



# fedecarne

FEDERACIÓN MADRILEÑA  
DE DETALLISTAS DE LA CARNE

## **OBSERVACIONES DE FEDECARNE AL TRÁMITE DE CONSULTA PÚBLICA PREVIA A LA MODIFICACIÓN DE LA ORDENANZA DE MERCADOS MUNICIPALES DE LA CIUDAD DE MADRID**

Desde la Federación Madrileña de Detallistas de la Carne (Fedecarne), como entidad representativa del sector de comercio minorista de la carne en la Ciudad de Madrid presentamos los siguientes comentarios al trámite de consulta previa a la modificación de la Ordenanza de Mercados Municipales de la Ciudad de Madrid de 22 de diciembre de 2010, (Acuerdo de la Junta de Gobierno de la ciudad de Madrid de 8 de octubre de 2018) publicado en el BOAM de 8 de octubre de 2018, incidiendo en aquellos aspectos que afectan directamente a nuestros asociados, establecimientos comerciales de comercio minorista de la carne en el Ayuntamiento de Madrid.

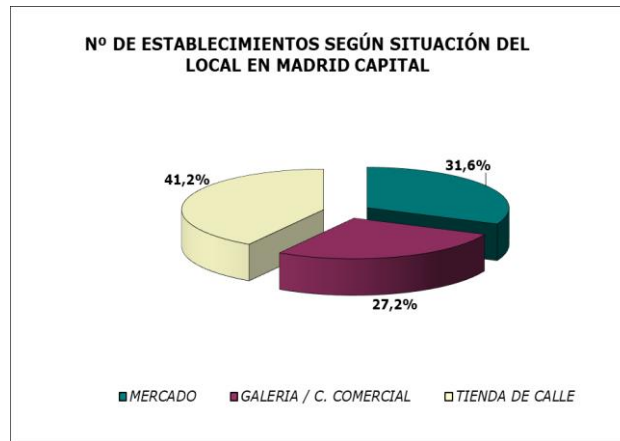
### **CONSIDERACIONES PREVIAS**

Con carácter previo y antes de examinar las preguntas formuladas por la Administración Municipal conviene indicar que nuestros asociados se encuentran encuadrados en la actividad "comercio al por menor de carne y productos cárnicos en establecimientos especializados" (CNAE 2009 4722). Según datos de Fedecarne actualizados a 2018, del total de establecimientos encuadrados en dicha actividad en la ciudad de Madrid (1.346), el 31,6% (425) se encuentran ubicados en Mercados Municipales.



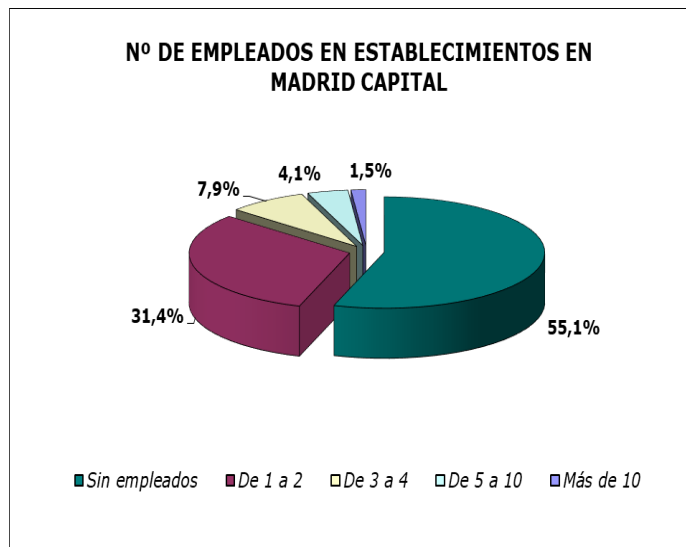
# fedecarne

FEDERACIÓN MADRILEÑA  
DE DETALLISTAS DE LA CARNE



Fuente: Base de datos de Fedecarne 2018

Estas empresas son, en la práctica totalidad, micro pymes que no cuentan con empleados (55%), tienen 1 o 2 empleados (el 35%), de 3 a 4 empleados (7,9%), de 5 a 10 empleados (4,1%) y más de 10 empleados (1,5%), según el siguiente gráfico, con los datos de Fedecarne actualizados a enero de 2018.



Fuente: Base de datos de Fedecarne 2018

Estos datos sinificativos de la dimensión y características de la tipología de establecimientos de comercio de alimentación especializados en la ciudad de Madrid y en los mercados, son



# fedecarne

FEDERACIÓN MADRILEÑA  
DE DETALLISTAS DE LA CARNE

coherentes con los que figuran en el Plan Estratégico de Mercados 2017-2021 que recoge la siguiente información:

Nº Mercados	Distritos	Nº Locales	Nº empresas	Ocupación	Nº puestos de trabajo
46	17	2.774	1.949	79%	4.248

En virtud de lo anterior la media de trabajadores por cada establecimiento comercial es de 1,53. Sin perjuicio de que estos datos son conocidos por todos, deben tomarse en consideración al introducir cualquier modificación normativa para potenciar, un modelo comercial de proximidad como servicio público especializado y personalizado.

Con lo anterior pretende concluirse que no se deben enfrentar, sino conjugar y encontrar sinergias entre los intereses de los vecinos (tanto como consumidores como potenciales consumidores), comerciantes y empresas y concesionarios de mercados gestores de los mismos (bien sea autogestión o gestión por parte de empresas privadas) y Administración.

## **RESPUESTAS TRÁMITE DE CONSULTA PREVIA. PREGUNTAS**

- **La regulación actual no establece un horario mínimo de apertura de los mercados. ¿Cómo valora la posibilidad de que se establezcan franjas horarias de obligada apertura?**
- **Planteamiento:**

Lo primero que debe precisarse, es que la actual regulación de Mercados Municipales en la ciudad de Madrid, cuya norma básica es la vigente Ordenanza de Mercados Municipales de la Ciudad de Madrid de 22 de diciembre de 2010, sí regula y establece expresamente un horario mínimo de apertura de los mercados en su artículo 9 que se denomina "horarios" y que establece literalmente que "1. El Reglamento de Régimen Interior establecerá el horario de atención al público de acuerdo con la normativa aplicable, así como los horarios de las actividades necesarias para el servicio, tales como entrada de género, limpieza, carga y descarga o retirada de basuras. 2. Los horarios garantizarán la prestación del servicio como mínimo en horario de mañana de lunes a sábado y en horario de tarde de lunes a viernes"



# fedecarne

FEDERACIÓN MADRILEÑA  
DE DETALLISTAS DE LA CARNE

Esta materia además se ha trasladado los Reglamentos de Régimen Interior (RRI) de cada uno de los mercados, que concretan los horarios dentro del marco regulatorio vigente. Estos RRI son la concreción y desarrollo de la Ordenanza a las especificidades y problemáticas de cada uno de los 46 Mercados Municipales que coexisten en la ciudad de Madrid.

Además, el artículo 10 de la Ordenanza, de manera igualmente clara dispone que *"3. Los locales del mercado deberán permanecer abiertos y debidamente abastecidos y atendidos durante el horario comercial del mercado"*

Por lo tanto, y tratando de interpretar y perfilar el motivo del debate planteado, proponemos una reformulación de la pregunta que permita poner de manifiesto que la misma se realiza para resolver una realidad y es que la normativa actual de horarios no se cumple. Así, la premisa de la pregunta, interpretando su intencionalidad, sería **que la actual normativa sobre horarios comerciales de Mercados no se está cumpliendo en algunos Mercados y Actividades.**

Ante esta supuesta constatación del incumplimiento de una norma municipal la Administración, y en este caso también Fedecarne como representante de uno de los operadores esenciales del Mercado (comerciantes minoristas de carne y productos cárnicos) lo primero que tiene que analizar es si la regulación actual es acorde con la realidad social económica, empresarial etc... actual y sigue siendo en el momento presente útil para conseguir el fin perseguido que es, en este caso, y como siempre, velar por el interés general prestando un servicio público a los ciudadanos.

Una vez reformulada la anterior premisa existen dos posibles respuestas alternativas:

- La actual regulación es correcta, en cuyo caso la siguiente pregunta es si existen mecanismos y herramientas eficaces y reales para favorecer el cumplimiento de la norma para que las normas no se conviertan en meras disposiciones inertes sin ninguna aplicación práctica.
- La actual regulación no es correcta puesto que no responde al concepto actual de lo que debe ser el servicio público de los mercados, en cuyo caso habría que modificar la normativa básica (Ordenanza) y la de desarrollo RRI.



# fedecarne

FEDERACIÓN MADRILEÑA  
DE DETALLISTAS DE LA CARNE

- **Cuestionario asociado de Fedecarne:**

Planteada ya de esta manera la pregunta, desde Fedecarne, una vez abierto el proceso de información pública hemos trasladado a nuestros asociados que operan en mercados municipales si consideran adecuado el actual horario de los mismos a través de una encuesta anónima y sobre una muestra de 32 empresas, un 63,30 % han respondido que lo consideran adecuado y en 36,70% han respondido que no. Sin perjuicio del valor estadístico de esta muestra, lo cierto es que mayoritariamente están de acuerdo con el actual régimen de horarios.

Asimismo les hemos preguntado sobre sus propuestas para mejorar el horario de su mercado y más allá de particularidades de cada mercado se realizan propuestas como:

- Flexibilización y racionalización en la fijación de los horarios del mercado para adaptarse al perfil del consumidor, las particularidades de cada sector, tipología de negocio y dimensión de la empresa, entre otras cuestiones (en este sentido hay quienes se refieren a ampliar el horario al medio día o por la tarde, abrir los fines de semana...)
- Adaptación de los horarios para posibilitar la conciliación de la vida familiar y personal de los trabajadores autónomos y empresas que prestan sus servicios en los mercados.

- **Propuesta de Fedecarne.**

Como conclusión de lo anteriormente expuesto, de acuerdo con nuestra propia experiencia, la postura expresada por una muestra de comerciantes en Mercados Municipales, y tomando también en cuenta como referente la normativa existente en otros municipios españoles la propuesta de Fedecarne es:

- Mantenimiento de regulación general actual contenida en la Ordenanza de Mercados.
- Flexibilidad para que los concesionarios tengan una regulación específica en cada Reglamento de Régimen Interior con el objetivo de racionalizar horarios y responder a las necesidades del Consumidor. En este sentido cabría diferenciar el "horario del mercado" del "horario obligatorio del mercado" pudiendo el primero, según las circunstancias ser más amplio que el segundo el primero.



# fedecarne

FEDERACIÓN MADRILEÑA  
DE DETALLISTAS DE LA CARNE

- Promover desde el Ayuntamiento estudios de mercado en cada mercado municipal para ver cuál es la tipología de consumidores potenciales de mercado, formatos comerciales que tienen mejor cabida en los mismos, días y horarios de mayor afluencia de público, zona de Madrid en la que se encuentra ubicado el Mercado etc...
- **Aparte de actividades recreativas, de promoción, degustación o de venta temporal a las que se dedican los espacios comunes de los mercados, ¿se le ocurre alguna otra actividad que pudiera desarrollarse en estos espacios?**

Respecto a esta pregunta abierta los asociados proponen actividades, que muchas de ellas se están realizando ya como:

- Alquiler de espacios para publicidad, PLV y pantallas
- Desarrollo de actividades municipales (servicio público) que pueden celebrarse dentro de los Mercados para que sean el centro de reunión de los barrios.
- Exposiciones de pintura y fotos.
- Oficinas de correo y servicios de entrega de mensajería
- Conciertos musicales.
- Espacios infantiles.
- Catas, talleres de cocina, cursos relacionados con la alimentación.
- **¿En qué circunstancias y condiciones considera que la persona titular del uso de un local comercial, puede ceder el ejercicio de la actividad comercial sin perder su derecho de uso?**

Sobre esta cuestión entendemos que la regulación actual contenida en el artículo 18.6 de la Ordenanza es suficiente y adecuada con el fin de garantizar en última instancia la ocupación de los puestos y la continuidad en la prestación del servicio público del mercado.

- **¿Qué opina sobre la posibilidad de que los mercados municipales faciliten locales para la puesta en marcha de actividades comerciales de temporada o puntuales?**

En este sentido, la encuesta realizada confirma, que el 80,6% de los asociados de Fedecarne encuestados están de acuerdo por lo que la respuesta debe ser positiva



# fedecarne

FEDERACIÓN MADRILEÑA  
DE DETALLISTAS DE LA CARNE

Únicamente apuntar que la ocupación de los puestos por estas actividades si obliga necesariamente a la modificación de la Ordenanza y de los RRI de los Mercados en cuanto a horarios de apertura puesto que no se cumpliría el artículo 10.3 de la ordenanza que establece que *"los locales del mercado deberán permanecer abiertos y debidamente abastecidos y atendidos durante el horario comercial del mercado"*

- **¿Qué otras modificaciones introduciría en la Ordenanza de Mercados Municipales? Justifique la necesidad de dichos cambios.**

Desde Fedecarne se proponen las siguientes modificaciones:

## **1.- Modificación del artículo 6.1 c) de la Ordenanza. Redacción propuesta:**

*"1.Los mercados municipales podrán contar, de forma suficientemente diferenciada, con las siguientes áreas:*

*c) Áreas de apoyo al servicio público de mercado destinadas a la prestación de actividades tales como gestión centralizada de envíos a domicilio, consignas, almacenaje, obradores artesanales, zonas de degustación de productos, y similares".*

## **2.- Modificación del artículo 7. 3 Locales del mercado municipal. Redacción propuesta:**

*3. Los almacenes y otras dependencias de los locales necesarias para el ejercicio de la actividad podrán estar ubicados en el área de servicios e instalaciones comunes del mercado, en el propio local u otros locales del mismo mercado.*

Se solicita incluir actividades como la elaboración y degustación (y no sólo la entrega a domicilio, consignas y almacenaje de productos) como netamente comerciales, complementarias de la actividad comercial al amparo de normativa Estatal y de Comunidad Autónoma, para dinamizar y mejorar al experiencia de compra del consumidor, y dotar de seguridad jurídica a los operadores. Por supuesto entendemos que se trata de actividades que siempre han servido de apoyo a la actividad de abastecimiento pero a finde evitar interpretaciones no deseadas consideramos adecuado que se incluyan expresamente en el catálogo de actividades comerciales que puedes desarrollarse por los comerciantes.



# fedecarne

FEDERACIÓN MADRILEÑA  
DE DETALLISTAS DE LA CARNE

La modificación propuesta, pretende en muchos casos renovar la vida comercial de muchos locales y pasillos de mercado que por distintas razones tienen poca afluencia de público o se encuentran cerrados.

### **3.- Modificación del artículo 6.bis 2 de la Ordenanza. Redacción propuesta:**

*2. Se entiende por actividad de degustación la comercialización para su consumo en el propio local de los productos definidos en el apartado anterior sin ser sometidos a más manipulaciones que su entrega al consumidor, previo cortado, troceado, fileteado o tratamiento térmico en equipos que pueden no precisar para su instalación y funcionamiento de campana extractora captadora de gases y vapores provista de los correspondientes filtros y sistema de recogida de grasas, conectada a chimenea o, en establecimientos de elaboración y venta de churros y masas, en equipos dotados de campana extractora captadora de gases y vapores específicos para la elaboración de este tipo de productos.*

Se pretende dotar de claridad y seguridad jurídica al precepto y al usuario posibilitando al mismo el poder elegir el tipo, la necesidad o posibilidad de extracción más adecuada.

**4.- Asimismo otras propuestas derivadas de la encuesta realizada entre nuestros asociados son, dotar de mayor apoyo y financiación el Comercio de Proximidad, ampliar la oferta comercial y de ocio, profesionalización de la administración de los mercados.**

**5.- Por último en las distintas actuaciones consideramos esencial el papel de las organizaciones empresariales como Fedecarne, representativas de establecimientos de comercio minorista de alimentación en el municipio de Madrid (usuarios de los Mercados) que son autónomas e independientes de los Mercados y de las Asociaciones de Comerciantes de los Mercados.**

En este sentido conviene reincidir en las propuestas realizadas al Plan Estratégico de Mercados 2017-2021 que se refiere a cuatro grandes objetivos y en cada uno de ellos prevé estrategias y actuaciones muchas de ellas ya han sido mencionadas.