



# **Análisis teórico y aproximación práctica a las relaciones entre ciudad y comercio: El caso de la producción, venta y consumo de libros en Barcelona**

Sergio Moreno Redón

**ADVERTIMENT.** La consulta d'aquesta tesi queda condicionada a l'acceptació de les següents condicions d'ús: La difusió d'aquesta tesi per mitjà del servei TDX ([www.tdx.cat](http://www.tdx.cat)) ha estat autoritzada pels titulars dels drets de propietat intel·lectual únicament per a usos privats emmarcats en activitats d'investigació i docència. No s'autoritza la seva reproducció amb finalitats de lucre ni la seva difusió i posada a disposició des d'un lloc aliè al servei TDX. No s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant al resum de presentació de la tesi com als seus continguts. En la utilització o cita de parts de la tesi és obligat indicar el nom de la persona autora.

**ADVERTENCIA.** La consulta de esta tesis queda condicionada a la aceptación de las siguientes condiciones de uso: La difusión de esta tesis por medio del servicio TDR ([www.tdx.cat](http://www.tdx.cat)) ha sido autorizada por los titulares de los derechos de propiedad intelectual únicamente para usos privados enmarcados en actividades de investigación y docencia. No se autoriza su reproducción con finalidades de lucro ni su difusión y puesta a disposición desde un sitio ajeno al servicio TDR. No se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al resumen de presentación de la tesis como a sus contenidos. En la utilización o cita de partes de la tesis es obligado indicar el nombre de la persona autora.

**WARNING.** On having consulted this thesis you're accepting the following use conditions: Spreading this thesis by the TDX ([www.tdx.cat](http://www.tdx.cat)) service has been authorized by the titular of the intellectual property rights only for private uses placed in investigation and teaching activities. Reproduction with lucrative aims is not authorized neither its spreading and availability from a site foreign to the TDX service. Introducing its content in a window or frame foreign to the TDX service is not authorized (framing). This rights affect to the presentation summary of the thesis as well as to its contents. In the using or citation of parts of the thesis it's obliged to indicate the name of the author.



**ANÁLISIS TEÓRICO Y APROXIMACIÓN  
PRÁCTICA A LAS RELACIONES ENTRE CIUDAD Y  
COMERCIO: EL CASO DE LA PRODUCCIÓN, VENTA Y  
CONSUMO DE LIBROS EN BARCELONA.**

Tesis doctoral realizada por Sergio Moreno Redón

Director Dr. Carles Carreras i Verdaguer

Universitat de Barcelona

Departamento de Geografía Humana

Programa de doctorado de Dinámicas urbanas y organización del territorio

*Barcelona, septiembre de 2011*

Tesis doctoral para optar al título de doctor por la universidad de Barcelona

## Bibliografía



- Abrams, Philip y Wrigley, Edward A. (1978) *Towns in Societies. Essay in Economic History and Historical Sociology*. [versión consultada, *Città, storia, società*.Milano, Il Mulino. 1983]
- Adamo, F (1973), "Metodologia seguita per l'elaborazione del piano commerciale di Torino e primi risultati" in las actas del Seminario, *La formazione dei piani commerciali*, Bologna, pp. 46-54 (en colaboración con G. Dematteis and C. Patrucco),
- (1975), "Quelques problèmes de la politique de réorganisation et de développement du commerce de détail en Italie" en Actas del cogreso internacional *Urbanisme commercial et rénovation urbaine*, Liege, University of Liege y Commission of Applied Geography of the International Geographical Union, pp. 9-22.
- (1994), "Tradition and innovation in Italian retailing", en Terasaka, A.y Takahashi, S. (ed.), *Ryutsu Keizai University*, Tokyo. Actas del Meeting of the IGU Commission on Commercial Geography,
- (2004), "The Reform of Italian Retail Policy", en Metton, A. *Commerce et requalification des territoires sensibles: Les nouvelles dynamiques commerciales en milieu urbain et rural*, Université de Paris Val-de-Marne, Créteil.
- AECC (2008), *Los centros comerciales en España durante 2007. Análisis, evolución y potencialidades*. Asociación Española de Centros comerciales
- Ajuntament de Barcelona (2006), *Guía Alternativa*. Ajuntament de Barcelona, FAD y Institut del paisatge urbà i la qualitat de vida. Barcelona.
- (2009). *Diagnosi estratègica. Pla Estratègic de Turisme de la ciutat de Barcelona*. Barcelona. Ajuntament de Barcelona.
- (2010), *Anuari estadístic de Barcelona 2010*. Barcelona, Ajuntament de Barcelona
- Albareda, Laura (2010), *Consum i valors. La mercantilització dels valors*. Barcelona, Fundació Lluís Carulla y Esade.
- Alonso, E. (2005), *La era del Consumo*, Madrid, Siglo XXI.
- Alonso, W. (1964), *Location and Land Use: Toward a General Theory of Land Rent*, Cambridge, Harvard University Press.
- Amendola, G. (2006), *La città vetrina. I luoghi del commercio e le nuove forme del consumo*, Liguori Editore, Napoli.
- (2007), I nuovi spazi pubblici tra "Agorà" e Mercato, *Sociologia Urbano e rurale*, 82, pp. 13-24
- Appadurai, A. (1986), *The Social life of things :commodities in cultural perspective*, Cambridge University Press, Cambridge etc.
- Aramburu, M (2002), "los comercios de inmigrantes extranjeros en Barcelona y la recomposición del "inmigrante" como categoría social" en *Scripta Nova*, Revista electrónica de geografía y ciencias sociales. Barcelona, vol. 6. núm. 108. [www.ub.es/geocrit/sn-108.htm](http://www.ub.es/geocrit/sn-108.htm)

- Ariño, A. (2009), *Aproximació als elements del paisatge urbà: el cas de Barcelona, el Passeig de Gràcia*. Tesis doctoral inédita presentada en el Departamento de Geografía Humana de la Universitat de Barcelona.
- Augé, M. (1992). *Non-Lieux, introduction à une anthropologie de la surmodernité*, París, Le Seuil.
- Àvila, R. (2004): *Els restaurants de menjar japonès a Barcelona*. Observatori del comerç urbà de la Universitat de Barcelona. [www.ocub.org](http://www.ocub.org)
- Azcoytia Luque, C. (2004), *Historia de la cocina occidental*, adamaRamada, Madrid.
- Bailly, A. (2005), *Les concepts de la géographie humaine*. Paris, Armand Colin.
- Basta, D. et al. (2003): *Fundamentos de Marketins*. Rio de Janeiro, FGV Editora. [7ª edición]
- Batallé, D. (1986), *L'equipament comercial i la seva evolució*. Girona.
- Baudrillard, J. (1968), *El Sistema de los objetos*, Siglo XXI, México. [edición consultada 1969]
- (1970), *La Société de consommation: ses mythes, ses structures*. [edición consultada, 1974, *La sociedad de consumo :sus mitos, sus estructuras*, 1ª ed, Plaza & Janés, Esplugues de Llobregat]
- Bauman, Z. (2000), *Liquid Modernity*. Cambridge [Edición en castellano consultada, 2003, *Modernidad líquida*, México, Fondo de Cultura.]
- (2007), *Una vida de consumo*. Madrid, Fondo de Cultura Económica.
- Beaujeu Garnier, J. (1980), *Géographie urbaine*, París, Armand Colin.
- Beaujeu-Garnier, J. y Delobez, A. (1976) *La géographie du commerce*, París, Masson.
- (1977) *Thesaurus, Géographie du commerce*, Laboratoire d'information et de documentation en géographie.
- Beavon, K.S.O. (1977), *Central place theory: A reinterpretation*, Longman, London and New York.
- Bechini Tejados, A. (1986), *El Diferencial semántico :teoría y práctica*, Hispano Europea, Barcelona.
- Beltrán, Joaquim (2004), “Las comunidades asiáticas en España: una visión panorámica” *Revista CIDOB d’Afers internacionals*. Fundació CIDOB. Num. 68. pp. 33-52
- Benach, N. (1994), “El sector terciari”, en *Geografia General dels Països Catalans*. C. Carreras. Barcelona, Enciclopèdia Catalana: pp. 1-16.
- (1994a), “Els serveis a la producció”, en *Geografia General dels Països Catalans*. C. Carreras. Barcelona, Enciclopèdia Catalana: pp. 283-312.
- (1995), "La promoción de nuevas actividades terciarias en la ciudad de Barcelona.", en *Revista de Geografia* **29**(2): 7-18.
- Benjamin, W. (1936), *La Obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, [Edició consultada 2003, Itaca, Colonia del Mar México].

- (1940), *Das Passagen-Werk* [edición en castellano, 2005, *El libro de los pasajes*, Madrid, Akal]
- Berman, Marshall (1982), *All that is Solid Melts into air*. New York, Simon and Schuster.
- Bernardos, G. (2007): *¿Cómo Invertir con Éxito en el Mercado Inmobiliario?*. La Coruña, Ed. Netbiblo.
- (2010) “La primera burbuja inmobiliaria global: repercusiones sobre el territorio”. en Martínez-Rigol, S. *El centro en cuestión, la cuestión del centro*. Lleida, Editorial Milenio. pp:21-36
- Berry, Brian.J.L. (1963), “Commercial Structure and Comercial Blight” en *Research Paper*, núm. 85. University of Chicago.
- (1965), *Central place studies: a bibliography of theory and applications*, Regional Sc. Res. Inst., Philadelphia. [edición en castellano consultada de 1967, *Geografía de los Centros de Mercado y Distribución al por Menor*, Barcelona, Ed. Vicens Vives.]
- (1976), *Urbanization and counter-urbanization*, Beverly Hills Calif. Sage Publications.
- Bielza de Ory, V. y Escolano Utrilla, S. (1985): “Espacio periurbano y comercio: El caso de Zaragoza”. *IX Coloquio de Geografía,. Ponencias*. Valencia, Centro Editorial de Servicios y Publicaciones Universitarias, SA.
- Blackshaw, P. (2009), *No hay dónde esconderse: la empresa ante el poder del nuevo consumidor*, Gestión 2000, Barcelona.
- Blanchard, R. (1911), *Grenoble, étude de géographie urbaine*, Armand Colin, Paris
- Bobek H. y Fesl, M. (1978), *Das System der zentralen Orte Österreichs: eine empirische Untersuchung*. Vienne.
- Bocock, R. (1993), *El Consumo*, Talasa, Madrid. [edición consultada 1995]
- Bohigas, O (2005). “El model Barcelona segons Horacio Capel”. *Avui*, Barcelona, 8 de maig 2005, p. 21
- (1985), *Reconstrucció de Barcelona*. Barcelona, Edicions 62.
- (1990), *Barcelona: arquitectura y ciudad: 1980-1992*, Gili, Barcelona.
- Bonada, Ll. (2007), “La dignificació del llibre en català”, en Lluch, J. y Sopena, M. (coord), *Mutacions d’una crisi. Mirada crítica a l’edició catalana (1975-2005)*. Vilanova i la Geltrú. El cep i la nansa edicions.
- Borja, Jordi y Muxi, Zaida. (2003). *El espacio público: ciudad y ciudadanía*. Barcelona. Ed. Electa.
- Bosque, J. (2010), “Jaume Vicens Vives, editor”, en *Boletín de la Real Sociedad Geográfica*, num. 146, pp, 39-54.
- Bosque, J. y Franco, S. (1995): "Modelos de localización-asignación y evaluación multicriterio para la localización de instalaciones no deseables". *Serie Geográfica*, 5, 97-112.

- Botelho, A. (2008). *Do Fordismo A Produção Flexível*, Sao Paulo, Annablume.
- Bourdieu, P. (1979), *La distinción. Crítica social del juicio*. París, Ed. du Minuit. [traducción española editorial Taurus, 2006]
- (1997), *Capital cultural, escuela y espacio social*. México, Siglo XXI.
- (2003), *Las Estructuras sociales de la economía*, Anagrama, Barcelona.
- Bromley, R. y Thomas, C. (1993), *Retail Change, Contemporary issues*. London, UCL Press.
- Brooks, D. (2000), *Bobos in paradise :the new upper class and how they got there*, New York, Simon & Schuster.
- Brown, S., (1992), *Retail Location: a Micro-Scale Perspective*, Avebury 5GB, Aldershot Hants.
- Brum Ferreira, B., Gaspar, J. y Medeiros, C.A. (1986), “Notas em torno do desenvolvimento da Geografia em Portugal”. Madrid, *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, núm. 6.
- Brunetta, G. Y Morandi, C. (2009), *Polarità commerciali e trasformazioni territoriali*, Firenze, Alinea Editrice.
- Brynjolfsson, E. (2002). *Understanding the digital economy: data, tools, and research*. Massachusetts, MIT Press.
- Bryson, J. et al. (1998), *Service industries in the global economy*. Cheltenham, Edward Elgar.
- Buckley Iglesias, Mónica (1997). *El comercio de los extranjeros inmigrantes en Madrid*. Tesis doctoral presentada en el Departamento de Geografía Humana de la Universidad Complutense de Madrid.
- Burruezo, J.C. (1999), *La gestión moderna del comercio minorista. El enfoque práctico de las tiendas de éxito*. Madrid. ESIC. [Consultada la 2ª edición].
- Buttler, T. y Lees, L. (2003). “Super-gentrification in Barnsbury, London: globalization and gentrifying global elites at the neighbourhood level”. *Urban Studies* 40 2487–509.
- Cabana, F. (2004), “El sistema financiero” en Carreras, C., *Atlas de la Diversidad*. Barcelona, Enciclopèdia Catalana. pp. 208, 209.
- Cabana, F. (2009). *La cultura de la cobdicia*. Barcelona, Pòrtic.
- Cachinho, H. (1990), “Centros comerciais, complementariedade o concorrência?”, em AA.UU. *Primeras jornadas de geografia y comercio. Grandes superficies comerciales*. Madrid. I.G.U. y Universidad Complutense de Madrid, Dto. de Análisis Regional y Geografía Física, pp. 204-320.
- (1991), “Centros comerciais em Lisboa. Os novos espaços de consumo”. *INIC/CGEL*, serie EPRU, núm, 37, Lisboa.
- (1992), “O comércio a retalho na Área Metropolitana de Lisboa: patologias e potencialidades de um sector em mutação”, en *Sociedade e Território*, num, 17, pp. 26-37, Lisboa.



- (1994), “O comércio a retalho na cidade de Lisboa. Reestruturação económica e dinâmicas territoriais”, en *Revista Finisterra*, num, 57, vol XXIX, Lisboa.
- (1999), *O Comércio Retalhista Português*. Tesis doctoral. Universidade de Lisboa
- (2002), *O Comércio Retalhista Português*. Lisboa, Gepe.
- Cachinho, H. y Salgueiro, T. B. (1994), « Les transformations du commerce de détail et ses manifestations dans la vie quotidienne: la spécificité du cas portugais », en *Actas del Colloque European Commerce et Lien Social / European Colloquium Commerce & Social Link*, Rouen.
- Camangni, R. (2005), *Economía urbana*, Barcelona, Antoni Bosch editor.
- Campbell, C. (1987), *The Romantic ethic and the spirit of modern consumerism*, [version consultada, 1989, Basil Blackwell, Oxford etc].
- (2005): “The craft consumer: culture, craft and consumption in a posmodern society”. en *Journal of Consumer Culture*, vol 5; 23
- Capel, Horacio. (1970), “Una actividad desaparecida de las montañas mediterráneas : el comercio de la nieve”, *Revista de geografía de la Universidad de Barcelona*, Barcelona nº 1, pp. 5-42.
- (1972) *La red urbana española (1950-1960)*, Tesis doctoral dirigida por el Dr. J. Vili Valenti. 4 vols. Publicada parcialmente y en forma de resumen.
- (1974), *Estudios sobre el sistema urbano*. Barcelona, Ediciones de la Universidad de Barcelona (Col. Pensamiento y Método Geográficos, nº 3).
- (1975), “La definición de lo urbano”. *Estudios Geográficos* (Madrid), nº 138-139, 265-301 (volumen de "Homenaje al Profesor Manuel Terán").
- (1997), “los inmigrantes en la ciudad. Crecimiento económico, innovación y conflicto social”, *Scripta Nova*, Revista electrónica de geografía y ciencias sociales. Barcelona, núm. 3. [www.ub.es/geocrit/sn-3.htm](http://www.ub.es/geocrit/sn-3.htm)
- (2005), *El modelo Barcelona: un examen crítico*, Barcelona, Ediciones del Serbal, S.A.
- Carlos, A.F.A y Pintaudi, S. M. (1994), “O comércio do centro da cidade de São Paulo. Em” MEDINA, C.. (Org.), *São Paulo de Perfil*. São Paulo: CJE/ECA - USP, v. 15,
- (1996), “O Comércio do Centro da Cidade de São Paulo”, En Cremilda Medina. (Org.), *Vamos ao centro. São paulo*: USP,
- Carreras, Albert y Torra, Lidia. (2000): *Història econòmica de les fires de Catalunya*. Barcelona, Departament de Comerç, Turisme i Consum
- Carreras, C. (1970), “Recensión de B. J. L. Berry: Geography of Market Centers and Retail Distribution”. En *Estudios Geográficos*, 118, 195-197.
- (1974), *Hostafrancs, un barri de Barcelona*, Selecta, Barcelona
- (1980), *Sants, Anàlisi del procés de producció de l'espai urbà*. Serpa, Barcelona

- (1986) “Los problemas del suelo urbano”, en *Jornadas de Geografia y Urbanismo*. Salamanca, Junta de Castilla y León: pp. 101-123.
- (1987), “Evolució de la propietat urbana a Sant Vicenç dels Horts des de mitjans segle XIX”. *II Setmana d'Estudis Urbans de Lleida*. Barcelona, Institut Cartogràfic de Catalunya: pp. 529-562.
- (1987a), “Enfocs i fonts d'estudi en Geografia Urbana”. *II Setmana d'Estudis Urbans de Lleida*. Barcelona, Institut Cartogràfic de Catalunya: pp. 419-432.
- (1988), “El sector terciario”. en *Geografia Universal Gallach*. C. Carreras. Barcelona, El Mundo Océano-Éxito. vol. 1: pp. 276-331.
- (1989), “Per una nova Geografia Comercial”, en la *Revista Catalana de Geografia*(10): 2-16.
- (1991), “Le commerce du centre de Barcelona: approche méthodologique”. en AA.VV. *Le commerce des centres-villes. Actes du Colloque de Limoges, 1990*. Limoges, Ed. PULIM.
- (1991a), “Hacia una definición del urbanismo comercial. Por una Geografía del comercio”, en *El urbanismo comercial*. AA.VV. Valencia, Generalitat Valenciana/Conselleria d'Indústria, Comerç i Turisme. nº 6.
- (1992) « Villes et régions en Méditerranée: le cas de Barcelone » en *Città e territorio nel mediterraneo*. Grerbam. Vignate, F. Ceratti Ed.
- (1992a), "Consumo y desarrollo comercial urbano", en *Sociedade e Território* (17),
- (1993), *Geografia urbana de Barcelona: espai mediterrani, temps europeu*. Vilassar de Mar: Oikos-tau.
- (dir.) (1994), *Geografia General dels Països Catalans*. Ed. Enciclopèdia Catalana, Barcelona. “Els serveis al consum”, Vol 5. pp,107-168.
- (1994a), "Os novos espaços de consumo em Barcelona." en *Finisterra* vol. XXIX(núm. 57), Carreras, C. (1999), *Consumir ou comprar. Repensando o consumo a luz da globalização*. São Paulo, Geosp.
- (1995), “Mega-Events, Locals Strategies and Global Tourist Attractions”. En . Montanari, A. y Williams, A., *European Tourism. Regions, Spaces and Restructuring*. Londres, Wiley and sons.
- (1997), “L'evolució del centre comercial a la ciutat”, en *Els barris de Barcelona*. R. d. Alberch. Barcelona, Enciclopèdia Catalana: 57 - 81.
- (1999), “From Buying to Consuming in the City: Rethinking Consumption of the light of Globalization”. *The Globalization of Consumption and Retail Places*. T. Barata Salgueiro. Lisboa, CEGIC/UGI: 217-234.
- (1999a). “L'evolució del centre comercial de la ciutat”. Alberch, R., *Els barris de Barcelona*. Barcelona, Ed. Enciclopèdia Catalana. 1: 57-81.
- (2001). *La Universitat y la Ciutat*. Aula Barcelona. Universitat de Barcelona. Barcelona.

- (2002), “La funcionalitat de l'espai públic: nous espais del consum”, en Tello, R., *Espais públics. Mirades multidisciplinàries*. Barcelona, Ed. Pòrtic: 95-116.
- (dir.) (2003), *Atlas Comercial de Barcelona*. Barcelona, Ajuntament de Barcelona.
- (2003a), *La Barcelona Literària. Una introducció geogràfica*. Barcelona, Edicions Proa.
- (dir.) (2004), *Atlas de la diversidad*, Enciclopèdia Catalana, Barcelona.
- (2005), “A cidade industrial à cidade dos consumidores. Reflexões teóricas para debater”. en Carlos A.F.A. y Carreras, C., *Urbanización e Mundialização, estudos sobre a metrópole*. E. Contexto. Barcelona.
- (2006), “El comerç i el consum”, en *Tradicioniari*. Barcelona, Enciclopèdia Catalana, s.a. 2: 198-241.
- (2006a). “Tradition and modernity. Competition among retail locations in contemporary Barcelona”. en *BELGEO*, Leuven, núm. 1-2, pp. 41-51.
- (2008) “Sense of Place, Well-being and Migration among Young People in Sarajevo” en Allyson & Eyles, *Sense of Place, Health and Quality of Life* Ashgate Publishing LTD
- (2008): “Geographies of Consumption” reseña en *Revista de Geografia*, Barcelona, Universitat de Barcelona. Núm. 5 pp. 127-129.
- (2009): “Teorizando sobre la ciudad y el comercio, a propósito de unas reflexiones sobre la calle comercial”. En Carreras, C. y Pacheco, S. M. M. (Orgs.), *Cidade e comércio: a rua comercial na perspectiva internacional*. Rio de Janeiro, Armazém das Letras.
- (2009b): “Comercio y Ciudad: los retos de la sociedad de los consumidores”. En Cirelli, C. *Città e commercio*. Editorial Patron, Bolonia, Italia.
- (2010), “La centrifugación, una propuesta de clarificación conceptual” en Martínez-Rigol, S. *El centro en cuestión, la cuestión del centro*. Lleida, Editorial Milenio. pp: 37-42.
- Carreras, C. y García Ballesteros, A. (2006), “Geografía Urbana”, en *Tratado de Geografía Humana*. Barcelona, Anthropos: 84-94.
- Carreras, C. y Moreno S. (2007), "Los procesos de modernización en Sarajevo. La incierta dirección de la flecha del tiempo." En *Anales de Geografía* 27(1): 29-44.
- (eds) (2009) *Llegint pedres, escrivint ciutats*. Lleida. Editorial Pagès.
- (2009a), “Equipament comercial, Oci i Turisme” Dins de *Mapa Nacional de l'Oferta i els Productes Turístics de Catalunya*. Generalitat de Catalunya Director del projecte Dr. Francesc López Palomeque,
- (2009b), “Les manifestacions culturals internacionals” Dins de *Mapa Nacional de l'Oferta i els Productes Turístics de Catalunya*. Generalitat de Catalunya Director del projecte Dr. Francesc López Palomeque,
- Moreno, S., Ariño, A. (2006): *Las tiendas históricas de Catalunya.*, Angle Editorial, Manresa.

- Romero J. (2000), "Cambios en las formas y lugares de consumo en Barcelona." *Estudios Geográficos* 61(238): 103-123.
- Domingo, J., Sauer, C. (1990), *Les àrees de concentració comercial de la ciutat de Barcelona*, Barcelona, Ajuntament de Barcelona
- Jalabert, G. y Thouzellier, C., (1993), "Barcelona '92, una política urbana tradicional." en *Estudios Geográficos* (LIV) (212),
- Martínez-Rigol, S. y Moreno, S. (2008). "La cartografía temàtica a petita escala. Unes lliçons de l'Atlas de la diversitat" en *Treballs de la Societat Catalana de Geografia*. Editorial IEC. Barcelona. Vol. 65. Número especial dedicado al Segon Congrés Català de Geografia: el mapa com a llenguatge geogràfic. pp. 183-193.
- Martínez-Rigol, S. y Moreno, S. (2011), "Global and Local Consumption. A Credit Card Way of Life", .en Salgueiro, T.B. Cachinho, H. (ed), *Retail Planing for the Resilient City. Consumption and Urban Regeneration*. Lisboa. CEG. pp.183-198
- Martínez-Rigol, S. y Romero, J. (2000), *Els eixos comercials Metropolitans*. Barcelona, Ajuntament de Barcelona.
- Carter, H. (1972), *The Study of Urban Geography* [Ediciones consultadas, 1983, *El estudio de la Geografía urbana*. Madrid, IEAL. y 1995, *The Study of Urban Geography*, Londres, Arnold, 1995, 4ª ed.]
- Carvalho, José E. (2009), *Neuro Economia. Ensaio sobre a sociobiologia do comportamento*. Lisboa. Edições Sílabo.
- Casas Torres, J. M. (1945), «Primeros resultados de una encuesta sobre mercados y comarcas naturales de Aragón». *Estudios Geográficos*, 20-21, 443-460.
- (1948), *Mercados geográficos y ferias de Navarra*. Zaragoza.
- (1972), «En torno a la versión española de un libro clásico sobre lugares centrales". *Geographica*, 4, 301-304.
- (1973), "La selección de núcleos de población "cabezas de comarca" para el bienio 1972-73 (un caso de colaboración de los geógrafos con la administración pública)", *Geographica*, 2ª época, Madrid, abril-junio, págs. 79-104.
- (1992) "Algunes notes sobre Salvador Llobet i la història de la geografia espanyola del seu temps", en *Treballs de la Societat Catalana de Geografia*, vol. VII, núm. 32. pp. 17-26 .
- y Miralbés, M. R. (1973), «Distribución espacial, frecuencia, rango y área de influencia de los mercados periódicos de Galicia». *Geographica*, 3, 177-206.
- Castells, M. (1972), *La question urbaine*. París, François Maaspero. [Edición consultada, 1974, Mexico : Siglo XXI]
- (1996), *The Information Age: Economy, Society and Culture*. 3 volúmenes. [Edición en castellano, 1998, *La era de la información: Economía, sociedad y cultura*, Madrid, Alianza Editorial]
- (2007), *Mobile communication and society*. Mit Press, Cambridge

- y Hall, Peter, (1994), *Technopoles of the world :the making of twenty-first-century industrial complexes*, Routledge, London [traducción castellana, Las tecnópolis del mundo. La formación de los complejos industriales del siglo XXI. Madrid, Editorial Alianza.]
- Cavazza, Stefano y Scarpellini, Emanuela (2010), *La rivoluzione dei consumi. Società di massa e benessere in Europa 1945-2000*. Bologna, Il Mulino.
- Cebrián de Miguel, Juan A., et al. (2002). “Los inmigrantes en el barrio de Embajadores: hacia una consolidación del negocio étnico”. *Revista de Cooperación Internacional*, núm. 8, pp. 59-74.
- (2002a). “El negocio étnico, nueva fórmula de comercio en el casco antiguo de Madrid. El caso de Lavapiés”. En *Estudios Geográficos*, núm. 248-249. pp. 559-580.
- Chabot, G. (1948), *Les villes*. Paris: A.Colin. [Traducción consultada en castellano, 1972, *Las ciudades*. Barcelona: Labor]
- (1987), « Mélanges Hans Bobek », en *Annales de Géographie*. Vol. 76, n°415. pp. 332-333.
- y Beaujeu Garnier, J. (1963), *Tratado de geografía Urbana*, Barcelona V.Vives. [edición consultada en castellano 1970]
- Chasco Lafuente, P. (2000), *Modelos de Gravitación comercial: Una aplicación al anuario comercial de España*. En Cuadernos de Trabajo del Instituto de Predicción Económica “Lawrence R. Klein”. Madrid, Universidad Autónoma de Madrid.
- Checa, Adelaida. (1975), *Estructura comercial de Madrid. Estudio geográfico de grandes almacenes*. Tesis doctoral inédita
- (1990), *Ias Jornadas de Geografía y Comercio: Grandes Superficies Comerciales*, Madrid
- (1992): “Retail and urban conservation », en Salgueiro, T.B., *Commerce, aménagement, et urbanisme commercial*, Lisboa, Universidade de Lisboa.
- Chisholm, G. (1889), *Chisholm's handbook of Commercial Geography*. Longman. London (Edición consultada, 19ª, 1975)
- Christaller, W., (1933), *Die zentralen Orte in Süddeutschland* [versión en italiano consultada 1980, *Le Località centrali della Germania meridionale : un'indagine economico-geografica sulla regolarità della distribuzione e dello sviluppo degli insediamenti con funzioni urbane*, Franco Angeli, Milano].
- Cirelli, C. (a cura di) (2008), *Gli spazi del commercio nei processi di trasformazione urbana*, Bologna, Pàtron.
- (a cura di) (2009), *Città e commercio*. Editorial Patron, Bolonia, Italia.
- Clark, C. (1940), *The conditions of economic progress*. Macmn, London
- Clerici M. Antonietta, y Faravelli M. Luisa (2010), *Banche e territori. Geografie del credito post-liberalizzazione*, Milano, Maggioli Editore.
- Codeluppi, Vanni (2005), *Manuale di Sociologia dei consumi*. Roma, Carocci editore.

- Cohen, S. y Rustky, R., (2005), *Consumption in an age of Information*. Oxford, Berg.
- Conti, S. (1996), *Geografia economica*, Torino, Utet
- Cosials, R. y Méndez, M. (2007), *Comerç creatiu i innovador. Anàlisi de casos. Determinació de bones pràctiques*. Barcelona, Ajuntament de Barcelona.
- Costa Mas, J.(1999), “Los centros urbanos comerciales: una aproximación metodológica”, en Burgos, J.A. (coord.), *La geografía de los servicios en España*, pp. 473-481
- y Canales, G. (1983), “La venta ambulante y sus mercados: el caso de la provincia de Alicante”, en *Investigaciones geográficas*, Nº 1, pp. 87-116
- y Canales, G. (1984), “Focos de comercio ambulante y actividades inducidas: Albaterra y Cox (provincia de Alicante)”, en *Investigaciones geográficas*, Nº 2, pp. 87-104
- D’alessandro, Libera. (2004), *Attività commerciali e spazi urbani. Per un approccio geografico al centro storico di Napoli*. Tesis doctoral.
- (2005), *Attività commerciali e spazi urbani. Per un approccio geografico al centro storico di Napoli*. Napoli, Guida.
- (2006), “*Commercio e dinamiche urbane: il Centro Storico di Napoli*”, en *Storia Urbana*, FrancoAngeli, Milano, n. 113, 2006, pp. 77-97.
- (2008) “Le dinamiche territoriali del commercio: il caso di Napoli”, en C. Cirelli (a cura di), *Gli spazi del commercio nei processi di trasformazione urbana*, Bologna, Pàtron, pp. 341-358.
- (2009) “Città e criminalità: il commercio come chiave interpretativa”, en G. Gribaudo, *Traffici criminali. Camorra, mafie e reti internazionali dell’illegalità*, Bollati Boringhieri, Torino, pp. 434-469.
- y Somella, R. (2009a), “La ricerca sul campo: brevi riflessioni ed esperienze” en Lisi R.A., Marengo M., *Dentro i luoghi: riflessioni ed esperienze di ricerca sul campo*, Pacini, Pisa, Collana del Dipartimento di Teoria e Documentazione delle Tradizioni Culturali, Serie “Quaderni dell’OASSS”, pp. 57-69.
- y Salaris, Alessia, (2011), “Retail As An Instrument For The Revitalization Of City Center: Considerations From Two Italian Medium-Sized Cities”.en Salgueiro, T.B. Cachinho, H. (ed), *Retail Planing for the Resilient City. Consumption and Urban Regeneration*. Lisboa. CEG. pp. 299-316.
- Dagnino Pastore, J.M. (2006), *La organización territorial de la actividad económica*. Conferencia pronunciada en la sesión pública de la Academia Nacional de Ciencias de Buenos Aires. Buenos Aires, pp. 518-567
- Daniels, P.W. & Moulaert, F. (1991), *The Changing geography of advanced producer services: theoretical and empirical perspectives*, Belhaven Press, London
- Dawson, John A. (1980), *Retail Geography*, New York, Halsted Press.
- (1985), *Shopping centre development, Policies and prospects*. New York, Longman.

- Larke, R. y Mukoyama, M. (2006), *Strategic issues in International Retailing*, London, Routledge.
- de Meer, Angela (1989), *Atlas comercial de Santander, (1930-1987)*. Santander, Cámara Oficial de Comercio, Industrial y Navegación de Santander, D.L.
- (1990), *Estructura y evolución de las actividades comerciales: Santander (1930-1987)*, Santander, Universidad de Cantabria.
- Débord, Guy (1967), *La Société du spectacle*, [Edición en castellano consultada, 2010, La sociedad del espectáculo, Valencia, Pre-textos]
- Delgado, M. et al. (2009), *Fecundidad y trayectoria laboral de las mujeres en España*. Madrid, Instituto de la mujer.
- Dematteis, G. (1966), *Le località centrali nella geografia urbana di Torino*, Torino, Laboratorio di Geografia Economica.
- Desse et al (dir.) (2008), *Dictionnaire du commerce et de l'aménagement*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes.
- (2009), “Wal-mart, Caballo de troya de la globalización”, en *Geograficando*, Vol. 5, núm. 5, pp. 13-40.
- Dicken, Peter. (1992), *Global shift: the internationalization of economic activity*, 2nd edn, Paul Chapman, London.
- Dollfus, O. (1997), *La Mondialisation*, Barcelona, Bellaterra.
- Domingo, J. (1988), *El paper de la ciutat en les realitats microestatals. El cas dels microestats europeus*. Tesis doctoral inédita presentada en el Departamento de Geografía Humana de la Universitat de Barcelona.
- Douglas, M. y Isherwood, B.C. (1979), *The World of Goods : Towards an Anthropology of Consumption*, [edición castellana, 1990, *El Mundo de los bienes :hacia una antropología del consumo*, Grijalbo, México, D.F.]
- Du Gay, Paul, (1996), *Consumption and identity at work*. Sage, London
- Dubois, B. (1998), *Comportamiento del consumidor. Comprendiendo al consumidor*. Madrid, Prentice Hall.
- Dugot, P. y Pouzenc, Michaël (dir.) (2010), *Territoires du commerce et développement durable*. Paris, L'Harmattan.
- Dupuy, G. (1995). *Les territoires de l'automobile*. París, Anthropos.
- Eagleton, T. (1993), *Introducción a la teoría literaria*. México.
- (1999), *La función de la crítica*. Barcelona.
- Eco, Umberto, (1977). *Come si fa una tesi di laurea*. [edición en castellano consultada, 2005, *Cómo se hace una tesis*. Barcelona Gedisa editorial].
- (1992), *Los Límites de la interpretación*, Lumen.
- Ehlers, E. (ed.) (1992), *40 Years After: German Geography :Developments, Trends and Prospects 1952-1992*, Deutsche Forschungsgemeinschaft.Tübingen.

- Elias, N. (1987), *Die Gessellschaft der Individuen*. Frankfurt, Verlag [trad. Castellana, *La sociedad de los individuos*, Península, Barcelona, 1990].
- Epstein, J. (2001), *La industria del libro*, Pasado, presente y futuro de la edición. Barcelona, Anagrama.
- Epstein, S.R. (2000), *Freedom and growth: the rise of states and markets in Europe, 1300-1750*, Routledge, London etc. [traducción castellana, 2009, *Libertad y crecimiento : el desarrollo de los estados y de los mercados en Europa, 1300-1750*, Valencia, Universidad de Valencia]
- Escolano Utrilla, S. (1995), “Un sistema de información geográfica para el comercio y los servicios de Zaragoza (SIGCAM)”, en *XIV Congreso Nacional de Geografía: Cambios regionales a finales del siglo XX*. Salamanca, Universidad de Salamanca/Asociación de Geógrafos Españoles, pp. 470-474.
- (1999): “Evolución de los estudios geográficos sobre el comercio en España”. En Antón Burgos, F.J., coord., *La geografía de los servicios en España*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid / Asociación de Geógrafos Españoles, pp. 431-454.
- Escudero, L.A. (2008). *Los centros comerciales, espacios posmodernos de ocio y consumo: un estudio geográfico*. Cuenca, Publicaciones de la Universidad de Cast – La Mancha.
- Espinosa Seguí, Ana Isabel (2004), “Amenazas y nuevas estrategias del comercio de centro urbano. El caso de Alicante”, en *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, N.º. 38, pp. 153-174
- (2007), *El comercio como herramienta estructuradora del territorio, El caso de las ciudades alicantinas*. Tesis doctoral inédita presentada en el Departamento de Geografía Humana de la Universidad de Alicante.
- (2009), “Estrategias de complementariedad entre comercio y turismo en centros históricos patrimoniales: el caso de Venecia”, en *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, N.º. 50, pp. 281-296
- Estébanez, J. (1974), *Cuenca. Estudio geográfico*. Madrid, Instituto de Geografía Aplicada,
- Eurostat (2007), *Cultural Statistics. 2007 Edition*. Luxembourg, European Commission y Eurostat
- Eyles, John (1998), “Los métodos cualitativos en la geografía humana: bases teóricas y filosóficas y aplicaciones prácticas”, en García Ballesteros, A. (1998), *Métodos y técnicas cualitativas en geografía social*. Pp.: 33-43
- FAD (2006), *Point.bcn, Barcelona Guide Map*. Fundació de les Arts Decoratives. Verano 2006.
- Falk, B. (2009), *4. European factory outlet center report*. Starnberg: Institut für Gewerbezentren
- Faravelli, M.L. (2008) “I mercati coperti a Milano: un patrimonio negato”, en C. Cirelli (a cura di), *Gli spazi del commercio nei processi di trasformazione urbana*, Bologna, Pàtron, pp. 39-48



- Featherstone, M. (1992), "Cultural Production, Consumption, and the Development of Cultural Sphere", en Münch, R. y Smelser, N.J., *Theory of culture*, University of California Press. Cap. 10, pp. 265-292
- Fernandes, J.R. (1992), "O Comércio e a Cidade do Porto: Transformações Recentes, Tenências e perspectivas", en *Sociedade e Território*, 17 pp. 19-25.
- (1993), *O comércio na Cidade do Porto*, Tesis doctoral, Faculdade de Letras da Universidade do Porto
- (1999), "Retail and Planning in the City Centre: new trends and the Portuguese experience", en Salguero, T. B. *The Globalization of Consumption and Retail Places*, Lisboa, Universidade de Lisboa
- Ferrer, J.M. (2009), "Escriure i publicar en Barcelona en els darrers cinquanta anys", en Carreras, C., Moreno, S. (eds) *Llegint pedres, escrivint ciutats*. Lleida. Editorial Pagès, pp. 295-315
- Ferro et al (1964), "Studi geografici sui mercati periodici e sulle fiere", *Pubblicazioni del Laboratorio di Geografia*, Facoltà del Magisterio, Università di Trieste.
- Ferro, G. (1963), "Osservazioni geografiche sui mercati periodici e sulle fiere nella provincia di Cuneo", *Rivista Geografica Italiana*, 70, pp. 133 – 148.
- Finocchiaro, E. (1999), *Città in trasformazione: le logiche di sviluppo della metropoli*, Franco Angeli, Milano.
- (2008) "I nuovi luoghi del consumo nella città contemporanea", en C. Cirelli (a cura di), *Gli spazi del commercio nei processi di trasformazione urbana*, Bologna, Pàtron, pp. 39-48
- Fisher A (1935), *The clash of progress and security*. Macmn, London
- Flink, J. (1976), *The Car Culture*. MIT Press. Cambridge.
- Florida, R. (2008), *The creative cities*. [Edición consultada en catalán, Les ciutats creatives, 2009, Pòrtic].
- Fontana, J.M. (1963), *Atlas Comercial de España*, C.S.C.C.I.N. de España. Madrid
- Ford, H. (1922), *My Life and Work* [Versión consultada proyecto Gutenberg [www.gutenberg.org/wiki/ES\\_Portada](http://www.gutenberg.org/wiki/ES_Portada).]
- Formica, C (1970), "Osservazioni geografiche sulle fiere e sui mercati periodici della Sicilia Orientale", *Rivista Geografica Italiana*, 77, pp. 153 – 170.
- Fournié, A. (1982), *Planification et production des centres commerciaux régionaux en France de 1965 à 1981*. Thèse de doctorat de troisième cycle en Urbanisme et Aménagement, université de Paris XII Val-de Marne.
- Fournié, A. (2009), "Centre Commercial" en Desse et al (dir.), *Dictionnaire du commerce et de l'aménagement*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes. pp.49-52.
- Frago, Ll. (2011), *La metamorfosis del centre a les capitals comrcals: de la tradició a la postmodernitat*. Tesis doctoral. Universitat de Barcelona. Departament de Geografia Humana. Barcelona.

- Freire, Espido. (2006), *Mileuristas: cuerpo, alma y mente de la generación de los 1.000 euros*, Barcelona: Editorial Ariel
- Fukuyama, F. (1992), *El Fin de la historia y el último hombre*. Madrid, Planeta
- Galbraith, J.K.(1958), *The Affluent society*, [Edición consultada, 1987, *La Sociedad opulenta*, 2a edn, Ariel, Barcelona]
- García Ballesteros, A. (1985), *Geografía y marxismo*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- (1992), *Geografía y humanismo*. Vilassar de Mar, Oikos Tau.
- (1998), *Métodos y técnicas cualitativas en geografía social*. Vilassar de Mar, Oikos-tau.
- (1998a), "Nuevos espacios del consumo y exclusión social" en *Anales de geografía de la Universidad Complutense*, N° 18, , pàg. 47-63
- (1999), "Nuevas estructuras familiares y transformación del consumo". En AA.VV: *Professor Joan Vila Valentí. El seu Mestratge en la Geografia Universitària. Barcelona*. Barcelona, Universitat de Barcelona, 1999, pp. 969-984.
- (2000), "El espacio social del consumo en la cultura de la postmodernidad". *Estudios Geográficos*, Vol. 61. Número 238, pp. 27-48.
- (2000), «Cambios en la estructura familiar" *A Distancia*, vol.18, n.a 1, Pp. 138-146.
- (2002), "El cibercomercio en la Comunidad de Madrid" en *Anales de geografía de la Universidad Complutense*, N° Extra 1, pp. 259-268
- (2002a), "El espacio social del cibercomercio: El caso español" en *Estudios geográficos*, Vol. 63, N° 248-249, pp. 655-674
- (dir) (2006), *Inmigrantes emprendedores en la Comunidad de Madrid*. Madrid: Consejería de Economía e Innovación Tecnológica, Comunidad de Madrid.
- y Carreras, C. (2006), Geografía del Consumo, en Hiernaux, D., y Lindón, A. (dirs), *Tratado de Geografía Humana*, México, Anthropos. pp: 320-336.
- y Sanz Berzal, B. (Coords) (2004), *Inmigración y sistemas productivos en la comunidad de Madrid*. Madrid. Consejería de Economía e Innovación Tecnológica, Comunidad de Madrid.
- García Canclini, N. (1995), *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Mexico, Ed. Grijalbo.
- (2001), *Culturas híbridas :estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Buenos Aires, Paidós.
- García Escalona, E. (2000) "Consumo, publicidad y lugar" en *Lecturas Geográficas, Homenaje a José Estébanez Álvarez*. Volumen I, pp 511 - 523.
- (2000a), "Cambios en las formas y lugares de consumo en Madrid", en *Estudios Geográficos*, LXI, 238, enero-marzo, pp. 73-102.

- (2006), “De la reliquia al souvenir”, en *Revista de Filología Románica*, anejo IV, 399-408. Madrid
- (2006a), “Madrid más allá de la modernidad”, en *Revista de Filología Románica*, anejo III, 173-188. Madrid.
- García Martínez-Rigol, C. (1995), *Actividad comercial y espacio urbano: la organización espacial del comercio minorista en la ciudad de Albacete*. Tesis doctoral presentada en la Universidad de Castilla-la Mancha. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Castilla-La Mancha
- García Navarro, J. (1998), *El cuarto de baño en la vivienda urbana. Una perspectiva histórica*, Madrid, Fundación Cultural COAM
- García Ramón, M.D. (1976), “Valor actual del modelo de Von Thünen y dos comprobaciones empíricas”, en *Revista de Geografía. Barcelona*, Universitat de Barcelona. vol. 10, núm. 1-2. pp. 11-33
- Garner, Barry (1966), *The internal structure of retail nucleations*, Dept. of Geography, Northwestern University.
- Gaspar, J. (1972), *A Área de Influência de Évora - Sistema de Funções e Lugares Centrais*. Lisboa, Centro de Estudos Geográficos.
- et al (1975a), “Centros de Comércio e Serviços na Cidade de Lisboa” en *Finisterra*, vol. X 20, pp. 230-272
- (1976), “A Dinâmica Funcional do Centro de Lisboa” en *Finisterra*, vol. XI 21, pp. 37-150.
- (1987), “Do pelourinho ao centro comercial.” *Povos e Culturas* (Nº 2): pp. 243-259.
- y Correia, F. (1973), *A Distribuição das Actividades Terciárias na Cidade de Lisboa, segundo as Estatísticas Fiscais*. Série “Estudos de Geografia Urbana”, nº. 4 do Projecto LL 5 do Instituto de Alta Cultura
- y Correia, F. (1975), “A Distribuição das Actividades Terciárias na Cidade de Lisboa segundo as Estatísticas Fiscais” en *Finisterra*, vol. X 20, pp. 193-229 (com Fernando Correia),
- Resende, A.I., y Ferrão, J. (1977), “Padrões Espaciais do Comportamento da População de Lisboa na Aquisição de Bens e Serviços”, en *Estudos de Geografia Urbana*, nº. 9. Lisboa
- George, P. (1952), *La ville. Le fait urbain à travers le monde*. París, Presses Universitaires de France.
- (1963), *Géographie de la consommation*. Presses Universitaires de France, París. [Edición en castellano consultada de 1968]
- Georges, Nicolas (2009), "Walter Christaller from 'exquisite corpse' to 'corpse resuscitated' ", en revista *S.A.P.I.E.N.S.*, 2.2, URL: <http://sapiens.revues.org/index843.html>
- Gershuny, J. y Miles, I.D. (1983), *The New service economy: the transformation of employment in industrial societies*, Frances Pinter, London.

- Giménez, Rafael (1986), “La geografía de los transportes, en busca de su identidad”, en *Geocrítica*, núm. 6, marzo.
- Godoy, Tatiane M. Pinto de (2009), *O Espaço da Economia Solidária: a autogestão na reprodução das relações sociais e os limites da emancipação social*. 2009. Tesis doctoral bajo la dirección de Silvana Maria Pintaudi.- Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho.
- Golledge, R.G. y Stimson, R.J. (1987), *Analytical Behavioural Geography*. London, Croom Helm
- Gómez Crespo, Paloma (1993), *Comprar y Vender: la cultura del comercio y el mercado*. Eudema.
- Goss, J. (1993), “The “Magic of the Mall”: An Analysis of Form, Function, and Meaning in the Contemporary Retail Built Environment”, en *Annals of the Association of American Geographers*, Vol. 83, 1, pp 18–47, Marzo
- (2006), “Geographies of consumption”, en *Progress in Human Geography*, núm 30: pp: 237-249
- Goodman, M.K. y Redclift, M. (eds) (2010), *Consuming Space. Placing Consumption in Perspective*. Burlington, Ashgate.
- Gottmann, J. (1964), *Megalopolis :the urbanized northeastern seaboard of the United States*, The M.I.T. Press, Cambridge Mass.
- Goubert, J-P. (1986), *La conquête de l'eau*. Paris, Robert Laffont.
- (1988), *Du Luxe au Confort*, Alençon, ed. Belin.
- Gramsci, A. (1976), *Ciudad y literatura*. Península, Madrid
- Gremi de Llibreters de Catalunya (2007), *Mapa de llibreries de Catalunya*. Documento inhérito.
- Gutiérrez, P. (1993). *El crecimiento de los servicios*. Madrid. Alianza Editorial.
- Guy, Clifford. (1980), *Retail Location and Retail Planning in Britain*, Gower, Westmead, England.
- (1993), “Transformation and the city centre” en Bromley, R. y Thomas, C., *Retail Change, Contemporary issues*. London, UCL Press. pp: 88-108
- (1994), *The Retail development process :location, property and planning*, Routledge, London etc.
- (1999) “Retail Location Analysis”, en Pacione, M., *Applied geography: principles and practice :an introduction to useful research in physical, environmental and human geography*, Routledge, London etc.
- (2007), *Planning for Retail Development: A Critical View of the British Experience*, London, Routledge,
- Habermas, J. (1988), *La lógica de las ciencias sociales*. Madrid.
- Hägerstrand, T. (1967), *Innovation diffusion as a spatial process*, The University of Chicago Press, Chicago Ill.

- (1970), "What about people in Regional Science?", *Papers of the Regional Science Association*, 24, pp. 7-21 (Versión en español consultada, 1991, Serie Geográfica núm.1, pp 93 - 110)
- Hagget, P. (1983), *Geography. A Modern Synthesis*. [Edición en castellano consultada, 1994, *Geografía, Una síntesis moderna*. Barcelona, Omega]
- (2001), *Geography. A Global Synthesis*. Edinburgh, Pearson Educational.
- Halter, Marilyn. (2000), *Shopping for Identity. The Marketing of Ethnicity*. Schocken. New York.
- Hardwick, M. Jeffrey (2004), *Mall maker: Victor Gruen, architect of an American dream*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press.
- Harrison, R. (2005), "Pressure Groups, Campaigns and Consumers", en *The Ethical Consumer*. Londres, Sage Publications, Ltd.
- Harvey, D. (1972), "Revolutionary and counter revolutionary theory in geography and the problem of ghetto formation." *Antipode* 4(2): 1-13.
- (1989), *The condition of postmodernity: an enquiry into origins of cultural change*. Oxford.
- (2003), *The New Imperialism*. Oxford University Press, Oxford,
- (2003a), *Paris, Capital of Modernity*. London, Routledge.
- Heinritz, G. (ed.) (1992) *The attraction of retail locations*, IGU-Symposium, Vol. I, Kallmünz/Regensburg: Verlag M. Laßleben. 19- 46.
- y Schröder, F. (2002): "Visioni Geografiche Sul Futuro Del Commercio", *Rivista Geografica Italiana*, 109, 665-675, Reviewed, published.
- Hetherington, K. (2007), *Capitalism's Eye. Cultural Spaces of Commodity*. New York, Routledge.
- Hilton, Rodney (ed.) (1976), *The transition from feudalism to capitalism*. [Traducción castellana. La transición del feudalismo al capitalismo. 1978, Editorial Crítica. Barcelona]
- Hofmeister, Burkhard, (1992), "Urban Geography", en Ehlers, E., *40 Years After: German Geography :Developments, Trends and Prospects 1952-1992*, Deutsche Forschungsgemeinschaft.Tübingen. pp. 195-226.
- Horsfall, D. (1982), *Manufacturing industry*, Oxford, Basil Blackwell.
- Hübschmann, E. (1952), "Die Zeil. Sozialgeographische Studie einer Strasse", en *Frankfurter Geographische Hefte* 26. Frankfurt.
- Illeris, Sven, (1996), *The service economy. A geographical approach*. Chichester, Wiley.
- Imhotep (1992), *L'évolution du commerce dans les villes françaises de 1975 à 1990*. Paris, Ministère du commerce et de l'artisanat.
- International Digital Publishing Forum (2011), *Industry statistics 2002 – 2010*. [http://www.idpf.org/doc\\_library/industrystats.htm](http://www.idpf.org/doc_library/industrystats.htm)

- International Road Federation, (2009), *World Road Statistics 2009 - Data 2002-2007*. International Road Federation
- Isard, W. (1960), *Methods of regional analysis: an introduction to regional science*. Cambridge. MITT Press.
- Izquierdo, A. (1996), *La inmigración inesperada. La población extranjera en España (1991-1995)*. Madrid. Editorial Trota.
- Jacobs, Jane. (1961), *The Death and Life of Great American Cities*. New York: Random House. [Edición consultada en castellano, 2011, Madrid, Capitan Swing libros.]
- (1969), *The economy of cities*. New York: Random House, 1969. [Traducción castellana. *La economía de las ciudades*. Barcelona: Península, 1971. 2ª ed. 1975]
- (1984), *Cities and the wealth of nations :principles of economic life*, Random House, New York.
- Jayne, M. (2006), *Cities and Consumption*. London, Ed. Routledge.
- Johnston, R.J. & Claval, P. (1984), *Geography since the second world war :an international survey*, Londres, Croom Helm.
- Jones, K. y Simmons, J. (1990), *The Retail Environment*. London: Routledge.
- (1993), *Location, Location, Location. Analyzing the retail environment*. Scarborough (Ontario), Ed. Nelson Canada.
- Jonhson, James H. (1967), *Urban Geography. An introductory analysis*. Oxford, Pergamon Press. [Traducción castellana. *Geografía urbana*. Barcelona: Oikos-Tau, 1974]
- Keynes, John Maynard (1933), "Robert Malthus The First of the Cambridge Economists." en *Essays in Biography*. New York Harcourt, Brace and Company.
- (1936), *The General Theory of Employment, Interest and Money*. [Edición en castellano consultada, *Teoría general sobre el empleo, el interés y el dinero*, Madrid, Ediciones Aosta].
- Kopytoff, I. (1986), "The Cultural biography of things: commoditization as process", pp. 64-94 en Appadurai, A. (1986), *The Social life of things :commodities in cultural perspective*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Krugman, Paul, (1991), *Geography and Trade*. Gaston Eyskens Lecture Series [traducción española, 1992, *Geografía y comercio*, Barcelona, Antoni Bosch editor]
- Kulke, E. (2006), "Competition between formats and locations in German retailing", en *Belgeo*, vol. 1-2, pp. 27-39.
- (2007): "Economic change and urban development in Berlin", en Centro de Estudos Geograficos (Ed.): *Geophilia, O sentir e os sentidos da Geografia. Homenagem a Jorge Gaspar*, Lisboa, pp. 205-215.
- Lacoste, Y. (1976), *La Géographie, ça sert, d'abord, à faire la guerre*, François Maspero, Paris.

- Lafargue, P. (1880), *Le Droit a la paresse*, [Edición consultada, 1970, *El Derecho a la pereza*, Galerna]
- Larkham, P.J. (1988) “The Style of Superstores: The response of J. Salysbury PLC to a Planning Problem”, en *International Journal of Retailing*, Vol. 3, num, 1, pp. 44-59. [traducción catalana 1989, “L’estil dels Hipermercats. Un exemple britànic de com es negocia la realització de l’entorn dels edificis”, en *Revista Catalana de Geografia*, num, 10, vol. IV, Octubre, Barcelona Institut Cartogràfic de Catalunya]
- Lash, S. y Urry, J. (1987), *The End of organized capitalism*, Polity Press, Cambridge.
- (1994), *Economies of Signs and Space*. [Edición consultada *Economías de signos y espacios. Sobre el capitalismo de la posorganización*, Buenos Aires, Amorrortu editores].
- Lee, M. J. (1993), *Consumer culture reborn. The cultural politics of consumptions*. Londres/Nueva York, Ed. Routledge.
- Lees, L. (2000) “A re-appraisal of gentrification: towards a ‘geography of gentrification’”, en *Progress in Human Geography* 24 389–408
- (2002) “Rematerializing geography: the ‘new’ urban geography” en *Progress in Human Geography* 26 101–12
- Lindström, M. (2008), *Buyology. How Everything We Believe About Why We Buy is Wrong*. London. Random House.
- Lipovetsky, (1987), *El Imperio de lo efímero :la moda y su destino en las sociedades modernas*, Anagrama, Barcelona. [edición consultada 1990]
- Lluch, J. y Sopena, M. (coord) (2007): *Mutacions d’una crisi. Mirada crítica a l’edició catalana (1975-2005)*. Vilanova i la Geltrú. El cep i la nansa edicions.
- Lluelles, A. (1991), *La transformació econòmica d’Andorra*. Barcelona, L’Avenç,
- López Martín, F. (2009), *El Estado Del Mundo 2010*, Madrid, Akal.
- López Trigal, L. (1976), *La red urbana de León, lugares centrales y zonas de influencia en el Noroeste de España*, Universidad complutense de Madrid,
- (1979), *La red urbana de León*. Colegio Universitario de León.
- (1987), “Los estudios sobre lugares centrales em España y Portugal”, Madrid, *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, núm. 7
- Lord, J. Dennis. (1996), “The outlet/off-price Shopping center”, en Akehurst, G. y Alexander, N. *Retail Structure*. New York, Frank Cass.
- Lösch, August (1940), *Die räumliche Ordnung der Wirtschaft*, G. Fischer, Jena, Deutschland. En inglés (1954) *The Economics of Location*, YUP, New Haven CT. En español (1957) *Teoría Económica Espacial*, El Ateneo, Buenos Aires
- Lynch, K. (1960), *The Image of the city*, The M.I.T. Press, Cambridge.
- Mackay, Hugh (ed.) (1997), *Consumption and Everyday life*. Sage. London.
- Malthus, T.R. (1798), *Ensayo sobre el principio de la población*, [Versión consultada, 1977, Fce, México].

- Mansvelt, J. (2005), *Geographies of consumption*, Sage, London etc.
- Marcuse, H. (1964), *El Hombre unidimensional :ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*, [edición consultada, 1971, 7ª ed, Seix Barral, Barcelona].
- Mardones Alonso, J. (1997), *Bibliografía de la gastronomía vasca 1800-1959*, Vitoria, Diputación Floral de Alava.
- Martinelli, F (1991) “A demand-oriented approach to understanding producer services”, en Daniels, P.W. & Moulaert, F. 1991, *The Changing geography of advanced producer services: theoretical and empirical perspectives*, Belhaven Press, London. 15 -29
- Martínez-Rigol, S. (2000), *El retorn al centre*. Tesis doctoral sin publicar.
- (2003), “Els establiments de papereria i llibreria a la Regió Metropolitana”, en Carreras, C. dir. *Atlas Comercial de Barcelona*, Barcelona, Ajuntament de Barcelona, Cambra de Comerç, Universitat de Barcelona. pp. 38-39
- (2009). “La construcció literària del barri Xino”. dentro de Carreras, C. Moreno, S. (ed.). *Llegint pedres, escrivint ciutats*. Pagés Editors. Lleida.
- (2010), *El centro en cuestión, la cuestión del centro*. Lleida, Editorial Milenio.
- y Moreno, S. (en prensa), “Economic and social changes through the retail equipment. The Case of El Raval in Barcelona”. dentro de Sánchez Aguilera, D. *The Way forward. Local Social Movements in Marginal Areas*.
- Marx, K. (1932), *La ideología Alemana*, [Edición consultada, 1993, *La cuestión judía y otros escritos*, Madrid, Planeta-Agostini]
- Mas Hernández, Rafael (1989), “Sobre la geografía urbana en España”, en *Història urbana i intervenció en el centre històric. IIIa Setmana d'Estudis Urbans a Lleida*. Barcelona: Institut Cartogràfic de Catalunya, pp. 163-186.
- Masllorens, A. (2007), “El sector llibreter a Catalunya”, en Lluch, J. y Sopena, M. (coord), *Mutacions d'una crisi. Mirada crítica a l'edició catalana (1975-2005)*. Vilanova i la Geltrú. El cep i la nansa edicions.
- Maslow, Abraham, (1943), *El Hombre autorrealizado :hacia una psicología del ser*, [Edición castellano de 1973, Kairós, Barcelona].
- Massey, D.B. (2005), *For space*, SAGE Publications Ltd, London etc.
- Matés, J.M (2003), “Nuevas tecnologías y su impacto en las obras hidráulicas del siglo XIX”, en Sabio, Alberto y Iriarte, Iñaki, (eds.), *La construcción histórica del paisaje agrario en España y Cuba*. Ed. Catarata, Zaragoza.
- McCracken, G.D. (1990), *Culture and consumption :new approaches to the symbolic character of consumer goods and activities*, Indiana University Press, Bloomington.
- Mela, A, (2006), *Sociologia delle città*, Carocci, Roma.
- Méndez, R. (1997), *Geografía económica: la lógica espacial del capitalismo global*, Ariel, Barcelona.



- Mérenne-Schoumaker, B. (1979) "Motivations des localisations commerciales au centre-ville. Le cas des nouveaux commerces de l'hypercentre liégeois", en *Revue de la Société d'Etudes et d'Expansion*, num. 281, pp. 541-550.
- (1987), « Géographie et analyse du commerce urbain: bilan et perspectives », en *Société géographique de Liège*, pp. 325-335.
- (1988), *Localisation du magasin, Guide pratique*, Bruxelles, Comité Royal Belge de la Distribution,
- (1991) "Una nova forma de comerç: el comerç de segona mà. Primeres observacions partint del cas de Lieja", en *Treballs de la SCdG*, 28-29.
- (1996), *La localisation des services*, Paris, Nathan Université
- (2000), *Atlas commercial de Belgique*, Ministère des Affaires économiques, Administration de la Politique commerciale, Service Distribution et Comité belge de la Distribution
- (2001), « Commerce de détail, loisirs et tourisme : vers un renforcement des liens? », en *Hommes et Terres du Nord*, n° 2, pp. 90-96.
- (2003), *Géographie des services et des commerces*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, DIDACT Géographie,
- (2008), «Géographie du commerce de détail» en Desse et al (dir.), *Dictionnaire du commerce et de l'aménagement*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes. Pp.151-155.
- Merrifield, A. (2002), *Metromarxism. A Marxist Tale of the city*. New York and London.
- Merrington, J. (1976), "Ciudad y campo en la transición al capitalismo". en Rodney Hilton, *Marxism and the transition from feudalism to capitalism*. pp. 232 - 238
- Metton, Alain (1987), *Recherches géographiques et activités commerciales – Geographical Research on Commercial Activities*, Paris : Union Géographique Internationale, Collection Commerce et Société, pp. 235-248.
- (2005), "Commerce" en Wackermann G. (dir.) *Dictionnaire de géographie*, Paris, Ellipses, pp. 73-76.
- et al. (1984), *Le commerce urbain français*, Paris. Metton
- et al (1980), *Le Commerce et la ville en banlieue parisienne* . Paris,
- y Bertrand, M-J. (1974), « Les espaces vécus dans une grande agglomération ». *L'Espace géographique*, n° 2, p. 137-146
- y Gagnet, Philippe (1988), *Répertoire bibliographique international des recherches commerciales*, Paris.
- y Pallier, G (1990), *Le commerce des centres-villes*. Limoges, PULIN
- Micheletti, M. (2003) *Political Virtue and Shopping: Individuals, Consumerism, and Collective Action*. New York, Palgrave MacMillan.
- Miles, S. (2004), *Consuming cities*. Basingstoke, Palgrave Macmillan.

- Miller, D. (1987), *Material culture and mass consumption*, Basil Blackwell, New York.
- (1995), *Acknowledging consumption :a review of new studies*, Routledge, London etc.
- (1998), *A Theory of shopping*, Polity, Cambridge.
- (1998a), *Shopping, place and identity*, Routledge, London etc.
- (2008), *The Comfort of Things*. Cambridge, Polity Press.
- Miller, Geoffrey (2009), *Spent: sex, evolution, and consumer behavior*. New York, Viking.
- Miller, Roger. (1991), “Selling Mrs. Consumer: Advertising and the creation of suburban socio-spatial relations, 1910–1930”. *Antipode* 23, no. 3: 263–306.
- Mingione, E. (1985), “Social Reproduction of the Surplus Labour Force: the Case of Southern Italy” en Redclift, N y Mingione, E. (Eds.), *Beyond Employment*, Blackwell, Oxford.
- Mitchell, A. (1983), *Nine American Life Styles: Who We are and Where We are Going*. McMillan Publishing Company
- Moix, A.M<sup>a</sup>. (2002), *24 horas con la Gauche Divine*, Barcelona, Lumen.
- Molinillo, Sebastián, (2001), “Los Centros Comerciales de área urbana. Estudio de las principales experiencias extranjeras”, en *Distribución y comercio*, Abril – Mayo, pp. 27-45
- Mollenkopf, J.H. y Castells, M (2001). *Dual City. Restructuring New York*. New York. Russell Sage Foundation
- Monheim, R. (1992), ”The importance of accessibility for downtown retail and its perception by retailers and customers“. In: Heinritz, G. (ed.) *The attraction of retail locations*, IGU-Symposium, Vol. I, Kallmünz/Regensburg: Verlag M. Laßleben. 19- 46.
- (1996), ”Parking management and pedestrianisation as strategies for successful city centres“. In: OECD/ECMT (ed.): *Sustainable transport in central and eastern European cities*, Paris. 53-143.
- (1998), ”Methodological aspects of suveying the volume, structure, activities and perceptions of city centre visitors“, *GeoJournal*, 45 (4), 273-287.
- (2008), “Centri naturali e centri commerciali in Germania: Contrapposizione o integrazione?”, en Cirelli, C., *Città e commercio*, Bologna, Pàtron Editore.
- Montenegro, J. ( 2002) *Guía d’establiments singulars*. Barcelona. b-guided, Ajuntament de Barcelona, Foment de Ciutat Vella.
- Moraes, Antonio C. R. (1983), *GEOGRAFIA. Pequena História Crítica*. HUCITEC, Brasil. [version consultada del año 2003]
- Morandi C. (2003), *Il commercio urbano. Esperienze di valorizzazione in Europa*, Clup, Milano.

- Moreno, A. (1995): "Planificación y gestión de servicios a la población desde la perspectiva territorial: algunas propuestas metodológicas", *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 20, p. 115-134.
- (1997): "Los servicios a las empresas en el espacio metropolitano: localización, dinámicas y políticas", *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 24, p. 29-52.
- (Dir.) (2001), *Geomarketing con sistemas de información geográfica*. Madrid, Dpto. de Geografía de la UAM-Grupo de Métodos Cuantitativos, SIG y Teledetección de la AGE, 2001, 138 p.
- y Álvarez, C. (1997): "Análisis y evaluación de servicios públicos locales desde la perspectiva geográfica. Un estudio de caso", *Gestión y Análisis de Políticas Públicas*, 10, p. 99-113.
- y Escolano, S. (1992), *Los servicios y el territorio*. Madrid, Síntesis, 1992.
- y Escolano, S. (1992a), *El comercio y los servicios para la producción y el consumo*. Madrid, Síntesis.
- y Gómez, N. (2001), "El comportamiento espacial del consumidor peri-metropolitano: el caso de Tres Cantos (Madrid)", en *Espacio natural y dinámicas territoriales. Homenaje al Dr. D. Jesús García Fernández*, F. Manero (Coor.), Valladolid, Universidad de Valladolid, 2001, p. 643-654.
- y González Briega, J.C. (1999): "La competencia espacial de grandes superficies comerciales en áreas metropolitanas: un estudio de caso". En Antón Burgos, F.J., coord., *La geografía de los servicios en España*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid / Asociación de Geógrafos Españoles, p. 569- 576.
- Moreno, Sergio. (2003): "La cultura del cos" pp. 152 – 153 en Carreras, C. (Dir.). *Atlas Comercial de Barcelona*. Ajuntament de Barcelona, Cambra de Comerç de Barcelona, Universitat de Barcelona.
- (2009a) "Tiempo, cultura y comercio en Sarajevo." a Cirelli, C. *Citta' e Commercio*. Editorial Patron. Bolonia.
- (2009b): "Ferhadija, la calle comercial de Sarajevo". en Pacheco, S. M. M. y Carreras, C. y (Orgs.), *Cidade e comércio: a rua comercial na perspectiva internacional*. Rio de Janeiro, Armazém das Letras,
- (2009c): "Ciutat i literatura entre l'humanisme i el marxisme." en Carreras, C. y Moreno, S. (Eds.), *Llegint pedres, escrivint ciutats*. Barcelona. Editorial Pagès
- . (2009d), "Les manifestacions esportives internacionals ". Dentro de *Mapa Nacional de l'Oferta i els Productes Turístics de Catalunya*. Conselleria de Turisme. Generalitat de Catalunya. Director del projecte Dr. Francesc López Palomeque,
- (2010) "Actividades comerciales, centralidad, gentrificación". en Martínez-Rigol, S. *El centro en cuestión, la cuestión del centro*. Lleida, Editorial Milenio. pp: 199-212.
- Moreras, J. (2001), *Les activitats comercials dels residents estrangers a Ciutat Vella*. Barcelona: Fundació CIDOB

- (2004), «¿Ravalistán? Islam y configuración comunitaria entre los paquistaníes en Barcelona», Revista *CIDOB d'Afers internacionals*. Fundació CIDOB. Num. 68. pp. 119-132
- Morris, C. (1981), *Townscape Images: A Study in Meaning*.
- Mumford, Lewis, (1961), *La ciudad en la historia*, [versión consultada. Ediciones Infinito, Buenos Aires, 1966]
- Murphy Raymond E. y Vance, J. E. (1954), “Delimiting the CBD”. *Economic Geography*, Vol 30. pp. 189-222
- Narotzky, S. (2005), “Provisioning”, en J. Carrier (ed.) *A Handbook of Economic Anthropology*, Edward Elgar Publishing Ltd.
- (2007), “El lado oculto del consumo”, en YProductions (Ed), *Una introducción a algunas de las relaciones que se dan entre la cultura y la economía*, Centre d'Art Santa Mònica, Generalitat de Catalunya.
- Noelle-Neumann, E. (1985), *The spiral of silence: public opinion-Ous social skin*, Chicago: University of Chicago Press, [Edición en castellano consultada, 1995, *La Espiral del silencio : opinión pública: nuestra piel social*, Paidós, Barcelona.]
- NOFRE, J. (2009), *L'Agenda Cultural Oculta. Una deconstrucció de l'oci nocturn de Barcelona i els seus suburbis*. Tesis doctoral presentada en el Departamento de Geografía Humana de la Universidad de Barcelona, Barcelona.
- O'Connor (1973), *The Fiscal Crisis of The State*. St. Martin's Press, New York N.Y.
- O'Brien L. y Harris, F. (1991), *Retailing, Shopping, Society, Space*. London David Fulton Ed.
- Observatorio de la librería, (2004), *Mapa de las librerías*. Madrid, CEGAL
- OCDE (2005), *Growth in Services*. OCDE.
- Olaya, A. (2010), *El impacto (ambiental) de la arquitectura del comercio urbano*. Departamento de Construcciones Arquitectónicas de la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Barcelona. Tesis doctoral inédita.
- OMT, (2010), *Global employment trends for youth : August 2010 : special issue on the impact of the global economic crisis on youth*. International Labour Office. - Geneva: ILO, 2010
- Ortiz Álvarez, M.I. (2004), “Los jóvenes”, en Carreras, C., *Atlas de la diversidad*, Enciclopèdia Catalana, Barcelona. pp, 156
- Osgood, C., Suci, G., Tannenbaum, P. (1957), *The measurement of meaning*. University of Illinois Press
- Pacheco, S. M. M. (1996), “A Dimensão Internacional das Cidades e os Intercâmbios entre os Lugares: O Caso do Rio de Janeiro”. en Dembicz, A.; Pessoa de Barros, J. F.; Toríbio Brittes, M. T. (Org.), *América Latina e Europa Centro-Oriental: Perspectivas para o Terceiro Milênio*. Rio de Janeiro: UERJ/INTERCOM/CESLA, 1996, v. 1, p. 193-206

- (1997), “Memoria Internacional de Rio de Janeiro y el Planeamiento Estratégico”, en CESLA. (Org.), *El Espacio en La Cultura Latino Americana*. Varsóvia: CESLA, 1997, v. 2, p. 35-42.
- (2001), “Rio de Janeiro: cidade de muitas idéias”, en Toríbio Brittes, M. T.; Dembicz, A. (Org.), *América Latina. Brasil- Espaço, Memória e Identidade*. Varsóvia: CESLA,
- (2004), “A tradição francesa na formação da praça de comércio do Rio de Janeiro: implicações na estrutura urbana e nos modos de consumo”, en: Dembicz, A. (Org.), *Interculturalidad en América Latina en ámbitos locales y regionales*. Varsovia: CESLA, 2004,
- Panadero Moya, Miguel (1974), *La ciudad de Albacete, centro comarcal*, Tesis doctoral inédita.
- Park. E. y Burgess, E.W, (1925), *The City. Suggestions for Investigation Human Behavior in the Human Environment*.
- Parker, Anthony J. (1974), “Analysis of Retail Grocery Price Variations” en *Area* Vol. 6, núm. 2, pp. 117-120
- (1975) “Hypermarkets : the changing Pattern of Retailing” en *Geography* Vol. 60, núm. 2, pp. 120-124
- (1995), “Retail Planning policy in Republic of Ireland”, en Davies, R.L. (ed), *Retail Planning Policies in Western Europe*. London, Routledge.
- Parkes, D.N. y Thrift, N.J. (1980), *Times, spaces and places*. Londres, Ed. Wiley
- Paterson, Mark. (2006), *Consumption and Everyday life*. Routledge. London and New York.
- Pätzold, K., (2008): “Supply Situation and Shopping Behaviour of the ‘Young Elderly’”, en a *Shrinking City*. en Adelhof, Glock, Lossau, Schulz (Hrsg.): *Berliner Geographische Arbeiten*, tema 110, pp. 58-69.
- Peretti, J. (2001). *My Nike Media Adventure*. [Online The Nation. Consultado en diciembre de 2009]
- Pérez, Pilar y Solanas, Isabel (2006), “Incidencia de los estilos de vida en la publicidad y el marketing”, en *Tipodos*, núm. 18. pp, 123-138
- Péron, R. (2004), *Les Boîtes, Les grandes surfaces dans la ville*. Nantes, L’atalante
- Pintaudi, S. M. (1982), “Contribuição ao estudo de transformação do comércio varejista de gêneros alimentícios nas grandes metrópoles: os supermercados na grande São Paulo”. *Boletim de Geografia Teorética*, Rio Claro, v. 12, n. 23-24, p. 61-68.
- (1988), “Mudanças nas formas do comércio varejista e a implantação dos supermercados na grande São Paulo”. *Boletim Paulista de Geografia*, São Paulo, p. 23-48.
- (1992), “Shopping Centers: condições de surgimento e desenvolvimento no Brasil”. *Revista Sociedade e Território*, Lisboa, n. 17, p. 75-83.

- (1997), «Les formes du commerce: l'endroit et le temps». en Unión Geográfica Internacional (Org.), *La mondialisation du commerce de détail*. Paris, UGI.
- (1999), “Public Market Survival: culture and consumption”. en Salgueiro, T.B. (Org.), *The globalisation of consumption and retail places*. Lisboa: CEGIC/Universidade de Lisboa,
- (1999a), “As formas do comércio urbano”. In: CARLOS, A.F.A.. (Org.), *Novos Caminhos da Geografia*. Sao Paulo: Contexto, pp. 143-159.
- (Org.) (2001), *Comércio e Consumo na Cidade*. São Paulo.
- (2001a), “Camelôs e poder público: uma discussão sobre o espaço”. en Spósito, Maria Encarnação B. (Org.), *As contradições do espaço urbano*. Presidente Prudente.
- (Org.) (2002), *Economia Solidária. Um setor em desenvolvimento*. Rio Claro: Prefeitura Municipal de Rio Claro.
- (2006), “São Paulo, do centro aos centros comerciais: uma leitura”. en Ana Fani, Carlos y Ariovaldo, Umbelino de O. (Org.), *Geografias das Metrôpoles*. 1 ed. São Paulo: Contexto, v. 1, p. 213-218
- (2006a), “Los mercados publicos: metamorfosis de un espacio en la historia urbana”. *Revista Electronica de Geografia y Ciencias Sociales*, Universidad de Barcelona, v. X, n. 218.
- (2008), “O consumo do espaço de consumo”. en Oliveira, M. P. de, Coelho, Maria Célia N. y Corrêa, Aureanice de Mello. (Org.), *O brasil, a América Latina e o mundo: espacialidades contemporâneas*, Rio de Janeiro Lamparina, v. II, p. 121-127.
- (2009). “Anotações sobre o espaço do comércio e do consumo”. en Carreras, C. y Pacheco, S.M.M. (Org.), *Cidade e Comércio - a rua comercial na perspectiva internacional*. Rio de Janeiro: Armazém das Letras.
- y Frugoli junior, H. (1992), “Shopping-Centers - Espaço, Cultura e Modernidade Nas Cidades Brasileiras”. São Paulo: EDUNESP.
- Pirenne, Henry (1926), *Les villes du Moyen Âge*. Presses Universitaires de France. [edición consultada, 2007. Las ciudades de la Edad Media. Alianza editorial]
- Planhol, (1973). “Lineamenti generali del commercio della neve nel Mediterraneo e nel Medio Oriente”, en *Bolletino della Societa Geografica Italiana*, pp. 315-339.
- Polanyi, K. (1944), *The great Transformation. The political and economic Origins of Our Time* [Edición consultada 2001].
- Preite, Massimo (2007), *Le attività commerciali in Toscana: Atlante territoriale*. Firenze, Alinea editrice.
- Prigogine, I. y Jacomet, P. (1997), *El Fin de las certidumbres*, Taurus, Madrid.
- Pujadas, I. y López, C. (2005), “Hogares y cambios residenciales: la diferenciación territorial de los hogares en la Región Metropolitana de Barcelona” en Cuadernos Geográficos de la Universidad de Granada, vol. 36, pp.409-436.

- Quaini, M. (1974), *Marxismo e geografia*, La Nuova Italia, Firenze. [traducción española de 1985]
- Quintanilla, I., Luna, R. y Berenguer, G. (1998). *La compra impulsiva y la compra patológica: El modelo CAC#*. Valencia, Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, s.a.
- Rabbiosi, C. (2009), *Nuovi Itinerari del Consumo. Il caso degli Outlet Village come palcoscenico interattivo*. Tesis doctoral. Departamento de Sociología e Investigación Social de la Universidad de Milano-Bicocca (Italia).
- Rabbiosi, C. (2011), "The invention of shopping tourism. The discursive repositioning of landscape in an Italian retail-led case", en *Journal of Tourism and Cultural Change*, 9:2, pp, 70-86. Link: <http://dx.doi.org/10.1080/14766825.2010.549233>
- Recaño, J. (2004), "Las nuevas migraciones", en Carreras, C., *Atlas de la diversidad*, Enciclopèdia Catalana, Barcelona. pp, 176
- Reilly, Williams J. (1931), *The law of Retail Gravitation*. Nueva York, Knickerbocker Press.
- Rocheftort, M., Dézert, B. y Dalmaso, E. (1976), *Les Activités tertiaires: leur rôle dans l'organisation de l'espace*, Sedes, Paris. 3 vol.
- Romero, J. (1995), "Bibliografía sobre terciarización económica, comercio y consumo". *Revista de Geografía*, Barcelona, Universidad de Barcelona, Volumen XXIX, núm 2, pp. 115-131.
- Rubin, J. (2009), *Why Your World is About to Get a Whole Lot Smaller: Oil and the End of Globalization*, Random House Canada.
- Sahlins, Marshall (1974), *Stone Age Economics*. [Edición en castellano consultada, 1977, *Economía de la edad de piedra*. Madrid, Akal.
- (1976), *Culture and practical reason*. Chicago: Chicago University Press.
- Sainz, José Maria (2001), *La distribución comercial: opciones estratégicas*, Madrid, ESIC.
- Salgueiro, T. B. (1989), "Novas formas de comércio", en *Finisterra*, Vol 24, núm. 48, pp. 151 – 217
- (1992), "A integração europeia e as novas formas de comércio", en *Análise Social*, Vol XXVII, (118-119) pp. 703 – 721
- (1992a), *Commerce, aménagement, et urbanisme commercial*, Lisboa, Universidade de Lisboa.
- (1995), "El estudio de las actividades comerciales" en *Revista de Geografía* Vol.: 29 Núm.: 2 p. 113-114
- (1996), *Do comércio à Distribuição. Roteiro de uma mudança*, Oeiras, Celta Editora
- (1996a), "O consumo como motor de reestruturação urbana", en IEG ed. *Dinamismos sócio-económicos e (re)organização territorial: procesos de urbanização e de reestruturação produtiva*, Coimbra, IEG/FLC

- (1999), *The Globalization of Consumption and Retail Places*, Lisboa, Universidade de Lisboa
- y Cachinho, H. (2000), “Commerce, consommation et (re) production de l’espace urbain”, en Pintaudi, S. (eds), *Comércio e Consumo na Cidade*, São Paulo.
- Santos, M. (1971), *Les villes du Tiers Monde*, París, Génin [traducción castellano 1972, Oikos-Tau]
- (1979), *Economía Espacial: Críticas e Alternativas* [Edición en Castellano, 2007, Economía espacial. São Paulo, Edusp]
- (1987), *O espaço do cidadão*, São Paulo, Edusp
- (1990), *Métropole corporativa fragmentada, o caso de São Paulo*. São Paulo. Ed. Nobel
- (1996), *A Natureza do espaço. Técnica e tempo. Razão e emoção*. São Paulo, Ed. Hucitec [traducción consultada, 2001, ed. Ariel].
- (1996a), *De la totalidad al lugar*, Oikos-Tau, Vilassar de Mar.
- (2001), *Por uma outra globalização, do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro, Record. [Edición en castellano, 2004, *Por otra globalización :del pensamiento único a la conciencia universal*, Convenio Andrés Bello, Bogotá]
- Sassen, S. (1991), *The Global city :New York, London, Tokyo*, Princeton University Press, Princeton.
- Sauer, C. (1988), *Espacio urbano y comercio: la estructura comercial de la ciudad de Barcelona*. Barcelona, Departament de Geografia Humana de la Universitat de Barcelona.
- Saunders, P. (1981), *Social theory and the urban question*, Routledge, London etc.
- (1983), *Urban politics :a sociological interpretation*, Hutchinson, London.
- Sayer, A. (2003), “De commodification, consumer cultura and moral economy. Environment and Planning”, en *Society and Space*, 21; 341 – 357.
- Scammel, M. (2000), “The Internet and Civic Engagement: The Age of the Citizen-Consumer”, en *Political Communication*. 17: 351-355.
- Scardigli, V. (1987), *L'Europe des modes de vie*, Paris, Centre National de la Recherche Scientifique.
- Schätzl, Ludwig. (1992), “Economic Geography”, en Ehlers, E., *40 Years After: German Geography :Developments, Trends and Prospects 1952-1992*, Deutsche Forschungsgemeinschaft.Tübingen. pp. 173-194.
- Schröder, F. (2002), “The catchment area – methodological notes on a key concept in retail location analysis”, en *Rivista Geografica Italiana*, 109, 523-547, Reviewed, published.



- Schwartz, B. (2004), *The paradox of choice: why more is less*. [Edición en castellano consultada, 2004, *Porqué más es menos. La tiranía de la abundancia*. Madrid, Taurus]
- Scott, P. (1970), *Geography and Retailing*, Gutchinson. London
- Serra del Pozo, Pau (2006), *El comercio étnico en el distrito de Ciutat Vella de Barcelona*, Barcelona, Fundació la Caixa.
- Serra, J., Carreras, C, y Martínez Rigols, S. (dir) (2011). *Atlas de Barcelona*. Barcelona
- Shields, R. (1992), *Lifestyle Shopping. The Subject of Consumption*. London, Routledge.
- Silva, Carlos H. Costa da (2009), *As cidades mundiais na contemporaneidade: negócios e turismo na metrópole paulista*. Tesis doctoral bajo la dirección de Silvana Maria Pintaudi. Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho.
- Simmel, G. (1903), *Die Grosstädte und das Geistesleben*, [La Metrópolis y la vida mental. Se ha utilizado la traducción que aparece en la obra de Choay, F.(1970): *El urbanismo, utopías y realidades*. Trad. castellana, Barcelona, Edit. Lumen, pág. 504]
- (1986), *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*. Barcelona: Península.
- Skinner, G.W. 1964), "Marketing and Social Structure in Rural China." En *Journal of Asian Studies*, núm. 34.
- Slater, Don, (1997), "Consumer Culture and Modernity". Cambridge. Polito Press.
- Smart, Barry (2010), *Consumer Society. Critical Issues and Environmental Consequences*. London, Sage.
- Smith, N. (1984), *Uneven development :nature, capital and the production of space*, Basil Blackwell, Oxford.
- Soja, E. (2001), *Posmetropolis. Critical Studies of Cities and Regions*. Oxford.
- Solé, Carlota. et al (2007), *El empresario inmigrante en España*, Barcelona, Fundación Obra Social de la Caixa. Colección Estudios Sociales núm. 21.
- y Parella, Sónia. (2005), *Los negocios étnicos. Los comercios de los inmigrantes no comunitarios en Cataluña*. Barcelona: Fundació CIDOB.
- Soler, Chimo. (2010), "'eBooks": la guerra digital global por el dominio del libro". en *Real Instituto El Cano*. Área: lengua y cultura, ARI 92/2010. [[http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/contenido?WCM\\_GLOBAL\\_CONTEXT=/elcano/elcano\\_es/zonas\\_es/lengua+y+cultura/ari92-2010#](http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/lengua+y+cultura/ari92-2010#)]
- Sorre, Max (1943), *Les fondements de la géographie humaine*, París, Colin, 4 vols, 1943-1952.
- Sporck, J.A., et al (1973), *Une Activité en Mutation: La Commerce de Détail; Son Evolution Quantitative et Qualitative dans les Cantons de Chênee et de Fleron*. Liège, Institut Provincial des Classes Moyennes.

- et al (1975), « La commerce de détail a Liège-Ville: Evolution quantitative et qualitative , 1964-73 » en *Boletín de la Sociedad Geográfica de Liege* 11, 5-88. Liege
- Stombar et al. (2007), *Spaces of Consumption. Leisure and Shopping in the English Town, c. 1680-1830*. Londres, Routledge.
- Tanizaki, J. (1933), *In' ei raisan* [versión en catalán, 2006, *Elogi de l'ombra*, Angle Editorial].
- Taylor, Griffith (1948), *Urban Geography*. 1948. [Traducción castellana. *Geografía urbana. Un estudio del emplazamiento, evolución, forma y clasificación de pueblos, villas y ciudades*. Barcelona: Omega]
- Tello, R. (1994), *Esbozos teóricos y metodológicos para el análisis del cambio espacial*. Barcelona.
- Martínez, S., et al (2000), "Nuevos espacios terciarios de Barcelona: adaptaciones a una economía globalizada." *Estudios Geográficos* 61(238): 145-168.
- Terán, M. de (1961), “Dos calles madrileñas: las de Alcalá y Toledo”, *Estudios Geográficos*, año XXII, nº 84-85, págs. 375-476.
- Thünen, Heindrch (1850), *Der isolierte Staat in Beziehung auf Landwirtschaft und National-oekonomie*, Jena, 1921; vol. I, 1826; vol. II, 1850.
- Troin, J-F. (1974), *Les souks marocains*, Aix-en-Provence, EDISUD.
- Tronconi, Oliviero, (2010), *I Centri Commerciali. Progetti architettonici, investimenti e modelli gestionali*. Santarcangelo di Romagna, Maggioli Editore.
- Tuan, Y-F. (1974), *Topophilia :a study of environmental perception, attitudes, and values*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
- (1977), *Space and place :the perspective of experience*, Arnold, London.
- (1996), *Cosmos and hearth*. [traducción castellana, 2005, *Cosmos y hogar :un punto de vista cosmpolita*, Melusina, Barcelona].
- (1998), *Escapism*, [versión consultada, 2003, *Escapismo :formas de evasión en el mundo actual*, Península, Barcelona].
- Ubeda, R. (2003) *Ruta del diseño BCN*. Barcelona. Ajuntament de Barcelona.
- Urry, J. (1995), *Consuming Places*. London, Routledge.
- Valette-Florence, P. (1994), *Les Styles de Vie. Bilan critique et perspective*.
- Van de Kaa, D. J. (1987) , « Europe's Second Demographic Transition ». *Population Bulletin*, 42 (1), Washington, The Population Reference Bureau.
- (1994). “The Second Demographic Transition Revisited: Theories and Expectations”. pp. 81-126 en: G. C. N. Beets et al. (eds.). *Population and Family in the Low Countries* 1993. Lisse, Zwets and Zeitlinger.
- Vance, James. (1970), *The Merchant's World*. Prentice Hall, Englewood Cliffs.

- Vázquez Montalbán, M. (1970), Informe subnormal sobre un fantasma cultural. En *Triunfo*, 10 de enero. [consultado en [www.vespito.net/mvm/gauche.html](http://www.vespito.net/mvm/gauche.html) ]
- Veblen, T.,(1899), *The Theory of the leisure class*. Kelley, New York. [versión consultada de 2004, *Teoría de la clase ociosa*, Alianza, Madrid.
- Vélez, Pilar. (1989), *El llibre com a obra d'art a la Catalunya vuitcentista*, Biblioteca de Catalunya, Barcelona.
- Vester, F. (1997), *El Futuro del tráfico*. Ed. Flor del viento.
- Vidal de la Blache, Paul (1911), « Les genres de vie dans la géographie humaine », *Annales de géographie*, pp.193-212 y 289-304.
- Vieira, Sidney Gonçalves (2003), *O centro vive o espetáculo da revalorização do centro de São Paulo: Sobrevivência do Capitalismo e apropriação do espaço..* 2003. Tesis de doctorado bajo la dirección de Silvana Maria Pintaudi. Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho.
- Vigarello, George. (1985), *Lo limpio y lo sucio. La higiene del cuerpo desde la Edad Media*. Madrid: Alianza Editorial.
- Villermet, (1991), *Naissance de l'Hypermarché*. París, Armand Colin.
- Vismara, Corrado (2010), “ L'Industria italiana dei centri commerciali. en Tronconi, Oliviero, *I Centri Commerciali. Progetti architettonici, investimenti e modelli gestionali*. Santarcangelo di Romagna, Maggioli Editore. pp. 13-26,
- Wackermann, G. (1997), *La civilisation des services*. Paris. Ellipses.
- Wayens, B., (2006), *Structure et dynamique du commerce de détail bruxellois*. Tesis doctoral bajo la dirección de J.-P. Grimmeau, Université Libre de Bruxelles, 242 páginas.
- Weber, Alfred. (1909), *Location of Industries*.
- Weber, M. (1905), *La Ética protestante y el espíritu del capitalismo* [Edición consultada, 1998, Madrid, Istmo].
- (1924), *The city*. [Traducción en castellano consultada, 1987, *La Ciudad*, La Piqueta, Madrid]
- Williams, R. (1977), *Marxismo y literatura*. Barcelona, Península.
- Wolch, J. y Dear, M. (1989), *The Power of Geography. How territory shapes social life*. Unwin Hyman, Boston
- Womack et al. (1990), *The Machine That Changed the World: The Story of Lean Production*. Rawson Associates. New York.
- Wrigley, E.A. (1987), *People, Cities and Wealth. The Transformation of Traditional Society*. [versión en castellano, 1992, *Gentes, ciudades y riqueza*. Barcelona, Editorial Crítica].
- Zaid, G. (2010), *Los demasiados libros*, Barcelona, Random House Mondadori. [primera edición de 1972]
- Zukin, S. (1995). *The culture of cities*. Oxford, Blackwell.

— (2005), *Point of purchase: how shopping changed American culture*, Routledge, New York.

Zulian, C. (1999). *Escenes del Raval*. Barcelona, Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, Ajuntament de Barcelona

Zurita Hinojal, S. (1998). “1919: la implantación de la jornada de 8 horas en Las Palmas de Gran Canaria. De reivindicación obrera a cuestión moral”, en *Boletín Millares Carlo*, N.º. 17, 1998, Págs. 237-266

Anexo



Fichas del trabajo de campo en el Centro comercial L'Illa Diagonal. 30/07/2008

**Registro:** 1

**Código CNAE:** 5242

**Nombre del establecimiento:** Sfera

**Municipio:** Barcelona

**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad		X				Interioridad
Conjunto/Asociacionismo	X					Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad	X					Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato				X		Caro
Modernidad	X					Tradición
Cambio		X				Estabilidad
Riesgo/Aventura				X		Seguridad
Activante		X				Relajante
Especialidad				X		Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

- Entrada por el exterior

**Registro:** 2

**Código CNAE:** 6512

**Nombre del establecimiento:** La Caixa

**Municipio:** Barcelona

**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/ Todo	2/ Un poco	3/ NS	4/ Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo		X				Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso		X				Oscuro
Abierto					X	Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad					X	Interioridad
Conjunto/Asociacionismo	X					Aislamiento / individualidad
Integración			X			No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud					X	Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad				X		Tradición
Cambio					X	Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante					X	Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio					X	Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información						Desinformación

**Observaciones:**



**Registro:** 3**Código CNAE:** 5243**Nombre del establecimiento:** Zapata**Municipio:** Barcelona**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos				X		Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad					X	Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento / individualidad
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud				X		Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad				X		Tradicición
Cambio				X		Estabilidad
Riesgo/Aventura				X		Seguridad
Activante				X		Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio					X	Intermediación
Marca conocida			X			Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información		X				Desinformación

**Observaciones:**

- Dentro de la tienda hay productos de marcas conocidas.

**Registro:** 4

**Código CNAE:** 5231

**Nombre del establecimiento:** Korres Natural Productes

**Municipio:** Barcelona

**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Todo	2/Un poco	3/NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos		X				Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad		X				Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración	X					No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad	X					Tradicición
Cambio	X					Estabilidad
Riesgo/Aventura						Seguridad
Activante		X				Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio		X				Intermediación
Marca conocida					X	Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información					X	Desinformación

**Observaciones:**

- Multimarcas.

**Registro:** 5**Código CNAE:** 5242**Nombre del establecimiento:** Intimissimi**Municipio:** Barcelona**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo		X				Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos		X				Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad		X				Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración	X					No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud				X		Madurez
Barato		X				Caro
Modernidad				X		Tradicición
Cambio					X	Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante		X				Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio		X				Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad		X				No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 6

**Código CNAE:** 5242

**Nombre del establecimiento:** 7 Camicie

**Municipio:** Barcelona

**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionism o						Aislamiento / individualidad
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud				X		Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad	X					Tradicición
Cambio	X					Estabilidad
Riesgo/Aventura				X		Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida					X	Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

- Música con volumen alto para la gente joven.
- Seguridad en la puerta.
- Multimarcas

**Registro:** 7**Código CNAE:** 5242**Nombre del establecimiento:** Mummy**Municipio:** Barcelona**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo				X		Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación		X				Degradación
Claro / Luminoso		X				Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos					X	Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud					X	Madurez
Barato		X				Caro
Modernidad		X				Tradicición
Cambio					X	Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante				X		Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio					X	Intermediación
Marca conocida					X	Marca no conocida
Calidad		X				No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

- Al lado de la puerta
- Multimarcas
- Mostrador

**Registro:** 8

**Código CNAE:** 5243

**Nombre del establecimiento:** Casas (zapatería)

**Municipio:** Barcelona

**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto					X	Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración	X					No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud				X		Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad	X					Tradicición
Cambio					X	Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante					X	Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio				X		Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

- Al exterior
- Marca catalana?
-

**Registro:** 9**Código CNAE:** 5242**Nombre del establecimiento:** Massimo Dutti**Municipio:** Barcelona**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud				X		Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad	X					Tradición
Cambio					X	Estabilidad
Riesgo/Aventura				X		Seguridad
Activante		X				Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 10

**Código CNAE:** 5242

**Nombre del establecimiento:** United Colors of Benetton

**Municipio:** Barcelona

**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Todo	2/Un poco	3/NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto	X					Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior				X		Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad		X				Tradicición
Cambio				X		Estabilidad
Riesgo/Aventura				X		Seguridad
Activante				X		Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información					X	Desinformación

**Observaciones:**



**Registro:** 11**Código CNAE:** 5242**Nombre del establecimiento:** ESE o ESE (moda camisetas)**Municipio:** Barcelona**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos		X				Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud		X				Madurez
Barato				X		Caro
Modernidad		X				Tradicición
Cambio				X		Estabilidad
Riesgo/Aventura				X		Seguridad
Activante		X				Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida			X			Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información					X	Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 12

**Código CNAE:** 5242

**Nombre del establecimiento:** Nekane (NKN) (moda y complementos)

**Municipio:** Barcelona

**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Todo	2/Un poco	3/NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior		X				Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato				X		Caro
Modernidad		X				Tradicición
Cambio				X		Estabilidad
Riesgo/Aventura				X		Seguridad
Activante				X		Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida			X			Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 13**Código CNAE:** 5242**Nombre del establecimiento:** Cortefiel**Municipio:** Barcelona**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato				X		Caro
Modernidad		X				Tradicición
Cambio				X		Estabilidad
Riesgo/Aventura				X		Seguridad
Activante						Relajante
Especialidad						Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

- Puerta muy grande
- Escaparate muy grande
- Diseñada como si fuese una calle

**Registro:** 14

**Código CNAE:** 5242

**Nombre del establecimiento:** Pedro del Hierro

**Municipio:** Barcelona

**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Todo	2/Un poco	3/NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior		X				Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad	X					Tradicición
Cambio	X					Estabilidad
Riesgo/Aventura	X					Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

- Tienda del diseñador Pedro del Hierro

Registro: 15

Código CNAE: 5233

Nombre del establecimiento: Agatha

Municipio: Barcelona

Calle: L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos					X	Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad			X			Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato	X					Caro
Modernidad		X				Tradicición
Cambio		X				Estabilidad
Riesgo/Aventura		X				Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio					X	Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información					X	Desinformación

**Observaciones:**

- Tienda pequeña, todo es mostrador
- Acceso complicado

**Registro:** 16

**Código CNAE:** 5248

**Nombre del establecimiento:** Cottet Sol

**Municipio:** Barcelona

**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Todo	2/Un poco	3/NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto	X					Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior				X		Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato				X		Caro
Modernidad				X		Tradicición
Cambio				X		Estabilidad
Riesgo/Aventura				X		Seguridad
Activante				X		Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información					X	Desinformación

**Observaciones:**

- Puerta muy grande
- El producto está dentro y ocupa todas las paredes. La pared hace de escaparate.

**Registro:** 17**Código CNAE:** 5248**Nombre del establecimiento:** The Disney Store**Municipio:** Barcelona**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato				X		Caro
Modernidad				X		Tradicición
Cambio		X				Estabilidad
Riesgo/Aventura	X					Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información				X		Desinformación

**Observaciones:**

- Totalmente abierta, no existen Escaparatees.

**Registro:** 18

**Código CNAE:** 5242

**Nombre del establecimiento:** Custo Barcelona

**Municipio:** Barcelona

**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Todo	2/Un poco	3/NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad		X				Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración	X					No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad	X					Tradicición
Cambio	X					Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante		X				Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

•



**Registro:** 19**Código CNAE:** 5242**Nombre del establecimiento:** Mac Son (ropa para hombres y mujeres)**Municipio:** Barcelona**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior		X				Invisibilidad interior
Exterioridad		X				Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud		X				Madurez
Barato		X				Caro
Modernidad		X				Tradicición
Cambio					X	Estabilidad
Riesgo/Aventura		X				Seguridad
Activante			X			Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida			X			Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 20

**Código CNAE:** 5243

**Nombre del establecimiento:** U- Casas

**Municipio:** Barcelona

**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad		X				Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud					X	Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad				X		Tradicición
Cambio			X			Estabilidad
Riesgo/Aventura	X					Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad		X				No Calidad
Claridad de información					X	Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 21**Código CNAE:** 5242**Nombre del establecimiento:** Gala (complementos y bolsos)**Municipio:** Barcelona**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto					X	Cerrado
Abierto Inválidos		X				Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud				X		Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad		X				Tradicición
Cambio		X				Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante						Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida					X	Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

- Exterior
- Vidrio para no genera atracción para entrar

**Registro:** 22

**Código CNAE:** 5248

**Nombre del establecimiento:** Bernat i Rubi (joyería)

**Municipio:** Barcelona

**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto					X	Cerrado
Abierto Inválidos				X		Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad					X	Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud					X	Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad					X	Tradicición
Cambio					X	Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante						Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio					X	Intermediación
Marca conocida			X			Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

- Escaparate interior y exterior
- Los productos están hacia el exterior.

**Registro:** 23**Código CNAE:** 6512**Nombre del establecimiento:** Caixa Catalunya**Municipio:** Barcelona**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo		X				Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto					X	Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad					X	Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud					X	Madurez
Barato			X			Caro
Modernidad					X	Tradición
Cambio					X	Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante						Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio					X	Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información					X	Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 24

**Código CNAE:**5242

**Nombre del establecimiento:** Rubi Basic (complementos)

**Municipio:** Barcelona

**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Todo	2/Un poco	3/NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos				X		Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad		X				Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato				X		Caro
Modernidad		X				Tradicición
Cambio		X				Estabilidad
Riesgo/Aventura				X		Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio					X	Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad		X				No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 25**Código CNAE:**5242**Nombre del establecimiento:** BIBA (complementos)**Municipio:** Barcelona**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad		X				Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato	X					Caro
Modernidad		X				Tradicición
Cambio		X				Estabilidad
Riesgo/Aventura	X					Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida					X	Marca no conocida
Calidad				X		No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

- Escaparate lleno de cosas, muy cargado.

**Registro:** 26

**Código CNAE:** 5242

**Nombre del establecimiento:** United Colors of Benetton (0 a 12 años)

**Municipio:** Barcelona

**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Todo	2/Un poco	3/NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo		X				Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos				X		Cerrado Inválidos
Visibilidad interior		X				Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad	X					Tradicición
Cambio		X				Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

- 13:00 horas y la tienda estaba llena.
- Exterior del centro comercial.
- Escaparate exclusivo para los niños.



**Registro:** 27**Código CNAE:** 5248**Nombre del establecimiento:** Decathlon**Municipio:** Barcelona**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo		X				Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación		X				Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto	X					Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato		X				Caro
Modernidad				X		Tradición
Cambio				X		Estabilidad
Riesgo/Aventura				X		Seguridad
Activante						Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad			X			Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad				X		No Calidad
Claridad de información			X			Desinformación

**Observaciones:**

- No tiene Escaparate
- La tienda es interior

**Registro:** 28

**Código CNAE:** 5530

**Nombre del establecimiento:** Salta (Restaurante)

**Municipio:** Barcelona

**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Todo	2/Un poco	3/NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto					X	Cerrado
Abierto Inválidos					X	Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad					X	Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad	X					Tradicición
Cambio	X					Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante						Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio					X	Intermediación
Marca conocida			X			Marca no conocida
Calidad		X				No Calidad
Claridad de información						Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 29**Código CNAE:** 5530**Nombre del establecimiento:** Pans & Company**Municipio:** Barcelona**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo				X		Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos					X	Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad		X				Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato	X					Caro
Modernidad			X			Tradicición
Cambio		X				Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante						Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad				X		No Calidad
Claridad de información						Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 30

**Código CNAE:** 5540

**Nombre del establecimiento:** Vinitus

**Municipio:** Barcelona

**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Todo	2/Un poco	3/NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos				X		Cerrado Inválidos
Visibilidad interior					X	Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo					X	Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud					X	Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad		X				Tradicición
Cambio		X				Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante					X	Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio					X	Intermediación
Marca conocida						Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información						Desinformación

**Observaciones:**

- Alto standing, pijo.

**Registro:** 31**Código CNAE:** 5242**Nombre del establecimiento:** Mango**Municipio:** Barcelona**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto	X					Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud				X		Madurez
Barato				X		Caro
Modernidad	X					Tradicición
Cambio	X					Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

- Puerta grande, con gran Escaparate
- Música con volumen alto

**Registro:** 32

**Código CNAE:** 5248

**Nombre del establecimiento:** Fotoprix

**Municipio:** Barcelona

**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo				X		Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos						Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad					X	Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento / individualidad
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud				X		Madurez
Barato		X				Caro
Modernidad					X	Tradicición
Cambio						Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante						Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio					X	Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad		X				No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 33**Código CNAE:**5242**Nombre del establecimiento:** Diesel**Municipio:** Barcelona**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior		X				Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato				X		Caro
Modernidad	X					Tradicición
Cambio	X					Estabilidad
Riesgo/Aventura	X					Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información					X	Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 34

**Código CNAE:** 5243

**Nombre del establecimiento:** Foot Locker

**Municipio:** Barcelona

**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud		X				Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad	X					Tradicición
Cambio		X				Estabilidad
Riesgo/Aventura				X		Seguridad
Activante						Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información					X	Desinformación

**Observaciones:**



**Registro:** 35**Código CNAE:** 5233**Nombre del establecimiento:** Yves Rocher**Municipio:** Barcelona**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos						Cerrado Inválidos
Visibilidad interior		X				Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud					X	Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad					X	Tradición
Cambio				X		Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante					X	Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio					X	Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

- La puerta no esta bien ubicada

**Registro:** 36

**Código CNAE:** 5530

**Nombre del establecimiento:** Burguer King

**Municipio:** Barcelona

**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Todo	2/Un poco	3/NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo		X				Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso				X		Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato	X					Caro
Modernidad	X					Tradicición
Cambio	X					Estabilidad
Riesgo/Aventura	X					Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad		X				No Calidad
Claridad de información						Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 37**Código CNAE:** 5242**Nombre del establecimiento:** Jour & Nuit**Municipio:** Barcelona**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto					X	Cerrado
Abierto Inválidos					X	Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad					X	Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad					X	Tradicición
Cambio				X		Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante					X	Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio				X		Intermediación
Marca conocida			X			Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 38

**Código CNAE:** 5242

**Nombre del establecimiento:** Conti

**Municipio:** Barcelona

**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Todo	2/Un poco	3/NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad	X					Tradicición
Cambio		X				Estabilidad
Riesgo/Aventura		X				Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 39**Código CNAE:** 5244**Nombre del establecimiento:** Natura**Municipio:** Barcelona**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso				X		Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior		X				Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud					X	Madurez
Barato		X				Caro
Modernidad		X				Tradición
Cambio		X				Estabilidad
Riesgo/Aventura		X				Seguridad
Activante					X	Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

- Dificil moverse dentro de la tienda.
- Está localizada debajo de la escalera.

**Registro:** 40

**Código CNAE:** 5248

**Nombre del establecimiento:** Imaginarium

**Municipio:** Barcelona

**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Todo	2/Un poco	3/NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos				X		Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad					X	Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad	X					Tradicición
Cambio	X					Estabilidad
Riesgo/Aventura	X					Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 41**Código CNAE:** 5530**Nombre del establecimiento:** Petit Grill de Vilaplana**Municipio:** Barcelona**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo		X				Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto	X					Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud			X			Madurez
Barato				X		Caro
Modernidad					X	Tradición
Cambio					X	Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio					X	Intermediación
Marca conocida					X	Marca no conocida
Calidad		X				No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 42

**Código CNAE:** 5242

**Nombre del establecimiento:** Javier Simona (moda femenina)

**Municipio:** Barcelona

**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Todo	2/Un poco	3/NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto			X			Cerrado
Abierto Inválidos				X		Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad					X	Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud					X	Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad					X	Tradicición
Cambio				X		Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante		X		X		Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

- Tienda del diseñador Javier Simona
- Apertura sólo hacia el pasillo.



**Registro:** 43**Código CNAE:** 5242**Nombre del establecimiento:** Jour & Nuit**Municipio:** Barcelona**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos		X				Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento / individualidad
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud		X				Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad		X				Tradicición
Cambio				X		Estabilidad
Riesgo/Aventura				X		Seguridad
Activante				X		Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

- Ropa femenina.

**Registro:** 44

**Código CNAE:** 5242

**Nombre del establecimiento:** Miss Sixty

**Municipio:** Barcelona

**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Todo	2/Un poco	3/NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad	X					Tradicición
Cambio	X					Estabilidad
Riesgo/Aventura	X					Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida					X	Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

- Ropa de diseño retro

**Registro:** 45**Código CNAE:** 5242**Nombre del establecimiento:** Furla**Municipio:** Barcelona**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto			X			Cerrado
Abierto Inválidos			X			Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad		X				Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad	X					Tradición
Cambio				X		Estabilidad
Riesgo/Aventura				X		Seguridad
Activante		X				Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida			X			Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 46

**Código CNAE:** 5242

**Nombre del establecimiento:** Bóboli

**Municipio:** Barcelona

**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Todo	2/Un poco	3/NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto			X			Cerrado
Abierto Inválidos			X			Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad			X			Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad				X		Tradicición
Cambio			X			Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante						Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida			X			Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

Registro: 47

Código CNAE: 5243

Nombre del establecimiento: Camper

Municipio: Barcelona

Calle: L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos				X		Cerrado Inválidos
Visibilidad interior		X				Invisibilidad interior
Exterioridad					X	Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad	X					Tradición
Cambio	X					Estabilidad
Riesgo/Aventura	X					Seguridad
Activante	X				X	Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información					X	Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 48

**Código CNAE:** 5530

**Nombre del establecimiento:** Cooked

**Municipio:** Barcelona

**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Todo	2/Un poco	3/NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos			X			Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato				X		Caro
Modernidad	X					Tradicición
Cambio	X					Estabilidad
Riesgo/Aventura	X					Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio			X			Intermediación
Marca conocida			X			Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información					X	Desinformación

**Observaciones:**

- Pequeña
- Escaparate pequeño

Registro: 49

Código CNAE: 5242

Nombre del establecimiento: Calzedonia

Municipio: Barcelona

Calle: L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo		X				Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto			X			Cerrado
Abierto Inválidos			X			Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato			X			Caro
Modernidad	X					Tradicición
Cambio		X				Estabilidad
Riesgo/Aventura			X			Seguridad
Activante				X		Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

- No hay separación entre el pasillo y la tienda

**Registro:** 50

**Código CNAE:** 5242

**Nombre del establecimiento:** Lindsey (moda femenina)

**Municipio:** Barcelona

**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento / individualidad
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud				X		Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad		X				Tradicición
Cambio		X				Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante					X	Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida			X			Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**



**Registro:** 51**Código CNAE:** 5242**Nombre del establecimiento:** Nike Women**Municipio:** Barcelona**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto					X	Cerrado
Abierto Inválidos					X	Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad					X	Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento / individualidad
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad					X	Tradición
Cambio		X				Estabilidad
Riesgo/Aventura		X				Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

- El escaparate es más importante que la tienda interior.

**Registro:** 52

**Código CNAE:** 5242

**Nombre del establecimiento:** Zara

**Municipio:** Barcelona

**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto	X					Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud		X				Madurez
Barato				X		Caro
Modernidad	X					Tradicición
Cambio	X					Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante		X				Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones**

- Muy grande. 2 entradas.

**Registro:** 53**Código CNAE:** 6603**Nombre del establecimiento:** AXA Seguros**Municipio:** Barcelona**Calle:** L'Illa Diagonal

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo		X				Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos		X				Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad					X	Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento / individualidad
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud					X	Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad					X	Tradición
Cambio					X	Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante					X	Relajante
Especialidad	X					Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio						Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información					X	Desinformación

**Observaciones:**

Fichas del trabajo de campo en el Centro comercial L'Illa Diagonal. 30/07/2008

**Registro:** 1

**Código CNAE:** 5245

**Nombre del establecimiento:** Nova Mobile

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo				X		Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación		X				Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento / individualidad
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud					X	Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad					X	Tradición
Cambio					X	Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante				X		Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio		X				Intermediación
Marca conocida					X	Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 2 **Código CNAE:** 5244  
**Nombre del establecimiento:** Nova Mass (muebles)  
**Municipio:** Barbera del Vallès  
**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo		X				Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso		X				Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud					X	Madurez
Barato				X		Caro
Modernidad			X			Tradición
Cambio				X		Estabilidad
Riesgo/Aventura				X		Seguridad
Activante				X		Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida					X	Marca no conocida
Calidad		X				No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 3

**Código CNAE:** 5248

**Nombre del establecimiento:** Digital Factory (fotografía – Digital)

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X			X		Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad		X				Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato		X				Caro
Modernidad	X					Tradicición
Cambio	X					Estabilidad
Riesgo/Aventura	X					Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio					X	Intermediación
Marca conocida					X	Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

- La visibilidad del establecimiento da una sensación de exterioridad
- El aparador esta totalmente cubierto por un color verde

**Registro:** 4 **Código CNAE:** 7031  
**Nombre del establecimiento:** Marina d'Or (inmobiliaria)  
**Municipio:** Barbera del Vallès  
**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo				X		Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación		X				Degradación
Claro / Luminoso				X		Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos					X	Cerrado Inválidos
Visibilidad interior		X				Invisibilidad interior
Exterioridad					X	Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud					X	Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad					X	Tradición
Cambio					X	Estabilidad
Riesgo/Aventura		X				Seguridad
Activante				X		Relajante
Especialista						Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio					X	Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad		X				No Calidad
Claridad de información					X	Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 5

**Código CNAE:** 5242

**Nombre del establecimiento:** D'Mara (complementos de ropa)

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto			X			Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior		X				Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud		X				Madurez
Barato		X				Caro
Modernidad		X				Tradicición
Cambio	X					Estabilidad
Riesgo/Aventura	X					Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida					X	Marca no conocida
Calidad				X		No Calidad
Claridad de información					X	Desinformación

**Observaciones:**



**Registro:** 6**Código CNAE:** 5245**Nombre del establecimiento:** Colbet (electrodomésticos)**Municipio:** Barbera del Vallès**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto	X					Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud		X				Madurez
Barato		X				Caro
Modernidad				X		Tradicición
Cambio				X		Estabilidad
Riesgo/Aventura				X		Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida				X		Marca no conocida
Calidad		X				No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 7

**Código CNAE:** 5242

**Nombre del establecimiento:** Calcedonia

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo		X				Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso				X		Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos		X				Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad		X				Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato	X					Caro
Modernidad	X					Tradicición
Cambio	X					Estabilidad
Riesgo/Aventura	X					Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad		X				No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 8**Código CNAE:** 5244**Nombre del establecimiento:** Natura**Municipio:** Barbera del Vallès**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso					X	Oscuro
Abierto					X	Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad					X	Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud		X				Madurez
Barato				X		Caro
Modernidad		X				Tradicición
Cambio		X				Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante					X	Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 9

**Código CNAE:** 5242

**Nombre del establecimiento:** Lacoste

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Todo	2/Un poco	3/NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior				X		Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud				X		Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad	X					Tradicición
Cambio		X				Estabilidad
Riesgo/Aventura		X				Seguridad
Activante				X		Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 10**Código CNAE:** 5242**Nombre del establecimiento:** Luda y yo**Municipio:** Barbera del Vallès**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo				X		Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación		X				Degradación
Claro / Luminoso					X	Oscuro
Abierto					X	Cerrado
Abierto Inválidos		X				Cerrado Inválidos
Visibilidad interior					X	Invisibilidad interior
Exterioridad					X	Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento / individualidad
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud		X				Madurez
Barato		X				Caro
Modernidad		X				Tradición
Cambio		X				Estabilidad
Riesgo/Aventura		X				Seguridad
Activante		X				Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida		X				Marca no conocida
Calidad				X		No Calidad
Claridad de información				X		Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 11

**Código CNAE:** 5242

**Nombre del establecimiento:** Scappino (Ropa y complementos para viajes)

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo		X				Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso		X				Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior		X				Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud				X		Madurez
Barato				X		Caro
Modernidad				X		Tradicición
Cambio				X		Estabilidad
Riesgo/Aventura				X		Seguridad
Activante				X		Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida					X	Marca no conocida
Calidad		X				No Calidad
Claridad de información		X				Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 12**Código CNAE:** 5241**Nombre del establecimiento:** Kaateu (cortinas y estores)**Municipio:** Barbera del Vallès**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato				X		Caro
Modernidad	X					Tradicición
Cambio	X					Estabilidad
Riesgo/Aventura	X					Seguridad
Activante				X		Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida			X			Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 13

**Código CNAE:** 5244

**Nombre del establecimiento:** Flexa (muebles infantil)

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo				X		Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación		X				Degradación
Claro / Luminoso		X				Oscuro
Abierto					X	Cerrado
Abierto Inválidos					X	Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad					X	Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud					X	Madurez
Barato				X		Caro
Modernidad				X		Tradicición
Cambio				X		Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante			X			Relajante
Especialista						Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio					X	Intermediación
Marca conocida		X				Marca no conocida
Calidad		X				No Calidad
Claridad de información				X		Desinformación

**Observaciones:**



**Registro:** 14**Código CNAE:** 5248**Nombre del establecimiento:** Inter Sport**Municipio:** Barbera del Vallès**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo				X		Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación		X				Degradación
Claro / Luminoso		X				Oscuro
Abierto					X	Cerrado
Abierto Inválidos		X				Cerrado Inválidos
Visibilidad interior					X	Invisibilidad interior
Exterioridad					X	Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud		X				Madurez
Barato				X		Caro
Modernidad					X	Tradición
Cambio					X	Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante				X		Relajante
Especialista						Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información					X	Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 15

**Código CNAE:** 5242

**Nombre del establecimiento:** Marlo's Sabateries

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto	X					Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento / individualidad
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud		X				Madurez
Barato				X		Caro
Modernidad	X					Tradicición
Cambio		X				Estabilidad
Riesgo/Aventura			X			Seguridad
Activante		X				Relajante
Especialista						Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio					X	Intermediación
Marca conocida					X	Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

- Tradición en zapatería. Escaparate separado por género
- Productos con orientación para familias.

**Registro:** 16**Código CNAE:****Nombre del establecimiento:** Faccino (Moda y complementos en piel)**Municipio:** Barbera del Vallès**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo						Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación						Degradación
Claro / Luminoso						Oscuro
Abierto						Cerrado
Abierto Inválidos						Cerrado Inválidos
Visibilidad interior						Invisibilidad interior
Exterioridad						Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento / individualidad
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud						Madurez
Barato						Caro
Modernidad						Tradición
Cambio						Estabilidad
Riesgo/Aventura						Seguridad
Activante						Relajante
Especialista						Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio						Intermediación
Marca conocida						Marca no conocida
Calidad						No Calidad
Claridad de información						Desinformación

**Observaciones:**

- El establecimiento estaba cerrado

**Registro:** 17

**Código CNAE:** 5242

**Nombre del establecimiento:** Celio

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X			X		Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto	X					Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad		X				Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato				X		Caro
Modernidad	X					Tradición
Cambio	X					Estabilidad
Riesgo/Aventura	X					Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialista					X	Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información				X		Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 18**Código CNAE:** 5248**Nombre del establecimiento:** Novalent**Municipio:** Barbera del Vallès**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo		X				Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso		X				Oscuro
Abierto	X					Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad		X				Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud		X				Madurez
Barato				X		Caro
Modernidad				X		Tradición
Cambio				X		Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante				X		Relajante
Especialista						Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio					X	Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad		X				No Calidad
Claridad de información					X	Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 19

**Código CNAE:** 6330

**Nombre del establecimiento:** Novi viatges

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo				X		Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación				X		Degradación
Claro / Luminoso				X		Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos				X		Cerrado Inválidos
Visibilidad interior				X		Invisibilidad interior
Exterioridad						Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento / individualidad
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud				X		Madurez
Barato		X				Caro
Modernidad					X	Tradicición
Cambio					X	Estabilidad
Riesgo/Aventura				X		Seguridad
Activante		X				Relajante
Especialista						Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio					X	Intermediación
Marca conocida						Marca no conocida
Calidad					X	No Calidad
Claridad de información		X				Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 20**Código CNAE:** 5242**Nombre del establecimiento:** Fiori due (ropa interior)**Municipio:** Barbera del Vallès**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso		X				Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad		X				Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato		X				Caro
Modernidad	X					Tradición
Cambio	X					Estabilidad
Riesgo/Aventura	X					Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialista						Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida			X			Marca no conocida
Calidad			X			No Calidad
Claridad de información		X				Desinformación

**Observaciones:**

- Servicios para población vieja.

**Registro:** 21

**Código CNAE:** 5242

**Nombre del establecimiento:** Logi home

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo				X		Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación		X				Degradación
Claro / Luminoso				X		Oscuro
Abierto	X					Cerrado
Abierto Inválidos					X	Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud					X	Madurez
Barato				X		Caro
Modernidad					X	Tradicición
Cambio					X	Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante				X		Relajante
Especialista						Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida					X	Marca no conocida
Calidad				X		No Calidad
Claridad de información					X	Desinformación

**Observaciones:**



**Registro:** 22**Código CNAE:** 5242**Nombre del establecimiento:** Bata (zapatería)**Municipio:** Barbera del Vallès**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto	X					Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud						Madurez
Barato	X					Caro
Modernidad				X		Tradicición
Cambio		X				Estabilidad
Riesgo/Aventura		X				Seguridad
Activante		X				Relajante
Especialista				X		Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 23

**Código CNAE:** 5242

**Nombre del establecimiento:** Pull & Bear

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Todo	2/Un poco	3/NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso					X	Oscuro
Abierto	X					Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad	X					Tradicición
Cambio	X					Estabilidad
Riesgo/Aventura	X					Seguridad
Activante				X		Relajante
Especialista						Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información		X				Desinformación

**Observaciones:**

- Mucha juventud (como en Zara o Mango).
- Música con volumen alto.

**Registro:** 24**Código CNAE:** 9302**Nombre del establecimiento:** Frank Poorost (peluquería)**Municipio:** Barbera del Vallès**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X			X		Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto					X	Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad		X				Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato				X		Caro
Modernidad	X					Tradición
Cambio	X					Estabilidad
Riesgo/Aventura		X				Seguridad
Activante				X		Relajante
Especialista						Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio						Intermediación
Marca conocida			X			Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 25

**Código CNAE:** 5248

**Nombre del establecimiento:** Oro vivo

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto	X					Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento / individualidad
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato			X			Caro
Modernidad	X					Tradicición
Cambio	X					Estabilidad
Riesgo/Aventura	X					Seguridad
Activante				X		Relajante
Especialista						Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio					X	Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 26**Código CNAE:** 5242**Nombre del establecimiento:** Modes Girón (ropa femenina)**Municipio:** Barbera del Vallès**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo				X		Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación		X				Degradación
Claro / Luminoso		X				Oscuro
Abierto						Cerrado
Abierto Inválidos					X	Cerrado Inválidos
Visibilidad interior		X				Invisibilidad interior
Exterioridad		X				Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud					X	Madurez
Barato		X				Caro
Modernidad					X	Tradición
Cambio					X	Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante				X		Relajante
Especialista						Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida					X	Marca no conocida
Calidad				X		No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 27

**Código CNAE:** 5242

**Nombre del establecimiento:** Coronel Tapioca

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso		X				Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos		X				Cerrado Inválidos
Visibilidad interior				X		Invisibilidad interior
Exterioridad					X	Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento / individualidad
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud					X	Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad				X		Tradicición
Cambio					X	Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante		X				Relajante
Especialista						Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 28**Código CNAE:** 5248**Nombre del establecimiento:** Sun Planet (gafas de sol)**Municipio:** Barbera del Vallès**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto	X					Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato				X		Caro
Modernidad	X					Tradicición
Cambio	X					Estabilidad
Riesgo/Aventura	X					Seguridad
Activante		X				Relajante
Especialista						Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio					X	Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 29

**Código CNAE:** 5242

**Nombre del establecimiento:** Boston

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X			X		Degradación
Claro / Luminoso				X		Oscuro
Abierto	X					Cerrado
Abierto Inválidos				X		Cerrado Inválidos
Visibilidad interior					X	Invisibilidad interior
Exterioridad						Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad		X				Tradicición
Cambio				X		Estabilidad
Riesgo/Aventura				X		Seguridad
Activante				X		Relajante
Especialista						Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**



**Registro:** 30**Código CNAE:** 5247**Nombre del establecimiento:** Onda Libre (librería). - CERRADA**Municipio:** Barbera del Vallès**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo						Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación						Degradación
Claro / Luminoso						Oscuro
Abierto						Cerrado
Abierto Inválidos						Cerrado Inválidos
Visibilidad interior						Invisibilidad interior
Exterioridad						Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud						Madurez
Barato						Caro
Modernidad						Tradicición
Cambio						Estabilidad
Riesgo/Aventura						Seguridad
Activante						Relajante
Especialista						Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio						Intermediación
Marca conocida						Marca no conocida
Calidad						No Calidad
Claridad de información						Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 31

**Código CNAE:** 5245

**Nombre del establecimiento:** Idea (electrodomésticos)

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo		X				Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso		X				Oscuro
Abierto	X					Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud		X				Madurez
Barato		X				Caro
Modernidad		X				Tradicición
Cambio				X		Estabilidad
Riesgo/Aventura				X		Seguridad
Activante		X				Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad	X					Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 32**Código CNAE:** 5242**Nombre del establecimiento:** Nina Chester (ropa infantil)**Municipio:** Barbera del Vallès**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo				X		Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación		X				Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud					X	Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad					X	Tradición
Cambio					X	Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante				X		Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida			X			Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información		X				Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 33

**Código CNAE:** 5224

**Nombre del establecimiento:** Dunkin Coffee

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo		X				Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación		X				Degradación
Claro / Luminoso				X		Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad					X	Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud		X				Madurez
Barato		X				Caro
Modernidad		X				Tradicición
Cambio					X	Estabilidad
Riesgo/Aventura						Seguridad
Activante				X		Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio					X	Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad		X				No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 34**Código CNAE:** 5248**Nombre del establecimiento:** Fotoprix**Municipio:** Barbera del Vallès**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo		X				Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación		X				Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto					X	Cerrado
Abierto Inválidos		X				Cerrado Inválidos
Visibilidad interior		X				Invisibilidad interior
Exterioridad					X	Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud					X	Madurez
Barato	X					Caro
Modernidad					X	Tradicición
Cambio			X			Estabilidad
Riesgo/Aventura		X				Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialista						Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio					X	Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad		X				No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 35

**Código CNAE:** 6512

**Nombre del establecimiento:** Caixa de Sabadell

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo				X		Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación		X				Degradación
Claro / Luminoso		X				Oscuro
Abierto	X					Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud				X		Madurez
Barato						Caro
Modernidad					X	Tradicición
Cambio						Estabilidad
Riesgo/Aventura						Seguridad
Activante						Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio						Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información						Desinformación

**Observaciones:**

- Sólo había el cajero

**Registro:** 36**Código CNAE:** 5242**Nombre del establecimiento:** C&A**Municipio:** Barbera del Vallès**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo				X		Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación				X		Degradación
Claro / Luminoso		X				Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior					X	Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud				X		Madurez
Barato	X					Caro
Modernidad					X	Tradición
Cambio			X			Estabilidad
Riesgo/Aventura				X		Seguridad
Activante				X		Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida		X				Marca no conocida
Calidad				X		No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 37

**Código CNAE:** 5233

**Nombre del establecimiento:** Yves Rocher

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto	X					Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad		X				Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud				X		Madurez
Barato		X				Caro
Modernidad			X			Tradicición
Cambio				X		Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante					X	Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad	X					Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad		X				No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**



**Registro:** 38**Código CNAE:** 5242**Nombre del establecimiento:** Springfield**Municipio:** Barbera del Vallès**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto	X					Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato				X		Caro
Modernidad	X					Tradicición
Cambio		X				Estabilidad
Riesgo/Aventura		X				Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 39

**Código CNAE:** 5244

**Nombre del establecimiento:** Serra Hogar

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto	X					Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad		X				Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud					X	Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad		X				Tradicición
Cambio		X				Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante					X	Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida		X				Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 40**Código CNAE:** 5242**Nombre del establecimiento:** United Colors of Benetton**Municipio:** Barbera del Vallès**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo		X				Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior				X		Invisibilidad interior
Exterioridad					X	Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud				X		Madurez
Barato		X				Caro
Modernidad				X		Tradicición
Cambio		X				Estabilidad
Riesgo/Aventura				X		Seguridad
Activante		X				Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad				X		No Calidad
Claridad de información				X		Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 41

**Código CNAE:** 5242

**Nombre del establecimiento:** Genius

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo		X				Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación		X				Degradación
Claro / Luminoso		X				Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior				X		Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato		X				Caro
Modernidad		X				Tradicición
Cambio		X				Estabilidad
Riesgo/Aventura	X					Seguridad
Activante		X				Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida			X			Marca no conocida
Calidad				X		No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 42**Código CNAE:** 5242**Nombre del establecimiento:** Ali Bey (ropa infantil)**Municipio:** Barbera del Vallès**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo				X		Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación		X				Degradación
Claro / Luminoso		X				Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud					X	Madurez
Barato		X				Caro
Modernidad					X	Tradición
Cambio					X	Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante			X			Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida			X			Marca no conocida
Calidad				X		No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 43

**Código CNAE:** 5242

**Nombre del establecimiento:** Mango

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior		X				Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato				X		Caro
Modernidad	X					Tradición
Cambio	X					Estabilidad
Riesgo/Aventura	X					Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 44**Código CNAE:** 5248**Nombre del establecimiento:** Drim (juguetería)**Municipio:** Barbera del Vallès**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo				X		Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación				X		Degradación
Claro / Luminoso		X				Oscuro
Abierto	X					Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad		X				Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud				X		Madurez
Barato		X				Caro
Modernidad					X	Tradición
Cambio					X	Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida				X		Marca no conocida
Calidad				X		No Calidad
Claridad de información				X		Desinformación

**Observaciones:**

- Supermercado

**Registro:** 45

**Código CNAE:** 5248

**Nombre del establecimiento:** Oro Vivo

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo				X		Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso		X				Oscuro
Abierto	X					Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud					X	Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad					X	Tradicición
Cambio					X	Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante					X	Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio					X	Intermediación
Marca conocida		X				Marca no conocida
Calidad	X					No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

- Totalmente abierta.
- Mucha visibilidad.



**Registro:** 46**Código CNAE:** 5258**Nombre del establecimiento:** Adagio (instrumentos musicales)**Municipio:** Barbera del Vallès**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo				X		Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación				X		Degradación
Claro / Luminoso		X				Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud		X				Madurez
Barato			X			Caro
Modernidad					X	Tradición
Cambio					X	Estabilidad
Riesgo/Aventura				X		Seguridad
Activante				X		Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida					X	Marca no conocida
Calidad			X			No Calidad
Claridad de información					X	Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 47

**Código CNAE:** 5233

**Nombre del establecimiento:** Bijou Brigitto

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Todo	2/Un poco	3/NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo	X					Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto		X				Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior		X				Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud	X					Madurez
Barato	X					Caro
Modernidad			X			Tradicición
Cambio	X					Estabilidad
Riesgo/Aventura		X				Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida		X				Marca no conocida
Calidad				X		No Calidad
Claridad de información		X				Desinformación

**Observaciones:**

- Mobiliario antiguo.
- Carteles colgados desiguales,
- Venden lotería.

**Registro:** 48**Código CNAE:** 5233**Nombre del establecimiento:** Passion Beauté**Municipio:** Barbera del Vallès**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo				X		Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación		X				Degradación
Claro / Luminoso				X		Oscuro
Abierto					X	Cerrado
Abierto Inválidos				X		Cerrado Inválidos
Visibilidad interior		X				Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud					X	Madurez
Barato	X					Caro
Modernidad					X	Tradición
Cambio				X		Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio			X			Intermediación
Marca conocida				X		Marca no conocida
Calidad				X		No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 49

**Código CNAE:** 5247

**Nombre del establecimiento:** La llar del libre

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo		X				Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto	X					Cerrado
Abierto Inválidos				X		Cerrado Inválidos
Visibilidad interior		X				Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud					X	Madurez
Barato	X					Caro
Modernidad					X	Tradición
Cambio					X	Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante			X			Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad		X				No Calidad
Claridad de información				X		Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 50**Código CNAE:** 5242**Nombre del establecimiento:** Mamy Chic - CERRADA**Municipio:** Barbera del Vallès**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo						Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación						Degradación
Claro / Luminoso						Oscuro
Abierto						Cerrado
Abierto Inválidos						Cerrado Inválidos
Visibilidad interior						Invisibilidad interior
Exterioridad						Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud						Madurez
Barato						Caro
Modernidad						Tradicición
Cambio						Estabilidad
Riesgo/Aventura						Seguridad
Activante						Relajante
Especialista						Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio						Intermediación
Marca conocida						Marca no conocida
Calidad						No Calidad
Claridad de información						Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 51

**Código CNAE:** 5242

**Nombre del establecimiento:** Logi Dona

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo		X				Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación		X				Degradación
Claro / Luminoso		X				Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior				X		Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud					X	Madurez
Barato					X	Caro
Modernidad					X	Tradición
Cambio					X	Estabilidad
Riesgo/Aventura					X	Seguridad
Activante					X	Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida			X			Marca no conocida
Calidad		X				No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 52**Código CNAE:** 5248**Nombre del establecimiento:** Futbol 10**Municipio:** Barbera del Vallès**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo		X				Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación		X				Degradación
Claro / Luminoso		X				Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior		X				Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud		X				Madurez
Barato	X					Caro
Modernidad					X	Tradición
Cambio				X		Estabilidad
Riesgo/Aventura				X		Seguridad
Activante		X				Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida					X	Marca no conocida
Calidad				X		No Calidad
Claridad de información					X	Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 53

**Código CNAE:**

**Nombre del establecimiento:** Farmarosa (farmacia) 5231

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo		X				Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso				X		Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos				X		Cerrado Inválidos
Visibilidad interior		X				Invisibilidad interior
Exterioridad		X				Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud					X	Madurez
Barato		X				Caro
Modernidad					X	Tradición
Cambio					X	Estabilidad
Riesgo/Aventura			X			Seguridad
Activante					X	Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio		X				Intermediación
Marca conocida					X	Marca no conocida
Calidad				X		No Calidad
Claridad de información				X		Desinformación

**Observaciones:**



**Registro:** 54**Código CNAE:** 5245**Nombre del establecimiento:** The phone house**Municipio:** Barbera del Vallès**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo				X		Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación				X		Degradación
Claro / Luminoso			X			Oscuro
Abierto	X					Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad		X				Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud				X		Madurez
Barato						Caro
Modernidad				X		Tradición
Cambio				X		Estabilidad
Riesgo/Aventura		X				Seguridad
Activante		X				Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio		X				Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad		X				No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 55

**Código CNAE:** 5242

**Nombre del establecimiento:** Juclà

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo		X				Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación	X					Degradación
Claro / Luminoso		X				Oscuro
Abierto					X	Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior					X	Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud		X				Madurez
Barato		X				Caro
Modernidad				X		Tradicición
Cambio				X		Estabilidad
Riesgo/Aventura				X		Seguridad
Activante					X	Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida				X		Marca no conocida
Calidad		X				No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

- Abierta, visibilidad
- Barata y con calidad

**Registro:** 56**Código CNAE:** 6512**Nombre del establecimiento:** La Caixa**Municipio:** Barbera del Vallès**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo				X		Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación		X				Degradación
Claro / Luminoso				X		Oscuro
Abierto	X					Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad	X					Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud		X				Madurez
Barato						Caro
Modernidad				X		Tradicición
Cambio				X		Estabilidad
Riesgo/Aventura						Seguridad
Activante		X				Relajante
Especialista						Generalista
Multi actividad						Mono actividad
Autoservicio						Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad		X				No Calidad
Claridad de información						Desinformación

**Observaciones:**

- Degradada físicamente, influye en la calidad?, si en la apariencia.

**Registro:** 57

**Código CNAE:** 5248

**Nombre del establecimiento:** Enfoc

**Municipio:** Barbera del Vallès

**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo				X		Viejo/Antiguo/delicatesse
Conservación		X				Degradación
Claro / Luminoso		X				Oscuro
Abierto				X		Cerrado
Abierto Inválidos					X	Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad				X		Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento / individualidad
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud				X		Madurez
Barato				X		Caro
Modernidad				X		Tradicición
Cambio				X		Estabilidad
Riesgo/Aventura				X		Seguridad
Activante				X		Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad	X					Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida	X					Marca no conocida
Calidad		X				No Calidad
Claridad de información	X					Desinformación

**Observaciones:**

**Registro:** 57**Código CNAE:** 5224**Nombre del establecimiento:** Dulce diseño (dulces y regalos)**Municipio:** Barbera del Vallès**Calle:** Centro Comercial Baricentro

Concepto	1/Tod o	2/Un poco	3/ NS	4/Un poco	5/ Todo	Concepto
Nuevo				X		Viejo/Antiguo/delicatessen
Conservación		X				Degradación
Claro / Luminoso	X					Oscuro
Abierto					X	Cerrado
Abierto Inválidos	X					Cerrado Inválidos
Visibilidad interior	X					Invisibilidad interior
Exterioridad					X	Interioridad
Conjunto/Asociacionismo						Aislamiento individualidad /
Integración						No integración
Centralidad						Perifericidad
Juventud				X		Madurez
Barato		X				Caro
Modernidad					X	Tradición
Cambio				X		Estabilidad
Riesgo/Aventura				X		Seguridad
Activante	X					Relajante
Especialista	X					Generalista
Multi actividad					X	Mono actividad
Autoservicio	X					Intermediación
Marca conocida					X	Marca no conocida
Calidad				X		No Calidad
Claridad de información				X		Desinformación

**Observaciones:**