

## CIUDAD Y TERRITORIO

## ESTUDIOS TERRITORIALES

ISSN(P): 1133-4762; ISSN(E): 2659-3254

Vol. LVI, Nº 219, primavera 2024

Págs. 71-88

<https://doi.org/10.37230/CyTET.2024.219.4>

CC BY-NC-ND



# Medición de las confluencias espaciales en el centro histórico de Sevilla: peatonalización, comercio y turismo

Irene N. FRANCO <sup>(1)</sup>Concepción FORONDA-ROBLES <sup>(2)</sup><sup>(1)</sup> Dpto. Geografía Humana<sup>(2)</sup> Instituto Andaluz de Investigación e Innovación en Turismo<sup>(1) (2)</sup> Universidad de Sevilla

**Resumen:** Los centros históricos presentan tres fenómenos comunes que se desarrollan espacio-temporalmente: los procesos de peatonalización, el desarrollo comercial y la actividad turística. A pesar de ello, se han abordado de manera independiente. El artículo avanza en este aspecto y se marca como objetivo medir y evidenciar la influencia de la peatonalización en el espacio comercial y los flujos turísticos en el centro histórico de Sevilla. Los resultados demuestran cómo la peatonalización ha tenido un impacto considerable tanto en el espacio público como en el tejido comercial, proliferando los establecimientos de restauración y comercios vinculados al sector turístico en detrimento del comercio tradicional. La huella peatonal de Sevilla a lo largo de la historia ha sido una causa del desarrollo comercial y turístico, evidenciando empíricamente la interrelación espacial de los tres fenómenos. En la actualidad, la peatonalización es resultado de esta tendencia.

**Palabras clave:** Peatonalización; Comercio; Turismo; Centros Históricos.

Recibido: 07.02.2023; Revisado: 25.07.2023

Correo electrónico (1): [infranco@us.es](mailto:infranco@us.es) ; Nº ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2748-2620>

Correo electrónico (2): [foronda@us.es](mailto:foronda@us.es) ; Nº ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3632-2410>

Las autoras agradecen los comentarios y sugerencias realizados por los evaluadores anónimos, que han contribuido a mejorar y enriquecer el manuscrito original.

Igualmente agradecen al Programa de Ayudas I+D+i, del Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación (PAIDI 2020) de la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades de la Junta de Andalucía. P20\_01198 y TED2021-131577B/ AEI/10.13039/501100011033/ Unión Europea NextGenerationEU/PRTR.

## Measuring spatial intersection in the historic center of Seville: pedestrianization, commerce and tourism

**Abstract:** Historical centers present three common phenomena that develop spatiotemporally: the processes of pedestrianization, commercial development and tourist activity. Despite this, they have been approached independently. This article advances in this aspect and aims to measure and demonstrate the influence of pedestrianization on commercial space and tourist flows in the historic center of Seville. The results show how pedestrianization has had a considerable impact on both the public space and the commercial fabric, with a proliferation of catering establishments and stores linked to the tourist sector to the detriment of traditional commerce. The pedestrian footprint of Seville throughout history has been a cause of commercial and tourist development, empirically evidencing the spatial interrelation of the three phenomena. At present, pedestrianization is the result of this trend.

**Keywords:** Pedestrianization; Commerce; Tourism; Historic Centres.

### 1. Introducción

Los centros históricos de las ciudades europeas presentan un conjunto de características comunes relacionadas con su evolución urbanística, su aspecto paisajístico y morfológico, así como las diferentes funcionalidades que se le atribuyen (KOCH, 2015). En términos generales, estos espacios han sufrido etapas de decadencia, abandono y deterioro de sus elementos urbanísticos, especialmente durante el desarrollismo de la posguerra (VAN DER BORG & al., 1996). Del mismo modo, han sido objeto de grandes reestructuraciones y remodelaciones que, desde la planificación urbana, han tenido como fin, primero, su adaptación al automóvil (JACOBS, 1961) y, posteriormente, su revitalización y regeneración hacia su conversión en espacios libres de vehículos privados, donde se prioriza su accesibilidad a través de medios más sostenibles como el transporte público, la bicicleta o el tránsito peatonal (BALSAS, 2007). En esta última cuestión, sin duda, la peatonalización de estas zonas históricas ha jugado un papel clave (BARBER & HALL, 2008; JOU, 2011).

Igualmente, tales zonas se caracterizan por un gran desarrollo comercial, suponiendo los espacios históricos primigenios del tejido comercial de la ciudad (SASSEN, 2002), donde, en la actualidad, conviven (o sobreviven) pequeños comercios tradicionales con grandes firmas multinacionales (KARDES & al., 2021). Asimismo, por ser la zona urbana más histórica, aglutina buena parte del patrimonio cultural, lo cual, junto con el auge del turismo urbano en la última década, han posicionado a los centros históricos como focos turísticos de primer orden (LOPES & al., 2022). En esta línea, la peatonalización también ha sido una herramienta para impulsar tanto el comercio como la actividad turística de

estos espacios (GONZÁLEZ, 2018). Además, estas dos variables se complementan, afectan, interactúan y confluyen simultáneamente, pues la turistificación de estas zonas céntricas afecta de manera directa a su estructura comercial (FEIFAN & GU, 2015; KEE, 2019).

En este sentido, se puede afirmar que se trata de espacios urbanos caracterizados por elementos patrimoniales que cuentan con un alto grado de peatonalización y que presentan una amplia funcionalidad comercial y turística. Esta situación genera un conjunto de impactos territoriales relacionados con procesos de gentrificación, boutificación, especialización turística, especulación inmobiliaria o pérdida del comercio tradicional que han posicionado a estos espacios en el foco de un buen número de investigaciones académicas (ARIFFIN & al., 2017; CÓCOLA GANT & al., 2020; DÍAZ-PARRA & BARRERO RESCALVO, 2022).

No obstante, muy pocos estudios han tratado de evidenciar las relaciones entre la peatonalización, el comercio y el turismo de manera íntegra. El hecho de estudiar simultáneamente las confluencias espaciales entre estas tres variables, a priori, puede resultar una ardua tarea. Por un lado, existe una escasez de datos cuantitativos y procesos metodológicos al respecto y, por otro, se trata de variables interrelacionadas entre sí que convergen espacio-temporalmente, lo cual dificulta su estudio de manera conjunta. La presente investigación aspira a avanzar en este aspecto a través de la revisión de la literatura y de la propuesta de un marco teórico-metodológico que contribuya al análisis de este fenómeno que afecta a la mayor parte de las ciudades europeas, teniendo como fin servir de herramienta para crear espacios urbanos más sostenibles. En ese sentido, la presente

investigación pretende avanzar en este aspecto, es por ello por lo que se marca como objetivo medir y evidenciar la influencia de la peatonalización en el espacio comercial y los flujos turísticos en el centro histórico de Sevilla.

## 2. Revisión de la literatura

En Europa, los centros históricos han venido desarrollando estrategias de revalorización y regeneración que han impulsado económicamente estos espacios (PARAJULI & POJANI, 2018; RUSSO & VAN DER BORG, 2002). En cuanto a diseño y morfología, bajo la planificación urbana se les ha dado un trato sensible a estas áreas históricas de las ciudades, aunque no siempre fue así. Durante los años sesenta, estas zonas centrales fueron ampliamente afectadas por reestructuraciones y demoliciones que tenían como fin adaptar la ciudad a la llegada del vehículo motorizado, destruyéndose, en algunos casos, grandes áreas patrimoniales (VAN DER BORG & al., 1996).

Asimismo, es preciso tener en cuenta que se trata de espacios con un gran carácter histórico, sociocultural y simbólico para sus ciudadanos, pues, a través de los diferentes elementos que los componen, se representa buena parte de la memoria histórica y colectiva de la ciudad, así como la identidad cultural de su población (BORJA, 2013). De este modo, los centros históricos están caracterizados por un conjunto de elementos relacionados con la arquitectura tradicional, la morfología o la trama urbana. En términos generales, se caracterizan por una serie de aspectos morfológicos como son la presencia de edificaciones de baja altura, espacios monumentales, conservación estética del paisaje urbano tradicional, una gran actividad comercial y zonas peatonalizadas (MARCUSE, 2004).

Su aspecto se debe, en gran medida, a las estrategias mencionadas, donde los procesos de peatonalización han sido uno de los ejes principales en la planificación urbana de estos espacios. De una forma muy incipiente, las ciudades europeas comenzaron a peatonalizar sus centros históricos en la primera mitad del siglo XX, apareciendo pequeñas micropeatonalizaciones en ciudades alemanas como Wilhenshaven o Lippstadt. Décadas más tarde, alrededor de 300 ciudades habían comenzado a peatonalizar estos espacios centrales tan sólo en este país. Sin embargo, Copenhague es considerada como la ciudad pionera en ejecutar una peatonalización a gran escala, pues prohibió en 1962 todo el tráfico de automóviles en Strøget,

la principal zona comercial del centro histórico (HASS KLAU, 2014). Simultáneamente, en el ámbito académico, la peatonalización supuso el foco principal de investigaciones de gran impacto que comenzaron a cuestionar la dominancia del vehículo privado y sus efectos en los espacios urbanos a partir de la década de 1960, todo ello bajo un enfoque orientado a las personas (GEHL, 1986; WHYTE, 1988).

De este modo, la peatonalización se comenzó a extender por las ciudades europeas, especialmente a partir de la década de 1980. Con un fin económico, se empezaron a crear centros comerciales peatonales que incluían control del tráfico y contaminación, conservación del tejido arquitectónico, embellecimiento del medio ambiente y la creación de espacios sociales significativos. En el caso de las zonas con morfología medieval, la prohibición del tráfico era la única opción, ya que la circulación de vehículos, que tuvo un gran auge en la posguerra, era totalmente incompatible con la estrechez y la sinuosidad de sus calles (BARBER & HALL, 2008). De este modo, los centros históricos europeos comenzaron a experimentar un renacimiento de la urbanidad que había precedido a los automóviles. Este hecho se abordó, incluso, a nivel institucional pues la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) estableció políticas para creación de centros comerciales peatonales, del mismo modo que el Consejo de Europa incluyó la peatonalización en su programa Urban Renaissance (PRESSMAN, 1987). Además, a lo largo de la década de 1990, se pusieron en marcha un conjunto de mecanismos por parte de la Unión Europea a través de los programas URBAN y URBAN II, cuya finalidad era recualificar los espacios degradados de los centros históricos, así como generar un entorno más favorable para la instalación de nuevas actividades económicas, donde la peatonalización formó parte central de ellos (COMISIÓN EUROPEA, 1994).

En términos generales, la peatonalización, como proceso, supone el cierre total o parcial de una calle al tráfico rodado, generando espacios exclusivos para el tráfico peatonal o ciclista (ASHWORTH & PAGE, 2011), así como para aquellos que se desplazan atendiendo a nuevas formas de movilidad como, por ejemplo, los patinetes eléctricos (CHAI & al., 2020). En las últimas décadas, su función está en coherencia con la instauración de modelos de ciudad más sostenibles y cosmopolitas, armonizando intereses ambientales, residenciales, turísticos y patrimoniales (CAMPO-TEJEDOR & al., 2009). Este proceso se convierte en el eje de la movilidad activa o micromovilidad, así como de la tendencia actual

de adoptar modelos de ciudad basados en el cronourbanismo, cuya finalidad es impulsar la proximidad y aminorar los desplazamientos, especialmente a través de los vehículos motorizados, contribuyendo a mitigar las desigualdades preexistentes en relación con los elementos y servicios esenciales a escala de barrio (MORENO, 2020).

En línea con lo expuesto, en el imaginario colectivo, la peatonalización está asociada a la priorización del tránsito peatonal frente al vehículo privado. No obstante, también se ha utilizado con la finalidad de reactivar social y económicamente los centros históricos (ZUKIN & al., 2009). De este modo, peatonalizar un espacio urbano, además de contribuir a la apropiación de los peatones del espacio público, contribuye a mitigar los efectos de la contaminación, auspicia movimientos de identificación ciudadana y socialización, fomenta el desarrollo económico, así como impulsa el consumo turístico, posicionando tales espacios como focos de atracción para los visitantes (DE LA CALLE, 2019). Igualmente, a través de ella se ha mejorado notablemente el medio ambiente urbano con la reducción de las emisiones de carbono que generaban los vehículos a motor, contribuyendo así, al mantenimiento del patrimonio cultural material (KHALEGHI, 2018). Con ello, se pretenden cumplir objetivos relacionados con la articulación de la sociabilidad y el enriquecimiento de los usos del espacio, la recuperación ambiental, la vertebración de la identidad cultural, la renovación estética, el incremento del tejido comercial y la atracción turística (VILLANI & TALAMINI, 2021).

Por otro lado, hay que señalar que el carácter comercial de las ciudades se remonta a sus propios orígenes, pues su aparición, especialmente en Europa, está vinculada a actividades económicas como la artesanía, la transacción de bienes o la generación de conocimiento científico, las cuales se empezaron a desarrollar todas ellas en sus centros históricos (SASSEN, 2002). Con el paso del tiempo, se han consolidado como espacios comerciales y, en el caso de las ciudades europeas, en numerosas ocasiones coinciden o han coincidido con el Central Business District (CBD), término acuñado por Ernest W. Burgess en la década de 1920 para hacer referencia a aquellas áreas centrales que concentraban actividades terciarias de índole empresarial, comercial, financiera y de consultoría (BIRCH, 2009). En coherencia con la revitalización y regeneración de los centros históricos, se ha ido apostando por una mejora de la sostenibilidad de estos espacios comerciales, especialmente en cuanto a accesibilidad al transporte,

red transitada y peatonal, así como el uso mixto del suelo (PARK, 2007).

El comercio equilibra y estructura la trama urbana de los centros históricos, pero también contribuye a darle personalidad, imagen y vitalidad (PÉREZ & al., 2021). De hecho, la pérdida de actividad comercial es uno de los indicadores más significativos de la decadencia de los centros urbanos (SIMÓ & al., 2018). En este sentido, la peatonalización se ha posicionado como una de las principales herramientas de planificación urbana para la dinamización comercial, desarrollo y viabilidad económica, así como para la propia sostenibilidad urbana de estos espacios centrales (GARAY, 2021; GÓMEZ, 2000; YRJÄNÄ & al., 2018).

Del mismo modo, además de ser espacios comerciales, los centros históricos son también espacios turísticos. La literatura académica ha aportado conceptos como Central Tourist District (CTD), un término redefinido del mencionado CBD para hacer referencia a las áreas de la ciudad más transitadas por los turistas, en las cuales se concentra la mayoría de la oferta turística (productos turísticos, alojamiento, restauración, información, restauración, etc.). Concretamente, se define como “acumulación espacialmente limitada de zonas turísticas, no necesariamente vinculadas entre sí, de modo que los hoteles, la infraestructura turística y las unidades territoriales desempeñan un papel clave en su delimitación” (BURTENSCHAW & al., 1981, p. 172). Asimismo, DUHAMEL & KNAFOU (2007, p. 49) entienden el CTD como el espacio de las prácticas turísticas. En el caso de las ciudades europeas el CTD coincide, en numerosas ocasiones, con las áreas centrales patrimoniales e históricas de la ciudad (LI & al., 2015).

La actividad turística de los centros históricos se ha visto acelerada por el impulso que ha tomado el turismo urbano en las últimas décadas (MILANO, 2019) lo cual, junto con la amplia oferta cultural que suelen ofrecer tales espacios, los han posicionado como los epicentros turísticos de las ciudades europeas. Han pasado de ser meramente un conjunto de elementos culturales de identidad colectiva a transformarse en un recurso económico a través de su función turística (MERCADO & FERNÁNDEZ TABALES, 2018). En este sentido, la creación de calles peatonales contribuye a la conversión de estas zonas en recursos turísticos y de ocio, por lo que se transforman en espacios de consumo tangible, simbólico y cultural, configurándose como centros comerciales urbanos y atractivos (DÍAZ PARRA & BARRERO RESCALVO, 2022; MUXI, 2004; TROITIÑO, 2003).

Igualmente, el hecho de que el desarrollo económico de los espacios centrales de las ciudades haya sido auspiciado por el turismo, también da lugar a procesos de mercantilización del espacio público, especialmente del espacio peatonal (JOVER, 2019). El patrimonio cultural de una ciudad, material e inmaterial, combina costumbres y modos de vida como son la gastronomía, artesanías o las fiestas populares, con elementos culturales tangibles y monumentales, los cuales se concentran en las zonas históricas, se mercantilizan y se convierten en productos turísticos, suponiendo un foco de atracción para los visitantes (PILLET, 2014).

La turistificación de los espacios, en ocasiones, genera efectos negativos asociados a procesos de gentrificación, lo cual provoca la expulsión de residentes y también de los comercios tradicionales enfocados a satisfacer las necesidades esenciales. Además, dicho proceso, trae consigo también privatizaciones del espacio público a través de la proliferación de bares y terrazas que se apoderan del acerado, plazas o parques para implantar los veladores de sus terrazas y que provocan conflictos con el tráfico peatonal o ciclista (ASHOUR & AL SHAMALI, 2020). El turismo promueve procesos de mercantilización de la cultura que afectan directamente al

tejido comercial (GONZÁLEZ, 2018). Consecuentemente, en un buen número de ocasiones, la especialización económica basada en esta actividad da como resultado una pérdida de la heterogeneidad social debido, principalmente, a la sustitución de las actividades económicas y servicios públicos enfocados al residente por aquellos centrados en satisfacer las necesidades de los visitantes (CÓCOLA GANT, 2016). Estos factores de mercantilización de los barrios históricos han dado lugar a una menor vitalidad del comercio tradicional (MILANO, 2019). Del mismo modo, se producen procesos de boutificación con la llegada de franquicias y grandes firmas empresariales, las cuales banalizan el espacio urbano y proliferan a costa del comercio minorista (KARDES & al., 2021; PRATS, 2006).

Existe, por tanto, una estrecha relación entre peatonalización, comercio y turismo en los centros históricos (FIG. 1). El tránsito peatonal es considerado como el tipo más favorable de interacción humana con el entorno urbano. Además, la función de la calle peatonal no se basa únicamente en el movimiento, sino que también actúa como un espacio público donde la sociabilidad, las actividades y la accesibilidad se dan en integración (JOU, 2011). En lo relativo al comercio, el hecho de transitar por calles

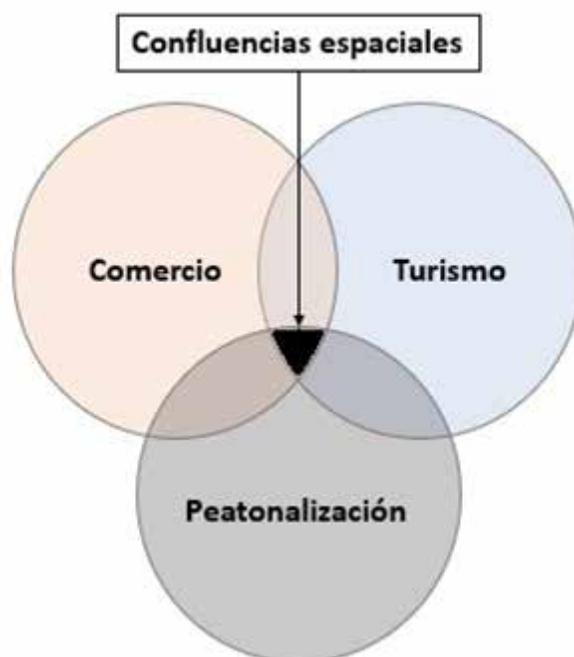


FIG. 1 / Interacción entre peatonalización, comercio y turismo en los centros históricos

Fuente: Elaboración propia

peatonales, por placer y de manera pausada, da lugar a una mayor observación, por parte de los consumidores potenciales, de los productos o servicios expuestos en los escaparates, aumentando el deseo de consumo y, por tanto, su compra. En el caso de los espacios turistificados, este hecho posiciona a los turistas como el principal público objetivo (ÖZDEMİR & SELÇUK, 2017).

Además, en la mayoría de los casos, el gasto de los visitantes en un destino se conforma por la compra de productos o el consumo de servicios in situ como, por ejemplo, souvenirs, artesanías, productos típicos, etc., o, simplemente, aquello que les llama la atención o necesitan (BORJA, 2013). Igualmente, la existencia de una tipología turística específica, como es el turismo de compras, donde la motivación principal del viaje es la adquisición de productos y/o servicios, remarca la importancia de la relación entre turismo y comercio (UZUNOĞLU & UZUNOĞLU, 2020).

En definitiva, se trata de tres variables simultáneas e interdependientes que se desarrollan en un mismo espacio, el cual se corresponde, en numerosas ocasiones, con los centros históricos. Tal y como ha demostrado la literatura, tales espacios suelen ser prioritarios a la hora de iniciar e implantar los procesos de peatonalización (LANG, 1987; RUSSO & VAN DER BORG, 2002), del mismo modo que se trata de espacios que cuentan con un alto grado de desarrollo comercial (ASHOUR & AL SHAMALI, 2020; CAMPO TEJEDOR & al., 2009) y turístico (FREYTAG & BAUDER, 2018). De este modo, la peatonalización ha supuesto uno de los principales ejes tanto para la revitalización comercial de los centros históricos, como para su conversión en los epicentros turísticos de las ciudades (LOPES & al., 2022).

En la actualidad, son espacios de consumo en los que confluyen diferentes grupos de población y diversas funciones tales como residenciales, dotacionales o terciarias. Al mismo tiempo, comercio y turismo son variables que se ven influenciadas por la peatonalización y que confluyen entre sí, pues, tal y como se ha expuesto, el tejido comercial se ve ampliamente afectado por la actividad turística y viceversa (MERCADO & FERNÁNDEZ TABALES, 2018).

Por último, hay que destacar que, a pesar de los beneficios que pudieran generar los procesos de peatonalización en los centros históricos, este hecho no ha estado exento de problemáticas y conflictos. Las ciudades están experimentando una gran transformación, bien estructural (producida por los cambios en el uso de suelo, conversiones de edificios, aumentos de renta, reemplazo de comercios) bien relacionadas por la propia presión ejercida de la actividad

turística (congestión, privatización, ruido, basura), por la propia mercantilización de patrimonio e identidad cultural o por la homogeneización del espacio urbano (ANTÓN, 2019; BENITEZ AURIOLLES & TUSSYADIAH, 2020; DOMÈNECH & al., 2019; GUIMARÃES, 2019; FENG & al., 2022). La peatonalización de las zonas centrales ha sido frenada, en ocasiones, por diferentes barreras como son la dificultad de recuperar la inversión, el acceso de proveedores y zonas de carga y descarga, la gestión de transporte alternativo y estacionamiento, la falta de apoyo institucional y político, así como la oposición de residentes, transportistas y comerciantes locales (PARAJULI & POJANI, 2018). Con respecto a esto último, peatonalizar una calle comercial puede provocar determinadas polémicas y generar rechazo, pues, tanto comerciantes como residentes, pueden percibir como una amenaza y prejuicio la restricción del tráfico rodado en relación con su actividad económica o el desplazamiento por diferentes motivos. En lo que al comercio se refiere, las investigaciones señalan que es importante contar con la aprobación de comerciantes antes de iniciar los procedimientos para peatonalizar, pues, aunque éstos pueden generar beneficios, también en algunos casos son contraproducentes (ZUKIN & al., 2009).

### 3. Metodología

Para el desarrollo de la investigación y el cumplimiento de los objetivos planteados, se empleó un proceso metodológico basado en técnicas cualitativas y cuantitativas, el cual fue desarrollado en dos fases de manera consecutiva (FIG. 2). En la primera fase, para conocer la evolución de la peatonalización, se revisó la planificación urbanística ejecutada por el gobierno local en las últimas décadas y que ha auspiciado los procesos de peatonalización: Plan General de Ordenación Urbana (PGOU) de 1963, Plan de Ordenación de la Circulación y del Estacionamiento (1984), PGOU de 1987, Metaplan (2000) y PGOU de 2006. Una vez analizada esta evolución, se obtuvo la red peatonal actual de Sevilla usando los PGOU 1987 y 2006, a través de la identificación de sus elementos principales (MONHEIM, 1981):

- Ejes peatonales. Se trata de ejes de circulación para peatones que cuentan con un punto de partida y destino, por tanto, permiten la comunicación peatonal de determinadas distancias. Se corresponden con las calles peatonalizadas.

- Centros peatonales. Son espacios incorporados en la red peatonal y concebidos para el descanso, socialización y, en general, para vida en el barrio. Hace referencia a las plazas o zonas verdes.
- Zonas con importancia arquitectónica comunitaria como las ciudades viejas o las zonas de centro multifuncionales.

En relación al objeto de estudio de la presente investigación, se tendrán en cuenta los ejes y centros peatonales, los cuales han sido objeto de procesos de peatonalización, así como la “ciudad vieja”, la cual hace referencia a las zonas que, por su morfología, han sido históricamente peatonales y nunca ha transitado el automóvil.

Una vez analizada la red peatonal, se obtuvo la Huella Peatonal (HP), que se define como la “expresión en planta del conjunto delimitado de todas las áreas peatonales y zonas verdes identificadas en el plano actual de la ciudad, obteniendo una rápida información al tener dicho plano dos colores claramente identificables. Su objetivo es “plasmarse en un plano los elementos peatonales que conforman la red peatonal de cada urbe” (MACHIN, 2015, p. 14). La HP engloba,

por tanto, los tres elementos principales de la red peatonal mencionados anteriormente.

De este modo, tanto las fases de los procesos de peatonalización a lo largo del tiempo como la huella peatonal actual se digitalizaron y representaron cartográficamente a través de un Sistema de Información Geográfica (SIG), concretamente el software QGIS v.3.28.2. Esto permitió conocer el total de espacios peatonalizados en m<sup>2</sup> del centro histórico, así como la proporción equivalente del espacio peatonal a las diferentes fases de los procesos de peatonalización según los diferentes planes urbanos del momento.

En la segunda fase, se utilizó este software para analizar cómo confluye espacialmente la HP con el espacio de consumo. Se analizó la confluencia espacial con el sector comercial a través de la información disponible en el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA), el cual aporta información procedente de registros administrativos y la difunde en forma de estadísticas georreferenciadas en una malla regular de una resolución de 250 por 250 metros. Concretamente, se obtuvo la información con relación a la caracterización y distribución del espacio construido a través de la información contenida en el Catastro Inmobiliario sobre las

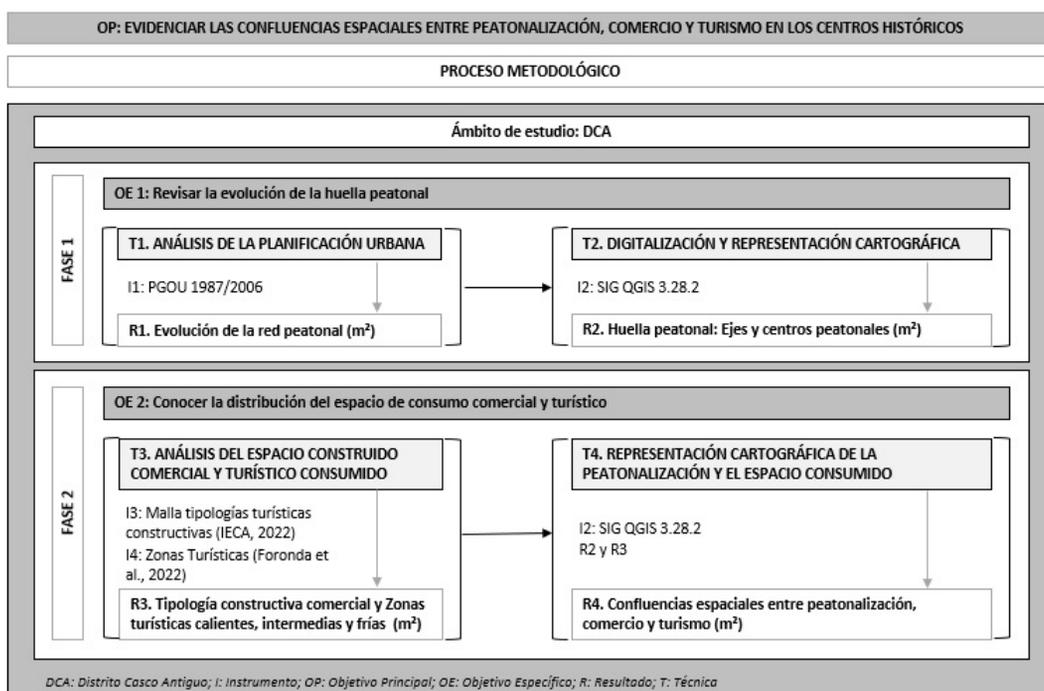


Fig. 2 / Proceso metodológico del estudio

Fuente: Elaboración propia

construcciones en suelo de naturaleza urbana. En este caso, se recoge la variable “Comercial” en m<sup>2</sup> en el IECA. Se escogió esta fuente de información porque sigue los estándares europeos para la armonización de mallas estadísticas, estando, por tanto, integrada en la malla estadística de 1 km x 1 km establecida por Eurostat (IECA, 2019).

Por otro lado, para analizar la confluencia entre HP y turismo, se utilizaron las zonas turísticas (calientes, intermedias y frías) resultantes de la investigación FORONDA & al. (2022) y cuya delimitación espacial parte de la cuantificaron los flujos turísticos (altos, medios y bajos) de este espacio a través de diferentes metodologías: observación directa, entrevistas en profundidad a guías turísticos locales y seguimiento vía GPS (Sistema de Posicionamiento Global). En este último caso, el procedimiento supuso la participación de grupos de turistas en llevar un GPS tracking mientras realizaban su visita al centro histórico, lo cual permitió registrar sus movimientos. A través de estas técnicas, fue posible conocer los diferentes niveles de tránsito peatonal asociado a la actividad turística y los recorridos más habituales de los turistas en la ciudad de Sevilla. Para una mayor comprensión, cabe señalar que los espacios con flujos altos son aquellos que son recorridos por más del 60% de los turistas que visitan la ciudad.

En cambio, aquellos espacios con flujos medios son recorridos entre el 20% y el 60%, mientras que aquellos con flujos bajos son recorridos por menos del 20% de turistas. Según FORONDA & al. (2022), es posible delimitar el espacio turístico según el tipo de flujo, de tal modo que los flujos altos determinan las zonas calientes de tránsito de turistas, los medios las zonas intermedias y los bajos las zonas frías, lo cual es posible representar cartográficamente (p.8).

Todo ello permitió conocer lo que en la presente investigación se denominará Espacio Construido Comercial (ECC), que se corresponde con la superficie con mayor concentración de comercios por m<sup>2</sup> (>24 586 m<sup>2</sup>) y Espacio Turístico Consumido (ETC), el cual equivale al espacio público más consumido por el turista en m<sup>2</sup> (zona caliente) del centro histórico. A partir de los datos obtenidos, fue posible representar cartográficamente y medir proporcionalmente cómo confluyen en un mismo espacio la peatonalización con el comercio y el turismo, tanto de manera independiente como conjunta, a partir de la evolución histórica de los instrumentos de la planificación urbana de Sevilla (ciudad vieja, PGOU 1987 y PGOU 2006). Para evidenciar empíricamente tales confluencias (en%), se generaron, de manera novedosa, los siguientes indicadores: Confluencias Espaciales entre Peatonalización y Comercio (CE<sub>PC</sub>),

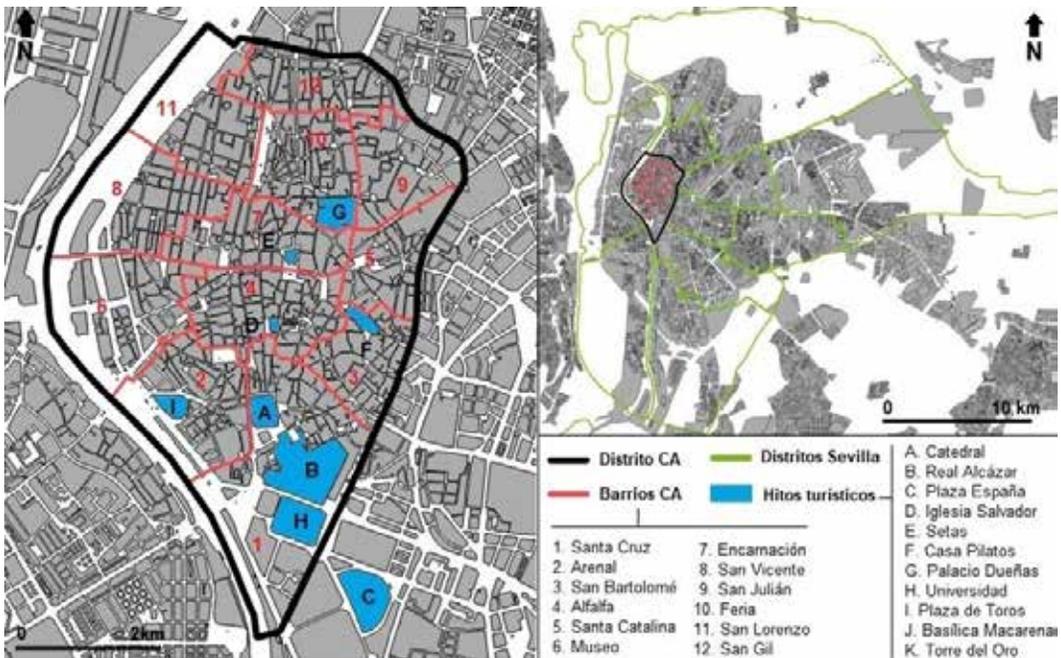


FIG. 3 / **Ámbito de estudio del Casco Antiguo de Sevilla**

Fuente: Elaboración propia

Confluencias Espaciales entre Peatonalización y Turismo ( $CE_{PT}$ ), y Confluencias espaciales entre Peatonalización, Comercio y Turismo ( $CE_{PCT}$ ), utilizando para todas ellas los  $m^2$  como unidad de medida común. Para su formulación se utilizaron la Huella Peatonal (HP), el ECC y el ETC, obtenidos previamente:

$$CE_{PC} = \frac{ECC(m^2)}{HP(m^2)} \cdot 100$$

$$CE_{PT} = \frac{ETC(m^2)}{HP(m^2)} \cdot 100$$

$$CE_{PCT} = \frac{ECC(m^2) + ETC(m^2)}{HP(m^2)} \cdot 100$$

Para el desarrollo del proceso metodológico se tomó como ámbito de estudio el centro histórico de Sevilla, el cual se corresponde administrativamente con el Casco Antiguo (en adelante CA) (FIG. 3).

## 4. Resultados

Tal y como está sucediendo en otras ciudades (BARTZOKAS TSIMPRAS, 2022), el CA de Sevilla está siendo objeto de amplios procesos de reurbanización en las últimas décadas, especialmente en relación con la peatonalización (VÁZQUEZ HISADO, 2018). De hecho, los grandes avances que se han obtenido, no sólo en este espacio, sino en toda la ciudad, la han posicionado como una de las ciudades españolas con mayor porcentaje de calles peatonalizadas. Concretamente, cuenta con un 13% de calles peatonales del total del callejero de la ciudad, situándola en cuarta posición tras ciudades como Bilbao (20%), Barcelona (18%) y Valencia (18%) (OCU & DATADISTA, 2020).

La peatonalización de este espacio ha sido gradual desde la década de 1990, a partir de diversos procesos que se han ido desarrollando bajo un modelo de ciudad controvertido y a través de micro y macropeatonalizaciones que siguen vigentes hoy en día. Anterior a ello, cabe añadir que con el PGOU de 1963 el CA fue reestructurado y objeto de demoliciones que tuvieron como fin favorecer la circulación del tráfico rodado e incrementar la importancia comercial y administrativa de la zona central de la ciudad. Este hecho se tradujo en un incremento gradual del tránsito de vehículos que comenzó a generar efectos negativos vinculados, principalmente, al aumento de la contaminación y a la privatización del espacio público para el

peatón. En consecuencia, se empezó a forjar un malestar generalizado de la población ante tal situación, lo cual derivó en la decisión de las administraciones públicas de intervenir al respecto a través de medidas como la peatonalización (AYUNTAMIENTO DE SEVILLA, 2003).

### 4.1. Evolución de la huella peatonal

La peatonalización del CA de Sevilla comenzó a plantearse durante la década de 1980, concretamente, a través del Plan de Ordenación de la Circulación y del Estacionamiento de 1984. En 1987 se implanta un nuevo PGOU, el cual planteaba la protección y conservación del espacio histórico, especialmente en el espectro del patrimonio cultural, trayendo consigo una revalorización de esta zona y las primeras iniciativas de peatonalización de este espacio. De este modo, los procesos de peatonalización llegaron al CA en la década de 1990. No obstante, cabe mencionar la existencia de un conjunto de calles céntricas que, por su morfología, nunca fueron adaptadas al tráfico rodado.

Siguiendo esta línea, la primera en ser peatonalizada bajo estas directrices fue la calle Tetuán-Velázquez en 1991, ubicada en el epicentro del CA. Este proceso, estuvo envuelto en polémica desde varios sectores de comerciantes que veían peligrar económicamente sus negocios. Sin embargo, la peatonalización de esta calle dio lugar a la llegada de grandes firmas multinacionales que la convirtieron en una de las más valoradas de la ciudad y de España. Tras este hecho, el proceso de peatonalización siguió su curso hasta el final de esta década en las calles comerciales de este entorno. Del mismo modo, se peatonalizó el entorno próximo a la Catedral y al Real Alcázar, que suponen los dos principales atractivos turísticos de la ciudad.

Por otro lado, es preciso tener en cuenta el impacto que tuvo en la ciudad la celebración de la Exposición Universal de 1992 con respecto a la ampliación y mejora del transporte público, infraestructuras viarias y rehabilitación del centro histórico, especialmente en las zonas que habían sufrido intensos procesos de degradación social, económica y urbanística. Los procesos de peatonalización se asumieron como un paso más en la transformación y modernización de la ciudad. Asimismo, en este planeamiento se hizo hincapié en la necesidad de redactar un Plan Especial de Protección del Casco Histórico (PEPCH) de Sevilla, en coherencia con la Ley de Patrimonio Histórico Español de 1991, el cual fue aprobado en 1994. Su objetivo principal

era la revitalización y rehabilitación de las zonas históricas bajo las directrices de los programas URBAN de la Unión Europea (CAMPO-TEJEDOR & al., 2009). Aunque, a través de estos procesos se avanzó notablemente en la peatonalización del centro, las polémicas procedentes de determinados sectores como el taxi y el comercio minorista impidieron seguir avanzando en este aspecto (MARCHENA & HERNÁNDEZ, 2016).

No fue hasta la entrada en vigor del PGOU de 2006 cuando se volvió a plantear esta medida a otras zonas del centro histórico. Se peatonalizaron así, las zonas más céntricas del CA y también grandes ejes peatonales de la parte sur, como el caso de la Avenida de la Constitución, siendo ésta una de las actuaciones más radicales llevadas a cabo hasta la fecha en este ámbito y que más polémica generó (HERNÁNDEZ, 2021). A pesar de ello, se siguió avanzando en otros espacios, tanto del sur como del norte del CA, dando como resultado la HP actual (FIG. 4).

El área central de Sevilla concentra buena parte de los espacios peatonalizados de la ciudad, especialmente en cuanto a ejes peatonales. Cabe añadir que, en el resto de los distritos ha predominado la peatonalización de centros peatonales más que de ejes, especialmente en cuanto a la creación de parques y plazas. Éstos se distribuyen de manera desigual en los diferentes distritos de Sevilla (FIG. 5). En cuanto al CA, este análisis de la planificación ha permitido obtener su HP actual, que cuenta con una superficie de 4 033 000 m<sup>2</sup>, conformado por un total 48 829 m<sup>2</sup> peatonalizados que suponen el 1,49% de la superficie de este espacio. Su HP se configura con 33 826 m<sup>2</sup> de ejes peatonales y 15 003 m<sup>2</sup> de centros peatonales.

Anterior a los procesos de peatonalización iniciados por la administración local, el CA ya contaba con una superficie de 18 876 m<sup>2</sup> de Ciudad vieja, suponiendo el 38,66% del total de la HP. Tales zonas, cuyas características morfológicas

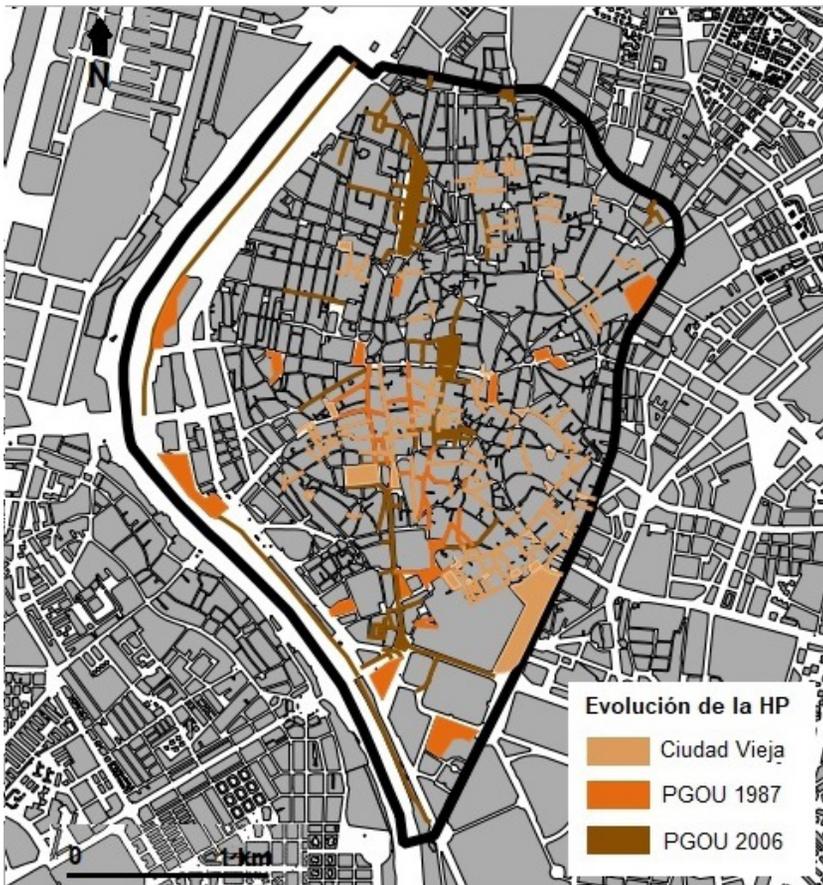


FIG. 4 / Evolución de la huella peatonal

Fuente: Elaboración propia

Procesos de peatonalización	Ejes peatonales	Centros peatonales	Total	% del total
Ciudad Vieja	14 644	4232	18 876	38,65
PGOU 1987	4947	6083	11 030	22,58
PGOU 2006	14 235	4688	18 923	38,76
<b>Huella peatonal actual</b>	<b>33 826</b>	<b>15 003</b>	<b>48 829</b>	<b>100,00</b>

FIG. 5 / Evolución de la huella peatonal del Casco Antiguo en m<sup>2</sup>

Fuente: Elaboración propia

son el resultado del pasado histórico islámico, judío y medieval de la ciudad, por ser estrechas y laberínticas, nunca fueron transitables a través de vehículos a motor (FERIA, 2022; FERNÁNDEZ SALINAS, 1993).

Por otro lado, en la primera fase de peatonalización (PGOU de 1987), se peatonalizaron un total de 11 030 m<sup>2</sup>, los cuales representan el 22,59% del total de la HP. Ésta se corresponde con los ejes peatonales ubicados en el epicentro del CA, así como con la creación de centros peatonales (principalmente zonas verdes) en las zonas periféricas de este espacio.

Sin embargo, el mayor desarrollo peatonal del CA de Sevilla se ha llevado a cabo con el PGOU 2006. Bajo esta planificación, la cual hoy sigue vigente, se ha peatonalizado una superficie de 18 923 m<sup>2</sup> que suponen el 38,75% del total de la HP. En este sentido, se ha de tener en cuenta que el CA mantiene bien conservado el entramado morfológico heredado de su época musulmana, con calles estrechas, desalineadas y caseríos compactos de baja altura sin orden aparente. Cabe señalar, que el cuadrante noroeste, concretamente el barrio de San Vicente presenta un plano de calles con trazado ortogonal de cuyas plazas emergen planos radiales de calles (JIMÉNEZ, 1981). Consecuentemente, como es posible observar, existe un mayor desarrollo de ejes y centros peatonales en la parte sur de este espacio. No obstante, aunque en la actualidad no están conectados entre sí dentro de la HP, la cohesión peatonal de ambos espacios se vio mejorada con la peatonalización de zonas céntricas, suponiendo un nexo de unión entre norte y sur.

Por último, cabe añadir, que los planteamientos urbanos futuros se insertan en el Plan de Movilidad Urbana Sostenible (PMUS) y que siguen las directrices de este PGOU abogan por seguir continuando en esta línea. De este modo, se propone avanzar en la red de itinerarios peatonales de acceso al CA, en la cohesión peatonal norte-sur y este-oeste, así como la mejora de la accesibilidad a través del transporte público (AYUNTAMIENTO DE SEVILLA, 2021).

## 4.2. Confluencias espaciales entre peatonalización, comercio y turismo

El espacio comercial y turístico histórico se concentra en el CA de Sevilla. En lo que al tejido comercial se refiere, cuenta con diferentes zonas comerciales que atienden a diferentes procesos de su evolución, así como a diferentes modelos de negocios. Por un lado, se encuentra el zoco comercial tradicional cuya actividad comercial se remonta a la época romana, manteniéndose durante la época medieval. Tradicionalmente, ha sido una zona con comercios minoristas enfocados a la venta de productos alimenticios como pan, carnes, frutas y hortalizas, artesanías, moda y calzado, un hecho que puede verse reflejado en las nomenclaturas de algunas de sus calles como Boteros, Tintes, Vidrio, Herbolarios o Plaza de la Pescadería (JOVER, 2019). Por otro lado, se encuentra la zona comercial donde se hallan los dos grandes ejes peatonales comerciales (Tetuán y Sierpes). A excepción de algunos ejes que ya contaban con desarrollo comercial, la actividad económica de esta zona se empezó a configurar a partir de la década de 1960 con la llegada de grandes almacenes que se convirtieron en un modelo comercial de máxima referencia. Más adelante, la peatonalización de este espacio atrajo un gran número de firmas comerciales internacionales. En el caso de estos espacios, se trata de comercios franquiciados de moda y calzado, principalmente, los cuales se instalaron al estilo de los almacenes modernos europeos, aportando innovaciones en la geografía comercial de la ciudad como aperturas domingos y festivos, nuevas fórmulas de marketing (ofertas, promociones y escaparatismo), pago con tarjeta de crédito y aparcamiento gratuito. A partir de este momento, en Sevilla se empezó a forjar una revolución comercial en toda esta zona. Ambas zonas comerciales, que podrían configurarse como parte del CBD de la ciudad, se encuentran ubicadas espacialmente en el epicentro del CA (FIG. 6).

Con respecto al espacio turístico, el CTD de la ciudad de Sevilla se ha ido ampliando a lo largo del tiempo, aunque fundamentalmente se concentra en su parte más histórica. Antes de la

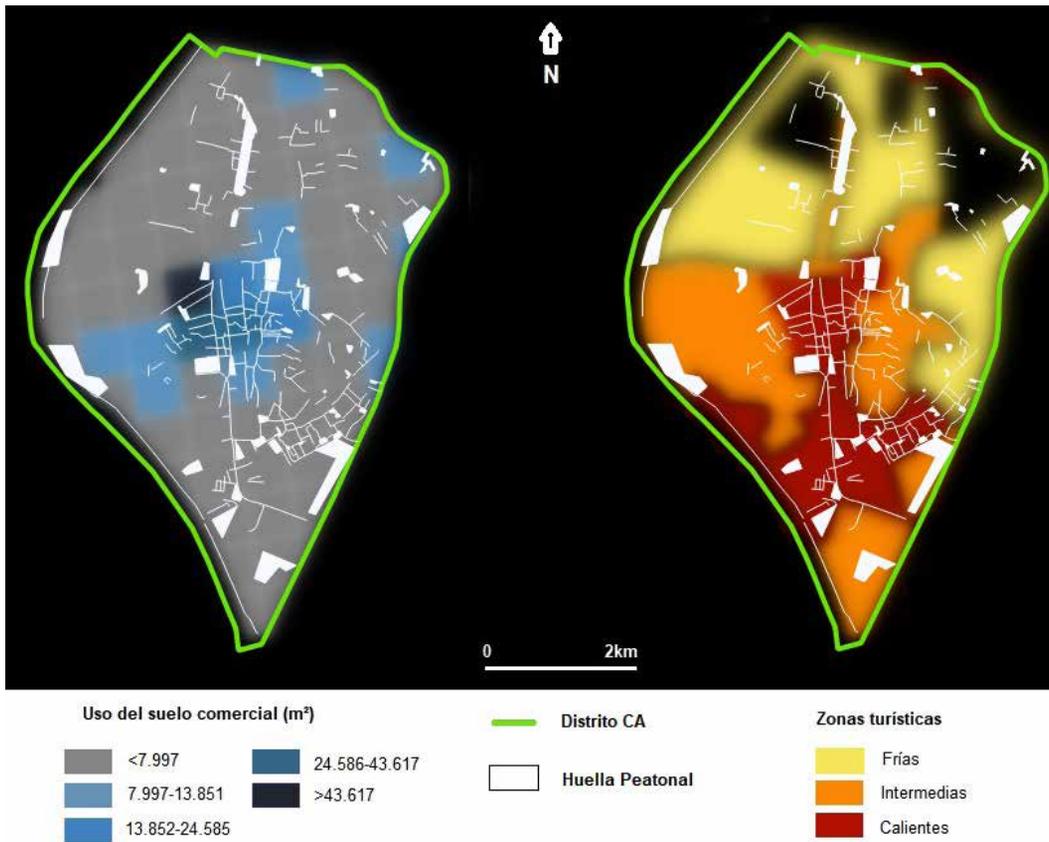


FIG. 6 / Distribución de la huella peatonal y del espacio comercial y turístico del Casco Antiguo de Sevilla

Fuente: Elaboración propia basada Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, IECA (2019) y anónimo (2022)

Exposición Universal de 1992, éste se localiza, principalmente, en la zona sur del CA, pero las transformaciones del siglo XXI y el auge del turismo urbano han extendido este espacio hacia el norte y hacia el este, en el límite con el barrio de Triana. En la actualidad, según la investigación de FORONDA & al. (2022), se pueden distinguir tres zonas turísticas atendiendo a la intensidad de tránsito de los flujos turísticos por el espacio público. De este modo, la zona caliente concentra la mayor parte de los productos y servicios turísticos (alojamiento, restaurantes, comercios, ocio) que complementan la oferta turística y que se corresponde con la zona patrimonial de la UNESCO donde se hallan los principales hitos turísticos de este destino. Por otro lado, la zona intermedia contribuye a la expansión del CTD, puesto que, en torno a ella, se han creado nuevos recursos o se han revalorizado los ya existentes. Estas zonas se ubican, principalmente, alrededor de la zona caliente, con respecto a grandes centros peatonales. Por último, la zona fría corresponde a la más reciente incorporación de espacio público

al CTD de Sevilla y se ubica en la zona norte de la ciudad, la cual contempla un menor número de productos y servicios turísticos que el resto, por lo que, se trata de espacios con un menor tránsito de turistas.

El CA cuenta con una alta concentración de inmuebles dedicados al uso comercial y cuantificables en m<sup>2</sup> construidos. Concretamente, alberga más de 472 133 m<sup>2</sup> de predominancia de la tipología constructiva de carácter comercial que se distribuyen de manera desigual por este espacio. Como se comprueba, la zona central del CA, representada con el gradiente más oscuro, concentra el mayor alto grado de comercios por m<sup>2</sup>, con un total 213 544 m<sup>2</sup>, suponiendo el 5,29% del total del espacio comercial del CA.

En lo que a las zonas turísticas se refiere, aunque la mayor parte del CA es un espacio consumido por el turista, también se distribuyen de manera desigual por esta área en función del grado de intensidad de tránsito de los visitantes.

La zona caliente, donde los flujos son altos, supone un total de 225 366,12 m<sup>2</sup> de espacio público consumido por los turistas, lo cual representa el 5,58% del total del CA.

En relación con ello, tanto el espacio comercial como turístico confluyen notablemente con las ejes y centros peatonales de la parte central y sur del centro histórico. Consecuentemente, para una mejor comprensión de las relaciones espaciales entre comercio y turismo con los procesos de peatonalización, así como por los posibles impactos territoriales que pudiera generar, se han representado las confluencias espaciales entre el ECC, (> 43 617 de m<sup>2</sup>), el ETC (zona caliente) y la HP (Fig. 7).

Hoy día, tanto el ECC como el ETC cuentan con un alto grado de saturación del espacio público y concentración de productos y comercios turísticos, pues supone la ubicación de los principales hitos turísticos del destino y la zona turística

y comercial con mayor tradición. Como argumentan JOVER BÁEZ & BERRAQUERO DÍAZ (2020), esta cuestión ha dado lugar a una movilización de una parte de la población para denunciar la turistificación como proceso de apropiación física y simbólica de este espacio, así como sus efectos en el tejido comercial, donde se han producido procesos de gentrificación comercial y pérdida del comercio tradicional.

En relación con ello, hay que tener en cuenta las labores de las administraciones públicas en la última década para consolidarlo como el epicentro turístico de Sevilla, pero apuntando al mismo tiempo por la expansión y descentralización espacial. En esta línea, procesos como la peatonalización han tenido un impacto considerable tanto en el espacio público como en el tejido comercial del centro histórico, proliferando los establecimientos de restauración y comercios vinculados al sector turístico en detrimento del comercio tradicional. Como resultado, buena

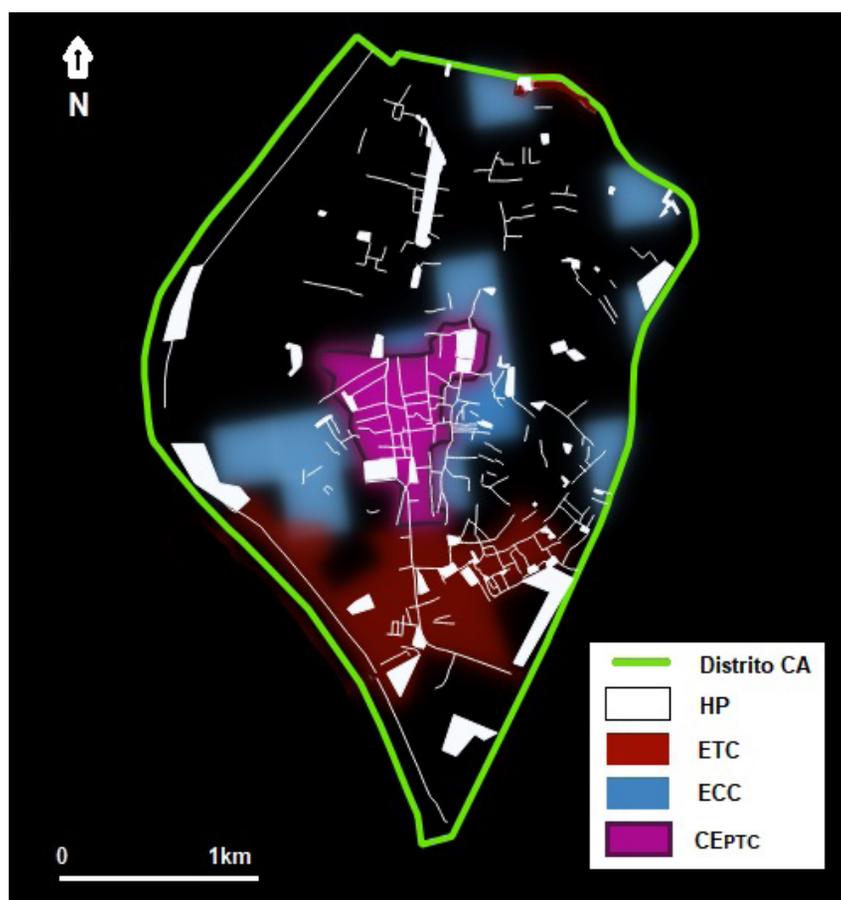


Fig. 7 / Confluencias espaciales en el Casco Antiguo de Sevilla

Fuente: Elaboración propia

Procesos de peatonalización	m <sup>2</sup>	CEPC		CEPT		CEPTC	
		m <sup>2</sup>	%	m <sup>2</sup>	%	m <sup>2</sup>	%
Ciudad vieja	18 876	4401,9	23,32	5282,8	27,99	2371,9	12,57
PGOU 1987	11 030	3533	32,03	9003,5	81,63	2178	19,77
PGOU 2006	18 923	3572	18,87	9568,5	50,56	2208,5	11,67
<b>Huella peatonal actual</b>	<b>48 829</b>	<b>11 506,9</b>	<b>23,56</b>	<b>23 854,8</b>	<b>48,85</b>	<b>6758,4</b>	<b>13,84</b>

FIG. 8. Medición de las confluencias espaciales del Casco Antiguo de Sevilla

Fuente: Elaboración propia

parte de los ejes y centros de la HP se encuentran inmersas en la zona comercial y turística. En este sentido, se puede afirmar que existe conexión entre los procesos de peatonalización y estas actividades en este espacio (FIG. 8).

En el caso del ECC, se obtuvo que un 23,56% del total (11 506,9 m<sup>2</sup>), confluyen espacialmente con la HP (48 829 m<sup>2</sup>). Con respecto a los diferentes procesos de peatonalización, los resultados arrojaron que un 23,32% del mismo confluye con los ejes y centros peatonales asociados a la ciudad vieja. Del mismo modo, la mayor proporción, un 32,03%, se asocia a las peatonalizaciones iniciadas durante la década de los 90 y que tenían el fin principal de revitalizar esta zona comercial. En el caso de las peatonalizaciones iniciadas con el PGOU de 2006, tan sólo un 18,87% de las mismas se enmarcan en el ECC.

Por otro lado, con respecto al ETC, la proporción de confluencias con la HP es bastante más elevada que en el caso del comercio, representando un 48,85%. Esto significa que casi la mitad de los ejes y centros peatonales del CA se encuentran dentro de la zona turística caliente. En relación con los procesos de peatonalización, también existen diferencias notables. En el caso de la ciudad vieja, tan sólo el 27,99% de este espacio se encuentra inmerso en el ETC, el cual se corresponde, fundamentalmente con el Barrio de Santa Cruz. En cuanto al PGOU de 1987, sorprende que los ejes y centros peatonalizados durante esta etapa confluyen en un 81,63% con este espacio, mientras que el caso del planeamiento de 2006, la proporción es del 50,56%. Estos porcentajes representan una clara inclinación de la planificación urbana hacia el impulso turístico del CA a través de la peatonalización.

En último lugar, en relación con las confluencias espaciales entre las tres variables (CE<sub>PTC</sub>), hay que señalar que, del total del espacio turístico-comercial, un 13,84% está inmerso en la HP.

Esto quiere decir que en un espacio del CA con una superficie de 6758,4 m<sup>2</sup>, cuyo tránsito es peatonal, existe la más alta concentración comercial y el mayor consumo del espacio público por parte de los turistas. En cuanto a los procesos de peatonalización, no existen grandes diferencias entre ciudad vieja o los dos planes urbanísticos, aunque hay que destacar que la mayor proporción (19,77%) se vincula las peatonalizaciones iniciadas a partir de la década de 1990.

## 5. Conclusiones

Bajo la presente investigación se reafirma el aumento considerable de los procesos de peatonalización que están siguiendo los centros históricos europeos (KHALEGHI, 2018). Un fenómeno común que converge con su transformación en entornos comerciales y turistificados, donde la actividad turística se concentra en estos espacios peatonalizados (CÓCOLA GANT, 2020). El artículo presenta su originalidad en tratar la medición de la confluencia espacial entre la huella peatonal, el desarrollo comercial y los flujos turísticos de Sevilla, y cómo ésta tiene una fuerte conexión entre los procesos urbanísticos y la propia actividad empresarial y de ocio, así como su concentración espacial. En este sentido, es una tarea pendiente para futuras líneas de investigación cuantificar si la peatonalización ha incrementado la superficie comercial y el flujo, a pesar de las limitaciones relacionadas con la ausencia de datos al respecto. Sin embargo, en aras de consolidar modelos urbanos más sostenibles, este estudio demuestra que la identificación y representación de la huella peatonal permite observar las zonas más desfavorecidas y con menos espacios para el peatón, lo cual puede contribuir a mejorar la cohesión y el equilibrio del tejido peatonal de los centros históricos.

No obstante, pocos estudios han tratado de evidenciar las relaciones entre la peatonalización, el comercio y el turismo de manera integral. El hecho de estudiar simultáneamente las confluencias espaciales entre estas tres variables, a priori, puede resultar una ardua tarea. Por un lado, existe una escasez de datos cuantitativos y procesos metodológicos al respecto y, por otro, se trata de variables interrelacionadas entre sí que convergen espacio-temporalmente, lo cual dificulta su estudio de manera conjunta. La presente investigación es una oportunidad para avanzar en este aspecto a través de la revisión de la literatura y de la propuesta de un marco teórico-metodológico que contribuya al análisis de este fenómeno que afecta a la mayor parte de las ciudades europeas, teniendo como fin servir de herramienta para crear espacios urbanos más sostenibles.

Aunque el fin principal de la peatonalización es priorizar el tránsito peatonal frente al motorizado, ésta cuenta con un conjunto de objetivos asociados que entran en conflicto entre sí. Por un lado, desde las administraciones públicas se promueve su utilidad para la recuperación ambiental de los espacios urbanos, la conservación del patrimonio cultural, la creación y rescate de espacios de socialización para los ciudadanos, así como la revitalización del comercio tradicional (GARAY, 2021; GARCÍA DOMÉNECH, 2017). Por otro lado, tal y como se ha evidenciado, la peatonalización tiene también como objetivos el desarrollo económico a través del impulso o fomento de la actividad turística.

A pesar de que, desde el punto de vista ambiental, se cumplieron los objetivos de la peatonalización, el fomento de la actividad turística ha traído consigo un conjunto de consecuencias derivadas de la globalización y la turistificación de estos espacios que genera una serie de impactos que contradicen otros objetivos de ésta. Como se ha demostrado, peatonalizar un espacio del centro histórico conlleva a un mayor tránsito de turistas, y con ello, a la adaptación del entorno urbano a este público objetivo. Este hecho se materializa en el espacio público a través de la proliferación de veladores y terrazas de restauración, de la sustitución del pequeño comercio enfocado al residente por grandes firmas multinacionales enfocadas al turista o en el impacto visual de un paisaje urbano mercantilizado. Estos efectos provocan que los ejes y centros peatonales se conviertan en un espacio de consumo, lo cual entra en conflicto con las necesidades residenciales de socialización y recuperación del espacio público. Del mismo modo, amenaza el comercio tradicional a través de la atracción de grandes firmas que

contribuyen a la especulación comercial, beneficiando así a los turistas en detrimento de los residentes o comerciantes.

En relación con el tejido comercial, es preciso destacar que los procesos de peatonalización de las áreas centrales no siempre son suficientes para dinamizar o revitalizar el comercio minorista. De este modo, se requiere complementar estos procesos con otras políticas relacionadas con la mejora de la accesibilidad a la zona central, la adaptación de los comercios a las cambiantes pautas de consumo y a digitalización, la diferenciación y personalización de los servicios o el aprovechamiento de las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías (SOMOZA & LÓPEZ, 2017).

De este modo, para los gestores de la administración pública que quieren crear ciudades habitables, es importante tener en cuenta no sólo los criterios económicos, que en este caso se materializan en la actividad turística, sino también criterios sociales tales como accesibilidad, vitalidad, seguridad, comodidad y participación ciudadana. En este sentido, ciudadanos y comerciantes tienen derecho a participar en la toma de decisiones sobre aceras, zonas peatonales, caminos peatonales o pasos de peatones, con el fin de generar espacios más civilizados, habitables, sociales y saludables (JACOBS, 1993).

Por último, avanzar en la instauración de un proceso metodológico que permita analizar y geolocalizar los puntos de saturación donde confluyen espacialmente peatonalización, comercio y turismo puede contribuir a identificar estas problemáticas asociadas. De este modo, las administraciones públicas pueden actuar y tomar medidas al respecto a través de la planificación urbana y turística, las cuales permitan conciliar el turismo con los usos comerciales y residenciales. No obstante, es preciso tener en cuenta la dificultad de extrapolar este proceso metodológico a otros destinos urbanos debido a la escasez de investigaciones e información al respecto, especialmente de cara a la medición de los flujos turísticos, lo cual permite detectar los espacios públicos de mayor consumo. Sin embargo, en la actualidad, la investigación académica está avanzando en el análisis del comportamiento espacio-temporal de los turistas a través del uso del GPS, los datos de telefonía móvil y/o el Big Data (KIM & al., 2022; SHYMANSKYI & al., 2022), lo cual puede contribuir a la generación del conocimiento necesario para la identificación de las zonas calientes y, con ello, progresar en el estudio de turismo, peatonalización y comercio.

## 6. Bibliografía

- ANTÓN-CLAVÉ, S. (2019): Urban tourism and walkability. *The future of tourism: Innovation and sustainability*, 195-211.
- ARIFFIN, A. B. & ZAHARI, M. S. M. & RADZI, S. M. (2017): Adaptive reuse of historical buildings and local residents' actual visitation. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 9 (2), 35-46. <https://doi.org/10.1108/PM-04-2019-0019>
- ASHOUR, K. & AL-SHAMALI, W. (2020): Pedestrianization as a Strategy for Placemaking. The Case of the Wakalat Street in Amman. *The Journal of Public Space*, 5(1), 263-276. <https://doi.org/10.32891/jps.v5i1.1261>
- ASHWORTH, G. & PAGE, S.J. (2011): Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32(1), 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.002>
- AYUNTAMIENTO DE SEVILLA. (2003): *Plan Estratégico Sevilla 2010*. Taller de Editores Andaluces.
- \_\_\_\_\_ (2021): PMUS-Plan de Movilidad Urbana Sostenible. <https://www.sevilla.org/servicios/movilidad/pmus/documentacion>
- BALSAS, C. (2007): City Centre Revitalization in Portugal: A Study of Lisbon and Porto. *Journal of Urban Design*, 12, 231-259. <https://doi.org/10.1080/13574800701306328>
- BARBER, A. & HALL, S. (2008): Birmingham: Whose urban renaissance is it? Regeneration as a response to Economic Restructuring. *Policy Studies* 29 (3), 281-292. <https://doi.org/10.1080/01442870802159871>
- BARTZOKAS-TSIOMPRAS, A. (2022): Utilizing OpenStreetMap data to measure and compare pedestrian street lengths in 992 cities around the world. *European Journal of Geography*, 13(2), 127-141. <https://doi.org/10.48088/ejg.a.bar.13.2.127.138>
- BENITEZ-AURIOLES, B. & TUSSYADIAH, I. (2020): What Airbnb does to the housing market. *Annals of Tourism Research*, 90, 103108. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103108>
- BIRCH, E.L. (2009): Downtown in the "new American city". *Annal. Am. Acad. Politic. Soc.Sci.* 626 (1), 134-153. <https://doi.org/10.1177/0002716209344169>
- BORJA, J. (2013): *Revolución urbana y derechos ciudadanos*. Madrid: Alianza.
- BURTENSHAW D. & BATEMAN M. & ASHWORTH G. J. (1981): *The European city, a western perspective*. London: Fulton. DOI:10.4324/9781003169901
- CAMPO-TEJEDOR, A. & FLORES, M. & GARCÍA, F. A. (2009): *Proceso de peatonalización y nueva sociabilidad. Los casos de Sevilla y Málaga*. Sevilla: Centro de Estudios Andaluces.
- CHAI, X. & GUO, X. & XIAO, J. & JIANG, J. (2020): Spatiotemporal Analysis of Share Bike Usage during the COVID-19 Pandemic: A Case Study of Beijing. *arXiv* [https://www.researchgate.net/publication/340963930\\_Spatiotemporal\\_Analysis\\_of\\_Share\\_Bike\\_Usage\\_during\\_the\\_COVID-19\\_Pandemic\\_a\\_Case\\_Study\\_of\\_Beijing](https://www.researchgate.net/publication/340963930_Spatiotemporal_Analysis_of_Share_Bike_Usage_during_the_COVID-19_Pandemic_a_Case_Study_of_Beijing)
- CÓCOLA-GANT, A. (2016): Holiday Rentals: The New Gentrification Battlefield. *Sociological Research Online*, 21(3), 112-120. <https://doi.org/10.5153/sro.4071>
- \_\_\_\_\_ & GAGO, A. & JOVER, J. (2020): Tourism, Gentrification and Neighbourhood Change: An Analytical Framework— Reflections from Southern European Cities. Oskam, J.A. (Ed.) *The Overtourism Debate*, Emerald Publishing Limited, Bingley, (pp. 121-135). <https://doi.org/10.1108/978-1-83867-487-820201009>
- COMISIÓN EUROPEA (1994): *Iniciativa comunitaria de zonas urbanas (URBAN)*, COM (94) 61 final.
- DE LA CALLE, M. (2019): Turistificación de los centros urbanos: clarificando el debate. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 2829, 1-40. <https://doi.org/10.21138/bage.2829>
- DÍAZ PARRA, I. & BARRERO-RESCALVO, M. (2022): *Turismo, desarrollo urbano y crisis en las grandes ciudades andaluzas*. Comares: Granada.
- DOMÉNECH, A. & MOHINO, I. & MOYA-GÓMEZ, B. (2020): Using Flickr geotagged photos to estimate visitor trajectories in World Heritage cities. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, 9(11), 646. <https://doi.org/10.3390/ijgi9110646>
- DUHAMEL P. & KNAFOU R. (2007) : Le tourisme dans la centralité parisienne in Saint-Julien T., Le Goix R., eds., *La métropole parisienne. Centralités, inégalités, proximités*, pp. 39-64. Paris : Belin
- FEIFAN, P. & GU, K. (2015) : The changing urban morphology: Waterfront redevelopment and event tourism in New Zealand. *Tourism Management Perspectives*, 15, 105-114. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.05.001>
- FENG, X. & DERUDDER, B. & WANG, F., & SHAO, R. (2022): Geography and location selection of multinational tourism firms: strategies for globalization. *Tourism Review*, 77(1), 190-208. <https://doi.org/10.1108/TR-04-2020-0163>
- FERIA, J. (2022): Patrimonio urbano y planeamiento urbanístico en Sevilla (1956-2000). Un análisis crítico. *Investigaciones Geográficas*, 78, 191-214. <https://doi.org/10.14198/INGEO.21268>
- FERNÁNDEZ-SALINAS, V. (1993): Las grandes transformaciones urbanas de Sevilla durante los años previos a la Exposición Universal. *Estudios Geográficos*, 54 (212), 387-408.
- FORONDA-ROBLES, C. & GARCÍA, A. M. & FRANCO, I.N. (2022). The redistribution of the Tourist Flow in Destination (TFD) from spatial temporal concentration. Seville is flowing. *Investigaciones Turísticas*, 23, 1-23. <https://doi.org/10.14198/INTURI2022.23.1>
- FREYTAG, T. & BAUDER, M. (2018): Bottom-up touristification and urban transformations in Paris. *Tourism Geographies*, 20 (3), 443-460. <https://doi.org/10.1080/14616688.2018.1454504>
- GARAY, G. P. (2021): La peatonalización una política urbana y su compleja implementación. *Territorios en formación*, 19, 98-112. <https://doi.org/10.20868/tef.2021.19.4791>
- GARCÍA-DOMÉNECH, S. (2017): El rol del espacio público en la sostenibilidad de la ciudad contemporánea: La cultura urbana mediterránea en Europa. *AUS [Arquitectura / Urbanismo / Sustentabilidad]*, (21), 44-50. <https://doi.org/10.4206/aus.2017.n21-08>
- GEHL, J. (1987): *La humanización del espacio urbano. Una introducción con ejemplos prácticos*. Reverté: Barcelona.
- GÓMEZ, R. (2000): El papel del comercio en la revitalización de los centros urbanos en Europa: las

- declaraciones de Málaga y Lille. *Gestión y Análisis de Políticas Públicas*, 19,7 1-78.
- GONZÁLEZ, S. (ed.) (2018): *Contested Cities, Contested Markets: Gentrification and Urban Justice in Retail Spaces*. Abingdon: Routledge.
- GUIMARÃES, P. P. C. (2019): Shopping centres in decline: Analysis of demalling in Lisbon. *Cities*, 87, 21-29. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2018.12.021>
- HASS KLAU, C. (2014): *El peatón y la ciudad*. Londres, Taylor y Francis.
- HERNÁNDEZ, E. (2021): *Sevilla y los cambios. Transformaciones urbanas en la primera década del siglo XXI*. Sevilla: Editorial de la Universidad de Sevilla.
- Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, IECA (2019): Distribución Espacial de las Tipologías Constructivas Catastrales en Andalucía. <https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticay-cartografia/tipologiasconstructivas/index.htm>
- JACOBS, A.B (1993): *Great Streets*, MIT Press, Cambridge.
- JACOBS, J. (1961): *The death and life of great American cities*. Vintage Books.
- JIMÉNEZ, A. (1981): Análisis formal y desarrollo histórico de la Sevilla medieval. *La Arquitectura de nuestra ciudad*, 13-28. Colegio Oficial de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de Sevilla. Sevilla.
- JOU, K. K. (2011): Pedestrian areas and sustainable development. *International Journal of Civil, Environmental, Structural, Construction and Architectural Engineering*, 5(5), 228–235.
- JOVER-BÁEZ, J. (2019): Geografía comercial de los centros históricos: entre la gentificación y la patrimonialización. El caso de Sevilla. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 82, 2788, 1–33. <https://doi.org/10.21138/bage.2788>
- \_\_\_\_\_ & BERRAQUERO-DÍAZ, L. (2020): ¿Habitantes o visitantes? El impacto del alquiler vacacional en el mercado de vivienda en Sevilla. *Ciudad y Territorio*, LII, 206, 823-840. <https://doi.org/10.37230/CyTET.2020.206.07>
- KARDES, I. & REINECKE FLYNN, L. & DUGAN, M. (2021): Online retailing: determinants of competition between multinationals and local firms in emerging markets. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 49(2), 263-280. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-07-2020-0236>
- KEE, T. (2019): Sustainable adaptive reuse—economic impact of cultural heritage. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 9 (2), 165–183. <https://doi.org/10.1108/JCHMSD-06-2018-00>
- KHALEGHI, N. (2018): Assessing the Impacts of Pedestrianisation on Historic Urban Landscape of Tehran. *International Journal of Architectural Engineering and Urban Planning*, 28(1), 91-104. DOI: [10.22068/ijaup.28.1.91](https://doi.org/10.22068/ijaup.28.1.91)
- KIM, Y. & LIU, A. & STIENMETZ, J. & CHEN, Y. (2022): Visitor flow spillover effects on attraction demand: A spatial econometric model with multisource data. *Tourism Management*, 88, 104432, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104432>
- KOCH, F. (2015): La ciudad europea como concepto transdisciplinario: contradicciones y potenciales. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 67, 105-116. <https://doi.org/10.21138/bage.1819>
- LANG, J. (1987): *Creando Teoría Arquitectónica; El papel de las ciencias del comportamiento en el diseño ambiental*. Van Nostrand Reinhold, Nueva York.
- LI, M. & FANG, L. & HUANG, X. & GOH, C. (2015): A spatial-temporal analysis of hotels in urban tourism destination. *International Journal of Hospitality Management*, 45, 34-43. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.11.005>
- LOPES H.S. & REMOALDO P.C. & RIBEIRO V. & MARTÍN VIDE J. (2022): Pathways for adapting tourism to climate change in an urban destination. Evidences based on thermal conditions for the Porto Metropolitan Area (Portugal). *Journal of Environmental Management*, 315, 115161. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2022.115161>
- MACHÍN, H. (2015): Huella peatonal de las ciudades medias españolas. *Revistarquis*, 4(2) Recuperado a partir de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/revistarquis/article/view/22262>
- MARCHENA M. & HERNÁNDEZ, E. (2016): Sevilla en la primera década del siglo XXI: transformaciones urbanas hacia un nuevo modelo de ciudad. *Boletín de la Asociación Española de Geógrafos Españoles*, 70, 393-417. DOI: <https://doi.org/10.21138/bage.2176>
- MARCUSE, P. (2004): Verschwindet die europäische Stadt in einem allgemeinen Typus der globalisierten Stadt? En W. Siebel, *Die europäische Stadt*. (pp. 112-117). Frankfurt a. M.
- MERCADO, I., & FERNÁNDEZ-TABALES, A. (2018): Percepciones y valoraciones sociales del paisaje en destinos turísticos. Análisis de la ciudad de Sevilla a través de técnicas de investigación cualitativas. *Cuadernos de Turismo*, (42), 355–383. <https://doi.org/10.6018/turismo.42.16>
- MILANO, C. (2019): *Ciudades y turismo urbano: ¿Una relación destructible?*. Barcelona: Ostelea School of Tourism & Hospitality.
- MONHEIM, H. (1981): Consecuencias de la instalación de zona de tráfico atenuado en los núcleos para estructura urbana. En P. Peters & al. (Eds.), *La ciudad peatonal* (pp. 117-120). Barcelona: Editorial Gustavo Gili SL.
- MORENO, C. (2020): *Droit de cité, de la «ville-monde» à la «ville du quart d'heure»*, Paris: Éditions de l'Observatoire.
- MUXI, Z. (2004): *La arquitectura de la ciudad global*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Organización de consumidores y usuarios (OCU) & DATADISTA. (2020): *Movilidad urbana: Peatonalización en 10 ciudades españolas*. <https://www.ocu.org/movilidad-inteligente/movilidad-urbana>
- ÖZDEMİR, D. & SELÇUK, I. (2017): From pedestrianisation to commercial gentrification: The case of Kadıköy in Istanbul. *Cities*, 65, 10-23. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2017.02.008>
- PARAJULI, A. & POJANI, D. (2018): Barriers to the pedestrianization of city centers: perspectives from the Global North and the Global South. *Journal of Urban Design*, 23 (1), 142-160, DOI: 10.1080/13574809.2017.1369875
- PARK, S. (2007): Prescriptive plans for a healthy central business district: Seattle downtown design, 1956–1966. *Pacific Northwest Quart*, 98 (3), 107–114. <http://www.jstor.org/stable/40492027>

- PÉREZ, À. & CEBOLLADA, À. & VERA, A. (2021): Actividad comercial y uso del espacio público en los centros urbanos: un análisis clúster. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 67(3), 561-583. DOI: [10.5565/rev/dag.683](https://doi.org/10.5565/rev/dag.683)
- PILLET, F. (2014): El paisaje literario y su relación con el turismo cultural. *Cuadernos de Turismo*, 33, 297-309. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/195751>
- PRATS, L. (2006): La mercantilización del patrimonio: entre la economía turística y las representaciones identitarias. *PH Boletín*, 58, 72-80. <https://doi.org/10.33349/2006.58.2176>
- PRESSMAN, N. (1987): La experiencia europea. *Public Streets for Public Use* (pp. 40-44). Nueva York: Van Nostrand Reinhold.
- RUSSO, A., & VAN DER BORG, J. (2002): Planning considerations for cultural tourism: a case study of four European cities. *Tourism Management*, 23(6), 631-637. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00027-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00027-4)
- SASSEN, S. (2002): Locating cities on global circuits. *Environment and Urbanisation*, 14, 14-30. <https://doi.org/10.1177/095624780201400102>
- SHYMANSKYI, O. & WANG, J. & PU, Y. (2022): Global tourist flows under the Belt and Road Initiative: A complex network analysis. *PLoS ONE*, 17(8): e0272964. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0272964>
- SIMÓ, M. & CASELLAS, A. & AVELLANEDA, P. (2018): Comercio minorista y peatonalización: evolución y adaptación en la ciudad costera de Malgrat de Mar (Barcelona). *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 38(1), 219-238. <https://doi.org/10.5209/AGUC.60476>
- SOMOZA, X. & LÓPEZ, A. (2017): Crisis, comercio y ciudad. Cambios en la actividad comercial y el consumo en España. *Revista de Estudios Andaluces*, 34(1), 293-332. <https://doi.org/10.12795/rea.2017.i34.10>
- TROITIÑO, M.A. (2003): La protección, recuperación y revitalización funcional de los centros históricos. Colección del Mediterráneo Económico. *Ciudades, arquitectura y espacio urbano*, 3, 131-160.
- UZUNOĞLU, K. & UZUNOĞLU, S. S. (2020): The Importance of Pedestrianization in Cities-Assessment of Pedestrianized Streets in Nicosia Walled City. *European Journal of Sustainable Development*, 9(2), 589-614. <https://doi.org/10.14207/ejsd.2020.v9n2p589>
- VAN DER BORG, J. & COSTA, P. & GOTTI, G. (1996): Tourism in European heritage cities. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 306-321. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00065-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00065-8)
- VÁZQUEZ-HISADO, J.C (2018): El proceso hacia la movilidad sostenible en Sevilla: centro histórico, peatones y ciclistas. *Ciudad y Territorio. Estudios Territoriales*, L (196), 263-276.
- VILLANI, C. & TALAMINI, G. (2021): Pedestrianised streets in the global neoliberal city: A battleground between hegemonic strategies of commodification and informal tactics of communing. *Cities*, 108, 102983. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2020.102983>
- WHYTE, W. (1988): *City: Rediscovering the Center*. University of Pennsylvania Press: Filadelfia.
- YRJÄNÄ, L. & RASHIDFAROKHI, A. & TOIVONEN, S. & VIITANEN, K. (2018): Looking at retail planning policy through a sustainability lens: Evidence from policy discourse in Finland. *Land Use Policy*, 79, 190-198. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2018.08.013>
- ZUKIN, S. TRUJILLO, V. & WALKER, A. (2009): New retail capital and neighborhood change: Boutiques and gentrification in New York City. *City & Community*, 8(1), 1-80. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6040.2009.01269.x>

## 7. Listado de acrónimos/Siglas

CA:	Casco Antiguo
CBD:	Central Business District
CTD:	Central Tourist District
CE <sub>PT</sub> :	Confluencias Espaciales entre Peatonalización y Turismo
CE <sub>PCT</sub> :	Confluencias espaciales entre Peatonalización, Comercio y Turismo
ECC:	Espacio Construido Comercial
ETC:	Espacio Turístico Consumido
GPS:	Sistema de Posicionamiento Global
IECA:	Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía
HP:	Huella Peatonal
OCU:	Organización de Consumidores y Usuarios
OCDE:	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
PAIDI:	Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación
PEPCH:	Plan Especial de Protección del Casco Histórico
PGOU:	Plan General de Ordenación Urbana
PMUS:	Plan de Movilidad Urbana Sostenible
SIG:	Sistema de Información Geográfica