

INFORME GRUPO VALORADOR DE LAS OFERTAS PARA CONCESIONES DE LOS 4 PUESTOS DE RESTAURACIÓN DEL MERCADO CENTRAL

Composición del equipo:

- Pablo González Ruiz: Subdirector de mercados de la Sociedad municipal Mercazaragoza S.A.
- Natalia García Ortiz: Jefe de Servicio de Comercio y Turismo.
Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Zaragoza.
- Ramiro Pardo Berges: Jefe del Servicio Jurídico de Mercados del Ayuntamiento de Zaragoza.

Facultados todos los citados para el cometido mencionado en el encabezamiento por acuerdo del Gobierno de Zaragoza de fecha 15 abril 2019.

Con respecto a dicho encargo se deben realizar una serie de

PUNTUALIZACIONES PREVIAS

1º) PARTICULARIDADES DE LAS OFERTAS

Al procedimiento de concesión de los 4 puestos de restauración del Mercado Central se han presentado, con el número de sobres y demás requisitos exigidos por el pliego, un total de 7 ofertas, entendiéndose como tales los grupos de sobres previstos en la cláusula 17.

A) La oferta denominada nº 1, presentada por Cafés El Criollo, se dirige en primer lugar al puesto nº 47 y como opción segunda se plantea el puesto nº 27 (ambos de disposición rectangular). En lo sucesivo vendrá denominada como oferta nº 1.

B) Las ofertas denominadas nº 2 y 3, presentadas por la mercantil Hostelería Zaragozana S.A. van dirigidas a dos puestos: la primera solicita el puesto 47 rectangular (y subsidiariamente, de no obtener el mismo, se encamina al puesto 28); solicitando en segundo lugar a través de la segunda oferta el puesto 48, circular ("ó, en su defecto, el 27"), (página 2 de su oferta).

Salvo esa diferenciación respecto del puesto solicitado, en lo demás las Memorias Técnicas de las dos ofertas son idénticas para cada puesto. Por ello se realizará tratamiento conjunto de ambas bajo la denominación de oferta 2.

C) Las 4 ofertas restantes que, a los efectos de este informe parten de su denominación como n° 4, 5, 6 y 7 han sido presentadas por:

Oferta n° 4: para el puesto 48
Oferta n° 5: para el puesto 28
Oferta n° 6 para el puesto 47
Oferta n° 7 para el puesto 27

Todas ellas solicitadas de forma conjunta por los siguientes ofertantes: Torero 2000, Alberto Campuzano, José Manuel Cubero Kleinle y Sweet Caroline SL

El conjunto de esas últimas cuatro ofertas incluyen un compromiso de cada ofertante en su sobre 1, relativo a la Documentación administrativa en el que manifiestan lo siguiente:

"Declaran bajo su responsabilidad que las personas o empresas representadas asumen el compromiso de concurrir conjunta y solidariamente a la adjudicación constituyéndose en SL mediante escritura pública con carácter previo a la formalización del contrato para el supuesto de ser adjudicatarios"

Advirtiendo de los porcentajes de participación siguientes:

Alberto Campuzano 30%
José Miguel Cubero Kleinle: 25%
Sweet Caroline: 25%
Torero 2000 SL: 20%

Y, a su vez, las Memorias Técnicas de cada una de ellas refiere lo siguiente para cada puesto solicitado (con idéntico redactado):

"Se trata de un proyecto global, por lo que apostamos por solicitar los 4 puestos de restauración ofertados (sólo podrá ser ejecutado en caso de ser adjudicatarios los 4) para poder crear este nuevo espacio en la ciudad, donde todos los puestos se complementan, ofertando productos diferentes. Pero también en el que se proponen numerosas acciones conjuntas para que sea un espacio innovador, original, sostenible, en definitiva, un lugar para todos".

(el subrayado es nuestro)

Esta última fórmula referida a las ofertas inicialmente numeradas como 4, 5, 6, y 7 es una opción habilitada por el propio pliego en varias de sus cláusulas:

- cláusula 11 párrafo 5º, que exige una "propuesta conjunta" de control de las instalaciones por parte de los adjudicatarios provisionales. Lo que evidencia que ésta, de producirse con anterioridad a ese momento, es una opción contemplada y posible.
- cláusula 17. Documentación administrativa: posibilita la posible concurrencia en UTE, que como fórmula usual bajo el régimen de los contratos administrativos parece resultar desaconsejable para una concesión a 20 años.
- cláusula 17, Memoria Comercial: al hablar de la forma de prestar el servicio de vigilancia y control, habilita que pueden prestarse de forma conjunta
- cláusula 18. N° puestos a solicitar: que exige la presentación de tantos grupos de 3 sobres diferenciados como puestos a los que se opta.

- cláusula 25, apartado 6
- otras.

Por lo tanto, en nuestra consideración, procede continuar con la valoración de las diferentes ofertas que, por razones de economía discursiva a efectos del presente informe y dada la forma en que han sido confeccionadas, a la mencionada oferta presentada por 4 participantes se le considerará como oferta número 3 en el presente informe, quedando reducidas las ofertas a 3 ofertas respecto de los 7 participantes:

Oferta nº 1: CRIOLLO CAFES

Oferta nº 2: HOSTELERÍA ZARAGOZANA

Oferta nº 3: la comprendida por 4 participantes:

Alberto Campuzano

José Miguel Cubero Kleinle

Sweet Caroline

Torero 2000 SL

Todo ello, con independencia de que la constitución de la S.L comprometida para futuro quede encajada en los sucesivos trámites que el pliego prevé como posteriores (cláusula 25) y que deberían formar parte, en su caso, de la propuesta que se plantee.

2º) SOLICITUD DE ACLARACIONES Y OTROS EXTREMOS DE LA OFERTA Nº 3 (colectiva e idéntica para los 4 participantes)

Por parte de los firmantes de la denominada oferta nº 3, integrada por 4 hosteleros, se han presentado algunas propuestas que se refieren a cuestiones arquitectónicas y que deberían ser de mención específica.

Conocido es que el desarrollo de la rehabilitación del edificio Mercado Central Lanuza se encuentra en su fase final y que deberá ser necesario una coordinación con la Dirección de Obra por si es posible contemplar los aspectos ofertados afectantes a la misma.

Esta circunstancia sólo ha ocurrido con la denominada en este informe oferta nº 3 (dirigida incondicionalmente a los 4 puestos de restauración). Estos aspectos incidentes en las instalaciones del Mercado han sido trasladados a la dirección técnica de ejecución de la obra al objeto de dar a conocer su posibilidad y, en su caso, las prescripciones a tener en cuenta. Producida una contestación formal, se une al expediente y deberá ser conocida por los ofertantes afectados, refiriéndose en el presente informe los detalles de la contestación que vienen referidos a los aspectos constructivos o de instalaciones.

La mayor parte de estas "consideraciones" vienen presentadas en la página final de cada oferta individual (idéntica) bajo el título de "solicitudes y aclaraciones". Y otras de ellas, que requieren de respuesta informativa de la dirección de ejecución vienen a complementar la información expresa o implícita del pliego, pero respecto de la que conviene dar traslado a los ofertantes. Todo ello con independencia de haberse aceptado incondicionalmente en todos sus términos el pliego al presentarse la oferta (cláusula 13) y de que estas consultas o aclaraciones pudieran haberse realizado con anterioridad. Las aclaraciones a incluir en este informe y, en su caso, en los documentos posteriores, se refieren a:

2.1.- Aclaraciones solicitadas de forma expresa:

- a) incremento de potencia eléctrica a 43 Kw, trifásico, para cada puesto.

El pliego incluía un Anejo 4 con el cuadro de potencias. Si éstas no resultaran suficientes para las instalaciones y equipos incluidos en las ofertas se podría posibilitar la modificación de la instalación eléctrica pero *"los costes de la modificación de la instalación eléctrica derivados de incrementos en la potencia eléctrica inicialmente prevista correrán por cuenta del adjudicatario (se estiman en unos 3.000€ + IVA por puesto). La ejecución será llevada a cabo por la contratista de la obra general, debiéndose realizar antes de la finalización de las obras del Mercado"*.

Todo ello con independencia de las exigencias técnicas y condicionantes económicos que pueda emplear la empresa suministradora del fluido eléctrico (ENDESA)

- b) Solicitud de apertura de puertas Norte y Sur en eventos extraordinarios fuera del horario de mercado.

El pliego únicamente autoriza para los puestos de hostelería en horario diferente al de mercados el acceso y salida de público por las puertas Este y Oeste (cláusula 8). Cualquier otra posibilidad de utilización de otras puertas, como "Actividad extraordinaria", o *"cualquier mayor ocupación de espacio de la prevista en el Pliego, deberá ser autorizada expresa e individualizadamente por el Ayuntamiento, a través de los servicios municipales competentes, debiendo solicitarse por el concesionario a través de la entidad gestora del Mercado, la cual la informará previamente"*

La autorización pertinente, en su caso, mencionará el carácter continuado o circunstancial de la disposición de puertas a utilizar.

- c) Solicitud de almacenes unidos en sótano en el supuesto de resultar adjudicatarios.

La dirección de ejecución de la obra manifiesta que, en el actual desarrollo de la obra, es posible

- d) Venta de bebidas en puestos.

Las anteriores y sucesivas concesiones para la ocupación de puestos del mercado Central incluían un anejo específico que describía los productos que se autorizaban en función del género asignado a cada puesto. En el supuesto de alimentación varia, se permitía la venta de "bebidas" (en genérico), así como pan, leche, pastelería y bollería. Por tradición del Mercado, el consumo de este tipo de productos no se realiza presencial y estáticamente.

Una de las ofertas que finalizaron en adjudicación del "puesto 61" planteó y se aceptó para el surtido y variedad de diferentes vinos, principalmente de Aragón. Igualmente y por idénticas razones a las expuestas en el párrafo anterior el consumo de estos productos no se realiza presencial ni estáticamente.

- e) Venta de alimentos cocinados o regenerados en los puestos durante el horario del mercado.

La tercera convocatoria admitió mediante la adjudicación del puesto nº 3 la venta de platos cocinados o precocinados principalmente compuestos de pollo y verduras para su venta inmediata y consumo posterior, mediante envoltorios adecuados.

f) Posibilidad de realizar degustaciones por los detallistas y si éstas se pueden cobrar.

Las degustaciones de productos es una práctica común en los mercados de detallistas. Los pliegos, dirigidos a la venta de productos alimenticios bajo precio, no se refiere específicamente a estas degustaciones en tanto práctica común y admitida generalizadamente.

Toda degustación, tanto de los puestos de venta de alimenticio perecedero como de restauración, por su propia especificidad deberá ser gratuita

g) Solicitud de un refuerzo de la estructura general para depositar en los puestos 28 y 48, la instalación de "tanques de cerveza... y reducir el tráfico de barriles por el mercado".

A esta cuestión responde la dirección de ejecución de la obra lo siguiente:

"La colocación de algún DEPÓSITO para almacenar bebidas sobre los puestos, requerirá del refuerzo de la estructura metálica de los mismos, así como de alguna reforma en sus revestimientos. Ese refuerzo será calculado y diseñado por Técnico competente, corriendo en todo caso su completa ejecución por cuenta y cargo del adjudicatario. Requerirá autorización municipal expresa y deberá realizarse antes de la finalización de las obras del Mercado."

Las características previstas para este refuerzo deberán ser incluidas en el documento técnico al que se refiere la cláusula 10.1, recomendándose, en su caso, consultas previas.

h) Información acerca de los costes reales a pagar a nivel comunitario.

El sistema de cogestión adoptado por los sucesivos pliegos, siguiendo la estela marcada por el Plan Director, acarreaba el compromiso del Ayuntamiento de sufragar determinados costes de mantenimiento del Mercado Central en 2/3 de su importe, correspondiendo el 1/3 restante a la Asociación de Detallistas (ó EGICMC).

El estudio económico de Mayo de 2017, que es el que sirvió de base para la fijación de las cuantías económicas que debían abonar los adjudicatarios (aportación inicial única y canon mensual, especialmente), contenía en su página 31 una cuota estimada de gastos comunes de cada puesto.

Para los puestos de restauración mencionaba las siguientes POSIBLES cantidades:

Puesto 27: 516,44 € mes
Puesto 28: 640,10 € mes
Puesto 47: 516,44 € mes
Puesto 48: 640,10 € mes

No obstante, estas cuantías venían estimadas en base a los gastos de años anteriores (edificio antiguo). En la medida en que las instalaciones del edificio rehabilitado lleven incorporadas mayores prestaciones y más avanzada tecnología, estos costes podrían variar ya sea como consecuencia de decisiones de la propia Asociación de Detallistas o ya sea por resoluciones

municipales.

Pero todo ello, en la medida en que la condición de adjudicatario obliga a la incorporación en la agrupación de detallistas, serán los acuerdos de ésta los que, con el control municipal por razones obvias, vayan fijando en sus presupuestos anuales una estimación de gastos mayor o menor. Gastos en los que los espacios de restauración contribuirán con el coeficiente de participación de cada puesto que son los que se mencionan para un inicio de actividad en la cláusula 14 del pliego.

2.2.- Otras aclaraciones:

Otras cuestiones que necesitarían de precisión a la vista de las prestaciones incluidas en la oferta, y a sugerencia de la dirección de ejecución de la obra, son las que se mencionan a continuación:

i) El Documento Técnico que se presente para su autorización municipal deberá justificar expresamente el nivel máximo de potencia de la instalación de SONIDO que se pretenda instalar, en el bien entendido caso de que únicamente se podrá utilizar de modo eventual, dado que el Pliego señala que se trata de bares/cafeeterías sin equipo de música.

j) Se recuerda que LAS COCINAS deberán cumplir con las condiciones señaladas en la normativa VIGENTE, en especial en cuanto a su superficie útil mínima de 6 m² y su condición de aislamiento de otras dependencias, debiendo cerrarse hacia la zona recayente al propio puesto, principalmente mediante acristalamientos transparentes de vidrio de seguridad anti-impacto. En el caso de parrillas, freidoras o brasas, se cumplirá con lo dispuesto en la normativa.

- DECRETO 131/2006, de 23 de mayo, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el Reglamento sobre condiciones sanitarias en los establecimientos y actividades de comidas preparadas.

- ORDEN de 13 de octubre de 2009, de la Consejera del Departamento de Salud y Consumo por la que se desarrollan determinados aspectos del Decreto 131/2006, de 23 de mayo, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el Reglamento sobre condiciones sanitarias en los establecimientos y actividades de comidas preparadas.

k) Las CAMPANAS EXTRACTORAS deberán contar con filtros adecuados para suprimir, al máximo posible, los olores que se produzcan por la cocción de los alimentos.

l) Las MESAS ALTAS que se pretendan colocar fijas en los pasillos deberán poder acoger bajo ellas los taburetes durante la franja horaria sin actividad, para evitar molestias y permitir el paso del público. Su máxima dimensión en anchura no podrá exceder de 70 cm ni su longitud de 250 cm. No excederán del espacio previsto, salvo acuerdo previo con la agrupación de detallistas y expresa autorización municipal posterior.

m) Los CONSUMOS de agua, electricidad o cualquier otro, que se puedan producir en el exterior del Mercado y que hayan sido suministrados desde el mismo, serán abonados por el concesionario por el método que técnicamente se determine.

n) La CARGA y DESCARGA se acogerá a los horarios y condiciones del resto de las actividades del Mercado. Las BASURAS se regirán por las normas del Mercado, independientemente de lo que se prevea en la oferta en cuanto a recogida selectiva y su reciclaje.

ñ) Cualquier PUBLICIDAD o COMUNICACIÓN realizada en cualquier tipo de soporte, relacionada con su actividad en el Mercado, deberá incluir el logotipo de "MERCADO – CENTRAL LANUZA".

o) Escenario desmontable ó hidráulico: Deberá formar parte del contenido del Estudio Técnico a presentar y cuya valoración e informe determinará lo procedente.

2.3.- Particularidades referidas a las actividades de promoción fuera y dentro del mercado

Las actuaciones de promoción propuestas en el exterior del mercado (food trucks, p.e.) deberán llevar consigo petición individualizada, sin que su inclusión entre las propuestas en la oferta implique la autorización de las mismas.

La autorización que, en su caso, las permita indicará las condiciones a las que deberá someterse en función de las particularidades que concurran, particularmente referidas a cuestiones de movilidad rodada o peatonal, inspecciones sanitarias, etc.

En el supuesto de actuaciones de promoción a realizar en el interior del mercado y que incorporen elementos o instalaciones fijas o desmontables (escenario, p.e.) deberán ser incluidas en el Estudio Técnico que deberá, en su caso, ser presentado de acuerdo con la cláusula 10 del pliego.

Todo ello con independencia de que cualquier actividad novedosa, más allá de las permitidas expresamente por el pliego, deberá también solicitarse individualmente, ya sea por la ADMC o EGICMC o por los propios concesionarios de restauración acompañándose del informe de la Asociación. En todo caso, dicho informe se considera preceptivo y no vinculante.

EXAMEN DE LAS OFERTAS

OFERTA Nº 1 : CAFES EL CRIOLLO

Memoria presentada a través de 13 folios más 3 páginas de anejos de presupuestos estimados.

La empresa se presenta a licitación para el **puesto nº 47**, planteando como **segunda opción** en el caso de que no se le adjudique, el **puesto nº 27**.

Nos encontramos ante un modelo de negocio con amplia tradición en el mundo del café. Empresa familiar que, generación tras generación, ha sabido transmitir el conocimiento adquirido en torno al mercado del café, especializándose en la selección de cafés y su tratamiento y ensalzando la profesión de barista.

A) MODELO DE NEGOCIO

1. PRODUCTO A DISPOSICIÓN

La empresa tiene reconocido prestigio en el sector, y ello es la carta de presentación de su propuesta de trabajo. Para convertirse en titular de la adjudicación del puesto solicitado en el Mercado Central, propone la combinación comercial de **servicio de cafetería con venta de productos gourmet**. Su oferta principal es el servicio de cafetería, ofreciendo desayunos, almuerzos, meriendas. Para ello, combinará el servicio de cafetería/ bar con productos como dulces, churros, tartas caseras, té, etc....

Su objetivo es conseguir un microclima envolvente, con aroma a café. Prevé la venta directa de paquetes de café de diversos orígenes como fórmula de venta al consumidor final (pág. 3). Contextualmente su pretensión se dirige a crear "vivencias emocionales de consumición y consumos gratificantes" (sensaciones olfativas, "Ambiente Gancho")

A diferencia de los otros solicitantes, presenta su **lista detallada de precios** y una cuidada exposición de producto en sus instalaciones. La presentación de esta lista de precios, cuya exigencia fue una opción barajada en los momentos de redacción del pliego aunque finalmente no pareció conveniente su inclusión, puede merecer un comentario positivo pero difícilmente trasladable a puntuación específica dada la posible variación de éstos en función de las características del mercado – cambiantes de por sí- en una concesión a 20 años. Y más en este caso concreto en que esta lista de precios va referida al momento de inicio o arranque sin compromiso de continuidad o fórmula de actualización.

Plantea de forma genérica y sin mayor concreción de compromisos firmes el servicio de "take away" destinado a que "los detallistas del mercado puedan también disfrutar del servicio". Generalización que también se produce en el caso del servicio recíproco y que resume con la siguiente expresión: *"...buscando Cafés El Criollo proveedores dentro de los detallistas del mercado para productos que se necesitan diariamente en el servicio como pueden ser naranjas, limones, jamón, bollería, tartas, leche, etc..."*

2. UTILIZACIÓN VELADORES

Declara **no utilizar veladores**. Consideran que, la afluencia de público impide la colocación de mesas en las zonas exteriores y el tránsito de camareros hacia ella puede resultar problemático.

3. EQUIPAMIENTO Y DECORACIÓN

Propone un ambiente clásico y acogedor, con recursos estéticos antiguos, evocando un negocio familiar, pero sin detallar el tipo de materiales que se utilizarán.

Además, en su propuesta se incluye personal uniformado, entendemos que para conseguir ese

toque característico de sus establecimientos, en los que los trabajadores del Criollo tienen una cuidada imagen con delantales marrones y marca de la casa.

Sí presenta, un coste aproximado de lo que será la inversión entre obra civil y maquinaria y mobiliario, de **67.980€ IVA incluido**.

4. VIGILANCIA Y CONTROL DE ESPACIOS COMUNES FUERA DE HORARIO

La solicitante no detalla en su Memoria nada al respecto, porque **su propuesta comercial no excede de los horarios de apertura del mercado**. En el supuesto de ampliación menciona que " está abierto a colaborar con el resto de concesionarios para tener una vigilancia y control conjuntos".

Es decir, se trata de un bar de Mercado, más que de "El Bar del Mercado", que puede dar servicio los fines de semana incluidos.

5. HORARIOS

Los horarios de apertura propuestos por la empresa son:

Mañanas de Lunes a Sábado: 7h a 13,30h.

Tardes de Lunes a Viernes de 16h a 18h.

Se deduce, pues, que los sábados y domingos por la tarde se encontrará cerrado.

Se trata de unos horarios que en momentos de venta en el mercado pueden dejar desabastecido este servicio de hostelería en ciertas franjas horarias.

No obstante plantea una posibilidad de ampliación horaria que deja al albur de que "*de común acuerdo con el resto de concesionarios de los puestos de hostelería, se observase una necesidad conjunta y beneficiosa para todas las partes*". Posibilidad que a juicio de este equipo informante resultaba poco precisa y comprometedor.

6. GESTIÓN DE VELADORES

No tiene previsto solicitar de forma individual espacio para veladores ("*por complicaciones para atender el puesto*").

Esta genérica formulación de inicio no le impide renegar totalmente de la utilización de este espacio ya que viene a plantear seguidamente a ella la posibilidad de solicitarla en el futuro "*en función de cómo se fueran desarrollando los acontecimientos*" para ser atendido "*con los propios medios de la empresa o de manera conjunta con el resto de los concesionarios*".

Esta futurible alternativa para disposición del espacio exterior de veladores viene a contradecir lo dispuesto por la cláusula 9.3 del pliego que exige que "*la solicitud y diseño de veladores deberá realizarse en la Memoria Comercial*" para que "*la distribución del concreto espacio para cada uno de los puestos de restauración que lo hayan solicitado*" la realice el propio Ayuntamiento en el acuerdo de concesión.

Los anteriores comentarios se mencionan al efecto de considerar como única posición del

oferitante su deseo de no utilizar el espacio para colocación de veladores exteriores. Sin que ello afecte a la puntuación concedida al tratarse de un derecho regulado en el pliego y, en este caso, ejercido (aunque con este ejercicio interpretativo) por la empresa oferitante. **Deberá, pues, ser establecido en su caso como prescripción específica** en el pertinente acuerdo y contrato en el caso de ser propuesto como adjudicatario

7. NECESIDAD DE ESPACIO DE ALMACENAMIENTO

Solicita el uso para almacenamiento del espacio en planta sótano.

8. OTROS: CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN

Su plan de marketing se basa en una página web corporativa, movimiento en redes sociales, tarjetas de fidelización.

Como aspecto diferenciador y que **necesitaría de autorizaciones específicas**, propone la colocación de manera esporádica o en fechas y eventos puntuales en el exterior del mercado de un motocarro, para atraer además a los viandantes de los alrededores. (Indicando que esta actividad necesitaría de toma de electricidad)

B) DESCRIPCIÓN PUESTOS DE TRABAJO

La plantilla estará constituida por **tres personas a jornada completa** con contrato indefinido en el horario propuesto; y **"con una persona más"** en el supuesto de ampliación de horario.

C) CRITERIOS MEDIOAMBIENTALES

Propone trabajar en la línea del café ecológico (CAAE) con envoltorios certificados forestales acordes con la certificación FSC (gestión forestal económicamente viable, socialmente beneficiosa y ambientalmente respetable).

Las puntuaciones a cada uno de los apartados informados se contiene al final del presente informe en cuadro global comparativo con el resto de oferitantes.

OFERTAS Nº 2 Y 3 (AGRUPADAS BAJO LA Nº 2) : HOSTELERÍA ZARAGOZANA S.L.

Memoria contenida en 14 folios, más 4 págs. de Anejos referidos a los puestos de trabajo y tareas de cada uno.

Empresa familiar con una larga trayectoria en el sector de la hostelería, regentando varios establecimientos en Zaragoza y provincia, por lo que su conocimiento del sector es muy amplio.

Se presenta para la concesión de dos puestos:

Puesto nº 47 (en el caso de no adjudicarse, pide el nº 28)

Puesto nº 48 (en caso de no adjudicarse, solicita adjudicación en su lugar del nº 27).

Es decir, su oferta va dirigida a **regentar 2 puestos de los cuatro totales**

A) MODELO DE NEGOCIO

1. PRODUCTO A DISPOSICIÓN

Hostelería Zaragozana, propone **dos modelos de negocio diferenciados**, distinguiendo entre **un bar clásico y un puesto destinado a restauración**.

En uno de los puestos (nº 47, rectangular), el bar clásico, se contará con el servicio de cafetería, cervecería, bebidas en general, en el que se servirán, además, desayunos y almuerzos, tapeo, montaditos y bocatinos (" El Bar del Central" como punto de encuentro de todos los que trabajan en el mercado y de todos los que lo visitan)

El puesto nº 48 (circular y situado enfrente), se destinará más a la alimentación de manera más amplia, cocina en el acto, y cocinado de producto adquirido a detallistas del propio mercado. Este punto no se contempla en la oferta nº 1 de Cafés El Criollo quizá debido a la especificidad del producto ofertado. La línea de negocio de este puesto se asocia al término "show cooking" ("La barra del Central")

La oferta se centra en potenciar el producto de Aragón, así como la adquisición de producto a los detallistas del propio mercado.

2. UTILIZACIÓN VELADORES Y MESAS INTERIORES

En relación al uso de veladores, Hostelería Zaragozana, **sí manifiesta hacer uso del servicio de veladores, sin especificar forma de atención al público**. (esta cuestión merece de entrada una minusvaloración en el apartado correspondiente).

En relación a la colocación de mesas y a su montaje y desmontaje diario, sugieren optar por mobiliario más discreto que permita su ocupación estable que se materializaría con una propuesta a la Entidad Gestora del Mercado Central.

Además, se propone la creación de una balda adosada a la fachada de cristal, asumiendo la empresa el coste. Esta propuesta, en su caso, requeriría la necesidad de incorporar esta petición al Estudio Técnico a presentar, debiendo estar a lo que resulte de su comprobación, máxime tratándose de un espacio de acera compatible con la carga y descarga.

3. EQUIPAMIENTO Y DECORACIÓN

En esta ocasión, la descripción técnica es algo más amplia que en la oferta nº 1 presentada por

el Criollo, si bien, únicamente nos indica que la decoración del puesto 47 será de estilo moderno y dirigiendo la del puesto 48 a lograr un ambiente cálido, utilizando para ello la madera como material principal.

En cuanto a equipamiento relaciona en su Memoria (pág. 6) la serie de mobiliarios a ubicar en cada uno de los espacios a los que denomina "El Bar" y "La Barra". En cambio, no se localiza en su oferta un presupuesto detallado, entendiéndose que dada la diversidad de mobiliario incluida en su oferta y otros aspectos de la misma supera el mínimo exigido por el pliego.

4. VIGILANCIA Y CONTROL DE ESPACIOS COMUNES FUERA DE HORARIO

Proponen la colocación de cintas extensibles para delimitar el acceso a zonas en horario de cierre de la actividad de venta detallista.

5. HORARIOS

Los horarios de apertura propuestos por la empresa son:

En el caso del puesto nº 47 abrirá ininterrumpidamente de lunes a sábado de 6h a 20h. (más bien a horario de cierre del mercado, pág. 11)

El puesto nº 48, se propone abrir de lunes a sábado en horario de comidas y ampliar por la noche en horario cenas, hasta las 24h en el caso de jueves a sábado.

Los domingos cerrados ambos puestos, aunque se deja abierta la posibilidad de abrir (sin precisar si uno o los dos puestos de restauración) *"si en un futuro la demanda de público lo aconsejase y el resto de operadores lo quisiesen"*.

Debe merecer idéntico comentario al realizado para la oferta nº 1.

6. GESTIÓN DE VELADORES

Manifiesta su **intención de utilizar este espacio** como complemento a las mesas de interior (pág.10) sin mencionar la forma de gestionarlos y de atender al público en los mismos, cuestión ésta que esta Comisión considera relevante tal como se deduce de tratarse de uno de los apartados obligados en la cláusula 17 del pliego (minusvaloración).

7. NECESIDAD DE ESPACIO DE ALMACENAMIENTO

Al igual que la anterior licitante, **solicita el uso para almacenamiento** del espacio en planta sótano.

8. OTROS: CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN

En relación a este apartado, mantiene, al igual que la propuesta de El Criollo, la creación de una web, así como la promoción y difusión en redes sociales.

Sin embargo, y a diferencia de El Criollo, su oferta on line va más allá, ofreciendo no sólo

posicionamiento web, sino el servicio de venta on line con reparto a domicilio (Deliveroo como plataforma).

Plantean la organización de actividades de dinamización para adultos, visitas infantiles, la celebración de talleres de cocina internacional, entre otros.

B) DESCRIPCIÓN PUESTOS DE TRABAJO

La plantilla estará constituida por **9 puestos de trabajo** que gestionarán **ambos puestos**, de los cuales 5 serán indefinidos.

No se compromete de inicio a la contratación de personas con discapacidad, pero contempla la opción a futuro. Sin distinción de género.

C) CRITERIOS MEDIOAMBIENTALES

Como medidas de defensa del medio ambiente, propone el consumo de producto local y ecológico, así como trabajar en la reducción de residuos, controlar el uso del agua, sustituir materiales por aquellos que sean reciclables, ecológicos, etc.

Las puntuaciones a cada uno de los apartados informados se contiene al final del presente informe en cuadro global comparativo con el resto de ofertantes.

OFERTAS AGRUPADAS Nº : 4, 5, 6 Y 7 ZENTRAL, AQUI DENOMINADA OFERTA Nº 3.

Memorias que son contempladas de forma conjunta y cuyo contenido se refleja en 30 folios (máximo permitido por el pliego) **bajo la marca conjunta de "ZENTRAL"**. A esta oferta agrupada le deben ser de aplicación las cuestiones mencionadas en el apartado Primero de "Puntualizaciones previas " de este informe.

Empresa de futura nueva creación, formada por empresarios con gran experiencia en el sector de la hostelería. Los miembros de Zentral, trabajan aspectos muy variados dentro del sector, por lo que **la propuesta presentada resulta mucho más completa y variada que la presentada por los otros dos participantes.**

Importante mencionar que **solicitan expresamente la adjudicación de los 4 puestos**. Su propuesta recoge un **proyecto global**, afirmando en múltiples ocasiones a lo largo de su Memoria que **el plan de trabajo propuesto sólo es posible ejecutarlo en el caso de ser adjudicatarios de los 4 puestos**. En caso contrario, entendemos que desistirían del proyecto presentado.

Presentan 4 Memorias, una por puesto, solicitando los 4 puestos ofertados: N° 27, n° 28, n° 47, n° 48.

A destacar: en relación al resto de las memorias recibidas, se trata del proyecto más completo a nivel de detalle de información, estudio del mercado y la competencia, presentación de líneas de trabajo, objetivos a corto y largo plazo. En algún aspecto -como positivo- va más allá de los antecedentes que se tomaron como pauta de referencia para la redacción del pliego en cuanto a exigencias a imponer o a sugerencias a proponer.

La fórmula utilizada para exponer las Memorias ha consistido en la formulación idéntica de cada una salvo en lo referido al distinto ofertante, las variantes de producto a poner a disposición del público y el horario diferenciado de cada espacio, aunque cubriendo en la práctica con uno u otro espacio todo el horario de hostelería.

A) MODELO DE NEGOCIO

1. PRODUCTO A DISPOSICIÓN

Es común a los 4 puestos el modelo de exposición de producto: diseño moderno con vitrinas y mostradores de baja altura, utilizando iluminación led y menaje sostenible.

Las memorias de cada puesto detallan el tipo de producto que trabajará. Su diferenciación específica, según puesto, radica en la variedad de la oferta culinaria y el horario (pág.4 de cada una)

Puesto 48 "DRINK AND PASTRY"

Se oferta servicios de **bar/cafetería**: todo tipo de bebidas, dulces y helados. El café será el punto fuerte de este puesto, que se trata del más ágil para dar servicios al espacio exterior.

Puesto 28 "TAPAS, BOCADILLOS, CHURROS"

En este puesto se trabaja de manera más específica el tema **gastronómico**, bocadillos, tapeo, etc.. y tanto en producto general como específico para **veganos, celíacos y vegetarianos**. Proponen combinar la apertura de este puesto con **actividades de dinamización** en colaboración con el Mercado.

Puesto 47 "CARNE A LA BRASA"

En este puesto se ofrecerá un **servicio de comidas** centradas en la carne y el embutido, combinado con las verduras.

Comprometiéndose a la adquisición del producto a los detallistas del mercado y poderlo cocinar en el puesto.

Puesto 27 "PLANCHA Y ARROCES"

Al igual que en el puesto 47, el cliente podrá adquirir producto y que se lo cocinen allí.

Producto ofrecido: **Pescado, marisco, verdura y arroces.**

En horario de mediodía para las comidas, se servirán arroces.

De nuevo proponen sinergias con los detallistas del mercado: se podrán preparar **bandejas "take away"** para que se cocinen tal cual en este puesto.

2. UTILIZACIÓN VELADORES

Solicitan de forma expresa este espacio que por cercanía vinculan su atención inmediata al puesto cercano nº 28. Se trata de la/s única/s oferta/s que contempla/n esta cuestión de forma concreta y separada y que, por ello, motivará (al ser uno de los aspectos premiados en el pliego) una sobrepuntuación específica. Su Memoria en este apartado llega a prever una denominación específica para el espacio exterior de veladores, "**Veladores del Verso**", añadiendo que incorporarán en las mesas puntos de recarga de telefonía móvil (USB e inalámbrico), códigos QR que permitan indicar ubicación y solicitar pedidos por los clientes, facilitando además un indicador sonoro para recogida del producto o un botón para solicitar el servicio de camarero. Con la posibilidad de contenedores de hielo en las mesas.

Además, proponen solicitar a la Comisión Provincial de Patrimonio que emita informe técnico en relación a un **plan de cerramiento del velador**, techo fijo a base de cajas de madera propias de las mercancías del mercado y cristales correderos laterales. Objetivo: que ese espacio pueda ser disfrutado todo el año, con estufas para el frío y humidificadores en temporada de calor (pág. 20)

El licitante plantea una serie de medidas a ejecutar en relación a la instalación de veladores:

- Solicitan ampliación de la estructura gemela ubicada en la Plaza Lanuza y colocar los veladores en la fachada principal del Mercado a C/ Manifestación. (Norte)
- En caso de denegación de la medida anterior, solicitan montaje permanente.
- Creación de un espacio de almacenaje del mobiliario interior, habilitando para ello parte de la estructura férrea adyacente de la Pza. Lanuza.

A algunas de estas cuestiones que se plantean ya se ha hecho alusión en el apartado inicial de puntualizaciones previas, debiendo precisarse aquí lo siguiente :

- No contemplada en el pliego la superación de la superficie para el almacenaje de mobiliario, la ampliación que se solicita deberá ser instada posteriormente. No pudiendo este informe condicionar ningún extremo relativo a la resolución favorable de tal solicitud.

Al igual debería ocurrir con la petición del espacio de fachada principal Norte del mercado para colocación de veladores que debería ser solicitada posteriormente de forma concreta. El pliego sólo contempla el espacio que se acota en el plano del anejo 3.

- La posibilidad del montaje permanente demandado como alternativa subyace como permitido en el propio pliego y resulta ser una opción admitida por el art. 15 de la Ordenanza municipal de veladores (con un recargo del 20% en la tasa) en el caso de obtener resolución favorable la ubicación y disposición de los veladores o cualquier otra ocupación de espacio público en las cercanías del Mercado Central.

Lógicamente, se apuesta por el uso de vajilla reciclable. Así como dotar al espacio de toda la vegetación posible.

3. EQUIPAMIENTO Y DECORACIÓN

En las memorias presentadas se detalla específicamente cómo quedaría el espacio y el tipo de decoración: vegetación en zona superior de los techos de los puestos 28 y 48 (circulares)

A diferencia de los anteriores licitantes, Zentral facilita **imágenes y planos**, por lo que se puede visualizar cómo sería el resultado. Apuestan por la utilización de mesas altas y taburetes en la zona común, mesas que serían fijas, con lo que únicamente se retirarían las sillas cuando se cierre el mercado.

Puesto 28 (circular) : (desayunos, almuerzos desde primera hora todos los días de apertura del mercado)

- Instalación de un set completo de freiduría (acompaña fotografías y relación equipamientos (pág. 9)
- Previsión presupuesto: 72.583 €

Puesto 48 (circular) : (venta de bebidas y dulces, cafés, cervezas)

- Vegetación en zona superior
- Tipo de mesa propuesto (recoge los taburetes bajo mesa)
- Previsión presupuesto: 64.508 €

Puesto 27 : Plancha y arroces

- Vegetación en zona superior
- Una plancha y un horno Rational de última tecnología y eficiencia energética
- Previsión presupuesto: 66.416 €

Puesto 47 Carne a la brasa (embutidos y verduras)

- Comprar a los detallistas del mercado para su consumo por los clientes de éste.
- Instalaciones visibles de cara al público
- vegetación en zona superior
- 1 brasa ó un horno Josper o similares
- 1 campana extractora potente
- Previsión presupuesto: 78.279 €

4. VIGILANCIA Y CONTROL DE ESPACIOS COMUNES FUERA DE HORARIO

La propuesta de vigilancia de las instalaciones, de nuevo viene a ser la más completa de las memorias presentadas.

Instalación de cintas para separar espacios, de sensores de movimiento conectados a cuarto de control; megafonía; instalación de cámaras de seguridad conectadas: además de al propio

mercado, a la policía; sistemas de alarma frente a la violencia de género; cartelería; personal de seguridad y uso de vajilla irrompible en momentos puntuales (pág.23)

5. HORARIOS

La propuesta de Zentral (pág. 22) en relación a los horarios **cubre todo el horario de apertura del mercado, extendiéndose al horario nocturno** en determinados días.

Juega con la apertura y cierre combinado de los 4 puestos, para así garantizar atención y el servicio al cliente durante todo el día.

El horario de apertura de un puesto siempre será las 6 de la mañana. Y para viernes y sábados se extenderá la apertura de uno de los puestos hasta las 2h de la mañana.

Se advierte que estos horarios se irán adaptando a la demanda del cliente sin problema, reduciéndose y reforzándose en cada momento.

Durante todo el día y de lunes a domingo siempre hay servicio al cliente y al detallista, por lo que a nivel de horarios, esta propuesta de nuevo resulta ser la más completa de las presentadas.

6. NECESIDAD DE ESPACIO DE ALMACENAMIENTO

Al igual que los anteriores licitantes, solicita el uso para almacenamiento de los espacios en planta sótano.

7. OTROS: CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN, DAFO, PLAN DE PENETRACIÓN EN MERCADO, PROGRAMA DE ATENCIÓN AL CLIENTE, RELACIONES INTERNAS CON EL MERCADO...

Propuesta marketing: similitud referencial con Puerta Cinegía o Plaza Goya

Dentro de las propuestas de Zentral, algunas son compartidas con el resto de participantes: posicionamiento web, uso de redes sociales potenciando así la comunicación y difusión de los servicios y actividades que prestan, etc., pero, siempre añadiendo ese punto de innovación que queda presente a lo largo de toda la propuesta, pues no sólo en la web subirán información de su actividad, sino que quieren incorporar una visita virtual por el mercado, los puestos, su historia, la historia de las familias detallistas, el producto que se ofrece, entre otros.

Pero su plan de negocio en lo que respecta al ámbito del marketing, es mucho más completo que lo presentado por las otras ofertas. A su plan de comunicación, incorporan la creación de una App, que incluso permitirá reservar mesa. Esta App será de uso del detallista también, mediante la cual podrá abastecerse.

Como novedad, plantean la creación de un pack turístico. Objetivo: convertir el mercado en una atracción turística.

Su plan de marketing se centra no sólo en mantener el cliente habitual del mercado. Zentral ha centrado su objetivo en captar al público joven que todavía no es considerado cliente del mercado (30 a 50 años). Su segundo objetivo es el turismo, por ello muchas de sus

actuaciones girarán en torno a conseguir hacer del mercado un foco de atracción turística, como ha resultado en otras grandes ciudades españolas.

Los objetivos planteados son ambiciosos. Se centran en el ámbito internacional, lógicamente enfocado desde el turismo. Desean contactar con agencias de viajes, así como captar la atención de líderes de opinión gastronómica para conseguir la mayor difusión en todos los ámbitos posibles. Su plan de comunicación comprende muchas más actividades que las planteadas por los otros participantes en sus Memorias.

Es destacable el servicio propuesto de atención al cliente. Los idiomas serán requisito imprescindible para trabajar en Zentral. Esta alusión se encuentra íntimamente ligado a su objetivo de hacer del mercado central un punto de atracción turística. Por ello, colocarán pantallas con traducciones automáticas y códigos QR. Dentro de su programa de atención al cliente, apuestan por mantener abierto el parking durante todo el horario de apertura de la hostelería (obvio), aunque el resto de las instalaciones del mercado permanezcan cerradas. Todas estas actuaciones, contarán con un programa de seguimiento mediante encuestas para valorar la atención y servicios prestados para así poder mejorar y dirigir las actuaciones y servicios a lo que el cliente demanda y alcanzar un nivel de prestación de servicios satisfactorio.

Plantean trabajar directamente con el propio mercado central. Adquieren compromiso de compra del producto fresco a los detallistas del mercado, y poder cocinar en alguno de los 4 puestos el producto adquirido. Además, ofrecerán descuentos a trabajadores y harán "reparto a puesto", para facilitar al detallista el consumo.

Apuestan por la formación interna para todos. Y plantean la creación de un "área de compensación y beneficios", lo que parece tratarse de una bolsa interna en la que se acumularán ventajas que se ofrezcan al total del colectivo de trabajadores del mercado.

La innovación, uno de sus puntos fuertes. Proponen multitud de actuaciones de dinamización (págs. 26 y 27) :

- Vermuts musicales como actuación más estable, incluyendo "ciclos mensuales dedicados a géneros concretos (blues,soul, jazz, etc...)
- Talento local : músicos locales
- Ciclo del cierzo : jota y folklore aragonés al menos un día al mes
- Saboreando con los oídos : ligar comida, cine y música con jornadas temáticas que fusionen gastronomía y música
- Mercado infantil : acciones con animadores, teatro de calle, acciones que permitan al público infantil aprender el manejo y cocina de los alimentos.
- Historia Viva : retrospectivas, exposiciones, proyecciones, visitas teatralizadas.
- Galas benéficas
- Sinergias culturales : colaboración con Noche en Blanco, Día de la música....
- Cenas con encanto acompañadas de recitales de música clásica.
- Fechas especiales : San Jorge, Halloween, Navidades, Pilar.....

Todo lo expuesto en este apartado hace de Zentral la propuesta más completa, atractiva y dinámica de las presentadas a licitación, tanto en el desarrollo de actuaciones hacia afuera del mercado, como el cuidado en trabajar las líneas de colaboración internas, entre los propios detallistas y hosteleros del mercado. Merece una calificación de excelente.

8. PROPUESTAS A NIVEL TÉCNICO

Proponen un súper novedoso sistema de sonorización direccional, con el que el sonido se reconduce de tal manera que no interfiera en el resto de las instalaciones. El presupuesto para llevar a cabo dicha sonorización es de 22.000€.

Para celebrar actividades de dinamización, y llevar a cabo representaciones, etc, proponen la colocación de un escenario desmontable o, en el caso de no autorizarse, colocar un escenario hidráulico. La empresa asumirá el coste.

B) DESCRIPCIÓN PUESTOS DE TRABAJO

A diferencia de las otras dos propuestas, Zentral a nivel laboral contempla la contratación de personal en situaciones especialmente protegidas por la ley, así como ajustarse a la normativa de paridad, con prácticamente todo el personal con contrato indefinido salvo uno de los trabajadores como fijo discontinuo.

Se contará con personal de menos de 30 años (50% de la plantilla), con un 5% de personal con discapacidad.

Existirá paridad en los puestos de trabajo (50%).

El 25% de la plantilla está a media jornada para conciliar vida familiar y laboral.

Empleo conjunto para los 4 puestos : 10 personas. Todos ellos con contrato indefinido salvo un puesto de trabajo contemplado como fijo discontinuo en cada puesto.

C) CRITERIOS MEDIOAMBIENTALES

No exponen un apartado de medidas concretas en este aspecto, pero sí que a lo largo de toda la memoria, se refieren al uso de menaje y producto ecológico, así como ubicación estratégica de contenedores de reciclaje separado.

Hoja final:

SOLICITUD ESPECÍFICA DE ACLARACIONES

Zentral añade un apartado específico en sus Memorias (idénticas) en el que solicita al Ayuntamiento de Zaragoza se aclaren determinadas cuestiones que son aquellas a las que se les ha dado respuesta en el apartado primero de Puntualizaciones previas.

Las consideraciones incluidas en el presente informe, tanto relativas a las respuestas a las aclaraciones solicitadas como las que demandan una concreción por cuestiones planteadas en esta oferta conjunta, deberán ser comunicadas, en su caso, a las empresas ofertantes para su toma de razón y la posible continuidad del procedimiento.

PUNTUACION FINAL MEMORIA COMERCIAL (MÁXIMO 45 PUNTOS)

Valoración de Propuestas Puestos restauración Mercado Central

Mercado Central		a) Por el diseño del acondicionamiento, decoración del puesto y previsible inversión superior a 40.000€, técnicas de exposición y presentación del producto, comercio on line, plan de marketing... Máxima puntuación	b) Programa de atención al cliente y relaciones con el propio mercado, reparto de tapas preparadas, cursos gourmet, preparación de productos del propio Mercado, gama de productos...	c) Programa de control y vigilancia instalaciones del mercado en Horario diferente al de venta de producto alimenticio y atención de veladores.	d) Por innovaciones en el modelo de negocio que lo hagan atractivo para el público	e) Programa de estabilidad en el empleo	TOTAL
Puntuación máxima		18		15	7	3	2
OF 1	EL CRIOLLO	8	8	1	1	2	20
OF 2	HOSTELERIA ZARAGOZANA	9	9	3	1	1,5	23,5
OF 3	ZENTRAL	17	14	7	3	1,8	42,8

En Zaragoza, a 10 de Junio de 2019

La Jefa del Servicio de Comercio y Turismo
Cámara de Comercio de Zaragoza



Fdo.: Natalia García Ortiz

Subdirector de Mercados
Mercazaragoza, S.A.



Fdo.: Pablo González Ruíz

El Jefe del Servicio
Jurídico de Mercados



Fdo.: Ramiro Pardo Berges

