

	PLAN DE ACCIÓN COMERCIAL DE ELCHE		
	Oficina PATECO	Febrero 2.001	
	FICHA DESCRIPTIVA ACTUACIONES		
	Tipo de actuación ACTUACIONES EN MERCADOS MUNICIPALES		
Nombre de la actuación Proyecto de autogestión de los mercados municipales: gerente de mercados		Código: MER/001	

Justificación

Actualmente los mercados municipales de Elche se están gestionando de forma directa, mediante la forma que se conoce como Gestión sin Órgano Especial.

Esta fórmula de gestión implica que sea el propio Ayuntamiento, como propietario y administrador de los mercados municipales, el que ejerce la gestión administrativa de los mismos, utilizando su propio aparato organizativo. Esta opción es la más frecuente y es el propio aparato administrativo de la Corporación, con sus propios funcionarios o su personal laboral, el que presta este servicio público concreto. Operativamente se instrumenta a través de las Delegaciones de la Alcaldía-Presidencia, comisiones informativas específicas y Servicios, Secciones y Negociados administrativos.

La gestión directa de los mercados municipales se caracteriza por:

- ▲ Una previsible rapidez por parte del Ayuntamiento en la toma de decisiones, lo que favorece, en teoría la renovación y mejora de las infraestructuras en sus mercados porque no dependen de la opinión de un colectivo. Sin embargo, en la realidad, las Administración no desarrolla actuaciones de esta envergadura sin tener en cuenta la opinión de los propios interesados, luego la rapidez no es tal.
- ▲ Problemas derivados de un excesivo proteccionismo económico hacia los mercados municipales que, pese a los déficit ocasionados al Ayuntamiento en cuestión, no ha servido para conseguir el objetivo de modernización y actualización necesarias para hacer frente a otras formas comerciales.
- ▲ El Ayuntamiento, en la mayoría de ocasiones, no conoce en profundidad el funcionamiento del Mercado porque no dispone de un órgano especializado que asuma

dicha labor con lo que no optimiza los recursos invertidos en sus mercados. Resulta más lógico que los propios operarios, a través de la figura de un gerente formado y profesional, puedan desarrollar esta labor como máximos conocedores del funcionamiento particular de cada mercado y como principales interesados en el crecimiento y desarrollo de los mismos.

- ▲ El Ayuntamiento se limita a realizar una administración de sus mercados pero no lleva a cabo la gestión necesaria. Esta gestión tampoco es asumida por la Asociación correspondiente porque no dispone de las herramientas apropiadas por lo que produce un vacío en la gestión.

Ante estos hechos se deduce la conveniencia de que el Ayuntamiento de Elche se plantee como principales objetivos fomentar la formación del comerciante, el asociacionismo y los estudios necesarios para que sus mercados municipales se transformen en equipamientos comerciales con una elevada profesionalización en su gestión, lo que parece más viables si se lleva a cabo una mayor implicación por el propio mercado.

Entre todas las alternativas existente, tanto de gestión directa como indirecta, en Elche se plantea la posibilidad de llevar a cabo una fórmula de autogestión, partiendo de que es la forma de gestión óptima desde la perspectiva de los comerciantes de los mercados municipales y de la Administración Local. Realmente, el primer paso antes de llevar a cabo ningún proceso entre los agentes implicados, es acordar el tipo de gestión. Puesto que en Elche esta decisión ha sido expuesta en las dinámicas de comerciantes.

Descripción

Partiendo del supuesto de que, definitivamente, es la autogestión la forma elegida para la gestión de los mercados municipales de Elche, se definen las principales características de la misma.

La Autogestión es una forma de gestión contenida en la propia concesión porque jurídicamente se trata de una concesión administrativa donde los concesionarios asumen un mayor protagonismo en la gestión del Mercado, quedando para la Administración la supervisión y vigilancia de la gestión, además de las funciones de policía en todos aquellos aspectos que se contemplan en la Ley de Bases de Régimen Local y Ordenanzas Municipales

Esta fórmula consiste, básicamente, en la gestión y administración de los mercados municipales por los propios comerciantes agrupados en asociaciones legalmente constituídas. La fórmula jurídica es la concesión administrativa del servicio. Esta fórmula implica que la Administración sigue siendo titular del servicio pero encomienda su explotación a un particular que corre con los riesgos económicos de la empresa. Normalmente se instrumentaliza a través de un contrato administrativo entre ambas partes. El ámbito de aplicación puede comprender la obra o instalación, soporte físico del servicio a prestar, es decir, incluyendo el propio mercado de abastos, o únicamente la gestión del servicio cuando éste no exija obras o instalaciones o ya existieran anteriormente.

Por tanto el proceso recoge:

- ▲ Establecimiento de un acuerdo previo entre Ayuntamiento y comerciantes sobre la gestión a realizar.
- ▲ Concesión por parte del Ayuntamiento a favor de los operadores de los mercados que, para este proceso, deberán constituirse previamente bajo una fórmula jurídica organizativa. Esta concesión se hará de acuerdo con un pliego de condiciones elaborado de forma conjunta y conforme a un plan de viabilidad económica así como un plan de actuación comercial que sustente el anterior.

Un ejemplo a tener en cuenta es el sistema de autogestión del Mercado de Valencia, en el que se estipuló, en su día, que los gastos de conservación, reparación y adecuación del interior del Mercado, así como los de luz, agua, limpieza y cualquier otro derivado del funcionamiento normal del servicio, corren a cuenta de los propios vendedores, con la obligación de presentar al Ayuntamiento, memoria explicativa de la gestión y propuesta de tarifa de ocupación y uso asignado a cada uno de los locales comerciales. Los vendedores sufragan, a través de la Asociación que es la concesionaria, estos gastos mientras que, por otro lado, el Ayuntamiento aporta una subvención establecida a razón del 30% de la tarifa correspondiente a cada uno de los puestos ocupados.

Las principales ventajas derivadas de la autogestión son, que la asociación de los comerciantes puede diseñar la política comercial del Mercado, asegurando su participación y la existencia de una gerencia centralizada en servicios al cliente y al vendedor.

Por contra, los principales inconvenientes pueden aludir al hecho de que los comerciantes no atiendan las tasas de mantenimiento, con lo que las cuotas de impagados pueden ser importantes, así como la excesiva rigidez en los procedimientos, debido al elevado número de comerciantes.

Son indispensables los siguientes requisitos para que pueda producirse la autogestión de los comerciantes de los mercados municipales de Elche:

- ▲ Unidad entre los vendedores que implique el reconocimiento de la fórmula organizativa que elijan capacitando a la misma para tomar decisiones y emprender las acciones oportunas.
- ▲ Voluntad y capacidad de invertir en el mercado correspondiente, ya sea conjunta o separadamente en áreas como publicidad, innovaciones, nuevos servicios, mejoras físicas, etc.
- ▲ Otra de las condiciones ya existe y es la voluntad clara, únicamente pendiente de rúbrica, entre el Ayuntamiento y los comerciantes, para llegar a un acuerdo sobre el traspaso de la gestión.
- ▲ Entender que la gestión del Mercado debe ser realizada por verdaderos profesionales de la gestión comercial, lo que supone que se debe buscar la figura de un gerente de mercados, con la misma capacidad profesional y negociadora que si del gerente de un centro comercial se tratase.

El gerente debe constituirse como el principal responsable de la gestión de los mercados y debe centralizar todos los trámites en una única figura, de modo que dedique todo su esfuerzo a la consecución de los objetivos más importantes para los mercados entre los que cabe destacar, la rentabilidad de los mercados como negocios globales, la búsqueda de formación adecuada para los comerciantes del mercado dotándoles de capacidad de respuesta rápida para hacer frente a los cambios de vida de sus clientes, la búsqueda de nuevos operadores que sustituyan a los que abandonen sus puestos, la búsqueda de ayudas y subvenciones para la conservación y mejora de las instalaciones e infraestructura, mantenimiento de las relaciones institucionales, consecución de un posicionamiento comercial de los mercados por su oferta especializada y de calidad, etc.

Básicamente las funciones del Gerente se pueden agrupar en tres bloques:

- ▲ Gestión del patrimonio: relativa a toda la tramitación derivada del mantenimiento del propio recinto, cobro de alquileres y cánones, seguimiento de morosidad, búsqueda de nuevos arrendatarios, etc.
- ▲ Gestión administrativa, relativa a la gestión del presupuesto aprobado anualmente.
- ▲ Gestión comercial, referida a la administración del presupuesto destinado a marketing y publicidad.

