**AUTORÍA:**
Alba Rastrollo Díaz
Beatriz Gaete Salinas
Aura Cristina Mateicu
Gema Benito Zamora
Irati Cid Carrón
Penélope María María Santos

# EL PAPEL DEL COMERCIO LOCAL EN LA PROVISIÓN DE CUIDADOS A LAS PERSONAS MAYORES DEL BARRIO AGRA DEL ORZÁN

Investigación-Acción Participativa, Acción Comunitaria y Gestión de las Organizaciones Sociales.
Técnicas Cualitativas para el Análisis de los Discursos y las Realidades Sociales
Curso 2024/2025

MESTRADO UNIVERSITARIO OFICIAL EN POLÍTICAS SOCIAIS E INTERVENCIÓN SOCIOCOMUNITARIA

**ÍNDICE**

**1. Introducción..... 2**
**2. Diseño inicial de la propuesta de IAP..... 3**
2.1 Delimitación de la necesidad o preocupación temática inicial ..... 3
2.2. Conceptualización y problematización del tema..... 5
2.3. Justificación de la IAP como propuesta metodológica idónea..... 9
2.4. Objetivos del proyecto de IAP propuesto..... 11
2.5 .Agentes sociales implicados y nivel de participación..... 11
2.6. Planificación de las fases del proceso de IAP y técnicas a aplicar..... 14
2.6.1. Justificación de las técnicas utilizadas..... 14
2.6.2. Definición de las fases..... 15
2.7. Cronograma de las fases..... 17
**3. Informe diagnóstico inicial..... 20**
3.1 Entrevistas semiestructuradas..... 20
3.2 Cartografía social y observación participante..... 21
3.3 Proceso de categorización y codificación..... 23
3.4.1. Percepción y valoración del rol de cuidador del comercio local..... 24
3.4.4. Necesidades y demandas que hacen directamente las personas mayores de forma explícita y aquellas detectadas por los comerciantes (implícitas)..... 30
3.4.5. Estrategias para fomentar el rol cuidador del comercio..... 34
**3.5. Discusión de resultados en contraste con los objetivos..... 37**
**3.6. Conclusiones y limitaciones del estudio..... 41**
**4. Referencias bibliográficas..... 45**
**5. Anexos..... 48**
Anexo I. Formación y experiencias individuales..... 48
Anexo II. Modelo de documento informativo y de consentimiento..... 54
Anexo III: Instrumentos diseñados..... 56
Anexo IV. Esquema de categorías..... 62
Anexo V. Diario o cuaderno de campo de la investigación..... 63
Anexo VI. Información recabada y categorizada..... 81
Anexo VII. Informe de autoevaluación individual y grupal..... 82

## 1. Introducción

El envejecimiento de la población, el debilitamiento de las redes familiares tradicionales y el modelo de vida urbano contemporáneo han hecho que muchas personas mayores enfrenten situaciones de soledad, vulnerabilidad o aislamiento social. En las ciudades, donde las relaciones vecinales suelen ser más frágiles, los espacios de encuentro y apoyo informal se han vuelto cada vez más necesarios. Dentro de este contexto, el comercio local se coloca, como un actor clave que, más allá de su función económica, puede contribuir al bienestar cotidiano de las personas mayores de diversas formas.

El barrio del Agra del Orzán, en la ciudad de A Coruña, representa un escenario ideal para investigar esta dinámica, ya que se caracteriza por una alta densidad poblacional, una presencia notable de personas mayores y una fuerte diversidad cultural derivada de los procesos migratorios recientes (La Opinión de A Coruña, 2023). En este entorno urbano, el comercio de proximidad, como fruterías, panaderías, farmacias o cafeterías, se convierte en un punto de interacción diaria de las personas.

A partir de observaciones del grupo y experiencias personales, nos planteamos como las acciones cotidianas que realizan en estos comercios, se constituyen en acciones de cuidado hacia las personas mayores en concreto.

Desde este enfoque, nos interesa comprender cómo los comercios locales del Agra del Orzán asumen (o no) este papel, de forma consciente o no, y qué valor le otorgan las personas mayores a estos espacios. Nos proponemos también analizar si es posible fortalecer este rol a través de propuestas participativas y colaborativas que involucren tanto a comerciantes como a otros actores del territorio.

Para abordar esta temática, optamos por una metodología de Investigación-Acción Participativa (IAP), que nos permite no solo estudiar una realidad, sino hacerlo en diálogo constante con las personas implicadas.

Así, el objetivo general de este trabajo es explorar el papel del comercio local como espacio local y de proximidad como agente de provisión de cuidados y como promotor de redes comunitarias de apoyo hacia las personas mayores en el barrio del Agra del Orzán. Entre los objetivos específicos, nos planteamos: explorar las necesidades específicas de las personas mayores con respecto al comercio local, explorar el rol del comercio local en la

provisión de cuidados de las personas mayores, identificar comercios que realizan labores de cuidados y/o apoyo informal, y diseñar estrategias de forma colectiva para fomentar el comercio local como agentes de cuidados.

Este trabajo se estructura en tres grandes apartados. En el primer apartado se presenta el diseño de la propuesta de IAP, el segundo apartado recoge el informe diagnóstico inicial elaborado a partir de las técnicas aplicadas (entrevistas semiestructuradas, cartografía social y observación participante). Finalmente, se incluyen las conclusiones, las referencias bibliográficas y los anexos correspondientes.

## 2. Diseño inicial de la propuesta de IAP

### 2.1 Delimitación de la necesidad o preocupación temática inicial

Elegir investigar este tema del comercio como espacio de apoyo social ha surgido de la necesidad de poder comprender el papel que desempeñan estos comercios locales en la vida cotidiana de las personas, especialmente en contextos urbanos donde se pueden encontrar muchas dinámicas de interacción en la comunidad en los distintos tipos de comercios y según los distintos colectivos que hacen uso de estos comercios.

De manera más específica, y con base en nuestra observación, experiencia y vivencias individuales, sabemos que muchos comercios locales no solo funcionan como espacios de intercambio económico en el bien o el servicio que ofrecen, sino que también funcionan como lugares donde las personas pueden encontrar compañía, reconocimiento, una red de apoyo informal y también pueden llegar a desempeñar funciones que podríamos considerar dentro del ámbito de la integración social.

Por ejemplo, a nivel de un barrio como el Agra, sobre todo la calle Barcelona, las panaderías y cafeterías o bares suelen ser puntos de encuentro habituales de las personas, donde conversan con el personal y con otros clientes de manera cotidiana, y esto puede generar ese sentido de pertenencia y pudiera ayudar a evitar, por ejemplo, el aislamiento. Las fruterías y las llamadas tiendas de alimentación, muchas de ellas gestionadas por personas migrantes, ofrecen productos vegetales, frutas y otros por lo general a un menor precio, pero también facilitan ese proceso de integración de las personas migrantes en cuanto al cambio gastronómico al permitirles encontrar productos de su país de origen y establecer relaciones de confianza con comerciantes que comparten su cultura o idioma, pero también con

comerciantes nativos que les ayudan de manera informal en la comunicación de cómo llevar ese proceso de integración en otros aspectos. Entre otros tipos de comercios que pueden desempeñar su rol de apoyo social desde su propio modelo de negocio.

Todo esto nos llevó a preguntarnos si los propios comerciantes son conscientes de este papel; si consciente o inconscientemente en el Agra, el comercio local está desempeñando este papel de espacio de apoyo social, cómo se está haciendo, y cómo lo perciben las personas desde su experiencia cotidiana, y desde el colectivo al que representan. Interesa conocer si hay un punto de intersección en el que se puedan generar cambios específicos en conjunto con miras a mejorar este papel de interacción entre el comercio y la comunidad. Es decir, interesa no solo visibilizar la función social de los comercios locales, sino también generar información útil para poder diseñar en conjunto estrategias de fortalecimiento de su rol en las redes comunitarias de apoyo social. Y servir como base para futuras intervenciones municipales o comunitarias que promuevan la integración y el bienestar de las personas en entornos urbanos diversos.

Esta preocupación temática se ha logrado luego de una puesta en común de todo el equipo de IAP. En principio, nos interesa poder considerar esta temática en el caso de las personas mayores, porque su acceso a espacios de socialización en el espacio urbano pudiera estar más limitado por factores como la movilidad, los niveles de seguridad requeridos, la pérdida de sus redes sociales previas, los cambios en cuanto a la conducta de socialización actuales versus las dinámicas de socialización con las que han crecido, etc. Y a menudo, estos comercios se convierten en puntos de referencia donde encuentran no solo productos y servicios, sino que pudieran también encontrar un sentido de continuidad en su vida diaria. También porque los comerciantes pueden desempeñar un papel clave en la detección temprana de situaciones de vulnerabilidad, como deterioro cognitivo, o dificultades económicas con relación a las necesidades básicas.

### 2.1.1. Relevancia para el barrio de Agra:

Según lo que hemos visto en las sesiones de clase y en artículos de diversos medios locales[1], el barrio de Agra es un entorno urbano caracterizado por una alta densidad de población, una notable presencia de personas mayores y una diversidad cultural importante debido a la migración. Y esta combinación lo convierte en un espacio idóneo para explorar cómo los comercios locales contribuyen a la integración, al bienestar y el cuidado de distintos colectivos.

En los siguientes pasos de nuestra IAP, tal como lo tenemos pautado, negociaremos y delimitaremos mejor esta temática con las entidades y los grupos de personas involucradas, para delimitar aún más el enfoque de la IAP y definir las técnicas y la participación de la comunidad.

## 2.2. Conceptualización y problematización del tema

Nuestro trabajo surge también de una reflexión sobre los distintos agentes de provisión de bienestar que existen en nuestras sociedades. Más allá del Estado y el mercado, protagonistas absolutos de las sociedades capitalistas postindustriales, la sociedad civil, organizada a través de entidades del tercer sector o a través de redes informales de ayuda mutua, también juegan un papel relevante a la hora de contribuir al bienestar y la calidad de vida de los espacios que habitamos.

El bienestar está estrechamente relacionado con los cuidados y con la realidad de que todas las personas somos interdependientes unas de otras, así como dependientes del entorno donde vivimos. Sin embargo, las corrientes de pensamiento neoliberal han promovido un modelo de vida individualista en el que la autosuficiencia se presenta como un ideal, debilitando los lazos comunitarios y desdibujando la interdependencia natural entre las personas (Valdivia, 2018). Esta lógica ha llevado a una progresiva desvinculación de la

---

[1] Moreno, M. (3 de diciembre de 2022). Agra do Orzán, las luces de un barrio de A Coruña lleno de multiculturalidad y dinamismo. *El Español.* *https://www.elespanol.com/quincemil/vivir/20221203/agra-do-orzan-luces-barrio-coruna-lleno-multiculturalidad-dinamismo/723177837_0.html*

Mahía, A. (4 de diciembre de 2016). El Agra de Orzán es como la ONU. *La Voz de Galicia.* *https://www.lavozdegalicia.es/noticia/coruna/coruna/2016/12/04/agra-orzan-onu/0003_201612H4C3991.htm*

*El Agra do Orzán, el barrio con mayor densidad de población de Galicia: La voz de Galicia:* *https://www.lavozdegalicia.es/noticia/coruna/coruna/2024/06/14/agra-do-orzan-barrio-mayor-densidad-poblacion-galicia-otea-primer-parque/0003_202406H14C3993.htm*

comunidad como espacio de apoyo mutuo, desplazando las redes de solidaridad y reemplazándolas por soluciones mercantilizadas. Este proceso ha tenido un impacto mayor en entornos urbanos que, en origen, se diseñaron para favorecer las necesidades de la producción y el consumo, relegando las actividades de cuidado al ámbito privado y doméstico. Actualmente, el 60% de la población mundial reside en zonas urbanas, y las proyecciones indican que esta cifra podría duplicarse en las próximas décadas, alcanzando el 70% de la población global en 2045 (Banco Mundial, 2024). En el caso de España, ya hemos alcanzado un 80% de población urbana (Ministerio de Vivienda y Agenda Urbana, 2024). Estos datos evidencian la importancia de estudiar iniciativas que promuevan entornos urbanos más habitables y diseñar estrategias que mejoren de manera continua la calidad de vida de sus habitantes.

En este contexto, el papel de los barrios cobra una relevancia crucial, ya que son el nivel más inmediato de interacción y pertenencia dentro de la ciudad. Dentro de los barrios, los establecimientos comerciales representan espacios claves para la vida comunitaria y la convivencia por diversos motivos:

1. Los comercios de proximidad son **puntos de encuentro** donde los vecinos pueden socializar, intercambiar información e ideas. Asimismo, los propietarios de estos comercios son a la vez vecinos con los cuales se generan relaciones de confianza y cercanía que trascienden lo puramente comercial. De esta forma, estos establecimientos contribuyen a reforzar la cohesión social y el sentido de pertenencia a la comunidad (Gómez Crespo, 2013).
2. El comercio de proximidad también **ayuda a preservar la identidad cultural y el carácter propio de los barrios** y comunidades locales frente a la homogeneización que implica la colonización del tejido comercial local por grandes superficies y franquicias de empresas multinacionales. Los comercios locales suelen estar regentados por familias o individuos arraigados en la comunidad, lo que facilita la transmisión de tradiciones y prácticas culturales propias del barrio (Gómez Crespo, 2013).
3. El comercio local **no solo genera empleo, sino que también impulsa la economía circular**. La disponibilidad de oportunidades laborales dentro del barrio permite a más personas desarrollar sus proyectos de vida en su entorno cercano, fomentando el arraigo y evitando la despoblación. Por otro lado, el comercio de

proximidad favorece los circuitos cortos de distribución, apoyando a pequeños productores locales y promoviendo un consumo más responsable, a la vez que garantiza el acceso a productos de mayor calidad (Beltrán, 2015; Petrovic et al, 2021).

4. Por último, y quizás el tema de mayor interés para nuestra investigación, el comercio local también cumple un papel de **apoyo en la provisión de cuidados**. Muchos locales funcionan como puntos de referencia y apoyo para vecinos en situación de vulnerabilidad, alertando sobre posibles problemas o necesidades. Asimismo, los comercios locales pueden ser espacios de socialización clave para personas mayores o en situación de soledad (Zibecchi, 2015).

También Gómez Crespo (2013, 2024) ha estudiado el papel del comercio local en las dinámicas de convivencia multiétnica en barrios con alta densidad de población migrante. Según la autora, el comercio local regentado por migrantes puede suponer para las personas de esa nacionalidad un espacio para la expresión identitaria, ya que les permite mantener vivas sus costumbres, acceder a productos de su país de origen y establecer redes de apoyo dentro de la comunidad. Por otra parte, para la población no migrante, puede ser un punto de acceso al conocimiento sobre nuevas culturas y favorecer el desarrollo de actitudes de acogida.

Asimismo, existen ejemplos concretos de cómo el comercio local actúa como agente "cuidador" y de responsabilidad social, destacando los proyectos "Establiments Amics" y la "Red de Comercios contra la Soledad No Deseada" impulsados por el Ayuntamiento de Lleida y Ayuntamiento de Tres Cantos, respectivamente.

El proyecto "Establiments Amics"[2] busca crear una red de comercios locales que sean accesibles, amables e integradores para personas mayores, con discapacidad y/o en situación de vulnerabilidad, identificando aquellos establecimientos que implementan medidas que favorezcan el acceso de estos colectivos y ayudando a aquellos que todavía no lo hacen a hacer una autoevaluación de qué elementos cambiar para satisfacer las necesidades especiales de los clientes que pertenecen a estos colectivos (Ej: Eliminación de barreras físicas o arquitectónicas para personas con movilidad reducida, cartelería e información clara para

[2] Ajuntament de Lleida (16 de diciembre de 2021). La Paeria presenta el projecte Establiments Amics https://comercmercatsconsum.paeria.cat/noticies/la-paeria-presenta-el-projecte-establiment-amic

personas con problemas de visión o limitaciones cognitivas, etc.). Aquellos negocios que participan en la iniciativa obtienen los beneficios de asesoramiento y formación por parte de técnicos del Ayuntamiento y de entidades sociales colaboradoras, así como un sello que reconoce que forman parte de la red, visibilizando su compromiso y responsabilidad social.

Por su parte, la Red de Comercios contra la Soledad No Deseada de Tres Cantos[3] tiene como objetivo involucrar a los negocios locales en la detección de posibles casos de soledad no deseada que requieran intervención. Para ello, proporciona a los comerciantes formación e información sobre cómo identificar y atender estas situaciones, permitiéndoles actuar como puntos de referencia accesibles para personas mayores, con mayor proximidad y cercanía que las estructuras administrativas municipales.

**Tabla 1**. Análisis DAFO.

| **DE ORIGEN** | **INTERNO** | **EXTERNO** |
|---|---|---|
| **NEGATIVOS** | **DEBILIDADES** | **AMENAZAS** |
| | Falta de estrategias generalizadas para integrar el comercio local en políticas de bienestar.<br><br>Posible falta de formación o recursos de los comerciantes para asumir roles de apoyo social.<br><br>Dependencia del comercio local de dinámicas económicas cambiantes y competencia con grandes superficies.<br><br>Riesgo de que el apoyo comunitario a través del comercio local sea informal y no institucionalizado. | Expansión de grandes cadenas y franquicias que debilitan el comercio local.<br><br>Falta de políticas públicas que protejan y fomenten el comercio de proximidad.<br><br>Persistencia del modelo neoliberal que promueve el individualismo y la mercantilización del bienestar.<br><br>Dificultades económicas y crisis que puedan afectar la viabilidad de los pequeños comercios.<br><br>Gentrificación y cambios en la composición demográfica de los barrios que podrían |

[3] 360y5.es (21 de febrero de 2025). El Ayuntamiento de Tres Cantos crea una Red de comercios contra la soledad no deseada. https://360y5.es/el-ayuntamiento-de-tres-cantos-crea-una-red-de-comercios-contra-la-soledad-no-deseada/

| | | |
|---|---|---|
| | | afectar la estabilidad del comercio local. |
| **POSITIVOS** | **FORTALEZAS** | **OPORTUNIDADES** |
| | El comercio de proximidad refuerza la cohesión social y la vida comunitaria.<br><br>Contribuye a la identidad cultural y la diversidad de los barrios.<br><br>Apoya la economía circular y genera empleo local.<br><br>Existen iniciativas exitosas que promueven su papel en la provisión de cuidados y apoyo social.<br><br>Favorece la inclusión de colectivos vulnerables y la convivencia intercultural. | Creciente interés en modelos de desarrollo urbano sostenible y en la mejora de la habitabilidad de los barrios.<br><br>Potencial para ampliar y replicar iniciativas como "Establiments Amics" y la "Red de Comercios contra la Soledad No Deseada".<br><br>Posibilidad de colaboración entre comercios locales, administraciones públicas y entidades sociales.<br><br>Avance de políticas que promuevan la economía local y los circuitos cortos de distribución.<br><br>Mayor concienciación sobre la importancia de la comunidad y el apoyo mutuo en entornos urbanos.<br><br>Vinculación previa del barrio con la Universidad de Coruña y proyecto “Agra, un barrio de coidados” |

Fuente: Elaboración propia (2025)

### 2.3. Justificación de la IAP como propuesta metodológica idónea

Con el objetivo de investigar sobre el papel del comercio local y de proximidad como agente de provisión de cuidados y como promotor de redes comunitarias de apoyo en el barrio del Agra y, a su vez, de dar respuesta la problemática escogida de forma participada, se propone la Investigación-Acción Participativa, desde ahora en adelante IAP, como metodología para

indagar sobre el tema propuesto.

La IAP no sólo busca resolver problemas, sino transformar la mentalidad y las prácticas comunitarias mediante un proceso de concienciación y empoderamiento (Essomba et al., 2023). Además, en lugar de seguir un modelo rígido, la IAP se adapta a las necesidades de los participantes y permite la apropiación del proceso por parte de la comunidad. Del mismo modo, a través de ciclos de activación, vínculo y transformación, la IAP fomenta la generación de estructuras comunitarias más sólidas y resilientes. Y, a su vez, permite que el investigador se convierta en un recurso técnico al servicio de la comunidad, participando activamente y evitando relaciones de poder asimétricas.

Por su parte, Sirvent (2012) fundamenta la IAP desde una perspectiva pedagógica, desde la Educación popular. Sostiene que esta metodología es esencial para fortalecer la capacidad de organización y participación de sectores populares en su vida cotidiana. La misma refiere que, ésta no sólo genera conocimiento, sino que también contribuye a la transformación social. Es decir, a partir de la misma se puede construir de manera colectiva el conocimiento, lo que permite que los participantes dejen de ser objetos de estudio para convertirse en sujetos activos del proceso investigativo. A su vez, la IAP no se limita a analizar problemas, sino que busca generar cambios efectivos en la comunidad.

Otras de las aportaciones de esta autora es la relación que establecen entre la IAP y la Pedagogía Crítica. Refieren que esta metodología es un acto educativo en sí mismo porque implica un aprendizaje constante, donde los participantes desarrollan habilidades de análisis y reflexión sobre su propia realidad (Sirvent, 2012).

Asimismo, Guy et al. (2020) sostienen que la acción en la IAP constituye un proceso complejo y dinámico, profundamente condicionado por el contexto y la comunidad involucrada. Si bien esta metodología es ampliamente reconocida por su enfoque participativo y transformador, los autores advierten que no siempre es sencillo definir ni ejecutar acciones concretas que generen cambios medibles. En este sentido, subrayan que la transformación no necesariamente se manifiesta de forma inmediata o visible, ya que puede desarrollarse en distintos niveles: el individual, cuando hay un cambio en las perspectivas y conocimientos de los participantes; el comunitario, a través de la creación de redes de apoyo y el fortalecimiento del tejido social; y el estructural, cuando se logran incidir en políticas públicas o en el funcionamiento de las instituciones.

Esta concepción dinámica de la acción refuerza la idea de que la IAP no debe

entenderse como una metodología cerrada, sino como una herramienta en constante adaptación. En esta línea, Essomba et al. (2023) destacan que la IAP se ha consolidado como una metodología sociocrítica que permite diagnosticar, reflexionar y transformar las realidades sociales mediante la participación activa de la comunidad. Sin embargo, también señalan que los profundos cambios en el entorno social —como la fragmentación, la polarización, la hiperconectividad, la urbanización y el aumento de las desigualdades—, así como las transformaciones en la producción y circulación del conocimiento, requieren una reformulación metodológica. Ante esta complejidad, proponen avanzar hacia una Investigación-Acción Comunitaria (IAC), un enfoque más flexible y contextualizado, capaz de dar respuesta a los desafíos contemporáneos desde una lógica colaborativa y adaptativa.

## 2.4. Objetivos del proyecto de IAP propuesto

Tal como se mencionó anteriormente, nuestro principal interés es investigar sobre el papel del comercio local y de proximidad como agente de provisión de cuidados y como promotor de redes comunitarias de apoyo hacia las personas mayores en el barrio del Agra del Orzán.

En esa línea, nos interesa conocer el rol e importancia que tiene el comercio local como espacio de apoyo social para personas mayores.

Por ello, los objetivos específicos serían:

1. Explorar las necesidades específicas de las personas mayores con respecto al comercio local.
2. Explorar el rol del comercio local en la provisión de cuidados de las personas mayores.
3. Identificar comercios que realizan labores de cuidados y/o apoyo informal.
4. Diseñar estrategias de forma colectiva para fomentar el comercio local como agentes de cuidados.

## 2.5 .Agentes sociales implicados y nivel de participación

La comunidad directamente implicada en esta investigación está conformada por dos colectivos principales: por un lado, las personas mayores del barrio de Agra de Orzán, quienes son el foco del estudio como destinatarias de cuidados formales e informales; y por

otro, los comercios locales y de proximidad, que actúan como agentes potenciales en la provisión cotidiana de apoyo y acompañamiento informal. Estos actores sostienen vínculos sociales significativos y forman parte del entramado relacional que caracteriza al barrio, configurando un ecosistema comunitario de cuidado.

De manera complementaria, se considera relevante la participación de otros actores del territorio que intervienen directa o indirectamente en la promoción de la cohesión social y el bienestar comunitario, tales como asociaciones vecinales, centros cívicos, servicios sociales, personal sanitario, y organizaciones no gubernamentales que trabajen con personas mayores o con el pequeño comercio.

En coherencia con los principios de la Investigación Acción Participativa (IAP), la comisión de seguimiento (CS) debería configurarse como un espacio representativo, plural y horizontal, integrado por:

- ➢ Personas mayores residentes del barrio, especialmente aquellas con vínculos frecuentes con el comercio local.
- ➢ Propietarios/as y trabajadores/as de comercios de proximidad con distintas trayectorias (alimentación, farmacia, ferretería, hostelería, etc.).
- ➢ Representantes de asociaciones vecinales y comunitarias.
- ➢ Técnicos/as de servicios sociales y/o de centros de atención primaria del área.
- ➢ Investigadores/as y facilitadores/as del proceso metodológico.

Tal como señalan Fals Borda (1987) y Freire (1970), es imprescindible que la participación no se reduzca a una consulta esporádica, sino que se configure como una praxis dialógica, en la que los actores implicados se reconozcan como sujetos activos en la producción de conocimiento y en la transformación de su realidad.

En cuanto a la participación esperada de la CS, se proyecta a lo largo de todo el proceso investigativo. No obstante, se reconoce que podrían existir limitaciones prácticas como la disponibilidad de tiempo, la accesibilidad digital o las responsabilidades laborales que condicionan la implicación de algunos actores. Aun así, se buscará fomentar una participación significativa y sostenida, en las siguientes fases:

- ➢ Diseño inicial de la investigación: aportando perspectivas para la formulación de

preguntas y selección de técnicas adecuadas.

- ➢ Trabajo de campo y recogida de información: colaborando en la identificación de actores clave, interpretación de dinámicas comunitarias y validación de instrumentos.
- ➢ Análisis y reflexión colectiva: participando en espacios de devolución parcial para contrastar hallazgos y enriquecer la comprensión del fenómeno.
- ➢ Construcción de propuestas: co-diseñando estrategias orientadas a fortalecer el rol del comercio local como agente de cuidado comunitario.
- ➢ Evaluación y seguimiento: reflexionando de manera conjunta sobre los aprendizajes, los impactos del proceso y la posibilidad de sostenibilidad en el tiempo.

Desde esta perspectiva, la CS no solo cumple una función operativa, sino que actúa como núcleo pedagógico y político del proceso de IAP, promoviendo el diálogo de saberes, la construcción colectiva y el empoderamiento comunitario (Hall, 1992; Brandão, 2005).

En este caso, el grupo motor o GIAP en esta IAP está conformado por un grupo de profesionales, estudiantes e investigadoras interdisciplinares. Su participación será activa en todas las fases del proceso, incluyendo el diseño metodológico, la aplicación de las técnicas, el análisis de las informaciones obtenidas durante el proceso y la interlocución con los actores clave del territorio.

Grupo motor/GIAP[4]:

1. **Gema Benito:** Graduada en Estudios Internacionales y Ciencias Políticas por la Universidad Carlos III de Madrid, con formación específica en análisis de políticas públicas y gestión de proyectos europeos.

2. **Penelope Maria**: Licenciada en Economía, de origen dominicano, y estudiante de la Maestría en Políticas Sociales e Intervención Sociocomunitaria en la Universidad de A Coruña. Su trayectoria profesional se ha desarrollado en el ámbito de la protección social, con un enfoque en la medición de pobreza y otras vulnerabilidades, para la identificación y caracterización de hogares en situación de vulnerabilidad para garantizar su acceso a programas de apoyo social efectivos.

3. **Irati**: Graduada en Trabajo Social y Educación Social por la Universidad del País

[4] Ver Anexo I para mayor información sobre la formación de las integrantes del grupo motor.

Vasco, pero involucrada en lo social desde que tengo uso de razón. Durante mis prácticas y empleos he trabajado en diversos entornos sociales.

4. **Alba**: Graduada en Trabajo Social por la Universidad Complutense de Madrid, con formación específica en migraciones y género y gestión de proyectos sociales, europeos y de cooperación internacional.

5. **Cristina**: Tengo una formación académica multidisciplinaria que combina tecnología y políticas públicas. Me gradué en Informática Económica en la Academia de Estudios Económicos de Bucharest (ASE), y actualmente curso el Máster en Seguridad y Tecnología en la Escuela Nacional de Estudios Políticos y Administrativos (SNSPA), dentro del Departamento de Relaciones Internacionales e Integración Europea.

6. **Beatriz:** Chilena, Licenciada en Sociología en la Universidad de Chile, realicé el Máster de Métodos de Investigación e Innovación en el Análisis Social de la Universidad de la Coruña, actualmente me encuentro cursando el Máster en Políticas Sociales e Intervención Comunitaria en la misma Universidad.

## 2.6. Planificación de las fases del proceso de IAP y técnicas a aplicar

### 2.6.1. Justificación de las técnicas utilizadas

Con el fin de llevar a cabo los objetivos planteados en esta investigación, se han utilizado diversas técnicas. Entre ellas, se encuentra la entrevista semiestructurada, la cual permite explorar en profundidad las percepciones, experiencias y significados atribuidos por las personas mayores y comerciantes sobre el comercio local. Su flexibilidad facilita el abordaje de temas sensibles o complejos desde la experiencia vivida (Díaz-Bravo et al., 2013). Esta técnica es especialmente adecuada para los objetivos 1 y 2, ya que posibilita el análisis de necesidades, vínculos afectivos y formas de apoyo informal.

A su vez, se ha realizado una observación participante, la que ofrece una comprensión directa de las prácticas cotidianas en su contexto natural, permitiendo al investigador captar dinámicas implícitas que no siempre emergen en el discurso verbal. Flick (2018) subraya que esta técnica posibilita descubrir cómo operan las prácticas sociales en la vida real, más allá de los relatos que se puedan ofrecer en entrevistas. Su inclusión para el objetivo 1 responde a la necesidad de contextualizar las relaciones entre personas mayores y comercios desde una

vivencia encarnada.

Además, se ha llevado a cabo una cartografía social, la cual es una herramienta participativa que potencia la implicación ciudadana al representar el territorio desde la mirada colectiva. Su utilidad en el objetivo 3 radica en la capacidad de mapear lugares de cuidado y redes de apoyo informal desde la experiencia de los actores sociales (Hernández, 2013). Esta técnica no solo visualiza espacios, sino también relaciones y afectos, claves para comprender la dimensión comunitaria del cuidado.

**Tabla 2**: Técnicas empleadas.

| **Objetivo** | **Técnica** |
|---|---|
| Explorar las necesidades específicas de las personas mayores con respecto al comercio local en el Agra | Entrevista semiestructurada<br>Observación participante |
| Explorar el rol del comercio local en la provisión de cuidados de las personas mayores. | Entrevista semiestructurada |
| Identificar comercios que realizan labores de cuidados y/o apoyo informal. | Cartografía social<br>Entrevista semiestructurada<br>Observación participante |
| Diseñar estrategias de forma colectiva para fomentar el comercio local como agentes de cuidados. | Entrevista Semiestructurada |

**Fuente:** Elaboración propia (2025).

### 2.6.2. Definición de las fases

1. **Fase de preparación y diseño**

En esta fase inicial, el grupo de trabajo se conforma y define la temática de investigación, en este caso, “el papel del comercio local en los cuidados comunitarios dirigidos a personas mayores en el barrio de Agra del Orzán”. Tras ello, se formulan los

objetivos del proyecto, se identifican los agentes sociales implicados y se diseña la planificación metodológica, seleccionando técnicas cualitativas. También se establece un cronograma de actividades y responsabilidades que tiene cada participante del equipo.

2. **Fase de recogida de información / vinculación con el territorio**

En esta segunda fase, el grupo se vincula con el contexto comunitario a través de la ejecución del trabajo de campo. Se realizan entrevistas a comerciantes, derivas por zonas clave del barrio y observaciones participantes en espacios cotidianos. La cartografía social se desarrolla junto a personas mayores, quienes identifican comercios significativos como espacios de cuidado, compartiendo experiencias y necesidades.

3. **Fase de análisis y elaboración de diagnóstico**

En tercer lugar, se organiza y analiza la información recabada mediante un proceso de categorización y codificación. Se triangulan las técnicas utilizadas para identificar patrones, divergencias y elementos clave relacionados con las funciones cuidadoras de los comercios, las necesidades explícitas e implícitas de las personas mayores y las tensiones que surgen en esta dinámica. El resultado es un diagnóstico participativo que sintetiza problemáticas y fortalezas detectadas en el territorio.

4. **Fase de diseño de propuesta para el PAI**

A partir de los hallazgos del diagnóstico, el grupo diseña una propuesta de taller participativo destinada a devolver los resultados a la comunidad y promover la construcción colectiva de propuestas de acción. Se definen los objetivos, perfiles participantes, dinámicas metodológicas, recursos necesarios y criterios de evaluación, asegurando la inclusión y el enfoque participativo.

5. **Puesta en marcha del taller participativo**

Si fuese posible, se llevaría a cabo el taller con la comunidad como espacio de diálogo y co-creación. Esta fase permite validar los resultados, incorporar nuevas voces y construir propuestas concretas para fortalecer el rol de los comercios como agentes de cuidado comunitario. Además, refuerza la dimensión transformadora de la IAP al conectar investigación, participación activa y acción situada.

### 2.7. Cronograma de las fases

**Tabla 3.** Cronograma.

| FASES | TAREAS | MIEMBRO ENCARGADO |
|---|---|---|
| **24 de febrero** | | |
| **Conformación del grupo de trabajo y selección de la temática** | Creación del grupo de Whatsapp para comunicación | Alba |
| | Entrega de la ficha de grupo | Alba |
| | Creación de la carpeta grupal del trabajo | Gema |
| | Subir documentos de interés para el grupo de trabajo | Todas las participantes |
| **28 de febrero** | | |
| **Reunión grupal para la organización del trabajo** | Creación de la reunión del grupo de Teams | Alba |
| | Participación en la reunión | Todas las participantes |
| **3 de marzo** | | |
| **Tutoría inicial** | Enviar mensaje de solicitud de tutoría a Laura | Irati |
| | Acudir a la reunión de Teams | Penélope<br>Beatriz<br>Irati |
| | Ver la reunión en diferido | Alba<br>Gema |
| **11 de marzo** | | |
| **Primer informe de progreso**<br>Borrador de la propuesta de IAP (apartado 1) | Preocupación temática inicial | Penélope |
| | Experiencia individual motivadora | Todas las participantes |
| | Conceptualización y problematización del tema | Gema |
| | Justificación de la IAP | Irati |

| | | |
|---|---|---|
| | Objetivos de la IAP | Alba |
| | Agentes sociales implicados y nivel de participación | Todas las participantes |
| | Diseño de la portada, adecentar documento y subirlo a la carpeta compartida | Gema |
| **12 de marzo** | | |
| **Trabajar cartografía** | Asistir al aula | Penélope<br>Beatriz<br>Cristina |
| | Diseño de cartografía social | Beatriz<br>Penelope |
| **18 de marzo** | | |
| **Visita al barrio de Agra** | Ejercicio primera deriva cartografía social.<br>Actividad Cartografía Corporal | Alba<br>Penélope<br>Beatriz<br>Cristina |
| **23 de marzo** | | |
| **Corrección del primer informe de progreso** | Subir documento para su corrección | Alba |
| **26 de marzo** | | |
| **Presentación de la cartografía en clase** | | Beatriz<br>Penelope |
| **4 de abril** | | |
| **Guión de la entrevista** | | Alba<br>Penélope<br>Beatriz |
| **Consentimiento informado adaptado** | Modificarlo en base a nuestro trabajo | Irati |
| **Entre el 27 de marzo y el 18 de abril** | | |
| **Tutoría de seguimiento obligatoria** | | Irati<br>Penélope<br>Beatriz |

| | | |
|---|---|---|
| | | Alba |
| **30 de abril** | | |
| **Segundo informe de progreso**<br>Borrador del diagnóstico inicial (apartado 2) | Modificación en base a la devolución hecha por la profesora | Todas las participantes |
| | Observación | Beatriz, Cristina |
| | Entrevistas | Penélope, Irati, Alba, Gema |
| | Cartografía social | Beatriz, Penélope |
| **9 de mayo** | | |
| **Tercer informe de progreso**<br>Borrador de la devolución creativa y diseño del PAI (apartado 3) | Modificación en base a la devolución hecha por la profesora | Todas las participantes |
| | Diseño del Plan de Acción Integral (PAI) | |
| **5 de junio** | | |
| **Entrega del trabajo final para evaluación** | Modificación en base a la devolución hecha por la profesora | Todas las participantes |

**Fuente:** Elaboración propia (2025).

## 3. Informe diagnóstico inicial

Para alcanzar los objetivos de esta Investigación-Acción Participativa (IAP) y entrar en el vínculo con el barrio de Agra del Orzán, se emplearon tres técnicas: entrevistas semiestructuradas, cartografía social y observación participante. Las entrevistas semiestructuradas, que se aplicaron a las personas comerciantes, permitieron profundizar en los argumentos y experiencias y propuestas de las personas propietarias o socias de los comercios implicados. La cartografía social facilitó la inclusión activa de la voz de las personas adultas mayores, integrando sus percepciones y vivencias en relación con el comercio local y cómo se sienten cuidadas, e integrar sus sugerencias y necesidades expresas. Finalmente, se aplicó la observación participante, que nos permitió identificar elementos contextuales relevantes para el análisis y la interpretación de los resultados, este componente aportó un contraste enriquecedor tanto desde la experiencia observadora del grupo GIAP como desde la perspectiva de los comercios participantes.

En todo momento, está fase de diagnóstico se desarrolló en conformidad con los principios éticos, donde se garantizó el respeto, la dignidad y el bienestar de todas las personas involucradas, y se aseguró que la participación fuera libre, informada y voluntaria.

Así mismo, se garantizó en todo momento la confidencialidad en el tratamiento de los datos, conforme a los estándares éticos y normativas vigentes en materia de protección de datos. Estos mismos principios éticos fueron aplicados en las interacciones con las personas participantes durante la actividad de cartografía social y en el desarrollo de este informe diagnóstico y final.

### 3.1 Entrevistas semiestructuradas

Las entrevistas semiestructuradas se plantean como medida para explorar las voces desde los comercios y poder conocer en profundidad sus experiencias y perspectivas sobre nuestros objetivos de investigación. Se plantearon 5 bloques de preguntas: 1. preguntas de apertura, 2. el rol de los comercios en los cuidados en general, 3. las demandas y necesidades detectadas de las personas mayores, 4. las respuestas de los comercios ante estas demandas y 5. estrategias de fomento del rol de cuidados de los comercios (véase anexo III).

Para la elección de las entrevistas se realizó la categorización de los perfiles (véase anexo III) en base a tres variables *tipo de comercio* (salud / hostelería / alimentación /

cultura-ocio), *antigüedad* (nuevo -menos de tres años- o viejo -más de tres años-) y *origen* (migrante o autóctono). En total se hicieron 4 entrevistas cuyos perfiles se pueden observar en la siguiente tabla:

**Tabla 4.** Entrevistas realizadas.

| **Variables** | **E_1** | **E_2** | **E_3** | **E_4** |
|---|---|---|---|---|
| **Tipo de comercio** | Alimentación | Alimentación | Salud | Cultura/Ocio |
| **Origen** | Migrante | Migrante/Autóctono | Autóctono | Autóctono |
| **Antigüedad** | Viejo (9 años) | Nuevo (1 año y medio) | Viejo (10 años) | Nuevo ( 1 año y medio aprox.) |

**Fuente:** Elaboración propia (2025).

Para concertar las entrevistas se realizó un acercamiento previo donde se les informó sobre los objetivos del proyecto y se les solicitó su colaboración voluntaria en el proceso. Aquellas personas propietarias o socias que aceptaron participar facilitaron la programación de las citas para la realización de las entrevistas. En el momento de la entrevista, se les entregó un documento informativo con los objetivos y condiciones del proyecto, y se les solicitó la firma del consentimiento informado correspondiente (véase anexo II).

Cabe destacar, que no fue posible concertar una entrevista con comercios dedicados a la hostelería. En la mayoría de estos establecimientos quienes nos atendieron eran trabajadores que no podían parar para atendernos, y en los casos que pudimos hablar con los dueños se negaron a participar porque lo consideraban una pérdida de tiempo. Es por ello que, para analizar la hostelería se utilizaron el resto de técnicas.

## 3.2 Cartografía social y observación participante

En el caso de la cartografía, nuestra meta ha sido crear colectivamente un mapa de cuidados del barrio, en los que aparezcan los comercios que las personas mayores identificaron como espacios de cuidado y las experiencias de estas personas con relación al comercio local del barrio en términos de cuidados.

A la hora de diseñar la cartografía se creó una leyenda (véase anexo III) que diferencia el tipo de comercio y la existencia de apoyo social y su nivel de accesibilidad, además, contiene una

serie de preguntas disparadoras de base para entablar la conversación con las personas.

Se realizaron varias derivas por la zona más comercial y transitada del barrio, es decir, la calle Barcelona, la plaza de las Conchiñas y calles colindantes como las calles Páramo y Entrepeñas. Estas se realizaron combinando diferentes días de la semana y horarios para poder observar diferentes escenarios. En total pudimos hablar con 16 personas y 2 familias de diferentes perfiles:

**Tabla 5.** Perfiles derivas

| **Perfil** | **Deriva** | **Sexo** | **Grupo de edad** | **Otras características** |
|---|---|---|---|---|
| 1 (familia 1) | 1 | mujer | mayor (75 años) | movilidad reducida, venezolana (abuela) |
| 2 (familia 1) | 1 | mujer | adulto | venezolana (hija) |
| 3 (familia 1) | 1 | mujer | joven | venezolana (nieta) |
| 4 | 1 | hombre | adulto | peruano, dueño de comercio local |
| 5 | 1 | mujer | mayor | amigas con perfil 6 |
| 6 | 1 | mujer | mayor | |
| 7 | 1 | mujer | adulta | dueña de farmacia local |
| 8 | 1 | mujer | mayor | cubana |
| 9 | 1 | hombre | adulto | regenta comercio local de productos extranjeros |
| 10 | 2 | hombre | mayor (83 años) | |
| 11 | 2 | mujer | mayor | movilidad reducida |
| 12 (familia 2) | 2 | mujer | mayor | madre |
| 13 (familia 2) | 2 | mujer | adulta | hija |
| 14 | 2 | hombre | adulto | regenta un comercio intercultural /servicios |
| 15 | 2 | hombre | mayor | dueño de comercio local |
| 16 | 2 | mujer | adulta | trabajadora de comercio local |

**Fuente:** Elaboración propia (2025).

Para llevar a cabo este mapa también utilizamos la observación participante. Esta técnica nos permitió crear un primer contacto con el barrio y los comercios que encontramos en él. Además, nos permitió analizar los lugares y espacios que nos señalaban en las derivas, haciendo especial hincapié en la accesibilidad estructural tanto para el acceso al interior como dentro de los establecimientos ubicados específicamente en la calle Barcelona.

Además, se observó especialmente los comercios de tipo hostelería, ya que, no pudimos realizar ninguna entrevista. En este caso se observó el uso que hacen de ellos las personas mayores y el trato que reciben.

Por último, cabe destacar que las entrevistas fueron realizadas por varias integrantes y algunas de ellas se realizaron con el comercio abierto, lo que permitió observar el funcionamiento normal de estos, las personas que se acercaban y el trato que recibían, así como las diferentes impresiones y emociones de las personas entrevistadas.

## 3.3 Proceso de categorización y codificación

Para llevar a cabo el proceso de categorización y codificación, previamente preparamos los datos recabados; de esa manera, además de asignarle un nombre a cada entrevista (E_1, E_2,...E_4), se le agregó número de líneas a las transcripciones. También se identificó el perfil y número de deriva para el posterior análisis de los relatos recogidos durante estas, como por ejemplo: P1D1 (Perfil 1 - Deriva 1) o F1D1 (Familia 1 - Deriva 1).

En cuanto a la categorización, inicialmente seguimos un modelo más bien deductivo porque construimos nuestro esquema de categorías en base a los objetivos que nos planteamos y los temas que se relacionaban con estos objetivos, los cuales estuvieron estrechamente relacionados con la bibliografía que revisamos.

## 3.4. Análisis de las técnicas empleadas

A través de los relatos de las personas entrevistadas y junto a la información recabada a través de la cartografía social y la observación participante, hemos encontrado elementos de coincidencia y divergencia que mostramos a continuación en cuatro (4) bloques: 1. Percepción y valoración del rol de cuidados del comercio local, 2. Funciones de cuidado que desempeñan los comercios locales y sus efectos en las personas mayores y en el propio comercio, 3. Demandas explícitas y necesidades detectadas de las personas mayores y, 4. Estrategias para fomentar el rol de cuidados del comercio.

### 3.4.1. Percepción y valoración del rol de cuidador del comercio local

El grado de conciencia y valoración sobre el papel de cuidados que tienen el comercio local del barrio de Agra varía según el perfil de comercio y de la sensibilidad personal de la persona entrevistada y las abordadas en las distintas derivas, pero sí que se encuentra presente.

En el caso de las entrevistas, mientras algunas personas comerciantes lo asumen como parte esencial de su identidad, su proyecto social y su modelo de negocio, otros reconocen que surge de manera espontánea y que es, en cierta forma, inevitable. Y esto lo vemos en sus relatos.

*El rol (de cuidados) lo estamos desempeñando, pero lo vamos a desempeñar de todas las maneras: con la gente mayor, con la gente jovencita, con los niños que vienen.*

*(E_3, líneas 263-265)*

En otros casos, se expresa complementariamente como forma de fidelización de la clientela.

*La clave del negocio ha sido dar un buen servicio y trato a la gente [...] el cliente va donde se siente bien, el calor que entregan los distintos comercios es muy diferente.*
*(E_2, líneas 19-20, 26-27)*

Y dependiendo del tipo de negocio entrevistado, también se entienden como parte intrínseca del negocio.

*Porque muchas veces hay que tener en cuenta que el farmacéutico es el personal sanitario más accesible que hay a pie de calle. Porque para ir al médico necesitas una cita médica. En la farmacia entras y preguntas, mira que tengo en la mano. (E_3, líneas 96-98)*

Otros negocios, cuentan que tienen como objetivo principal fortalecer el vínculo comunitario mediante proyectos sociales o culturales, buscando aportar bienestar al barrio.

*En toda esta especie de mosaico de piezas algo se inserta para suplir esa ausencia de un espacio que no existía a nivel del entramado barrio-local [...] Entonces, la idea era un poco descentralizar el centro, que la periferia sea el centro. Esa era un poco la apuesta y el juego. (E_4, líneas 40, 41, 44,45)*

No obstante, algunos relatos sugieren que no son conscientes de este rol como

comercio, sino que asumen este rol en clave de vecindad y reconocimiento mutuo.

> *Si veo a alguien que necesita ayuda y yo puedo ayudar, yo lo ayudaré. Sin ningún problema.*
> *(E_1, línea 161-162)*

En este caso, los cuidados se entienden como apoyo mutuo basado en la empatía presente entre los negocios entrevistados. Sin embargo, los comerciantes coinciden en que, aunque son conscientes del impacto positivo que pueden generar, su objetivo principal sigue siendo la rentabilidad.

> *Clarísimamente, quien pone un negocio, lo que está buscando es ganar dinero porque todos tenemos que comer [...] Si un negocio es un negocio, y yo también te mentiría si te digo que aquí estoy para hacerle bien a las señoras mayores simplemente por altruismo.*
> *(E_3, líneas 241-242, 247-249)*

No obstante, se reconoce cómo la cercanía a las personas les genera un compromiso personal, especialmente hacia los clientes mayores, que va más allá del interés comercial.

> *Esto es un negocio y se cobran muchos servicios... Pero a medida que van pasando los años me voy dando cuenta de sus carencias y de que necesitan un poquito más de ayuda, y me quiero implicar a nivel personal.*
> *(E_3, líneas 250-253)*

En cuanto a las intervenciones de las personas entrevistadas en las derivas, la mayoría son valoraciones respecto al servicio que entregan los comercios y cómo se sienten cuidadas por estos. En esa misma línea, se direccionó una de las opiniones de una mujer mayor que destacó el trato de los empleados de de un supermercado:

> *Los empleados de este supermercado son lo número uno en amabilidad, son muy buenos con todo el mundo en general, pero conmigo tiene un trato especial*
> *(P1D2)*

Si bien este supermercado no responde a la definición de un comercio únicamente local, en nuestro trabajo de observación participante, sí identificamos que en las opiniones recogidas en las derivas, y en las entrevistas a los comercios, predomina una buena valoración del trato en general.

Por último, señalar que según los relatos obtenidos, los comercios que son

identificados como cuidadores, son aquellos que entregan un servicio amable y proactivo hacia las personas, como los argumentos esgrimidos por la *Familia 1* que nos mencionaron algunos comercios en los que compraban por su trato humano con ellas.

### 3.4.2. Funciones de cuidado que desempeñan los comercios locales y sus efectos en las personas mayores y en el propio comercio

En todos los comercios entrevistados, los relatos de las personas en las derivas, así como en nuestro trabajo de observación, las funciones desempeñadas por los comercios locales trascienden las actividades comerciales explícitas, e incorporan el componente de cuidados. Nos cuentan tareas que refieren al acompañamiento o ayuda cotidiano y emocional, asistencia práctica o la simple escucha y presencia, que se articulan claramente desde una lógica de proximidad, empatía y compromiso cotidiano con la comunidad, particularmente con las personas mayores. También lo vemos en los diferentes relatos.

Por ejemplo, en la farmacia, además de dispensar medicamentos, se brinda consejo sanitario, ayuda en la comprensión de trámites o en el uso de tecnologías, y en ocasiones se entrega medicación a domicilio como favor personal.

> *Vienen a pedir desde una cita médica hasta entender una carta del banco [...] incluso una vez una persona nos trajo una cartilla del banco para saber cuánto dinero tenía en pesetas.*
> *(E_3, líneas 103-105)*
>
> *Ese rol lo vamos a desempeñar, pero con todas las personas, incluso a nivel personal, interaccionamos y tenemos unas repercusiones en su personalidad o en sus necesidades.*
> *(E_3, líneas 268-270)*

En estos comercios, también se responde directamente a necesidades cotidianas prácticas del colectivo mayor, convirtiéndose en un espacio informal de ayuda mutua.

> *A veces tienes que ayudar a bajar una silla de ruedas y voy a cerrar la tienda para ayudarle a bajar la silla. [... ] (E_1, líneas 184-188)*

> *Si yo no puedo hacerlo voy a mandar a algún cliente que son conocidos y digo: "Por favor, atiende tú a esta señora que yo estoy ocupado".*
> *(E_1, líneas 228-230)*

Algunos de los relatos muestran cómo algunas personas comerciantes asumen un rol

de cuidado hacia las personas mayores desde prácticas espontáneas, que nacen de la cercanía vecinal más que de estrategias comerciales planificadas.

> *Si viene un mayor que necesita una copia podemos hacerle una copia sin cobrarle ni nada, eso no pasa nada, o cosas de papeleo. A veces viene un mayor que no entiende el móvil y quiere hacer una recarga, y tienen problema con el móvil que es de pago o no olvidó la contraseña o lo que sea. (E_1, línea 128-131)*

En otro de los comercios, en la librería, aunque no se prestan asistencia directa en términos de cuidado, cumplen funciones simbólicas de cuidado mediante la creación de espacios de participación comunitaria y expresión como los "Círculos Cotidianos", que fomentan la socialización y el debate vecinal.

> *las personas mayores no son el gran fuerte[...] el público usuario, en un punto[...] está como más centrado como en esa comunidad[...] hay actividades fijas[...] Círculos Cotidianos, que son unas rondas de conversación entre vecinos y vecinas del barrio (E_4, líneas 64,65,73,74, 147, 149, 150)*

Estas acciones, aunque informales, cumplen una función social importante y refuerzan el papel de ciertos comercios como espacios de apoyo cotidiano en el barrio. Pero el acercamiento de la persona mayor es diferente en algunas ocasiones dependiendo de la antigüedad del comercio.

Cuando el comercio es nuevo y desconocido para ellos, muchos adultos mayores se muestran en un principio asustados o inseguros, pero con el trato adecuado, logran entrar en confianza.

> *Los mayores vienen y se paran a mirar y cuando yo les pregunto qué desean ellos se asustan y yo les insisto preguntando qué desean, les acerco los productos, y ellos entran en confianza. (E_2, líneas 48-50)*

Durante las derivas, y en el ejercicio de observación participante, se notaron ejemplos de cuidados concretos prácticos: como ayuda para cargar bolsas, asistencia en la entrada a lugares sin rampas, o atención detallada y respetuosa. Por ejemplo, en una de las tiendas de alimentación, se ayuda a guardar la compra, se entrega el cambio con cuidado o se explica con detalle cada producto.

También, aunque algunas personas mayores señalaron dificultades de accesibilidad

física en los comercios, destacaron la existencia de establecimientos que compensan estas limitaciones ofreciendo un trato personalizado. Este tipo de apoyo, como facilitar el ingreso o acercar los productos (como lo expresó una mujer mayor con movilidad reducida (F1D1)), cumple una función inclusiva que mejora la experiencia de compra y refuerza un acompañamiento en favor de la autonomía de las personas mayores.

También mientras observábamos por la calle Barcelona, en una de las fruterías, notamos una relación próxima, con bromas y trato amistoso entre trabajadoras y clientela mayor. Y los cafés más frecuentados por personas mayores eran aquellos con buena accesibilidad, mesas al sol y trato cercano.

Desde la perspectiva de las personas mayores, estas funciones ejercidas desde la cercanía generan espacios de confianza, afecto y pertenencia al barrio. Como señala uno de los comercios entrevistado:

*Mucha cosa es desplazarse hacia el centro o ir a comprar algo o demás. Les cuesta más por movilidad personal. En cambio que sucedan esas cosas y salgo a un comercio, me encuentro con uno, socializo, encuentro, converso [...]. Creo que eso genera un tejido invisible que cuando no está, ahí decís bueno, ¿qué pasó con esto?*

*(E_4, líneas 418-422)*

Y ese tejido invisible sugiere un valor simbólico y afectivo del comercio como espacio protector y humano. Porque un trato afectuoso puede cambiar el ánimo de una persona mayor, puede fortalecer vínculos y fomentar la fidelidad; y esa confianza mutua genera dinámicas de reconocimiento:

*Claro, claro, llevo aquí ocho años y yo conozco a los vecinos y a veces también me traen una sopa o un caldo caliente jajaj entran a saludarme, "hola qué tal? ¿Cómo va la venta?" tal tal tal", pero bueno, bien, buen rollo…*

*(E_1, líneas 234-236)*

Este reconocimiento también permite una mayor flexibilidad hacia las necesidades particulares de este grupo. Por ejemplo:

*Pero sí es verdad que hay alguna persona que vemos que no tiene movilidad, que no tiene posibilidad para venir hasta aquí. Y nos acercamos a esta casa.*

*(E_3, líneas 130-132)*

*Si veo que está contando sus moneditas y no le va a alcanzar... yo le digo que se lo lleve igual.*
*(E_2, líneas 29-31)*

No obstante, esta flexibilidad también encuentra límites. Por ejemplo, en la farmacia, por razones legales y de seguridad, no se acepta ayudar en algunos casos específicos, si no se conoce a la persona (este caso es entendible):

*Si yo hubiese sabido qué persona me está llamando [...]pues sí [...] pero que alguien que no conozco me llame y me pida un servicio que no damos y además me quiera pagar por Bizum, eso no lo hemos aceptado. (E_3, líneas 210, 212 - 214)*

En ocasiones, nos cuentan, que se intenta fomentar la autonomía enseñando a los mayores a gestionar trámites, aunque esto no siempre es posible e impone un efecto a veces negativo en las personas mayores.

*entonces cuando ellos me vienen a pedir que les pida una cita, yo les digo no, yo no te la pido, te voy a enseñar a hacerlo para que la próxima vez lo hagas tú [...]La gente ya muy mayor ya no tiene esa capacidad de aprendizaje, entonces a lo mejor les estás poniendo en una especie de compromiso, en una especie de situación de nerviosismo. (E_3, líneas 179-181, 185-187)*

Con un enfoque del deber ser por parte de ellos, los propios comerciantes reconocen que el rol de cuidado no debería recaer exclusivamente en ellos.

*No somos nosotros quienes tenemos que velar porque los mayores estén bien. [...] eso sería el gobierno, será la Junta... nosotros tenemos otro rol que es explicar la medicación, dispensarla y velar por la salud, pero no por la soledad. (E_3, líneas 272-273, 275, 277-279)*

Desde la perspectiva de los comercios, el ejercicio de estas funciones implica una carga adicional. En algunos de los comercios, se reconoce que integrar los cuidados en la rutina diaria puede resultar difícil:

*No es fácil integrarlo porque tenemos un trabajo que requiere concentración. [...] Hay veces que todo eso es difícil de integrar porque no somos una farmacia muy grande ni tenemos personal como para poder cubrir esas cosas.*
*(E_3, líneas 167,168, 173-176)*

*Si en algún momento estás intentando concentrarte en una persona y te llega otro y te dice !mira, cuando puedas me miras el móvil!, pues te quedas un poco, vale, perdona, espera un momento, luego te ayudo.pero sí que hay veces que todo eso es difícil de integrar.*
*(E_3, líneas 171-174)*

*A veces tienes que ayudar a bajar una silla de ruedas[...] y voy a cerrar la tienda para ayudarle a bajar la silla [...].*
*(E_1, líneas 186, 188)*

Sin embargo, otros comercios, interpretan el cuidado para ellos como una inversión a largo plazo que genera fidelización y buena reputación a nivel de la clientela.

*Le vendí papas a una señora, la ayudé a guardarlas y ella le contó a una vecina que también vino. Después vino su hija y me dijo: "mi mamá me mandó a comprar aquí porque usted entrega un muy buen trato".*
*(E_2, líneas 51-54)*

En conjunto, los testimonios recogidos y las observaciones, muestran cómo el rol cuidador de los comercios se traduce en una doble dimensión de efectos: por un lado, genera beneficios emocionales, simbólicos y prácticos para las personas mayores; por otro, impacta en la dinámica interna y la sostenibilidad de los propios negocios, generando tensiones, pero también oportunidades de consolidación comunitaria y reconocimiento social. Y estas funciones, si bien no forman parte del objetivo comercial central, se han vuelto indispensables para la vida cotidiana del barrio y el bienestar de sus habitantes mayores.

### 3.4.4. Necesidades y demandas que hacen directamente las personas mayores de forma explícita y aquellas detectadas por los comerciantes (implícitas)

En general, la necesidad más frecuente identificada en los relatos y de manera explícita por las personas entrevistadas, es la de un **mejor acompañamiento cotidiano**, que emerge como una necesidad transversal y persistente en todos los relatos. Nos cuentan que las personas mayores enfrentan situaciones de aislamiento y soledad que afectan tanto su bienestar emocional como su funcionalidad diaria.

*La mayoría andan solas y viven solas y hay cosas que ellos no pueden hacer.(E_1, 207–208)*

*Lo que yo veo en este barrio es que hay mucha soledad… Mucha gente viene sola… La soledad la veo mucho. (E_3, 134–136, 141)*

Y esta falta de compañía no solo incrementa su vulnerabilidad, sino que también condiciona su autonomía, por el hecho de requerir asistencia para gestiones básicas o decisiones cotidianas como nos cuentan las personas entrevistadas.*)*

*Necesitan más ayuda de las que tienen aquí… No pueden llevar la compra a casa, por ejemplo... no hacen pedidos… va a comprar sus cosas y carga con ellas. (E_3, 151–152; 291–295)*

También, los relatos sugieren una falta de **redes de apoyo emocional y funcional**. Es decir, la falta de vínculos afectivos sólidos y redes de apoyo funcional llegan a configurar un contexto de desprotección emocional. Y estos nos cuentan, que las personas mayores buscan atención, reconocimiento y afecto en sus interacciones cotidianas, muchas veces encontrando respuesta en los comercios locales. Los relatos nos sugieren implícitamente que la necesidad de "ser vistos" se entrelaza con su necesidad de cuidados y compañía, y revela una carencia en sus entornos familiares o sociales.

*Los adultos mayores vienen en busca de mucho cariño… ellos necesitan cariño… necesitan atención… Siempre buscan cariño porque hay gente que no quiere atender a los viejitos. (E_2, 41–43, 45, 72)*

De manera explícita en dos de los relatos, se hace mucho énfasis en el **apoyo con el uso de tecnologías básicas** como una necesidad y demanda muy frecuente de las personas mayores. Sugieren que existe brecha digital que limita de manera importante la autonomía de las personas mayores y su bienestar emocional por la impotencia de no poder resolver temas básicos tecnológicos.

*Sí, con tecnología bastante… Sobre todo, arreglar los móviles… O entender mensajes. (E_3, 114, 107, 110–112)*

También destacan una necesidad de **mayor presencia de apoyo familiar**, esto está muy relacionado con el aspecto de la **soledad** que mencionamos. Sus relatos sugieren una disminución o ausencia del soporte familiar en estas personas en el día a día.

*Yo no sé si es un barrio en el que no hubo muchos hijos, en el que no hubo mucha confraternidad en familias, es decir, que luego los hijos no miran tanto por los padres, o que los hijos, a lo mejor cuando seamos mayores no llegamos a darnos cuenta de que nuestros padres ya necesitan nuestra ayuda. (E_3, 142–145)*

*Hay muchas veces en que somos conscientes de que hay personas que tienen hijos, por ejemplo, y les decimos: 'Mira, dile a tu hija que te ayude con esto, que es muy sencillito, que solo tiene que llamar al centro de salud, y ya está'. Pero la respuesta suele ser: 'Ay, no, mi hija tiene mucho trabajo'. (E_3, 145–148)*

También hacen referencia a la **necesidad de mejorar los aspectos relacionados con una accesibilidad urbana adecuada para las personas mayores**. Como sabemos, las condiciones físicas del entorno urbano suponen obstáculos importantes para este colectivo, sobre todo cuando enfrentan situaciones de movilidad reducida. Nos cuentan que hay muchas calles con pendientes muy pronunciadas, suelos resbaladizos, escaleras sin barandillas o aceras deterioradas que restringen su movilidad, y esto dificulta el acceso a ciertos servicios y fomenta el confinamiento de estas personas en el hogar.

*Tengo clientes que me han dicho que viven en Peruleiro, que es la calle que están arreglando ahora, que tiene una cuesta muy, muy grande… No son capaces de subir esa cuesta. (E_3, 297–300)*

*La calle Barcelona resbala, por ejemplo… tampoco es una cosa buena para la gente mayor. (E_3, 304–305)*

Esto es algo que también hemos observado durante el trabajo de campo, muchas calles en el barrio tienen pendientes muy pronunciadas, y en algunos casos resbalan. Es decir, más allá de la accesibilidad general, existe **una demanda específica de condiciones urbanas que permitan a las personas mayores movilizarse de forma independiente.** Las mismas estructuras en las entradas de los comercios, por ejemplo, como se puede observar en general el mapa compartido[5] y en una escala menor en la **imagen 1**, en nuestra segunda deriva registramos con color verde muy pocos sitios con rampa o pasamanos en la calle Barcelona, que suele concentrar gran parte del ocio del barrio. Asimismo, las integrantes de la familia 1, nos mencionaron que la mujer mayor no logra acceder a algunos comercios porque tiene

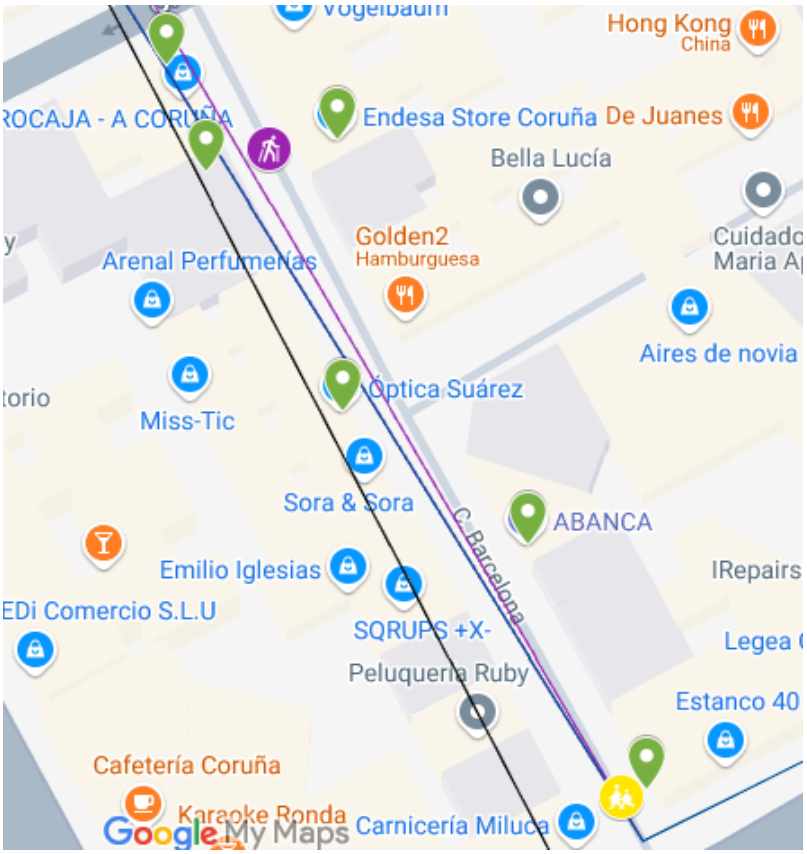
[5] Ver mapa compartido en el siguiente enlace https://www.google.com/maps/d/u/0/edit?mid=12IwO6faGHo9W5x88q8n_K2QwkPfuC68&ll=43.36196738422649%2C-8.420554298026683&z=17

movilidad reducida, por lo cual depende de ayuda de terceros y dijeron que es un problema que tienen muchos comercios. Esta situación se sustenta en los relatos de las entrevistas y también en la observación participante.

*Hay mayores que viven solos, entonces hay veces que les cuesta subir y bajar. (E_1, 190–191)*

*Hay alguna persona que no tiene movilidad, que no tiene posibles para venir hasta aquí… (E_3, 131–132)*

**Imagen 1.** *Comercios accesibles estructuralmente para personas con movilidad reducida*




**Fuente:** Elaboración propia a partir de registros de derivas en My Maps (2025).

También destacan la **necesidad de mayor presencia del rol comunitario de cuidado a nivel institucional formal**. Nos cuentan que los comercios y espacios comunitarios asumen, de forma no oficial, las tareas mencionadas de cuidado hacia las personas mayores. Pero, sin embargo, destacan que la asumen u ofrecen de manera voluntaria.

*Hay gente muy mayor que se está encargando de la medicación, que muchas veces se hacen un gran*

*embrollo con ella… y sin embargo no tienen un cuidador o alguien que les venga y se lo haga. (E_3, 137–140)*

Igualmente, y de manera directa, hay relatos que identifican como necesidad más espacios de cuidado institucionales para estas personas, que estén accesibles y cercanos a sus hogares o en un lugar no tan lejano. **Residencias dentro del propio barrio que les permita permanecer en un entorno conocido y emocionalmente significativo para estas personas ya en edad muy avanzada.** Nos cuentan que, el desarraigo que implica trasladarse a una residencia lejana interrumpe redes afectivas y rutinas, y genera malestar adicional y dificultades para el acompañamiento familiar o comunitario mencionado más arriba.

*Yo tengo familias de parejas que uno está muy mal, el otro tiene 89 años… pero no hay una residencia cerca… a lo mejor es la de Orense… que hay parejas que llevan 60 años juntas. (E_3, 339–342)*

Finalmente, destaca la necesidad de **mayores recursos económicos para tener las cosas básicas que estas personas necesitan** como alimentación, medicación o pequeñas gestiones. Lo que las lleva a solicitar ayuda directa en los comercios o en su entorno próximo. Como sabemos, esta precariedad económica intensifica la exclusión social, y no solo de las personas mayores.

*Algunas veces ayudamos a algunos mayores que tienen necesidades de cosas que no tienen… Te piden algo. 'Por favor, me puedes ayudar que necesito tomar un café, comprar leche que no tengo'. (E_1, 80–81; 85–86)*

*Mucha gente viene sola. Creo que tiene que ver con el poder adquisitivo… no tienen dinero para pagar a una persona que les ayude… (E_3, 136; 140–141)*

### 3.4.5. Estrategias para fomentar el rol cuidador del comercio

Desde el enfoque de la Investigación Acción Participativa (IAP), este bloque requiere la implicación de diversos actores del ámbito público, además del comercio local, el colectivo de personas mayores y el equipo investigador. A partir, principalmente, de las entrevistas semiestructuradas (y en menor medida también de las derivas y la observación participante), hemos podido aproximarnos a una serie de propuestas. Sin embargo, todas (a excepción de

una) apuntan más bien a cubrir necesidades detectadas en las personas mayores, así como a la demanda de una mayor implicación por parte de las instituciones públicas y no a fomentar el rol cuidador del comercio local.

La excepción mencionada a nivel de estrategia, es una sugerida desde una de las tiendas de alimentación: pensar en fomentar el rol cuidador en el comercio local a nivel general, a través de una estrategia de concientización especializada a los negocios:

> *Visitar a los negocios para que recapaciten en tratar bien a la gente y mayores, dándoles un buen trato y servicio (E_2, líneas 74-75).*

Esta recomendación apunta a la necesidad de sensibilizar el comercio en general, promover el buen trato a las personas mayores como una práctica común y generar un cambio cultural en el comercio del barrio.

Después, en conjunto, a partir de las entrevistas, la deriva en el barrio, y la observación participante, emergen las siguientes sugerencias a manera de estrategias:

- Uso del censo poblacional para identificar a personas mayores que viven solas, con el fin de ofrecer un acompañamiento más personalizado y establecer mecanismos de detección temprana de necesidades.
- Establecimiento de llamadas institucionales periódicas como mecanismo de seguimiento y contacto con personas mayores en situación de soledad.
- Incremento de plazas públicas en residencias y centros de día, priorizando su ubicación dentro o cerca del barrio.
- Mejoras en la accesibilidad urbana, incluyendo calles antideslizantes, barandillas en zonas con pendiente, rampas y transporte adaptado.
- Aumento del financiamiento público destinado a políticas de cuidado, infraestructura barrial y atención comunitaria.
- Fomento de redes comunitarias de apoyo, como grupos vecinales o colectivos de comerciantes organizados.
- Promoción de la autonomía de las personas mayores a través de capacitaciones en temas clave.
- Creación de actividades barriales de integración, encuentro y movilidades enfocadas específicamente en personas mayores.

A continuación, se presenta una tabla resumen que, a modo ilustrativo, sintetiza los resultados preliminares de las entrevistas en relación con las categorías analizadas, evaluándose de forma gradual

**Tabla 9.** Resumen de resultados preliminares en contraste con las categorías

| **Subcategoría** | **E_2** | **E_4** | **E_3** | **E_1** |
|---|---|---|---|---|
| **Conciencia del rol** | Alta: reconoce su papel como cuidador | Alta: el proyecto surge para fomentar el vínculo comunitario | Media-Alta: Por su rol sanitario | Media-Alta: Aporta cuidados desde la lógica de la vecindad |
| **Valoración del rol** | Positiva: el cuidado es clave para el negocio | Positiva: busca crear barrio y espacios de encuentro | Mixta: entiende que el rol de cuidador principal debe ser del Estado | Positiva: ayudar es parte de su identidad como organización cooperativa |
| **Funciones de cuidados** | Afectivos, trato cercano, escucha, ayuda económica, etc. | Relacionales, simbólicos y culturales | Consejo profesional, ayuda tecnológica, atención informal, etc. | Ayuda práctica y soporte vecinal |
| **Necesidades de las personas mayores** | Cariño y atención | Espacios de encuentro accesibles | Falta de recursos, falta de redes de apoyo | Soledad no deseada |
| **Efectos del rol cuidador el comercio** | Positivos: Fidelización clientela y reputación positiva | Neutros: No se menciona la prestación de cuidados explícitos ni su impacto en el negocio | Mixtos: Fidelización de clientes, pero también carga emocional y organizativa, falta de RRHH para cubrir demandas de los clientes | Neutros: Se han integrado los cuidados a mayores sin conflicto, incluso con apoyo de la clientela |
| **Efectos del rol cuidador en las personas mayores** | Se sienten acogidas y ayudadas | Participación activa de personas mayores en las actividades, mayor autonomía y sentimiento de | Atención primaria, subsidiariedad de los servicios públicos | Acompañamiento cotidiano, redes de ayuda mutua vecinal |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | pertenencia | | |
| **Propuestas y visión de futuro** | Fomentar el trato cercano y la empatía y replicar ese modelo en todos los comercios | Mayor reconocimiento institucional del rol social del comercio (colaboración con instituciones) | Más inversión pública para que el comercio no tenga que ejercer el rol de las instituciones | No realiza propuestas específicas |

**Fuente:** Elaboración propia (2025).

## 3.5. Discusión de resultados en contraste con los objetivos

Los hallazgos obtenidos a través de las técnicas empleadas nos permitieron identificar una serie de elementos clave que dan cuenta de las interacciones entre las personas mayores y el comercio local, así como de las tensiones, los límites y las potencialidades que configuran esta relación. A continuación, se presenta una discusión general, estructurada en función de los objetivos específicos de esta IAP, de manera breve, que sintetiza los resultados más relevantes que dan de respuestas a los objetivos de esta IAP.

**Objetivo 1: Explorar las necesidades específicas de las personas mayores con respecto al comercio local.**

Como primer componente en este apartado, la falta de acompañamiento cotidiano surge como una necesidad transversal mencionada por los comercios, entre las personas mayores del barrio. La soledad en este caso, se revela como una constante en todos los relatos, y se expresa no sólo como ausencia física, sino también como falta de redes de apoyo emocional y funcional. Este colectivo, por falta de una red de apoyo emocional y funcional efectiva, se sienten desprotegidos, y esto se identifica en cada intervención realizada.

La experiencia investigadora, nos sugiere que esta desprotección emocional, en ciertos grupos etarios y situaciones específicas impone un aislamiento a las personas mayores que puede ser incluso mortal.

En esta misma línea, hay muchas dificultades tecnológicas que son fundamentales para realizar tareas básicas, y esto no es de extrañar, son personas que crecieron en una época donde los avances tecnológicos no estaban tan desarrollados en este aspecto, pero esto supone un incremento de su dependencia en un sistema cada vez más digitalizado. También, las barreras físicas del entorno urbano destacan bastante, y esto afecta la movilidad e

independencia de este colectivo, especialmente en situaciones de deterioro físico o movilidad reducida. Es un tema que requiere atención. Pero llama mucho la atención, que, a pesar de estas limitaciones estructurales, hay una voluntad de este colectivo por pertenecer, se imponen en el espacio y es de valorar y admirar. Pero, ¿qué hay de aquellos más vulnerables?...

En este mismo sentido, cobra relevancia la ausencia o baja red familiar detectada, porque juegan un papel fundamental en la movilidad y presencia de estas personas en ciertas condiciones de vulnerabilidad; pero es esta misma situación que parece generar que las personas mayores busquen apoyo en el comercio más cercano, lo que hace que este se transforme, dentro de sus funciones, voluntaria o involuntariamente, en un nodo informal de cuidado y sostén cotidiano. Sin embargo, pese a ello es necesaria y urgente una mayor implicación de las instituciones públicas en la atención de estas problemáticas, especialmente en lo que respecta a los aspectos del acompañamiento cotidiano, intervenciones en los temas de accesibilidad y la atención social de las personas mayores en general, incluyendo el mapeo de aquellos que se encuentran con limitaciones económicas críticas por diferentes factores.
Necesitan más residencias, más plazas, cercanas al barrio, que les permita mantener su sentido de pertenencia.

Todas y cada una de estas necesidades mencionadas, no deben ser interpretadas de forma aislada, sino como parte de un entramado de vulnerabilidades acumuladas que requieren respuestas de manera integral desde las políticas públicas, los servicios sociales, y el mismo tejido comunitario en general.

Y es importante destacar sobre esta IAP en relación con este objetivo, que la identificación de estas demandas y necesidades representan un insumo clave para la planificación de estrategias orientadas a fomentar un envejecimiento digno, activo y seguro dentro del entorno local o barrial; y específicamente, en el barrio Agra del Orzán.

**Objetivo 2: Explorar el rol del comercio local en la provisión de cuidados de las personas mayores.**

En general, el nivel de conciencia sobre el rol de cuidado que ejercen los comercios locales no siempre es plenamente explícito ni asumido de forma intencionada. La provisión de cuidados aparece, en la mayoría de casos, como función complementaria, vinculada a relaciones personales o a la cercanía cotidiana con las personas mayores, aunque también se reconoce que estas acciones pueden generar beneficios comerciales en una lógica de ganar-ganar

(digamos que ayudar implica fidelizar o mantener a la clientela). En este sentido, puede afirmarse que muchos comercios desempeñan actualmente un rol mixto, que combina funciones comerciales propias de su modelo de negocio con enfoque en el beneficio, con acciones de carácter social mayormente de acompañamiento cotidiano, aunque estas últimas no estén formalizadas ni reconocidas institucionalmente.

El rol cuidador se ejerce, pero en la mayoría de los casos no se enmarca dentro de una lógica comunitaria consciente, sino que se interpreta como un favor personal, una muestra de amabilidad o una forma de atención al cliente. Pero, a pesar de ello, se identificó que los y las comerciantes ofrecen a las personas importantes apoyos en forma de acompañamiento, orientación y respuesta frente a diversas demandas y necesidades cotidianas, especialmente en lo relacionado con el acceso a servicios, la comprensión de gestiones básicas, en el aspecto tecnológico, la escucha, el saludo. Estos mismos apoyos son los que en las derivas las personas mencionaron como características de los comercios locales donde ellas se sentían cuidadas. E decir, consciente o inconscientemente, están apoyando, pero enfatizando, que "entienden no es su rol".

**Objetivo 3: Identificar comercios que realizan labores de cuidados y/o apoyo informal.**

Se identificaron comercios locales que ejercen funciones de cuidado y/o apoyo informal hacia personas mayores principalmente a través de las derivas. Tal como se observa en el mapa compartido[6], los relatos con los cuales las personas identifican a comercios que brindan apoyo social, están superpuestos sobre ellos con color amarillo. La mayoría de estos hacen referencia a sitios que los integran, ayudan y tratan bien.

También valoraron la adecuada infraestructura para poder movilizarse sin problema dentro del comercio, en el mapa compartido también se pueden observar en color verde los comercios de calle Barcelona que son accesibles estructuralmente. Aunque dentro de los discursos de la gente se valoró de igual manera el hecho de que aunque no hubiese la infraestructura adecuada, la experiencia de ellos/as en el comercio no se viera afectada gracias a la atención y preocupación de quienes trabajan allí.

En definitiva, se visibilizó que, aunque no se trate de una función formalizada, existen múltiples expresiones de cuidado informal y apoyo cotidiano dentro del tejido comercial local

[6] Ver mapa compartido en el siguiente enlace https://www.google.com/maps/d/u/0/edit?mid=12IwO6faGHo9W5x88q8n_K2QwkPfuC68&ll=43.36196738422649%2C-8.420554298026683&z=17

del barrio, pero desempeñadas desde la empatía, la proximidad y el compromiso personal.

**Objetivo 4: Diseñar estrategias de forma colectiva para fomentar el comercio local como agente de cuidados**

Como mencionamos anteriormente, durante el desarrollo de las entrevistas, se formularon preguntas orientadas a identificar las percepciones y propuestas de las personas entrevistadas en relación con el papel del comercio local como agente de cuidado en la comunidad y cómo entienden puede ser fomentado. No obstante, las respuestas se centraron mayoritariamente en estrategias orientadas a atender las necesidades observadas en las personas mayores, así como en la demanda de una mayor implicación por parte de las instituciones públicas para dar respuesta a dichas carencias.

Dicho esto, si bien este objetivo pretende explorar estrategias desde la lógica de la persona entrevistada, sobre cómo fomentar el comercio local como actor activo en la generación de cuidados comunitarios, los discursos recogidos evidencian una orientación más asistencialista centrada en la atención a las carencias detectadas en las personas mayores (el mismo enfoque fue identificado en los relatos de las derivas de la cartografía social). Y entonces, esta perspectiva revela que existe tanto una sensibilidad hacia las necesidades del entorno como una percepción de límite en la capacidad de acción del comercio local en la ideología de la persona comerciante, delegando la responsabilidad estructural en las instituciones públicas. Y esto nos sugiere también, que existe la necesidad de seguir trabajando en procesos participativos como este proyecto de IAP, que permitan visibilizar y fortalecer el reconocimiento del comercio como agente comunitario, capaz de articularse con otros actores en la construcción colectiva de cuidados y poder diseñar estrategias concretas que permitan fomentar el comercio local como agente de cuidados.

## 3.6. Conclusiones y limitaciones del estudio

Este trabajo ha permitido poner en valor el papel clave que desempeñan los comercios locales en el cuidado cotidiano de las personas mayores en el barrio de Agra. Más allá de su función económica, los pequeños establecimientos se han revelado como agentes sociales relevantes, que construyen vínculos afectivos, ofrecen apoyo informal y generan entornos de seguridad y confianza para quienes los frecuentan. Concretamente, las personas mayores encuentran en

estos espacios una red de contacto humano y cotidiano que suple, en muchas ocasiones, las carencias de otras redes de apoyo más formales o institucionales. Asimismo, las relaciones que se tejen en torno al mostrador no solo aportan beneficios emocionales, sino que también contribuyen de forma práctica a la detección de necesidades y a la promoción de la autonomía personal de los vecinos mayores.

Los testimonios recabados durante el estudio permiten comprender que este rol de cuidado se ejerce, en la mayoría de los casos, de forma espontánea, desinteresada e, incluso, inconsciente por parte de los comerciantes del barrio. Sin embargo, también se hace evidente que estas funciones no están suficientemente reconocidas ni respaldadas por las instituciones. Creemos que existe una necesidad clara de dotar de mayor visibilidad y apoyo formal a este tejido social que ya está actuando como sostén silencioso del barrio. Incorporar el comercio de cercanía como agente legítimo dentro de las redes comunitarias de cuidado supondría un avance importante para caminar hacia una lógica de atención más próxima, horizontal y corresponsable.

Asimismo, el análisis de los resultados revela una serie de problemáticas estructurales que afectan directamente a las personas mayores: la soledad, la brecha tecnológica, la inaccesibilidad urbana y la fragilidad de las redes de apoyo. A su vez, se visibilizan potencialidades claras en torno al papel que el comercio local ya juega en la vida cotidiana del barrio: su presencia constante, la proximidad afectiva, la empatía, y la capacidad de detectar necesidades en tiempo real. Aunque estas funciones no se enmarcan todavía en una lógica comunitaria formalizada, existe un capital social latente que puede ser potenciado. Para ello, será necesario continuar con procesos participativos que impulsen el reconocimiento del comercio como actor clave en el entramado de cuidados, superando el enfoque asistencialista y construyendo, colectivamente, una red de apoyo barrial inclusiva, cercana y sostenible.

No obstante, pese al valor de la información recopilada, nuestro estudio presenta algunas **limitaciones**:

1. **Tamaño y alcance reducido de la muestra**: Al solo haber podido realizar cuatro entrevistas semiestructuradas, la diversidad de voces y perspectivas utilizadas para hacer el análisis es limitada. Es posible que los cuatro comercios entrevistados no reflejen del todo la heterogeneidad del tejido comercial ni la variedad de experiencias de las personas mayores. Asimismo,

los resultados no son generalizables al conjunto de barrios o ciudades, ya que se centran en un contexto muy específico como es el del barrio de Agra.

2. **Limitaciones temporales:** Una de las principales limitaciones del estudio ha sido el tiempo disponible para el trabajo de campo. Aunque el enfoque se ha centrado acertadamente en recoger la perspectiva de los comerciantes, nos habría gustado incorporar con mayor profundidad la voz directa de las personas mayores, como principales destinatarias de los cuidados informales. Sin embargo, la falta de tiempo y la dificultad para acceder a participantes disponibles dentro del marco temporal del proyecto impidieron ampliar el número de entrevistas y contar con una visión más completa. Sería interesante complementar el análisis en el futuro con una mayor participación de personas mayores consumidoras para entender desde su perspectiva el valor e impacto de estas relaciones.
3. **Desplazamiento del foco hacia problemáticas generales:** Durante las entrevistas, los participantes han tendido a hablarnos de necesidades sociales genéricas (soledad no deseada, falta de servicios públicos, etc.) en lugar de ayudarnos a comprender el rol específico del comercio en la generación de bienestar y cuidado. Quizás podríamos haber adaptado el guión de la entrevista al ver que los entrevistados se desviaban demasiado del tema o explicarles mejor el objetivo del estudio.

En definitiva, este trabajo propone repensar la ciudad y el entorno barrial incorporando una mirada de los cuidados que trascienda lo puramente asistencial o institucional, y que valore también las redes informales y comunitarias. En este marco, los comercios de proximidad emergen como actores clave, con un potencial significativo para convertirse en verdaderos agentes de cuidado, siempre que su papel sea reconocido, visibilizado y acompañado dentro de una estrategia colectiva de fortalecimiento del tejido social.

# 4. Referencias bibliográficas


Banco Mundial. (2024.). *Desarrollo urbano: Panorama general*. World Bank. https://www.bancomundial.org/es/topic/urbandevelopment/overview

Beltrán, M. (2015). Can local retail foster neighbourhood revitalisation? A review of the literature. *Journal of Urban Regeneration & Renewal*, *9*(1), 43-53.

Brandão, C. R. (2005). *¿Qué es la educación popular?* Editorial Popular.

Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., & Varela- Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación En Educación Médica*, *2*(7), 162-167. https://doi.org/10.1016/S2007-5057(13)72706-6

Essomba, M.A.; Tarrés, A. & Argelagués M. (2023). La investigación-acción comunitária. Nuevas necesidades sociales, nuevos enfoques epistemológicos desde la complejidad. *Perfiles Educativos,* 45 (180).

Fals Borda, O. (1987). *La ciencia y el pueblo: Nuevas reflexiones sobre la investigación-acción*. Siglo XXI Editores.

Flick, U. (2018). *Introducción a la investigación cualitativa* (5ª ed.). Ediciones Morata.

Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI Editores.

García, D. (2024, 14 de junio). El Agra do Orzán, el barrio con mayor densidad de población de Galicia. La Voz de Galicia. https://www.lavozdegalicia.es/noticia/coruna/coruna/2024/06/14/agra-do-orzan-barrio-mayor-densidad-poblacion-galicia-otea-primer-parque/0003_202406H14C3993.htm

Gómez Crespo, P. (1994). *El papel económico y social del pequeño comercio: Un modelo de análisis* [doctoralThesis]. https://repositorio.uam.es/handle/10486/6342

Gómez Crespo, P. (2013). El comercio de barrio como espacio de sociabilidad en contextos locales de migración. *Polis (Santiago)*, *12*(35), 143-163. https://doi.org/10.4067/S0718-65682013000200007

Gómez Crespo, M. P., Pérez Alonso, Y., & Torres Pérez, F. (2024). *Dinámicas de sociabilidad y tejido comercial: Una comparación entre contextos locales multiculturales*.

https://doi.org/10.14422/mig.2024.012

Guy, B., Feldman, T., Cain, C., Leesman, L., & Hood, C. (2020). Defining and navigating 'action'in a participatory action research project. *Educational Action Research*, *28*(1), 142-153.https://doi.org/10.1080/09650792.2019.1675524

Hall, B. L. (1992). From margins to center? The development and purpose of participatory research. *The American Sociologist*, 23(4), 15–28.

Hernández, R. V. (2013). Diagnóstico participativo con cartografía social. Innovaciones en metodología Investigación-Acción Participativa (IAP). *Anduli. Revista Andaluza de Ciencias Sociales*, (12), 53-65.

Ministerio de Vivienda y Agenda Urbana (2024). Áreas Urbanas en España 2024. https://publicaciones.transportes.gob.es/downloadcustom/sample/3681

Petrović, M. D., Ledesma, E., Morales, A., Radovanović, M., & Denda, S. (2021). The Analysis of Local Marketplace Business on the Selected Urban Case—Problems and Perspectives. Sustainability, 13(6), 3446. https://doi.org/10.3390/SU13063446

Sirvent, M. T. y Rigal, L. (2012). *Investigación Acción Participativa. Un desafío de nuestros tiempos para la construcción de una sociedad democrática.* Proyecto Páramo Andino.

Valdivia, B. (2018). Del urbanismo androcéntrico a la ciudad cuidadora. Hábitat y sociedad, (11).

Zibecchi, C. (2015). Cuidando en el territorio: El espacio comunitario como proveedor de cuidado. *Serie de Documentos de Trabajo Políticas Públicas y Derecho al Cuidado*, *3*, 1-32. https://ela.org.ar/wp-content/uploads/2023/07/2015-Cuidando-en-el-territorio-El-espacio-comunitario-como-proveedor-de-cuidado.pdf

La Opinión de A Coruña. (2024, 16 de octubre). *Agra do Orzán reivindica su papel como barrio diverso y solidario*. https://www.laopinioncoruna.es/coruna/2024/10/16/agra-do-orzan-reivindica-sua-109375538.html

La Voz de Galicia. (2016, 4 de diciembre). *El Agra del Orzán, según la ONU*. https://www.lavozdegalicia.es/noticia/coruna/coruna/2016/12/04/agra-orzan-onu/0003_201612H4C3991.htm

# 5. Anexos

## Anexo I. Formación y experiencias individuales

**Experiencia individual motivadora (Penélope):**

Tengo más de tres años de experiencia en la evaluación y el seguimiento de políticas públicas, asegurando que las intervenciones sociales generen un impacto real y sostenible en el bienestar de las familias. Apasionada por la toma de decisiones basada en datos, la equidad y la transparencia en el diseño e implementación de políticas sociales. De manera individual, he trabajado en otros contextos territoriales con programas de apoyo a personas en situación de pobreza y otras vulnerabilidades. Y a partir de esta experiencia, cuando toca ir a campo, he observado que, en su mayoría, los comerciantes locales no son plenamente conscientes del papel que pueden desempeñar como apoyo dentro de la comunidad. Del mismo modo, la propia comunidad no suele percibirlos como agentes de apoyo, aunque muchas intervenciones dirigidas a personas vulnerables podrían canalizarse a través de los comercios locales. Por ejemplo, en mi experiencia, cuando una persona se encuentra en una situación de extrema necesidad, a menudo enfrenta dificultades para acceder a las ayudas, ya sea por limitaciones de movilidad, desconocimiento o falta de acceso a los procesos burocráticos de las solicitudes. En estos casos, algunos comerciantes locales han brindado apoyo de manera espontánea y objetiva, incluso en ausencia de otras organizaciones comunitarias. Esta experiencia me motiva para llevar a cabo esta IAP aunque sea en otro ámbito territorial.

**Experiencia individual motivadora (Irati):**

En primer lugar, desempeñé mis prácticas como Educadora Social en un piso de mujeres en situación de exclusión social con problemáticas sociales (ejercicio de prostitución, alcoholismo, drogadicción, enfermedades mentales, etc.). Trabajé también como Educadora Social en un Punto de Encuentro Familiar, espacio neutral que ayuda a mantener la relación entre madres, padres e hijos/as, cuando en una situación de separación o divorcio, no se cumple el derecho de visita, o se cumple con dificultades o conflictos.

A su vez, realicé mis prácticas de Trabajadora Social en los Servicios Sociales de Base del Ayuntamiento de Bilbao y actualmente trabajo en Atención directa en un Servicio de acogida de media/larga estancia para mujeres víctimas de violencia machista y sus hijos/as.

Por último, he tenido la oportunidad de adquirir una visión internacional del trabajo social como voluntaria en una escuela-orfanato en Kenia, lo que me permitió fortalecer mis habilidades de adaptación y empatía en contextos multiculturales. Actualmente, me encuentro cursando el Máster en Políticas Sociales e Intervención Sociocomunitaria ya que tengo un compromiso constante con el aprendizaje y la necesidad de seguir ampliando mi conocimiento.

Para mi, el comercio no es solo un espacio de intercambio económico, sino también un lugar donde se tejen redes sociales, se fortalecen lazos comunitarios y se generan dinámicas de apoyo mutuo. Por lo que, me preocupa este tema porque en muchos barrios, los pequeños comercios han sido históricamente un punto de referencia, un lugar donde las personas no solo compran productos, sino que también conversan, comparten experiencias y se apoyan entre sí. Sin embargo, en la actualidad, con la digitalización y la expansión de las grandes cadenas comerciales, muchos de estos espacios han desaparecido, lo que ha debilitado las relaciones de proximidad y la cohesión social.

Para quienes, como yo, hemos crecido en comunidades con un comercio de proximidad fuerte, hemos visto cómo estos espacios han sido esenciales para la vida cotidiana, no solo por la oferta de productos, sino por el trato humano y la confianza que generan. Del mismo modo, en tiempos de crisis como la pandemia, muchos comercios han sido clave en la red de apoyo barrial, facilitando la solidaridad entre vecinos.

A su vez, nos interesa explorar el comercio como red de apoyo, es decir, cómo los pequeños negocios funcionan como espacios de escucha, encuentro y ayuda mutua; las experiencias de quienes trabajan en estos comercios, cómo perciben su rol dentro de la comunidad y qué estrategias han desarrollado para mantenerse como un punto de referencia social; y las experiencias de quienes reciben ese cuidado desde el comercio.

Por último, desde la perspectiva de la Investigación-Acción Participativa (IAP), este tema es relevante porque permite escuchar a la comunidad, reflexionar sobre sus necesidades y buscar soluciones colectivas. La IAP nos permite no solo estudiar el fenómeno, sino también intervenir para fortalecer el comercio como un espacio de apoyo y vínculo social.

**Experiencia individual motivadora (Cristina):**

En el ámbito profesional, durante mi último año de licenciatura trabajé como Project

Manager, lo que me permitió desarrollar habilidades en gestión de proyectos y coordinación de equipos. Posteriormente, realicé una pasantía en la Autoridad para la Digitalización de Rumanía, dentro del Gobierno de Rumanía, donde adquirí experiencia en la implementación de estrategias digitales a nivel gubernamental.

Mi interés se centra en la intersección entre la tecnología, la seguridad y las políticas públicas, con el objetivo de contribuir a la transformación digital y la ciberseguridad a nivel institucional e internacional.

Me interesa mucho el tema del comercio local como un espacio de apoyo social porque he experimentado personalmente cómo las pequeñas tiendas pueden crear un sentido de comunidad. Desde que comencé a vivir en Coruña, me he hecho amiga de los propietarios y vendedores de las tiendas cercanas a mi casa, ya que voy allí a comprar todos los días. Estas interacciones diarias me han ayudado a sentirme más conectada con el barrio y han creado una pequeña pero significativa red de apoyo. Aunque sean conversaciones simples, me hacen sentir bienvenida y familiarizada con el lugar donde vivo.

A través de estas interacciones, también he notado lo importante que es la compañía y la comunidad, especialmente para las personas mayores. Muchos clientes mayores visitan las mismas tiendas a diario, no solo para comprar, sino también para conversar y mantener el contacto social. Para algunos, estos momentos pueden ser sus únicas interacciones sociales del día. He visto cómo los comerciantes se toman el tiempo para hablar con ellos, preguntarles cómo están e incluso ayudarles con pequeñas cosas cuando lo necesitan. Esto me hizo darme cuenta de que los comercios locales no son solo espacios comerciales, sino también lugares de cuidado, donde las personas se sienten vistas y valoradas. Este papel es fundamental para prevenir el aislamiento social y fomentar un sentido de pertenencia.

Al mismo tiempo, creo que es importante explorar los desafíos que enfrenta el comercio local para mantener este papel social. El auge de las grandes cadenas de supermercados y las compras en línea ha dificultado la supervivencia de los pequeños negocios. Si estas tiendas locales desaparecen, muchas personas, especialmente las mayores, podrían perder no solo un lugar para comprar, sino también una parte de su rutina diaria y su vida social. Además, he escuchado preocupaciones sobre la seguridad en algunos barrios, y me pregunto si los lazos comunitarios que se crean a través del comercio local podrían ayudar a mejorar esta sensación de seguridad.

Por estas razones, considero que este tema es relevante y merece ser explorado más a

fondo. Me gustaría entender mejor cómo los comerciantes perciben su papel en la comunidad y si son conscientes del apoyo social que brindan. También sería interesante conocer cómo los residentes viven esta dinámica y si consideran los comercios locales como parte de su red de apoyo. Creo que al reconocer y fortalecer este papel, podemos contribuir a construir barrios más conectados y solidarios.

**Experiencia individual motivadora (Gema):**

Actualmente me desarrollo profesionalmente como técnico de proyectos sociales en una entidad del tercer sector, gestionando iniciativas orientadas a la inclusión social y laboral de personas con discapacidad intelectual.

Soy vecina del barrio madrileño de Vallecas y conozco de primera mano iniciativas de redes de ayuda mutua que han utilizado a los comercios locales como espacios de vertebración, encuentro y difusión de la información. Durante la pandemia del COVID 19, fui testigo del nacimiento de la Red de Solidaridad Vecinal "Somos Tribu VK"[1], una plataforma vecinal que surge de manera espontánea tras el decreto de confinamiento con el objetivo de hacer llegar alimentos y productos de primera necesidad a vecinas que, bien por ser población de riesgo (personas mayores, con discapacidad o con enfermedades crónicas) o por estar imposibilitadas por motivos de cuidados a menores o personas dependientes, no podían abandonar sus domicilios para abastecerse. A medida que se fue prolongando el confinamiento, "Somos Tribu VK" se convirtió también en despensa solidaria para cubrir las necesidades de quiénes se habían quedado sin trabajo y, por tanto, sin fuente de ingresos. Muchos comercios locales fueron clave aportando donaciones, poniendo huchas en sus mostradores, mostrando carteles informativos en sus escaparates, detectando familias con necesidades susceptibles de ser atendidas por los recursos de la red e informando a las mismas sobre a quién acudir para recibir ayuda.

Crecer y vivir en un barrio donde este tipo de iniciativas son comunes ha contribuido a fomentar mi vocación por lo social y a estudiar cómo integrar estas iniciativas solidarias en el funcionamiento diario de nuestros barrios y no solo únicamente para dar respuestas a coyunturas de especial necesidad o de crisis.

Desde el ámbito vivencial e ideológico, comparto el análisis de muchas autoras que defienden que las ciudades están diseñadas para priorizar la producción y el consumo y no tanto los cuidados y la participación cívica, elementos que sí sostienen la vida y el bienestar y

deberían situarse en el centro. Por ello, creo que es importante fomentar iniciativas que refuercen los vínculos comunitarios y trabajar en hacer los barrios lugares más habitables. Sin duda el comercio local puede jugar un papel fundamental en esta tarea.

**Experiencia individual motivadora (Bea):**

En el ámbito profesional, cuando residía en Chile participé dos años en Colectivo Ketra, un proyecto que problematiza la educación en contextos de encierro, desarrollando un trabajo pedagógico en un Centro Penitenciario de Mujeres en Chile. También trabajé en el Instituto Nacional del Deporte, en la Unidad de Apoyo Integral al Deportista colaborando en proyectos pensados en el acompañamiento transversal a las carreras deportivas.

En mi estancia en España trabajé en una consultora que presta servicios orientados al sector público, al desarrollo territorial y a las políticas sociales.

De manera individual, sumado a lo puesto en común con mis compañeras, el rol del comercio local como espacio de apoyo social me interpela principalmente por mi condición de chilena extranjera en este país y desde ahí surge mi interés por abordar esta temática. En mi experiencia personal, desde que llegué hace cuatro años a Coruña, siempre me he movido por la ciudad con tranquilidad, pero con una parte de mí atenta a encontrar algo que me acerque a mi país y me haga sentir como en casa. En ese sentido, los comercios locales han sido un espacio de reconocimiento, especialmente cuando la persona que me atiende es sudamericana o el comercio es de origen sudamericano. Encontrar personas en una situación similar a la mía, o productos que me hagan sentir cerca de mi hogar, es una forma de reconocimiento y de recuperar mi identidad, aunque sea por un momento.

Además, durante estos cuatro años, he vivido en diferentes barrios de Coruña, y el comercio local siempre ha sido un espacio acogedor. En esa interacción con el/la comerciante también he encontrado un reconocimiento, ya que saben mi nombre y un poco de mi cotidianidad. Es una pequeña red de apoyo informal que me ha integrado o me ha hecho sentir parte del barrio, similar a lo que experimentaba en mi país también con los comercios locales que son muy comunes.

**Experiencia individual motivadora (Alba):**

Actualmente trabajo como trabajadora social en una entidad del tercer sector, donde

participo en los proyectos de inclusión y transición al empleo para personas en riesgo de exclusión social y para población migrante y proyectos de inclusión básica y atención integral para personas migrantes.

Mi interés por el papel del comercio local en los cuidados está totalmente condicionado por mi propia experiencia de vida. Crecí en una ciudad muy pequeñita en la que el comercio local tiene un gran papel. Siempre han sido un espacio donde nos conocían y donde nos encontrábamos con otras personas de la zona. Como familia que venía de otro pueblo, no teníamos una red de apoyo y considero que el comercio local nos permitió crear sentimiento de pertenencia y bienestar. El comercio local permite crear mayor interacción entre los vecinos del barrio, lo que da vida a la zona.

Desde los 18 años estoy fuera de casa y mi experiencia ha sido totalmente distinta al vivir en ciudades más grandes y no desarrollar mi vida en los barrios donde vivía. Actualmente vivo en un barrio donde no hay comercio local y mi sensación es de un espacio poco acogedor. Sin embargo, encuentro otros comercios en la ciudad que suponen un espacio de cuidados por la calidez del trato y las conversaciones cotidianas. Por ello, me parece interesante conocer la experiencia de un barrio como el Agra donde existe gran tejido comercial y diversidad en la población.

Dentro de mi experiencia laboral, cuando más consciente he sido del papel en los cuidados del comercio ha sido trabajando de camarera. En ese tiempo conocía a clientes que venían todos los días para conversar un rato con nosotras, especialmente personas mayores jubiladas para las que formaba parte de su rutina y sabíamos cómo estaban.

## Anexo II. Modelo de documento informativo y de consentimiento.

**INFORMACIÓN**

En el marco de las materias de Investigación-Acción Participativa y Técnicas cualitativas para el análisis de los discursos y las realidades sociales, del Máster universitario en Políticas Sociales e Intervención Sociocomunitaria (Universidad de La Coruña), y como parte del proyecto Agra, un barrio de cuidados, coordinado por Arquitectura sin Fronteras, estamos investigando sobre *el papel del comercio local en la provisión de cuidados a las personas mayores del barrio Agra del Orzán*.

El objetivo general es fortalecer la reflexión crítica sobre el derecho a un hábitat digno y cuidador, identificando potencialidades y vulneraciones en el barrio, en diferentes ámbitos. En el proceso, pretendemos recopilar información con la implicación de la vecindad y entidades del barrio (a través de cartografías, observaciones, entrevistas, individuales o grupales...), y por ello solicitamos tu participación.

El tratamiento de la información se realizará conforme a lo dispuesto por la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de protección de datos personales y garantía de los derechos digitales. En este sentido, los datos serán seudonimizados, garantizando la debida confidencialidad, de manera que las personas participantes no podrán ser identificadas o identificables, salvo que lo deseen y así lo indiquen en el consentimiento.

Los resultados se compartirán en una jornada pública abierta a toda la vecindad y entidades del barrio, así como a personas interesadas en general, y tendrá como objetivo profundizar en la reflexión e idear conjuntamente propuestas en defensa del derecho al hábitat. Asimismo, estarán disponibles en el portal web del proyecto https://agrabarriodecoidados.asfes.org/

Tu participación es voluntaria. Puedes cambiar de parecer, dejar de responder o retirar tu consentimiento en cualquier momento, sin necesidad de dar explicaciones.

Puedes solicitar más información a las responsables del proyecto al siguiente correo electrónico: beatriz.gaete.salinas@udc.es

**CONSENTIMIENTO**

Yo, …… con DNI ……

- He recibido información sobre el proyecto, he podido conversar con el grupo de trabajo y aclarar todas las preguntas sobre el mismo.
- Comprendo que mi participación es voluntaria.
- Presto libremente mi conformidad para participar en el proyecto y:

☐ Que se grabe en audio y se use el sonido (las siguientes opciones son excluyentes):

☐ unicamente para ayudar a la transcripción, destruyéndose una vez realizada. ☐ con fines divulgativos en la jornada de presentación de los resultados.
☐ con fines divulgativos en la jornada de presentación, en la web y publicaciones derivadas del proyecto.

☐ Que se grabe en vídeo y se use la imagen (las siguientes opciones son excluyentes):

☐ unicamente para ayudar a la transcripción, destruyéndose una vez realizada. ☐ con fines divulgativos en la jornada de presentación de los resultados.
☐ con fines divulgativos en la jornada de presentación, en la web y publicaciones derivadas del proyecto.

☐ Que se realicen fotografías y se usen (las siguientes opciones son excluyentes):

☐ con fines divulgativos en la jornada de presentación de los resultados.
☐ con fines divulgativos en la jornada de presentación, en la web y publicaciones del proyecto.

☐ Que se empleen citas textuales de mis intervenciones (las siguientes opciones son excluyentes):

☐ Sin identificar (seudonimizados).
☐ Identificando mi nombre y apellidos.
☐ Identificando a la entidad a la que pertenezco.

- Solicito

☐ Acceder a los resultados de la investigación.
☐ Que se me informe de las acciones públicas que se desarrollen en el marco del proyecto Agra, un barrio de cuidados.

A estos efectos, puede emplearse el siguiente medio de contacto:

Firma: Participante Fecha:

## Anexo III: Instrumentos diseñados

### 1. DISEÑO CARTOGRAFÍA SOCIAL

Relato que queremos contar:

La relación o interconexión entre el comercio local y su papel como espacio de apoyo social hacia las personas mayores.

Intencionalidad:

Identificar los comercios locales del barrio del Agra que promueven en cuidados y apoyo social, desde la visión de los/as vecinos del Agra y, especialmente, desde la visión de las personas mayores

Preguntas disparadoras:

1. ¿Cuándo sales a comprar o a socializar por el barrio, a cuáles comercios sueles ir?
2. ¿Por qué eliges esos comercios y no otros?
3. ¿Cómo es un día normal cuando sales a comprar por el barrio?
4. ¿Cuántas veces a la semana sueles visitar cada comercio?

Ficha de observación - leyenda:

*Tipo de comercio:*

- Salud (cruz de farmacia)
- Hostelería (cubiertos)
- Cultura/Ocio (máscaras de teatro)
- Tiendas de alimentación (carrito de la compra)

*Existencia de apoyo social y nivel de accesibilidad:*

- Accesible estructuralmente: VERDE
- No Accesible estructuralmente: ROJO
- Espacio de Apoyo Social: AMARILLO
- Espacio sin Apoyo Social: NARANJA

Con accesible estructuralmente nos referiremos a los comercios que tengan principalmente un acceso adaptado (rampas y/o pasamanos) para el ingreso de personas mayores, sobre todo con

movilidad reducida y también señaléticas y buena iluminación.

Con apoyo social nos referiremos a los comercios que las personas entrevistadas indiquen como lugares donde sienten que se les entrega un trato respetuoso y amable por parte del personal, supliendo muchas veces las falencias estructurales que pueda presentar el local.

## 2. DISEÑO OBSERVACIÓN PARTICIPANTE

Para la observación participante se utilizaron las mismas preguntas disparadoras y ficha de observación.

La observación se centró específicamente en los comercios de la calle Barcelona y en las personas mayores que paseaban por ella.

Además de lo mencionado en la ficha de observación anterior, también se puso especial atención en la dinámica dentro de ciertos comercios, del dueño/trabajador con las personas mayores. Junto con lo anterior, se observó la afluencia de personas mayores dentro de los comercios, así como también a lo largo de la calle.

## 3. DISEÑO ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Población muestral: Personas propietarias de comercios locales en el Agra de Orzán o trabajadoras de estos comercios.

Variables de delimitación.

- Tipo de comercio (salud / hostelería / alimentación / cultura-ocio).

La naturaleza del comercio, los servicios o actividades que llevan a cabo, son clave para entender cuál es la razón por la que las personas acuden en un inicio y el uso que hacen del comercio. Así como, entendemos que puede modificar la relación y el trato que se genera con las personas trabajadoras y el tiempo que estas pueden dedicarles.

Aunque podemos identificar otras categorías, estas cuatro, salud, hostelería, alimentación y cultura-ocio, abarcan a una gran mayoría de comercios y fueron las señaladas por las personas entrevistadas en la primera deriva por el barrio.

- Antigüedad del comercio: nuevo (menos de tres años) o viejo (más de tres años).

El Agra de Orzán es un barrio con gran tejido comercial, aunque este ha ido modificándose a lo largo de los años. Muchos comercios han cerrado, muchos siguen abiertos. Algunos siguen

perteneciendo a las mismas personas o familias, y otros han sido traspasados, pero permanece el mismo comercio. Además, Agra sigue siendo el lugar donde deciden abrir nuevos comercios.

El tiempo que llevan en el lugar es importante, especialmente para las personas mayores. Algunas llevarán poco tiempo en el barrio, pero otras hará muchos años que viven allí. Esto nos permitirá conocer si son comercios que llevan mucho tiempo tratando con personas mayores, o si son de reciente apertura, si se han convertido en un lugar de referencia para ellas o si son o no un público objetivo del comercio.

- Origen (migrante / autóctono).

El Agra de Orzán es también un barrio donde conviven personas de muchas nacionalidades de origen. Muchas personas migrantes viven allí y eso se refleja también en el comercio. Muchas personas migrantes regentan y trabajan en el comercio local, así como son consumidoras. Conocer también las experiencias y diversidad que pueda existir según el origen es necesario para tener una visión completa del barrio como es hoy en día.

### 3.1. Casillero tipológico

| TIPO | ANTIGÜEDAD | ORIGEN |
|---|---|---|
| Salud | nuevo | autóctono |
| Salud | nuevo | migrante |
| Salud | viejo | autóctono |
| Salud | viejo | migrante |
| Hostelería | nuevo | autóctono |
| Hostelería | nuevo | migrante |
| Hostelería | viejo | autóctono |
| Hostelería | viejo | migrante |
| Alimentación | nuevo | autóctono |
| Alimentación | nuevo | migrante |
| Alimentación | viejo | autóctono |
| Alimentación | viejo | migrante |
| Cultura-ocio | nuevo | autóctono |

| | | |
|---|---|---|
| Cultura-ocio | nuevo | migrante |
| Cultura-ocio | viejo | autóctono |
| Cultura-ocio | viejo | migrante |

### 3.2. Guión entrevista

Bloques.

| **Objetivos** | **Temas** | **Preguntas dinámicas** |
|---|---|---|
| Crear espacio de confianza / Presentación Explicación de "cuidados" | Apertura/ Trayectoria del comercio | 1. ¿Vive usted en el barrio? Si es así, ¿hace cuánto tiempo?<br>2. ¿Cuánto tiempo lleva el comercio abierto?<br>3. ¿Qué cargo desempeña usted?<br>4. ¿Qué le llevó a abrir el comercio en el Agra de Orzán? (si es el dueño/a)<br>5. ¿Qué perfil de personas acuden al comercio? |
| Explorar el rol de los comercios en los cuidados (en general) | Valoración del comercio local en la labor de cuidados (en general) | 6. ¿Cree que el comercio local es un agente de cuidados?<br>7. ¿Qué impacto tiene el comercio local en el barrio y de qué manera contribuye a su bienestar? |
| Explorar las necesidades y demandas de las personas mayores en relación al comercio específico | Perfil de las personas mayores que van al comercio que se entrevista | 8. ¿Acuden personas mayores a su negocio?<br>9. ¿Acuden más mujeres o más hombres?<br>10. ¿Cuál es la edad aproximada?<br>11. Cuando acuden al comercio ¿suelen ir solas o |

| | | |
|---|---|---|
| | | acompañadas? |
| | Demandas explícitas (frecuencia, tipo de demanda) | 12. ¿Por qué cree que acuden a su negocio y qué tipo de relación tienen con él?<br>13. ¿Qué otras demandas hacen que no estén relacionadas con su comercio? ¿Y cuáles de esas demandas atienden?<br>14. ¿Qué efectos tienen esas demandas en su rutina de trabajo / en el comercio? (valoración si lo consideran una carga o algo positivo) |
| Conocer el rol del comercio en general en la provisión de cuidados a las personas mayores | Detección de necesidades y respuesta del comercio a las demandas (de las personas mayores) | 15. ¿En qué medida consideras que el comercio de barrio cuida a las personas mayores?<br>16. ¿Qué necesidades de cuidado crees que tienen las personas mayores del barrio?<br>17. ¿Identifica otras necesidades que no demandan explícitamente? En caso de que sí, ¿Cuáles?<br>18. ¿Cree que se satisfacen esas necesidades tanto desde su comercio como del resto de comercios? ¿Cómo? (si se organiza alguna actividad en específico para ello) |

| | | |
|---|---|---|
| Creación de red / estrategia para fomentar el rol de cuidados | Futuras estrategias / Devolución al barrio | 19. ¿Considera importante visibilizar el papel del comercio en el barrio?<br>20. ¿Cómo se podría visibilizar la importancia del comercio local en el barrio?<br>21. ¿Cómo se podría promover el comercio local?<br>22. ¿Cómo fomentar el rol del comercio local como agente de cuidados? Y más concretamente, ¿para el cuidado de las personas mayores del barrio? |

## Anexo IV. Esquema de categorías

| Categorías | Subcategorías | Definición |
|---|---|---|
| Percepción del rol del comercio local en los cuidados | Conciencia del rol | Referencias a la conciencia del rol que tienen los comercios y la ciudadanía |
| | Valoración del rol | Opinión sobre este rol de cuidados tanto de los comercios como de la ciudadanía |
| | Funciones | Cómo se materializan los cuidados: servicios, trato, atención... Cómo describen los cuidados que dispensan en general |
| | Otras | |
| Rol del comercio en la provisión de cuidados a las personas mayores | Necesidades de las personas mayores | Referencias a las necesidades y demandas que hacen directamente las personas mayores de forma explícita y a aquellas detectadas por los comerciantes (implícitas) |
| | Funciones que desempeña | Cuidador<br>Integrador<br>Expresión identitaria (Gómez Crespo)<br>Servicios ofrecidos y trato/atención |
| | Efectos del rol cuidador en los comercios | Referencias a cómo afecta en el desarrollo diario del comercio realizar estas tareas de cuidado (valoración negativa o positiva) |
| | Efectos del rol cuidador en las personas mayores | Referencias a los efectos qué producen en las personas mayores las tareas de cuidados que ellos como comercio realizan |
| | Otras | |
| Estrategias para fomentar el rol cuidador del comercio | Accesibilidad<br>Acompañamiento<br>Trazabilidad | Ideas y propuestas mencionadas para fomentar el rol |