

## APORTACIONES

### **PRIMERA.- Procedimiento adoptado para la elaboración del Plan Local de Equipamientos Comerciales de Zaragoza.**

El 2 de diciembre de 2019, según consta en la web municipal, la consejera de Economía, Innovación y Empleo del Ayuntamiento de Zaragoza, Carmen Herrarte, la concejala delegada de Comercio, Carolina Andreu, y el presidente de la Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza, Manuel Teruel, firman un convenio de colaboración para desarrollar y activar un nuevo Plan Local de Comercio para la ciudad entre los años 2020-2024.

A través del acuerdo la Cámara de Comercio, según la nota de prensa, redactará, con medios propios, las líneas estratégicas de trabajo. *"El objetivo de esta colaboración es que la Cámara de Comercio analice la situación actual de los equipamientos comerciales en la ciudad y, a partir de ahí, podamos impulsar nuevas herramientas que ayuden a los pequeños negocios a sumarse a la digitalización, actualizase y reactivar sus ventas"*, aseguraba la Consejera. La nota de prensa informa que el acuerdo rubricado por ambas partes se enmarca, en una primera fase, en el desarrollo de acciones concretas para el estudio del sector y la elaboración de las correspondientes conclusiones, dado el interés municipal en estrategias comerciales que contribuyan al desarrollo económico.

En la carátula del documento aportado por el Ayuntamiento constan como autores, y por este orden: Ayuntamiento de Zaragoza, Cámara de Comercio, IDOM y GFK. La primera aportación sería denunciar el incumplimiento del acuerdo sobre la redacción del Plan por la Cámara con medios propios al externalizar, al menos parte, en dos consultorías su elaboración. Nos hallamos, por tanto, ante un servicio que se ha gestionado indirectamente el ayuntamiento a través de un tercero, quien a su vez ha subcontratado a las citadas consultoras.

También denunciarnos el breve plazo concedido para el estudio, análisis y envío de aportaciones, dadas las características del trabajo. Cuestionamos un plazo tan corto de tiempo, máxime cuando la propia Consejera reconoce que el Covid ha provocado un retraso en la presentación del Plan. La pandemia afecta también a otras entidades y resulta más que complejo que en un breve plazo de tiempo las diferentes entidades se reúnan, analicen y debatan el documento de tal magnitud (466 páginas) y de esta, a priori, trascendencia.

La participación ciudadana, en la Zaragoza del S.XXI, representa un objetivo transversal de la política municipal tal como recoge la Nueva Agenda Urbana de Naciones Unidas, la Agenda Urbana para la Unión Europea, la Agenda Urbana Española, la Estrategia Aragonesa de Desarrollo Sostenible o la ECAZ 3.0. Pero además, dado el alcance para la ciudad, un denominado Plan Local de Comercio, su estudio y elaboración debe enmarcarse en los órganos específicos que contempla el Reglamento de Órganos Territoriales y Participación Ciudadana vigente desde 2005.

Así el art. 6 del Reglamento establece que el Ayuntamiento de Zaragoza reconoce el derecho de todos a la ciudad, como lugar de convivencia y espacio de realización humana, garantizando la participación ciudadana, especialmente en las materias que afectan más directamente a la calidad de vida de los vecinos. Y para garantizar esa participación la norma dota de diferentes órganos de participación. De una parte el art. 3 considera las Juntas Municipales y las Juntas Vecinales como órganos del Ayuntamiento de Zaragoza de ámbito territorial para la gestión de los Distritos y los Barrios Rurales en los que, mediante la participación vecinal, se realiza la gestión desconcentrada de asuntos que afectan al territorio y los vecinos en el ámbito del mismo, mejorando la eficacia de los servicios públicos que gestionan y siendo instrumento para la corrección de desequilibrios entre zonas y barrios de

Zaragoza. Y el art. 18 establece que al Pleno de la Junta Municipal le corresponde informar de los planes y proyectos de equipamiento en el ámbito de la Junta. En el caso que nos ocupa, el Plan Local de Equipamientos Comerciales de Zaragoza, cabe precisar que se han vulnerado estos preceptos.

Pero además de órganos territoriales de participación, el mismo Reglamento contempla órganos sectoriales participativos. Su art. 95 contempla que el Consejo de la Ciudad podrá proponer la constitución, con carácter temporal o permanente, de Consejos Sectoriales, Comisiones de estudio y grupos de trabajo para el análisis y la investigación de los problemas de la ciudad, con las funciones, entre otras, de realizar estudios y presentar iniciativas referidos a la problemática o necesidades y situaciones de la ciudad. Estos Consejos Sectoriales, art. 116.2, son órganos de participación, información, control y asesoramiento, de naturaleza consultiva en el ámbito municipal, y su finalidad y objetivos es la de facilitar la participación de los ciudadanos y canalizar la información de las entidades asociativas en los asuntos municipales. De modo más preciso en art. 117 preceptúa que son funciones de los Consejos Sectoriales colaborar en los estudios y elaboración de programas, proyectos y disposiciones generales del sector.

Por ello, en materia de comercio, el 28 de noviembre de 2018 se constituye el Observatorio Local de Comercio órgano de participación que cuenta con la representación de todos los grupos municipales, Gobierno de Aragón, Cámara de Comercio de Zaragoza, la Federación de Empresarios de Comercio y Servicios de Zaragoza y Provincia (ECOS), la Confederación de la Pequeña y Mediana Empresa Aragonesa (Cepyme Aragón), la Unión Profesional de Trabajadores Autónomos (UPTA Aragón), tres representantes de las asociaciones de comercio, sindicatos del sector comercio, Mercado Social Aragón (Cooperativa MESCoop), Federación de Asociaciones de Barrio de Zaragoza (FABZ), Unión Vecinal CésarAugusta, tres representantes de asociaciones vecinales, la Asociación Torre Ramona en representación de consumidores y consumidoras, la Asociación Al Bughaz en representación del comercio intercultural de Zaragoza y Amigos Mira por las asociaciones de inmigrantes. Y pese a existir esta figura de participación sectorial ni tan siquiera se le ha convocado para informarle sobre la elaboración del Plan.

De lo hasta ahora expuesto deberemos concluir que **se vulnera**, de modo flagrante, **el principio de participación**, tanto desde un punto de vista **territorial** como **sectorial**, **en la confección del Plan**.

## **SEGUNDA.- Cuestionamiento de los datos aportados en el Plan y, consecuentemente, de la diagnosis del mismo.**

El tomo 1 del Plan se denomina “Análisis de la población residente”. Y la base del mismo, de sus 82 páginas, se fundamenta en la encuesta telefónica con una muestra de 303 entrevistados. Sin entrar, desde un punto de vista científico, en la oportunidad del tamaño de la muestra cabe recordar que en la redacción de un Plan de similares características, como es el Plan de Movilidad Sostenible, se efectuaron un total de 12.000 encuestas. Por ello resultaría cuestionable dado que dependerá del tamaño de la muestra una mayor precisión y nivel de confianza. En un Distrito como el de San José, que ronda los 70.000 habitantes, 29 encuestas nos parece insuficiente, y lo mismo podría decirse de los 5 encuestados en un Distrito como el de Miralbueno que congrega a más de 12.000 vecinos.

Pero las objeciones que a este respecto se pueden plantear al Plan no obedecen únicamente a un punto de vista cuantitativo, sino también cualitativo. Para poder generalizar a la población los resultados obtenidos en la muestra, ésta deberá ser representativa de dicha población y, para ello, se han de definir con claridad los criterios de inclusión y exclusión y,

sobre todo, se han de utilizar las técnicas de muestreo apropiadas para garantizar dicha representatividad. Y el propio documento reconoce que la población extranjera encuestada representa un pírrico 1% de la muestra si bien la población inmigrante, visto el padrón municipal , supera el 15%. O que el 44% de los encuestados cuentan con estudios universitarios siendo únicamente el 17% de los zaragozanos y zaragozanas los que cuentan con este tipo de formación.

Y también desde un punto de vista cualitativo, las encuestas poseen un marcado sesgo del comercio digital (formas on line de compra, transacciones online...) que en buena lógica condicionarán los resultados de la diagnosis. Lo mismo podría decirse en la focalización de la pandemia que, dado su carácter coyuntural, no puede condicionar un Plan que tiene vocación de perdurar en el tiempo.

El número de entrevistas efectuadas a comercios y establecimientos que ofrecen diferentes servicios asciende a 302, cifra prácticamente idéntica a la de los potenciales compradores. Por tanto deberá considerarse una muestra, en este caso, más adecuada. Así en San José se efectuaron 18 encuestas y 1 en Miralbueno. Pero también cabe plantear reparos en el contenido del trabajo. De una parte vuelve a repetirse el sesgo digital y de la pandemia en las preguntas.

Pero además omite en el análisis elementos más que relevantes en el comercio de la ciudad como las grandes superficies comerciales en las que Zaragoza está a la cabeza en la ratio de metros cuadrados/habitante, o equipamientos de tanta trascendencia para la ciudadanía como el rastro y la venta ambulante, o los mercados de barrio.

Los datos estadísticos aportados carecen de una visión holística del comercio de Zaragoza (visión reivindicada desde hace años por la Organización Mundial del Comercio) y se limitan a un mero acopio de datos segmentados que inciden de modo muy remarcado en el ámbito territorial del Distrito y en el comercio electrónico, que siendo necesaria, omitiendo la visión global de ciudad y de su modelo.

Por ello deberemos concluir que los **datos aportados** por el estudio **carecen de la rigurosidad** necesaria para un Plan de estas características.

### **TERCERA.- Cuestionamiento del análisis urbano comercial.**

Debe recordarse que en la redacción del Plan Local de Equipamientos Comerciales de Zaragoza ha participado IDOM (empresa internacional de servicios profesionales de consultoría, ingeniería y arquitectura), que también fue la adjudicataria de la redacción del Anteproyecto de línea II del tranvía de Zaragoza. Por tanto la consultora cuenta con conocimientos profundos sobre la movilidad zaragozana. Consecuentemente no sería aventurado afirmar que el tomo IV del Plan se ciñe en exceso en aspectos relacionados con la movilidad y el comercio, que sin dejar de ser relevantes no justifican que se omitan otros aspectos de singular relevancia.

Dicho esto el análisis se focaliza en las Galerías Comerciales, vinculadas con elementos de la movilidad tales como red peatonal, carril bici, líneas de bus y tranvía o aparcamientos para crear en cada “barrio” una Galería Comercial Urbana.

Cabe decir que las propuestas genéricas presentadas en el documento son acertadas. Pero a la hora de su concreción en el ámbito de los Distritos surgen notables deficiencias. Sirva como ejemplo que en el Plan se cita repetidamente a las Juntas Vecinales de los Distritos de la ciudad sin que exista dicha figura.

**Además parece que en la voluntad del redactor, o del equipo de Gobierno Municipal, sobrevuela la idea de asignar a cada Distrito una Galería sin mayor profundización de la realidad territorial de la ciudad. Sirvan los siguientes ejemplos como botón de muestra.**

En San José se propone la Galería en la Avenida de San José y bocacalles, pero cercena el eje norte/sur del Distrito porque únicamente contempla la Avenida hasta su confluencia de Cesáreo Alierta, omitiendo su tramo sur de conexión con Miguel Servet. Y omite este último vial, que experimenta notables desarrollos urbanísticos y que cuenta con un centro como el de Utrillas, además de numeroso comercio de proximidad. Contrariamente incide en la conectividad con la galería de Damas, a través de Cesáreo Alierta, cuando esta avenida carece de establecimientos comerciales en uno de sus lados (Miraflores) y nunca ha sido representativa en relación a este sector económico. Contrariamente el Plan deja de lado calles comerciales de gran relevancia como son Reina Fabiola o Doce de Octubre.

La zona denominada como Arrabal, tendría que hacer referencia al Rabal, por ser ésta la denominación de la Junta Municipal, describiendo así la totalidad del territorio y no únicamente de la parte más cercana al Río Ebro. La descripción de la mal denominada zona Arrabal incurre en varios errores: el Distrito del Rabal no es la cuarta zona más poblada, sino la segunda, según datos del Observatorio Municipal de Estadística, solo por detrás del Distrito Delicias, datos a 1 de enero de 2.020, además las hectáreas correspondientes a este distrito son 837,59 y no 655 como indican en el plan, y la población es de 79.070 personas. Dentro de este Distrito, el crecimiento del barrio Jesús ha sido más que notorio en las últimas décadas, pasando de los 12.594 habitantes en 2008 a los 17.307 en el 2020, comprobando un crecimiento exponencial en el tiempo, donde solo las nuevas urbanizaciones del Paseo Longares con Marques de la Cadena y el Paseo de la Ribera (plan F-51-3 del PGOU) representan cerca de 3000 vecinos. Por tanto resulta más que oportuno la ampliación de la zona de actuación a la Avenida de Cataluña, calle Jesús y adyacentes y Paseo de Longares.

En el análisis comercial del Distrito Torrero-La Paz únicamente se contempla una zona comercial, la comprendida en el entorno de la Avenida de América y Fray Julian Garcés omitiendo otras áreas como La Paz.

Pero además de los errores de planificación sorprende sobremanera que el Plan no haga referencia alguna a los barrios rurales, como en el caso de Casetas que cuenta con más de 7000 censados.

Por ello deberemos concluir que los **datos aportados** por el estudio se desprende una **ausencia de modelo tanto de barrio como de ciudad y su imbricación del comercio.**

#### **CUARTA.- Falta de concreción en las medidas a adoptar, así como en su consignación presupuestaria.**

Los volúmenes V y VI recogen las propuestas globales de actuación y el resumen presupuestario respectivamente.

Las propuestas se hallan divididas en tres grandes bloques. El primero las enfocadas a la mejora organizativa, el desarrollo de comunicación y dinamización del comercio, con más de 5 millones de euros (1.251.000 en 2021, 871.000 en 2022 y 3.048.000 entre 2023 y 2026). El segundo se corresponde con propuestas urbanas con casi 39 millones de euros (4.200.000 en 2021, 6.555.000 en 2022 y 28.060.000 entre 2023 y 2026). Y el tercero que corresponde con las propuestas de digitalización alcanza los 7.670.000 euros (1.702.000 en 2021, 1.067.000 en 2022 y 4.651.000 entre 2023 y 2026). Para el presente ejercicio de 2021 únicamente se destinan 7 millones, menos del 15% de la cantidad total presupuestada. Además nos genera incertidumbre que se hable de iniciativa privada, temiendo que se traduzca en la cantidad total del Plan el cómputo de esas supuestas inversiones privadas.

Cuando menos sorprende que más del 70% del total de las inversiones, que ascienden a un total de 51.655.000 euros, estén programadas para el futuro mandato municipal. Esta circunstancia le resta por tanto credibilidad. Pero además en las propuestas urbanas se

contemplan medidas que no son propias del Plan sino que se corresponden con otras áreas y servicios municipales, tales como mejoras de aceras, cambio de pavimento, planes de plazas, mobiliario urbano, iluminación.... Parece como si todas las inversiones municipales se adaptasen para su inclusión en un Plan engordado ficticiamente.

Por ello deberemos concluir que el documento **carece de concreción sobre las medidas a adoptar, a excepción de la vertiente digital, con un presupuesto impropio ya que corresponde a medidas de otras áreas y servicios municipales.**

Por todo lo expuesto,

AL AYUNTAMIENTO DE ZARAGOZA,

**Que teniendo por presentado este escrito, se sirva admitirlo, y tener por presentadas las aportaciones, así como la petición de remisión del Plan Local de Equipamientos Comerciales al Observatorio Local del Comercio de Zaragoza para su estudio y debate antes de continuar con su tramitación administrativa.**