

**ANÁLISIS DE LA
SITUACIÓN
SOCIAL DEL
MERCADO
ALMOZARA**

Abril 2018

Este documento está preparado para ser impreso a doble cara.

Antes de imprimir piensa si es necesario hacerlo.

El cuidado del medio ambiente es cosa de todas y todos.

Análisis de la situación social del
Mercado Almozara
Ayuntamiento de Zaragoza

Realiza: Atelier de ideas S.Coop
Abril 2018

Índice

Introducción	5
Finalidad y objetivos	5
Metodología	6
1. Perfil de las personas que ejercen la venta regulada	9
2. Perfil de las personas que visitan o compran en los espacios de venta regulada	14
3. Análisis de la convivencia entre agentes e identificación de focos de conflicto	19
3.1. Caracterización de los 8 agentes principales	19
3.2. Aspectos significativos de la evolución del mercado en los últimos años	24
3.3. Conflictos entre agentes y en el interior de cada uno de los grupos	25
3.3.1. Conflictos latentes o de baja intensidad	26
3.3.2. Conflictos de mayor relevancia	27
4. Avance de una propuesta de proyecto de intervención	30
4.1. El marco de la gestión de conflictos comunitarios	30
4.2. Fases de una propuesta de proyecto de intervención	30
Anexo: artículos de prensa consultados	32

Introducción

En el último año el Ayuntamiento de Zaragoza ha puesto en marcha diferentes medidas con el objeto de promover los mercados de la ciudad y, en concreto, el ahora conocido como Mercado Almozara. Este apoyo se basa en el reconocimiento de la aportación cultural y económica que este tipo de mercados suponen para la ciudad.

En el Mercado Almozara, ubicado en el Parking Norte de la Expo, confluyen distintos espacios que provienen de ubicaciones anteriores: rastro, venta ambulante y otros tipos de venta todavía no regulada.

Es interés del Ayuntamiento garantizar la convivencia de esa diversidad de espacios e intereses que confluyen. Para ello, se considera necesario contar con datos actualizados de la situación social del Mercado de La Almozara que permitan detectar líneas de intervención y prevención.



Finalidad y objetivos

La finalidad de este documento es el análisis de la situación social del actual Mercado Almozara para detectar líneas de intervención y prevención que ayuden a mejorar la convivencia de dicho espacio.

Los objetivos específicos que se establecen son:

Conocer los perfiles socioeconómicos de las personas que ejercen algún tipo de venta en el Mercado Almozara.

Conocer los perfiles socioeconómicos de las personas que acuden a visitar o comprar en los distintos espacios del Mercado Almozara.

Analizar el grado de convivencia o competencia que se da entre los distintos espacios y actividades que se desarrollan.

Detectar los focos de conflicto, las causas, los agentes implicados, sus posiciones y necesidades.

Esbozar un proyecto de intervención social y mediadora que contribuya a mejorar la convivencia.

Metodología

Para la realización del estudio se han combinado diferentes técnicas de investigación social, cuantitativas y cualitativas, que han sido elegidas en función de la información que se necesitaba recabar:

1. Recogida de datos en los puntos de venta regulada del Mercado Almozara.

Para las zonas reguladas de rastro viejo y venta ambulante se ha realizado una recogida de datos en los propios puestos de venta dirigida a conocer cuatro grandes aspectos:

Datos básicos: edad, género, etnia o país de procedencia, nivel de estudios, barrio de la ciudad o localidad en la que reside y estado civil.

Estructura hogares e ingresos familiares: número de personas que habitan en el hogar, número de personas que aportan ingresos, número y edad de las personas que dependen de ese ingreso e ingresos medios mensuales

Segunda ocupación: si cuentan con otro trabajo remunerado y, en caso afirmativo, si es indefinido o temporal y el número de horas que le dedican semanalmente.

Información relacionada con el puesto de venta: antigüedad en el puesto, número y género de las personas que colaboran en el puesto y si tienen relación familiar con el titular.

Todos los datos se refieren a la persona titular del puesto.

El trabajo de campo se ha realizado durante dos días de mercado (domingos) lo que ha permitido obtener datos de uno de cada diez puestos: 40 de venta ambulante y 20 de rastro viejo.

En el análisis de los datos se exponen los resultados de forma conjunta para el Mercado Almozara y diferenciada para cada una de las zonas de venta. Cuando se ha considerado relevante, se ha usado como variable de cruce la etnia.



2. Sondeo sobre el perfil las personas que visitan o compran en el Mercado Almozara.

Se ha sondeado a personas visitantes y compradoras durante tres días de mercado (domingos) sobre:

Datos básicos: edad, género, etnia o país de procedencia, nivel de estudios, barrio de la ciudad o localidad en la que reside y estado civil.

Estructura hogares e ingresos familiares: número de personas que habitan en el hogar, número de personas que aportan ingresos, menores que dependen de ese ingreso e ingresos medios mensuales.

Hábitos y frecuencia de visita o compra: zona del Mercado Almozara a la que suele ir (venta ambulante, rastro viejo o ambas), si suele acudir sola o acompañada y frecuencia con la que viene.

Se han recabado datos de 125 personas.

El punto de recogida de datos ha sido una de las entradas a pie al Mercado Almozara, la que está situada más próxima a las dos zonas de venta regulada. Esto ha podido influir en los resultados sobre el barrio de residencia puesto que, probablemente, las personas de zonas más alejadas de la ciudad o de aquellas que no tienen una conexión directa en transporte público pueden usar en mayor medida el vehículo particular para desplazarse hasta el Mercado Almozara y, por tanto, utilizar las entradas directas desde el parking. Por otra parte, también ha podido influir en los resultados el perfil de las personas que han accedido a responder a la encuesta, principalmente mujeres y de etnia paya.

Salvo para aquellas variables que se ha observado que influyen en la visita a una u otra zona de venta regulada, el análisis de resultados se ha realizado sobre el conjunto de personas visitantes y compradoras utilizando como variable de cruce la frecuencia de la visita.

3. Entrevistas en profundidad a agentes clave.

Se han realizado un total de cinco entrevistas a los siguientes perfiles:

- 1 representante de los vendedores y vendedoras del rastro viejo, hombre, etnia gitana.
- 1 representante de los vendedores y vendedoras de la venta ambulante, mujer, etnia gitana.
- 2 representantes de la Plataforma Social Rastro y Venta Ambulante, cada uno como mejor conocedor de una de las dos opciones de venta no regulada del Mercado Almozara, dos hombres, uno payo, el otro senegalés.
- 1 representante de los administradores del Mercado, mujer paya.

El modelo utilizado ha sido el de entrevista semiestructurada. Se ha seguido un guion definido dirigido a obtener:

Una **caracterización de las personas que ejercen algún tipo de venta en el Mercado**, lo que ha permitido contrastar y ampliar la información cuantitativa recogida en los puntos de venta y dibujar un perfil de las personas que ejercen venta no regulada.

Una **caracterización de las personas que visitan o compran el Mercado Almozara**, con la que se ha querido contrastar y ampliar los resultados del sondeo a visitantes y compradores.

Un **diagnóstico del Mercado Almozara**, a través del que se ha extraído información sobre qué aspectos funcionan del Mercado Almozara y cuáles no, así como cuáles podrían empeorar y cuáles mejorar

Una explicación de los problemas de convivencia que se detectan.

A estas entrevistas en profundidad, se han añadido algunas anotaciones tomadas a partir de la observación directa y de testimonios espontáneos aportados por vendedores anónimos durante la realización de la recogida de datos en los puestos de venta regulada.

4. Análisis de artículos de prensa relacionados con el Mercado Almozara.

Se ha llevado a cabo un vaciado de artículos de prensa para analizar el tratamiento que se da en los medios de comunicación a la realidad y los conflictos del Mercado Almozara, centrado en el periodo comprendido entre los meses de junio de 2017 y febrero de 2018 aunque con algún otro artículo publicado anteriormente. No se ha elaborado un apartado específico a partir de este vaciado sino que se ha tratado de manera transversal a todos los apartados y sus resultados han quedado repartidos por todo el documento. El listado de artículos analizados se puede consultar en el anexo.



Las acciones aquí descritas y la posterior elaboración del proyecto de intervención social y mediadora se han llevado a cabo entre el 12 de marzo y el 26 de abril de 2018, siguiendo la siguiente temporalización:

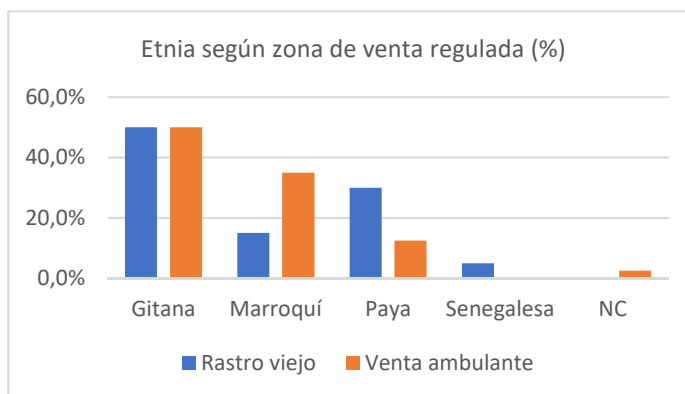
	Semana 12-18 mar.	Semana 19-25 mar.	Semana 26 mar 1 abr	Semana 2-8 abr	Semana 9-15 abr	Semana 16-22 abr	Semana 23-29 abr
Diseño herramientas trabajo de campo							
Recogida puntos de venta regulada							
Sondeo visitantes y compradores							
Realización de las entrevistas en profundidad							
Transcripción entrevistas							
Vaciado artículos de prensa							
Tabulación y análisis de datos							
Diseño proyecto de intervención							
Redacción informe final							

El informe final de análisis de la situación social del Mercado Almozara fue entregado al Ayuntamiento de Zaragoza el 26 de abril de 2018.

1. Perfil de las personas que ejercen la venta regulada

Las personas que ejercen venta regulada en el Mercado Almozara son de etnia gitana, marroquí o paya, por este orden de importancia. En ambas zonas la etnia gitana es la predominante, la marroquí está más presente en la venta ambulante y la paya en el rastro viejo. En este último espacio también despuntan personas de otros países como Senegal.

Etnia (%)			
	Rastro viejo	Venta ambulante	Total
Gitana	50,0%	50,0%	50,0%
Marroquí	15,0%	35,0%	28,3%
Paya	30,0%	12,5%	18,3%
Otros (Senegal)	5,0%	0,0%	1,7%
NC	0,0%	2,5%	1,7%

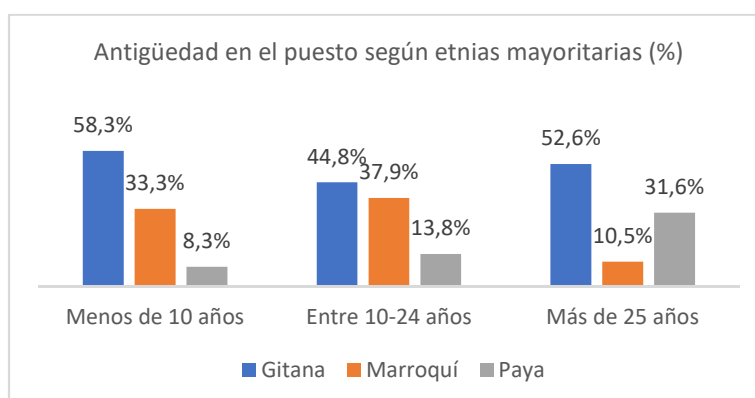


Género (%)			
	Rastro viejo	Venta ambulante	Total
Hombre	85,0%	77,5%	80,0%
Mujer	15,0%	22,5%	20,0%

Ocho de cada diez titulares de un puesto de venta regulada son hombres; un 20% mujeres. La presencia de mujeres es superior en la venta ambulante (22,5%) que en el rastro viejo (15%).

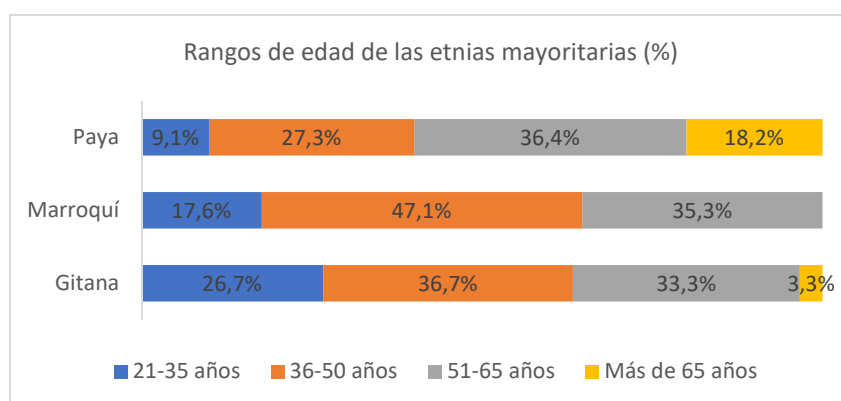
La antigüedad de los titulares es alta: ocho de cada diez está al frente de su puesto desde hace al menos diez años y el 31,7% lo está desde hace más de 25. Según el tipo de venta apenas hay diferencias salvo en la proporción de nuevas incorporaciones: en la venta ambulante un cuarto de las personas han asumido la titularidad del puesto en los últimos diez años mientras que solo lo ha hecho una de cada diez en el rastro viejo.

También se observan diferencias de antigüedad respecto a la etnia. Las personas gitanas y payas son las que llevan más tiempo vinculadas a este tipo de venta, no obstante, mientras que las gitanas han seguido renovando titulares a lo largo de los últimos años, en las payas se observa un retroceso. Por su parte, las personas de origen marroquí han ido creciendo en importancia.



Antigüedad en el puesto									
	Según zona de venta			Según etnia					
	Rastro viejo	Venta ambulante	Total	Gitana	Marroquí	Paya	Otra	NC	Total
Menos de 10 años	10%	25%	20,0%	58,3%	33,3%	8,3%	0,0%	0,0%	20,0%
Entre 10 y 24 años	55%	45%	48,3%	44,8%	37,9%	13,8%	3,4%	0,0%	48,3%
Entre 25 y 50 años	35%	30%	31,7%	52,6%	10,5%	31,6%	0,0%	5,3%	31,7%

La edad media de las personas titulares de un puesto es de 47,1 años. Están más envejecidas las que venden en la zona de rastro viejo (edad media 57,2 años) que las de venta ambulante (42,1). Por etnias es la paya la más envejecida: su media de edad es de 56,1 años mientras que la de la gitana y marroquí se encuentran en torno a los 44-45. Además, un 18,2% de las personas payas tiene más de 65 años mientras que no hay marroquíes de edades tan avanzadas y entre las gitanas representan un porcentaje muy reducido. Por el contrario, en las edades más jóvenes, los payos cuentan con un 9,1% de personas entre los 21 y los 35 años mientras que son más de un cuarto de los gitanos y un 17,6% de los marroquíes. Para todas, las edades centrales, de 36 a 65 años, son las más numerosas.

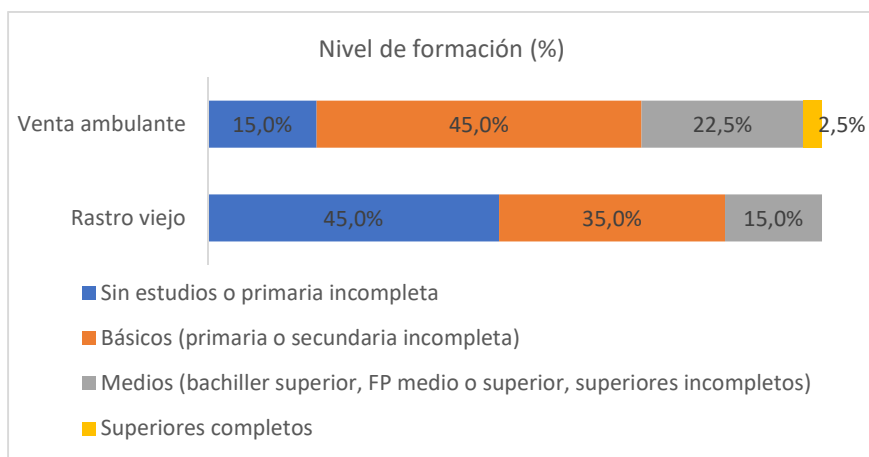


Rango de edad							
	Según zona de venta			Según etnia mayoritaria			
	Rastro viejo	Venta ambulante	Total	Gitana	Marroquí	Paya	Total
21-35 años	0,0%	30,0%	20,0%	26,7%	17,6%	9,1%	20,0%
36-50 años	30,0%	42,5%	38,3%	36,7%	47,1%	27,3%	38,3%
51-65 años	50,0%	25,0%	33,3%	33,3%	35,3%	36,4%	33,3%
Más de 65 años	15,0%	0,0%	5,0%	3,3%	0,0%	18,2%	5,0%
NC	5,0%	2,5%	3,3%	0,0%	0,0%	9,1%	3,3%
Promedio edad	57,2	42,1	47,1	45,8	44,2	56,1	47,1

En general, las personas que ejercen la venta regulada en el Mercado Almozara cuentan con un nivel de formación bajo o muy bajo: un cuarto no tiene estudios o no ha completado la educación primaria; suponen dos tercios si se suman las personas con formación básica. Dos de

cada diez cuentan con estudios medios (bachiller superior, FP medio o superior) y los que han completado estudios superiores no llegan al 2%.

Las personas que venden en el rastro viejo tienen un nivel de formación inferior a las de venta ambulante: las personas sin estudios o que no han llegado a completar la educación básica suponen el 45% de las personas de rastro viejo mientras que son un 15% en venta ambulante.



Formación (%)			
	Rastro viejo	Venta ambulante	Total
Sin estudios o primaria incompleta	45,0%	15,0%	25,0%
Básicos (primaria o secundaria incompleta)	35,0%	45,0%	41,7%
Medios (bachiller superior, FP medio o superior, superiores incompletos)	15,0%	22,5%	20,0%
Superiores completos	0,0%	2,5%	1,7%
NC	5,0%	15,0%	11,7%

La mayoría reside en la ciudad de Zaragoza, tanto las personas que venden en rastro viejo como en venta ambulante, si bien entre estas últimas hay una mayor proporción de personas que se desplazan desde barrios rurales, desde otras localidades e incluso desde otras provincias. Dentro de la ciudad se distribuyen de forma extensa por casi todos los distritos (solo tres distritos no han sido citados: Miralbuena, Santa Isabel y Universidad), con una mayor presencia de personas de rastro viejo en el Barrio Oliver y en el Casco Viejo (preferentemente en la zona de San Pablo) y de venta ambulante en el Actur y San José.



Lugar de residencia (%)			
	Rastro viejo	Venta ambulante	Total
ZARAGOZA CIUDAD	90,0%	50,0%	63,3%
Actur-Rey Fernando	10,0%	12,5%	11,7%
Casablanca	0,0%	2,5%	1,7%
Casco Histórico	25,0%	2,5%	10,0%
Centro	5,0%	0,0%	1,7%
Delicias	10,0%	5,0%	6,7%
El Rabal	10,0%	0,0%	3,3%
La Almozara	5,0%	5,0%	5,0%
Las Fuentes	5,0%	7,5%	6,7%
Oliver-Valdefierro	20,0%	0,0%	6,7%
San José	0,0%	10,0%	6,7%
Torrero-La Paz	0,0%	5,0%	3,3%
BARRIOS RURALES	5,0%	10,0%	8,3%
OTRAS LOCALIDADES ZARAGOZA	5,0%	20,0%	15,0%
OTRAS PROVINCIAS	0,0%	10,0%	6,7%
NC	0,0%	10,0%	6,7%

Más de tres cuartas partes de las personas titulares de un puesto en el Mercado Almozara convive en una unión estable con otra persona; esto es así tanto para rastro viejo como para la venta ambulante. Del resto de categorías señaladas resalta el hecho de que hay una mayor proporción de viudos y viudas en la zona de rastro viejo. Esto influye a su vez en el peso superior que mantienen los hogares unipersonales entre las personas del rastro viejo que entre las de venta ambulante. Por el contrario, la venta ambulante cuenta con una mayor proporción de hogares más numerosos, de 5 o más miembros. En ambos casos la mayoría suelen ser hogares con entre 2 y 4 miembros.

Estado civil (%)				Nº de miembros del hogar (%)			
	Rastro viejo	Venta ambulante	Total		Rastro viejo	Venta ambulante	Total
Unión Estable	75,0%	80,0%	78,3%	hogar unipersonal	15,0%	5,0%	8,3%
Soltera	15,0%	10,0%	11,7%	2-4 miembros	60,0%	50,0%	53,3%
Separada	0,0%	2,5%	1,7%	5 o más miembros	20,0%	37,5%	31,7%
Viuda	10,0%	2,5%	5,0%	NC	5,0%	7,5%	6,7%
NC	0,0%	5,0%	3,3%				

Casi la totalidad de los hogares del rastro viejo dependen de un único ingreso, independientemente del número de miembros que componen el hogar. También esta relación es importante en la venta ambulante, aunque hay un mayor equilibrio en cuanto al número de personas que aportan ingresos y el número de miembros en el hogar.

El ingreso medio de los hogares de las personas que venden en el Mercado de La Almozara es reducido, alrededor de los 600 euros. Algunas personas de venta ambulante compaginan su trabajo en el Mercado Almozara con otra ocupación, aunque es un porcentaje muy escaso.

Ingresos con los que cuenta un hogar según el número de miembros que lo componen (%)									
	Rastro viejo			Venta ambulante			Total		
	1 ingreso	2 ingresos	Más de 2 ingresos	1 ingreso	2 ingresos	Más de 2 ingresos	1 ingreso	2 ingresos	Más de 2 ingresos
hogar unipersonal	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
2-4 miembros	81,8%	9,1%	9,1%	47,4%	52,6%	0,0%	60,0%	36,7%	3,3%
5 o más miembros	100,0%	0,0%	0,0%	60,0%	26,7%	13,3%	66,7%	22,2%	11,1%
NC	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%

En la mitad de los puestos reconocen contar con la colaboración de familiares o personas cercanas al titular para la atención del puesto de venta. Es un perfil equilibrado de mujeres y hombres en venta ambulante y mayoritariamente masculino en rastro viejo. Además, es más habitual que en el rastro viejo esta ayuda la preste una única persona y en la venta ambulante más de una.



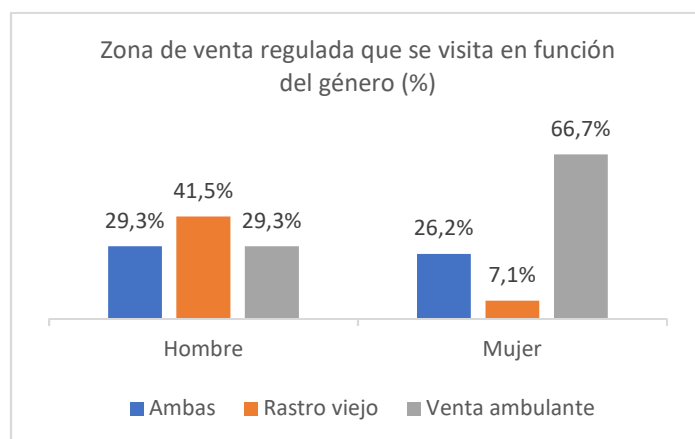
En resumen, en la venta ambulante y el rastro predomina la etnia gitana. Tradicionalmente han compartido estas actividades con las payas, aunque el panorama está cambiando sobre todo en la venta ambulante: la paya, envejecida y sin relevo generacional, está siendo reemplazada por personas de origen marroquí, que, hoy en día, les han superado en número y llegan a suponer cerca del 30% de las personas vendedoras.

Para todas las etnias se observa un nivel socioeconómico bajo o muy bajo, medido por variables como ingreso mensual del hogar (<600€) o nivel de formación (la mayoría con estudios básicos o sin ningún tipo de formación). En todos los casos, las personas que venden en el rastro viejo cuentan con una situación más precaria que las de venta ambulante.

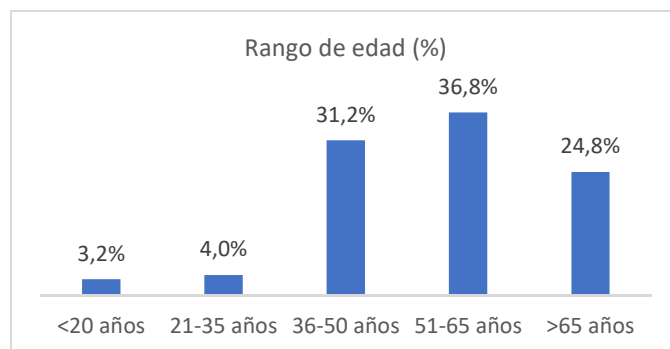
2. Perfil de las personas que visitan o compran en los espacios de venta regulada

La única variable que influye de forma directa en la elección de la zona de venta regulada que se desea visitar es el género: casi siete de cada diez mujeres optan por la venta ambulante, poco más de un cuarto visita ambos espacios y el 7,1% lo hace solo al rastro viejo. En los hombres las opciones están más equilibradas, aunque hay una clara preferencia por el rastro viejo.

Zona de venta elegida en función del género (%)			
	Rastro viejo	Venta ambulante	Ambas zonas
	41,5%	29,3%	29,3%
	7,1%	66,7%	26,2%



La edad media de las personas que visitan o compran en el Mercado Almozara es elevada: 54,8 años. No es un espacio de compra frecuentado por gente joven (menor de 36 años); de hecho, la gráfica muestra una ruptura radical entre las generaciones más jóvenes y las de mayor edad.



Excepto el género y la edad el resto de variables estudiadas no muestran unas características marcadas sino que dibujan un perfil bastante diverso. De esta manera, en cuanto al nivel de formación se observa que son más numerosas las personas que cuentan con estudios básicos, pero también son relevantes aquellas que tienen una titulación media o superior; sí destaca que apenas hay personas sin ninguna formación. En cuando al estado civil, la mayoría conviven en unión estable con otra persona, aunque hay presencia de personas separadas, solteras y viudas, por este orden de importancia.

Rango de edad (%)		Nivel de estudios (%)		Estado civil (%)	
< 20 años	3,2%	Sin formación	2,4%	Unión estable	55,2%
21-35 años	4,0%	Estudios básicos	40,8%	Soltera	24,8%
36-50 años	31,2%	Estudios medios	27,2%	Separada	14,4%
51-65 años	36,8%	Estudios superiores	29,6%	Viuda	5,6%
>65 años	24,8%				
Promedio	54,8				

Los hogares son de tamaño reducido: el promedio de miembros por hogar es de 2,4 personas. La situación más habitual es la del hogar con dos miembros en la que, en la mayoría de los casos, solo uno de ellos aporta ingresos a la unidad familiar. En aquéllos con más de dos miembros la relación de los que dependen de un único ingreso se reduce de forma considerable; también son hogares con una mayor presencia de niños y jóvenes menores de edad. Por último, los hogares unipersonales representan asimismo un porcentaje significativo: el 18,5% del total.

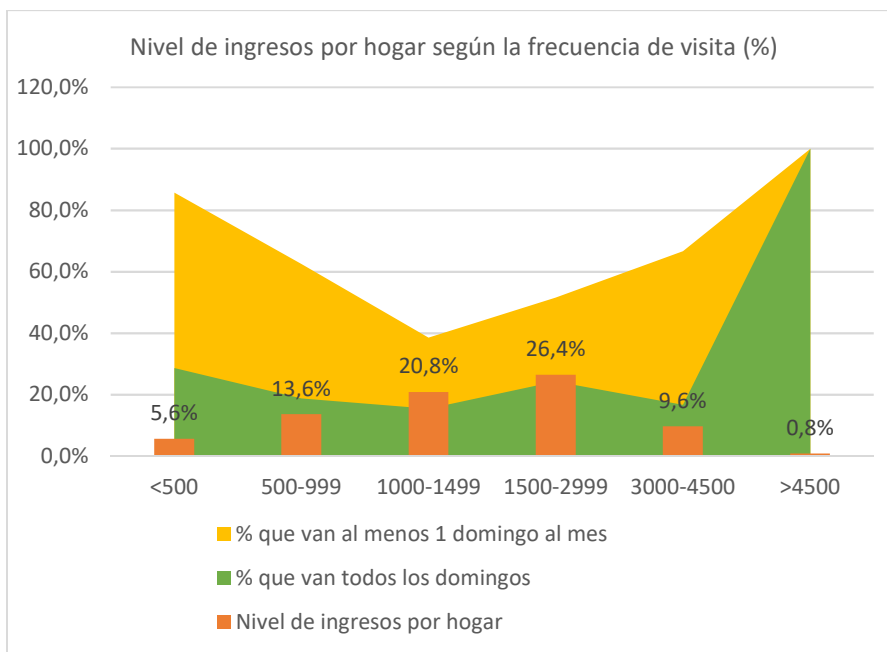
Composición de los hogares según número y perfil de las personas que habitan (%)			
	% de hogares	% hogares con menores	% de hogares que dependen de 1 solo ingreso
Hogares unipersonales	18,5%	0,0%	100,0%
Hogares con 2 miembros	42,7%	7,5%	56,6%
Hogares con 3 miembros	26,6%	30,3%	33,3%
Hogares con más de 3 miembros	12,1%	80,0%	33,3%

Los ingresos medios por hogar son de 1.329€ al mes. En casi un quinto se vive con menos de 1.000 euros mensuales y cerca de la mitad lo hace contando con una cantidad entre 1.000 y 3.000 euros al mes; hay hogares que sobrepasan los 3.000 euros, aunque no son tan habituales.

El nivel de ingresos influye en cierta medida en la frecuencia de la visita. En la gráfica se observa cómo las personas con menos recursos van en mayor medida al Mercado Almozara al menos un domingo al mes (85,7% con ingresos inferiores a los 500 euros y 62,5% con ingresos entre 500 y 999 euros). Este porcentaje se reduce para las personas que cuentan con unos ingresos entre 1.000 y 3.000 euros, aunque vuelve a aumentar para los hogares con mayores ingresos (superiores a los 3.000 euros).

Las personas que visitan todos los domingos el Mercado Almozara representan una proporción estable en torno al 15-30% de los visitantes con ingresos inferiores a los 3.000 euros mensuales y se dispara para los hogares con un nivel superior de ingresos.





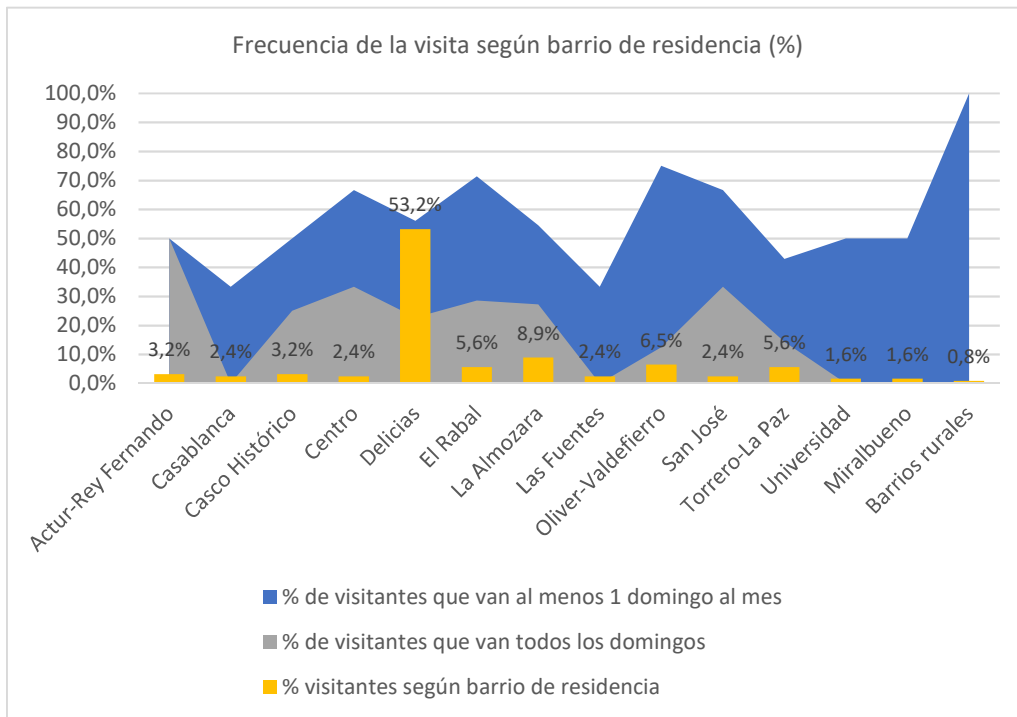
Nivel de ingresos por hogar según frecuencia de la visita (%)			
	% de hogares	% de visitantes que van al menos 1 domingo al mes	% de visitantes que van todos los domingos
<500€	5,6%	85,7%	28,6%
500€-999€	13,6%	62,5%	18,8%
1.000€-1.499€	20,8%	38,5%	15,4%
1.500€-2.999€	26,4%	51,5%	24,2%
3.000€-4.500€	9,6%	66,7%	16,7%
>4.500€	0,8%	100,0%	100,0%
NC	23,2%	62,1%	24,1%

La cercanía del lugar de residencia influye en el perfil de las personas que visitan el Mercado Almozara¹: más de la mitad son de Delicias y La Almozara es el segundo distrito del que acuden más personas aunque representan un porcentaje considerablemente inferior a Delicias (8,9%). Otros distritos alejados, pero de los que acude un porcentaje destacable de visitantes y compradores son Oliver-Valdefierro, El Rabal y Torrero-La Paz; estos dos últimos con buena comunicación en transporte público (líneas de autobuses Ci2 y 34). En general hay clientes de todos los distritos de Zaragoza (salvo Santa Isabel), pocos se desplazan desde los barrios rurales y ninguno desde localidades cercanas.

La persona que visita o compra en el Mercado Almozara es un cliente bastante fiel: el 56,5% va al menos un domingo al mes y un quinto va todos los domingos. La cercanía del barrio en el que se reside favorece una mayor frecuencia, pero no es la única variable que influye en la asiduidad

¹ En la metodología se explica que en los resultados del barrio de residencia ha podido influir el lugar en el que se realizó la toma de datos (pág. 5)

de la visita. Por otra parte, es un cliente que suele tener una clara intención de compra, aunque también los hay que les gusta ir a mirar, pasear entre puestos u ojear cosas.



Frecuencia de la visita según barrio de residencia (%)			
	% de visitantes que van al menos 1 domingo al mes	% de visitantes que van todos los domingos	% visitantes según barrio de residencia
Actur-Rey Fernando	50,0%	50,0%	3,2%
Casablanca	33,3%	0,0%	2,4%
Casco Histórico	50,0%	25,0%	3,2%
Centro	66,7%	33,3%	2,4%
Delicias	56,1%	22,7%	53,2%
El Rabal	71,4%	28,6%	5,6%
La Almozara	54,5%	27,3%	8,9%
Las Fuentes	33,3%	0,0%	2,4%
Oliver-Valdefierro	75,0%	12,5%	6,5%
San José	66,7%	33,3%	2,4%
Torrero-La Paz	42,9%	14,3%	5,6%
Universidad	50,0%	0,0%	1,6%
Miralbueno	50,0%	0,0%	1,6%
Barrios rurales	100,0%	0,0%	0,8%

En resumen, se distinguen dos perfiles entre las personas que visitan o a compran en el Mercado Almozara:

Aquella que va al Mercado Almozara porque le gusta este tipo de compra, independientemente de su nivel económico, del barrio de residencia o de otras variables como estado civil o nivel de estudios.

Aquella que va al Mercado Almozara como una opción de compra a precios asequibles, en este caso sí influye su perfil socioeconómico, tanto en lo que se refiere al nivel de ingresos (más precarios) como al barrio de residencia (más modesto).

Ambos perfiles se ven afectados por dos variables: el género y la edad. El género lo hace sobre la zona de venta regulada que se visita: hombres, rastro viejo; mujeres, venta ambulante. La edad supone un factor clave que juega en contra de este tipo de compra: las personas que van al Mercado Almozara son mayores (edad media 54,8 años) y no parecen tener un claro relevo generacional. Ello puede ser debido a que los más jóvenes están más familiarizados con otros formatos de compra a precios asequibles como los que ofrecen grandes marcas instaladas en centros comerciales o las tiendas llamadas popularmente “chinos”.



3. Análisis de la convivencia entre agentes e identificación de focos de conflicto

3.1. Caracterización de los 8 agentes principales

Como primer paso hacia la identificación de los posibles conflictos existentes en el Mercado Almozara se ha procedido a una caracterización de los principales agentes que intervienen en este espacio. Para ello, se han seleccionado tres criterios principales que sirvan para una primera caracterización: el rol que desempeñan respecto al mercado, la etnia y el nivel socioeconómico. A estos tres criterios objetivos principales se les añade en cada caso una serie de características provenientes en su mayor parte de la información recopilada a través de las entrevistas en profundidad y, en el caso de las personas vendedoras de venta regulada, también del análisis de los datos cuantitativos expuestos anteriormente.

De todos los agentes que intervienen en el mercado, se ha prescindido en este análisis de las personas compradoras o visitantes ya que se ha estimado que no desempeñan un papel significativo en la génesis y desarrollo de los conflictos identificados.

A partir de todo ellos se han diferenciado 8 agentes principales que son caracterizados a continuación:

1. Personas vendedoras de venta ambulante

De las aproximadamente 450 licencias con que cuenta el mercado de venta ambulante, en la actualidad hay unos **400 puestos activos** en los que únicamente se venden productos de primera mano.

Su **organización interna** tiene forma de Junta de Vendedores, a través de la cual se establece una coordinación tanto con el Ayuntamiento como con el rastro viejo. Además de esta estructura formal, algunos informantes describen la existencia de una cierta estructura informal a base de redes relacionales dentro de las comunidades gitana y marroquí, pudiendo llegar a presentar cierta relevancia en la primera de ellas las figuras de algunos patriarcas de familias gitanas.



La **etnia** a la que pertenecen las personas vendedoras en este mercado es, por este orden de porcentaje, gitana, marroquí y paya. Estos porcentajes han ido cambiando en los últimos años, experimentándose un descenso de los miembros de etnia paya y un aumento de los de etnia marroquí. Una fecha importante en esta evolución puede situarse en el año 2012, cuando la aplicación de una normativa europea hizo posible el cambio del correspondiente reglamento, a solicitud de la Junta de Vendedores, para permitir un traspaso de puestos que, hasta ese momento, solo podía realizarse por transmisión familiar directa o a raíz del cese del titular.

Su **nivel de formación** es bajo o muy bajo, al igual que ocurre con su nivel de ingresos.

Su **situación legal y laboral** está regularizada respecto a organismos como la Seguridad Social y Hacienda. Algunas de ellas se desplazan a otros mercados de pueblos o ciudades en Aragón otros días de la semana en los que colocan asimismo su puesto de venta.

En cuanto a su **localización** en la extensión ocupada por este mercado, se establece una nítida diferencia debido a la frecuencia y número de personas compradoras entre los lados Norte y Este (la denominada «zona caliente» que se encuentra más cercana de los accesos al mercado) y los lados Oeste y, sobre todo Sur, (la llamada «zona fría» que se sitúa más lejos de los accesos). Además, aunque cada puesto tiene asignado un emplazamiento concreto, durante los miércoles y debido a la baja afluencia tanto de personas compradoras como vendedoras, se encuentra permitido el reagrupamiento de puestos con los inevitables cambios de posición respecto a las zonas caliente y fría.

Sus **principales reclamaciones** tienen que ver con aspectos que estiman importantes para mejorar sus ventas:

- La vuelta al antiguo emplazamiento de La Romareda
- Un mejor servicio de autobuses que conecte el mercado con el resto de la ciudad
- Un emplazamiento más adecuado para los miércoles
- Mejoras en el espacio (como por ejemplo colocación de bancos y fuentes)
- Un nuevo día de mercado además del domingo
- La posibilidad de la presencia de puestos de fruta y verdura
- Promoción municipal del mercado
- Que los manteros dejen de colocarse en las calles del mercado o que, al menos, lo hagan de manera más espaciada para no impedir el paso de las personas visitantes o compradoras.

2. Personas vendedoras del rastro viejo

Unos **200 puestos** conforman el abigarrado conjunto del rastro viejo en el que solo se vende producto usado y de segunda mano (salvo ropa y zapatos). En la mayoría de ellos se ofrecen objetos de poco valor como herramientas y aparatos. Una minoría de puestos venden otro tipo de productos de valor algo superior como antiguallas u objetos vintage.

Al igual que ocurre en la venta ambulante, su **organización interna** tiene forma de Junta de Vendedores, a través de la cual se establece una coordinación tanto con el Ayuntamiento como con la venta ambulante.

La **etnia** a la que pertenecen las personas vendedoras en este mercado es, por este orden de porcentaje, gitana, paya y marroquí junto a un pequeño porcentaje de etnia senegalesa.

Su **nivel de formación** es bajo o muy bajo, y de media inferior al de la venta ambulante. Su nivel de ingresos también es bajo o muy bajo. En general, muchos de ellos cuentan con una condición socioeconómica de mayor precariedad por lo que no es raro que algunos complementan lo conseguido con sus ventas mediante algún tipo de subsidio o ayuda social.

Sus **principales reclamaciones** tienen que ver de nuevo con aspectos que estiman importantes para mejorar sus ventas:

- Promoción municipal para que vengan más personas compradoras y que el rastro presente mejor imagen o mayor atractivo turístico
- Mayor comunicación con el ayuntamiento
- Disminución de la burocracia municipal a la hora de resolver pequeños problemas (como la mejora en el mantenimiento de los aseos)
- Mejoras en el espacio (como por ejemplo mayor presencia de contenedores)
- Mayor intervención de la policía para expulsar a las personas vendedoras sin licencia
- Que no vengan personas vendedoras sin licencia o, al menos, que acudan en un día diferente al rastro como el sábado.



3. Personas vendedoras sin licencia

El colectivo de las personas vendedoras denominadas en este estudio “sin licencia” está compuesto, según las estimaciones, por **entre 100 y 200 personas**.

Los productos que venden provienen de su recogida en la calle y en contenedores de desperdicios. Al carecer de regulación alguna, su actividad puede incluir la venta de productos no autorizados en el conjunto del Mercado Almozara como ropa y zapatos de segunda mano. Su **ubicación** más habitual es en las cercanías y en torno al mercadillo del rastro viejo.

Entre estas personas las hay de **etnia** paya, magrebí, subsaharianos y de otras procedencias y etnias en menor medida como Latinoamérica, Europa del Este y alguna persona de etnia gitana. En su gran mayoría son hombres, aunque también se incluyen algunas mujeres, sobre todo latinoamericanas y subsaharianas. Aunque en este colectivo hay personas de gran variedad de edades, un núcleo central podría considerarse que tiene en torno a los 40 años de edad.

Su **nivel socioeconómico** es muy bajo, presentando su actividad un carácter de subsistencia frente a necesidades básicas. Algunas de ellas acuden a horas muy tempranas al mercado. Se

estima que la cantidad aproximada obtenida por sus ventas en una mañana puede oscilar entre 5 y 20 €.

Su presencia física y, sobre todo, su actividad de venta depende en gran medida de la mayor o menor presión ejercida hacia este colectivo por parte de la policía local.

Sus **principales reclamaciones** se dirigen hacia su integración en la actividad regulada del mercado:

- Regularización de su presencia y actividad en el mercado
- Oferta municipal de nuevas licencias para poder optar a formar parte del rastro viejo.

4. Manteros

Aunque no ha sido posible contabilizar su número, podría estimarse en una cantidad de unas **40 personas las** que componen este colectivo de vendedores también sin licencia y con presencia habitual en algunas calles del mercado de venta ambulante durante los domingos. Los demás días de la semana suelen realizar su venta en calles del centro de la ciudad y, en verano, se trasladan a localidades con importante presencia turística. También suelen intentar alternar su actividad de venta con la recogida de fruta en temporada.

Los **productos** que venden suelen ser objetos de imitación y otros por lo que, en principio, su competencia con las personas vendedoras de venta ambulante resulta al menos limitada.

Todos ellos son hombres y de origen subsahariano, sobre todo senegaleses. Presentan muy bajo **nivel socioeconómico**, aunque tal vez ligeramente superior a las denominadas personas vendedoras sin licencia. Algunos de ellos llevan bastante tiempo ejerciendo su actividad en el mercado, desde su ubicación junto al pabellón Príncipe Felipe.

Su lugar de **residencia** es la ciudad de Zaragoza, siendo habitual que se agrupen por lazos de amistad y en torno a uno de ellos que, al disponer de documentación, tiene acceso al alquiler de un piso en el que conviven.

Al igual que las personas vendedoras sin licencia, su presencia y actividad en el mercado se encuentra a merced de la actividad de la policía local.

Sus **principales reclamaciones** se dirigen hacia la minoración de la presión policial y la regularización de su actividad de venta en otro lugar de la ciudad:

- Reducción de la presencia y presión ejercida sobre ellos por la policía, de manera que no se vean desposeídos de su mercancía
- Reconocimiento de su dignidad y de la necesidad que empuja su actividad
- Establecimiento regulado de un sitio de venta en el centro de la ciudad para vender en un horario determinado (como, por ejemplo, la parte superior del paseo de Sagasta).

5. Personas administradoras del mercado

Son tres las personas encargadas de realizar el seguimiento cotidiano de todos los mercadillos callejeros de la ciudad y cuyo puesto de trabajo se encuentra físicamente en un lateral del

Mercado Almozara. Todas ellas son payas y podría considerarse que de un nivel socioeconómico medio.

Estas figuras realizan la función de principal interfaz entre las personas vendedoras de venta regulada y el Ayuntamiento. Gozan de muy buena consideración por parte de los representantes de ambas juntas de vendedores y también de gran parte de las personas vendedoras tanto en venta ambulante como en el rastro viejo, que se sienten bien atendidos por ellas.

Al mismo tiempo, es generalizada entre las personas consultadas la apreciación de que carecen de las competencias necesarias para promover cambios importantes en el mercado, competencia que sí se le otorga al nivel político y técnico del Ayuntamiento.

Su principal reclamación se refiere a la puesta en marcha de algún ordenamiento o regulación referente a aquellos sectores del mercado que quedan en la actualidad fuera de control: la actividad de personas vendedoras sin licencia y de manteros.

6. Cargos y puestos de los niveles político y técnico del Ayuntamiento con influencia sobre el mercado

Todas las personas que componen este grupo son payas y puede considerarse que presentan un nivel socioeconómico medio o medio-alto.

Desde el punto de vista de varias de las personas informantes, se valora de manera positiva su voluntad de mejorar el Mercado Almozara así como la situación de las personas vendedoras, especialmente las de muy bajo nivel socioeconómico, y también la mejoría experimentada en los canales formales de comunicación con las personas vendedoras.

7. Policía Local

El colectivo de policías locales que interviene en función de sus responsabilidades en el Mercado Almozara son en su inmensa mayoría de etnia paya y podrían considerarse de nivel socioeconómico medio.

El papel desempeñado por los policías locales está bien considerado por los representantes de venta ambulante y rastro viejo, aunque algunas personas vendedoras de ambos espacios les reprochan su excesivo celo en algunas actuaciones. También su actuación suscita el rechazo por parte de las personas vendedoras sin licencia y los manteros.

8. Plataforma Social Rastro y Venta Ambulante

Esta Plataforma está constituida por una minoría de personas activistas sociales que lideran y apoyan a personas vendedoras sin licencia. Su nivel socioeconómico oscila desde el medio hasta el bajo y muy bajo.

Su organización interna es de tipo horizontal a través de asambleas más o menos periódicas. Cuentan con un grupo de WhatsApp integrado por unas 80 personas, así como con un listado de personas vendedoras sin licencia empadronadas en Zaragoza.

Su objetivo fundamental es defender los valores económico-social y sociocultural del Mercado Almozara, así como la dignidad y mejora de las condiciones de vida de todas las vendedoras del mercado y, especialmente, de aquellas con peores condiciones socioeconómicas.

Sus **reivindicaciones** siguen la línea de sus objetivos principales:

Puesta en marcha de un plan de mejora integral del mercado (disminución de tasas, más autobuses, promoción, animación cultural, mejoras del espacio mediante papeleras, fuentes, bancos, parasol y paravientos)

Oferta de nuevas licencias en domingo

Puesta en marcha de un tercer espacio en sábados de venta libre de segunda mano y con tasa simbólica (con 100 plazas rotatorias para 200 personas), gestionado por una entidad sin ánimo de lucro.



3.2. Aspectos significativos de la evolución del mercado en los últimos años

Se han recogido por parte de las personas consultadas una serie de apreciaciones en torno a la evolución del Mercado Almozara que pueden servir de marco para calibrar con mayor detalle el alcance de los conflictos que pueden amenazar la convivencia en el mercado, así como de las propuestas de actuación subsiguientes.

Entre estas apreciaciones, no todas ellas compartidas por el conjunto de los agentes, hay una serie de cuestiones que se estiman como factores que han influido de manera negativa en la evolución del mercado:

Traslado a una ubicación menos céntrica, peor comunicada, en una zona de menor poder adquisitivo y poco resguardada de las inclemencias del tiempo.

Establecimiento en la ciudad de nueva oferta de espacios venta a precios bajos: determinadas tiendas en grandes superficies, outlets y bazares chinos.

Disminución progresiva y acusada de la cantidad de clientela los miércoles.

Construcción de un muro de obra entre el rastro viejo y la rotonda donde anteriormente solían colocarse las personas vendedoras sin licencia, lo cual pudo repercutir en su presencia más cercana del rastro viejo e incluso en su interior.

Acumulación de impagos de licencias.

Entre las apreciaciones de carácter positivo las hay en relación al propio emplazamiento, a la evolución social general y al papel desempeñado por el Ayuntamiento:

Emplazamiento suficientemente amplio, con posibilidad de dejar el vehículo de cada persona vendedora junto a su puesto de venta ambulante, pasillos amplios y extenso aparcamiento gratuito.

Mejora de los mecanismos de comunicación entre los dos colectivos de venta regulada y el Ayuntamiento.

Aumento relativo de la cantidad de personas compradoras debido a la crisis económica sufrida a partir del año 2008.

3.3. Conflictos entre agentes y en el interior de cada uno de los grupos

En el presente apartado, se tomarán como punto de partida los elementos que caracterizan el esquema de un conflicto tipo según la metodología de la gestión de conflictos². Estos elementos son tres: personas, proceso y problema.

La primera actividad para entender un conflicto es conocer cuántas **personas** se encuentran implicadas, qué nivel de implicación mantienen, el papel que juega cada una de ellas y el grado de interdependencia existente. Además de estos elementos hay otras claves que será necesario valorar como las necesidades de las personas implicadas, su percepción del problema, los modos comunicacionales que utilizan, sus actitudes y comportamientos y, en última instancia, su cultura. Otro aspecto de singular importancia será la identificación precisa de la posición de cada una de las partes para llegar a través de él a sus intereses y necesidades.

El segundo gran elemento que constituye un conflicto es el **proceso**. Con este término nos referimos al grado o fase en los que en un momento dado se encuentra el problema tratado, teniendo en cuenta que el itinerario que recorre todo conflicto se realiza en función de una escalada que puede dividirse en tres fases principales:

Una primera fase de inicio o de conflicto latente en la que pueden identificarse una serie de expectativas no cumplidas y con posibilidad de transformarse en animadversión expresa a través, muchas veces, de un hecho crítico que puede oficializar el aumento de escalada en el conflicto y pasarlo al nivel de la siguiente fase.

Una segunda fase en la que los agentes aplican una percepción selectiva de lo que acontece y comienzan a aplicar una dicotomía clara culpable/víctima respecto a otro u otros agentes, aunque todavía se conserva una capacidad de empatía en el sentido de reconocer algún aspecto positivo de la otra parte.

Una tercera fase confrontativa o de lucha abierta en la que se ha construido una imagen de la parte enemiga que puede llegar a deshumanizarla, en la que las partes han perdido la capacidad de analizar objetivamente los hechos y en la que resulta imposible una reunión entre ellas para afrontar el conflicto.

El tercer elemento clave es la determinación del **problema** o causa que puede explicar la existencia del conflicto. Se identifican cinco causas posibles en la configuración de un conflicto, teniendo en cuenta que ningún conflicto suele tener una sola causa sino una interrelación entre varias de ellas, aunque sean solo una o dos las predominantes:

² Ramos Pérez, M.E. y Muñoz Hernán, Y. (2010). *Los conflictos. Claves para su comprensión*. San Sebastián, Fundación Gizagune.

Relacionales. Son consecuencia de una vinculación no adecuada entre las partes.

De valores o convicciones. Son causadas por un sistema de creencias incompatibles o percibidas como incompatibles.

De intereses. Están causados por la competición entre necesidades incompatibles o percibidas como tales.

Estructurales. Cuando el propio diseño de la estructura u organización en la que intervienen las partes es la causante principal, de manera que las partes implicadas carecen de posibilidad para su cambio sustancial.

De información. Suceden cuando a las partes les falta la información necesaria para para tomar decisiones acertadas.

A partir de estos elementos será posible identificar y caracterizar los conflictos existentes en diferente grado entre los diferentes agentes que intervienen en el Mercado Almozara y siempre principalmente a partir de los propios testimonios recogidos, es decir, desde una perspectiva fundamentalmente emic.

3.3.1. Conflictos latentes o de baja intensidad

En total, han sido identificados un mínimo de 10 conflictos de los que 8 de ellos pueden considerarse en estado latente o de baja intensidad. Estos 8 conflictos que no habría que obviar en futuras actuaciones pero que no presentan rasgos suficientes como para poner en serio riesgo la convivencia del mercado a corto plazo son los siguientes:

1. **Entre personas vendedoras de rastro viejo y de venta ambulante.** Algunas de las personas vendedoras del rastro viejo reclaman su derecho a vender ropa y zapatos de segunda mano, lo que parece que va en contra de los intereses de las personas vendedoras de venta ambulante.
2. **Entre personas vendedoras de venta ambulante y el nivel político y técnico del Ayuntamiento.** Algunas personas vendedoras de venta ambulante continúan reprochando al ayuntamiento el cambio de emplazamiento desde la Romareda y el consiguiente incumplimiento de las que recuerdan como promesas realizadas en aquel momento (vuelta a la Romareda, lanzadera de autobús, inversiones en el espacio, etc.).
3. **Dentro del grupo de las personas vendedoras de venta ambulante.** En este heterogéneo grupo se han documentado varias pequeñas pugnas internas. Aunque de manera muy minoritaria, algunos vendedores gitanos acusan a vendedores marroquíes de sobreobtención de ayudas públicas, y lo mismo algunos vendedores payos reprochan a vendedores gitanos y magrebíes. Algún vendedor payo critica un presunto control informal de la etnia gitana sobre el mercado de venta ambulante. Algún vendedor que se encuentra al día del pago de la licencia de su puesto reprocha a quienes no la pagan su actitud por competencia desleal. Algunas personas vendedoras, y en ocasiones sus redes familiares en el caso de la etnia gitana, pugnan por el emplazamiento de los puestos libres mejor situados durante su reagrupamiento de los miércoles, así como por el aprovechamiento puntual de puestos vacíos.

4. **Dentro del grupo de las personas vendedoras sin licencia.** En ocasiones se pueden llegar a producir discusiones entre vendedores sin licencia por el aprovechamiento puntual de puestos del rastro viejo no usados por sus titulares. Un riesgo a considerar en estos casos es que su situación no regulada en el mercado les impide considerar la posibilidad de solicitar la intervención de la policía. De cualquier modo, solo se ha documentado una pelea entre dos vendedores en torno a un espacio de venta, uno de etnia gitana y otro senegalés, que se produjo el año 2015 con el resultado de una herida no grave.
5. **Entre personas vendedoras de venta ambulante y la policía local.** Algunos vendedores de venta ambulante achacan a la policía el ser demasiado estricta con el límite espacial de los puestos o con las personas autorizadas para su atención.
6. **Entre personas vendedoras del rastro viejo y la policía local.** Algunos vendedores se quejan de que la policía retira y destruye ropa y zapatos usados en caso de que formen parte de su mercancía puesta a la venta.
7. **Entre personas vendedoras sin licencia y la policía local.** Es generalizada entre las personas vendedoras sin licencia su queja ante la retirada y destrucción de su mercancía por parte de la policía local, así como por la imposición de multas cuyo impago puede suponer la pérdida a la recepción de ciertas ayudas sociales. También ocurre que la policía puede desalojar a aquellos vendedores sin licencia que estén ocupando un puesto vacío del rastro viejo.
8. **Entre los manteros y la policía local.** Desde este colectivo se denuncia que últimamente ha aumentado la presión que la policía local ejerce sobre él, incluyendo determinadas detenciones, aunque se percibe algo menos de presión policial en este emplazamiento concreto del Mercado Almozara respecto a otras zonas de la ciudad.

Como conclusión a este listado de conflictos aún latentes o de baja intensidad cabe destacar dos circunstancias que pueden explicar su situación en un punto inicial del proceso de escalada conflictual. Por un lado, se ha recogido la posibilidad de que exista un cierto control colectivo sobre el nivel de aquellos conflictos que pudieran llegar a un enfrentamiento físico o evidente en aras del interés común de mantener un ambiente tranquilo que garantice la visita y actividad de las personas compradoras. Por otro lado, es destacable la comprensión que demuestran muchos de los agentes de nivel socioeconómico bajo hacia la necesidad y búsqueda de subsistencia de aquellos de nivel socioeconómico muy bajo.

3.3.2. Conflictos de mayor relevancia

Del total de los 10 conflictos identificados, se ha considerado necesario reservar una consideración particular hacia aquellos dos conflictos que se consideran más relevantes, tanto por los agentes concretos que se ven implicados en ellos como por su grado de desarrollo, para la convivencia entre los diferentes agentes del Mercado Almozara.

1. Entre personas vendedoras de venta ambulante y manteros.

Uno de los conflictos de mayor relevancia es el que enfrenta a personas vendedoras de venta ambulante y manteros.

En lo concreto, este conflicto se manifiesta en el enfado que manifiestan las personas vendedoras de la venta ambulante hacia la práctica habitual de los manteros de extender su mercancía sobre el suelo de algunas de las calles de su mercado. Incluso algunos vendedores de venta ambulante colocan cajas en los pasillos de paso para disuadir a los manteros de extender sus mantas delante de sus puestos. Su queja se refiere sobre todo a la dificultad para el paso de personas compradoras que puede suponer la ubicación de los manteros y su mercancía, y los trastornos que causa el hecho de que salgan corriendo ante la llegada de la policía.

Un detalle aún por determinar es si la mercancía ofertada por los manteros entra o no en competencia directa con la que se vende desde la venta ambulante, ya que han sido recogidas opiniones contrapuestas acerca de esta cuestión.

De manera resumida, en este caso la posición de una parte es que se impida la venta de los manteros en el mercado de venta ambulante y la de la otra parte que les dejen hacerlo allí o, como mejor opción, en un lugar céntrico de la ciudad.

2. Entre personas vendedoras del rastro viejo y personas vendedoras sin licencia.

El otro conflicto detectado de mayor relevancia es el que enfrenta a personas vendedoras del rastro viejo y personas vendedoras sin licencia. La relación entre estos dos colectivos es compleja y afecta fundamentalmente a los productos que ponen a la venta y al espacio que emplean para ello.

Desde el rastro viejo se achaca a la venta sin licencia una competencia desleal en relación a los productos que ofertan (ya que en función de su falta de regulación la venta sin licencia incluye de facto productos no permitidos para el rastro viejo como la ropa y el calzado de segunda mano), a los precios de productos similares (más baratos incluso en el caso de la venta sin licencia), al excesivo número de puestos que llegan a coexistir y que puede reducir la cantidad de venta para cada uno de ellos y, sobre todo, a la desigualdad de condiciones en referencia a la falta de regulación de la venta sin licencia. Al mismo tiempo, se ha recogido información sobre que algunas personas vendedoras del rastro viejo llegan a adquirir mercancía de la venta sin licencia a primera hora de la mañana para intentar revenderla posteriormente a mejor precio.

En cuanto a la competencia por el espacio de venta, es habitual que las personas vendedoras sin licencia se sitúen en las cercanías, en torno e incluso entre los mismos vendedores del rastro viejo, llegando a ocupar algunos puestos cuyos titulares no han acudido ese día concreto. Ante esto último, algunos vendedores del rastro viejo colocan cajas en los espacios sin vendedor titular entre puestos para evitar que sean ocupados por las personas vendedoras sin licencia, o les piden directamente que se dispongan en otro lugar algo más alejados de su puesto. También se ha recogido información sobre el hecho de que algún vendedor de rastro viejo “realquila” el uso de su puesto a una persona vendedora sin licencia a cambio de una cantidad superior a la correspondiente a la propia licencia.

De manera paralela al anterior conflicto descrito, en este caso la posición de una parte es que se impida la venta de las personas vendedoras sin licencia en el rastro viejo y su entorno, y la de la otra parte que les dejen hacerlo de manera regulada o, como segunda opción, en un día alternativo.

Analizados ambos conflictos de manera conjunta, es posible comprobar que las **personas** implicadas en ellos son las incluidas en los cuatro grupos de personas vendedoras que operan en la actualidad en el Mercado Almozara, lo que suma un total aproximado de unas 650 personas con sus correspondientes familias.

En cuanto al elemento del **proceso**, ambos conflictos se encuentran en una segunda fase no muy avanzada, de manera que todavía es posible el trabajo comunitario conjunto con ambos agentes, así como la búsqueda de soluciones dialogadas y negociadas a corto plazo y antes de una posible escalada de la situación en caso de que no se realice intervención alguna.

Por último, para determinar el **problema** que configura estos dos conflictos será necesario distinguir entre la posición de cada uno de los agentes (sus demandas expresas, ya explicitadas en el apartado 3.1 de caracterización de los agentes) y su correspondiente interés subyacente, teniendo en cuenta que el interés es equivalente a la razón última que mueve a cada agente y que se encuentra en relación estrecha con la necesidad que experimenta.

En este sentido, se ha identificado una necesidad o interés común a los cuatro agentes implicados en estos dos conflictos. Se trata de la mejora de sus vidas a través de la venta en el mercado y, como condición última que refuerza la consecución de este objetivo compartido, el aumento de la cantidad de personas compradoras que acuden al Mercado Almozara.

De manera particular, los intereses diferenciados de los cuatro agentes involucrados serían sin embargo los siguientes:

- Para las personas vendedoras de venta ambulante: **mantener su status quo**
- Para las personas vendedoras del rastro viejo: **diferenciarse de los vendedores sin licencia**
- Para las personas vendedoras sin licencia: **regularizar su situación para poder vender en el Mercado Almozara**
- Para los manteros: **regularizar su situación para vender en un espacio del centro de la ciudad.**

Una vez tenido en cuenta todo esto, es posible señalar que aunque ambos conflictos tienen un marcado carácter de interés, en cuanto toman forma en la competición entre necesidades incompatibles o percibidas como tales, en ambos se considera más significativo su carácter estructural ya que dependen en gran medida de la estructura u organización en la que se insertan y que difícilmente pueden modificar desde los cuatro agentes implicados ya que está determinada por un tercer actor que en ambos casos es el nivel político-técnico del Ayuntamiento.



4. Avance de una propuesta de proyecto de intervención

4.1. El marco de la gestión de conflictos comunitarios

La gestión de conflictos comunitarios plantea tres posibles vías diferentes, aunque complementarias, para su abordaje. Son en primer lugar el derecho, que se refiere al ámbito normativo y cuyo tratamiento puede ser dialogado total o parcialmente. En segundo lugar, el poder o la aplicación de la normativa y que en este caso se personaliza en las personas administradoras y, sobre todo, en la policía local. Y, por último, el interés, que permitiría abordar la mejora de las relaciones entre los diferentes agentes implicados una vez identificados los intereses de las diferentes partes.

Además de este marco, es necesario tener en cuenta dos cuestiones fundamentales en este caso.

Una es que la intervención que se plantee no puede limitarse a la expresión concreta de los conflictos ni a las posiciones declaradas por los diferentes agentes, sino que debe dirigirse de manera fundamental a los intereses de las partes, a partir de los cuales será posible una resolución negociada a los conflictos.

Otra cuestión fundamental a considerar es que la resolución de estos dos conflictos no depende exclusivamente de las dos partes enfrentadas en cada caso, pues ambos se desarrollan sobre una norma y una estructura que cumple un papel fundamental y que depende de manera sustancial del Ayuntamiento, de manera que la regulación y aplicación de la norma existente tiene una repercusión primordial sobre la convivencia entre los diferentes agentes.

A partir de estas consideraciones previas, se plantea una doble vía que guíe la intervención municipal a la hora de gestionar ambos conflictos planteados. En primer lugar, se considera fundamental caminar hacia una modificación dialogada del marco normativo y de funcionamiento. Y de manera complementaria se plantea un proceso mediado de mejora de relaciones entre los agentes implicados. Todo ello, además, condicionado a una profundización del conocimiento de la realidad del Mercado Almozara que necesitaría mayores plazos y recursos de los disponibles para la realización del presente análisis.

4.2. Fases de una propuesta de proyecto de intervención

Como esbozo de un posible proyecto de intervención para mejorar la convivencia entre diferentes agentes en el Mercado Almozara, y atendiendo a todo lo expuesto hasta ahora se proponen una serie de fases o procesos a plantear:

- **Profundización del análisis y conocimiento del mercado.** Este análisis podría tomar como punto de partida el presente informe, pero debería incidir en los aspectos relacionales (entre los grupos, dentro de los grupos y con agentes externos) y legales y normativos. También debería prestar especial atención a la identificación de las responsabilidades que competen a cada agente y a la manera en que estas responsabilidades se concretan en el día a día del mercado. Esta acción debería realizarse en el corto plazo.

Proceso dialogado de evaluación y replanteamiento del marco legal y normativo. Su objetivo sería afrontar los conflictos presentes de manera conjunta a través de las vías del interés y del derecho. En este proceso se intuye la dificultad sobrevenida de encontrar la manera adecuada de incorporar a su desarrollo a personas vendedoras sin licencia y a manteros. Su puesta en marcha podría ser a corto plazo, pero su desarrollo seguramente lo extienda hasta un razonable medio plazo.

Aplicación de los acuerdos alcanzados. Esta acción se correspondería a las vías del derecho y del poder a la hora de gestionar los conflictos, y se llevaría a cabo a través de la labor de policía local y los administradores. Se aplicaría de manera escalonada conforme se fueran obteniendo resultados concretos del proceso de replanteamiento del marco legal y normativo.

Proceso mediado de mejora de relaciones entre los diversos agentes, dentro de sus propios colectivos y entre ellos y otros agentes externos. Esta acción se vería impulsada por la vía del interés a través de la cual se intentará llegar a acuerdos que mejoren la situación de todos los agentes implicados y, de manera consecuente, la convivencia entre ellos. Su desarrollo podría ser paralelo a la evaluación y replanteamiento del marco legal y normativo.

	Corto plazo	Medio plazo	Largo plazo
Profundización del análisis			
Evaluación y replanteamiento de la normativa			
Aplicación de los acuerdos alcanzados			
Mejora de relaciones			

En directa relación con este sucinto plan de intervención, el Ayuntamiento podría encarar por su parte una serie de acciones concretas en el corto y medio plazo:

Analizar la normativa existente que afecta al Mercado Almozara y detectar puntos factibles de poner a reflexión o debate.

Analizar el estado actual de las licencias de venta en venta ambulante y rastro viejo y realizar una estimación prospectiva de su posible y deseable evolución.

Determinar con claridad las tareas que competen a las personas administradoras y a la policía local en relación al Mercado Almozara.

Analizar la ordenación y distribución del espacio del mercado y sus posibilidades de modificación y mejora.

Llevar a cabo una reflexión, tanto en el nivel político como en el técnico, sobre aquellas demandas o máximos que se podrían asumir y aquellas líneas rojas que no resultaría posible traspasar en un proceso dialogado de transformación y mejora del mercado.

Proporcionar formación en diferentes ámbitos (por ejemplo, en gestión de conflictos y mejora de la convivencia) a los diferentes agentes para reforzar su papel y lograr una potenciación de los valores sociales, económicos y culturales del Mercado Almozara.

Promover la puesta en marcha de un tercer espacio de venta para posibilitar una solución comunitaria a las necesidades de subsistencia de las personas vendedoras sin licencia.

Anexo: artículos de prensa consultados

- 01/02/2018. “Incubadoras en el rastro”, El Periódico de Aragón. Enlace: http://www.elperiodicodearagon.com/noticias/aragon/incubadoras-rastro_1260939.html
- 24/01/2018. “La oposición urge a ZEC una solución al rastro ilegal que no cause agravios a los comerciantes”, Heraldo de Aragón. Enlace: <https://www.heraldo.es/noticias/aragon/zaragoza-provincia/zaragoza/2018/01/24/la-oposicion-urge-zec-una-solucion-rastro-ilegal-que-no-agravie-otros-comerciantes-1220789-301.html>
- 20/01/2018. “El PP denuncia otro convenio de ZeC con afines al partido”, El Periódico de Aragón. Enlace: http://www.elperiodicodearagon.com/noticias/aragon/pp-denuncia-otro-convenio-zec-afines-partido_1257970.html
- 19/01/2018. “El Rastro de Zaragoza saca notable en una encuesta a sus visitantes”, Heraldo de Aragón. Enlace: <https://www.heraldo.es/noticias/aragon/zaragoza-provincia/zaragoza/2018/01/19/el-rastro-saca-notable-una-encuesta-sus-visitantes-1219995-301.html>
- 19/01/2018. “El PP pide archivar el expediente para legalizar el rastro ilegal de La Almozara”, Aragón Digital. Enlace: <http://www.aragondigital.es/noticia.asp?notid=163269>
- 27/11/2017. “Detenido por venta ilegal en el rastro”, El Periódico de Aragón. Enlace: http://www.elperiodicodearagon.com/noticias/aragon/detenido-venta-ilegal-rastro_1245623.html
- 23/11/2017. “Localizado a caballo por el rastro zaragozano”, El Periódico de Aragón. Enlace: http://www.elperiodicodearagon.com/noticias/aragon/localizado-caballo-rastro-zaragozano_1244668.html
- 18/09/2017. “El arsenal del Rastro”, El Periódico de Aragón. Enlace: http://www.elperiodicodearagon.com/noticias/aragon/arsenal-rastro_1228146.html
- 26/07/2017. “La Plataforma de Apoyo al Rastro y Venta Ambulante convoca una concentración para reivindicar un espacio de venta para la ciudadanía”, Arainfo. Enlace: <http://arainfo.org/la-plataforma-de-apoyo-al-rastro-y-venta-ambulante-convoca-una-concentracion-frente-al-ayuntamiento-de-zaragoza/>
- 26/06/2017. “El Ayuntamiento planea un rastro con una tasa simbólica para los vendedores ilegales”, Heraldo de Aragón. Enlace: <https://www.heraldo.es/noticias/heraldo-premium/aragon/zaragoza/2017/06/26/el-ayuntamiento-planea-rastro-con-una-tasa-simbolica-para-los-vendedores-ilegales-1183593-2091035.html>
- 07/05/2017. “Un centenar de vendedores y vendedoras reclaman espacios para la venta ciudadana en Zaragoza”, Arainfo. Enlace: <http://arainfo.org/un-centenar-de-vendedores-y-vendedoras-reclaman-espacios-para-la-venta-ciudadana/>
- 02/05/2017. “Un ‘mantero’ en el banquillo tras ser detenido en el Rastro”, El Periódico de Aragón. Enlace: http://www.elperiodicodearagon.com/noticias/aragon/mantero-banquillo-ser-detenido-rastro_1198564.html

26/02/2017. “La Policía Local refuerza el control de la venta ilegal en la explanada del rastro tras las críticas”, Heraldo de Aragón. Enlace:

<https://www.heraldo.es/noticias/aragon/zaragoza-provincia/zaragoza/2017/02/26/la-policia-local-refuerza-control-venta-ilegal-explanada-del-rastro-tras-las-criticas-1161276-301.html>

20/02/2017. “El 'rastro de las tinieblas' que nadie quiere ver se hace fuerte”, Heraldo de Aragón. Enlace:

<https://www.heraldo.es/noticias/aragon/zaragoza-provincia/zaragoza/2017/02/20/el-rastro-las-tinieblas-que-nadie-quiere-ver-hace-fuerte-1160007-301.html>

22/02/2016. “La picaresca en el rastro adelanta la venta ilegal a la madrugada”, El Periódico de Aragón. Enlace:

http://www.elperiodicodearagon.com/noticias/aragon/picaresca-rastro-adelanta-venta-ilegal-madrugada_1089934.html

23/01/2016. “Críticas al Ayuntamiento por la “impunidad” que impera en el Rastro”, Heraldo de Aragón. Enlace:

<https://www.heraldo.es/noticias/aragon/zaragoza-provincia/zaragoza/2016/01/22/la-policia-acusa-ayuntamiento-impunidad-rastro-por-tramitar-sus-multas-718791-301.html>

20/01/2016. “Cientos de multas en el Rastro no se tramitan por la falta de personal en Servicios Públicos”, Heraldo de Aragón. Enlace:

<https://www.heraldo.es/noticias/aragon/zaragoza-provincia/zaragoza/2016/01/19/cientos-multas-rastro-tramitan-por-falta-personal-servicios-publicos-714606-301.html>

29/12/2015. “La pelea del Rastro fue entre 'ilegales’”, El Periódico de Aragón. Enlace:

http://www.elperiodicodearagon.com/noticias/aragon/pelea-rastro-fue-ilegales_1077403.html

14/05/2014. “Una mañana en el Rastro”, A Zofra. Enlace:

<https://azofra.wordpress.com/2014/05/14/una-manana-en-el-rastro/>

26/09/2008. “El rastro de Pignatelli y el del Príncipe Felipe, juntos en el parking sur de la Expo”, 20 minutos. Enlace:

<https://www.20minutos.es/noticia/415230/0/rastro/vendedores/traslado/>



**ANÁLISIS DE LA
SITUACIÓN
SOCIAL DEL
MERCADO
ALMOZARA**

Abril 2018