hecho se refleja en el incipiente crecimiento dentro del distrito de actividades relacionadas con el conocimiento, la cultura, la creatividad y el turismo en detrimento del comercio mayorista.

**Palabras-clave:** Barcelona, distrito textil, economía del conocimiento, turismo.

### **1. INTRODUCCIÓN**

Las ciudades han estado siempre en constante evolución. Una buena muestra de ello son aquellas especializadas en actividades industriales de sistema fordista que cayeron en declive en los años setenta y ochenta. El auge de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) fomentó la globalización económica y, por tanto, la competencia global. A partir de este período, las ciudades tuvieron que transformar sus sistemas productivos hacia actividades de mayor valor añadido con el objetivo de ser más competitivas y colocarse en mejores posiciones dentro de la jerarquía económica global. Existe una amplia literatura que se centra en la aparición de actividades relacionadas con la cultura, la creatividad, las TIC o el conocimiento (Waite, 2009, Hutton, 2006, Evans y Smith, 2006, Méndez, 2012).

El caso del Distrito Textil de Trafalgar en Barcelona (DTT) muestra una incipiente transformación en su especialización económica. El DTT se localiza en el Distrito de l'Eixample, cerca del centro neurálgico de Plaza Catalunya y Passeig de Gràcia, y las inmediaciones del centro histórico (Ciutat Vella). El DTT nació a principios del siglo XX como un espacio urbano óptimo para la localización de sedes centrales de empresas de producción textil y almacenes, los cuales en el siglo XIX, estaban localizados en el centro histórico. A partir de la década de los cuarenta, el DTT se convirtió en un centro importante de distribución de ropa de hogar. En la década de los sesenta, el comercio mayorista de ropa de hogar fue sustituido por el de la ropa confeccionada permaneciendo hasta la actualidad. En la década de los setenta y ochenta, shocks externos e internos provocaron una disminución de la importancia de la industria textil catalana en general y de la distribución mayorista de ropa confeccionada en particular. La actual situación en el DTT muestra un cambio en la especialización económica apareciendo actividades relacionadas con el conocimiento y con el sector de la hostelería. El objetivo de esta comunicación es analizar la evolución histórica del DTT hasta nuestros días y clarificar la importancia de nuevas actividades económicas basadas en el conocimiento y en el turismo.

El análisis de la evolución económica del DTT es relevante. En primer lugar, la herencia industrial y cultural del textil permanece en el distrito a través de la presencia de comercio mayorista pero, ¿en qué medida el DTT sigue siendo un espacio óptimo para la localización de este comercio? ¿Qué peso tiene actualmente el sector de la distribución mayorista en el distrito? En segundo lugar, la aparición de actividades relacionadas con el conocimiento revela una posible transformación de la especialización

económica del distrito pero, ¿qué tipo de actividades son las más relevantes? ¿Los patrones de localización buscan la colocalización formándose clústers en el distrito? Por último, ¿tiene la industria hotelera un peso importante en el distrito debido a su centralidad urbana y a la proximidad a un centro histórico especializado en el turismo?

El análisis de los diferentes aspectos de la evolución del DTT nos muestra una transformación en espacios urbanos, los cuales, en la literatura, están focalizados en antiguos espacios fordistas. En el caso del DTT, el distrito no es un antiguo espacio urbano fordista, sino que era un antiguo barrio burgués del siglo XIX compuesto por edificios modernistas, algunos de ellos de gran importancia arquitectónica. Por tanto, la necesidad de entender qué procesos se están llevando a cabo en el distrito es esencial.

## 2. METODOLOGÍA

### 2.1 Obtención de datos

Los datos se recogieron a través de tres métodos: trabajo de campo, recopilación de datos oficiales y entrevistas en profundidad. El trabajo de campo al área de estudio permitió la recopilación del número y nombre de empresas del distrito. Este proceso se realizó debido a la falta de un registro oficial de actividad económica de la ciudad. El trabajo de campo se realizó en tres fases. En primer lugar, se anotó todas aquellas empresas visibles como son los locales a pie de calle y aquellas cuyo nombre aparecía en plaquetas en los portales de los edificios. En segundo lugar, a través de una búsqueda intensiva en internet se localizó todas aquellas empresas que no eran visibles en la primera fase. Finalmente, se realizó un chequeo *in situ* de todas aquellas empresas recopiladas en la anterior fase. A través de este proceso se contabilizó un total de 1107 empresas. La información se clasificó por actividad económica siguiendo los parámetros de la clasificación NACE rev.2.

Respecto a la recopilación de datos oficiales, el Departamento de Empresa y Conocimiento de Barcelona proporciona una base de datos sobre alojamientos turísticos de toda Cataluña actualizada mensualmente. Los datos recogidos pertenecen a febrero del 2016 e incluye el tipo de alojamiento (hotel, hostel, hotel-apartamento, pensión y alojamiento de uso turístico) y la dirección del mismo. Los datos sobre alojamiento turístico fueron añadidos al número de empresas recogidas en la fase anterior alcanzando las 1382 empresas.

En tercer lugar, datos históricos y socioeconómicos fueron obtenidos a través de dos entrevistas en profundidad a gerentes de comercios mayoristas (Sr.A y Sr.B). El Sr.A fue un gerente experimentado de uno de los comercios mayoristas más antiguos del distrito, el cual, actualmente, es dirigido por su hijo. En esta entrevista se pudo recopilar información valiosa sobre la transformación histórica del DTT. El Sr.B era el presidente de la asociación de comerciantes mayoristas del DTT cuyo nombre era *Es Moda*. El objetivo de ambas entrevistas era recopilar, por un lado, información sobre hechos históricos en la configuración del distrito e impresiones socioeconómicas sobre el sector de la distribución mayorista, la posible transformación económica del distrito y perspectivas futuras. Los ejes principales de las entrevistas fueron: 1) la historia del DTT, 2) proveedores, 3) shocks externos e internos, 4) asociación de empresarios mayoristas y 4) perspectivas futuras. Ambas entrevistas duraron alrededor de una hora y fueron grabadas.

### 2.2 Métodos estadísticos

El primer objetivo era saber cuántas empresas pertenecían al sector de la distribución mayorista, a actividades relacionadas con el conocimiento y al sector del alojamiento turístico. Este objetivo se cumplió a través de la utilización de estadística descriptiva básica.

El segundo objetivo era conocer donde se localizaban las concentraciones más importantes de alojamiento turísticos. Para ello se realizó un mapa de densidades a través del método de Kernel, el cual es utilizado para conocer patrones de comportamiento de variables en un espacio concreto tales como epidemias (Kloog et al, 2009) o accidentes de tráfico (Xie y Yan, 2008). La metodología seguida fue la siguiente:

- Los datos obtenidos por el Departamento del Conocimiento y Empresa fueron geocodificados.
- El mapa de densidades se realizó a través de un análisis Kernel usando un grid de 1x1 metro. Los resultados se clasificaron en cinco tipos (muy bajo, bajo, medio, alto y muy alto), excluyendo el valor cero para expresar los resultados de manera más visible.

### 3. EVOLUCIÓN DE ESPACIOS ECONÓMICOS EN ÁREAS URBANAS

Las ciudades han experimentado, a lo largo del tiempo, constantes cambios funcionales que han transformado sus características urbanas. Una de las principales causas de dichas transformaciones es la evolución de los sistemas de producción. Así, desde el siglo XIX, la mayoría de los espacios urbanos estaban destinados a la industria. Las ciudades se convirtieron, por tanto, en focos de riqueza, producción, innovación y avances tecnológicos pero también de pobreza y epidemias debido a la alta polución industrial o a las altas densidades demográficas, entre otras. A lo largo del siglo XIX, algunas ciudades industriales importantes – Manchester (Douglas et al, 2002) o Barcelona (Tatjer, 2006) – experimentaron procesos de relocalización tanto de la industria como de la población hacia espacios más abiertos y más salubres lejos de la ciudad central. En la primera mitad del siglo XX, las ciudades experimentaron una segunda relocalización. En este caso, para adaptarse a las características del Fordismo. Perlmutter (1991) compara las transformaciones urbanas de Detroit y Turín relacionada con la industria automovilística. Así, en Detroit, paradigma de ciudad fordista, se produjo en las primeras décadas del siglo XX un movimiento no sólo de población sino también de la industria desde el centro de la ciudad hacia el área metropolitana, cerca de las infraestructuras de transporte, mientras que Turín experimentó similares comportamientos en la década de los sesenta. Similares patrones se produjeron en Manchester (Lloyd y Manson, 1978) y en Londres (Keeble, 1978). El desplazamiento de la industria a espacios en las áreas metropolitanas conllevó la degradación del centro de las ciudades. En la década de los setenta y ochenta, estos problemas se agudizaron debido a que los sectores industriales en los países en desarrollo experimentaron una pérdida de su competitividad provocando altas tasas de desempleo y desertización funcional en espacios urbanos en ciudades como Pittsburg (Ahlbrandt, 1990), Glasgow y Bilbao (Gomez, 1998), Londres (Gripaios, 1977) o en regiones enteras como Nord-Pas-de-Calais o en la Cuenca del Ruhr (Leboutte, 2009). Este cambio de paradigma económico condujo a las ciudades a desarrollar actividades económicas- post-Fordistas - con el fin de ser más competitivas en una economía globalizada, forzando el cambio de especialización económica en espacios urbanos.

El sistema post-Fordista engloba aquellas industrias relacionadas con “*altas tecnologías y servicios a otras empresas*” (Scott, 1988:11) destacando el papel de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) e inputs intangibles como el conocimiento, la innovación o la creatividad como partes esenciales para la mejora de la competitividad. Así, actividades económicas como el diseño, la arquitectura, la publicidad, la edición, la fotografía, la educación o los medios de comunicación, entre otras, constituyen, lo que en la literatura se ha denominado a través de varios conceptos como actividades culturales (Scott, 1996), actividades basadas en el conocimiento (Isaksen, 2004) o actividades intensivas basadas en el conocimiento (Strambach, 2008; Hertog, 2000).

El aspecto a subrayar en este tipo de empresas son los patrones de localización y sus impactos espaciales. La volatilidad y los cambios trepidantes de una economía globalizada provocan que la información se convierta en un requisito esencial para las empresas. Así, las áreas urbanas se convierten en espacios óptimos (Porter, 1995) donde la proximidad entre empresas fomenta no solo flujos de capital y trabajo, sino también de información (Storper y Venables, 2003) y conocimiento (Boschma, 2005). Por lo tanto, aunque las TIC fomenta la comunicación virtual e inmediata, la proximidad aún sigue siendo importante (Pratt, 2000). La literatura señala ejemplos donde actividades post-Fordistas se concentran en áreas metropolitanas como empresas culturales en Los Angeles (Scott, 1996) pero también en áreas urbanas centrales como empresas de software en Oslo (Isaksen, 2004) o de diseño de ropa en Londres y Milán (d’Ovidio, xx) o en Nueva York (Rantisi, xx). En algunos casos estas empresas también se localizan en antiguas zonas fordistas, actualmente deprimidas y sin ninguna función, provocando una revitalización socioeconómica de las mismas (Barnes and Hutton, 2009; Prat, 2009; Casellas y Pallarès-Barberà, 2009; Sacco y Tavano, 2009; Hall, 2000; Waitt, 2009). Esta revitalización esconde un proceso de competición a través de la renta del suelo (Von Thünen, 1910). Las empresas que aún se localizan en antiguos espacios fordistas tienden a decrecer su valor añadido provocando una disminución de sus beneficios y, por tanto, la incapacidad de permanecer en espacios de rentas altas. Así, se lleva a cabo un proceso de sustitución de empresas de bajo valor añadido por otras de mayor desplazando las primeras a zonas periféricas (Dot y Pallarès-Barberà, 2012), al cierre de las mismas o forzándolas a aumentar su competitividad para permanecer en zonas urbanas centrales. Es el caso de la industria de la confección. Aquellas empresas que desarrollan altas tasas de conocimiento e innovación, como las actividades de diseño, permanecen en áreas urbanas centrales, mientras que aquellas que producen productos estandarizados como las de corte o ensamblaje tienden a localizarse en zonas urbanas de bajas rentas (Evans, 2006; Fernie et al, 1998). Por el contrario, en la literatura se ha puesto poca atención a aquellas actividades de la industria textil, como la distribución de ropa confeccionada que permanecen en zonas urbanas centra-

les. Algunos distritos de moda como el de Nueva York (Rantisi, xx) o el de Los Angeles (fashion district.org) acogen showrooms de diseñadores y multimarca pero no existe una investigación profunda de las estrategias de gestión empresarial que han tenido que llevar a cabo para permanecer en zonas centrales. Por tanto, actividades basadas en el conocimiento, la cultura y la creatividad se han convertido en una pieza fundamental para la revitalización de espacios urbanos obsoletos pero también se debe tener en cuenta otras actividades como el turismo.

La estrategia de las ciudades para desarrollar y vender una imagen moderna y cosmopolita (Casellas et al, 2010; Plaza et al, 2015) con el objetivo de atraer turismo tanto nacional como internacional, está íntimamente relacionado con estar *on the map* y, por tanto, escalar posiciones en la jerarquía global. Para el cumplimiento de este objetivo se lleva a cabo una serie de estrategias como, por ejemplo, la organización de mega-eventos (Malfas et al, 2004) o la comodificación de recursos culturales urbanos (Pallarès-Barberà, 2010; Fainstein y Judd, 1999) – patrimonio arquitectónico, calles históricas y comerciales o festividades populares. Ejemplos de la comodificación de la cultura puede ser Liverpool y su eterna relación con The Beatles, París y la *bohème*, el patrimonio histórico de Venecia y Roma o la arquitectura modernista de Barcelona.

Las ciudades que se convierten en destinos turísticos internacionales deben de crear toda una red de infraestructuras para satisfacer las necesidades de los turistas. Así, además de los principales recursos culturales que ofrece la ciudad, ésta tiende también a crear una oferta comercial y de ocio – restaurantes, bares, discotecas, etc - que puede llegar a convertirse en un recurso en sí. La concentración de esta oferta suele localizarse en áreas urbanas provocando la especialización turística de algunas de ellas. Así, la industria hotelera no sólo se localiza cerca de recursos culturales sino que también se concentra cerca de la oferta comercial y de ocio con el objetivo de crear ventajas comparativas a través de acuerdos entre diferentes servicios turísticos (Snyman, 2015) creándose así clústers turísticos (Fabry, 2015). El papel del turismo como actor del desarrollo local y de revitalización de zonas urbanas ha sido desarrollado en la literatura como el caso del barrio de Harlem, en Nueva York, donde el turismo está totalmente relacionado con la cultura negra (Hoffman, 2003), en Manchester y Lyon mejorando áreas urbanas deprimidas (Kazimierczak, 2012) o en ciudades industriales como Bradford, Bristol, Glasgow y Hamm (Buckley y Witt, 1985). Por el contrario, al igual que las actividades del conocimiento, problemas sociales y económicas surgen causando procesos de gentrificación social y comercial (Cócola, 2015; Gotham, 2005).

## 4. EL DISTRITO TEXTIL DE TRAFALGAR

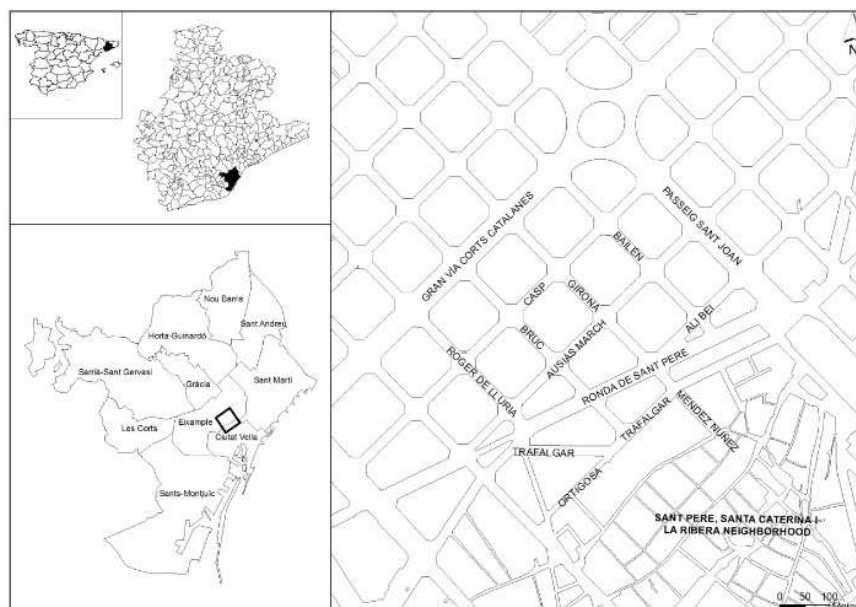
### 4.1. Origen y evolución del Distrito Textil de Trafalgar como espacio económico (1800-1990)

El DTT se localiza en el barrio de la Dreta de l'Eixample, en el distrito de l'Eixample, y en las inmediaciones del centro histórico de Barcelona (Fig. 2). Sus orígenes y evolución están fuertemente relacionados con la cercanía al barrio del centro histórico de Sant Pere, donde en los siglos XVIII y XIX se concentraban industrias textiles (Fig 3). En el siglo XVIII la industria se centraba en productos textiles de algodón y lino, los cuales se comercializaban dentro de España y en las colonias (Pascual i Domenech, 1997). El desarrollo de la industria textil de Barcelona en el siglo XVIII estaba fuertemente relacionada con inversiones de españoles que regresaban de América (Indianos).

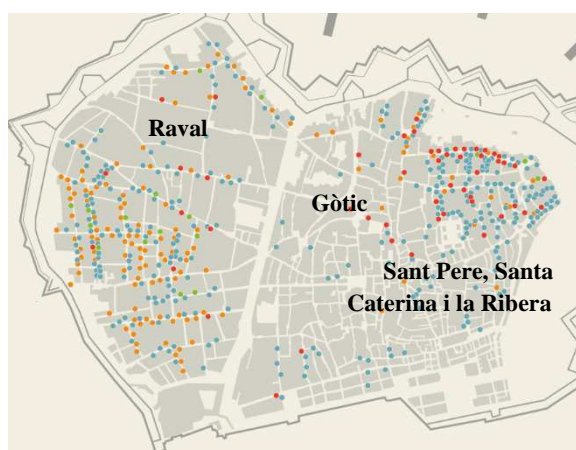
En la primera mitad del siglo XIX, durante la revolución industrial, las empresas industriales se concentraban en Sant Pere debido a la existencia de factores competitivos, como por ejemplo, la proximidad al mercado laboral y a recursos hídricos (el canal de irrigación *Rec Comtal*) que eran utilizados para lavar y tinter tejidos (Carreras, 1993). La cercanía al puerto era otro factor a tener en cuenta debido a que las empresas textiles dependían del carbón inglés como fuente de energía (Pascual i Domenech, 1997). El incremento de las tasas municipales, la limitación de calderas de carbón por parte del ayuntamiento debido a altas tasas de contaminación y la necesidad de más agua (Tatjer, 2006) forzaron a algunas empresas a relocalizarse en municipios cercanos para minimizar los costes de transporte. Ejemplo de ello son Vapor de Fil (1839) y Ferran Puig (1843) que se relocalizaron en Sant Andreu o España Industrial (1847) relocalizada en Sants (Tatjer, 2006).

En la segunda mitad del siglo XIX, hubo una segunda relocalización productiva aprovechando la demolición de las murallas de la ciudad (1854). Además de las desventajas competitivas internas de Sant Pere, problemas externos como la creciente contaminación ambiental, la decreciente calidad de vida y aparición de enfermedades (tuberculosis y cólera) y el abandono del carbón como fuente de energía por la electricidad, convirtió Sant Pere en un espacio económico sub-óptimo provocando el desplazamiento de empresas (como en la primera mitad del siglo) a municipios como Gràcia, Sant Martí, Les Corts o Sants. Estos municipios

fueron anexados por Barcelona en 1897 (Busquets, 2004). Como consecuencia de este proceso, muchos edificios en Sant Pere quedaron vacíos y fueron ocupados por sectores más innovadores como la industria maquinaria o el sector de las artes gráficas –edición e impresión (Tatjer, 2010). A pesar de la introducción de estos nuevos sectores económicos, algunas empresas textiles permanecieron en el barrio pero sólo las sedes centrales, almacenes o espacios para muestras hasta la primera mitad del siglo XX como por ejemplo Sert (Cabana, 1997), España Industrial, Ricart o Casarramona (Tatjer, 2006).



**Figura 2.** Localización del Distrito Textil de Trafalgar.  
*Fuente: elaboración propia*



**Figura 3.** Localización de fábricas en el centro histórico de Barcelona en 1842. Amarillo: xx; Azul: xx; verde: xx; rojo: xx.  
*Fuente: [http://museuhistoria.bcn.cat/sites/default/files/programa\\_CAT.pdf](http://museuhistoria.bcn.cat/sites/default/files/programa_CAT.pdf)*

En la primera mitad del siglo XX, las empresas textiles se desplazaron a espacios más óptimos en el Eixample de Cerdà (Tatjer, 2010, Pallarès-Barberà, 2011). Una nueva zona urbana en las inmediaciones de Sant Pere ofrecía espacios más grandes para actividades económicas convirtiéndose en áreas óptimas para la localización de almacenes. Este nuevo espacio acotado por las calles de Trafalgar, Ronda Sant Pere, Bruc, Girona, Bailén y Ali Bei, entre otras (Figura 2) era idóneo para el asentamiento de las empresas textiles localizadas anteriormente en el centro urbano. Empresas como Cuadras i Prim, Sert, Francisco Vilamura o Josep

Reig i Peix (Cabana, 1997), entre otras, se relocalizaron en este nuevo espacio originando la aparición del DTT. En la década de los cuarenta, surgieron también comercios de distribución mayorista de ropa de hogar (Mr. A, 2014).

En la segunda mitad del siglo XX, en la década de los sesenta, el comercio mayorista de ropa confeccionada sustituyó al de ropa de hogar. Este nuevo sector de distribución daba salida a los productos que se producían en ciudades cercanas como Sabadell, Terrassa, Mataró, Igualada o Badalona, entre otras, constituyéndose el clúster regional textil de Cataluña (Sr.B, 2014). La distribución se realizaba al resto de España y en un menor grado a mercados internacionales. A partir de la década de los setenta hasta los ochenta, shocks externos transformaron la industria de la producción y el sector de la distribución de ropa modificando el DTT y el clúster regional.

La globalización, desarrollado por las nuevas tecnologías de comunicación y transporte, provocaron que la competencia se globalizara. Por otra parte, España entró en la Comunidad Económica Europea (CEE) en 1986 provocando el final del proteccionismo económico nacional y la aprobación, en primer lugar, del libre comercio de bienes entre países europeos (Maluquer Trepas et al, 1988) y, en segundo lugar, la política comercial de importaciones europeas. La entrada masiva de textiles y de ropa por parte de los nuevos países industrializados – Hong Kong, Taiwan, Singapur y Corea del Sur – a los países desarrollados provocó la formalización en 1973 del Acuerdo Multifibras (AMF) dentro del Acuerdo General de Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT en inglés). El objetivo era regular las importaciones textiles y de ropa hacia los Estados Unidos, la CEE y Japón a través de cuotas, permitiendo la reconversión de las industrias textiles tradicionales con el fin de ser más competitivas. En 1995 se sustituyó el MFA por el Acuerdo sobre Textiles y Vestido (ATV) cuyo objetivo era reducir progresivamente la importación de contingentes hasta su eliminación en el 2004. La configuración de la industria textil en Cataluña no permitió adaptarse lo suficientemente rápido a estos desafíos globales debido a una atomización del sector, a las bajas tasas de exportación (Maluquer i Trepas et al, 1988) y a la falta de inversión en tecnología, conocimiento e innovación provocando problemas para ajustarse a la competencia global y causando, por tanto, una desestabilización de la balanza comercial después de la entrada en el EEC (Fabregat Muñoz, 1993). En el caso de la distribución de ropa confeccionada, la necesidad de una mayor competitividad y flexibilidad provocó la reconfiguración del sector, desarrollando estrategias internas como el *just-in.time* y la integración vertical adoptadas por multinacionales con el objetivo de adaptarse a un escenario internacional más volátil. Por tanto, el clúster regional textil no tuvo suficientes elementos para competir con las multinacionales provocando el cierre de talleres de producción y, por ende, la disolución del clúster regional (Sr. B, 2014).

#### 4.2 Transformaciones económicas en el DTT: empresas del conocimiento y alojamientos turísticos (1991- 2015)

La transformación económica y urbana de Barcelona a partir de la década de los noventa ha afianzado su posición como una ciudad importante en la jerarquía global debido a procesos de innovación económica y a especificidades espaciales (Trullén, 1998). La gran tradición industrial diferencia a Barcelona como una ciudad históricamente innovadora. Por otra parte, recalcar la configuración espacial de su área metropolitana donde existen ciudades económicamente especializadas provocando una diversificación a nivel regional, además de sus sólidas conexiones entre ellas (Trullén, 2002) convirtiéndola en una región altamente competitiva. Estos hechos permiten a Barcelona posicionarse como una de las ciudades más importante tanto nacional como a nivel europeo. Prueba de ello son dos hechos significativos como son la celebración de los Juegos Olímpicos en 1992 que conllevó la creación de una imagen atractiva hacia el exterior, y la creación del 22@ Barcelona en el barrio del Poble Nou como eje de la transformación de su sistema productivo. Estos hechos tendrán una importante repercusión en la transformación económica del DTT.

El DTT está empezando a experimentar una concentración de empresas basadas en el conocimiento. Este nuevo patrón está fuertemente relacionado con la estrategia de Barcelona de ser una economía basada en el conocimiento provocando una atracción de empresas de alto valor añadido. Así, el censo realizado muestra que en el distrito existe un total de 1382 empresas de las cuales el 35,46% pertenecen a empresas del conocimiento, el 19,90% a empresas de alojamiento turístico, el 13,31% a comercio mayorista e intermediarios y el 31,33% a otras actividades diversas (Tabla 1).

**Tabla 1.** Número y tipo de empresas en el DTT

ACTIVIDADES	Número de empresas	%
Actividades del conocimiento	490	35,46

Industria alojamiento turístico	275	19,90
Comercio mayorista e intermediarios	184	13,31
Otros	433	31,33
	1382	100

*Fuente: elaboración propia*

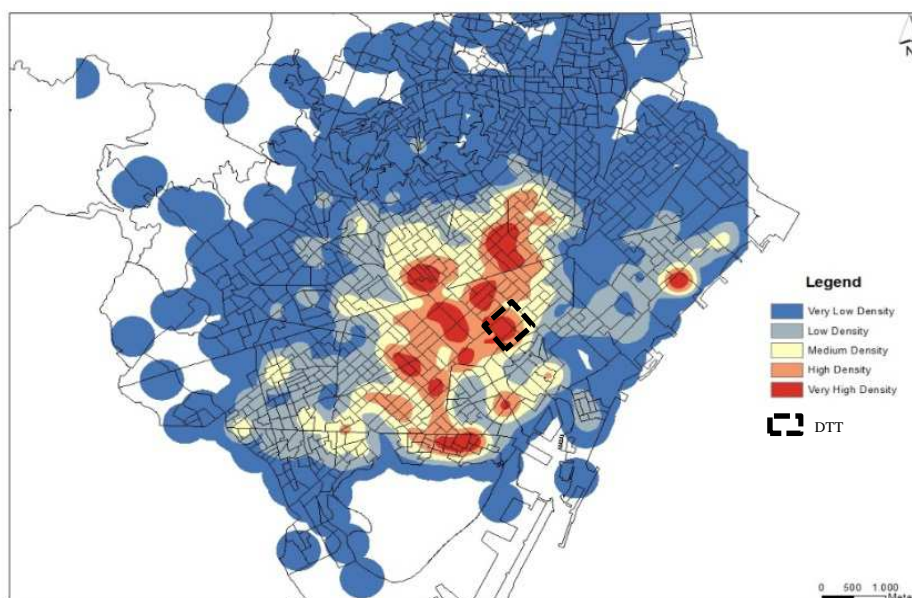
Centrándonos en detalle en cada sector, las empresas del conocimiento más importantes son abogados y actividades de contabilidad (159), arquitectura e ingeniería (56), actividades sanitarias (58), otras actividades profesionales (32) – diseño, fotografía y traducción e interpretación -, educación (33), servicios financieros (27) y programación y consultoría informática (25). Estas actividades suman casi el 80% del total de empresas del conocimiento en el DTT. En cuanto a los alojamientos turísticos, las viviendas de uso turístico engloban casi la totalidad del sector hostelero en el distrito (241). Respecto al comercio mayorista e intermediarios, la ropa confeccionada (126) y el textil (15) engloban casi el 80% del sector lo que apunta a una fuerte herencia industrial y comercial. En el caso de las otras actividades, existe una mezcla siendo las más importantes el comercio al por menor (185), la restauración (85) y las inmobiliarias (49) y otros servicios personales (35) – peluquerías, tintorerías o gimnasios.

Las políticas públicas que regulan las actividades económicas en el DTT pueden explicar la posible disminución de la importancia del comercio mayorista. El Plan especial de ordenación de los establecimientos comerciales mayoristas en determinados sectores del barrio de la Dreta de l'Eixample (2008) fue un proyecto para endurecer las condiciones para la localización de comercios mayoristas en el distrito. Las restricciones se enmarcaban en la limitación de 400 metros cuadrados de los nuevos comercios a menos que se localizarán a más de 100 metros de uno preexistente. En segundo lugar, los nuevos comercios mayoristas debían de tener un espacio interno del 10% del total del espacio empresarial para carga y descarga y en tercer lugar, un espacio interno, mínimo de 20 metros cuadrados, para recolección de residuos sólidos (embalajes). Estas restricciones dificultan la apertura de nuevos comercios mayoristas debido a la alta concentración espacial provocando nuevas formas de espacios comerciales mayoristas como son los showrooms. Los showrooms son comercios mayoristas donde se presentan las últimas tendencias de diseñadores o donde se venden diferentes marcas de alta calidad (multimarca). En el DTT se han localizado al menos diez showrooms cuya característica principal, en algunos de ellos, es la ausencia de almacén y la permanencia de espacios de venta y de oficina, provocando una reducción del espacio interno de la empresa. Esta adaptación permite encarar el aumento de los alquileres en zonas urbanas centrales.

Además del incremento del número de empresas del conocimiento, la hostelería también ha crecido con fuerza. La celebración de los Juegos Olímpicos fue una oportunidad para mostrar Barcelona como una ciudad moderna y abierta, atrayendo el foco internacional. Esta estrategia no solo conllevó un crecimiento del alojamiento (Duro y Rodríguez, 2015) y externalidades positivas, sino también consecuencias negativas como conflictos sociales debido a intervenciones urbanas en el centro de la ciudad (Casellas et al, 2010). En el caso del DTT, debido a su centralidad y proximidad a recursos turísticos importantes se ha constituido como un punto caliente de alojamiento turístico con un total de 275 establecimientos, el 2,59% del total de la ciudad (Figura 4).

Por otra parte, la laxitud en las restricciones respecto en la implementación de empresas de hospedaje en el DTT, muestra un crecimiento del sector, particularmente en la calle Trafalgar. El Plan Especial de Establecimiento de Concurrencia Pública, Hostelería y Otras Actividades (2010) regulaba una serie de actividades económicas del centro urbano entre las cuales se encontraba el sector hostelero –hotel, hostel, pensión, hotel-apartamento y viviendas de uso turístico. La calle de Trafalgar se consideró como parte del centro histórico enmarcado dentro de las zonas urbanas consideradas como “bordes”. Las principales restricciones eran espaciales y administrativas. Respecto al primero, debía de haber una distancia mínima de 100 metros entre el nuevo establecimiento hostelero y otro preexistente. En relación a la segunda, si el gerente de un nuevo establecimiento tenía la intención de abrir un negocio hostelero en Trafalgar siendo propietario de uno en el centro histórico, debía de dar de baja tantas licencias de alojamiento del preexistente como nuevas quería abrir en Trafalgar. En el 2013 se modificó el plan así como las restricciones anteriores siendo más laxas. Por tanto, las tres principales condiciones para la construcción de un hotel era: 1) el negocio debería ocupar un edificio entero, 2) el número máximo de camas no puede exceder las 200 y 3) la superficie máxima para los alojamientos no debe de exceder el 60% del total del edificio. Por tanto, esta nueva orientación permitió la construcción de un nuevo hotel en un edificio destinado antiguamente a la producción textil y la compra del

adyacente para la futura construcción de otro hotel.



**Figura 4.** Densidad de establecimientos turísticos en Barcelona.

*Fuente: elaboración propia a partir de Departamento del Conocimiento y Empresa*

## 5. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La evolución del DTT responde a factores históricos, económicos y urbanos que interrelacionados entre ellos provocan las condiciones óptimas para la creación del distrito. Respecto a factores históricos, el DTT es la extensión de la antigua industria localizada en el centro urbano de la ciudad y particularmente en el barrio de Sant Pere. Así, la *atmósfera industrial textil* y, por tanto, la *cultura industrial* se dispersó fuera de los bordes del centro histórico localizándose en el DTT. En cuanto a los factores económicos, las ventajas comparativas del DTT como espacio central urbano convirtió el distrito en un espacio óptimo para la localización de sedes centrales y almacenes. La localización, primero, de mayoristas de ropa de hogar y, después, de ropa confeccionada responde a la alta densidad de sedes sociales de empresas de producción textil hasta la década de los noventa (Vicente-Salar et al, en proceso) formando economías de aglomeración. La proximidad entre ambos actores es definido por el Sr.A afirmando que en el edificio donde está su empresa, antiguamente, se localizaban oficinas de empresas de producción textil. En relación a factores urbanos, la proximidad al centro histórico y a las características del DTT (grandes locales para almacenes y calles más anchas) permitió la localización de empresas de tejidos y después de comerciantes mayoristas.

La situación económica actual del DTT ha cambiado notablemente. La especialización en el comercio de ropa es aún visible pero su contribución en número de empresas es reducida. Las políticas públicas han restringido el comercio mayorista en el distrito, los altos precios del alquiler y la necesidad de espacios más amplios y de mejor accesibilidad a infraestructuras de comunicación está forzando al sector a desplazarse a polígonos industriales del área metropolitana. Por otra parte, la aparición de showrooms indica una nueva manera de mantenerse en el distrito a través de innovaciones relacionadas con la estructura interna de las empresas. La descentralización de divisiones internas hacia el área metropolitana, como los almacenes, permite la reducción del espacio y encarar de manera óptima los precios del alquiler. Así, en el DTT existen showrooms de ropa confeccionada, de tejidos y de bolsos. Respecto a los showrooms de diseñadores, Scotch and Soda (ropa) o Sedatex (tejidos) controlan todo el proceso del producto. La primera de ellas, es una empresa multinacional holandesa que tiene seis representantes en España, dos de ellos en el DTT. Sedatex, es una empresa familiar de gran importancia en Cataluña con fuerte presencia a nivel internacional cuyos cen-



tros de producción están localizados por toda el área metropolitana de Barcelona además de en Girona y Lleida. La sede central se encuentra en Olesa de Montserrat, un municipio a menos de una hora de Barcelona, y posee dos showrooms, uno en Madrid y el otro en el DTT. En cuanto a showrooms multimarca, un ejemplo es Pasarela Difusión. La sede central se encuentra en Madrid pero posee una red de showrooms por toda España. Uno de ellos en el DTT. Pasarela Difusión es el representante único de varias marcas europeas como Colmar (Italia), Sways (Dinamarca) o Scotch Shrunk (Holanda) entre otras.

En relación a empresas del conocimiento, más de un tercio del total de las empresas del distrito pertenecen a esta categoría. El hecho más significativo es la concentración de actividades legales y de contabilidad que responde a hechos históricos tales como la antigua concentración de juzgados sociales en el distrito. Actualmente, dichos juzgados han sido desplazados a la Ciudad de la Justicia, en Hospitalet de Llobregat, en el área metropolitana, provocando el vacío funcional de uno de estos edificios en Ronda Sant Pere, la ocupación de otro por actividades del conocimiento y el tercero fue adquirido por una inmobiliaria para la construcción de viviendas de lujo. En el caso de las demás actividades del conocimiento, el trabajo de campo reflejó la configuración de muchas de ellas, siendo pequeñas empresas o microempresas. En este caso será necesario saber, a través de entrevistas en profundidad, si siguen patrones de colocación o señalan otro tipo de prioridades. Por último, la aparición de actividades del conocimiento en el distrito, al contrario de lo que señala la literatura, no implica una revitalización social y urbana del mismo. El DTT es una zona urbana que forma parte de l'Eixample, uno de los distritos donde históricamente se asentaba la burguesía catalana, por lo que, nunca se convirtió en una zona ni social ni económicamente deprimida.

El hecho más remarcable es la incipiente transformación del DTT. Varios factores nos conducen a pensar que esta transformación seguirá su curso. En primer lugar, el continuo cierre o transformación de comercios mayoristas observado en varias salidas al área de estudio y en la aparición de showrooms. En segundo lugar, la reconversión de edificios a viviendas de lujo. Ejemplo de ello es en la calle Casp, en antiguo edificios industriales en la calle Trafalgar o la compra del edificio modernista Can Burés, propiedad de Francesc Burés i Borràs, antiguo empresario textil del siglo XIX, por una inmobiliaria al ayuntamiento de Barcelona en el 2014. Por último, pequeñas calles como el Passatge de Sert, un hermoso pasaje que conecta la calle de Trafalgar y Sant Pere més Alt, en el barrio de Sant Pere, refleja el importante cambio funcional hacia una restauración minimalista con oferta gourmet, oficinas centrales, agencias de modelos o actividades de publicidad. El Passatge de Sert podría ser un ejemplo del posible futuro del DTT.

## 6. CONCLUSIONES

El análisis del DTT nos muestra una serie de resultados pero también nuevas preguntas a analizar. Entre los resultados, no hay duda de que el distrito representa, a través de las actuales actividades económicas relacionadas con el textil, una herencia histórica palpable. La cultura del textil que emanó de aquellas fábricas instaladas en el centro histórico durante el siglo XIX, en el barrio de Sant Pere concretamente, ha permanecido hasta la actualidad a través de la distribución de ropa confeccionada. Actualmente, la importancia de la distribución mayorista en el distrito está disminuyendo a excepción de aquellas que se adaptan a través de procesos de innovación en sus estructuras internas como son los showrooms.

Por otra parte, las actividades basadas en el conocimiento ganan cada vez más peso en el DTT aunque la evolución del número de empresas debe de ser monitorizado para conocer, además, supuestas concentraciones espaciales que pueden formar clústers. En cuanto al sector de la hostelería, el DTT representa un punto importante en la concentración del mismo. La laxitud de las restricciones públicas y la representación del turismo como eje económico de la ciudad, está provocando, a menos que se ejerza una gestión y un control importante, un crecimiento de estas actividades en el distrito.

En cuanto a las preguntas, cabe destacar que este primer análisis tiene como objetivo trazar una visión general de los principales procesos ocurridos en el distrito. Debido a la gran tradición textil del DTT será importante estudiar profundamente los procesos y mecanismos históricos que han llevado a la situación actual y en qué punto se encuentra el distrito a través de conceptos tan innovadores en geografía económica como *path dependence*, *path creation* o *lock-in/lock-out* (Martin y Sunley, 2006; Martin, 2010). Otro de las líneas que se abren a través de esta investigación es el nivel de variedad que existe en el sector de la distribución. Los showrooms nos muestran una reestructuración de las empresas dentro del sector y la apertura a nuevos mercados a través de la incorporación de un mayor valor añadido a los productos. En el caso de las actividades del conocimiento, debido a su estructura empresarial (pequeñas y microempresas) es preciso profundizar en las pautas de localización y averiguar las causas de su establecimiento en el DTT.

## AGRADECIMIENTOS

El presente artículo se integra dentro del Subprograma Estatal de Formación del Programa Estatal de Promoción del Talento y su Empleabilidad, en el marco del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2013-2016. Referencia BES-2014-069322.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- Ahlbrandt, R. S. (1990): "The Revival of Pittsburgh in A Partnership Between Business and Government". *Long Range planning*, 23(5), 31-40.
- Barnes, T., & Hutton, T. (2009): "Situating the New Economy: Contingencies of Regeneration and Dislocation in Vancouver's Inner City". *Urban Studies*, 46(5-6), 1247-1269.
- Boschma, R. (2005): "Proximity and Innovation: A Critical Assessment". *Regional Studies*, 39(1), 61-74.
- Buckley, P. and Witt, S. (1985): "Tourism in difficult areas. Case studies of Bradford, Bristol, Glasgow and Hamm". *Tourism Management*, 6(3), 205-213.
- Busquets, J. (2004): *La construcción urbanística de una ciudad compacta*, Barcelona, El Serbal.
- Cabana, F. (2001): *Fàbriques i empresaris. Els protagonistes de la Revolució Industrial a Catalunya*, V.3, Barcelona, Diputació de Barcelona.
- Carreras, C. (1993): *Geografía urbana de Barcelona: espai mediterrani, temps europeu*, Vilassar de Mar, Oikos-Tau.
- Casellas, A., Pallares-Barbera, M. (2009): "Public-sector Intervention in Embodying the New Economy in Inner Urban Areas: The Barcelona Experience". *Urban Studies*, 46(5-6), 1137-1155.
- Casellas, A, Dot Jutgla, E, Pallares-Barbera, M. (2010): "Creación De Imagen , Visibilidad y Turismo Como Estrategias De Crecimiento Económico". *Finisterra*, 90, 153-172.
- Cócola, A. (2015): "Tourism and commercial gentrification". *International Conference on "The Ideal City: between myth and reality. Representations, policies, contradictions and challenges for tomorrow's urban life"*, Urnino (Italy).
- D'Ovidio, M (2010): "Fashion and the city. Social interaction and creativity in London and Milan". En Vicari Haddock, S. (ed) *Brand-building: The creative city: A critical look at current concepts and practices*. Firenze, Firenze university Press, 113-136.
- Dot Jutgla, E., Pallares-Barbera, M., Casellas, A. (2012): "Gentrificació productiva, desindustrialització i relocalització industrial". *Treballs de la Societat Catalana de Geografia*, 73, 27-52.
- Douglas, I., Hodgson, R., Lawson, N. (2002): "Industry, environment and health through 200 years in Manchester". *Ecological Economics*, 41(2), 235-255.
- Duro, J., Rodríguez, D (2015): "Barcelona como municipio turístico: algunos datos evolutivos y elementos de futuro". *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 61(3), 507-538.
- Evans, Y., Smith, A. (2006): "Surviving at the margins? Deindustrialisation , the creative industries , and upgrading in London 's garment sector", *Environment and Planning A*, 38, 2253-2269.
- Fabregat, V. (1993): *Textil i confecció*, Barcelona, Generalitat de Catalunya, Departament d'Indústria i Energia.
- Fabry, N. (2015): "Potential contribution of collaborative forms in tourism innovation: A focus in tourism cluster". En Gursoy, D, Saayman, M., Sotiriadis, M. (eds) *Collaboration in tourism businesses and destinations*, Bingley, Emerald, 285-298.
- Fainstein, S., and Judd, D. (1999): "Global forces, local strategies and urban tourism". En Judd, D., Fainstein, S. (eds) *The Tourist City*. New Haven, Yale University Press, 1-17.
- Fernie, J., Moore, C. M., Lawrie, A. (1998): "A tale of two cities: an examination of fashion designer retailing within London and New York", *Journal of Product & Brand Management*, 7(5), 366-378.
- Gotham, K. (2005): "Tourism gentrification: The case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter)", *Urban Studies*, 42(7), 1099-1121.

- Gripaios, P. (1977): "Notes and Comments Industrial Decline in London : An Examination of its Causes", *Urban Studies*, 14, 184-189.
- Hall, P. (2000): "Creative Cities and Economic Development", *Urban Studies*, 37(4), 639–649.
- Hertog, P. (2000): "Knowledge-intensive business services as co-producers of innovation", *International Journal of Innovation Management*, 4(4), 491-528.
- Hoffman, L. (2003): "The marketing of diversity in the inner city : tourism and regulation in Harlem", *International Journal of Urban and Regional Research*, 27(2), 286-299.
- Hutton, T. (2006): "Spatiality, built form, and creative industry development in inner city". *Environment and Planning A*, 38, 1819-1841.
- Isaken, A. (2004): "Knowledge-based clusters and urban location: The clustering of software consultancy in Oslo". *Urban Studies*, 41 (5/6), 1157-1174.
- Kazimierzack, J. (2012): "The influence of the revitalization of former industrial urban areas on new urban and tourism spaces: case studies of Manchester and Lyon". *Tourism*, 22(1), 12-20.
- Keeble, D. (1978): "Industrial decline in the inner city and conurbation". *Transactions of the Institute of British Geographers*, 3(1), 101–114.
- Kloog, I., Haim, A., Portnov, B. A. (2009): "Using kernel density function as an urban analysis tool: Investigating the association between nightlight exposure and the incidence of breast cancer in Haifa, Israel". *Computers, Environment and Urban Systems*, 33(1), 55–63.
- Leboutte, R. (2009): "A space of European de-industrialisation in the late twentieth century: Nord-Pas-de-Calais, Wallonia and the Ruhrgebiet". *European Review of History: Revue Européenne d'Histoire*, 16(5), 755–770.
- Lloyd, P. E., Mason, C. M. (1978): "Manufacturing Industry in the Inner City: A Case Study of Greater Manchester". *Transactions of the Institute of British Geographers*, 3(1), 66–90.
- Malfas, M., Houlihan, B., Theodoraki, E. (2004): "Impacts of the Olympic Games as mega-events". *Municipal Engineer*, 157(3), 209–220.
- Maluquer Trepat, S., Sáez Bárcena, J., Viladàs i Jené, X. (1988): *El sector tèxtil català davant la integració a la CEE*. Barcelona, Sirocco.
- Martin, R. (2010): "Roepke Lecture in Economic Geography- Rethinking regional path dependence: beyond lock-in to evolution". *Economic Geography*, 86(1), 1-28.
- Martin, R., Sunley, P. (2006): "Path dependence and regional economic evolution". *Journal of Economic Geography*, 6, 395-437.
- Méndez, R., Michelini, J., Prada, J., Tébar, j. (2012): "Economía creativa y desarrollo urbano en España: una aproximación a sus lógicas espaciales". *Eure*, 38(113), 5-32.
- Pallares-Barbera, M. (2010): "Com canviar quan els canvis són difícils? Avantatges i desavantatges de la Barcelona competitiva des de l'economia simbòlica". *Treballs de La Societat Catalana de Geografia*, 69, 229–245.
- Xie, Z., Yan, J. (2008): "Kernel Density Estimation of traffic accidents in a network space". *Computers, Environment and Urban Systems*, 32(5), 396–406.
- Pallares-Barbera, M., Badia, A., & Duch, J. (2011): "Cerdà and Barcelona: The need for a new city and service provision". *Urbani Izziv*, 22(2), 122–136.
- Pascual I Domenech, P. (1997) "L'avenç tecnològic i el cinturó industrial català. Una síntesi històrica". En Roca i Albert, J. (Ed) *La formació del cinturó industrial de Barcelona*. Barcelona, Proa, 71-97.
- Plaza, B., González-Casimiro, P., Moral-Zuazo, P., Waldron, C. (2015): "Culture-led city brands as economic engines: theory and empirics". *The Annals of Regional Science*, 54, 179-196.
- Pratt, A. C. (2009): "Urban Regeneration: From the Arts 'Feel Good' Factor to the Cultural Economy: A Case Study of Hoxton, London". *Urban Studies*, 46(5-6), 1041–1061.

- Perlmutter, T. (1989): *Comparing Fordist Cities : The Logic of Urban Crisis and Union Response in Turin, 1950-1975, and Detroit, 1915-1945*. Cambridge, Harvard University.
- Porter, M. E. (1995): "The competitive advantage of the inner city". *Harvard business Review*, Mayo-Junio, 55-71.
- Pratt, A. C. (2000): "New media, the new economy and new spaces". *Geoforum*, 31(4), 425–436.
- Rantisi, N. (2002): "The competitive foundations of localized learning and innovation: The case of women´s garment production in New York City". *Economic Geography*, 78 (4), pp. 441-462.
- Sacco, P., Tavano Blessi, G. (2009): "The Social Viability of Culture-led Urban Transformation Processes: Evidence from the Bicocca District, Milan". *Urban Studies*, 46(5/6), 1115–1135.
- Scott, A. (1988): "Flexible Production System & Regional Development: the Rise of New Industrial Spaces in North America and Western Europe". *International Journal of Urban and Regional Research*, 12(2), 171-186.
- Scott, A. (1996): "The craft, fashion and cultural-products industries in Los Angeles: Competitive dynamics and policy dilemmas in a multisectoral image-producing complex". *Annals of the Association of American Geographers*, 86 (2), 306-323.
- Snyman (2015): "Hotel industry: Forming a strategic alliance with tourism service providers". En Gursoy, D, Saayman, M., Sotiriadis, M. (eds) *Collaboration in tourism businesses and destinations*, Bingley, Emerald, 111-122.
- Storper, M., Venables, A. J. (2004): "Buzz: Face-to-face contact and the urban economy". *Journal of Economic Geography*, 4(4), 351–370.
- Strambach, S. (2008): "Knowledge-intensive Businesses Services (KIBS) as drivers of multilevel knowledge dynamics". *International Journal of Services, Technology and Mangement*, 10(2/3/4), 152-174.
- Tatjer, M. (2006): "La industria en Barcelona (1832-1992). Factores de localización y transformación en las áreas fabriles: del centro histórico a la región metropolitana". *Scripta Nova*, 218(46).
- Tatjer, M. (2010): "L´eixamplament del espai industrial (1875-1897)". *Barcelona Quaderns d´Historia*, 16, 203-233.
- Trullén, J. (1998): "El modelo Barcelona de desarrollo económico-urbanístico: a la búsqueda de flexibilidad territorial". *Gobiernos Locales Y Políticas Públicas*, 30, 132–144.
- Trullén, Joan (2002): "La economía de Barcelona y la generación de economías de aglomeración: hacia un nuevo modelo de desarrollo". En Becattini, G., Costa, M.T., Trullen, J. (eds.): *Desarrollo local: teorías y estrategias*, Madrid, Editorial Civitas, 275-304.
- Von Thünen, J. (1910) *Der isolierte Staat in Beziehung auf Landwirtschaft und Nationalökonomie*. Jena.
- Waite, G., Gibson, C. (2009): "Creative Small Cities: Rethinking the Creative Economy in Place". *Urban Studies*, 46(5-6), 1223–1246.