

## PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

---

# ESTUDIO COMPARATIVO DE LOS RESULTADOS DE LAS PEATONALIZACIONES RECIENTES DE CIUDADES MEDIAS ESPAÑOLAS

## 1. OBJETIVOS

El objetivo de esta investigación consistirá en realizar un estudio comparativo de los resultados más relevantes que se han producido como consecuencia de las peatonalizaciones de ciudades medias españolas en los últimos 30 años. Se entenderá como peatonalización aquella actuación en que se mejora de forma sustancial las condiciones de la circulación peatonal en un recinto cerrado al tráfico, estando formada al menos por una calle principal y sus perpendiculares.

Para ello se realizará de forma previa un inventario de todas las ciudades que tengan zonas peatonalizadas, mediante fichas completas que contengan datos referentes a la ciudad, a la peatonalización, al proceso de la peatonalización y acciones complementarias que se realizaron con las mismas.

Una vez inventariadas las ciudades se tomarán como base del estudio de investigación aquellas ciudades medias cuya peatonalización se haya producido en los últimos 30 años. Para ello se estudiará, analizará y comparará los resultados de contenido económico, social, político y de movilidad. Esta información estará definida en el tiempo de modo que se diferenciará entre el periodo anterior y posterior de cada peatonalización y se comprobará los posibles cambios que se produjeron como consecuencia de la misma. De igual modo servirá también como añadido al estudio de investigación las acciones complementarias que junto con las peatonalizaciones se han llevado a cabo en cada ciudad.

### A) Resultados económicos.

Se pretende conocer los resultados económicos que se ha producido como consecuencia de las peatonalizaciones ya que acciones de esta magnitud tienen un importante impacto económico tanto en el ámbito comercial como residencial.

- **Ámbito comercial:** se pretenderá conocer de forma global la influencia de la peatonalización en aspectos como las variaciones del volumen de venta, rentas, costes, beneficios, locales en funcionamiento, puestos de trabajo y clientela en su volumen, tipo y número de visitas. Se verificará si existe relación entre la variación del flujo peatonal y el volumen de venta de los negocios y por tanto en los precios de renta y venta de los locales comerciales. Por otro lado se comprobará si la peatonalización ha hecho que las actividades que se desarrollan en las áreas peatonales se han centralizado o por el contrario se ha fomentado la apertura de locales con otros enfoques comerciales. Se analizará también los negocios que se abrieron con posterioridad a la peatonalización atraídos por las nuevas situaciones peatonales.
- **Ámbito residencial:** se considerarán las consecuencias económicas relacionadas con el precio de la vivienda de modo que se comprobará si las áreas peatonales han influido en la subida del €/m<sup>2</sup> en la venta de las viviendas que se encuentran dentro de estas áreas en

comparación con las que se sitúan fuera y comprobaremos si el estar situadas en un entorno peatonal es usado por los propietarios como señal de identidad para sus viviendas y es aliciente para aumentar su valor.

### **B) Resultados sociales.**

Se comprobará si las peatonalizaciones han contribuido a un cambio en las relaciones sociales de sus usuarios aumentando la integración social de modo que se investigará si las peatonalizaciones:

- han fomentado una mayor relación entre residentes, comerciantes y visitantes
- han influido en el aumento de contactos tanto entre los adultos como entre los niños con nuevas amistades del entorno.
- han impulsado la creación de grupos de reunión o asociaciones.
- han contribuido a una variación en la frecuencia del uso de la calle tanto por parte de los adultos como por los niños.
- han contribuido a una variación en la afluencia de grupos de personas o han fomentado la aparición de nuevos grupos diferenciando entre la frecuencia de las visitas al barrio y el momento en que éstas se producen, pudiendo comprobar las variaciones del flujo peatonal que se ha producido antes y después de las peatonalizaciones.

Se analizará las valoraciones personales de los usuarios de las zonas peatonales tanto de vecinos, comerciantes, como de visitantes y así conocer los cambios en sus sensaciones de estas áreas. Se analizará los cambios que las peatonalizaciones han provocado en la percepción de seguridad ya que en la mayoría de las ocasiones se ha pasado de zonas de tráfico rodado a zonas de tráfico peatonal siendo un cambio evidente del uso de la calle. Se buscarán distintos enfoques relacionados tanto con la conflictividad y mendicidad de las áreas así como con la percepción de seguridad personal en los desplazamientos cotidianos dentro de las zonas peatonales. Como complemento se comprobará si las peatonalizaciones han influido en la calidad tanto de vida como de trabajo de sus usuarios.

### **C) Resultados de la movilidad.**

En la mayoría de los casos las peatonalizaciones llevan implícita la supresión total o parcial de la circulación de vehículos, produciéndose un cambio, generalmente forzoso, en los hábitos de desplazamiento de los usuarios afectando tanto a vecinos y trabajadores de las áreas peatonales como a los visitantes de las mismas. Para ello se estudiará:

- La influencia de las restricciones de tráfico en el uso de los medios de transporte de los usuarios de los entornos peatonales.
- Radio de acción de las peatonalizaciones de modo que se comprobará la procedencia de los visitantes y los medios de transporte elegidos para llegar a las zonas peatonales.

### **D) Resultados políticos.**

Se analizará la incidencia de las peatonalizaciones en el terreno político local.

Para ello se estudiarán:

- Los resultados electorales obtenidos por los partidos y personalidades que hayan liderado programas de peatonalización (datos electorales).
- La presencia que se concede a las peatonalizaciones en los programas electorales de los partidos (estudio de prensa y archivos partidos).
- La aceptación que han tenido las peatonalizaciones y la valoración de los líderes en relación con ellos (encuestas).

### **E) Acciones complementarias.**

A menudo, las peatonalizaciones no se llevan a cabo de forma aislada sino que van unidas a otras operaciones que las complementan. Se comprobará si junto a las peatonalizaciones se llevaron a cabo otras estrategias relacionadas con el tráfico, el transporte, el aparcamiento, el medio ambiente, la restauración y aspectos socioculturales; y hasta que punto estos proyectos influyeron en el éxito de las áreas peatonales.

## **2. METODOLOGÍA**

### **2. 1 INVENTARIO DE TODAS LAS CIUDADES ESPAÑOLAS PEATONALIZADAS**

Se creará una ficha para cada ciudad española que contenga áreas peatonales que servirá como base para realizar el estudio de investigación. El tipo de ficha contendrá los siguientes apartados.

#### **FICHA DE CADA CIUDAD ESPAÑOLA CON ÁREAS PEATONALES**

##### **A. DATOS DE LA CIUDAD:**

- a) Población
- b) Superficie
- c) Planos
- d) fotos aéreas

##### **B. DATOS DEL ÁREA PEATONALIZADA:**

- a) Localización
- b) Superficie
- c) Diseño y estructura
- d) Elementos
- e) Acondicionamiento
- f) Usos en el entorno
- g) Densidad

##### **C. DATOS DEL PROCESO DE PEATONALIZACIÓN:**

- a) Fases y fechas
- b) Iniciativa
- c) Procedimiento administrativo
- d) Financiación
- e) Conflictos

##### **D. ACCIONES COMPLEMENTARIAS A LA PEATONALIZACIÓN**

- a) Transporte público
- b) Aparcamientos subterráneos y en superficie
- c) Otras

### **2.2 FUENTES Y TÉCNICAS QUE SE UTILIZARÁN**

Una vez realizado el inventario se elegirán aquellas ciudades medias cuya peatonalización se hayan realizado como máximo en los últimos 30 años, formada al menos por una calle principal y sus perpendiculares y se compararán los resultados obtenidos.

#### **2.2.1 Resultados económicos, sociales, políticos y de movilidad: encuestas**

Para analizar las consecuencias de las peatonalizaciones de las ciudades elegidas se llevará a cabo una encuesta a los usuarios distinguiendo entre comercios (propietarios de locales, vendedores y empleados), vecinos y visitantes. Se realizará diferenciando los periodos anteriores y posteriores a las peatonalizaciones, existiendo un tipo de encuesta para cada periodo de modo que también nos sirva la información que nos puedan facilitar los usuarios que se hayan establecido con posterioridad a las

peatonalizaciones. Las preguntas serán relativas a los resultados de las peatonalizaciones en el ámbito económico, social, político y de movilidad. A continuación se describe en fichas el tipo de encuesta que se realizará, que según el tipo de encuestado, comerciante, vecino y visitante; y el tiempo que llevan en la zona peatonal, antes o después de las peatonalizaciones:

### **ENCUESTA LOCALES COMERCIALES CON NEGOCIO ABIERTO DESDE ANTES DE LA PEATONALIZACIÓN**

**1. TÍTULO.** Encuesta para locales comerciales que llevan ejerciendo su actividad antes de la peatonalización

**2. OBJETIVOS.** Conocer las cuestiones básicas referentes a los cambios que se han producido antes y después de la peatonalización en los siguientes temas:

- las características del local
- la economía del negocio (volumen de venta, renta, beneficio y puestos de trabajo)
- variación de la frecuencia y el tipo de clientela
- cambios en la movilidad de comerciantes y empleados
- percepción de seguridad, cambios en la impresión del barrio y calidad del trabajo

Conocer la aceptación que han tenido la peatonalización y la valoración de los líderes en relación con ellos

**3. UNIVERSO.** La encuesta estará destinada a los propietarios o encargados de los negocios para todas las cuestiones y para sus empleados (que lleven trabajando desde antes de la peatonalización) sólo las preguntas relacionadas con la movilidad, seguridad, impresión del barrio y respaldo político

**4. MUESTRA Y CLASIFICACIÓN DE LA MUESTRA.** Serán los locales comerciales que ejercen su negocio desde antes de la peatonalización y se dividirá en bloques según el tipo de actividad que desarrollen.

**5. FORMA DE SELECCIÓN DE LA MUESTRA.** Antes de entregar la encuesta se preguntará el tiempo que lleva abierto cada comercio, en caso de ser anterior a la peatonalización se entregará este tipo de encuesta.

**6. FORMA DE REALIZACIÓN.** Se entregará de forma personal un sobre en mano con las preguntas para que sean rellenadas por el encuestado y se recogerá en torno a dos o tres semanas después, dando el tiempo suficiente para responderla.

### **ENCUESTA LOCALES COMERCIALES CON NEGOCIO ABIERTO DESPUÉS DE LA PEATONALIZACIÓN**

**1. TÍTULO.** Encuesta para locales comerciales que llevan ejerciendo su actividad en la calle después de la peatonalización

**2. OBJETIVOS.** Conocer las cuestiones básicas referentes a:

- las características del local
- motivos de la elección para apertura del negocio
- la economía actual del negocio (cumplir expectativas)
- movilidad de los usuarios
- percepción de seguridad e impresión del barrio

Conocer la aceptación que han tenido la peatonalización y la valoración de los líderes en relación con ellos

**3. UNIVERSO.** La encuesta estará destinada a los propietarios de los negocios.

**4. MUESTRA Y CLASIFICACIÓN DE LA MUESTRA.** Serán los locales comerciales que han abierto su negocio después de la peatonalización y se dividirá en bloques según el tipo de actividad que desarrollen.

**5. FORMA DE SELECCIÓN DE LA MUESTRA.** Antes de dar la encuesta se preguntará el tiempo que lleva abierto cada comercio, en caso de ser posterior a la peatonalización se entregará este tipo de encuesta.

**6. FORMA DE REALIZACIÓN.** Se entregará de forma personal un sobre en mano con las preguntas para que sean rellenadas por el encuestado y se recogerá en torno a dos o tres semanas después, para dar el tiempo suficiente para responderla.

## ENCUESTA VECINOS QUE LLEVAN VIVIENDO DESDE ANTES DE LA PEATONALIZACIÓN

**1. TÍTULO.** Encuesta para los vecinos que llevan viviendo desde antes de la peatonalización

**2. OBJETIVOS.** Conocer las cuestiones básicas referentes a los cambios que se han producido antes y después de la peatonalización en los siguientes temas:

- integración social y asociación vecinales
- variación de la frecuencia de uso de la calle y del tipo de usuarios
- influencia de la peatonalización en el valor de sus viviendas
- cambios en la movilidad de los vecinos
- percepción de seguridad
- cambios en la impresión del barrio y calidad del vida desde la peatonalización

Conocer la aceptación que han tenido la peatonalización y la valoración de los líderes en relación con ellos

**3. UNIVERSO.** La encuesta estará destinada a los vecinos que llevan viviendo desde antes de la peatonalización.

**4. MUESTRA Y CLASIFICACIÓN DE LA MUESTRA.** La muestra serán vecinos (hombres y mujeres) que viven desde antes de la peatonalización clasificándolos según la calle donde viven, según la edad de los encuestados y según los años que llevan viviendo en la zona peatonal.

**5. FORMA DE SELECCIÓN DE LA MUESTRA.** Antes de comenzar la encuesta se preguntará al encuestado el tiempo que lleva viviendo, en caso de ser anterior a la peatonalización se realizará este tipo de encuesta.

**6. FORMA DE REALIZACIÓN.** Será una encuesta telefónica obteniéndose los números de teléfonos fijos de los vecinos de forma aleatoria, a través de la página web de páginas amarillas, <http://blancas.paginasamarillas.es> en su apartado de páginas blancas, rellenando una de las tres variables que pide la web. De esta forma se obtendrá nombre completo, teléfono fijo y dirección exacta del encuestado. La duración será en torno a 5-8 minutos por encuesta.

## ENCUESTA VECINOS QUE HAN ELEGIDO EL ÁREA PEATONAL PARA VIVIR

**1. TÍTULO.** Encuesta para los vecinos han elegido vivir en el área peatonal.

**2. OBJETIVOS.** Conocer las cuestiones básicas referentes a los siguientes temas:

- motivos de la elección para vivir en el área peatonal
- movilidad de los vecinos
- percepción de seguridad e impresión del barrio

Conocer la aceptación que han tenido la peatonalización y la valoración de los líderes en relación con ellos

**3. UNIVERSO.** La encuesta estará destinada a los vecinos que han elegido las áreas peatonales para vivir.

**4. MUESTRA Y CLASIFICACIÓN DE LA MUESTRA.** La muestra serán vecinos (hombres y mujeres) que han elegido el área peatonal para vivir, clasificándolos según la edad de los encuestados y las calles donde viven.

**5. FORMA DE SELECCIÓN DE LA MUESTRA.** Antes de comenzar la encuesta se preguntará al encuestado el tiempo que lleva viviendo, en caso de ser posterior a la peatonalización se realizará este tipo de encuesta.

**6. FORMA DE REALIZACIÓN.** Será una encuesta telefónica obteniéndose los números de teléfonos fijos de los vecinos de forma aleatoria, a través de la página web de páginas amarillas, <http://blancas.paginasamarillas.es> en su apartado de páginas blancas, rellenando una de las tres variables que pide la web. De esta forma se obtendrá nombre completo, teléfono fijo y dirección exacta del encuestado. La duración será en torno a 3 minutos por encuesta.

## ENCUESTA A VISITANTES DEL ÁREA PEATONAL

**1. TÍTULO.** Encuesta para los usuarios que frecuentan el área peatonal.

**2. OBJETIVOS.** Conocer las cuestiones básicas referentes a los siguientes temas:

- motivos de la elección del área peatonal
  - procedencia y movilidad de los usuarios
  - gastos en las áreas peatonales
  - frecuencia y tipo de uso del área peatonal (paseo, compras, turismo)
  - percepción de seguridad e impresión del área
- Conocer la aceptación que han tenido la peatonalización y la valoración de los líderes en relación con ellos

**3. UNIVERSO.** La encuesta estará destinada a los visitantes que frecuentan las áreas peatonales.

**4. MUESTRA Y CLASIFICACIÓN DE LA MUESTRA.** La muestra serán usuarios (hombres y mujeres) que frecuentan las áreas peatonales, clasificándolos según la edad y procedencia de los encuestados.

**5. FORMA DE SELECCIÓN DE LA MUESTRA.** Antes de comenzar la encuesta se preguntará al encuestado si es vecino, comerciante o visitante de la zona peatonal, en caso de ser visitante se realizará este tipo de encuesta.

**6. FORMA DE REALIZACIÓN.** Será una encuesta de campo, realizándola en las áreas peatonales con una duración de 5 minutos.

### 2.2.2. Proceso de peatonalización, acciones complementarias, conflictos y presencia electoral: Artículos de prensa, entrevistas, consulta en internet y archivos de partidos políticos

#### Artículos de prensa.

Los artículos de prensa serán otro punto de vista interesante para realizar la investigación. A través de los artículos se podrá conocer los asuntos que se suscitaron en torno a las áreas peatonales diferenciando entre las publicaciones anteriores y posteriores a las peatonalizaciones. A continuación se describe en la siguiente ficha la descripción del análisis de prensa que se realizará.

## ARTÍCULOS DE PRENSA

**1. OBJETIVOS.** Conocer los grandes temas que con frecuencia se publicaban en la prensa teniendo como clasificación de la materia publicada la siguiente:

- peatonalización: fases y fechas, diseño, composición, iniciativa, gestión y financiación
- temática de preocupación de los usuarios (vecinos y comerciantes): conflictos económicos, sociales y de movilidad
- peatonalización como argumento político: presencia en programa electoral, resultados electorales
- acciones complementarias: reducción de tráfico, transportes públicos, aparcamientos, vehículo privado, acciones socioculturales

**2. PERIÓDICOS Y FECHAS.** Se analizarán los periódicos locales y en su caso los nacionales y se buscarán artículos anteriores y posteriores a las peatonalizaciones.

**3. FORMA DE REALIZACIÓN.** Los artículos se obtendrán de las hemerotecas de los periódicos locales y nacionales y si fuera posible de sus páginas web mediante sus buscadores.

**4. FORMA DE PROCESAR LAS NOTICIAS.** Para cada año se analizarán los artículos en prensa y la materia a que se hace referencia de modo que se pueden clasificar los temas que se van publicando y recabar la información necesaria para conocer cada peatonalización.

### **Entrevistas.**

- Se entrevistará o se mandará un cuestionario vía correo o mail a los arquitectos municipales de los Ayuntamientos de las ciudades para conocer la peatonalización desde un punto de vista técnico y poder resolver cuestiones que se hayan planteado.
- Se entrevistará a otros actores que estén relacionados con las peatonalizaciones como asociaciones de vecinos, asociaciones de comerciantes, para comprobar las discrepancias y conflictos así como las aceptaciones por parte de estos grupos.
- Se entrevistará a los encargados de planes paralelos que se hayan desarrollado para complementar las peatonalizaciones y conocer las acciones complementarias que se llevaron a cabo.

### **Consulta en Internet.**

- Páginas web de los partidos políticos para comprobar si las peatonalizaciones están presentes en sus programas electorales y que importancia tienen.
- Páginas web de asociaciones o centros que se hayan creado en torno a las peatonalizaciones como asociaciones de vecinos, de comerciantes, centros sociales y culturales. Servirá para estar al día de las inquietudes de los usuarios poniendo de manifiesto sus preocupaciones y los problemas que consideren relevantes así como todo tipo de información relacionada con los entornos peatonales.

### **Archivos de partidos políticos.**

Se consultará los archivos de los partidos políticos con peatonalizaciones en sus programas electorales para comprobar si se ha considerado la peatonalización como elemento electoral relevante y verificar los datos electorales obtenidos en pasadas elecciones de modo que se pueda constatar si ha existido elección o incluso reelección de sus mandatarios.

## **2.2.3. Datos de la ciudad y del área peatonalizada: consulta en internet e inventario de inmuebles**

### **Consulta en Internet.**

Se consultará en internet las siguientes páginas web en función de las necesidades de obtener información:

- Datos de cada ciudad: Instituto Nacional de Estadística, [www.ine.es](http://www.ine.es) y páginas web de los Ayuntamientos correspondientes.
- Datos del área peatonal: datos de cada edificio y planos en la Dirección General del Catastro, [www.catastro.meh.es](http://www.catastro.meh.es); planos e información de los procesos de las áreas peatonales (acciones complementarias) en las páginas web de los departamentos de urbanismos de los Ayuntamientos correspondientes; fotos aéreas de las áreas peatonales en Google Earth y [www.goolzoom.com](http://www.goolzoom.com).

Esta información servirá de forma general, para complementar las fichas de cada ciudad peatonal, y de forma particular, para incorporar a la ficha de cada inmueble inventariado.

### **Inventario de inmuebles.**

Se realizará un análisis pormenorizado de los edificios que forman parte de las áreas peatonales, y si se cuenta con la información necesaria, se hará un inventario comparativo de los mismos antes y después de cada peatonalización.

1) Objetivos:

a) Se comprobará a través de fotos los posibles cambios que ha sufrido exteriormente el inmueble y las variaciones en los locales comerciales en planta baja antes y después de las peatonalizaciones.

b) Se comprobará el número de edificios destinados a viviendas así como los edificios oficiales y públicos que se desarrollan a lo largo de las áreas peatonales. Se podrá hacer un censo de viviendas, ya que de cada edificio se podrá obtener el número de plantas destinadas a viviendas.

c) Se realizará un censo de locales comerciales y se comprobará los tipos de comercios que se desarrollan y así poder establecer una clasificación según estas actividades. De igual forma se comprobará el número de locales en funcionamiento y los que están cerrados.

2) Forma de realización:

a) A través de la página web [www.qdq.com](http://www.qdq.com) se podrá conseguir fotos de las fachadas de los edificios de las ciudades más importantes.

b) Se realizará un trabajo de campo de modo que para cada edificio se hará una ficha con su foto y se rellenará los siguientes apartados:

- |                         |  |
|-------------------------|--|
| -Dirección              | -Nombre y tipo de locales en planta baja |
| -Tipo de edificio       | - Funcionamiento de los locales          |
| -Nº de plantas          | - Planta primera                         |
| - Año de construcción   | - Resto de plantas                       |
| - Edificio rehabilitado |  |

De igual forma se podrá aprovechar este trabajo de campo para hacer una primera toma de contacto con los comerciantes y comprobar el tiempo que llevan abiertos para posteriormente entregar el tipo de encuesta correspondiente.

### 3. TIPO DE ESTUDIOS A CONSULTAR Y BIBLIOGRAFÍA DISPONIBLES

Se llevará a cabo la consulta de la literatura existente sobre la materia en cuanto a las peatonalizaciones y acciones complementarias que se realizan conjuntamente, buscando, más que los aspectos puramente descriptivos como el diseño y materiales empleados, las consecuencias que se han producido como resultado de las peatonalizaciones. Se buscará materia sobre casos prácticos con conclusiones más cuantitativas que cualitativas que se hayan desarrollado en otras ciudades.

En la línea de este planteamiento se encuentra una serie de artículos de Carmen Hass-Klau como el caso de la peatonalización del centro de la ciudad alemana de Luneburg en el que analiza las consecuencias económicas de peatonalizar el tráfico del centro de la ciudad con resultados numéricos poniendo de manifiesto la necesidad de una buena política de transporte público como alternativa al coche privado. En otro artículo Carmen Hass-Klau pone de manifiesto de manera numérica los resultados de las consecuencias de la peatonalización y la restricción de tráfico en los pequeños comercios de ciudades de Alemania y Reino Unido. Así también en su libro "The Pedestrian and City Traffic" hace un repaso de impacto ambiental y económico del coche en ciudades de Gran Bretaña, Alemania y de Estados Unidos y como el concepto alemán del "traffic calming" ofrece una solución realista al problema del transporte urbano.

En esta línea de resultados numéricos se encuentra otro artículo interesante fue el Janne Sandahl y Christer Lidh, en el que a través de 5 indicadores cuantitativos relacionados con la peatonalización y reducción del tráfico, analizaron 6 ciudades suecas; a través de un ranking mostraron los puntos positivos de cada ciudad y aquellos en los que era necesario una mejora para que los centros de estas ciudades analizadas fueran más atractivos.

En la página web de habitat también hay numerosos artículos que hacen referencia tanto a las peatonalizaciones como a las acciones complementarias que se han llevado a cabo con el fin de recuperar los cascos históricos como en el caso de Santa Cruz de Tenerife, Madrid y Barcelona entre

otras; de mejorar la accesibilidad como en el caso de San Sebastián; así como poner de manifiesto actuaciones de gran éxito como el caso de la peatonalización del casco histórico de Oviedo.

### 3.1. BIBLIOGRAFÍA

HASS-KLAU, C. (1990). **The Pedestrian and City Traffic**. Belhaven Press. Londres

HASS-KLAU, C. (1999). **Streets as living space : helping public places play their proper role : good practice guidance with examples from a town centre study of European pedestrian behaviour**. Landor Publishing Limited. Londres

HASS-KLAU, C. (1988). **New Life for City Centres: Planning, Transport and Conservation in British and German Cities**. Anglo-German Foundation for the Study of Industrial Society. Londres

JACOBS, A. (1993). **Great Streets**. MIT Press. Cambridge, Massachusetts

DEPARTAMENTO DE PLANEAMIENTO DE LOS ANGELES(1982) **Central city pedestrian study : an implementation report for the Central City Community Plan**. Dept. of City Planning. Los Angeles

MONHEIM, R. (1992) "The importance of accessibility for downtown retail and its perception by retailers and customers" **The attraction of retail locations, IGU-Symposium**, Volumen 1 pp19-46.

MONHEIM, R. (1996) "Parking management and pedestrianisation as strategies for successful city centres" **Sustainable transport in central and eastern European cities**, pp 53-143.

CASMORE J. (1981) **Towards an Evolution Method for Pedestrianisation Schemes**. Leeds Polytechnic. Leeds

EDWARD ERDMAN RESEARCH (1989) **Traffic free shopping**. Edward eiErdman Research. Londres

GAVENTA, S. (2006): **New Public Spaces**. Mitchell Beazley. Londres

AMIDON J. (2006): **Ken Smith Landscape Architect 2 Urban Projects**. Princeton Architectural Press. Nueva York

SANDAHL J., y Lindh C. (1995): "Impact of improving the attractiveness of town centres". **Transport Policy**, volumen 2, nº1, pp 51-56.

HASS-KLAU, C. (1993): "Impact of pedestrianization and traffic calming on retailing" **Transport Policy**, volumen 1, nº1, pp 21-31.

HASS-KLAU, C. (1994): "Car Restraining Measures and Town Centre Business: A Case Study" **Transportation Planning Systems**, volumen 2, nº4, pp 59-67.

WALLACE, B. (2004): **USP Economic Impact. Benchmarking Report**. Equipo de Proyecto de la Peatonalización de la Calle Union. Reino Unido

SUSTRANS (2003): **Traffic restraint and retail vitality.** Sustrans routes for people. (<http://www.sustrans.org.uk>)

UNIVERSITY OF OXFORD (2003): **The effect of urban quality Improvements on Business Location.** Transport Studies Unit University of Oxford. Oxford

TAM, E. (2006): **What the pedestrian wants.** Delf University of Technology. Delf

OFFICE OF TRANSPORTATION ENGINEERING AND DEVELOPMENT PEDESTRIAN TRANSPORTATION PROGRAM (1998): **Portland Pedestrian Design Guide.** Office of Transportation. Portland (<http://www.portlandonline.com/shared/cfm/image.cfm?id=84048>)

SANZ, A. (1998): **Elogio y Censura de la peatonalización de los centros históricos.** Universidad Politécnica de Madrid (<http://habitat.aq.upm.es/boletín/n28/aasan.html>)

PADRÓN J.A. (1998): **Recuperación del centro histórico. Plan Urban en Santa Cruz de Tenerife (España).** Universidad Politécnica de Madrid. (<http://habitat.aq.upm.es/boletín/n28/aasan.html>)

HERRÁEZ S. (1998): **Rehabilitación del centro histórico de Madrid (España).** Universidad Politécnica de Madrid. (<http://habitat.aq.upm.es/bpes/onu98/bp456.en.html>)

CABRERA P. (1998): **Area de rehabilitación integrada para Ciutat Vella: revitalización del Centro Histórico, Barcelona (España).** Universidad Politécnica Madrid. (<http://habitat.aq.upm.es/bpes/onu98/bp443.en.html>)

BENAITO J. (1998): **La mejora de la accesibilidad en Donostia-San Sebastián.** Universidad Politécnica Madrid. (<http://habitat.aq.upm.es/boletín/n15/ajben.html>)

SANZ A. (1998): **La ciudad a pie: un programa para recuperar las urbes andando.** Universidad Politécnica Madrid (<http://habitat.aq.upm.es/boletín/n6/aasan.html>)

AYUNTAMIENTO DE OVIEDO: **Peatonalización del centro de la ciudad de Oviedo, Asturias (España)** Universidad Politécnica Madrid (<http://habitat.aq.upm.es/bpes/ceh2/bpes33.html>)

BERGUA E. (2001): **Movilidad sostenible y comercio.** Universidad Politécnica Madrid (<http://habitat.aq.upm.es/boletín/n19/aeber.html>)