

RESUMEN CONCLUSIONES GRUPO TRABAJO “VENTA AMBULANTE EN ZARAGOZA”

El Consejo de Ciudad es, tal y como se describe en el artículo 83 del Reglamento de Órganos Territoriales y de Participación, *“el instrumento participativo de carácter consultivo en el ámbito sectorial de las principales organizaciones económicas y sociales del municipio, centrado esencialmente en el campo del desarrollo local, la planificación estratégica urbana y los grandes proyectos urbanos del municipio. Es un órgano municipal necesario integrado por representantes de las organizaciones económicas, sociales, profesionales y de vecinos mas representativas de la ciudad. Su finalidad y objetivo es la de facilitar la participación de los ciudadanos y canalizar la información de las entidades asociativas en los asuntos municipales, contribuyendo a la mejora de la toma de decisiones.”*

Por otra parte, el artículo 88 del mismo reglamento recoge que *“El Pleno del Consejo de la Ciudad podrá crear comisiones de estudio, grupos de trabajo o consejos sectoriales. Estos órganos tendrán una finalidad concreta, una composición determinada y una duración prefijada.”*

En la sesión del Pleno del Consejo de Ciudad celebrada el **18 Septiembre 2018** se aprobó el **acuerdo de creación del Grupo de Trabajo para el Estudio de la Venta Ambulante en la ciudad de Zaragoza**. Posteriormente se abrió un **plazo inscripción del 20 Septiembre al 5 Octubre de 2018** para que los miembros del Consejo de Ciudad que desearan participar en este Grupo de Trabajo pudieran formalizar su inscripción en el mismo.

FINALIDAD

Analizar la situación actual de la venta ambulante en la ciudad de Zaragoza y la implantación de propuestas consensuadas de mejora. Este análisis deberá realizarse de manera constructiva y global, con el compromiso de no obviar el debate sobre ningún tema que se considere de importancia desde el punto de vista económico, social, administrativo o de gestión.

En este sentido, el objetivo prioritario de este Grupo de Trabajo deberá ser encontrar fórmulas para una dignificación de la venta ambulante en Zaragoza, procurando que dicha actividad sea beneficiosa para el conjunto de la ciudadanía, mejorando la calidad general del comercio, estableciendo sinergias y evitando cualquier foco de exclusión social que pudiera generarse en su entorno o en el ámbito general de la venta ambulante en Zaragoza.

COMPOSICIÓN

El grupo de trabajo ha estado abierto a:

- Los miembros del Pleno del Consejo de Ciudad que así lo deseen
- Representantes de los vendedores.
- Representantes del sector comercial y económico.
- Representantes de entidades implicadas en la defensa de la venta ambulante.
- Técnicos municipales de las áreas implicadas.
- Ebropolis.

Se permitía invitar a participar en sesiones específicas a otros agentes que se considere que pueden aportar una visión complementaria o específica del asunto que se vaya a tratar.

Así, el grupo ha estado constituido por: Consejera de Participación, Transparencia y Gobierno Abierto, Concejala Delegada de Medio Ambiente y Movilidad, Grupo Municipal PP, Grupo Municipal PSOE, Grupo Municipal C's, Grupo Municipal CHA, FABZ, FAPAR, ICIJA, A.VV. Tío Jorge-Arrabal y UCA. También se hizo extensiva la invitación a la Consejera de Presidencia y Derechos Sociales, así como a entidades y colectivos ciudadanos interesados en el asunto: Junta del Mercado Ambulante, Junta del Rastro, Plataforma Social del Rastro, Cámara de Comercio, ECOS, Ebrópolis y Cáritas. Se ha contado también con la asistencia de técnicos municipales de las Áreas de Urbanismo y Sostenibilidad, Derechos Sociales y Participación.

SESIONES Y CONTENIDO

N.º total de sesiones realizadas: **5 sesiones**

- **24 Octubre 2018:** Análisis de la actual ubicación y de posibles alternativas, teniendo en cuenta impactos y/o sinergias en el entorno, así como las condiciones materiales. La sesión es coordinada desde el Área de Urbanismo y Sostenibilidad, donde está la competencia de Mercados.
- **7 Noviembre 2018:** Hacía que modelo de venta ambulante, de comercio y de ciudad. La sesión es coordinada desde Ebrópolis.
- **21 Noviembre 2018:** Dignificar la Venta Ambulante: seguridad y convivencia. La sesión es coordinada por el Área de Presidencia y Derechos Sociales.
- **12 Diciembre 2018:** Análisis de la oferta económica y la demanda. La sesión es coordinada por el Área de Urbanismo y Sostenibilidad y por la Cámara de Comercio.
- **12 Marzo 2019:** Conclusiones Grupo Trabajo Venta Ambulante. La sesión es coordinada por el Área de Participación, Transparencia y Gobierno Abierto.

DOCUMENTACIÓN CONSULTADA

En cada sesión se remite la documentación disponible relativa a los temas a abordar en el orden del día. En la convocatoria se recuerda que los miembros del Grupo de Trabajo pueden realizar las aportaciones que consideren oportunas, tanto documentación como propuestas al contenido, para ser debatidas en el Grupo, sobre el tema que se va abordar en la sesión.

1ª sesión:

- Cronograma: posibles fechas previstas y asuntos a tratar en cada sesión
- Estudio sobre cómo disminuir los residuos generados por la actividad del Rastro en el Párking Sur Expo (CEAM – Colectivo de Educación Ambiental)
- Informe sobre el servicio limpieza pública en el Rastro (Oficina del Espacio Urbano y Gestión de Residuos)
- Informe sobre las acciones de Movilidad Urbana en relación al Mercadillo Ambulante (Departamento de Planificación y Diseño de la Movilidad Urbana)
- Actividades de dinamización Mercado Almozara-Rastro 2017 y 2018
- Expediente del Ayuntamiento de Zaragoza en el que se analizan posibles ubicaciones
- Sondeo a visitantes y vendedores del Mercado Almozara (realizado por Ainmer Investigación,S.L., noviembre 2017)
- Plan de Mejoras Mercado Ambulante Parking Sur (acordado entre la Junta de Vendedores del Mercado Ambulante, Cámara de Comercio, UPTA y Ayuntamiento de Zaragoza de 17 octubre 2018): mejoras realizadas y pendientes
- Recordatorio de las aportaciones al debate realizadas por: Grupo Municipal Chunta Aragonesista, Unión Vecinal Cesaraugusta y FAPAR.
- Vídeo disponible en Youtube "Demos vida a la ciudad de todos", sobre la experiencia en Huesca sobre Venta Ambulante, aportado por la Plataforma Social del Rastro, que se puede consultar en el siguiente enlace:
<https://www.youtube.com/watch?v=5L2YbK0bxbA>

2ª sesión:

- Plan Municipal de Apoyo al Comercio de Proximidad 2018-2021
- Presentación Ebrópolis Estrategia Zaragoza +20 sobre comercio
- Venta Ambulante.- Comparativa de Ciudades
- Enlace al nuevo Rastro en Huesca: <https://www.youtube.com/watch?v=5L2YbK0bxbA>
- Enlace a la Red de Mercados de Toulouse:
<https://www.toulouse.fr/web/demarches/-/les-marches-toulousains>

Se envía esta información por ser considerada relevante por parte de personas del Grupo de Trabajo. Esta información recoge experiencias que han transformado la realidad de la venta ambulante en algunas de las ciudades de nuestro entorno, como son Huesca y Toulouse.

3ª sesión:

- Informe "Análisis de la situación social del Mercado Almozara" (abril 2018)
- Convenio Rastro 2018
- Información sobre el Mercadillo de Coslada, remitida desde la Plataforma Social del Rastro

4ª sesión:

- Estudio "Análisis de la oferta económica y la demanda del Mercado Ambulante en la ciudad de Zaragoza" (Diciembre 2018), encargado por la Cámara de Comercio y elaborado por la consultora AINMER durante la segunda quincena del mes de noviembre de 2018.

5ª sesión:

- Resumen Sesiones y Conclusiones Grupo Trabajo Venta Ambulante en Zaragoza

CONCLUSIONES FINALES DEL GRUPO DE TRABAJO

El documento resumen del Grupo de Trabajo de la Venta Ambulante que se ha analizado en la última sesión recoge las propuestas de los miembros, que en base al estudio de la documentación aportada, se han debatido a lo largo de las sesiones, y supone un diagnóstico de la situación actual de la venta ambulante en la ciudad de Zaragoza.

De este diagnóstico se puede deducir la necesidad de la implantación de un mínimo de propuestas de mejora consensuadas que se eleven a los órganos correspondientes para que se tengan en cuenta en las decisiones que al respecto adopte la Corporación Municipal.

Se pueden resumir las conclusiones del Grupo de Trabajo en los siguientes **5 puntos**:

1.- LA VENTA AMBULANTE ES UN VALOR PARA LA CIUDAD

La venta ambulante es un valor para la ciudad y hay que dedicar esfuerzos para que sea percibido como tal por la mayoría de la ciudadanía y no genere rechazo.

Para todos los miembros del Grupo de Trabajo el mercado ambulante es un valor. El reto es cómo conseguir que toda la ciudad lo viva como tal, que es un valor en sí mismo y no una carga para determinados espacios o entornos.

Para ello, se plantean acciones que pasan por:

- Medidas pedagógicas, de sensibilización y de difusión
- Asegurar una dignificación en el desempeño de la actividad
- Garantizar la viabilidad económica de la venta ambulante

2.- EL MERCADO AMBULANTE ES UN EQUIPAMIENTO DE CIUDAD

El Mercado Ambulante merece la **consideración de equipamiento de ciudad** y debe ser tratado como tal en los futuros Presupuestos Municipales, conforme a los planes de mejora apuntados ya o que se concreten en su día por las siguientes razones:

2.1. Su importancia Socio-económica.

- Supone una parte significativa de la **oferta comercial** de Zaragoza en varios renglones del textil, moda, complementos y calzado. Su desaparición supondría la pérdida del **30% de los puntos de venta** de pequeños negocios en esos capítulos.

- Recibe **1.000.000 de visitas al año**, lo que demuestra su aceptación por parte de los Zaragozanos y del entorno de la ciudad..
- Da trabajo a 670 vendedores, que sumados a sus colaboradores y proveedores, suponen el sostenimiento de más de **1.000 empleos** de forma estable todo el año.

2.2. Su importancia como equipamiento a escala Ciudad.

- Más del 20% de las visitas que genera son de no residentes, es decir es una **fuerza de atracción de visitantes**.
- Recibe la visita de **vecinos de todos los barrios**, en mayor o menor medida, no es un equipamiento de proximidad, ni de ningún barrio en particular.
- **Genera una nueva centralidad** en una zona que estaba llamada a ello por la EXPO y por el AVE, siendo uno de los pocos elementos que si que cumplen tal función. Esa nueva centralidad rentabiliza a nivel ciudad todas las inversiones que sirvan para impulsar un recinto comercial de calidad creando nuevas oportunidades, y creando empleo.

3.- PREMISAS BÁSICAS DE ACTUACIÓN

El Grupo de Trabajo ha generado consenso alrededor de dos premisas básicas para orientar cualquier acción que se tome:

A) DIGNIFICAR LA VENTA AMBULANTE

Todas las acciones que se tomen deben dignificar al Mercado Ambulante, a éste por sus condiciones ambientales, a sus operadores, y a los clientes que usan sus servicios.

El objetivo final compartido por todos los miembros del grupo de **dignificar la venta ambulante**, para lo que se considera prioritario **dignificar el espacio** donde ésta se realiza **y las condiciones laborales** de las personas que desempeñan esta labor.

La apuesta por la dignificación de la venta ambulante pasa por su **revitalización**, lo que puede entenderse también dentro de una apuesta global de necesidad de **revitalización del comercio de proximidad**, igualmente compartida por todos los miembros del grupo de trabajo. En ese sentido, el diagnóstico de bajada de ventas en la venta ambulante va parejo a la crisis que vive el comercio de proximidad en la ciudad.

Para conseguir este objetivo, se valora positivamente el **Convenio** firmado el **12 de diciembre de 2018** entre el Ayuntamiento, Cámara de Comercio, UPTA y los Vendedores

Ambulantes, que se insta a que se cumpla en su totalidad, sugiriendo algunas mejoras.

Una vez desarrolladas esas medidas, será momento de valorar su efectividad. Ello se hará a través del estudio ad hoc que se realizará desde la Cámara de Comercio para ver la evolución que suponen las ventas a raíz de hacer las mejoras implementadas, y del Análisis de la Oferta y de la Demanda. En base a esos análisis podrá abordarse cualquier decisión sobre un posible cambio o no de días y/o de ubicación.

B) GARANTIZAR LA LEGALIDAD

Toda la gestión que se haga con el Mercado Ambulante ha de garantizar la legalidad de la actividad que allí se desarrolla, las plenas garantías para sus usuarios y el cumplimiento de las propias normas emanadas del Ayuntamiento.

Es necesaria una revisión de la normativa para adecuarla a las necesidades de la realidad actual que plantea la venta ambulante, para la equiparación justa y equitativa entre unos colectivos y otros (Venta Ambulante y Rastro), y para regular lo que no está regularizado ahora buscando soluciones (Mercado Social).

Es necesaria una modificación de la normativa que regula el Mercado de Venta Ambulante mediante acuerdo del Pleno Municipal para incluir algunos aspectos como: cambio de días venta, diversificación productos, reserva de espacio para futuras ampliaciones, equiparación duración licencias, traspaso titularidad padres-hijos, etc

4.- PRELACIÓN DE ACCIONES A DESARROLLAR

Se debe establecer una prelación de acciones, a tomar, a partir de la situación actual. El diagnóstico realizado al mercado demuestra que su principal talón de Aquiles es que solo funciona bien 1 de los 2 días por semana que abre, con un reparto de 80/20 sobre 100 los domingos y los miércoles, teniendo en cuenta los datos de aforo que se han dado al Párking Sur (12.000 y 3.000), por lo que su futuro pasa por conseguir un segundo día efectivo de ventas en la semana.

Los datos aportados por el Servicio de Mercados tras analizar diversos espacios de la ciudad concluyen que no hay ningún espacio adecuado para que se ubiquen todos los puestos con licencia (400) y las plazas de aparcamiento necesarias. Ha habido consenso que **la ubicación actual es irreplicable en ningún otro punto de la ciudad**, con ese nivel de prestaciones y equipamientos por lo que primero se probarán todas las acciones que quepan en la actual ubicación y una vez analizados los resultados se pasaría a una segunda fase de buscar ubicaciones alternativas.

La norma de proceder indiscutible es que cualquier decisión que se adopte relacionada con la ubicación de la Venta Ambulante en la ciudad habrá de hacerse de forma consensuada, contando con las asociaciones vecinales de los barrios implicados desde el

principio. En todo caso, se pide que en su caso se valoren posibles incidencias en cada una de las ubicaciones propuestas antes de tomar ninguna decisión.

Por lo tanto en la actualidad la labor del Ayuntamiento de Zaragoza pasaría por introducir mejoras, algunas ya iniciadas, para mejorar el atractivo del mercado. El orden de prioridad de las actuaciones a desarrollar podría ser:

A) MEJORA DE LA MOVILIDAD EN TRANSPORTE PÚBLICO

Además de las que se están acometiendo en el marco del Convenio firmado se proponen otras:

- Estudiar como implementar el **transporte público** para que la gente llegue mas en autobús y sobre todo controlar e informar del número de trasbordos que hacen falta para llegar (intermodalidad).
- Reducir las frecuencias actuales de la Línea 51
- Estudiar la llegada de la línea 42 y otras que permitan conexión con otros barrios como San José y Las Fuentes.
- Estudiar poner una línea de autobús específica y provisional solo para los días de Mercado.
- Estudiar la idea poner un “trenecito turístico” con un recorrido específico para llevar ciudadanos los días de Mercado, incluso con parada en el Centro de Especialidades Inocencio Jiménez para facilitar la asistencia de los usuarios de los pueblos de la provincia que vienen a la consultas médicas.
- Estudiar la posibilidad de disponer de un autobus que conecte la línea 1 del tranvía con la ubicación actual.

B) REALIZAR EQUIPAMIENTOS QUE MEJOREN LAS CONDICIONES AMBIENTALES

Mejora del espacio y del mobiliario urbano:

- **Dotar presupuestariamente** o realizar las modificaciones de crédito necesarias para que los Servicios Municipales competentes puedan **finalizar las actuaciones** que se están acometiendo por parte del Ayuntamiento de Zaragoza en el marco del Convenio firmado: Papeleras, Bancos, Gaviones, Escenario, Megafonía, Arreglo suelo charcos, Riego por Goteo, Plantación de arbustos y árboles en contenedores Gaviones, Experiencia piloto para entoldado alguna zona del Mercado.

Además de las que se están acometiendo en el marco del Convenio firmado se

sugieren otras como:

- Colocación de paneles prefabricados **cortavientos**, paneles que podrían estar incluso decorados y que podrían tener una utilidad futura, como medidas precautorias, en caso de una gran inundación.
- Disposición suficiente de **aseos y fuentes de agua**.
- Estudiar la posibilidad de **instalar una cubierta** para que la ciudad disponga de un equipamiento que pueda reutilizar durante todo el año para realizar todo tipo de ventas y otras actuaciones, tanto de iniciativa privada como pública. Se podría usar 2 días como Mercado Venta Ambulante y el resto podría usarlo el Ayuntamiento para otros eventos.

Mejora de los accesos:

- Estudiar la posibilidad de crear **nuevas entradas** al espacio del mercado.
- Ampliar y mejorar la **señalización por toda la ciudad** de cómo se pueden dirigir al Mercado (estudiar instalación de carteles informativos en otros puntos de la ciudad, equipamientos, autobuses, hoteles, taxis, etc.).

C) DINAMIZACIÓN DEL ESPACIO

- Llama la atención el escaso grado de **conocimiento de las mejoras**, por parte de los visitantes y de los propios vendedores. Sería necesario hacer algún trabajo por parte tanto desde el Ayuntamiento como desde las Juntas del Mercado Ambulante y del Rastro para que los propios vendedores conozcan las medidas porque también ellos son fuente de difusión de que está habiendo mejoras a la hora de atraer mas gente.
- Seguir apostando por la **Dinamización del Espacio** con programación específica (bandas o grupos de música, teatro, rifas-sorteos, bailes, degustación gastronómica,...) para conseguir que las visitas sean más largas y que las personas que acuden solas vengan con familiares o amigos. Las medidas que se están implementando ya van en esa línea.
- Seguir apostando por realizar **Campañas de Difusión** (como la que está realizando en la actualidad la Cámara de Comercio en el marco del Convenio), incluso se solicita su ampliación (aumento del número cuñas radio, redes sociales, mupis, etc.)
- Tener en cuenta a la hora de estudiar la demanda para **atraer a nuevos compradores, la nueva realidad de la ciudad de Zaragoza**: barrios tradicionales envejecidos y nuevos barrios (Arcosur, Parque Venecia, Parque Goya,

Valdespartera,...) con **población joven**, que son los que pueden comprar y con hábitos de compra en fines de semana, para planificar tanto los días de mercado, como la ubicación más adecuada y las necesidades para reordenar la movilidad.

D) **DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS**

Para lograr la sostenibilidad de la venta ambulante y su dignificación, en el contexto actual, es necesario apostar por la diversificación de productos.

En los años 90, el 60% del comercio textil era de pequeño comercio. En la actualidad, todo el pequeño comercio, tanto fijos como ambulantes, no tienen más que el 20% de cuota de mercado. El resto está en manos de las grandes superficies y las franquicias. Hay un problema de viabilidad si no hay una diversificación y si no hay una multiplicación de esta oferta.

Se ve necesario apostar por una diversificación de productos, realizando un acompañamiento para que los vendedores que se dedican al textil puedan ampliar el tipo de venta y abrir una línea de modelo de venta más diversificada.

Hay que tener en cuenta que diversificar y ampliar la oferta de productos **requerirá la modificación del Reglamento de Venta Ambulante.**

Se ve positivo generar otro tipo de ventas o actividades en el mismo espacio que pueda funcionar como foco de atracción. Algunas **propuestas** son:

- Venta de **producto elaborado** (envasado) como experiencia piloto, a ser posible vinculado al territorio;
- Venta de productos de **menaje del hogar**
- Posibilidad de un **Mercado de Artesanía**, imitando al de Toulouse, la Artesanía del Mundo, donde vendedores autorizados también venden sus productos artesanos;
- Posibilidad de un **Mercado de las Flores**, siguiendo la tradición de muchas ciudades europeas, con vendedores de Zaragoza, o viveros de la ciudad que venden plantas;
- Estudiar la posibilidad de **venta de producto fresco con productos de la Huerta de Proximidad de Zaragoza**, pero una vez que finalice la remodelación del Mercado Central y que se consolide el Mercado Agroecológico en una ubicación y con condiciones;
- Instalación de **puestos móviles de comida** (“*foodtrucks*”).
- Para la **venta de segunda mano** hay una demanda clara, que se refleja a través

de la proliferación de tiendas y mercadillos de **ropa y artículos “vintage”**, venta on-line mediante aplicaciones de móviles, etc. y por tanto un nicho comercial que se puede ocupar. Se considera que puede ser positivo ubicarlo junto al Mercado Ambulante para garantizar público.

E) LA CUESTIÓN SOCIAL: CÓMO RESPONDER A LAS NECESIDADES DE INSERCIÓN SOCIAL DE PERSONAS CON UNA SITUACIÓN DE ALTA VULNERABILIDAD

- Se reconoce que existen situaciones de vulnerabilidad alta que se dan en el entorno del Rastro y en torno a la venta ambulante, y que dichas situaciones requieren un apoyo y una respuesta social desde el ámbito municipal que deben buscarse entre todos.
- Para la creación del Mercado Social se podría tomar como ejemplo la experiencia de Toulouse pero adaptándola a las peculiaridades y necesidades de la ciudad de Zaragoza. Se concluye que el borrador del Convenio de Zaragoza recoge el espíritu del Mercado de las Gangas y se plantean para su desarrollo algunas condiciones:
 - a) Que la Asociación que se encargue de la gestión sea una asociación legalmente constituida y con acreditado su trabajo en el sector, no creada "ad hoc".
 - b) Que se concrete la necesidad económica que genera un proyecto de estas características y la forma de dotación de la misma.
- Se propone por otro lado estudiar la posibilidad de abrir una nueva línea de trabajo en el sentido de que fuera alguna institución mas municipal, Imefez, Azucarera, la que pudiera asumir la gestión de ese mercado social desarrollando experiencias de emprendimiento que se están trabajando en otras ciudades, que es otra línea que en paralelo a esta mas de vertiente social se puede ir explorando. Ese Mercado Social no debería tener solo un enfoque social sino que tiene que ser autosostenible económicamente.

F) LA CONVIVENCIA: CÓMO MEJORAR LA CONVIVENCIA ENTRE LOS COLECTIVOS QUE COEXISTEN EN EL MISMO ESPACIO

- Abrir una línea de trabajo de intervención mediadora en la línea de la planteada en el estudio aportado. Dicha mediación se hace ya de manera natural entre los colectivos que coexisten en el espacio en algunos casos, pero sería positivo iniciar un programa piloto de mediación en los conflictos que están surgiendo o que puedan surgir en este entorno de convivencia entre unos espacios y otros.

G) CAMBIAR EL SEGUNDO DÍA DE MERCADO

- Si tras la implementación de las medidas en la actual ubicación, los posteriores Estudios de Hábitos de Oferta y Demanda reflejaran que no se conseguir aumentar la afluencia de visitantes y ventas los miércoles, una propuesta alternativa sería cambiar de día.
- Los días laborables son malos para el comercio en general. Realmente durante la semana tenemos muy poco tiempo todos y por eso se centra mucho la venta el fin de semana tanto en el pequeño comercio como en las grandes superficies. Además el fin de semana la gente coge el coche para ir de compras y en el Mercado Ambulante se dispone de un gran aparcamiento lo cual supone una ventaja.
- Cambiar el segundo día de mercado hacia el fin de semana para facilitar más visitas, aunque se aproximara más al domingo. Las opciones podrían ser cambiar del miércoles al **viernes o al sábado**, teniendo siempre en cuenta la opinión de los vendedores.
- Tener en cuenta que tanto el aumento del número de días como el cambio de uno de los días de Mercado respecto a la establecido en la regulación actual, **requerirá de la modificación de la normativa mediante acuerdo del Pleno Municipal y del Gobierno de Aragón.**

5.- POSTERIORES ESTUDIOS QUE SE REALICEN

- Seguir elaborando estudios de este tipo que permitan, a partir de estos primeros datos, analizar la evolución y evaluar si la implantación de esas medidas están funcionando.
- Realizar un Estudio sobre Oferta y Demanda en otra época del año más estival (noviembre no es un mes muy adecuado para el comercio por muchos motivos incluido el climatológico) para comparar los datos. Se propone el mes de septiembre.
- Incluir en siguientes estudios el Rastro de segunda mano.
- Sería interesante también tener datos de fidelización, de saber si son compradores de hace años o novedosos, sería un dato fundamental para saber si la asistencia al Mercado va a mas o a menos.
- Extender ese Estudio a otros espacios de la ciudad para ver los potenciales compradores y visitantes del Mercado Ambulante, qué necesitarían para ir o por qué no van.

- A partir del dato de los barrios que aportan mas visitantes (Almozara, Delicias y Actur) sería interesante a la hora de planificar temas como líneas de autobús y acceso, tener la reflexión de los barrios que no vienen por qué no vienen:
 - si es porque no se llega a los segmentos de población
 - si es porque no tienen la capacidad de llegar en transporte público, etc.para conocer 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 días de Mercado.

I.C. de Zaragoza, a 18 de Marzo de 2019

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

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

Fdo. Elena Giner Monge

Fdo. Rosa M^a Bleda Hernández