

Contexto

Tradicionalmente los mercados municipales de abastos, creados como herramienta para la garantía del suministro alimentario en condiciones higiénico-sanitarias adecuadas, han constituido la principal vía de comercialización del alimento fresco de las ciudades.

Además, los mercados municipales son espacios de vida económica y social intensa a través de la ciudad; capaces de generar sentimiento de pertenencia en los barrios o zonas donde se ubican.

No es menos cierto que los mercados municipales no son ajenos a la presión comercializadora que el desarrollo de la industria alimentaria está propiciando mediante nuevas condiciones de manufactura y mantenimiento del producto alimentario, lo que unido a la mejora de las infraestructuras de transporte que favorecen el aprovisionamiento, y los hábitos y gustos de las personas consumidoras ha desembocado en un escenario muy diverso de situaciones, que afecta de manera muy importante a los mercados municipales como formato.

Pero desde la ventana que mira al futuro, a pesar de las dificultades, se atisba la oportunidad que representan los nuevos valores de nuestra sociedad en torno a la preocupación por la salud; la vida sana y la alimentación; el creciente gusto por la cocina; la búsqueda de un hábitat de proximidad sostenible, rico y amable en las ciudades; y en ese contexto, la puesta en valor de la cercanía y la compra cotidiana como forma de calidad de vida. Un contexto de innovación y cambio de paradigma que brinda una nueva oportunidad a los mercados de abastos.

Mercados de gestión indirecta

Los mercados de Deusto, Ensanche, Labayru, Otxarkoaga y Trauko son de gestión indirecta, es decir, son los propios comerciantes constituidos en figuras societarias quienes gestionan los mercados.

Todos ellos se caracterizan por dar servicio mayormente a la población del barrio o un entorno espacial de relativa proximidad. Es decir, no compiten entre sí.

Aunque comparten las problemáticas generales (retos de la digitalización, la modernización y reestructuración de sus puestos y superficies, la captación de nuevos perfiles de clientes y su propio envejecimiento sin una sucesión o renovación garantizada, entre otros...), presentan rasgos y situaciones muy particulares. Así por ejemplo:

- **Deusto:** la clientela del mercado procede del entorno más cercano (barrios de San Pedro de Deusto y La Ribera). La mayoría de clientes son personas residentes en el barrio,

donde predominan las personas mayores por lo que la pérdida continuada de cliente de elevada edad, que no está siendo sustituido por un perfil de cliente más joven y la escasa capacidad de captación que en estos momentos ofrece el mercado, por su cada vez menor oferta, su escasa adaptación a las nuevas exigencias y nuevos perfiles de cliente y la cada vez mayor competencia que representa el asentamiento de nuevos establecimientos de fresco en su entorno más inmediato, coloca al mercado en una situación de debilidad que puede comprometer su viabilidad futura.

- El **Ensanche**, juega en un marco de demanda muy favorable, asociada a niveles altos de renta no sólo residenciales sino de trabajadores que se desplazan cotidianamente al área central de Bilbao. En ese contexto favorable, no es fácil estimular la innovación y el cambio; y la comodidad puede ser un elemento de riesgo competitivo a futuro.

- **Labayru**: se presenta como un foco de referencia de oferta fresca para una zona amplia de unidades familiares de los barrios de Indautxu, Ametzola y Rekalde, que presentan una demanda de rentas medias. Relativamente dinámico y de oferta coherente con ese entorno, vive una situación estabilizada; y el espacio disponible se constituye en una de sus mayores limitaciones a futuro para su potenciación como una oferta atractiva y competitiva.

- **Otxarkoaga**: en un barrio con una muy limitada oferta comercial y terciaria, el mercado juega una función no solo comercial o de suministro, sino social; que habrá de marcar su estrategia a futuro: hacer comunidad. En este sentido pese a contar con un mejorable porcentaje de ocupación, esta situación se interpreta en un marco de juego con potencial de desarrollo y/o adaptación a su entorno.

- **Trauko**, dadas sus dimensiones micro, constituye un caso focal de venta de proximidad sostenible que refuerza la calidad de vida del entorno.

Impulso de los mercados municipales de Bilbao

Aunque los mercados municipales comparten una misma problemática general caracterizada por el languidecimiento tendencial del formato durante las últimas décadas, falta de sintonía con los gustos y hábitos de consumo de una parte significativa de las personas consumidoras, en particular las más jóvenes, dificultad para afrontar procesos de modernización competitiva, colectivo de comerciantes con una edad media elevada, progresivo vaciamiento de puestos activos que difícilmente encuentran sucesión o renovación, pérdida de peso o referencia en el entorno, no es menos cierto que disponen de una clara ventaja pues los nuevos valores asentados en el consumo saludable y la calidad de vida asociada a la sostenibilidad urbana y los servicios de proximidad abren un rol de interés para los mercados de fresco en la estrategia alimentaria de las ciudades.

En la acción para potenciar el papel de los mercados municipales como instrumento para articular la estrategia alimentaria de producto fresco de calidad, sano, saludable y

sostenible social, económica y medioambientalmente, de cubrir las necesidades de proximidad y trato cercano de una población cada vez más envejecida garantizando una oferta de alimentos de primera necesidad accesible y de calidad, resulta primordial incorporar acciones de promoción y dinamización comercial para sus clientes y clientas, como vía para atraer a la clientela, hacerle agradable la experiencia de compra y fidelizarla.

Incluso, ganar presencia y notoriedad en el barrio para ganar nuevos clientes y clientas, principalmente entre el grupo de población más joven y familiar que ha de constituir la demanda del futuro, como elementos de distinción frente a las cadenas comerciales de alimentación.

En esta labor de promoción de la actividad comercial de cada mercado municipal Bilbao Zerbitzuak puede asumir la realización de tareas transversales de comunicación y relación con la clientela de los mercados municipales, mientras que la organización de eventos que den notoriedad a los mercados de barrio, por ejemplo, exposiciones, presentaciones, etc., pueden llevarse a cabo por cada mercado dependiendo de su dimensión y disponibilidad de espacio, pues sus comerciantes son quienes mejor conocen sus propias necesidades en materia de animación y dinamización de la actividad de cada mercado, como medio para dar visibilidad a los mercados, hacer comunidad con su entorno y animar los procesos de compra.

Algunas actividades de impulso y dinamización de la actividad comercial de los mercados municipales de gestión indirecta

Sólo con el ánimo de servir de ejemplo o referencia abierta a cualquier otra iniciativa o actividad que se pueda proponer en el seno de cada mercado municipal a continuación se destacan las siguientes

1. Los mercados como agentes de sostenibilidad y cohesión social

En línea con la integración y generación de comunidad se sugiere llevar a cabo una estrategia de **vinculación, promoción o apoyo de los mercados a causas y/o colectivos con valores socialmente responsables.**

Se proponen, iniciativas periódicas de sensibilización a partir de la acción o práctica de compromiso de los mercados municipales de Bilbao en relación a causas sociales diversas (en especial locales).

Cada mercado deberá identificar los valores, los colectivos, las causas... que son referentes en su barrio y, a partir de ahí, diseñar actividades o campañas que busquen ofrecer una imagen de los mercados municipales cercana a esos colectivos y/o a valores socialmente responsables (deporte escolar, medio ambiente, vida saludable, eventos

deportivos, enfermedades raras, colectivos con discapacidades diversas, colectivos desfavorecidos, etc.)

Se trata de crear así cercanía, simpatía, complicidad con las personas consumidoras afectadas por esos problemas o cercanos a esos valores...

Este tipo de iniciativas que, en última instancia, busca hacer red de personas consumidoras cercanas a los mercados municipales, pueden buscar la colaboración de asociaciones diversas. Un ejemplo de ello es el Servicio de reparto a domicilio del Mercado de Otxarkoaga que está utilizando a una asociación del barrio que trabaja con jóvenes inmigrantes para llevar a cabo el servicio.

En definitiva, se propone trabajar con ideas que refuercen lo que ya se venga haciendo y la idea de Comunidad e integración en el barrio.

2. Acercar el mercado al barrio:

Ofrecer sus espacios comunes, su oferta de productos y servicios a colegios, asociaciones de vecinos, asociaciones de mujeres, asociaciones de tercera edad, entidades sociales, entidades económicas de referencia... para acoger diferentes tipos de actividades que sean complementarias a la actividad comercial. Priorizar que sean de lunes a jueves que es cuando hay menor afluencia de público.

Tours con cocina de producto y de temporada: actividades de visita a los puestos para adquirir los productos; conocer su especialidad y ubicación; ofreciendo indicaciones para seleccionar el mejor producto, así como sus variedades y mostrando todos los servicios y ventajas que ofrece el mercado.

Llevar a cabo jornadas gastronómicas; actividades formativas y de sensibilización: cocina, nutrición, compra de productos de temporada, divulgación de la cultura gastronómica.

Liderar y participar como mercado municipal local en las acciones culturales y festivas en el barrio: intercambio de libros, concurso de dibujos y exposición, Día de la mujer...; implicándose en acciones de sostenibilidad medioambiental (sensibilización sobre alimentos saludables, recogida de pilas, de teléfonos móviles estropeados...)

3. Formación de las personas

Como las iniciativas tanto de enriquecimiento de la oferta como de servitización, digitalización, etc., u otras que pueden llevarse a cabo en otros ámbitos, tanto en el plano individual relativo a su rol comercial empresarial como asentador de un puesto del mercado, como en el plano asociativo o relativo a su rol gestor o cogestor del equipamiento comercial.

Plan de acción para la dinamización de la actividad comercial de los mercados municipales de gestión indirecta para 2023

Hasta ahora, Bilbao Zerbitzuak desplegaba una acción de dinamización de los mercados municipales en el mes de diciembre, en las fechas próximas a la Navidad, en una época en la que, en realidad, las ventas ya son buenas por dicho motivo por lo que parece más razonable diversificar esta acción de promoción y llevarla a cabo en otros momentos o meses en los que las ventas son más reducidas por razones de temporalidad u otras.

Además, al ejecutarse una campaña común para todos los mercados no se tenía en cuenta las necesidades de cada mercado y que lo en uno de ellos puede funcionar en otro, simplemente, no interesa o tiene menos impacto, por cualquier causa.

Por ello, en el Plan de acción que ahora se elabora para 2023 se parte de un criterio de **coparticipación** mediante el cual queremos que cada mercado pueda decidir qué acciones de dinamización o promoción de su actividad comercial quiere llevar a cabo, para lo que se le atribuye una cantidad económica que podrá utilizar para su desarrollo.

Se parte de la cantidad de cincuenta mil euros (50.000 €) como importe total para desarrollar las acciones de promoción comercial en los mercados municipales de gestión indirecta, exclusivamente, pues desde Bilbao Zerbitzuak consideramos que los mercados de gestión directa ya son beneficiarios de manera significativa de la acción de fomento que desarrolla la Entidad, que se distribuye proporcionalmente entre cada mercado teniendo en cuenta el número total de puestos de que dispone, en los términos que se hacen constar en el siguiente cuadro.

Mercado	Nº de puestos	Importe asignado *
Deusto	14	11.865 €
Ensanche	10	8.475 €
Labayru	17	14.407,50 €
Otxarkoaga	14	11.865 €
Trauko	4	3.390 €
TOTAL	59	50.002,50 €

*Según la fórmula: Importe total disponible/Nº de puestos totales (50.000/59= 847,5€/puesto)

Justificación de la ayuda

La persona que ostente la Presidencia del órgano de gobierno de cada mercado municipal deberá firmar la solicitud de ayuda, como representante legal de la sociedad gestora, en el formulario que se facilita para este fin, aunque también se admitirá la presentación de la solicitud en cualquier otro formato que cada mercado elija.

La solicitud anticipa lo que deba ser la memoria o descripción de la actividad o actividades que cada mercado se proponga llevar a cabo en 2023, de manera sucinta pero lo suficientemente detallada y clara como para conocer la actividad o programa que se quiera llevar a cabo.

También se reflejará la estimación de los ingresos y gastos de la actividad proyectada.

El Director de Bilbao Zerbitzuak realizará la evaluación de las solicitudes y la someterá, debidamente motivada, a la Presidenta de la Entidad para su aprobación.

El pago de la subvención o ayuda se realizará siguiendo los siguientes criterios:

- a) Noventa por ciento (90%) a la aprobación de las acciones concretas de promoción.
- b) Diez por ciento (10%) restante en el plazo de diez días (10) a partir de la verificación y aceptación de los justificantes de gastos e ingresos aportados por las personas beneficiarias.

Por tanto, se recomienda que la presentación de la justificación correspondiente a cada ayuda se realice a la mayor brevedad posible desde la finalización de la actividad.

El ingreso a cada mercado de las cantidades que le correspondan en aplicación de los mencionados porcentajes se realizará desde Bilbao Zerbitzuak mediante transferencia bancaria a la cuenta bancaria de que sea titular cada mercado municipal.

Cuando la actividad se desarrolle hasta el final del año, la justificación no podrá exceder la fecha de 31 de diciembre del año en curso como plazo máximo.

En realidad, la memoria justificativa de la actividad, de la que también ponemos a disposición de cada mercado un modelo para su confección, tiene un formato muy similar al de la solicitud de modo que mediante este documento se trata de acreditar la forma y modo en que se ha desarrollado la actividad o programa, a la que se ha de adjuntar, en su caso, una muestra representativa de la documentación impresa editada (carteles, folletos, etc.), y la correspondiente a las noticias más relevantes de su eventual repercusión en prensa u otros medios de comunicación gráfica o escrita.

La justificación de la ayuda es un acto obligatorio de la persona o entidad beneficiaria, en el que se deben incluir, bajo responsabilidad de la persona declarante, los

justificantes de gasto o cualquier otro documento con validez jurídica que permitan acreditar el cumplimiento del objeto de la ayuda pública otorgada.

Se consideran gastos subvencionables, a los efectos previstos en estas ayudas, aquellos que de manera indubitada respondan a la naturaleza de la actividad objeto de la ayuda económica concedida y se realicen en el plazo establecido en la concesión. En ningún caso el coste de adquisición de los gastos subvencionables podrá ser superior al valor de mercado.

Se deberán presentar justificantes de la totalidad del gasto de la actividad objeto de la subvención (no sólo por el importe inicial concedido), aportando facturas originales de la parte subvencionada, pudiendo ser el resto hasta la totalidad del gasto justificado, fotocopias. En todos los casos se señalará si el gasto está efectivamente abonado.

No servirán como justificantes los documentos que no tengan validez mercantil y aquellos que no se correspondan directamente con la actividad objeto de la subvención.

En los comprobantes se hará constar expresamente:

a) En los recibos correspondientes a gastos de pequeño importe realizados a personas físicas no profesionales y de carácter puntual que colaboren para la ejecución de la actividad con carácter esporádico: la denominación, CIF y domicilio social de la Entidad pagadora, además de su número, fecha de expedición y concepto; junto a los datos personales de la persona perceptora, incluidos su N.I.F. y domicilio particular, así como las retenciones de I.R.P.F. practicadas, en los supuestos que proceda.

b) Los tickets o documentos similares deberán contener visiblemente importe, fecha de emisión y CIF de la empresa expendedora.

c) En las facturas de acreedores: número y fecha de expedición, nombre o razón social, domicilio, NIF/CIF, detalle de los conceptos e importe de I.V.A. correspondiente; así como los datos fiscales de la Entidad pagadora, con expresión, en todo caso, de su denominación, CIF y domicilio social.

Bilbao Zerbitzuak se reserva la potestad de someter a la persona o entidad beneficiaria a cuantas actuaciones de comprobación financiera considere necesarias, incluida la realización de auditorías internas o externas.

Colaboración en la confección de la documentación administrativa relacionada con estas ayudas

Bilbao Zerbitzuak se ofrece a prestar a quienes ostenten la Presidencia del mercado o a sus administradores, lo que en cada caso se estime adecuado en cada mercado, **un**

servicio de asistencia personalizada para facilitar la presentación de la solicitud de las ayudas y de la memoria justificativa de las mismas, así como su adaptación a la tramitación electrónica, necesaria para acceder a los diferentes procesos administrativos de las instituciones públicas, en este caso, de Bilbao Zerbitzuak.

Esta iniciativa persigue dar acompañamiento y apoyo a quienes dirigen o gestionan los mercados municipales de gestión indirecta en sus relaciones electrónicas con Bilbao Zerbitzuak.

Para acceder a este servicio bastará con solicitarlo por correo electrónico a **info@zbk.bilbao.eus**, indicando la fecha y hora en que se desea realizar el contacto que, según las necesidades de cada caso, podrá llevarse a cabo por teléfono, mediante asistencia remota o presencial en las instalaciones del propio mercado o despacho de las gestoría que desempeñe la administración del mercado.

Este servicio será prestado, indistintamente, por el personal de Bilbao Zerbitzuak Beatriz Robledo o Sergio Díaz.



Código seguro de verificación

735V343N104K6X591795

Puede verificar su autenticidad en bilbaozerbitzuak.bilbao.eus/verificacion