

ACTA DE LA 4ª REUNIÓN, 12 de DICIEMBRE de 2018, DEL GRUPO DE TRABAJO "VENTA AMBULANTE".

Fecha y lugar: 12 de Diciembre de 2018, a las **18,00 horas**, en la Sala de Prensa del Excmo. Ayuntamiento de Zaragoza (Plaza del Pilar, 18, 2ª Planta)

Asistentes:

D^a Elena Giner Monge.- Consejera de Participación, Transparencia y Gobierno Abierto
D^a Teresa Artigas Sanz.- Concejala Delegada de Medio Ambiente y Movilidad
D^a Patricia Cavero Moreno.- Grupo Municipal Popular PP
D^a Lola Campos Palacio.- Grupo Municipal Socialista PSOE
D^a Leticia Crespo Mir.- Grupo Municipal Chunta Aragonesista CHA
D. Juan Manuel Arnal Lizarraga.- FABZ
D. Sergio Muñoz López.- ICIJA
D. Dioscórides Casquero.- A.VV. Tío Jorge del Arrabal
D^a Natalia García Ortiz.- Cámara de Comercio de Zaragoza
D^a Esther Jiménez Doya, D. Cesar Borja y D. Alberto Giménez .- Junta Mercado Venta Ambulante
D. Jesús Giménez, D. José Antonio Borja Gimenez, D. José Hernández y D. Agustín Vicente.- Junta del Rastro
D. Adolfo Allué Blasco.- Plataforma Social del Rastro
D. Miguel Zarzuela Gil.- Ebrópolis
D. Ramiro Pardo Berges.- Jefe Servicio Jurídico de Mercados
D. Javier Tarazona.- AINMER Investigación
D^a Rosa M^a Bleda Hernández.- Jefa Sección Consejo de la Ciudad

Excusan asistencia:

D^a Luísa Broto Bernués.- Consejera de Presidencia y Derechos Sociales
D. Alberto Casañal Pina.- Grupo Municipal Ciudadanos C's
D^a Marta Torner Aguilar.- FAPAR
D. José Angel Oliván.- UCA Aragón
D. Vicente Gracia.- Federación de Empresarios de Comercio y Servicios ECOS
D. Carlos Gómez Bahillo.- Director de Cáritas Zaragoza

ORDEN DEL DÍA

Punto único.-

1.- Análisis de la oferta económica y la demanda.

INTERVENCIONES

D^a Elena Giner Monge.- Consejera de Participación, Transparencia y Gobierno Abierto:

Buenas tardes, vamos a ir empezando ya la sesión, igual haya alguien despistado que se ha ido a la otra sala, pero como estamos al lado no va a haber mucho problema de pérdida... hay que indicarles, 2^a planta,... vamos a avisar también a los Conserjes de aquí que estén pendientes de quien pueda subir y vamos empezando ya por deferencia a las personas que han venido puntuales.

Bienvenidos a esta 4^a sesión del Grupo de Trabajo sobre el Rastro del Consejo de Ciudad. Sabéis que en las otras 3 definimos unos contenidos y unos objetivos en los que en cada sesión íbamos a ir trabajar un tema, y lo iban a preparar pues expertos o el área del Ayuntamiento que tuviera mas competencias en esa materia. Y lo que nos toca hoy, que era en realidad el punto primero, lo que queríamos abordar desde un primer momento porque creemos que es una de las cuestiones mas importantes, pues lo hemos dejado para esta última sesión de diciembre, porque lo bueno se hace esperar, y la Cámara de Comercio que es quien ha estado haciendo todo este trabajo y la empresa AINMER, Javier Tarazona, que está aquí presente es la persona de la empresa que ha hecho todo este Estudio del Análisis de la oferta económica y la demanda de la Venta Ambulante, y que nos van a presentar hoy un avance de las conclusiones. Sabéis que durante un tiempo han estado trabajando en el Rastro y analizando un poco la situación de los puestos y nos van a explicar lo que han hecho y un avance de las conclusiones, y creo que es un elemento importante, por un lado para esa cuestión que decimos siempre y señalamos en este Grupo de que se tienen que ver actuaciones y mejoras desde ya, no tiene que ser algo en el que siempre estemos evaluando y pensando cómo mejorar pero que nunca llegue, y también basado en un estudio en profundidad y un estudio del análisis económico de lo qué es el Rastro y cómo se podría mejorar.

Le voy a dar primero la palabra a Teresa, antes de dársela también a Natalia y a Javier, porque esta sesión está dinamizada también por el Área de Urbanismo y Sostenibilidad, para que ella también haga una pequeña introducción.

D^a Teresa Artigas Sanz.- Concejala Delegada de Medio Ambiente y Movilidad:

Buenas tardes, muy breve porque yo creo que lo interesante es lo que nos va a explicar sobre todo Javier. Ya sabéis que este Estudio está dentro del compromiso que adquirió la Cámara de Comercio dentro del Acuerdo que llegamos con los Vendedores Ambulantes, con la Cámara de Comercio y con UPTA, en el que desde el Ayuntamiento nos comprometíamos a hacer una



serie de mejoras en el entorno del Párking Sur, tanto de mejora del propio espacio físico como de la movilidad y los accesos al Mercado, de las actividades de dinamización, el estudio de incorporación de nuevos productos en el mercado entre otras. Y por parte de la Cámara de Comercio se comprometieron a hacer tanto un Campaña de Comunicación, que ya empezó en el mes de noviembre, como a hacer este Estudio para ver cuál era la evolución de las ventas en el Mercado también antes y después de hacer las mejoras que se están efectuando en estos momentos.

Entonces como decía Elena lo que se va a presentar es un avance del estudio, lo va a explicar un poco mejor Javier, porque también por lluvia que ha habido algunos fines de semana ha habido que retrasar parte de las encuestas y de las visitas, y la idea es que con todo lo que se está estudiando se elabore un resumen que se mande a todos los miembros de la Mesa también cuando se elabore por parte de AINMER. Así que por mi parte nada mas y ahora ya escuchar sobre todo a Natalia y a Javier acerca de las conclusiones que se han sacado hasta ahora del Estudio.

Dª Natalia García Ortiz.- Cámara de Comercio de Zaragoza:

Buenas tardes, gracias Teresa, yo no quiero tampoco quitar mas tiempo de la reunión, hoy lo importante es la presentación de los datos que se han recabado a través del Estudio realizado por AINMER.

Como bien has comentado tu antes, está hecho el Estudio y los datos están ahí, lo único es que habrá que terminar la maquetación final y pasárselo porque ha ido todo muy justo de tiempo, precisamente por el tema meteorológico, justo se elegía un domingo en el que llovía y no era muy representativo, o un miércoles..., pero bueno se han estado estudiando los casos desde varios tipos de clima, con lluvia o sin lluvia, así que nada, yo no me extiendo mas, Javier es el que hoy tiene la palabra y el que nos puede informar a todos de la información que se ha obtenido, así que Javier cuando quieras.

D. Javier Tarazona.- AINMER Investigación:

Buenas tardes, gracias, efectivamente vamos a presentar ahora los resultados de esta primera toma de datos de este Estudio. He de advertiros, perdonad si me permitís que os tutee, no vamos a poder ver muy bien los datos del Estudio porque solamente tenemos esas dos pantallas, y al final los gráficos los datos son pequeños, entonces intentaré explicároslo con el mayor detalle posible cuando vayamos pasando cada página.

El título del Estudio ya veis que es "Análisis de la oferta económica y la demanda en el Mercado Ambulante", tal y como estaba previsto dentro de las acciones a realizar en el Grupo de Trabajo, pero si que quiero comentar que es importante que tengamos en cuenta que el Estudio completo no está terminado, porque para que el Estudio tenga sentido tenemos que hacerlo en varios momentos distintos, sobre todo a partir de que se implementen las medidas o las acciones que están previstas para ver realmente cuál es el

efecto. Con lo cual lo que vamos a presentar ahora es una primera toma de datos y es una foto fija actual de cuál es la situación del Mercado desde el punto de vista de vendedores y de visitantes, entonces creo que esto es importante.

Los resultados de este Estudio son los que teníamos previstos, en el sentido de que al final hemos podido acabar el trabajo de campo y todo, hemos corrido mucho por lo que comentaban Teresa y Natalia de las inclemencias del tiempo, y como desgraciadamente solamente podemos hacer trabajo de campo los miércoles y los domingos, pues cuando un domingo salía mal teníamos que esperar al domingo siguiente, aún así hemos llegado, hemos tenido muy poco tiempo para elaborar el Informe pero prácticamente está terminado. Es cierto que hay algunas cifras, sobre todo la estimación de la afluencia de visitantes, que a lo mejor puede cambiar, yo creo que mínimamente, porque igual falta un poco más de depuración ya que no ha sido fácil estimarla, pero el resto de resultados que son las encuestas y entrevistas que os hemos hecho a vosotros, los vendedores y a los visitantes, eso está analizado y los resultados los tenemos aquí. Bueno pues empiezo sin más dilación. Bueno, los antecedentes y la introducción yo creo que nos la podemos saltar, porque lo conocéis perfectamente.

El Informe está estructurado digamos que en 4 partes:

- Las encuestas que os hemos hecho a los vendedores
- Las encuestas que hemos hecho a los visitantes, pero mientras estaban en el recinto, durante su visita, encuesta de opinión, de hábitos, de valoración del mercado.
- Las encuestas de gatos que hemos hecho a los visitantes, pero ya cuando abandonaban el recinto. En algún sondeo previo que hicimos sobre el Mercado hace un año y pico preguntábamos sobre el gasto pero durante su visita, en muchos casos no habían terminado de gastar con lo cual era previsión de lo que iban a gastar, ahora hemos querido que al hacer esas preguntas era cuando abandonaban el Mercado y ellos también tuvieran claro cuánto se habían gastado en la visita de ese día.
- Y luego la última parte que es esa estimación de la afluencia que os comentaba.

También creo que es importante que nos mantengamos un poco en la ficha técnica, cómo se ha hecho el Estudio, para que veáis que hemos intentando que fuera lo más representativo y profesional por llamarlo de alguna forma posible.

Entonces a nivel de encuestas al colectivo de vendedores, hemos hecho como veis ahí, hemos hecho 50 encuestas entre miércoles y domingos a representantes de vendedores y a vendedores en sí. En el sondeo anterior solamente hicimos algunas entrevistas a representantes, en este caso hemos querido recoger la opinión individual o de titulares o de vendedores que estaban esos días en los puestos.



En el caso de los visitantes hemos hecho un total de 404 encuestas, la previsión era hacer 400, al final hemos hecho algunas mas, la mitad de las cuales han sido encuestas de las que llamamos de opinión, y otras 200 han sido encuestas de gasto.

De tal forma que a nivel estadístico la representatividad es bastante alta, siempre se puede mejorar, hasta el punto de que si entrevistáramos a todo el mundo entonces ya sería censal y entonces sería perfecto, pero entonces tampoco existiríamos las empresas de estudios de mercado porque precisamente se trabaja con muestras, pero en este sentido podemos estar tranquilos de que los resultados son representativos.

Hemos tenido en cuenta una serie de cuotas a la hora de hacer las encuestas, sobre todo mas en el caso de los visitantes, tanto de sexo, de distintos tramos de edad, y sobre todo también de día, miércoles o domingo, para intentar captar la opinión de visitantes que solamente fueran los miércoles o los domingos y que pudieran tener unas valoraciones o una opinión distinta.

Y en el caso de los vendedores hemos intentado recoger opiniones de hombres y de mujeres, y también de distintos tipos de puntos de venta o de puestos de venta, de productos que se venden, que a lo mejor no tenían mucha influencia en cuanto a la opinión, pero también hemos querido que la muestra fuera representativa en ese aspecto.

Luego está el tema de lo de los aforo de visitantes que luego lo veremos mas adelante, aforo me refiero a la afluencia, ¿qué hemos hecho para estimar esto?, pues por un lado hemos contado a la gente que entraba, teniendo en cuenta que el Mercado abre ente los 2 días de la semana, 8 horas en total, hablo de tiempo oficial de apertura, los miércoles de 10,00 a 13,30 h. y los domingos de 10,00 a 14,30 horas, esas 8 horas prácticamente hemos estado contado gente durante 7 horas, no se cuenta la hora entera porque la gente que cuenta tiene que descansar pues cada media hora descansaban 5 minutos, pero en ese sentido luego se hace una extrapolación de los datos que se obtienen al total de la hora y de ahí hemos sacado la gente que accedía a pie. Luego veremos el detalle de dónde hemos controlado a esa gente que venía a pie, pues como ya sabéis el Mercado no tiene unas entradas, digamos que es un recinto abierto y entonces al final la gente puede entrar por cualquier lado al Mercado, pero como si que hay unos sitios mas fijos de entrada o de acceso a pie éstos los hemos controlado.

Y además hemos controlado gracias a la colaboración del Equipo de Movilidad del Ayuntamiento, los visitantes que venían en coche o en vehículo motorizado, a través de la colocación de unos dispositivos, de unas gomas en el suelo, que se han estado poniendo durante 2 semanas, nosotros hemos sacado los datos de los días en que hemos hecho el trabajo de campo de encuestas y aforos, para hacer los cálculos en los mismos días, y de ahí hemos sacado también contando en esos puntos a aforadores para que contaran no solo los coches, que nos preocupaban menos porque ya estaban controlados por las gomas, sino sobre todo los ocupantes de los coches, para hacer una estimación de

cuanta gente podía venir en los coches y entre una cosa y otra lo hemos sumado y al final es como se llega a una estimación, y eso es lo que os digo que hemos llegado un poco justos porque al final esas cifras hay que depurarlas bien, porque no todos los coches que pasan van al Mercado, no todas las horas en que están puesta las gomas, que están puestas las 24 horas del día, no sirve para estimar a la gente que va al Mercado, en fin una serie de depuraciones que es necesario hacer y que hemos hecho, pero que a lo mejor tenemos que depurar un poquito mas.

Bueno, aquí no se si veis la pantalla, esto es importante, el tema climatológico, porque como comentábamos antes nos ha dilatado un poco el proceso, en el sentido de que queríamos hacer el trabajo de campo un miércoles y un domingo de la misma semana, y al pues final empezamos el domingo 18 de noviembre, que fue el peor de todos, y tuvimos que interrumpir el trabajo porque a medida que iba pasando la mañana se puso mucho peor.

Entonces cada una de las acciones que hemos hecho, la encuesta a los visitantes de opinión, la de gasto, la de vendedores, la contabilización de los visitantes a pie y la de los que llegaban en vehículo, pues lo hemos tenido que ir cuadrando en los distintos días que ha habido posibilidad. Ya veis que al final iba mejorando, el mejor día fue el miércoles 28 de noviembre, pero claro el 28 de noviembre fue cuando terminamos de hacer el trabajo de campo, y con las fiestas de por medio pues prácticamente ha habido seis o siete días laborables para analizar todos los resultados.

Empezamos ya directamente con el **bloque de las Encuestas al Colectivo de Vendedores**, al final de esos 50 casos entrevistados, 66% han sido hombres y 34% han sido mujeres. Y como os decía antes un poco representados todos los tipos de productos a la venta, 24% de ropa interior, 22% de prendas de vestir, 20% de telas y tejidos, que también yo creo que son los tipos de productos que mas se venden,... calzado, menaje de cocina, flores, ropa de cama, frutos secos, joyas,... bueno un poco de todo.

De las personas que hemos entrevistado, prácticamente la mitad eran titulares del puesto, pero un 48% no eran los titulares, eran vendedores, familiares o colaboradores. La antigüedad de los vendedores, pues mas del 80% llevan mas de 10 años dedicándose a la venta ambulante, que yo creo que ya era un dato conocido. Y en cuanto a la procedencia de los vendedores, el 70% son de Zaragoza capital, aunque hay un 14% que son de otros municipios del área metropolitana, un 8% de la provincia de Zaragoza, e incluso ha habido algún caso que son de fuera de Aragón, Baleares, Castellón, Navarra,... pero de forma ya mas residual.

La percepción sobre los motivos de asistencia de los visitantes. Preguntábamos a los vendedores que ¿cuál eran las razones por las que ellos creían que iban al Mercado? Entonces la principal razón y con mucha diferencia respecto a las demás, el 72% de los vendedores consideran que los visitantes por dar una vuelta y por curiosar. Luego ya de forma mas residual pues para comprar en la zona de la Venta Ambulante, otros para comprar en la

zona del Rastro, por los precios, un poco por todo,... pero básicamente los visitantes lo que quieren es dar una vuelta por el Mercado.

Y también os preguntábamos: ¿Cuál creéis vosotros que es la imagen o la percepción que tienen los visitantes del Mercado? Y casi la mitad de los entrevistados consideráis que es buena o muy buena. Y solamente 2 de cada 10 consideran que es mala. Con lo cual tenéis una percepción, probablemente por la relación con los visitantes, de que el ambiente que se genera es bueno, como luego se confirmará en otro dato que veremos.

En cuanto a ¿si a los visitantes les gustaría encontrar otro tipo de productos aparte de los que ya se están vendiendo?

- Un 66% de los vendedores considera que si
- y un 24% que no.

Pero entre ese 66% en cuanto a la categorías de productos que consideran que les gustaría a los visitantes, pues sobre todo temas de alimentación y específicamente mas de fruta y verdura, casi el 89% de ese 66% que he citado. Luego también otros productos naturales, y luego ya de forma mas residual, otros productos envasados, e incluso animales vivos, arreglos de ropa, etc. pero ya de forma muy residual.

La primera pregunta que hacíamos sobre tema económico: ¿la percepción que los vendedores tienen de cuál es el gasto medio que hacen los visitantes cuando van al Mercado?. Ahí el gasto medio que entre todas las entrevistas a vendedores ha salido es de 16,6 €, esa es la percepción de lo que se cree que se gasta. Entrando un poco mas en detalle se considera que:

- el 40% de los vendedores cree que se gasta entre 1 y 10 €,
- el 28% entre 11 y 25 €,
- el 22% cree que entre 26 y 40 €,
- y apenas un 2% cree que los visitantes gastan mas de 40 €.

Luego esto lo podremos contrastar con lo que realmente dicen los visitantes, que es lo interesante también.

También preguntamos a los vendedores ¿cuál era el número de productos o de referencias que vendían un miércoles o un domingo? Y la media que ha salido es:

- en el caso de los miércoles 9 referencias
- y en el caso de los domingos, pues el doble, 18 y pico, casi 19 productos de media.

En cuanto a los ingresos medios de los vendedores lo que nos han contado es que los miércoles, y hablo siempre de medias, esto es importante tenerlo en cuenta, porque como se ve en el gráfico hay mucha distribución de datos entre diferentes tramos, pero los ingresos medios de un miércoles son 37,5 € frente a los 90 € de un domingo de media.

Lógicamente como es una media, aquí probablemente en el caso de los domingos que hay un 24% que creen que hay visitantes que gastan hasta 150 €, pues estos también influyen en la media, pero la mayoría, aparte de éstos, la



mayoría considera en el caso de los domingos que se gastan entre 26 y 50 €, y en el caso de los miércoles, pues menos, entre 0 y 25 €.

Preguntados los vendedores por ¿qué les parecen estos ingresos semanales?, pues la opinión en general es que resultan insuficientes o muy insuficientes, en total para el 80% esa es la opinión.

Luego esta es una pregunta que hacíamos tanto a vendedores como luego veremos que a visitantes también, que era la valoración general, el nivel de satisfacción en una escala académica que todos entendemos de 0 a 10 puntos sobre el Mercado, en concreto sobre el Mercado Ambulante, porque no lo he dicho al principio, pero como todos sabéis el Estudio está concentrado en los puestos de la zona del Mercado Ambulante y no en el Rastro. Y aparte de esa valoración global por la que preguntábamos, también preguntamos por una serie de aspectos.

Entonces la valoración global que dan los vendedores al Mercado de 0 a 10 es de 5,5 puntos, aprobado raspado. Y a la contribución de esta nota media, pues sobre todo lo que la ha penalizado pues son aspectos que de alguna forma obtienen un suspenso:

- principalmente la oferta de medios transporte público para llegar al recinto que esta valorado con 2,9 puntos
- las instalaciones 3,9
- la ubicación 4,5
- los accesos para el público 4,9.

Y luego por el lado contrario aquellos aspectos con los que se está mas satisfechos pues:

- el ambiente entre vendedores y visitantes, lo que os comentaba al principio, que lo valoran los vendedores con 8,4 puntos sobre 10,
- la zona de carga y descarga para los vendedores pues también 7,7 puntos,
- y luego ya mantenimiento y limpieza del recinto, el horario de apertura y la relación con los administradores del Mercado pues también en unos niveles de notable, de 7 puntos para arriba.

Luego de forma sugerida, también les preguntábamos a los vendedores, que es una pregunta que también hemos hecho a los visitantes, la imagen que tenía el Mercado, pero no de forma espontánea, sino en torno a 5 frases o a 5 posicionamientos que nosotros os leíamos para ver con cuál estabais mas de acuerdo de ellos. Entonces con el que mas de acuerdo se está es con que el Mercado Ambulante transmite imagen de buenos precios, también hay mucho acuerdo con que transmite imagen de familiar y de cercano, también hay mucho acuerdo en que no transmite imagen de descuidado y sucio. Y luego ya de forma menos consensuada pero también con valoraciones altas, es que transmite imagen de calidad, y quizás en donde menos consenso hay es con que transmite imagen de moderno e innovador.

Hacíamos algunas preguntas también sobre cuál era la opinión de los vendedores sobre la normativa actual, el Reglamento que en estos momentos rige la Venta Ambulante en Zaragoza, pues para tener también su opinión. En un principio preguntábamos por si el número de puestos que hay actualmente, que creo que son 453 los que fija el Reglamento, si eran muchos, era adecuado o eran pocos, y para el 36% son muchos, para el 10% son pocos, y para una mayoría, en este caso el 52% sería una cifra adecuada.

Entre los que han dicho que son muchos o que son pocos les hemos preguntado cuántos puestos creen que debería haber, y la mayoría considera que el número ideal estaría entre 250 y 300 puestos. Hay un poco opiniones de todo tipo, con extremos también, pero un poco yendo a medias, entre 250 y 300.

Luego preguntábamos de forma abierta, y ya acabando en la entrevista a los vendedores, sugerencias sobre el Reglamento, qué cosas creen que podrían mejorarse respecto a la normativa actual. Entonces aunque es cierto que hay un 42% de los vendedores que no aportan ninguna sugerencia, pero entre los que si citan algo, los mas citado es:

- mas días de apertura 18%
- mejora del transporte 16%
- control de productos en venta el 12%
- el espacio protegido de fenómenos atmosféricos 10%

y estos serían los principales.

Luego también hablamos sobre la ubicación, y sobre la valoración que hacéis los vendedores sobre su ubicación actual, que ya va para 10 años, después de la Expo:

- El 70% considera que ha evolucionado a peor
- El 26% cree que ha seguido una evolución normal, ni buena ni mala.
- Y solamente un 10% de los vendedores considera que ha evolucionado a mejor.

En cuanto a la ubicación mas adecuada que ha tenido el Mercado en toda su historia:

- El 86% de los vendedores cree que la mejor ubicación ha sido la de Romareda.
- Y solamente un 12% cree que la actual en el Párking Sur Expo.

Y en cuanto a cuál sería la ubicación adecuada o mas adecuada en estos momentos, actualmente, lógicamente tiene mucho que ver con lo que acabamos de preguntar, porque por un lado preguntábamos históricamente cuál había sido la mejor, y ahora preguntamos actualmente cuál se considera que sería la mejor:

- pues vuelve a salir la zona de Romareda para el 80% de vendedores,
- seguida de la actual en Párking Sur Expo un 10%,
- y luego ya de forma residual, un caso o dos que han contestado la zona de Cesáreo Alierta, zona de Estación del Norte, Plaza del Pilar, e incluso zona de Aragonia, pero como os digo ya es un caso o dos.

Preguntábamos también si las medidas que el Ayuntamiento había anunciado hace un mes mas o menos que se iban a implementar relacionadas con las zonas de sombra, con los parapetos para el viento, etc hasta que punto se conocían y bueno:

- el 40% de los vendedores dicen estar al tanto
- pero sin embargo un 58%, prácticamente 6 de cada 10 no estaba al tanto.

Les hemos leído todas esas medidas anunciadas para que nos dijeran cuáles consideraban mas importantes y necesarias en estos momentos. Y las 2 que mas importancia se les ha dado son:

- el hecho de poner protectores para el viento
- y luego mejorar las líneas de autobús, que han sido consideradas importantes para el 76% de todos los vendedores que hemos entrevistado.
- Luego ya para la mitad de los vendedores también las medidas para generar sombras

Y luego ya mas alejado de estas 3:

- mejoras en cafetería y aseos
- campaña promocional del Mercado
- instalación de 35 bancos de hormigón
- estudio de oferta, demanda e impacto económico, que es justo lo que estamos haciendo ahora
- la dinamización del espacio con actividades de ocio y recreativas
- revegetación del espacio
- instalación de 40 papeleras

Este ha sido un poco el orden de prioridad en cuanto a importancia de las medidas.

Y por último sugerencias de mejora de forma espontánea que preguntábamos a los vendedores, para que aparte de todo lo que habíamos preguntado, si tenían algo que aportar para mejorar el Mercado y la situación de la Venta Ambulante, pues también tenemos un 44% de vendedores que ya no se les ha ocurrido aportar nada mas. Pero entre los que si que han dicho algo:

- un 14% han hecho referencias al tema de la ubicación, a mejorar la ubicación
- un 10% a abrir mas días, mas días de apertura
- otro 10% a mejorar el tema del transporte, específicamente sobre todo los autobuses

Y luego ya pues:

- el control de los productos en venta,
- mejores condiciones en general,
- los espacios para proteger de fenómenos atmosféricos,
- vigilancia y control de los puestos
- mejora de los accesos
- limpieza
- quitar la ropa usada, en algún caso también comentaban
- bancos para descansar,

- ampliar el Mercado,
- incluso algún caso hablaba de mejora de condiciones eléctricas,
- otro caso difundir más el Mercado,
- y otro caso de quitar los puestos no pagados.

Al final había opiniones para todos.

Esta es la parte de los vendedores, ahora vamos a ver que nos han dicho los visitantes. Empezamos con la parte de las **encuestas de opinión, de valoración de los visitantes**. Como os decía al principio hemos intentado que fuera un muestra representativa en cuanto a perfiles de sexo, de edad y también de días de encuestación.

- Hemos entrevistado a 53% de mujeres dentro de los 203 casos entrevistados
- el 46,8% hombres

En cuanto a edades pues:

- El 22% entre 18 y 35 años
- el 38% entre 36 y 55 años
- y de más de 55 años el 40%

La muestra como os decía hemos hecho la mitad el miércoles y la mitad el domingo.

De todos los visitantes entrevistados el 90% residen en Zaragoza. Aunque es verdad que hay casi un 11% de visitantes que vienen de otras localidades de fuera de Zaragoza exclusivamente al Rastro.

En cuanto a los distritos de residencia de estos visitantes mayoritariamente son: del Actur, de Almozara y Delicias, también del Rabal.

Y las otras localidades de residencia de este 11% de visitantes que no residen aquí en Zaragoza, pues la mayoría son de la provincia de Zaragoza, y algún caso hemos entrevistado de Huesca, de la provincia de Huesca, Monzón por ejemplo, incluso alguien de Navarra, de la Rioja o de la zona sur de España sin especificar.

Primera cosa que les preguntábamos a los visitantes, cómo habían accedido, cómo habían llegado al Mercado, qué medio de transporte habían utilizado:

- de media el 45% nos declara que ha llegado en coche,
- el 27% en autobús urbano
- y el 23% a pie

Si desglosamos algunos de estos casos, lo hemos hecho en aquellos casos en los que había diferencias significativas entre el miércoles y el domingo.

- Pues en el caso del coche vemos como esa media que os decía es la media de que los miércoles van el 35% en coche, pero los domingos van el 55%, con lo cual hay un incremento bastante grande en cuanto a la llegada en coche los domingos.

- Y a pie pasa todo lo contrario, el 29% de los visitantes llega a pie los miércoles cuando los domingos solamente es el 17%.

Dentro de los que van en autobús, les preguntábamos también ¿Qué línea de autobús utilizaban principalmente?

- La mas utilizada es el circular, con un 60% de media, 62% miércoles y 59% domingo, apenas hay diferencia aquí,
- seguida de la línea 34 con un 34%, miércoles un 31% y domingos un 37%, la media es un 34%

Y luego ya otra líneas de forma mas residual. Esto probablemente empezará a cambiar ahora que se ha implementado la línea 51 creo, que parece que está funcionando bien.

También les preguntamos por la compañía, con quién habían ido al Mercado, también es interesante saber si van solos o van acompañados, pues bien nos ha salido que:

- el 40% de las personas que visitan el Mercado lo hacen en solitario, sin compañía, lo hacen solos o solas
- el 24% acuden con la familia
- el 21% con la pareja
- el 13-14% con los amigos

Es curiosos ver como si que hay diferencias entre miércoles y domingos:

- porque en el caso de la gente que acuden solo van mas solos los miércoles (46%) que los domingos (34%)
- en el caso de las familias pasa lo contrario, los miércoles van el 16% con familia y los domingos es el 31%
- y con la pareja pasa lo mismo, los miércoles menos y los domingos mas (el 24% los domingos)
- y con los amigos sin embargo, los miércoles el 17% acude con amigos, cuando el domingo solamente es el 10%.

Como veis ahí claras diferencias entre miércoles y domingos.

La media de personas que al final sale por grupo es de 1,8 personas. Como hemos visto el gran peso que tienen las personas que van solas, lógicamente no llega ni a 2 de media. Y luego niños de 10 años que también les preguntábamos pues prácticamente son residuales, como habréis observado son de otras edades la media de los visitantes del Mercado, apenas sale 0,1 niños de media.

En cuanto al número de visitas que realizan al Mercado, les preguntábamos si era la primera vez o iban de forma habitual. Pues tenemos que:

- una mayoría del 61% ha ido mas de 20 veces al Mercados
- tenemos solamente un 5% que el día que les encuestábamos era la primera vez que iban
- un 6% que habían ido de 1 a 3 veces
- un 18% que habían ido de 4 a 10 veces
- un 7% entre 11 y 20 veces

y como os digo la gran mayoría eran visitantes asiduos.

En cuanto al día de visita mas habitual:

- principalmente el 60% de todos los visitantes que hemos encuestado van los domingos
- el 18% los miércoles
- y el 19% miércoles y domingos, hay algún visitante que suele ir los dos días.

También les preguntábamos por la zona del Mercado Almozara, incluyendo Rastro y Venta Ambulante, qué mas visitaban cuando iban al Mercado:

- el 55% solamente visitan la Venta Ambulante, esto cambia un poco en miércoles o domingo, lógicamente porque el miércoles solo hay Venta Ambulante con lo cual se visita mas,
- y el domingo prácticamente la mitad visita la Venta Ambulante y la otra mitad visita el Rastro.
- de hecho gente que suela ir a las 2 zonas, incluyendo miércoles y domingos pues es el 36% de los visitantes.

En cuanto a la duración de la visita, aquí hemos preguntado 2 veces, hemos preguntado ahora mientras los visitantes estaban en el recinto, pero luego en las Encuestas de Gasto también les hemos preguntado a la gente que salía cuánto tiempo ha estado. Veremos que hay una pequeña diferencia porque aquí estamos preguntando antes de que acabe la visita y es una previsión, aunque les preguntamos que habitualmente cuando van cuánto tiempo están, y luego veremos realmente el tiempo que han estado. Pero la media habitual cuando se acude al Mercado es de estar alrededor 1 hora y media, prácticamente no hay diferencias entre miércoles y domingos, si acaso 8 minutos mas los domingos de media, 1 hora y 27 minutos los miércoles frente a 1 hora y 35 minutos los domingos, incluso hay gente que dice estar mas de 2 horas, un 23%, lo que pasa es que al final la media sale lo que os he comentado.

Y la intención de compra que tienen mientras acuden al Mercado, de hacerla en la zona del Rastro o hacerlo en la zona de Venta Ambulante:

- el 60% tiene intención de comprar solo en los puestos de Venta Ambulante
- y solamente el 11% en las 2 zonas

Hacíamos una pregunta sobre cuál era la percepción espontánea sobre el Mercado, nos interesaba mucho que el cuestionario tuviera preguntas abiertas en cuanto a la espontaneidad al contestar, a ver que era lo primero que les venía a la cabeza a los visitantes. Cuando les preguntamos en concreto que es lo primero que les venía a la cabeza cuando oían hablar de venta ambulante:

- lo primero que les viene a un 32% de los visitantes son precio, ofertas, oportunidades, es decir todo temas relacionados con el precio,
- en segundo lugar pero ya mas distanciado, que lo dicen el 10% de los visitantes, pasar el rato, distracción, que tiene un poco relación con lo que hemos visto al principio, que al final la percepción que tenían los vendedores de por qué iban los visitantes, pues efectivamente hay un

porcentaje de visitantes que acuden pues para dar una vuelta y pasar el rato, y algunos de ellos lógicamente también compran.

Básicamente estas son las opciones principales, hay otros que nos dicen: pues porque le gusta, porque está bien, otros porque les gusta los puestos de la venta ambulante, porque hay variedad, porque le gusta el trato de la gente, hay muchos tipos de respuesta distintas pero con opiniones muy residuales de uno o dos casos.

Esta pregunta que habíamos hecho también a los vendedores de ¿Qué transmite el Mercado?, que les leíamos las opciones, pues vemos que en general y en este gráfico que ahí se ve un poco las 2 barras, pues la barra gris clara es lo que opinaban los vendedores, y la barra mas oscura es la valoración que dan los visitantes a esas opciones que les leíamos. Os las recuerdo:

- Para los vendedores con lo que mas de acuerdo estaban era con que el Mercado transmitía imagen de buenos precios. También es con lo que mas están de acuerdo los visitantes pero no con esa fuerza con la que lo decían los vendedores.
- En segundo lugar que transmitía esa imagen de familiar y cercano, que también, pero no con la misma fuerza, también opinan lo mismo los visitantes.
- Y en tercer lugar que no transmite imagen de descuidado y sucio, y ahí los visitantes también están de acuerdo en eso.

Con lo cual aquí, aunque con mas fuerza en todas las opiniones por parte de los vendedores pero van un poco en línea con lo que opinan los visitantes

En cuanto a ¿cuál es la opinión general que tienen los visitantes de los puestos de Venta Ambulante del Mercado? pues vemos que:

- el 73% considera que buena o muy buena
- y solamente un 2% cree que mala

con lo cual ahí hay pues hay sintonía y viene a corroborar un poco eso que decíamos de que el ambiente que se genera es bueno y positivo.

Volvemos a preguntar aquí a los visitantes, como habíamos hecho con los vendedores, ¿si les gustaría encontrar otros productos a la venta aparte de los que en este momento se venden?

Pues bueno tenemos que no con tanta fuerza como salía con los vendedores, pero un 40% de los visitantes si que les gustaría encontrar otras cosas.

¿El qué?. Pues entre ese 40% lo que mas dicen son temas relacionados con productos alimentarios, el 76% de las sugerencias de productos son productos alimentarios. Y de ese 76%, el 43% frutas y verduras. Estas son las sugerencias de productos mas demandadas. Os podéis imaginar que en la lista hay muchas cosas porque ya de forma muy puntual hablan de: cosas de casa, de juguetes, de muebles, de productos para animales, de bricolaje,... bueno de todo, al final cuando se hacen preguntas abiertas de este tipo y entrevistas a mucha gente pues salen opciones de todo, pero lo importante es quedarse con que sobre todo son productos alimentarios lo que mas se demanda.

La pregunta de valoración que hacíamos a los vendedores la hacemos igual a los visitantes como os comentaba, y luego en cada uno de los aspectos del

Mercado también: en este caso la nota media que dan los visitantes al Mercado es de 7,68 puntos sobre 10, digamos que están mas satisfechos de forma global que los vendedores.

Con lo que mas satisfechos están, pues con 2 cosas:

- con el horario de apertura y de cierre
- y con el aparcamiento para los coches

Luego también de forma notable, con notas cercanas al 8 pues están:

- el trato y atención de los vendedores
- y que junto con el domingo el segundo día de apertura sea exactamente un miércoles
- también con la ubicación,
- con la oferta de producto,

Todos estos con notas de valoración por encima del 7:

- con los accesos para el público,
- con el número de días de apertura a la semana

pero bueno aunque todos tienen puntuaciones por encima del 7, hay 7 u 8 aspectos que están por encima de éstos.

Y los peor valorados, aunque no llegan al suspenso, porque todos tienen mas de 6 puntos:

- es la oferta de medios de transporte público que está valorado con un 6,5 puntos sobre 10
- el mantenimiento y limpieza del recinto 6,7
- y las instalaciones 6,8 puntos.

Luego les preguntábamos también qué intención tienen de recomendar el Mercado Ambulante a su entorno, ya sea a familiares, a amigos, etc. una vez que ya lo han visitado. Pues bueno aquí tenemos que les preguntábamos en una escala de 0 a 10, donde 10 era que lo recomendarían con toda seguridad y 0 que no pensaban recomendarlo para nada, y al final nos sale una nota de prácticamente un 8, con lo cual vemos que la intención de recomendación es alta y tiene que ver con esa satisfacción con el Mercado que hemos visto.

Luego hemos sacado también un indicador que algunos conoceréis, que es el NPS, que es un indicador que últimamente se utiliza mucho en el caso de recomendación para depurar un poco esta recomendación, porque al final hemos observado los que nos dedicamos a esto desde hace muchos años, que el hecho de decir que se va a recomendar no quiere decir que luego realmente se acabe recomendando. Entonces este indicador lo que hace es ser un poco mas duro con esas respuestas, y lo que hace es solamente considerar a los que nos han dado un 9 o un 10 que dicen que van a recomendar, considerarlos, restarlos de los que opinan con menos de 6 puntos en este aspecto y de ahí se saca un indicador, es sin mas, como no tenemos referencia, el indicador sale en 15,8 pero como no tenemos referencia ni con otros mercados ni con otras tomas de datos en nuestro Mercado, pues de momento es un dato solo de partida.

Preguntamos también a los visitantes por las ubicaciones, las mejores que consideran que ha tenido el Mercado y la que consideran que actualmente sería la mas adecuada.

En cuanto al histórico creen que:

- la actual en Párking Sur Expo es la mejor para el 69%, recuerdo que para el caso de los vendedores era solo el 12%
- y la zona Romareda es la segunda opción para un 25%, frente al 86% de los vendedores que consideraban que había sido la mejor.

Como veis están un poco cambiados aquí los porcentajes.

Y en cuanto a la que sería la mejor en estos momentos:

- pues los visitantes consideran que la actual, un 70% de ellos
- y un 20% que Romareda

Digamos que entre esas 2 ubicaciones es donde está la mayoría de opiniones.

Luego hay otras pero insisto muy residuales, las leo ya que no podéis verlas porque está muy pequeño: un 2% habla de zona Príncipe Felipe, un 1,5% zona Plaza de Toros, que creo que ahí por espacio no podría ser porque si mal no recuerdo creo que solamente ha estado el Rastro, no ha estado la Venta Ambulante, Estación del Norte también sale, e incluso otras como la Plaza de la Albada, Rabal en general, Actur en general, incluso alguno dice que cada día en un sitio. Con lo cual ya veis que para opiniones hay de todo.

Preguntamos también si conoce la población, en este caso los visitantes, las medidas que el Ayuntamiento había anunciado, pues bueno aquí tenemos un 61% de los visitantes que no están al tanto, pero cuando se las leemos también nos las han priorizado:

- para el 59% de los visitantes la mas importante son las medidas para generar sombras
- para el 48% medidas que protejan del viento
- y en tercer lugar para el 42% mejoras en la cafetería y en los aseos.

Estas son las 3 medidas de las anunciadas, las mas importantes para los visitantes.

- en cuarto lugar sería la instalación de los bancos de hormigón,
- en quinto lugar, aunque es quinto lugar, pero es casi 3 de cada 10, el 27, 28% de los visitantes, mejorar las líneas de autobús,

y las demás ya pues de forma mas residual.

En cuanto a las sugerencias de mejora que les preguntamos al final por si algo se había quedado en el tintero que quisieran decir, pues bueno un 63% no aporta nada. Y entre los que aportan algo que son muy pocos casos, pues hablan de sugerencias relacionadas con: el transporte y los accesos, con la mejora de las instalaciones, algunos con amplitud de horarios, ampliar los horarios, el hecho de que haya ubicaciones diferentes, tema de limpieza, mas variedad de productos, zonas de aparcamiento, seguridad, poner mas bancos, ... bueno un poco de todo. Y luego incluso también hay casos de que hablan de que solo se venda con licencia, de que se solucione el tema top manta, de

que los pasillos queden libres de vendedores, de que la calidad del producto mejore en algunos casos, ... bueno un poco miscelánea de opiniones.

Entramos ahora ya en la tercera parte, que es la de la **Encuesta de Gasto a los Visitantes**, vamos a ver realmente cuánto nos dicen que se han gastado durante su visita.

Aquí también hemos intentando que el perfil de los visitantes fuera variado en cuanto a sexo, en cuanto a edad y en cuanto a día de encuestación, pero también hemos querido introducir algún criterio de aleatoriedad a la hora de ir seleccionando a los visitantes que salían precisamente pues para no encuestar a los que salieran sin bolsas o todo lo contrario, entonces se encuestaba cada x número, en este caso creo que lo hacíamos cada 3 personas y se encuestaba a la siguiente que se dejaba entrevistar y de esta forma hemos garantizado la aleatoriedad de la muestra.

Como os decía lo primero que les preguntábamos era la duración de la visita. Recuerdo que estamos preguntando a visitantes que acaban de terminar la visita y les estamos cogiendo a la salida del recinto, entonces aquí la duración media ha salido un poco mas baja, de 1 hora y 10 minutos. Es cierto que hay diferencia entre el miércoles y el domingo,

- el miércoles es prácticamente 1 hora y
- el domingo es 1 hora y 17 minutos.

Y luego el primer dato interesantes, de todos los visitantes que íbamos parando ¿cuántos han comprado?.

Al final nos sale el dato de que el 77%, prácticamente el 78%, el 77,6 % de los visitantes nos declaran que han realizado alguna compra durante su visita esos días. Esto cambia de miércoles a domingo, porque el miércoles aunque no hay mucha diferencia pero parece que hemos captado a visitantes que compraban mas, o que han comprado frente al domingo:

- el 81% de los encuestados habían comprado el miércoles y
- solamente el 74% el domingo,

pero como os digo son cifras muy parecidas, la media es el 77 que os comentaba.

En qué zonas del Mercado compraban. Porque como la salida es la misma para el Rastro y para Venta Ambulante pues teníamos que preguntarles esto.

Entonces de estos que habían comprado:

- el 83% lo habían hecho en los puestos de Venta Ambulante y
- solamente el 16,7% en los puestos del Rastro y de Venta Ambulante, de los dos,
- y en el Rastro prácticamente residual.

Motivos de compra, ¿por qué habían comprado aquel día allí?

- El 57% por precios, por los precios bajos
- El 18% por la variedad de productos
- el 17% por pasear, por dar una vuelta, esto se entiende que ya que han ido a dar una vuelta ya de paso han comprado algo

- el 13% por la buena calidad de los productos
- el 7% por la cercanía a su casa
- incluso casos residuales, pues en algún caso para enviar ropa a su país, en otros casos porque son familia numerosa y le viene bien ir al Mercado,...ya aspectos muy minoritarios.

En cuanto a ¿qué tipo de productos compraban? y ¿cuántos han comprado?
La media de referencias compradas es de 3,7, prácticamente 4. Y los tipos de productos que se han comprado pues:

- el 59%, prácticamente 6 de cada 10 nos dicen que han comprado prendas de vistas
- el 26% ropa interior
- el 25% telas y tejidas
- calzados un 6%
- bolsos, carteras, mochilas otro 6%
- perfumería también otro 6%
- y luego ya de forma residual flores, etc.

¿Cuánto nos dicen los visitantes que han gastado durante esta hora y pico que han estado de visita?

El gasto medio que nos sale entre los 2 días es de 19,68 €, es decir prácticamente entre 19 y 20 €, esto de media, y con muy poca diferencia entre el miércoles y el domingo:

- el miércoles sale de media unos 20,2 €
- y el domingo 19,1 €

pero la media es esos 19 y pico - 20 €, esto es lo que gastan de media los visitantes cuando van al Mercado.

Vuelvo a insistir que esto es una media, que hay casos muy dispares y hay extremos, porque:

- el 38% gasta entre 1 y 10 €
- pero también tenemos un 2% que gasta mas de 60 €
- y un 3% que gasta entre 50 y 60 €

pero al final nos tenemos que quedar con las medias que creo que es lo mejor y sale esta media de 19 €.

Y ahora entramos ya en la última parte, que es esta **estimación de la afluencia de visitantes** que os comentaba. Bueno aquí hay unos planos que os hemos querido poner para que vierais donde se habían colocado los aforadores que controlaban el acceso de las personas a píe. Como sabéis desde la Avda. Ciudad Expo hay como 4 entradas peatonales mas o menos señalizadas:

- que son una las escalera, donde está el punto A, que sería a la derecha el de abajo del todo
- luego hay 2 zonas de entrada de camino de tierra
- y luego una 4ª que es la Rotonda por donde acceden los coches, ese paso de cebra por el que se accede también al Páking, pero que lógicamente también entra gente andando

Entonces hemos controlado esos 4 puntos, y hemos controlado también por la parte de atrás, toda aquella gente que podía entrar andando por ahí porque al final pueden venir de la Expo o pueden venir del Vivero que hay cerca en la parte posterior del Rastro, etc., aunque lógicamente toda la gente que viene por la parte de detrás se supone que cruza andando porque ha venido en coche y ha aparcado en esas zonas de ahí.

Y luego los puntos de control del acceso en vehículo, no se ve ahí muy bien, pero al final las gomas del Servicio de Movilidad han estado instaladas, se han colocado 3:

- una en la Rotonda principal de acceso por la Avda. Ciudad Expo, que es el mayor punto de entrada de vehículos
- y luego se han colocado 2 en la parte de atrás del Mercado:
 - una para controlar a los que vienen por el Camino de la Noguera,
 - y otra para los que vienen de la Autopista, de la Avda. Ciudad de Soria, de la parte de la Estación, que como sabéis también hay una salidita por ahí que también lleva al Mercado.

Entonces como os decía hemos puesto, no exactamente en esos puntos, sino ya mas cerca del Mercado, porque una vez que pasaban por los puntos de las gomas ya no había escapatoria, iban hacia allí, ahí es donde hemos controlado también el número de ocupantes que llevaban esos vehículos que accedían, y aquí hay una las estimaciones que hemos hecho y las extrapolaciones de datos, y estos son los resultados al final de los datos que nos han salido.

Al final tenemos que los miércoles, y aquí están los dos tipos de forma de llegar a pie o en vehículo, pues tenemos que:

- Los miércoles sale alrededor de 1.700 visitantes que llegan a pie y unos 1.950 que llegan en vehículo, que hacen un total de unos 3.700 visitantes.
- Y los domingos tenemos como unos 7.000 a pie y en vehículo unos 5.000, para un total de 12.000 visitantes mas o menos.

Como os decía estas cifras son las que a lo mejor tenemos que depurar un poco mas, pero realmente creo que no van a cambiar mucho, lo mas difícil de estimar aquí es la parte de lo de los coches, porque la parte de la gente que accede a pie, como os decía al principio prácticamente hemos estado durante todas las horas de apertura contando a gente y en todos los puntos donde se supone que entra gente. Evidentemente alguno puede haber entrado directamente desde la parte derecha de la Expo donde está el Párking principal, pero bueno son casos muy mínimos. Al final el hacer estas estimaciones para este tipo de aforos en espacios totalmente abiertos pues es complicado, pero como referencia yo creo que al final hay que sacar un poco la lectura de que los domingos hay como mas del triple de visitantes que los miércoles, y esto si que es un hecho constatable.

Luego ya para terminar también hemos hecho como un pequeño conteo de los puestos activos que había cada uno de los días que hemos hecho el trabajo de campo, puestos abiertos. Entonces como veis:

- el miércoles 21 de noviembre había solamente 219 puestos abiertos frente a los 453 que en teoría pueden haber, pues estamos hablando de un 48% de ocupación,
- el domingo 25 de noviembre había mas puestos, 356 pero que supone el 78% de ocupación

En cuanto al número de vendedores:

- ese miércoles había 369 vendedores,
- el domingo casi el doble 671 vendedores.

Y en cuanto al género de los vendedores, pues bueno:

- los miércoles el 56% hombres, 44% mujeres,
- y los domingos se incrementa un poco el de hombres, 66% frente a 34%,

Al final como vemos el ratio hombre-mujer:

- el domingo es prácticamente el doble de hombres frente a mujeres,
- y el miércoles por 1,2 hombres por cada mujer.

Las **conclusiones** prácticamente si os parece me las voy a saltar porque esto es un resumen ejecutivo de lo que acabamos de ver, si que a lo mejor podemos leer esto, que son algunas primeras lecturas principales del Estudio que podemos sacar y como os digo todavía nos quedaría un poquito para darle una vuelta, pero principalmente se puede ver que:

- Los visitantes tienen en general mejor imagen del Mercado que los propios vendedores.
- Que los visitantes también tienen claro que acuden al Mercado por los precios bajos y también por distraerse.
- Que existen algunas diferencias claras según el día de mercado que hablemos, miércoles o domingo, por ejemplo en el tema de los ingresos de los vendedores, en el perfil del visitante, en el medio de transporte que se utiliza para llegar o en la duración de la visita.
- También que la mitad de los visitantes acude en coche al Mercado, por lo tanto se trata de un colectivo importante al que conviene dar un buen servicio de accesos y de aparcamientos, de la misma forma que complementariamente se trabaja en mejorar el servicio de transporte público.
- 4 de cada 10 visitantes visita el Mercado en solitario y yo creo que esto es una oportunidad porque es un colectivo al que se podría incentivar con una programación de actividades lúdicas y recreativas como está previsto, para que atrajeran al Mercado a familiares y amigos; esto además podría hacer que la visita fuera mas larga con lo que cual mas posibilidades también de que se pudieran aumentar las ventas, siempre es mas fácil captar a un cliente ya conocido, aunque sea el que va solo para que traiga mas gente que captar a clientes nuevos, con lo cual

tenemos un 40% de visitantes que acuden solos al Mercado, que en la medida en que vayan acompañados va a beneficiar a todos.

- También que vendedores y visitantes coinciden en que la oferta de productos a la venta debería ampliarse, sobre todo productos alimentarios.
- Que existe una evidente preocupación de los vendedores por la venta ilegal, la competencia desleal y la ocupación de zonas de paso.
- Que la ubicación preferida para el Mercado es la zona de Romareda para la gran mayoría de vendedores y sin embargo para los visitantes la principal es la del Párkin Sur.

Y nada mas, luego al final hay una serie de fotos que hemos querido hacer también de los días que hemos hecho el trabajo de campo para que se viera un poco lo que era la ocupación de ese miércoles y de ese domingo, tanto de vistas panorámicas como del tránsito por las diferentes calles de los puestos, también de los vendedores y de los tipos de productos que se venden, un poco como un anexo para que quede constancia de lo que es la situación del Mercado.

Incluso también, y este también es un aspecto que hemos intentado cuidar, a la hora de elegir a los encuestadores y los aforadores, pues sobre todo en los encuestadores hemos querido que hubiera gente de distintas edades, precisamente para que fuera mas fácil el trato con los visitantes, no hubiera esa brecha generacional y fuera mas fácil conseguir que colaboraran en la entrevista.

Y esto es todo hasta ahora, insisto y con esto termino, en que es una primera toma de datos, que lógicamente deberían ir evolucionando, y esperemos que a mejor en todos los parámetros que hemos medido pues cuando se vuelva a hacer otra muestra de campo, a medida que se vayan implementando las medidas lógicamente pues puede ir cambiando el gasto que hacen los visitantes, la afluencia, la valoración de aspectos que ahora están peor valorados, etc. pero para hacer ese análisis o ese estudio económico mas definitivo pues tenemos que esperar a hacer otras tomas de campo.

Por supuesto estoy a vuestra disposición no solo ahora sino en cualquier momento para que me hagáis todas las preguntas o consultas que estiméis.

D^a Elena Giner Monge.- Consejera de Participación, Transparencia y Gobierno Abierto:

Pues muchas gracias Javier por toda la exposición, todo el detalle y el trabajo que habéis hecho, que entiendo que una vez terminado, maquetado y ultimado nos lo facilitaréis para que podamos hacerlo llegar a todos los miembros del Grupo para poder estudiarlo con mas calma.

Es el momento ahora, bueno yo creo que aquí se dan muchos elementos, y como ha dicho Javier es una primera toma de contacto y esto es lo que va a permitir que en unos meses o en años, cuando queramos volver a medir y saber qué impacto han tenido las medidas que se tomen, pues vamos a poder compararlo con los datos que tenemos ahora, pero ya en sí estos datos nos dan informaciones, algunas constantan cosas de las que ya venimos hablando y que mas o menos todos podríamos tener como intuición o como constatación clara, y otros datos interesantes nuevos que hacen orientar algunas de las conclusiones como has señalado ya en esa primera lectura que hacéis de los datos.

Yo creo que es un momento ahora de que cada uno con lo que nos habéis compartido pues que hagamos esas primeras valoraciones y vayamos viendo hacia donde nos orienta un poco esta información, sabiendo que todavía se puede extraer mas, estudiar y todavía podemos sacar mas jugo a todo este trabajo que es muy interesante. Abrimos turno para que quien quiera pueda intervenir.

D. Jesús Giménez.- Junta del Rastro:

Buenas tardes, es un Estudio muy elaborado, muy bien hecho de la gente que viene a comprar, pero nosotros vamos a hacer como Teruel, también existimos, no vale hacer un estudio..., que me parece muy bien que hagáis un Estudio de la Venta Ambulante, pero que del Rastro no hagáis nada, no hagáis ni un Estudio ni medio, hay que enseñar a la gente los dos rastros, a lo que es la cara buena y a lo que es la cara mala, porque nos tenéis abandonados allí sin nada, cuando hacéis un Estudio lo hacéis solamente de la Venta Ambulante, pero del Rastro Viejo no hacéis ni uno, ni le preguntáis a la gente ni de donde viene ni a donde va, ni cuanto se gasta ni cuanto se deja de gastar, eso no lo hacéis, por lo menos desde que estoy yo de Presidente no he visto ni uno ni medio, y por eso decimos que como Teruel que también existimos.

D^a Teresa Artigas Sanz.- Concejala Delegada de Medio Ambiente y Movilidad:

Si recordáis hace un año hicimos un primer Estudio, que además también lo hizo la misma empresa AINMER, que se hizo de ambos Mercados, de Mercado Ambulante y de Rastro, fue como una especie de primer sondeo de opinión, de hecho lo ha comentado Javier en alguna de las cuestiones, que también se habían estudiado el año pasado yo creo que lo presentamos en enero, y si recordáis en la 1^a reunión del Grupo de Trabajo, creo que fue Ramiro el que hizo un primer resumen del mismo, y ahí si que veíamos la diferencia de compradores y de vendedores de uno y de otro, yo creo que fue hace aproximadamente un año.

Es cierto que este Estudio como está enmarcado dentro del Acuerdo que se firmó con los vendedores del Mercado Ambulante, está mas enfocado a la Venta Ambulante, aunque como se ha comentado en las reuniones las medidas que hemos ido anunciando benefician a ambos Mercados, tanto de lo que es el transporte como de lo que tiene que ver con las mejoras en el propio

espacio del Mercado. Es cierto que aquí hay datos que se han dado que eran solo de Venta Ambulante, y algunos eran de los dos, y el Estudio está mas enfocado a la Venta Ambulante, pero recordar que el que hicimos a primeros de año si que era de ambos Mercados, y las mejoras están enfocadas a los 2, aunque quizás habría que tener algún dato mas del vuestro también.

D. Juan Manuel Arnal Lizarraga.- FABZ:

A mí del Estudio que por cierto es bastante exhaustivo, a lo mejor hacía falta un dato de fidelización, de saber si son compradores de hace años o novedosos, sería un dato fundamental para saber si eso va a mas o a menos, no es que quiera criticar el Estudio que me parece bien.

Hay otro dato que me parece fundamental, se accede en coche porque hay mucha facilidad para aparcar, hay un gran aparcamiento y es fácil el acceso, pero de los datos que se dieron de la procedencia, de los compradores, que los barrios populares tenían dificultad en llegar porque las líneas de autobús..., la prueba es el autobús 34 que viene de Torrero y atraviesa gran parte de la ciudad, pero el Circular es un Circular, no es tampoco... habría que ver como implementar para que la gente fuera mas en autobús y sobre todo controlar el número de trasbordos que hacen falta.

Se detectaba que había falta de clientes de San José o de Las Fuentes porque tienen dificultad en acceder. Y en el distrito de Torrero, que como sabéis es Torrero-La Paz, un distrito que está en crecimiento, dentro de 4 o 5 años con Parque Venecia estamos hablando de 12.000 habitantes, no es tema menor, entonces habría que hacer un Estudio mas a fondo, es bueno lo de la línea 51, de cómo facilitar el transporte público o ver qué tipo de transbordos hay, o incluso cómo se puede... porque es curioso que a veces hay un desconocimiento de que haciendo a lo mejor 2 transbordos llegas a un sitio, yo soy usuario del bus y estoy acostumbrado pero se ha detectado que hay mas recorrido todavía para el autobús urbano a futuro con el tema transbordos, esto lo hemos hablado con Teresa, que hay a veces falta de conocimiento de entrecorreas la intermodalidad del transporte que se puede hacer.

Y luego hay datos para poder analizar, yo desde el punto de vista vecinal o de clientes, que son los vecinos de Zaragoza que son los clientes, que el Estudio puede dar muchas pautas a futuro. Yo creo que estudiándolo bien, aparte de las medidas que se han puesto en marcha, de ese Estudio podrían salir otras medidas que habría que valorar de acuerdo precisamente a esos datos que hay, los datos que preparó también Mercados, la otra Encuesta que presentasteis la otra vez, todo eso cruzado yo creo que puede dar bastante perspectiva para promocionar no solo el Mercado, sino el Espacio del Mercado, ya no voy a hablar de Rastro o de Venta Ambulante, sino del espacio en su conjunto como tal, como sitio de venta, cruzando todos estos datos. La estadística generalmente solo sirve para estas cosas, para hacer una prospectiva, pero yo creo que ahora con todos los datos que se tienen se pueden hacer cosas, se puede trabajar con ellos.

D. Cesar Borja.- Junta Mercado Venta Ambulante:

Bueno yo si que quería un poquito enmarcar que lo que estábamos discutiendo o lo que siempre hemos tratado es el tema del traslado o no traslado de los miércoles, entonces si me gustaría recalcar un poco que se enfocara mas el Estudio, que por cierto es una pasada, pero que se hiciera mas para los miércoles, porque el domingo bueno..., porque según el Estudio los miércoles vienen 3.700 personas al Mercado del Párking Sur, se gastan una media de 20 €, que son unos 74.000 €, según el Estudio ponemos 269 puestos, y claro cada puesto vende 275 €, y 275 € los miércoles ni los olemos, y 3.700 personas yo creo que tampoco vienen, entonces yo creo que ahí algo falla, y los números cantan, los números ahí están.

Dª Esther Jiménez Doya .- Junta Mercado Venta Ambulante:

Si me disculpáis primero agradecer sobre todo el Trabajo porque os lo habéis currado, os lo habéis currado muy bien, y además los días que estuvisteis es verdad que no apetecía mucho estar, pero ciertamente no lo sé..., pero a mí me cuesta creer sobre todo que el otro día hubiera tanta gente en el Mercado, yo no he visto nunca tanta gente en el Mercado y menos un miércoles, que algo falla efectivamente, que hablabas de 3.000 y algo..., que yo no he tomado datos...

D. Cesar Borja.- Junta Mercado Venta Ambulante:

Es una media, una media puede que haya mas o que haya menos... no estoy diciendo eso... yo estoy diciendo que el Mercado lo han visitado 3.700 personas, es así no... y se han gastado una media de 20 €.

D. Ramiro Pardo Berges.- Jefe Servicio Jurídico de Mercados:

Que no todos compran...

D. Cesar Borja.- Junta Mercado Venta Ambulante:

Que estoy haciendo una media, lo que habéis dicho vosotros, el de 50 € por el de 10 €...

D. Ramiro Pardo Berges.- Jefe Servicio Jurídico de Mercados:

El número de visitantes durante un día, y no en un momento determinado, no lleva consigo que esos visitantes uno a uno compren, con lo que parece que lo has querido unir es otra cosa... otra cosa es que no veis los 275 € que has calculado... pero para eso está mas o menos la extrapolación, la extensión los datos del precio medio de compra o de compra media por parte de los visitantes,... por eso ahora se trata de eso que se llama cocinar los datos... que no compran todos los que van es evidente, sino sería un chollo..., oye son datos.

D^a Lola Campos Palacio.- Grupo Municipal Socialista PSOE:

Yo una duda, he creído entender cuando se ha hecho la Encuesta a los visitantes, que había un porcentaje bastante alto que desconocían las nuevas medidas que se estaban implantando. Yo ya dije hace días que a mí me parecía que la Campaña se estaba quedando corta, y de ser así sería preocupante porque se intuye que aquí hay mucha gente fiel, pero si no estamos llegando a gente que no es tan fiel para que sepan que hay ventajas y para incentivar para que vayan, no se que nos saldrá del análisis final después de la puesta en marcha de todas las medidas. Entonces no se si lo he entendido mal, pero me parecía preocupante que no estuviéramos haciendo una difusión amplia para que se enteraran, si no se enteran los que van, los que no están interesados igual ponen menos atención, no lo sé, a mí me parece que si estamos haciendo un análisis en referencia a cómo van a resultar los datos después de la puesta en marcha de una serie de mejoras y resulta que no se está enterando la gente a lo mejor estamos desperdiciando esfuerzos, yo no se si de estos primeros datos no cabria deducir que hay que hacer un esfuerzo en que la gente se entere que hay mejores espacios, hay mas bancos, hay cortavientos, puede haber no se qué, a mí me está da un poco de miedo, que igual lo he entendido mal, pero expreso públicamente mi preocupación por ese dato en bruto.

D. Adolfo Allué Blasco.- Plataforma Social del Rastro:

Que yo pienso una cosa, quiero decir que los visitantes actuales piensen que el Páking Sur de la Expo piensen que es un buen sitio, también tiene que ver porque son los que van allí, hay unos zaragozanos que van y les parece bien el sitio. Yo creo que lo que habría que hacer a nivel de toda Zaragoza para ver dónde quiere la gente que esté el Mercado Ambulante y el Rastro. Quiero decir que cuando estamos proponiendo el traslado del miércoles a la ciudad consolidada y el sábado que los del Rastro vayan también a la Plaza de Toros o a donde se considere, claro la Encuesta tendría que ser a todos los zaragozanos.

También es que estos 3.000 y pico y 12.000 y pico que habéis contado que van mas o menos al Mercado Ambulante y al Rastro lo que estaría bien es comparar estas cifras, yo no se si el Ayuntamiento haría algún Estudio de aforo cuando estaba el Mercado Ambulante en la Romareda, pues ahí está..., se coge y se compara los que iban a la Romareda con los 12.000 éstos, y los que iban al Rastro cuando estaba en la Plaza de Toros, quiero decir que eso si que sería una cosa como a mi entender contundente.

Y luego para acabar es que hasta ahora lo único que se ha hecho de mejoras es que entiendo que se ha aumentado la ratio de los autobuses, es que no hay otras mejoras, entonces eso la gente lo nota... pues no se, y de todas formas os animo a todos los partidos presentes en el Ayuntamiento que en el Pleno o donde lo tengáis que acordar que aumentéis la inversión en el Mercado Ambulante y el Rastro y en vez del paravientos ese o lo que sea pues que se hagan mas cosas, quiero decir que igual así la gente se entera...

D^a Lola Campos Palacio.- Grupo Municipal Socialista PSOE:

Se aprobó la modificación de crédito para realizar las mejoras por todos los Partidos Políticos del Pleno del Ayuntamiento.

D. Adolfo Allué Blasco.- Plataforma Social del Rastro:

Pero yo de todas formas sigo insistiendo en que la mejora, mejora, es el traslado del miércoles y el nuevo día para los del Rastro.

D. Ramiro Pardo Berges.- Jefe Servicio Jurídico de Mercados:

Nosotros en el caso de las papeleras pues el suministro lo recibimos el día 18 y comenzamos a colocarlas ya, hay algunas de farolas y otras de pie. En el caso de los bancos si salvamos algún reparito que hemos tenido esta mañana en Intervención pues estarán también como unos 15 a finales de diciembre. E intentaremos, si no me equivoco creo que habéis estado replanteando espacios para bancos, no habéis estado... pues habrá surgido algún inconveniente..., estamos replanteando con consenso con los representantes de las Juntas lugares en los que colocar algunas cosas, porque al fin y al cabo ellos son los que mejor se conocen el espacio,

En el caso de los gaviones ya está adjudicado el contrato y se están fabricando, lo único que las losas de hormigón que van a servir de banco o asiento van a tener que ser hechas "in situ", eso a lo mejor alarga algo el periodo. La línea de bus ya se ha hecho.

La dinamización la tenemos programada ya, creo que la vamos a llevar a efecto, la programación la acabamos ayer para que entendáis un poco por donde va: el día 16, el día 30 con los carteros y el día 13 una banda de música, y el sorteo de cestas de navidad.

Y finalmente a lo que no hemos llegado es a la megafonía por razón de que hay que hacer un Estudio Técnico porque es una gran superficie, y las primeras noticias que hemos tenido es que necesitaremos como unas 300 bocinas, que me parece que por mayor potencia vamos a reducir a la mitad para ser colocadas en las farolas, pero hasta que no tengamos el Estudio Técnico no podemos llegar.

Creo que con eso habremos cumplido una gran parte del Acuerdo con la Cámara que mas o menos nos llevaba a la finalización el primer semestre del año que viene, parte estarán en diciembre.

D^a Esther Jiménez Doya .- Junta Mercado Venta Ambulante:

Si deciros que desde luego la llegada del 51 se ha notado porque estos 2 domingos si que es cierto que ha venido bastante mas gente, pero como muy bien decía aquí también el amigo, es necesario alguna línea mas de autobús

porque es verdad que muchos barrios no llegan a acercarse, sobre todo los miércoles que se va con horarios muy ajustados de colegios, etc. entonces si que habría que mirar alguna línea mas de autobús que acercara a algún otro barrio al Mercado.

D. Dioscórides Casquero.- A.VV. Tío Jorge del Arrabal:

Yo ante todo quería felicitar a Javier por el Estudio, y además de paso a Ramiro, porque es que veo que hay una cosa bonita cuando se hacen Estudios y es no lo que te sale en uno sino cuando ves que ya empiezan a cuadrar todos. Entonces en tu línea, como siempre, no tengo ningún corte en decir que Javier es uno de los mejores profesionales de Demoscopia con los que yo he trabajado aquí en la ciudad de Zaragoza en multitud de estudios, y este también lo demuestra.

Ramiro el que vosotros también hayáis calculado que el gasto medio podía andar en torno a los 20 €, y a ellos les hayan salido 19 y pico, pues están las cosas claras.

Y en cuanto al número de visitantes, efectivamente en los emplazamientos anteriores se hicieron conteos, se hicieron conteos en Romareda, supongo que estarán en los expedientes correspondientes, cuando estuvieron en Príncipe Felipe también se hicieron conteos. Y creo recordar que en el caso de Romareda, te hablo de memoria, había también un importante desfase, pero eran 8.000 los miércoles, ya expliqué el otro día por qué precisamente el miércoles es un buen sitio en Romareda, y solo en Romareda, es el único sitio donde puede ser un miércoles, y el desfase era 2 a 1, se convertían en 16.000 en domingo, mientras que ahora estamos en 3.700 y pasa a 12.000, o sea ha habido una disminución también del domingo, pero el problema no es la disminución del domingo el problema es la disminución del miércoles, el domingo es un poquito menos pero se puede aguantar, pero los miércoles ha sido una caída bestial.

Entonces yo lo que veo es que a nivel de datos se pueden afinar, a lo mejor en nuestro caso hace falta un Estudio mas de detalle, pero por ejemplo salen datos ya muy interesantes de ambos Mercados, entonces yo supongo que Javier, que entre otras cosas ya os lo digo que es muy prudente, no habrá calculado las cifras totales, pero yo con los datos que ha dado tan exhaustivos, pues aquí en un segundo he calculado que el Mercado vende, factura en su totalidad 13 millones al año, de los cuales 10,8 € los facturan los ambulantes y 2,2 € solamente el Rastro. Por qué, porque hay una serie de datos que solamente cruzandolos llegas a esta información, no se si Javier lo tenía calculado ya...

D. Javier Tarazona.- AINMER Investigación:

Sí, pero en sucio...

D. Dioscórides Casquero.- A.VV. Tío Jorge del Arrabal:

En sucio..., esto tampoco es muy en limpio, es que si tienes huevos, patatas y aceite, la tortilla aunque sea en sucio la sacas.

Y con respecto a que vosotros no os creáis esos datos, y por eso os he dicho... fijaros que los datos en tiempos fueron incluso mayores, y por qué no lo visualizáis, porque las rotaciones fijaros que sale 1,1 por hora cada visita, el Mercado está abierto 6 horas, es decir hay 5 rotaciones en el Mercado, nunca hay mas de un 20% del total de compradores con lo cual 3.700 el miércoles quiere decir que en el momento que mas hay 700 personas, y claro vosotros no veis allí 4.000, veis 700, lo que pasa es que esos se van rotando.

Y con respecto a si estas cifras son creíbles o no, yo desde luego por mi experiencia pongo mis manos en el fuego, porque aunque parecen unas cifras enormes y muchas veces la percepción psicológica no lo ve, lo cierto es que cuando analizas los datos el Rastro éste del que estamos hablando, estamos hablando de varias hectáreas de ocupación, el mapa ese que has dibujado, yo cuando en su día hicimos la reparcelación lo estuve estudiando y es que hay como 2 hectáreas de aparcamiento y casi otras 2 hectáreas de zona de exposición, es que sumando los puestos que hay de Mercado, mas los puestos de Rastro, mas los puestos que se colocan de estas últimas cosas que han aparecido, ofertas complementarias de segunda mano y todo este tipo de cosas, un domingo hay casi 800 operadores, hay mas de 700 personas despachando y vendiendo, casi 800, es que es tremendo, y entonces quizás no se perciba pero las cifras que se manejan son enormes porque es un Rastro gigantesco, un Rastro enorme.

Entonces si que efectivamente ocurre eso, que la mayor parte, 10,8 millones sería el textil, y solamente 2,2 millones el resto, con lo cual salen cifras muy pequeñas, por cada operador sale muy poquito dinero, teniendo en cuenta que son cifras brutas, lógicamente vosotros sois comerciantes, un comerciante no gana lo que vende, por desgracia el mayor coste que tiene es la compra de ese artículo sobre el cual se trabaja con un margen, con lo cual al final lo que os queda neto es escasamente para vivir.

Entonces repito que en relación a las cifras, yo creo que tanto Ramiro como tú Javier habéis cuadrado las cifras, son las que son, y lo que se pone de manifiesto es que el problema lo tenemos efectivamente los miércoles. Y mi única duda, y con esto ya termino, es si recordar los miércoles de Romareda no supone un falso espejismo de pensar que los miércoles de 2019 puedan arrojar las cifras que se arrojaban en los miércoles del 2000, porque claro la ciudad ha cambiado mucho, Romareda ha cambiado mucho, y ya hemos comentado muchas veces los cambios de hábito, etc. pero efectivamente el miércoles es un problema, y es donde está el problema y donde se requieren soluciones.

Yo sabéis que mi opinión personal es de que lo mejor sería cambiar de día, no empecinarnos en buscar una salida para el miércoles, sino en salirnos del miércoles y buscar otro día. Fijaros como el domingo las cifras de usuarios,

modos de transporte, se utiliza mas el coche y el coche allí tenéis una gran capacidad de aparcamiento, es mejor un día festivo, un día que la gente tenga tiempo, que si nos empeñamos en un día laborable de los malos, de los primeros, porque ahí el problema es que la gente no tiene disponibilidad, hoy afortunadamente un 80% de las mujeres trabaja, igual que los que podemos de los hombres, un poquito mas 80%, los que no están en el paro, y realmente es que durante la semana tenemos muy poco tiempo todos y por eso se centra mucho la venta el fin de semana. Entonces habría que pensar no se si en otro sitio o en otra fecha. Ya sabéis mi opinión al respecto.

Dª Elena Giner Monge.- Consejera de Participación, Transparencia y Gobierno Abierto:

Pido la palabra para hacer una intervención mas de preguntar una cuestión respecto al Estudio que no se si se ha tenido en cuenta o si puede arrojar algún dato al respecto, es el comportamiento respecto al género, es decir que habéis tratado de que sea una muestra representativa de hombres y mujeres, pero que vayan mas mujeres el miércoles o el domingo, o que tengan un tipo de compra u otro, o que vayan mas en familia o no, puede ser información que también puede ser relevante, y no se si se puede extraer algo del Estudio.

D. Javier Tarazona.- AINMER Investigación:

Esa información la tenemos porque como era una cuota previa del Estudio el entrevistar a tantas mujeres como hombres, en este sentido los datos también están, lo que pasa que al final puedes hacer tantos cruces de datos que tienes que seleccionar los generales y los mas importantes, pero éstos si que se puede hacer en algunas cuestiones sobre todo de mayor calado o de mas importancia si que se puede hacer ese análisis por género, vale, tomo nota.

D. Juan Manuel Arnal Lizarraga.- FABZ:

Vamos a ver, de los datos, es que el Estudio si se trabaja bien pueden salir cosas muy curiosas con lo que has dicho tu también, por ejemplo el 45% de los visitantes va en coche, también has dicho que la mayoría va solo, y has hablado en un domingo de 7.000, creo recordar.

Si empiezas a analizar esos datos, pocos sitios de Zaragoza te permiten aparcar gratuitamente 1.000 coches a la vez, pocos, no en Zaragoza. en cualquier sitio de España, 1.000 coches a la vez en un domingo eso es para nota.

Los que creemos que la movilidad no tiene que ser en vehículo privado, sino que creemos que hay trabajar mas el transporte colectivo, pero vamos esas son las cifras actuales, indica que hay para trabajar mucho, cogiendo los datos, mucho, pero no hay que olvidar eso. Os recuerdo por qué triunfan las Grandes Superficies, porque meten 2.000 coches, 3.000 coches, desgraciadamente mientras no cambien los hábitos esto funciona así, entonces hay que ver dentro de una matriz, perdón por el palabro, DAFO, que debilidades, fortalezas,

amenazas y debilidades tiene esto, y seguramente con esos datos mucho, 2 hectáreas para aparcar es la leche y 2 hectáreas de superficie de venta es la leche también, bien trabajado puede dar muchísima oportunidad.

Yo creo que el año que viene, quitado el periodo electoral que distorsiona todo, puede si todas las medidas que se han dicho que habrá que meter, lo del 42 fundamental, es un autobús que hace un recorrido que puede digamos complementar con transbordos también las otras líneas, el 51 y el 34.

Y luego no solo la publicidad porque a lo mejor una de las cosas de que adolece el Mercado es el segmento de edad, que creo que vosotros lo habíais estudiado, por eso digo que hay que cruzar muchos datos, el segmento de edad, quién va a comprar allí, qué edad, porque os recuerdo que yo he ido a comprar y yo tengo 62 años, pero los de 80 y tantos que iban a la Romareda cuando yo era joven, desgraciadamente están como para comprar y yo creo que me comprendéis, hay que ver que población compra. Y lo bueno que tiene la Estadística es que vosotros sois profesionales y hay que ver qué es lo que se vende y a qué personas, cuál es el mercado que tiene uno porque si no mal, si estas vendiendo alpargatas de colores para personas mayores en verano, pues difícil, porque la gente mayor no lleva alpargatas de colores en verano, esto es un ejemplo.

Y a lo mejor desde el punto de vista de los propios vecinos las campañas de publicidad tienen que ir dirigidas a la captación pero al sector que se supone que es el adecuado, por ejemplo se habló de que en determinadas líneas poner el cartelito "este autobús te puede llevar al Mercado", pero también poner "este autobús mas esta línea te lleva al Mercado", también qué es lo que puedes encontrar, hay mucha gente joven que desconoce porque no va, y eso lo véis vosotros, Ramiro perdona, creo que la media de edad que sacabais en las Estadísticas aquellas era una media de edad bastante alta, pero a lo mejor las Campañas tienen que ir dirigidas no a un público juvenil pero si a un público joven entre comillas que tiene capacidad de comprar, o sea que todo eso hay que afinarlo bastante, y una vez que este afinado y se haya puesto en funcionamiento, evidentemente habría que coger no una fecha maldita, hacer una Encuesta en noviembre hace falta también valor, porque noviembre, enero y febrero son los peores meses, hay que hacerla en primavera, porque me da la sensación que no fueron las fechas mas adecuadas, además este noviembre con lo que ha llovido, pues entonces todo eso, que habrá que trabajarselo mas pero tampoco tiene mala pinta creo yo de entrada.

D. Cesar Borja.- Junta Mercado Venta Ambulante:

A ver mira, también he deducido con la Encuesta que has hecho, que los que entendemos del Mercado somos los vendedores, porque si comparabas las cifras, mira el gris oscuro, mira el gris clarito, teníamos razón en todo lo que manifestábamos, es así, bueno...

Otra cosica que baja mucha gente a este Mercado con coche, pues que remedio les queda, si no tienen autobuses que ván a hacer, pues tienen que

coger los coches. 20.000 personas que has dicho que bajaban a la Romareda los domingos, todas no bajaban con coche, con qué bajaban mas de la mitad, con autobús, por qué, porque había 14 o 15 líneas de autobuses, es que se cae de cajón, no se puede decir es que bajan muchos con coche, pues es que no les queda otro remedio si quieren bajar, o con el patinete ese si no lo han prohibido, pues todo llegara.

Simplemente que tengáis en cuenta y vamos a hablar un poco con cabeza, no nos vayamos por un derrotero y nos vayamos por otro, que las zonas comerciales, los centros comerciales que triunfan porque meten 2.000 coches, los 2.000 no compran, van a la restauración, se van al cine, los 2.000 no compran, sino ponnos ahí un cine Teresa a ver si va mas gente, vamos a hablar con cabecica y vamos a hacer las cosas bien porque no nos olvidemos que estamos hablando de la forma de vida de 400 o 500 personas y es lo que tenemos que tratar de solucionar, no buscar soluciones que suenen a utopía, no, cosas reales y que nos sirvan para avanzar un poquico en la negociación.

D. Adolfo Allué Blasco.- Plataforma Social del Rastro:

Breve, con el tema de la movilidad de que se usa mucho el coche para ir al Párking Sur de la Expo, pues es evidente, porque está lejos, precisamente tenemos una línea de tranvía que une Romareda y Macanaz, que serían 2 sitios estupendos y la gente utilizaría el tranvía y dejaría de coger tanto el coche, pero además yo lo que no tengo claro es que si no se cambia la ubicación, el problema es que tu aunque pongas otro día, puedes poner un sábado, pero si está en el mismo sitio te seguirá viniendo la misma gente que te viene el domingo, no amplias los zaragozanos/as que van a comprar.

Luego yo creo que hay otra cosa que a nivel un poco estratégico, lo que se trataría es que independientemente del tema de la ubicación, es el tema de que lo que habría que intentar es que esto del Mercado Ambulante de Zaragoza y el Rastro sea como Portobello en Londres o lo del Mercado de las Pulgas, que sea un sitio atractivo, y lo que hace falta es que haya un mercado agroecológico, que haya ropa vintage, que haya algo de artesanía, que haya algo para comer y para beber con las furgonetas o como se quiera montar, a eso yo creo que estratégicamente es a lo que tenemos que ir. Lo hemos hablado otras veces que en Europa la gente va, pero van andando, en Toulouse van andando porque está en el pleno centro de Toulouse y en otros sitios, en Portobello pues irán en metro porque tienen metro.

Y luego otra cosa que yo creo que también estaría bien para meter en esta Encuesta, son las ganancias que había en 1990 y las ganancias que hay en el 2018, que también son datos que se lo podéis consultar aquí a los vendedores/as, que eso si que es una cosa bien tangible.

D^a Teresa Artigas Sanz.- Concejala Delegada de Medio Ambiente y Movilidad:

A mí también un poco por la preocupación por cómo llega la gente y de las zonas de la ciudad que van y no van, en el Estudio que nos hizo AINMER al Ayuntamiento si que estaba recogido los barrios de origen de la gente, aquí está..., si..., si..., lo hemos detallado, pues si no me he enterado..., Almozara, Delicias y Actur, que si que es interesante por los temas de dónde está ubicado, cercanía, líneas de autobús y acceso, si que desde el punto de vista de la movilidad sería interesante tener la reflexión que avanzaba antes Adolfo, los barrios que no vienen por qué no vienen, si es porque no se llega a los segmentos de población que decía Manolo, si es porque no tienen la capacidad de llegar en transporte público, etc. desde luego desde el punto de vista de ver, aparte del estudio de la línea 42 que nos comprometimos, ver que otras zonas de la ciudad son las que necesitarían estar mejor conectadas, dónde hay mas potenciales compradores de este Mercado en la ciudad a la hora de planificar las líneas y los refuerzos de los miércoles y de los domingos, bueno básicamente porque la 51 está funcionando muy bien, pero Manolo comentaba pues en Torrero-La Paz... que al final es la 42, pero en qué otros barrios donde puede haber susceptibles compradores que irían si estuviera mejor comunicado, porque no tienen coche o lo que comentas vamos..., que eso a la hora de planificar las líneas de autobús si que sería interesante el poderlo saber.

Y luego a mí también me ha llamado la atención lo que comentaba Lola del escaso grado de conocimiento de las mejoras, aparte de los visitantes, en los propios vendedores. Creo que también hay que hacer algún trabajo por parte de las 2 Juntas de los 2 Mercados para que los propios vendedores también conozcan las medidas, porque también ellos son fuente de difusión de que está habiendo mejoras a la hora de traer mas gente, así que creo que tanto desde el Ayuntamiento como desde las Juntas os tenéis que poner las pilas para que los propios vendedores conozcan las medidas para que eso ayude a que atraiga mas gente, porque a mí me ha pasado como a Lola, que me ha parecido un porcentaje muy bajo el grado de conocimiento de las medidas.

D. Dioscórides Casquero.- A.VV. Tío Jorge del Arrabal:

Como Teresa nos acaba de hacer una pregunta, creo que te puedo responder esa pregunta, por lo menos "grosso modo", en todos los Estudios en los cuales yo he participado de Hábitos de Compra de la ciudad y de Movilidad Comercial de la ciudad, hay una especie de constante que os la tengo que explicar, aunque lo ideal sería verlo, y es que la ciudad de Zaragoza funciona como una ciudad circular, pero es como un queso partido por la mitad, está la izquierda y la derecha:

- Está la zona de Actur, Delicias y tal, que aquí en este Estudio que nos presentó Ramiro, efectivamente da la mayor parte de los compradores, y que en el de Javier también coincide totalmente con eso, gira en torno a la izquierda y hacía los Centros Comerciales accesibles desde la izquierda.
- Y luego está os imagináis de la mitad a la derecha, lo que es la parte de la Jota, las Fuentes, San José y Torrero, que gira hacía la derecha y a los Centros Comerciales de la derecha.

O sea cada vez que yo he hecho un Estudio sobre hábitos de compra en la ciudad a lo largo de varios años, sin embargo el modelo es siempre el mismo, hay una cosa que no cambia, el modelo es siempre una partición izquierda-derecha.

Cuando nos trasladamos al Príncipe Felipe el problema era al revés, cuando diseñamos las líneas, que se crearon varias líneas y se reforzaron otras, pues cogíamos todo líneas que iban de la izquierda a la derecha, no eran líneas norte-sur, sino eran izquierda-derecha, porque si el Mercado lo colocas en un barrio del bloque de la derecha te faltan los compradores de la izquierda.

Realmente según el modelo teórico de la ciudad, la ciudad como funcionaría idealmente sería con 2 Mercados:

- uno ubicado en la parte izquierda de la ciudad
- y otro en la parte de la derecha.

Yo tengo una disyuntiva con respecto a qué posibles sitios hay para sustituir el miércoles que es un día conflictivo, el domingo es un gran día para el comercio, pero el miércoles es el problema. Y es si podía ser factible en la Romareda, porque sinceramente yo creo que la Romareda es una cosa que fue y ya nunca mas será, entonces peor que donde está actualmente no va a ser, pero yo tampoco creo sinceramente que se parezca a esas 8.000 personas que aparecían los miércoles por allí en los tiempos buenos, no creo.

Y entonces me planteo que el Príncipe Felipe tuvimos que abandonar aquella ubicación porque se edificó aquello, de hecho ahora si pasáis son todo pisos, pero una ubicación alternativa para los miércoles en la margen derecha de la ciudad permitiría cubrir todos estos barrios que se quedan con porcentajes mínimos, que representan nada el 4%, el 2% de la gente que acude al Mercado, y ya se vio cuando estuvo en Príncipe Felipe que las cifras respondían. Porque de hecho incluso en el Príncipe Felipe recuerdo que las cifras que nos daban los Estudios que hacíamos allí eran un poquito mayores que los actuales, me parece recordar que allí nos movíamos del orden de los 14.000 los domingos y unos 6.000 o así los miércoles, hablo de memoria, si que recuerdo que eran un poquito mayores que éstas, pero no eran tan buenas como en Romareda, eran un poquito inferiores, pero claro eran cifras muy importantes y estamos hablando de todo lo que son los barrios obreros de la derecha de Zaragoza

Entonces pues eso es lo que habrá que estudiar, yo creo que sobre la mesa caben 2 opciones:

- o la añoranza de Romareda, que puede ser un opción,
- o pensar en algo mas imaginativo, en la anterior ubicación que ya tuvimos de Príncipe Felipe no puede ser porque eso son ya todo pisos, allá está ya todo ocupado, pero a lo mejor hay alguna otra ubicación, se puede hacer un estudio de localización para buscar en esa margen derecha.

Y lo que si claro es que habrá que hacerlo de forma consensuada, lo que no se puede creo yo es hacer un planteamiento teórico desde un despacho y luego ir con hechos consumados con las asociaciones de vecinos, hay que contar con las asociaciones de vecinos desde el principio.

Yo entiendo que el equipamiento comercial que supone un Mercado puede ser complementario por ejemplo de los Mercados de Alimentación, estamos viendo como la gente echa en falta eso, y esta mañana pensando en la reunión de esta tarde pensaba que por ejemplo Barcelona, todos los mercados de alimentación de Barcelona si los pateáis veréis que están todos rodeados de puestos de ropa y de otras cosas, o sea que ese complemento que el Estudio que nos acaba de leer Javier, dice que la gente echa en falta otra cosa, pues si pensáramos a lo mejor en algún Mercado mas o menos grande de algún barrio donde se pudiera complementar el Mercado de Alimentación, si hubiera sitio en las calles de alrededor, se podría crear una zona donde hubiera este mix y podría mejorar la situación de muchos mercados, que es problemática, aparte del Mercado Central hay muchos mas mercados por la ciudad y también ser una buena oportunidad para ellos, planteo que podría ser una opción.

D. Ramiro Pardo Berges.- Jefe Servicio Jurídico de Mercados:

Hemos hecho ya un pequeño avance para poder aplicar, saber si puede tener una aplicación teórica en principio la experiencia de Barcelona con sus Mercados de productos alimenticios y en ese exterior ciertos puestos de Mercados de textil o artesanos. No, no, dentro de los 43 creo que son mercados privados, incluidos los públicos, no hemos visto unas zonas aptas, pero ha sido un primer acercamiento. Te digo que si estamos en esa onda de pensamiento, no es que hayamos encontrado el caso de Barcelona es que curiosamente aparte de que tienen muchos mercados públicos, hay 40 y tanto, los mismos que aquí públicos y privados, y allí solo públicos, además de los privados, es que era complicado situarlos en algunas zonas con independencia de cuales sean posteriormente las razones de aproximación y el consenso vecinal.

Y en segundo lugar que ya no se si precisamente si es la superficie el condicionante que nos lleva a que habiendo poca, a poco conduce la pretensión de que tenga que ser de modo alterno, vuestra pretensión de ir los miércoles a otro lugar alternandoos cada uno de los miércoles, entonces es difícil porque son 400, es difícil.

Que yo conozca en alguna ocasión que yo lance esto directamente al colectivo, lo que se me manifestó es que si no van es porque va mal, pero que si hay expectativa de que va bien, irán todos.

D. Juan Manuel Arnal Lizarraga.- FABZ:

Nosotros cuando hemos analizado la situación, primero Zaragoza ha cambiado, ha cambiado. Los barrios, los compradores de hace 30 años en los barrios tradicionales es una población envejecida, y la población que compra está en

estos momentos en otros barrios, eso es así, y no porque lo diga la FABZ, es así.

- San José tiene 66.000 habitantes y va a llegar a los 70.000 con el desarrollo que hay en la zona del Príncipe Felipe, porque Zaragoza no crece, está en 700.000 habitantes en cifras redondas desde hace tiempo, que ya no crece, lo que hay es una distribución diferente.
- En mi distrito, yo soy de Torrero-La Paz, evidentemente que Parque Venecia con 12.000 a futuro, son 4.000 viviendas con una ratio de 3 son 12.000 habitantes, y están en un sitio que según las distribuciones que había antes, esto ha cambiado.
- Toda la zona del nuevo Barrio Jesús, al lado de Vadorrey, Avda. Cataluña, todo eso ha cambiado, pero ha cambiado muchísimo.
- En los distritos del Sur hay 40.000 habitantes, 40.000.

Entonces lo que hay que estudiar es decir primero habría que hacer un Estudio, que estaban, porque había unos Estudios muy viejos que hizo no se si la Cámara de Comercio o la DGA, que era dónde compraban los habitantes de Zaragoza, lo que pasa es que son Estudios ya viejos, viejos porque la ciudad en 20 años ha cambiado, pero había un Estudio de la DGA donde te venía... cuando empezó todo este problema entre comillas o esta situación, hubo algunos que nos preocupamos en ver qué estudios había para analizarlo y ver dónde se compraba, qué es lo que estaba pasando, qué es lo que ha distorsionado todo eso, pues que hay una superficie comercial mas grande que la que había, estamos hablando de Puerto Venecia, que en todos esos Estudios no estaba Puerto Venecia, con lo cual todos esos hábitos de compra, la gente ha cambiado, la situación de dónde están los posibles compradores ha cambiado, están en otro sitio, y entonces hay que ver qué líneas de autobuses se les puede acercar, hay que hacer un Estudio un poco mas serio.

Por deformación, no voy a decir profesional, a mí me enseñaron hace años los polos de atracción, las distancias, esas cosas que los demógrafos y geógrafos estudian, para ver dónde va la gente a comprar, va y viene, hoy en día eso se ha caído también todo porque lo que se mide es la facilidad, la accesibilidad y el tiempo que pierdes en tus desplazamientos a comprar, si es fácil, difícil y demás,

Con lo cual con los datos que habéis sacado, ya se que suena duro, pero es que esto hay que hacerlo así, es lo mismo que decir móntese el Mercado de San Antonio en mi distrito, abramoslo otra vez que la gente comprará en el Mercado, pues no, no, es mas fácil que el Mercado que se va a poner en Parque Venecia tenga mas atracción que el mercado tradicional, por qué, porque la zona de la Paz está envejecida, son los bloques de los años 70, y no os digo los de los 60, calle Oviedo, muchos de vosotros sois del barrio o habéis estado en el barrio y sabéis lo que hay,... entonces eso ha cambiado mucho y eso hay que estudiarlo.

Nosotros en la FABZ veíamos que había un problema de accesibilidad en transporte público, lo hay, no es normal que San José con 66.000 habitantes sea el que diera en la Estadística de Ramiro que iba muy poca gente a comprar

allí, y las Fuentes con 50.000 también. Por qué el Circular tiene éxito, porque está cogiendo barrios jóvenes de la parte del distrito del Rabal que tiene 90.000 habitantes. Entonces eso hay que estudiarlo, además personas como tú, profesionales, que además estáis muy ligados al tejido vecinal también, sabéis que es lo que se está meneando, pues todo eso analizemoslo, el año que viene trabajemoslo, que hay tiempo, hágase una Encuesta en tiempo floral, y no de chuzos como puntas.

Y luego si hay voluntad en movilidad en esas líneas, la 42 yo creo que es una línea fundamental, también la 51, pero a lo mejor habría que estudiar alguna otra línea mas o la intermodalidad, lo que dijimos no hay que crear líneas nuevas, sino ver en los días que haya Rastro, lo mismo que os recuerdo que cuando se hizo la Ciudad de la Justicia, hay un 23 que pasa por la Ciudad de Justicia y demás, os acordáis de esos cambios de líneas que hubo, pues también se puede hacer un análisis evidentemente con Movilidad y con AUZSA, porque estamos hablando de kilómetros y de dinero, ver que otra posibilidad para el transporte público se da.

Lo del coche ya tiene éxito, porque efectivamente tener 2 hectáreas para aparcar hay pocos sitios, entonces ahora trabajemos esa parte de los nuevos barrios y la nueva población que no va al Mercado Ambulante y al Rastro porque desconoce, es población relativamente mas joven y tampoco tiene accesibilidad en transporte público para llegar.

D. Cesar Borja.- Junta Mercado Venta Ambulante:

Vamos a ver, estamos hablando del cambio, que si cambio, que si no cambio, vale, tenemos que tener en cuenta que hay unas medidas implantadas, que tenemos que respetarlas y que si funcionan para el miércoles nosotros no queremos cambiarnos. Si el miércoles allí con las medidas que implantamos vendemos, nosotros no nos queremos ir, pero si la cosa sigue igual como hasta ahora, pues entonces lucharemos por un cambio.

Otra cosa, lo de de la Romareda es cierto que no volverá a ser lo que era, pero ni la Romareda es lo que era ni el Corte Inglés, el único que vive ahora es Amazon. Lo que quiero decir es que parece ser que los que menos entendemos del Mercado somos los vendedores, y nos vuelves a dar tu la razón con el Estudio que has hecho, que lo mejor sería el Mercado en 2 sitios, zona norte y zona sur, te he oído decir... que es lo que propusimos al principio, o no Ramiro, Romareda y Estación del Norte, no es lo que propusimos, es lo primero que propusimos, por qué, porque entendemos del Mercado,...

D. Dioscórides Casquero.- A.VV. Tío Jorge del Arrabal:

No, no,... es derecha-izquierda, o este-oeste...

D. Cesar Borja.- Junta Mercado Venta Ambulante:

Bueno que me da igual, que cortes el queso así o asa, que es medio queso, me explico, que tengáis en cuenta eso, que nosotros no estamos diciendo vamos de allí, no, vamos a usar las medidas, que las medidas funcionan quieto en la mata, que no funcionan pues entonces ya nos reunimos y hablamos, pero buscamos una solución, porque claro reunión tras reunión está muy bien, y nos vemos aquí todos y todos muy bien, pero claro al mes que viene otra y al menos que viene otra... y aquí se han pasado 10 años y seguramente vendremos con algún kilo menos del hambre.

D^a Elena Giner Monge.- Consejera de Participación, Transparencia y Gobierno Abierto:

Yo creo que se han puesto sobre la mesa bastantes medidas, propuestas y constataciones que creo que tenemos todos bastante claras de:

- Cuestiones de las medidas que se están poniendo en marcha, hemos actualizado también en qué punto están y en estos meses cómo se van a ir desarrollando, y desde luego tenemos ese Estudio con ese punto de partida de análisis que nos va a permitir en otro momento poder ir evaluando si la implantación de esas medidas están funcionando en algo o no, eso ya lo hemos hecho.
- Se vuelve a poner sobre la mesa el tema del transporte público, se sigue estudiando línea 42, pero bueno es una de las cosas que seguís planteando que es prioritaria, importante, que hay que seguir viendo incluso otras líneas para acceso a otros barrios.
- Cosas que el Estudio ya nos deja muy claras, cómo hacer que esa visita sea mas larga, que esa visita del que va solo traiga amigos o se acompañe de familiares, que son cosas que van un poco en la línea también de algunas medidas que se están poniendo como la dinamización en Navidades, que va a haber un montón de actos allí, el escenario que también va a permitir que haya allí mas dinamización, pues todas esas cosas se van constatando, que las medidas van en la línea de las cosas que se concluyen de los Estudios.
- La ampliación de productos, que eso ya lo hablamos bastante en la sesión anterior, vuelve a salir aquí, que se constata también en el Estudio, otra de las cosas que evidentemente se recogerán en las conclusiones.
- Y el volver a hacer este Estudio, planteáis hacerlo en otra época, en época mas estival, para comparar los datos, pero también en otros espacios de la ciudad para ver los potenciales compradores y visitantes del Rastro, qué necesitarían para ir o por qué no van.
- Y luego pues soluciones que han ido surgiendo del tema de los miércoles, que también ha sido una constante que hemos ido abordando

en cada una de las reuniones, y mas o menos las opciones van saliendo ahí y se van poniendo sobre la mesa.

Con esto, como es ya la última sesión de contenido y de debate sobre los contenidos, y de cada una de las sesiones ha salido mucho material, mucha información y hemos ido sacando conclusiones, o porque venían aportadas ya en los materiales o porque en el debate ya ha habido cosas en las que mas o menos veíamos que estábamos todos de acuerdo, esto ya nos toca el trabajo de unirlo todo, de volcar sobre todo las conclusiones de todas las sesiones, cruzarlas, mezclarlas unas con otras para poderlas recoger en un único documento, en una única propuesta, que sea lo que trabajemos en la siguiente sesión, que si recordáis no tenía fecha pero era una sesión en enero de conclusiones, de hacer una lectura global ya de todo lo que hemos ido hablando, de qué hemos sacado en claro, de qué no está claro, y cuándo, cómo y de qué manera nos aclaramos, si seguimos trabajando en este Grupo, si planteamos alguna sesión mas para algún tema concreto, eso es lo que las conclusiones que hemos ido sacando nos darán. Entonces ese es el trabajo previsto, no os decimos fecha pero a la vuelta de las Navidades con este Trabajo y con unas Conclusiones ya elaboradas de lo que ha ido saliendo por aquí, nos volvemos a juntar para verlo.

Y gracias de nuevo a Javier, a Natalia, por este trabajo, y a todos vosotros porque están siendo de nuevo sesiones, ésta también muy constructiva, con mucho análisis, mucha información, y mucho espíritu constructivo que es lo que está haciendo que podamos llegar a conclusiones y a consensos, que es lo que necesitábamos en este tema y en todos. Así que muchas gracias y Felices Fiestas para los que no nos veamos.

D^a Teresa Artigas Sanz.- Concejala Delegada de Medio Ambiente y Movilidad:

Este domingo en el Mercado hay reparto de paella para quienes os queráis acercar, y al siguiente el sorteo.

La Consejera levanta la reunión del Grupo de Trabajo a las 20,20 horas del día señalado en el encabezamiento.

**Consejera de Participación,
Transparencia y Gobierno Abierto**



Fdo. Elena Giner Monge

**Jefa de Sección del
Consejo de la Ciudad**



Fdo. Rosa M^a Bleda Hernández