



**EXPEDIENTE: 165/2018/00537**  
**MEMORIA TRÁMITE DE CONSULTA PÚBLICA PREVIA A LA MODIFICACIÓN DE LA ORDENANZA DE MERCADOS MUNICIPALES DE 22 DE DICIEMBRE DE 2010.**

**1. Antecedentes.**

Nuestra Constitución recoge en su artículo 9.2 la obligación de los poderes públicos de facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida pública. Por otra parte, el artículo 129.5 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas (en adelante LPAC) establece la obligación de posibilitar la participación activa de los posibles destinatarios en la elaboración de las normas.

A tal efecto el artículo 133 de la LPAC establece que, con carácter previo a la elaboración de un proyecto o anteproyecto de ley o de reglamento, se sustanciará una consulta pública en la que se recabará la opinión de la ciudadanía y de las organizaciones más representativas que potencialmente se puedan ver afectadas por la futura norma acerca de:

- a) Los problemas que se pretende solucionar con la iniciativa.
- b) La necesidad y oportunidad de su aprobación.
- c) Los objetivos de la norma.
- d) Las posibles soluciones alternativas regulatorias y no regulatorias.

La Ordenanza de Mercados se dictó al amparo del artículo 31 de la Ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y de Régimen Especial de Madrid que habilita al Ayuntamiento para promover toda clase de actividades y prestar todos los servicios públicos que afecten al interés general de los ciudadanos. El Ayuntamiento de Madrid aprobó la ordenanza al amparo de la competencia en materia de abastos y mercados, de conformidad con los artículos 25.2.g) y 26.1.b) vigentes en ese momento, de la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases del Régimen Local.

El actual artículo 25.2.i de la Ley 7/1985 en su redacción dada por la Ley 27/2013, de 27 de diciembre, de racionalización y sostenibilidad de la Administración Local, establece que el Municipio ejercerá en todo caso como competencias propias, en los términos de la legislación del Estado y de las Comunidades Autónomas, las materias de ferias, abastos, mercados, lonjas y comercio ambulante.

La Ordenanza de Mercados se modificó por la Ordenanza de dinamización de actividades comerciales en dominio público de 28 de mayo de 2014. La Ordenanza de dinamización representó un paso más para impulsar determinadas actividades que se desarrollan o tienen impacto en espacios de dominio público y asegurar su competitividad, posibilitando una mayor capacidad de adaptación a los cada vez más rápidos cambios de la demanda de los consumidores y de los factores económicos y sociales del entorno.

En el ámbito de los mercados municipales, la modificación operada por la Ordenanza de dinamización estuvo dirigida a impulsar la competitividad de estos establecimientos, eliminando trabas a la implantación y diversificación de las actividades, con objeto de mejorar su posicionamiento como formatos comerciales cotidianos y su atractivo como centros de destino turístico gastronómico y de compras. Se posibilitó el desarrollo de actividades de degustación de productos no envasados en el comercio minorista de

alimentación, tanto en locales como en zonas comunes del mercado, lo que ha mejorado la oferta y ha posibilitado la modernización del comercio tradicional que se ejerce en establecimientos como pescaderías, carnicerías, charcuterías o fruterías.

La modificación también agilizó el procedimiento de apertura de actividades en los mercados y se introdujeron espacios compartidos de trabajo ("coworking") de tal forma que el titular de un sólo local pueda ceder su uso a varios operadores de forma simultánea.

Sin embargo, el transcurso de ocho años desde que se aprobó la ordenanza y cuatro desde que se modificó, permite ver con perspectiva las posibles mejoras que se pueden introducir en la gestión de los mercados municipales, teniendo en cuenta el papel regulador del Ayuntamiento en un sector que, en su totalidad, está gestionado de forma indirecta a través de concesión. La experiencia acumulada por el órgano competente en materia de mercados y el contacto permanente con los concesionarios de los mercados pueden ser muy valiosos para introducir algunas modificaciones que mejoren la prestación del servicio.

## **2. Problemas que se pretende solucionar con la iniciativa.**

Con la propuesta de modificación de la Ordenanza de Mercados Municipales se pretende dar respuesta a las siguientes necesidades y problemas planteados:

- a) Existencia de locales cerrados en horario comercial. Para ello se pretende regular los horarios mínimos de apertura.
- b) Existencia de actividades en espacios comunes del mercado que no están recogidas en la norma. El objetivo es lograr un mayor aprovechamiento de estos espacios y una mayor seguridad jurídica.
- c) Necesidad de regular con más claridad y precisión la cesión del derecho de uso, es decir, la cesión total o parcial del ejercicio de la actividad comercial, manteniendo el usuario la titularidad del derecho de uso.
- d) Demanda de locales para la implantación de actividades de temporada o puntuales. El objetivo es facilitar y promover la ocupación de locales incentivando la implantación de actividades que tienen una duración inferior a un año por tratarse de productos de temporada o actividades puntuales.
- e) Otros problemas de gestión

## **3. Posibles soluciones alternativas regulatorias y no regulatorias.**

- Posible alternativa regulatoria:
  
- Posible alternativa no regulatoria:

Para los problemas expuestos en el apartado anterior no sería posible alternativa no regulatoria.



#### 4. Necesidad y oportunidad de la aprobación.

Se hace necesario realizar cambios en la OMM con el objetivo de mejorar la gestión de la prestación de este servicio público y su regulación .

#### 5. Objetivos de la norma.

Partiendo del análisis realizado, la modificación de la Ordenanza tiene como objetivo principal ofrecer soluciones a los problemas que han quedado expuestos en el apartado segundo.

Madrid, 5 de julio de 2018

LA SUBDIRECTORA GENERAL DE  
COMERCIO Y MERCADOS



Fdo.: Olga Mª Ruiz Castillo

VºBº

LA DIRECTORA GENERAL DE  
COMERCIO Y EMPRENDIMIENTO



Fdo.: Concepción Díaz de Villegas Soláns