



CÁMARA
DE CUENTAS DE
ARAGÓN

Informe de fiscalización

PLAN LOCAL DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL
DEL AYUNTAMIENTO DE ZARAGOZA,
EJERCICIOS 2021-2022

EL CONSEJO DE LA CÁMARA DE CUENTAS DE ARAGÓN, en el ejercicio de la función fiscalizadora que le atribuyen el artículo 112 del Estatuto de Autonomía de Aragón y el artículo 6.1 de la Ley 11/2009, de 30 de diciembre, en sesión celebrada el día 24 de marzo de 2025, ha aprobado el informe de fiscalización del Plan Local de Equipamiento Comercial del Ayuntamiento de Zaragoza, ejercicios 2021-2022.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
1.1. Ámbito subjetivo	4
1.2. Objetivos de la fiscalización	6
1.3. Ámbito temporal	6
1.4. Unidad monetaria	6
1.5. Trámite de audiencia	6
2. CONTENIDO DEL PLAN LOCAL DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL	8
2.1. Medidas de actuación, líneas estratégicas	10
2.2. Presupuesto previsto y cronograma de actuación	13
3. RESULTADOS DE LA FISCALIZACIÓN	14
3.1. Limitación al alcance	14
3.2. Planificación y diseño de las actuaciones del Plan Local de Equipamientos Comerciales para los ejercicios 2021-2022	14
3.3. Desarrollo del PLECZ 2021-2022	21
3.4. Ejecución presupuestaria, seguimiento y control del PLECZ	37
4. CONCLUSIONES	42
5. RECOMENDACIONES	46
ANEXOS	47
Anexo I – Marco normativo	48
Anexo II. Medidas contempladas en el PLECZ 2021-2026	50
Anexo III. Plan Director galerías comerciales Delicias y Casco histórico	64
Anexo IV. Alegaciones recibidas	70
Anexo V. Tratamiento de las alegaciones	77

SIGLAS Y ABREVIATURAS

BOA	Boletín Oficial de Aragón
BOE	Boletín Oficial del Estado
BOPZ	Boletín Oficial de la provincia de Zaragoza
CAA	Comunidad Autónoma de Aragón
DRN	Derechos reconocidos netos
ECOS	Empresarios de comercio y servicios de Zaragoza y provincia
EELL	Entidades Locales
ICAL	Instrucción del modelo Normal de Contabilidad Local, aprobada por Orden HAP/1781/2013, de 20 de septiembre
IMEFEZ	Zaragoza Dinámica: Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial de Zaragoza
IVA	Impuesto sobre el Valor Añadido
LCSP	Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público
MC	Modificaciones de crédito
OR	Obligaciones reconocidas
ORN	Obligaciones reconocidas netas
PCAP	Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares
PGCPL	Plan General de Contabilidad Pública adaptado a la Administración Local
PLECZ	Plan Local de Equipamiento Comercial de Zaragoza 2021-2026
PMUS	Plan de Movilidad urbana Sostenible
PPT	Pliego de Prescripciones Técnicas
TR	Texto Refundido
TRLRHL	Texto Refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales, aprobado por Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo
UPTA	Unión de profesionales y trabajadores autónomos de Aragón
ZAMAS	Federación de asociaciones de galerías de alimentación y mercados detallistas de Zaragoza

1. INTRODUCCIÓN

El artículo 112 del Estatuto de Autonomía de Aragón, y en su desarrollo, los artículos 6.1 de la Ley 11/2009, de 30 de diciembre, de la Cámara de Cuentas de Aragón y 3 del Reglamento de Organización y Funcionamiento de la Cámara de Cuentas de Aragón, establecen su competencia para fiscalizar las entidades del sector público de Aragón.

La Cámara de Cuentas de Aragón ha fiscalizado el Plan Local de Equipamiento Comercial del Ayuntamiento de Zaragoza, ejercicios 2021-2022, a iniciativa de las Cortes de Aragón, de acuerdo con el programa de fiscalización para el ejercicio 2024, aprobado por el Consejo de la Cámara por acuerdo de 28 de diciembre de 2023.

El trabajo se ha desarrollado por un equipo de cuatro personas (tres técnicas de auditoría y una directora de auditoría). Se agradece al personal del Ayuntamiento de Zaragoza la colaboración prestada.

1.1. Ámbito subjetivo

Zaragoza es un municipio de gran población, el único de Aragón con población superior a 100.000 habitantes. La población del municipio de Zaragoza, según el Real Decreto 1037/2022, de 20 de diciembre, por el que se declaran oficiales las cifras de población resultantes de la revisión del Padrón municipal referidas al 1 de enero de 2022, era de 673.010 habitantes, que constituye el 51 % del total de la población de Aragón.

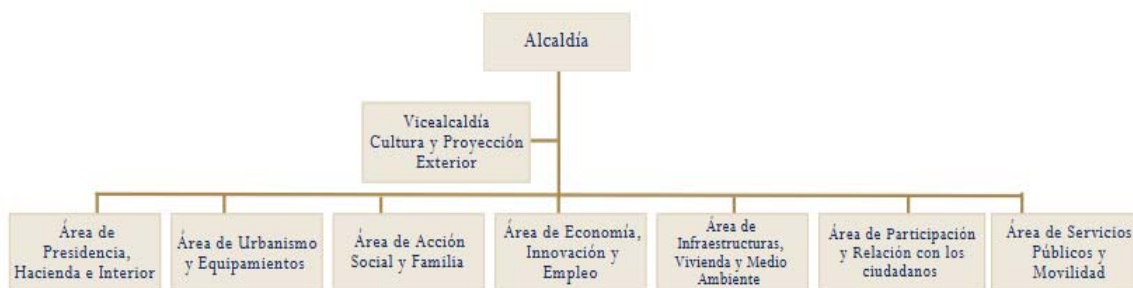
En Aragón, el artículo 82 del Estatuto de Autonomía señala a los municipios como las entidades territoriales básicas, dotadas de personalidad jurídica propia y autonomía para la gestión de sus competencias y los intereses de la colectividad a la que representan, desarrollándose sus disposiciones en la Ley 7/1999, de Administración Local de Aragón (LALA).

De acuerdo con el artículo 11 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases del Régimen Local (LBRL), el municipio tiene personalidad jurídica y plena capacidad para el cumplimiento de sus fines. Son elementos del municipio el territorio, la población y la organización.

En los artículos 25 y siguientes se establecen las competencias de los municipios, los servicios de obligada prestación y la posibilidad que, tanto el Estado como la Comunidad Autónoma, puedan delegar en ellos el ejercicio de sus respectivas competencias.

Zaragoza se rige por el Título X de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local y por la Ley 10/2017, de 30 de noviembre, de régimen especial del municipio de Zaragoza como capital de Aragón.

La entidad local está regida por el pleno del Ayuntamiento, formado por 31 concejales y lo preside el alcalde. El Gobierno del municipio está constituido por el alcalde y ocho consejeros (Decreto de Alcaldía de 20 de junio de 2019).



Dentro de la estructura orgánica del Ayuntamiento de 2021 y 2022, presentada en el gráfico anterior, las medidas establecidas en el Plan Local de Equipamiento Comercial de Zaragoza (en adelante PLE CZ) afectan a diversos órganos gestores.

El principal gestor del Plan es el Servicio de Mercados, Promoción del Comercio, Hostelería y Consumo (en adelante Servicio de Mercados), dentro de área de Economía, Innovación y Empleo. Sin embargo, las actuaciones previstas en el plan afectan también a otros servicios y áreas ya que su consecución exige la interactuación de distintos gestores. Así, de la información facilitada por el Ayuntamiento, en las medidas que se han contemplado o puesto en marcha en los ejercicios fiscalizados han participado las siguientes áreas:



1.2. Objetivos de la fiscalización

El ámbito objetivo de esta fiscalización lo constituyen las actuaciones de elaboración, desarrollo y ejecución del PLECZ en los ejercicios 2021 y 2022.

En concreto, las actuaciones de fiscalización realizadas son las siguientes:

1. Ámbito operativo. Se ha analizado el procedimiento y órganos del Ayuntamiento que han intervenido en las siguientes actuaciones:

- Preparación y trámites de elaboración del PLECZ, aprobado por el pleno del Ayuntamiento el 26 de mayo de 2021, así como sus eventuales modificaciones.
- Elaboración del Plan Director derivado del PLECZ.
- Encargos a la Cámara de Comercio de Zaragoza y otras empresas para la elaboración del Plan Director y su ejecución.

El Plan analizado establece que sus actuaciones en 2021 y 2022 se realizarán en las galerías comerciales urbanas Zaragoza Esencial o Casco Histórico y Delicias. Se ha testado el grado de ejecución del Plan y qué actuaciones se han llevado a cabo, comprobando si se corresponden con las inicialmente planificadas o se han modificado.

Se ha verificado si existe un seguimiento de las actuaciones realizadas, su impacto, debilidades, fortalezas, cumplimiento de objetivos y control de la ejecución presupuestaria.

2. Auditoría de cumplimiento. Revisión de las actuaciones llevadas a cabo dentro del plan: contratos de obras, servicios y suministros realizados, convenios con otras instituciones, líneas de subvenciones realizadas u otras actuaciones.

Se han analizado los expedientes de las distintas actuaciones realizadas por el Ayuntamiento (contratos, convenios, subvenciones, etc.) y su reflejo contable y presupuestario para comprobar el cumplimiento de la legalidad vigente en las actuaciones realizadas.

1.3. Ámbito temporal

El ámbito temporal de la fiscalización son los ejercicios 2021 y 2022, sin perjuicio del examen de operaciones y datos de ejercicios anteriores y posteriores en la medida en que se considere oportuno para el mejor cumplimiento de los objetivos de la fiscalización.

1.4. Unidad monetaria

Todos los importes recogidos en el informe se expresan en euros salvo mención expresa en contrario.

1.5. Trámite de audiencia

El resultado de las actuaciones de fiscalización practicadas se notificó el 13 de febrero de 2025 al Ayuntamiento de Zaragoza iniciándose el trámite de audiencia de un mes para formular alegaciones y presentar los documentos y los justificantes que Ayuntamiento considerase convenientes,

conforme a los artículos 11 de la Ley 11/2009, de la Cámara de Cuentas de Aragón y 34 del Reglamento de Organización y Funcionamiento.

Las alegaciones se recibieron en la Cámara de Cuentas el dentro del plazo establecido.

De acuerdo con el principio contradictorio que rige los procedimientos de fiscalización de la Cámara de Cuentas, todas las alegaciones recibidas han sido analizadas y evaluadas. No se han efectuado valoraciones ni se ha alterado la redacción del texto del informe sobre aquellas alegaciones que:

- no justifiquen debidamente los criterios, opiniones o valoraciones expuestos en caso de discrepancia.
- confirmen los hechos y valoraciones expuestos
- pretendan aclarar o justificar las deficiencias o irregularidades señaladas sin rebatirlas y sin acompañar documentación adicional que permita verificar su exposición.
- precisen que las deficiencias o irregularidades señaladas se han subsanado con posterioridad al periodo fiscalizado, o bien se encuentran en fase de corrección, sin aportar documentación adicional que lo corrobore.

El contenido íntegro de las alegaciones se incluye en el anexo IV de este Informe. Y en el anexo V se incluye el tratamiento dado por la Cámara de Cuentas a las alegaciones formuladas. El resultado definitivo de la fiscalización es el que se recoge en los distintos epígrafes del presente informe.

2. CONTENIDO DEL PLAN LOCAL DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL

La elaboración del PLE CZ se incardina en el artículo 31 de la Ley 10/2017, de 30 de noviembre, de régimen especial del municipio de Zaragoza como capital de Aragón, que señala las competencias en materia de comercio, y en el Plan General de Equipamiento Comercial de Aragón como marco de referencia en virtud de las competencias autonómicas en esta materia.

Tanto Zaragoza como otros municipios de Aragón han venido elaborando a lo largo de los años planes locales con una vigencia de varios ejercicios. En el caso de Zaragoza, el Plan objeto de fiscalización presenta una vigencia desde 2021 hasta 2026, y se aprobó por el pleno del Ayuntamiento el 26 de mayo de 2021.

El PLE CZ parte de un estudio de las distintas áreas municipales, para detectar zonas con vitalidad comercial a partir de las que plantear la regeneración del tejido comercial de cada barrio.

El concepto base que establece el Plan para la estrategia de dinamización es la creación de galerías comerciales urbanas. Estas galerías o paseos comerciales se definen como un conjunto urbano con identidad propia y unidad de imagen: señalética, mobiliario, luminarias, papeleras, macetas, pavimentos, terrazas de restauración, etc., diseñados en función del carácter propio del barrio o zona.

Esta caracterización puede establecerse atendiendo a cuestiones históricas, geográficas, por actividades propias de la zona etc., abriendo con ello la posibilidad de reforzar la singularidad y rasgos distintivos de cada área con la inclusión de itinerarios culturales.

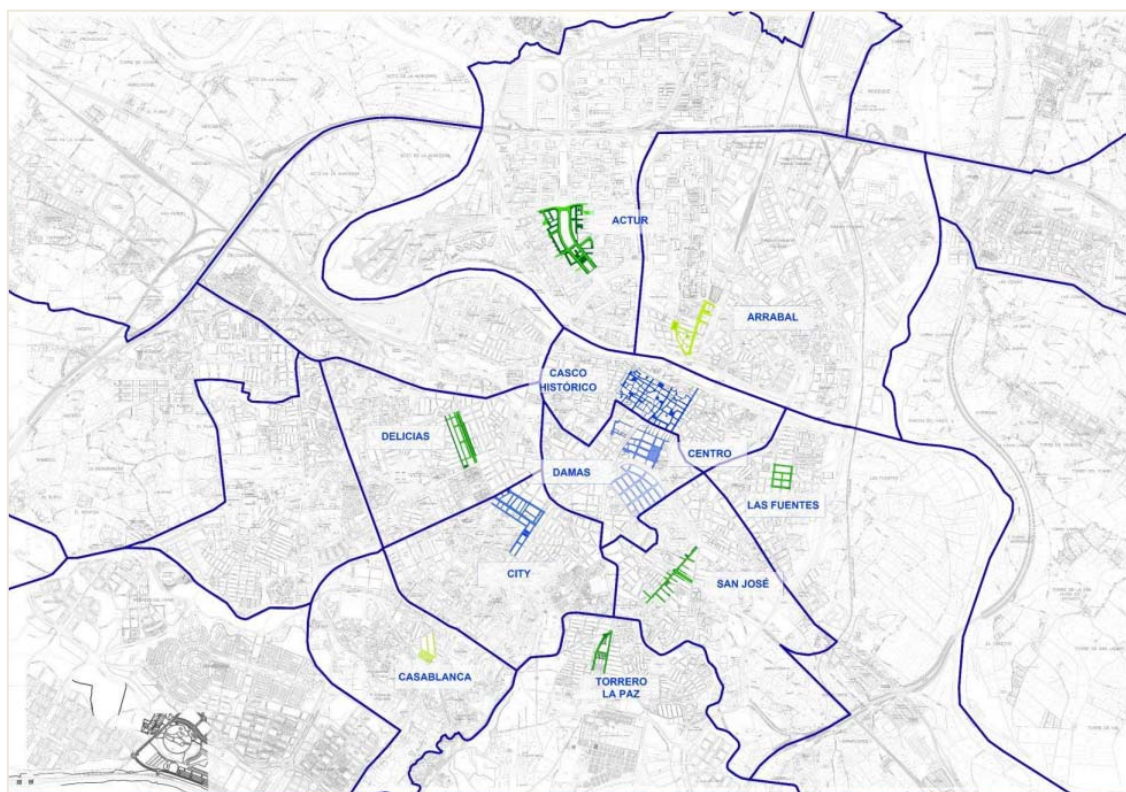
La estrategia de la creación de las galerías comerciales urbanas está alineada con las disposiciones del Plan General de Ordenación Urbana, que prevé la creación de áreas comerciales en el tejido urbano de la ciudad.

Una estrategia clave en esta propuesta de galerías comerciales urbanas es su planteamiento como una red integrada en la que las galerías se conectan a través de la red peatonal, carril bici, corredores verdes, líneas de autobús, tranvía y de aparcamientos.

Una cuestión importante en la actualidad, cuya implantación se persigue, es la digitalización de varias actuaciones que permitan a los comercios incorporar las ventajas del comercio electrónico. Y, paralelamente, establecer plataformas comerciales que permitan la reactivación del comercio local físico (descuentos en transporte público y parking, beneficios por nuevas compras, etc.).

El plan estableció doce galerías comerciales urbanas:

- | | | |
|---------------------------------------|---------------|---------------|
| - Zaragoza Esencial o Casco Histórico | - San José | - Delicias |
| - Los Sitios o Centro | - El Rabal | - Torrero |
| - Damas | - Actur | - Casablanca |
| - La City o Universidad | - Las Fuentes | - La Almozara |



Fuente: Plan Local de Equipamientos Comerciales del Ayuntamiento de Zaragoza 2021-2026

Estas zonas presentan un grado distinto de desarrollo, por lo que en el Plan se determina comenzar las actuaciones por las más claramente definidas, que son la galería urbana comercial Zaragoza Esencial o Casco Histórico (calles situadas entre San Vicente de Paúl, Coso, Cesar Augusto, Plaza del Pilar) y la galería urbana comercial Delicias (Calles Delicias, Pedro de Luna, Antonio Sangenis, Paseo Calanda, Calle Bolivia y transversales).

2.1. Medidas de actuación, líneas estratégicas

En el Plan se estructuran las medidas de actuación en torno a tres líneas estratégicas (anexo II):

MEJORAS ORGANIZATIVAS, COMUNICACIÓN COMERCIAL Y DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO	PROPUESTAS URBANAS	DIGITALIZACIÓN DE LOS COMERCIOS Y DEL ENTORNO URBANO
<ul style="list-style-type: none"> • Activación de Consejos asesores de comercio y colaboraciones con Cámara de Comercio y Asociaciones • Creación de marca paraguas y submarcas • Campañas de comunicación y de fomento y mentalización a comerciantes • Actividades de promoción física en la calle • Profesionalización de atención y trato a colectivos específicos • Formación en especialización de productos • Desarrollo piloto de proyectos de referencia BID's* • Fomento del comercio de proximidad • Evitar trabas burocráticas para nuevos formatos comerciales • Reestructuración de horario comercial • Ayudas a la creación y transmisión de negocios o sucursales • Dinamización de mercados, pasajes comerciales y mercadillos • Realización de estudios continuos de investigación 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan Director • Coordinación con el Plan de Movilidad urbana sostenible y realización de Proyectos de urbanización integral • Peatonalizaciones temporales y provisionales • Refuerzo de limpieza de calles • Creación en cada barrio de una Galería Comercial Urbana • Escena Urbana (creación de súper-manzanas, mejora de aceras y pavimento, áreas peatonales, mejora de mobiliario urbano, iluminación y ajardinamiento) • Accesibilidad (eliminación de barreras arquitectónicas urbanas y en locales comerciales) • Logística y aparcamiento (plazas de carga y descarga, creación de áreas de aparcamiento, implantación de taquillas de almacenamiento temporal, mejorar la dotación de aparcamientos) • Activación comercial (de locales vacíos, extensión de tiendas hacia la calle y favorecimiento de mercadillos) 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de digitalización de los comercios (actividad online del comercio local y de proximidad y calle comercial inteligente, con infraestructura de adquisición de datos útiles para el comercio) • Programas de familiarización del mundo digital y planes de digitalización comercial • Herramientas de relación digital con el cliente (APP, tarjeta de fidelización, servicios de analítica y visualización de datos para los comerciantes, actividades de marketing) • Calle comercial inteligente (red de comunicaciones y toma de datos de aforo y condiciones ambientales; señalización inteligente (códigos QR) y señalización digital (pantallas de información y totems interactivos); iluminación inteligente, configurable y reactiva al nivel de afluencia, intensidad sonora e iluminación ambiental; implantación de sistemas de gestión inteligente de plazas de carga y descarga. • Impulso a la presencia digital, con estrategia de comunicación digital y un portal unificado con todos los comercios en cada distrito; promoción de presencia en redes sociales y favorecer el uso de plataformas de envío a domicilio.

**Business improvement district (BID): Se trata de una forma de gestión público-privada para implantar programas que mejoran la calidad de vida de la ciudad y el logro de un desarrollo sostenible. Dos de sus rasgos más característicos son el proceso de creación, iniciado por acuerdos entre un grupo de empresarios, y el modo de financiación, haciendo partícipes a cada uno de los beneficiarios a través de aportaciones económicas obligatorias. Los negocios y el ciudadano se aprovechan del amplio rango de servicios adicionales que van desde el mantenimiento y seguridad, pasando por el marketing hacia el consumidor hasta los servicios sociales.*

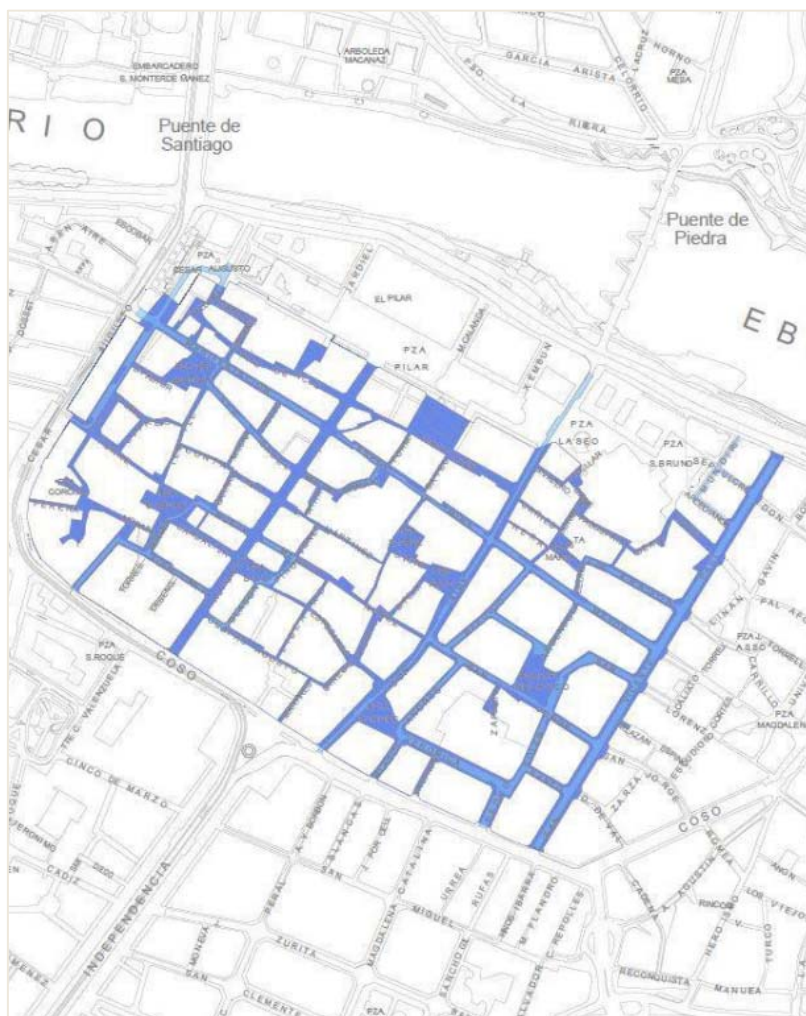
El presupuesto de estas organizaciones tiene un carácter no lucrativo y está supeditado fundamentalmente a dos fuentes de financiación: subvenciones a cargo de los entes públicos, justificadas por el hecho de que las actividades que realiza el BID repercuten de manera positiva en el conjunto de la ciudad, y las aportaciones por parte de los propietarios de comercios beneficiarios, quienes pagan de forma directa un tributo finalista.

El primer paso en el desarrollo es establecer un Plan Director que contemple las actuaciones a realizar, que se agrupan en tres grandes bloques:

- **Escena urbana:** creación de súper-manzanas (áreas ambientales), mejora de aceras, peatonalización, mejora de accesibilidad, terrazas, mejora de mobiliario, iluminación, ajardinamiento, etc.
- **Logística y movilidad:** zonas de carga y descarga, aparcamientos subterráneos, nuevas áreas de aparcamientos regulados, etc.
- **Digitalización:** sistemas de conectividad, aplicaciones de información comercial. Códigos QR, establecimientos de bonos descuento en plataformas, etc.

Asimismo, en el PLE CZ se establece que, analizada la situación de las distintas zonas, existen dos con un mayor grado de consolidación y fortalezas mejor definidas cuya implantación se prevé realizar en 2021 y 2022. Son la galería comercial Zaragoza Esencial o Casco Histórico y la galería comercial Delicias:

Galería comercial Zaragoza Esencial o Casco Histórico: calles situadas entre San Vicente de Paúl / Coso / César Augusto / Plaza del Pilar



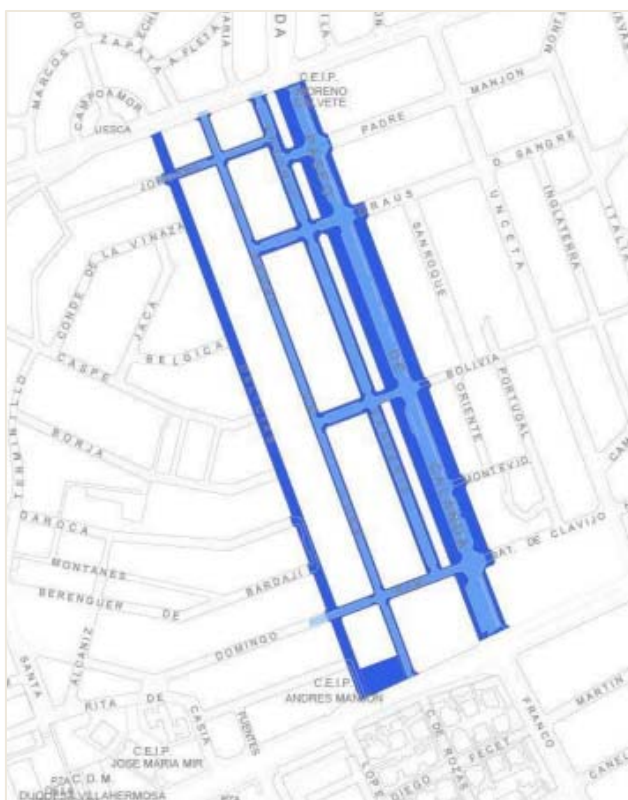
Fuente: Plan Local de equipamientos Comerciales del Ayuntamiento de Zaragoza 2021-2026

Programa de actuación:

La propuesta del Plan para esta zona es mejorar la escena urbana para mantener y aumentar la capacidad de atracción y actividad comercial, y consolidar estas calles como una de las áreas comerciales de la ciudad, incluso a nivel supramunicipal, tanto para sus habitantes como para el turismo.

- Se aplicarán todas las medidas correspondientes a la creación de una galería comercial urbana (actuaciones iniciales, mejora de escena urbana, logística y aparcamiento, accesibilidad, activación comercial y sinergias). En este caso, muchas de las actuaciones relacionadas con movilidad están ya implementadas, por ejemplo, las peatonalizaciones.
- Se aplicará un plan de plazas, que consiste en la incorporación de los principales espacios públicos del área como lugares de encuentro del área comercial, con un tratamiento unitario de imagen de las plazas del área (César Augusto, San Miguel, Pilar, España, San Pedro Nolasco, Santa Marta, Santa Cruz, Teatro Principal, Sas) y en segundo lugar, dignificar y mejorar espacios públicos que pueden ser significativos como la Plaza de Santo Domingo, etc.
- Se realizarán actuaciones que mejoren la accesibilidad a los locales.
- Se implantará el plan de digitalización propuesto.

Galería Comercial Delicias: Calles propuestas: Calle Delicias, Pedro de Luna, Antonio Sangenis, Paseo Calanda, Calle Bolivia y transversales



Fuente: Plan Local de equipamientos Comerciales del Ayuntamiento de Zaragoza 2021-2026

Programa de actuación:

La propuesta es revitalizar y reforzar las calles donde ya se localiza la mayor actividad de la zona, para consolidarlas como el área comercial del barrio. Es prioritario evitar que desaparezca el comercio local y de proximidad y su desplazamiento a otras áreas de la ciudad, así como establecer una continuidad con las áreas comerciales de los barrios contiguos.

- Se aplicarán todas las medidas correspondientes a la creación de una galería comercial urbana (actuaciones iniciales, mejora de escena urbana, logística y aparcamiento, accesibilidad, activación comercial y sinergias).
- Mejora de los mercados municipales de la zona: potenciación de los mercados Delicias, San Valero y Ciudad Jardín; apoyo de subvenciones o créditos blandos para la regeneración de las zonas comunes; estudio de usos alternativos como almacenes de reparto última milla, etc.
- Se implantará el plan de digitalización propuesto.

2.2. Presupuesto previsto y cronograma de actuación

El PLE CZ presenta un presupuesto estimativo para cada línea estratégica y las medidas que se incluyen en ellas, así como un cronograma aproximado de realización. El resumen del presupuesto que figura en el PLE CZ aprobado es el siguiente:

Líneas estratégicas	Presupuesto máximo estimado	2021	2022	2024/2026
Propuestas enfocadas a la mejora organizativa, el desarrollo de la comunicación comercial y dinamización del comercio	5.370.000	1.251.000	931.000	3.188.000
Propuestas urbanas	39.815.000	4.200.000	6.555.000	29.060.000
Propuestas de digitalización comercial (plan de digitalización) y adaptación digital del entorno urbano	7.670.000	1.702.000	1.067.000	4.651.000
TOTAL	52.855.000*	7.153.000	8.553.000	36.899.000

**Cifra errónea, según se expone en el epígrafe 3.4*

En los ejercicios 2021 y 2022, según el PLE CZ, las actuaciones previstas se llevarán a cabo sobre las dos galerías comerciales elegidas: Delicias y Casco Histórico.

3. RESULTADOS DE LA FISCALIZACIÓN

3.1. Limitación al alcance

La fiscalización abarca exclusivamente las actuaciones llevadas a cabo por el Servicio de Mercados y comunicadas por este a la Cámara de Cuentas.

Si bien se nos ha indicado que el PLE CZ afecta a otras áreas del Ayuntamiento, no se nos ha facilitado información detallada sobre todas las actuaciones concretas de los demás centros gestores en desarrollo de las medidas del Plan.

Por otra parte, al no figurar en los presupuestos una partida global debidamente identificada que contenga el crédito previsto para cada ejercicio, no es posible verificar si existe alguna actuación más que se presupuestó inicialmente y de la que no se ha comunicado su desarrollo.

Por lo tanto, las conclusiones del informe se circunscriben a la información facilitada por el Servicio de Mercados, que se refiere al desarrollo del Plan, sin incluir las posibles actuaciones de las otras áreas del Ayuntamiento.

3.2. Planificación y diseño de las actuaciones del Plan Local de Equipamientos Comerciales para los ejercicios 2021-2022

Los resultados de la fiscalización relativa a la aprobación del Plan y la instrumentación inicial de sus actuaciones a través de un Plan Director para los ejercicios 2021-2022 se desarrollan en este epígrafe. Hemos analizado el cumplimiento de la legalidad de los convenios suscritos por el Ayuntamiento con la Cámara de Comercio de Zaragoza para la elaboración del PLE CZ, Plan Director -que fija su desarrollo en los ejercicios fiscalizados- y el Convenio-encargo en el que se determinan actuaciones concretas para desarrollar el PLE CZ en los ejercicios 2021 a 2023.

Documento	Objeto	Fecha de firma	Importe euros
Convenio subvencional	Elaboración PLE CZ	6-11-2020	170.000
Convenio- encargo	Elaboración Plan Director de dos galerías comerciales y el estudio de movilidad urbana	9-11-2021	170.000
Convenio-encargo	Realización de acciones del PLE CZ	23-12-2021	1.514.911
TOTAL			1.854.911

Competencia para la elaboración de los planes de equipamientos comerciales

Sin perjuicio de la competencia autonómica para la realización de los planes de equipamiento comercial (Decretos 112/2001, de 22 de mayo, por el que se aprueba el Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón, 171/2005, de 6 de septiembre, por el que se aprueba su primera revisión y 160/2014, de 6 de octubre, por el que se aprueba la segunda revisión), la normativa (artículos 5 y 7 del Decreto 171/2005) permite que, en desarrollo del Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón, se puedan aprobar planes locales para adaptar el

equipamiento comercial a las necesidades de consumo y compra local y establecer planes de dinamización del comercio urbano. La iniciativa en la elaboración de los planes locales corresponde a los ayuntamientos o entidades locales, en los territorios de su competencia.

En este sentido, la Ley 10/2017, de 30 de noviembre, de régimen especial del municipio de Zaragoza como capital de Aragón, establece en su artículo 31.3 que *“El Ayuntamiento de Zaragoza podrá elaborar, tramitar y aprobar el Plan Local de Comercio previo informe del Departamento competente en materia de comercio del Gobierno de Aragón”*.

Con relación a la Cámara de Comercio de Zaragoza, en el artículo 5 de las Leyes 4/2014, de 1 de abril, básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación, y 3/2015, de 25 de marzo, de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Servicios de Aragón se establece que las Cámaras pueden desarrollar funciones público-administrativas, entre otras, *“c) Colaborar en la elaboración, desarrollo, ejecución y seguimiento de los Planes Camerales Autonómicos que se diseñen para el incremento de la competitividad del comercio, la industria y los servicios”*.

La ley aragonesa señala en su artículo 5.3 que para el ejercicio de estas funciones *“se podrá realizar encomienda, delegación o concesión por parte de la Administración Pública titular de las mismas suscribiendo, en su caso, el oportuno convenio entre la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios correspondiente y la Administración Pública titular de las mismas”*, estableciendo las características fundamentales que deben contener tales convenios.

Con base en las citadas normas, el Ayuntamiento de Zaragoza suscribió con la Cámara de Comercio un convenio cuyo objeto es la elaboración por ésta del Plan Local de Equipamiento Comercial de Zaragoza, con el contenido y características establecidos en el convenio y con un importe de 170.000 euros.

El documento resultante de este convenio fue el Plan Local de Equipamiento Comercial de Zaragoza 2021-2026 que aprobó el pleno del Ayuntamiento el 26 de mayo de 2021.

Con posterioridad se suscriben dos convenios más con la Cámara de Comercio, para el desarrollo del Plan aprobado, con el siguiente objeto:

- Convenio suscrito el 9 de noviembre de 2021, por el que se formaliza un encargo para la ejecución de dos acciones concretas para llevar a cabo la implementación del PLE CZ (importe de 170.000 euros):
 - Elaborar el Plan Director de dos galerías urbanas comerciales (Casco Histórico y Delicias), según la prioridad establecida en el PLE CZ.
 - Realizar el estudio de coordinación con el Plan de Movilidad Urbana Sostenible, incluyendo, en su caso, medidas de peatonalización.
- Convenio suscrito el 23 de diciembre de 2021, para la realización de las siguientes acciones en desarrollo del PLE CZ (importe total 1.514.911 euros):
 - Creación de marca (naming y branding) de las galerías comerciales urbanas de Zaragoza y comunicación, publicidad y promoción del PLE CZ.
 - Plan de comunicación, gestión de medios y relaciones públicas.

- Preparación de dos proyectos de embellecimiento estético de dos galerías comerciales urbanas, como ampliación de las dos galerías comerciales urbanas cuyas actuaciones vienen contempladas en el Plan como inicio de actuación.
- Plan de Digitalización Avanzada:
 - Puesta en marcha y operación de la Plataforma Zaragoza Ciudad Inteligente.
 - Creación y operación de la Oficina Técnica Smart City de Comercio y Hostelería de Zaragoza. Creación y mantenimiento del Think Tank y del Smart City Hub. Creación Oficina y lanzamiento primeros retos.
 - Convocatoria "Concurso de Ideas". Varias ediciones.
 - Implementación soluciones ganadoras "Concurso de Ideas".
- Gestión del proyecto: coordinación y gastos generales (auditoría, financieros y otros indirectos).

Estos tres convenios sustentan el PLECZ y concretan las actuaciones que se han de realizar en los ejercicios fiscalizados. A continuación, se expone el análisis del cumplimiento de la legalidad efectuado y en el epígrafe 3.3 siguiente se analiza su desarrollo efectivo.

Análisis del cumplimiento de la legalidad

Competencia para la elaboración de un Plan de Equipamiento Comercial por el Ayuntamiento de Zaragoza.

En desarrollo del Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón, la Ley 10/2017, de 30 de noviembre, de régimen especial del municipio de Zaragoza como capital de Aragón, establece en su artículo 31.3 que *“El Ayuntamiento de Zaragoza podrá elaborar, tramitar y aprobar el Plan Local de Comercio previo informe del Departamento competente en materia de comercio del Gobierno de Aragón”*.

Convenio con la Cámara de Comercio para la elaboración del PLECZ

La justificación de la realización del convenio con la Cámara de Comercio alude a su condición de corporación de derecho público y órgano consultivo y de colaboración con las AAPP y al hecho de que existen convenios de similar objeto suscritos con ella en años anteriores.

El objeto del convenio se inscribe dentro de las funciones público-administrativas señaladas en la Ley 3/2015, de 25 de marzo, de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Servicios de Aragón, en concreto colaborar en la elaboración, desarrollo, ejecución y seguimiento de los planes. Si bien en el artículo 5 solo se alude a Planes autonómicos, entendemos que, al establecer la Ley 10/2017 la competencia del Ayuntamiento de Zaragoza para elaborar y desarrollar un Plan Local de Comercio, en desarrollo de los Planes autonómicos esta colaboración de la Cámara de Comercio con el Ayuntamiento de Zaragoza respecto del plan local está permitida en la norma.

No obstante, llamamos la atención sobre el hecho de que el “encargo” realizado (sin que deba entenderse que estamos ante la figura del mismo nombre que regula la LCSP ya que la Cámara de Comercio no tiene carácter de medio propio) no responde estrictamente a una “función de colaboración en la elaboración, desarrollo, ejecución y seguimiento de los planes” -artículo 5.1 c) de la Ley 3/2015-, al pactarse que la Cámara será la que directa o indirectamente (a través de subcontratación) elabore el Plan que posteriormente aprobará el Ayuntamiento.

Este encargo concreto, al igual que ocurre con los de los convenios posteriores, realizado a una entidad que no es medio propio del Ayuntamiento supone, de facto, que las prestaciones de servicios encargadas no han quedado sujetas a la LCSP al regirse la Cámara de Comercio por el derecho privado, pese a tratarse de actuaciones de gestión directa que el Ayuntamiento podría haber contratado directamente con terceros, al igual que ha hecho la Cámara de Comercio, cuya función principal de colaboración ha consistido en la tramitación de contratos, sin que se pueda constatar la realización de ninguna otra de las propiamente señaladas en el artículo 5.3 de la Ley 3/2015 en la documentación que constituye la cuenta justificativa.

Esta contratación fuera del régimen de derecho público se ve afectada por unas menores garantías en la libertad de acceso a la licitación, igualdad, no discriminación, publicidad y transparencia que son los principios que exige la LCSP en la contratación del sector público.

Sobre las características del convenio.

- a. Atendiendo a las normas generales de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, del régimen jurídico del sector público (artículos 47 a 53), el convenio reúne las características exigidas en esta norma.
- b. Con relación a los requisitos establecidos en el artículo 5.3 de la Ley 3/2015, con carácter general se cumplen, si bien el objeto es una acción concreta, que es la realización del PLECZ, no funciones de colaboración en su elaboración o desarrollo.

En este sentido, se establecen los documentos concretos que tiene que desarrollar la Cámara de Comercio y la justificación de estos ante el Ayuntamiento como objetivo a alcanzar. No se disponen indicadores de proceso y resultado, ni instrumentos de corrección de desviaciones en el cumplimiento de las funciones encomendadas.

- c. El objeto, como hemos señalado, es una prestación concreta: la realización del documento del PLECZ, por la que la Cámara de Comercio recibe una contraprestación de 170.000 euros. Por lo tanto, no estamos ante un convenio subvencional, que es el carácter que el Ayuntamiento ha otorgado a esta actuación. El artículo 2.1 de la LGS define claramente la subvención como toda disposición dineraria realizada a favor de personas públicas o privadas siempre que, entre otros requisitos, la entrega se realice sin contraprestación directa de los beneficiarios.

En este caso estamos ante una actividad que la Cámara realiza por encargo del Ayuntamiento y se ve retribuida por ello. El PLECZ es la contraprestación que recibe el Ayuntamiento, cuyo pleno lo aprueba como suyo el 26 de mayo de 2021. Por lo tanto, no estamos ante una subvención ni es aplicable al convenio la regulación de la LGS. Igualmente, el importe de este convenio no debería haberse imputado al capítulo 4 del presupuesto, Transferencias corrientes, sino al 2, Gastos corrientes en bienes y servicios.

- d. El convenio presenta las características y exigencias del procedimiento de concesión de subvenciones de la LGS, como la forma de justificación de la actividad realizada, a través de cuenta justificativa, y el límite a la posible subcontratación de actividades por la Cámara de Comercio, que el convenio limita en su cláusula sexta al 75 % del importe del convenio.

Atendiendo a la cuenta justificativa presentada, la subcontratación alcanza el 89 % del importe total (incluyendo la realización del Plan), por lo que se incumple el convenio.

En concreto, de acuerdo con la cuenta justificativa aprobada, la Cámara de Comercio subcontrató actuaciones con las empresas GIK EMER AD HOC RESEARCH S.L. (realización del estudio de oferta y demanda comercial de Zaragoza y actualización del Plan Local de Equipamiento comercial), Persuasión (actualización del censo y estudio de comercios de Zaragoza) e IDOM Zaragoza S.A (análisis urbanístico y comercial), por un total de 151.586,05 euros.

- e. No se ha dispuesto de información sobre la difusión y publicidad del carácter público de la financiación de las acciones del convenio que debe realizar la Cámara de Comercio, en cumplimiento de la cláusula tercera del convenio.
- f. Con relación a la participación y seguimiento del Ayuntamiento de Zaragoza de la actuación encomendada, establecida en la cláusula cuarta del convenio, y al control financiero señalado en la cláusula octava, la Cámara de Cuentas no ha tenido información sobre la composición de la comisión, su actuación o la existencia de informes de control financiero.
- g. El importe del convenio ascendió a 170.000 euros, que se abonaron a la Cámara de Comercio en la forma establecida en la cláusula segunda (80 % a la firma del convenio y el 20 % restante con la aprobación de la cuenta justificativa).

Convenio con la Cámara de Comercio de Zaragoza para el desarrollo del PLE CZ

Sobre las actuaciones de desarrollo objeto del convenio.

A través de este convenio el Ayuntamiento encarga a la Cámara de Comercio que realice un Plan Director de dos galerías urbanas comerciales, Casco Histórico y Delicias, según las previsiones del PLE CZ, así como el estudio de coordinación con el Plan de Movilidad Urbana Sostenible, incluyendo, en su caso, medidas de peatonalización.

Sobre las características del convenio.

- a. El convenio, al igual que el anterior, contempla dos actuaciones concretas, lo que supone que de facto se trata de prestaciones de servicios que el Ayuntamiento podría haber contratado directamente con terceros (tal como ha hecho la Cámara de Comercio), y tales contratos hubieran quedado sujetos a los principios de igualdad, no discriminación, publicidad y transparencia de la LCSP, como cualquier otra actuación municipal.

En cuanto al contenido del convenio, atendiendo a las normas generales de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, del régimen jurídico del sector público (artículos 47 a 53), el convenio reúne las características exigidas en esta norma.

- b. En este caso no se le da carácter subvencional al convenio y su importe se aplica al capítulo 2 del presupuesto, pero se mantienen en el texto determinadas menciones al “beneficiario” (la Cámara de Comercio) y se establece la cuenta justificativa como medio de demostración del gasto realizado.

En este convenio no se establece límite cuantitativo para la subcontratación, que alcanza la totalidad del importe. Así, la Cámara de Comercio, según la cuenta justificativa aprobada, contrata con IDOM Consulting Engineering Architecture S.A.U (en adelante IDOM) la realización del Plan Director de las galerías comerciales, por un importe total de 129.373,20 euros, y el Estudio de Coordinación del Plan de Movilidad Urbana por 40.000 euros.

Además, existen gastos correspondientes a asistencia técnica y auditoría (contratos con ADADE S.L. y PWC), por importe de 6.106,97 y 1.879,07 euros respectivamente.

- c. En cuanto a la documentación elaborada para el Plan Director, solo hemos dispuesto de un documento-presentación (formato diapositiva), que presenta el análisis esquemático de la totalidad de las galerías que señala el PLE CZ y resume las acciones que se pueden realizar en cada una de ellas, de forma genérica. En el documento aportado por el Ayuntamiento figura que es la “propuesta revisión 6”, por lo que ignoramos si corresponde al Plan Director definitivo, pero no hemos dispuesto de la documentación que refleje el contenido detallado de los planes directores de las dos galerías comerciales señaladas en la cláusula segunda del convenio. Tampoco hemos tenido acceso al texto propiamente dicho del contrato.

Con relación al estudio de coordinación con el Plan de Movilidad Urbana Sostenible solo hemos dispuesto de un documento presentación (formato diapositiva), que resume el contenido del estudio y sus conclusiones.

- d. No se ha dispuesto de información sobre la difusión y publicidad del carácter público de la financiación de las acciones del convenio que debe realizar la Cámara de Comercio, en cumplimiento de la cláusula tercera del convenio.
- e. En cuanto a la participación y seguimiento del Ayuntamiento de Zaragoza de la actuación encomendada, establecida en la cláusula sexta del convenio, no se ha dispuesto de información. El Servicio de Mercados ha comunicado que la comisión de seguimiento se reunió una vez, pero no queda evidencia de su composición o su actuación.
- f. El importe del convenio fue de 170.000 euros (130.000 euros para el Plan Director y 40.000 euros para el estudio de coordinación del Plan de Movilidad Urbana Sostenible) y se abonaron, tal como indica la cláusula cuarta, de forma anticipada en su totalidad.

Convenio con la Cámara de Comercio para el desarrollo de actuaciones del PLE CZ

Sobre las actuaciones de desarrollo objeto del convenio.

El convenio establece la realización de una serie de acciones durante los ejercicios 2021 a 2023, así como su importe en la cláusula tercera. Todas fueron subcontratadas por la Cámara de Comercio a distintas empresas, destacando, por volumen, Dédalo Comunicación S.A., IDOM Consulting Engineering Architecture S.A.U y ESIC Business & Marketing School (en adelante ESIC).

Acciones	Importe del convenio
A) Creación de marca (Naming y Branding) de las Galerías comerciales urbanas de Zaragoza y Comunicación, Publicidad y Promoción del Plan Local de Comercio	68.970,00
B) Plan de comunicación, gestión de medios y RRPP	123.000,00
C) Preparación de dos proyectos de embellecimiento estético de dos galerías comerciales urbanas, como ampliación de las dos Galerías Urbanas Comerciales cuyas actuaciones vienen contempladas en el Plan como inicio de actuación	75.000,00
D) Plan de Digitalización Avanzada	1.155.000,00
D 1) Puesta en marcha y operación de la Plataforma Zaragoza ciudad inteligente	650.000,00
D 2) Creación y operación de la Oficina Técnica Smart City de Comercio y Hostelería de Zaragoza. Creación y mantenimiento del Think Tank y del Smart City Hub. Creación Oficina y lanzamiento primeros retos.	425.000,00
D 3) Convocatoria "Concurso de Ideas". Varias ediciones	0,00
D 4) Implementación soluciones ganadoras "Concurso de Ideas"	80.000,00
E) Gestión del Proyecto (Coordinación y gastos generales, auditoría, financieros y otros indirectos)	92.941,00
TOTAL	1.514.911,00

Sobre las características del convenio.

- a. El convenio, al igual que los anteriores, contempla actuaciones concretas. Igualmente, el Ayuntamiento podría haber realizado la contratación con estas empresas, conforme a la LCSP, circunstancia que no se da al encomendarlas a la Cámara de Comercio que opera en derecho privado.
- b. En cuanto al contenido del convenio, atendiendo a las normas generales de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, del régimen jurídico del sector público (artículos 47 a 53), el convenio reúne las características exigidas en esta norma.
- c. No se ha dispuesto de información sobre la difusión realizada por la Cámara de Comercio, en cumplimiento de la cláusula quinta del convenio.
- d. En cuanto a la participación y seguimiento del Ayuntamiento de Zaragoza de la actuación encomendada, establecida en la cláusula sexta del convenio, no se ha dispuesto de información. El Servicio de Mercados ha comunicado que la comisión de seguimiento se reunió una vez, pero no queda evidencia de su composición ni de su actuación.
- e. El importe del convenio fue de 1.514.911,00 euros. El 30 % se pagó de forma anticipada en 2021 a la firma del convenio, como señala su cláusula tercera.

El resto del importe se abonó en 2022 (en dos pagos de 350.000 y 710.437,70 euros), aunque el convenio no establece la división en diferentes pagos.

Como la cuenta justificativa se aprobó por una cuantía menor, ya que hubo actuaciones que no se desarrollaron (puesta en marcha y operación de la plataforma Ciudad inteligente y la implementación de soluciones ganadores “concurso de ideas”), el importe final del encargo ascendió a 999.189,87 euros. El 24 de julio de 2024 se aprobó por el Ayuntamiento la obligación de reintegrar el importe que excedía, cifrado en 515.721,13 euros. En noviembre de 2024 se aprobó el Decreto de aprobación del plan de pagos que solicitó la Cámara de Comercio para realizar la devolución.

La única información sobre el desarrollo de las acciones que figura en el expediente es la memoria presentada por la Cámara de Comercio. El Ayuntamiento nos ha manifestado que con la cuenta justificativa también se aprueban las acciones realizadas, pero no tenemos constancia de que se haya valorado el impacto que han tenido, si se han cumplido los indicadores del PLE CZ y sus objetivos en la forma esperada o se ha estudiado, a la vista de las actuaciones realizadas, la posibilidad de implantar otras líneas de actuación.

3.3. Desarrollo del PLE CZ 2021-2022

Las medidas que incluye el PLE CZ afectan a distintas áreas del Ayuntamiento. Como ya se ha señalado con anterioridad, el informe se centra en la actuación del área competente para elaborar el Plan (en 2021 y 2022, Economía, Innovación y empleo y dentro de ella el Servicio de Mercados), sin que la Cámara de Cuentas haya obtenido información concreta sobre el posible desarrollo de diferentes medidas o parte de ellas por otras áreas de gestión del Ayuntamiento. La distribución competencial principal en los ejercicios fiscalizados facilitada por el Ayuntamiento se resume del siguiente modo:

Gestor	Concepto	Nº de medida
Servicio de Mercados	Todas las medidas directamente relacionadas con la elaboración e implantación del plan y con la actividad de comercio	1.1 a 1.6; 1.15 a 1.19 2.1 a 2.3; 2.7; 2.23 3.2; 3.15
Urbanismo y Equipamientos	Actuaciones relativas al espacio urbano	1.12 2.4 a 2.6; 2.8; 2.9; 2.11, 2.12; 2.14, 2.21
Servicios Públicos y Movilidad	Servicios en dominio público, carga y descarga, zonas reguladas, aparcamientos	2.10; 2.17; 2.18; 2.20; 2.22, 3.11
Infraestructuras	Mobiliario urbano, barreras arquitectónicas	2.13; 2.15; 2.16
IMEFEZ	Cursos de formación mejora comercio	1.7 a 1.9 3.1; 3.3; 3.14
Hacienda	Ordenanzas fiscales, bonificaciones	1.11, 1.14
Economía e Innovación	Desarrollos de digitalización, marketing, app “Volveremos”	3.3 a 3.10; 3.12 y 3.13
Otras Administraciones	Proyectos BID, horarios comerciales, subvenciones relacionadas con los aspectos del plan	1.10; 1.13 3.1; 3.14
Empresas privadas	Logística	2.19 3.15

El Servicio de Mercados, dentro del Área de Economía, Innovación y Empleo, es el órgano gestor de la elaboración y desarrollo del PLECZ y lleva a cabo de forma directa las medidas de este relativas a la ordenación, promoción y fomento del sector comercial, e impulso de acciones promocionales.

Las restantes medidas que entran dentro del ámbito competencial de otras áreas deben ser valoradas por los correspondientes órganos de gestión para incardinadas en la planificación de su actuación general. El Ayuntamiento ha señalado a la Cámara de Cuentas que no se produce, como tal, una acción coordinada, sino que el área competente en materia de mercados realiza reuniones y comunicaciones con las demás áreas para poner de manifiesto la necesidad de realizar determinadas actividades, pero cada órgano gestor decide si realiza o no las medidas del plan que le afectan, en función de las necesidades que observa desde su ámbito de competencia, no solo desde la perspectiva de mercados.

Atendiendo a las medidas establecidas en el PLECZ (56, divididas en: Mejoras organizativas, comunicación y dinamización, 18; propuestas urbanas, 23 y digitalización comercial, 15) y a la información facilitada por el Ayuntamiento, hemos estructurado la actividad realizada por el Servicio de Mercados incardinándola en las medidas correspondientes.

El PLECZ tiene una duración de 2021 a 2026 por lo que, sin perjuicio de referir la fiscalización a su alcance temporal, años 2021-2022, incorporamos al informe actuaciones desarrolladas en 2023 y 2024, bien porque son parte de actividades iniciadas en los ejercicios fiscalizados, o como muestra del mantenimiento del PLECZ hasta la fecha actual.

En los dos primeros ejercicios han primado las actuaciones de estudio, divulgación y proyecto de actuaciones futuras. La mayoría han sido desarrolladas por empresas externas contratadas por la Cámara de Comercio, limitándose la actuación directa del Ayuntamiento a la realización de seis contratos y la convocatoria de algunas subvenciones, además del desarrollo de la campaña "Volveremos", la app Mercadeando, los gastos relativos a funcionamiento y dinamización de mercadillos y los relativos a la medida 3.15 sobre plataformas de envío a domicilio.

Se observa que las acciones efectuadas dentro de cada medida no corresponden en su mayoría a una actuación específica sobre las dos galerías comerciales inicialmente planificadas, como muestra las subvenciones para innovación, la campaña "Volveremos" o los gastos para los mercadillos.

En el caso de la galería comercial Zaragoza Esencial (Casco Histórico), su carácter BIC ha impedido la realización de las actividades planificadas que sí se realizaron en la galería Delicias.

Así, las acciones llevadas a cabo son las expresadas en el cuadro siguiente, de acuerdo con la información facilitada por el Ayuntamiento. Con relación a las cifras, las hemos verificado con la ejecución presupuestaria y hemos detectado diferencias en las medidas 2.23 y 3.4 que se ponen de manifiesto en el epígrafe 3.4 siguiente.

INFORME DE FISCALIZACIÓN

Plan Local de Equipamiento Comercial del Ayuntamiento de Zaragoza, ejercicios 2021-2022

Medida	Actuación	2021	2022	2021-2024
1.2 Colaboración con Cámara de Comercio, Asociaciones de Comerciantes y organizaciones empresariales como colaboradores de ejecución y dinamización de todas las actuaciones previstas	Convenios Cámara de Comercio*		50.000,00	50.000,00
1.3 Creación de una marca paraguas para el comercio de Zaragoza y de submarcas para cada una de las concentraciones comerciales (zonales) de la ciudad	Convenio Cámara de Comercio*	8.674,25	20.239,91	28.914,16
1.4 Campaña de comunicación; destacando la calidad de producto y posibilidades de compra omnicanal	Convenios Cámara de Comercio*	61.187,78	142.771,48	203.959,26
1.14 Facilidad traslado o creación de segundos establecimientos a comercios ya establecidos	Convenio con ECOS	95.000,00		95.000,00
1.16 Dinamización de Mercados y pasajes comerciales	Subvenciones a mercados y convenio ZAMAS	150.000,00	400.000,00	1.772.868,78
2.1 Plan director que establezca las directrices generales que han de cumplir las galerías comerciales urbanas de la ciudad	Convenio Cámara de Comercio*	130.000,00		130.000,00
2.2 Coordinación con Plan de Movilidad Urbana Sostenible	Convenio Cámara de Comercio*	40.000,00		40.000,00
2.3 Realización de Proyectos de Urbanización Integral	Convenio Cámara de Comercio*	43.327,68	101.097,92	144.425,60
2.7 Crear en cada barrio, si la densidad comercial lo permite, una Galería Urbana Comercial	Convenio Cámara de Comercio*	56.299,41	81.365,30	137.664,71
2.12 Mobiliario Urbano, unificación y tematización de bancos, papeleras y señalética.	Seis contratos del Ayuntamiento (3 de ellos menores) y una convocatoria de subvenciones para instalación de toldos en Calle Delicias		634.149,27	681.247,16
2.23 Favorecimiento de las condiciones para la celebración de mercadillos	Instalación del mercadillo agroalimentario en el campus de la Plaza San Francisco desde el año 2021 todos los viernes por la mañana	30.000,00	30.000,00	120.000,00
3.2 Comercios domóticos y gestión comercial, escaparates virtuales	Convocatorias de subvenciones a la INNOVACIÓN Comercial	680.267,84	2.366.458,30	4.987.976,14
3.4 Realización de una APP de relación del cliente con las Galerías comerciales urbanas	App "Volveremos"	4.500.000,00	4.900.000,00	19.800.000,00
3.15 Favorecer la utilización de plataformas de envío a domicilio, mediante programas de formación y apoyo	Aplicación Mercadeando		28.528,23	43.528,23
TOTAL		5.794.756,96	8.754.610,41	30.297.906,70
TOTAL presupuesto estimado PLE CZ		7.153.000,00	8.553.000,00	
Diferencia		1.358.243,04	(201.610,41)	

* Todos los convenios con la Cámara de Comercio se han desarrollado a través de contratos de esta con terceras empresas encargadas de realizar las actividades correspondientes.

Actuaciones encargadas a la Cámara de Comercio de Zaragoza mediante convenio

Plan Director de las galerías comerciales

El primer desarrollo del PLE CZ se realiza a través del Plan Director que elabora IDOM según el contrato suscrito con la Cámara de Comercio, cuyo importe, de acuerdo con la cuenta justificativa aprobada, fue de 129.373,20 euros y cuyo análisis de legalidad se muestra en el epígrafe 3.2 de este informe.

El documento facilitado a la Cámara de Cuentas como Plan Director (documento propuesta revisión 6), define su objeto como el establecimiento de “una propuesta conceptual global, así como las cuestiones que se deberían tratar en el proyecto de cada galería comercial urbana”.

Pese a que, como hemos señalado, el documento remitido por el Ayuntamiento hace referencia a la totalidad de las galerías, nos referiremos a las dos cuyo desarrollo estaba previsto en los ejercicios fiscalizados, de acuerdo con el PLE CZ: Delicias y Casco Histórico. Su estructura es la siguiente:

- Análisis y diagnóstico. Parte de la hipótesis de lograr un incremento de compras y una experiencia de compra más agradable, para lo que es necesario mejorar la escena urbana con actuaciones de reurbanización y modificación del tráfico y reforzar la identidad particular de cada barrio.

En segundo lugar, se conjugan los objetivos del Plan Director con los objetivos de desarrollo sostenible y la agenda española urbana 2030.

Centrándose en cada galería urbana, realiza una descripción de la estructura urbana, sus espacios, continuidad comercial, identidad unitaria de la zona y la movilidad que ofrece.

- Propuesta para cada paseo/galería. Establece cuatro bloques de actuaciones (todavía no concretadas en actividades detalladas) clasificadas en escena urbana, logística y aparcamiento, activación comercial y otras. En el anexo III de este informe se concretan las actuaciones del Plan Director para las Galerías comerciales de Delicias y Casco Histórico.
- Estudio de identidad del barrio. Se realiza un breve resumen de los aspectos más significativos de cada barrio: edificios históricos, vecinos ilustres, empresas o comercios representativos, etc.
- Por último, el documento presenta las marcas de naming y branding e infografías en las que figura la marca diseñada en el paisaje de cada galería.

Estudio de coordinación con el Plan de Movilidad Urbana Sostenible

Este trabajo se realiza por IDOM S.A.U, al igual que el anterior, a través del contrato suscrito por la Cámara de Comercio. Su importe es de 40.000 euros, de acuerdo con la cuenta justificativa aprobada, y se refiere también a las doce galerías comerciales establecidas en el PLE CZ. En el documento facilitado a la Cámara de Cuentas se conceptúa como el “proceso de análisis y contraste de propuestas que se ha seguido a lo largo del desarrollo del Plan Director junto al Área de Movilidad del Ayuntamiento de Zaragoza, para garantizar un planteamiento coordinado tanto con el Plan de Movilidad Urbana Sostenible (PMUS) como con el Plan de Peatonalizaciones que tiene en marcha el Ayuntamiento. El objeto final es lograr una versión conjunta y consensuada de las actuaciones que afectan a la Movilidad, Logística y Aparcamiento de las doce galerías urbanas”.

En el documento se determina la conectividad entre galerías y las propuestas de aparcamiento en los planos que incluye, así como la definición de las actuaciones referidas en las medidas del Plan relativas a gestión de carga y descarga, aparcamientos regulados y logística de transporte.

Otras actuaciones (convenio de 23 de diciembre de 2021)

De las acciones establecidas en el convenio de 23 de diciembre de 2021, detalladas en el epígrafe 3.2 de este informe, cuyo importe total previsto era de 1.514.911 euros a desarrollar entre 2021 y 2023, se acometieron las siguientes, atendiendo a la documentación justificativa presentada por la Cámara de Comercio y aprobada por el Ayuntamiento:

Acciones desarrolladas	Importe ejecutado 2021	Importe ejecutado 2022	Importe ejecutado 2023
A) Creación de marca (Naming y Branding) de las galerías comerciales urbanas de Zaragoza y comunicación, publicidad y promoción del Plan Local de Comercio	10.000,00	18.914,16	0,00
B) Plan de comunicación, gestión de medios y RRPP	21.453,30	54.268,50	128.237,46
C) Preparación de dos proyectos de embellecimiento estético de dos galerías comerciales urbanas, como ampliación de las dos galerías urbanas comerciales cuyas actuaciones vienen contempladas en el Plan como inicio de actuación	0,00	89.903,00	54.522,60
D) Plan de Digitalización Avanzada	0,00	352.620,80	81.605,34
D 1) Puesta en marcha y operación de la Plataforma Zaragoza ciudad inteligente	0,00	0,00	0,00
D 2) Creación y operación de la Oficina Técnica Smart City de Comercio y Hostelería de Zaragoza. Creación y mantenimiento del Think Tank y del Smart City Hub. Creación Oficina y lanzamiento primeros retos.	0,00	352.620,80*	81.605,34*
D 3) Convocatoria "Concurso de Ideas". Varias ediciones	0,00	0,00	0,00
D 4) Implementación soluciones ganadoras "Concurso de Ideas"	0,00	0,00	0,00
E) Gestión del Proyecto (Coordinación y gastos generales, auditoría, financieros y otros indirectos) **	81.784,12	72.906,93	32.973,67
TOTAL	113.237,42	588.613,39	297.339,07

* De estos importes, 34.511,80 euros en 2022 y 26.821,60 euros en 2023 corresponden a gastos directos de personal de la Cámara de Comercio de Zaragoza.

** De estos importes, 72.588,12 euros, 51.955,87 euros y 11.306,93 euros en 2021, 2022 y 2023 respectivamente, corresponden a gastos de personal de la Cámara de Comercio de Zaragoza.

- a. Creación de marca. Trabajos realizados por la empresa Impacta Publicidad y Comunicación S.L. por importe de 28.914,16 euros, para el desarrollo de las marcas de cada galería, y desarrollo de su imagen.

- b. Plan de comunicación, gestión de medios y relaciones públicas. En los ejercicios 2021 y 2022 se ejecutó un contrato adjudicado a la empresa Dédalo Comunicación S.A. El objeto del contrato, de acuerdo con su cláusula primera, es “la elaboración del Plan estratégico de comunicación y RRPP anual y acciones operativas: visitas de prescripción a foros, medios de comunicación y públicos meta, redacción de contenido para su difusión, elaboración de contenidos preparados para la participación en eventos, preparación de discursos y presentaciones, acompañamiento de entrevistas y actos, formación de portavoces del Ayuntamiento y Cámara de Comercio, producción de entrevistas en medios, realización de clipping, etc.”. El importe del contrato fue de 71.511 euros (IVA incluido).

Este contrato se prorrogó durante seis meses más, hasta junio de 2022.

Existen también algunos gastos menores justificados que realizaron otras empresas con las que contrató la Cámara de Comercio, por un total de 4.210,80 euros.

- c. Proyectos de mejora de escena urbana. La Cámara de Comercio realizó dos contratos con IDOM S.A.U., por importe total de 80.223 euros (IVA incluido) para la realización de estos proyectos, diseñados como una primera fase de renovación urbana de las calles de las galerías. En concreto se trata de trabajos sobre el proyecto de la galería comercial Delicias (pintura en el suelo, señalética en farolas, puertas de acceso, jardinería y bancos de jardinería), y trabajos de supervisión de la ejecución.

Los contratos de ejecución de estos trabajos los realizó directamente el Ayuntamiento de Zaragoza, y se exponen en el apartado siguiente relativo a las acciones directamente realizadas por el Ayuntamiento.

Con relación a la galería Zaragoza Esencial (Casco Histórico), dada la condición de BIC de todo el perímetro de la zona, no era posible realizar las actuaciones previstas similares a las de la galería Delicias, por lo que se desistió de este proyecto y se realizó por IDOM S.A.U. el análisis, propuesta conceptual preliminar y redacción de proyecto del paseo comercial Torrero, para la señalética en farolas y puertas de acceso, actuaciones que, en ejercicios posteriores a los fiscalizados, ha ejecutado directamente el Ayuntamiento de Zaragoza tal como se señala en el apartado siguiente.

Existe también un gasto justificado de 9.680 euros con la empresa Impacta Publicidad y Comunicación S.L. según la cuenta presentada por la Cámara de Comercio y aprobada por el Ayuntamiento.

- d. Según ha puesto de manifiesto, el Servicio de Mercados ha colaborado con la Cámara de Comercio consensuando las acciones a realizar en función de las necesidades del Ayuntamiento. Así, no se ejecutó la acción D1), puesta en marcha y operación de la Plataforma Ciudad Inteligente al considerarse que no era necesaria dicha plataforma ya que los datos obtenidos por los diferentes proyectos del Plan Local de Comercio se pueden almacenar y consultar en los servidores propios del Ayuntamiento.

Las acciones D3) y D4), tampoco se realizaron por considerarse incompatibles con las convocatorias de subvenciones en 2022 y 2023 a proyectos de innovación comercial, ya que en dichas convocatorias se contemplaba el desarrollo de ideas innovadoras por los beneficiarios.

La acción D2) es la creación de una oficina técnica cuyo objetivo, según expresa la memoria de la Cámara de Comercio, era “operar con eficacia y eficiencia los trabajos de digitalización de los paseos comerciales (comercio, servicios y hostelería) de Delicias y Centro, mercados de abastos y mercados ambulantes de la ciudad en perfecta coordinación con el resto de intervenciones analógicas (escena urbana, movilidad, activación comercial) que contempla el Plan Local de Comercio y Hostelería aprobado por el Ayuntamiento de Zaragoza”.

Este objetivo se plasmó en un estudio de mercado para determinar las principales líneas de acción digitales y con ello posibilitar la realización de dos convocatorias de subvenciones con diferentes acciones digitales para impulsar la digitalización y competitividad del comercio de proximidad en Delicias y Centro. Estas convocatorias se analizan en el apartado siguiente relativo a las actuaciones directas del Ayuntamiento.

También se desarrolló la web corporativa del proyecto paseos comerciales y el video promocional, se impulsó la comunicación digital en redes sociales y se realizó un evento con alumnos de las universidades de Zaragoza.

El desarrollo de trabajos de la Oficina técnica se llevó a cabo por ESIC, Business & Marketing School (en adelante ESIC) a través de un contrato que suscribió con la Cámara de Comercio de Zaragoza cuyo importe ejecutado fue de 318.109 euros.

La Cámara de Comercio participó directamente en las labores de la oficina técnica a través de una trabajadora, imputando los gastos de personal correspondientes, por importe de 34.511,80 euros.

- e. Gestión y coordinación del proyecto. Se trata de una actividad de carácter interno. En ella se incluyen los gastos de auditoría de la cuenta justificativa elaborada por PWC y los relativos a la revisión del programa, realización de memorias, etc. de ADADE Zaragoza S.L. así como pequeños gastos realizados con otras empresas. De acuerdo con la memoria económica presentada por la Cámara de Comercio y aprobada por el Ayuntamiento, el importe global de estos gastos fue de 81.784,12 euros en 2021, y 72.906,93 euros en 2022 de los cuales 72.588,12 euros y 51.955,87 euros, respectivamente, corresponden a gastos de personal (seis trabajadores) de la Cámara de Comercio.

Actuaciones llevadas a cabo directamente por el Ayuntamiento de Zaragoza

Contratos

Derivados de los proyectos de mejora de escena urbana elaborados por IDOM -contrato con la Cámara de Comercio señalado en el apartado C) anterior-, el Ayuntamiento realizó directamente cuatro contratos en 2022 y dos en 2023-2024, de acuerdo con la información que figura en la PLASCP:

Contrato	Tipo	Importe de adjudicación sin IVA
2022		
Suministro e instalación de señalética en el paseo comercial Delicias	Contrato menor	14.178,42
Suministro de dos elementos que hagan la función de pórticos de entrada a la c/ Delicias	Abierto simplificado	52.940,00
Suministro de maceteros en paseo comercial Delicias	Abierto simplificado	38.354,00
Pintura sobre baldosas en calle peatonal y sobre asfalto en cruces c/ Delicias	C. menor de obras	38.981,65
2023		
Suministro de señalética para farolas del paseo comercial Torrero	Contrato menor	4.585,00
2024		
Suministro de tres estructuras que hagan la función de pórtico de entrada y una MUPI para el paseo comercial Torrero	Abierto simplificado	34.338,88
TOTAL		183.377,95

En las siguientes imágenes se observa la situación actual de las actuaciones realizadas en 2022 sobre el paseo comercial Delicias:





Imágenes: Cámara de Cuentas de Aragón, noviembre 2024

Atendiendo a la ejecución presupuestaria, se observa que los contratos de señalética se imputaron erróneamente a los créditos del programa 431.3, Comercio ambulante, en lugar de al 439.1, Otras actuaciones sectoriales, que es en el que se incluyen actuaciones del PLECZ.

Partidas presupuestarias y año de adjudicación	Año de la factura			Total
	2022	2023	Sin facturar*	
MER 4313 22699 (comercio ambulante)	17.155,89	5.547,85		22.703,74
2022	17.155,89			17.155,89
2023		5.547,85		5.547,85
MER 4391 62900 (otras actuaciones)	47.167,80	110.465,74	41.550,04	199.183,58
2022	47.167,80	110.465,74		157.633,54
2024			41.550,04	41.550,04
TOTAL	64.323,69	116.013,59	41.550,04	221.887,32

* A 30 de julio de 2024

El Ayuntamiento no ha remitido un cuadro de ejecución presupuestaria que abarque la totalidad de actuaciones del PLECZ, al estar dispersas en el presupuesto, circunstancia que se analiza en el epígrafe 3.4 de este informe, relativo al seguimiento, lo que impide verificar si se ha realizado algún otro gasto relativo a estas actuaciones.

Resumen de gastos ejecutados por proveedor

Atendiendo a si el gasto lo ha contratado directamente el Ayuntamiento o es imputable a la Cámara de Comercio en virtud de los convenios suscritos, diferenciando en este caso si es gasto propio o subcontratado, el porcentaje de la ejecución del Plan en los ejercicios 2021, 2022 y 2023¹ por los distintos actores es el siguiente:

Importe de ejecución PLE CZ	2021-2022	% s/ total	2023	% s/ total	2021-2023	% s/ total
Contratación realizada directamente por Ayuntamiento de Zaragoza	64.323,69	6%	116.013,59	28%	180.337,28	12 %
Cámara de Comercio, gasto propio	186.337,04	16%	38.128,53	9%	224.465,57	14 %
Subcontratación terceras empresas por Cámara de Comercio	872.928,47	78%	259.210,54	63%	1.132.139,01	74 %
TOTAL	1.123.589,20	100%	413.352,66	100%	1.519.527,16	100%

Como se observa, en 2021 y 2022 el 78 % del importe de las acciones del Plan las han realizado empresas externas subcontratadas por la Cámara de Comercio de Zaragoza, frente al 17 % de los gastos directamente realizados por esta y el 6 % de la ejecución contratada por el Ayuntamiento. En la siguiente tabla se resumen los principales proveedores de los servicios vinculados al PLE CZ, incluyendo su elaboración:

Cámara de Comercio: gastos propios y principales proveedores subcontratados	Justificado 2021-2022	% sobre total	Facturado 2023	% sobre total	Total justificado 2021-2023	Total %
ESIC	318.109,00	30%	52.756,00	18%	370.865,00	27%
IDOM CONSULTING, ENGINEERING ARCHITECTURA S.A.U.	249.596,20	24%	32.307,00	11%	281.903,20	21%
DÉDALO COMUNICACIÓN, S.A.	71.511,00	7%	71.511,00	24%	143.022,00	11%
GIK EMER AD HOC RESEARCH S.L.	104.035,80	10%			104.035,80	8%
IMPACTA PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN, S.L.	38.594,16	4%	33.444,40	11%	72.038,56	5%
PRICE WATERHOUSE COOPERS	19.662,50	2%	9.552,71	3%	29.215,21	2%
PERSUASION S.L.U.	27.585,25	3%	670,61	0%	28.255,86	2%
ADADE ZARAGOZA S.L.	13.552,08	1%	9.152,60	3%	22.704,68	2%
IDOM ZARAGOZA S.L.	19.965,00	2%			19.965,00	1%
SEBASTIÁN ARQUITECTOS S.L.P.		0%	18.029,00	6%	18.029,00	1%
TELEVISIÓN AUTONÓMICA DE ARAGÓN, S.A.U.		0%	5.154,60	2%	5.154,60	0,4%
KHOBYTELAB, S.L.		0%	4.840,00	2%	4.840,00	0,4%
Otros proveedores externos	10.317,48	1%	21.792,62	7%	32.110,10	2%
Subtotal ejecutado por proveedores	872.928,47	82%	259.210,54	87%	1.132.139,01	83%
Personal Cámara de Comercio	186.337,04	18%	38.128,53	13%	224.465,57	17%
Total Cámara Comercio + proveedores externos	1.059.265,51	100%	297.339,07	100%	1.356.604,58	100%

¹ Se incluye 2023 como hecho posterior porque algunos contratos se formalizaron en 2022 aunque su ejecución se realizó en 2023

Ayuntamiento de Zaragoza contratación realizada	Importe 2021-2022	% s/ total ejecutado	Importe 2023	% s/ total ejecutado	Total	%
FRANCO IMAGEN CORPORATIVA S.L.	-	-	64.057,40	55 %	64.057,40	36 %
SPORT OCIO PLUS S.L.	47.167,80	73 %	-	-	47.167,80	26 %
GLOBALIA URBANISMO INTEGRAL	-	-	46.408,34	40 %	46.408,34	26 %
ARAGONESA DE REPRODUCCIONES GRÁFICAS	17.155,89	27 %	-	-	17.155,89	10 %
IMPLASER 99 S.L.L	-	-	5.547,85	5 %	5.547,85	3 %
TOTAL EJECUTADO	64.323,69	100 %	116.013,59	100 %	180.337,28	100 %

Otros gastos

Se han detectado en las aplicaciones presupuestarias diversos gastos de carácter menor que podrían estar incluidos en algunas medidas del plan, por ejemplo, respecto a la medida 3.15, Favorecer la utilización de plataformas de envío a domicilio mediante programas de formación y apoyo, existen los siguientes gastos relacionados:

- 5.445 euros, diseño de la aplicación
- 5.929 euros, fotografías para la aplicación
- 5.929 euros, edición, diseño y maquetación de imágenes para la market place on line de mercados
- 5.808 euros, gestión y carga de contenidos en la plataforma de compra online en los mercados de la ciudad
- 5.687 euros, desarrollo de la página web en la sede electrónica del Ayuntamiento para compra on line en mercados municipales.

Respecto a la medida 2.23, Favorecimiento de las condiciones para la celebración de mercadillos, además del convenio con UNIZAR para la celebración del mercadillo en el campus, existen gastos definidos como de funcionamiento de mercados por importe de 5.507,34 euros en 2021 y 28.012,38 euros en 2022, por servicios de regiduría en el mercado del campus, gastos de administración y dinamización y otros gastos relacionados con el mercado del campus.

Además, se han realizado gastos del programa de dinamización de mercados por importe de 19.979,29 euros, aunque no se especifica a qué mercado se refieren, y 5.367 euros en 2022 para actividades de dinamización del mercado agroecológico del campus.

No obstante, no disponemos de información sobre si el Ayuntamiento considera todos estos gastos incluidos en el desarrollo del PLE CZ o se trata de otras actuaciones del Servicio de Mercados pese a su posible incardinación en las medidas del Plan. En concreto, respecto a la medida 2.23, la cifra facilitada por el Ayuntamiento es un cálculo a tanto alzado de los gastos de organización del mercadillo y la imputación de parte del sueldo del administrador de los mercados agroalimentarios, que es un funcionario del Ayuntamiento. Atendiendo a las partidas presupuestarias, los gastos relacionados con los mercados, que se han expuesto en el párrafo anterior, superan la cifra calculada a tanto alzado por el Servicio de Mercados, sin incluir la imputación del gasto de personal del administrador.

Subvenciones y convenios

En el ámbito de las subvenciones observamos, en primer lugar, que existen diversas líneas que podrían considerarse incluidas en las distintas medidas del PLE CZ, si bien se venían convocando desde antes de la aprobación del Plan.

Tanto en el Plan estratégico de subvenciones 2020-2023 como en el 2024-2027 figuran líneas específicas relativas al Plan Local de Comercio: convenios con la Cámara de Comercio, ayudas al sector, ayudas a la competitividad de autónomos y microempresas y la línea “Volveremos”.

Centrándonos en el Servicio de Mercados, desde 2021 hasta la fecha actual ha realizado una serie de subvenciones y convenios que por su definición podrían entenderse incluidos en el PLE CZ.

Así, el Servicio de Mercados ha suscrito los siguientes convenios que se integran en las acciones del PLE CZ:

Medidas del PLE CZ	Nombre	Importe total concedido	Fecha de acuerdo
1.16 Dinamización de mercados y pasajes comerciales	Convenio ZAMAS Dinamización Mercados 2023	200.000,00	01/01/2023
	Convenio ZAMAS dinamización de mercados	200.000,00	01/01/2022
	Dinamización y promoción mercados de Zaragoza	200.000,00	01/01/2024
2.23 Favorecimiento de las condiciones para la celebración de mercadillos	Convenio UNIZAR mercados 2022	15.000,00	01/01/2022
Total 2022		215.000,00	
Total 2023-2024		400.000,00	
TOTAL		615.000,00	

Respecto a las subvenciones, el Servicio de Mercados nos ha indicado aquellas que pueden incluirse en las medidas del plan y otras que considera “alineadas” con su contenido:

Medida del PLE CZ	Nombre	Importe final concedido	Fecha de acuerdo concesión
1.16 Dinamización de mercados y pasajes comerciales	Subvenciones a mercados 2021	150.000,00	01/01/2021
	Subvenciones a mercados públicos y privados 2022	200.000,00	01/01/2022
	Convocatoria pública de subvenciones a mercados de Zaragoza año 2023	200.000,00	01/01/2023
	Subvenciones a mercados de Zaragoza 2024	200.000,00	01/01/2024
	Convocatoria pública de subvenciones para la realización de obras en las fachadas de los mercados de Zaragoza en el ejercicio 2024, en régimen de concurrencia competitiva	422.868,78	01/01/2024
2.12 Mobiliario urbano	Convocatoria pública de subvenciones para la instalación de toldos en la galería urbana comercial Delicias en régimen de concurrencia competitiva	459.359,84	01/01/2022

Medida del PLECZ	Nombre	Importe final concedido	Fecha de acuerdo concesión
3.2 Comercios domóticos y gestión comercial, escaparates virtuales	Subvenciones innovación comercial y calidad del aire*	550.000,00	01/01/2021
	Realización de proyectos de innovación en el sector comercial, restauración y hostelería 2022	1.600.000,00	01/01/2022
	Convocatoria pública de subvenciones para la realización de proyectos de innovación en el sector comercial, restauración y hostelería de Zaragoza en el ejercicio 2022, en régimen de concurrencia competitiva*	462.500,00	01/01/2022
	Convocatoria Subvenciones para la realización de proyectos de innovación en el sector comercial, restauración y hostelería de Zaragoza en el ejercicio 2023*	1.031.250,00	01/01/2023
	Convocatoria pública de subvenciones para la realización de proyectos de mejora de la competitividad e innovación en el sector comercial, restauración y/o hostelería de Zaragoza en el ejercicio 2024, en régimen de concurrencia competitiva*	910.000,00	01/01/2024
3.4 Relación de una App de relación del cliente con las galerías comerciales urbanas	Convocatorias “Volveremos”**	16.915.329,30	2021-2024
	Total 2021-2022	13.380.359,84	
	Total 2023-2024	9.720.948,08	
	TOTAL	23.101.307,92	

* Estas subvenciones el Servicio de Mercados las considera “alineadas” con el plan, no relacionadas directamente con él.

** El importe correspondiente a las convocatorias “Volveremos” de 2021 y 2022 es de 9.958.500 euros

Hemos analizado las dos convocatorias que, según el Servicio de Mercados, corresponden indubitadamente al PLECZ: las ayudas para la realización de proyectos de innovación en el sector comercial, restauración y hostelería 2022, y la subvención para la instalación de toldos en la galería comercial urbana Delicias, en régimen de concurrencia competitiva.

Convocatoria de subvenciones a Proyectos de innovación Retos 2022. Dotada con 1.600.000 euros, está directamente relacionada con los objetivos de digitalización, medición de aforos, medición de ruidos, proyecciones visuales en exterior, fidelización y gaming como atracción de jóvenes.

En el año 2022 se publicaron dos convocatorias.

Estaba dirigida a federaciones, asociaciones y fundaciones del sector comercial, restauración u hostelería con implantación en la ciudad y a sociedades mercantiles que presenten un proyecto de innovación acorde con los proyectos subvencionables que establece la convocatoria.

Durante los años 2022 y 2023 se tuvo el asesoramiento de ESIC, como parte del encargo a la Cámara de Comercio de Zaragoza Oficina de Asistencia técnica, que definió los retos digitales del PLECZ que sirvieron de base para las convocatorias de 2022 y 2023.

El pago a los beneficiarios fue anticipado en un 80 %, en el momento de la concesión y el 20% restante con la aprobación de la justificación.

El Servicio de Mercados ha imputado este gasto, junto con otros, a la medida 3.2, Comercios domóticos y gestión comercial, escaparates virtuales.

Se ha analizado el cumplimiento de la legalidad de la convocatoria, sin que se hayan detectado incidencias significativas.

Subvención para la instalación de toldos en la galería urbana comercial Delicias

La instalación de toldos en la galería comercial Delicias estaba prevista en el Plan Director encargado a la Cámara de Comercio y elaborado por IDOM.

El Ayuntamiento, según refiere el informe del servicio de mercados y promoción del comercio de 20 de abril de 2022, optó por la subvención en lugar de la contratación directa por las siguientes razones:

“a) En primer lugar, las experiencias comparativas observadas aconsejan su instalación en el inicio del periodo estival y su desmontaje acabado el periodo de buen tiempo implicando estas acciones la sobrecarga de unos trabajos que conllevan el almacenamiento y custodia del material una vez desmontado, así como la reparación del deteriorado. Estas circunstancias difícilmente encajarían en una gestión directa a realizar por servicios internos, aun contratando inicialmente el suministro de materiales.

b) También resulta incompatible tanto para una gestión directa, como para una fórmula de contratación municipal regular, el hecho de que para este tipo de actuaciones el soporte del toldo se debe realizar a través de anclajes específicos en los muros de fachada privativa (elemento común gestionado por las comunidades de propietarios), con el fin de que este soporte no implique la colocación de postes sólidos sobre vía pública, implicando así un elemento impeditivo más para los viandantes. Siendo así que las asociaciones de comerciantes ya suelen contar con autorizaciones de los convecinos de su zona de influencia, para los anclajes que sujeten la iluminación navideña y otros eventos o actuaciones.

c) Al tratarse de una actuación que es previsible se repita en otras zonas de la ciudad, resulta más adecuado que su extensión sea llevada a cabo con una participación directa de las asociaciones de comerciantes o, en un futuro, de las entidades representativas del tejido vecinal.”

El procedimiento utilizado fue el régimen de concurrencia. Podía concurrir cualquier federación o asociación del sector comercial. En el cálculo del importe y las características de la subvención se tuvieron en cuenta la habitual escasez de medios personales y materiales de estas asociaciones, permitiendo la subcontratación del 100 % de la actividad *“dada la particularidad de la actuación”*, la disposición de permisos de anclaje en viviendas privadas y, según señala el citado informe, *“las consultas efectuadas a ingenierías especializadas en el sector de la arquitectura textil.”*

En los criterios de valoración de los solicitantes se otorgaba el mayor número de puntos a la asociación o federación que dispusiera de permisos necesarios de las comunidades de propietarios, siendo otros criterios el estudio topográfico de fachadas, plazo para realizar las actuaciones y arraigo de la entidad en la galería comercial Delicias.

En realidad, la concurrencia era muy limitada puesto que el ámbito de actuación era el delimitado por las calles Delicias, Pedro de Luna, Sangenis, Paseo Calanda, calle Bolivia y transversales, todos ellos de la galería comercial Delicias, lo que suponía que, como al final ocurrió, la convocatoria no interesaba a asociación distinta de la de comerciantes de la calle Delicias, única que se presentó y que resultó adjudicataria de la subvención.

El objeto de la subvención era la instalación y desinstalación de los toldos por un periodo de 3 años, así como su correcto mantenimiento, respondiendo con la garantía solicitada, que era el seguro de responsabilidad civil.

Los gastos susceptibles de ayuda económica contemplaban, junto con los directos y propios de la actividad, otros indirectos en un porcentaje que se cifró en el 10% de la subvención como máximo.

El importe máximo de la subvención era de 491.549,22 euros y el pago se realizó en dos partes; el 80 % tras la concesión y el 20 % tras la justificación.

En la justificación aportada por el beneficiario figuraban gastos de contratación a la Federación Consejo del Comercio CEPYME Zaragoza relativos a la instalación y desinstalación de toldos, ya que la asociación no disponía de medios propios para realizar ninguna actuación, por importe de 32.190,08 euros. El Ayuntamiento consideró que estos gastos debían incluirse dentro de las actuaciones de instalación y desmontaje que debía realizar la empresa instaladora y, por tanto, no eran subvencionables. Por ello, se aprobó la justificación final por importe de 459.359,84 euros.

La asociación interpuso recurso de reposición el 2 de mayo de 2023 al considerar que dicho importe también era subvencionable y fue desestimado el 2 de junio de 2023. El Ayuntamiento nos ha señalado que no tiene constancia de que se haya interpuesto recurso contencioso administrativo sobre el particular.

La actuación realizada, atendiendo a los informes de justificación, atravesó diversos problemas en el cumplimiento de su finalidad -generación de sombra para paliar los efectos del calor en la temporada estival de Zaragoza-. De hecho, se encargaron a la empresa diez toldos más (a coste cero) para cubrir un mayor espacio de sombra, pero no se instalaron por falta de permisos para los anclajes, permaneciendo almacenados hasta la siguiente fase de instalación. Igualmente, con objeto de cumplir con todos los requerimientos de seguridad, se tuvieron que separar más las velas y determinados anclajes se modificaron al no poder mantenerse en su colocación inicial.

A ello se une el hecho de que esta actuación ha sido controvertida para la ciudadanía, cuestionándose si realmente el objeto de la subvención (la instalación de toldos) cumplía su finalidad de dar sombra y aliviar el calor de la zona.

A la vista de esta situación, el Ayuntamiento debería haber incrementado su labor supervisora considerando además que conocía las limitaciones de la asociación y su falta de medios para llevarla a cabo². Un mayor seguimiento hubiera permitido mejorar la eficacia y eficiencia de la actuación y solventar cuestiones que con posterioridad son difícilmente solucionables. Se recuerda en este sentido la insistencia normativa y doctrinal sobre la necesaria labor de seguimiento de las actividades subvencionadas, aspecto en el que la Cámara de Cuentas recomienda incidir en todos sus informes.

² Extremo reconocido por la Agrupación en la documentación justificativa de la subvención, dónde se afirma “... hemos de indicar que esta Agrupación de Comerciantes carecía y carece de la estructura propia de personal para efectuar todos los trabajos y gestiones necesarias para efectuar todos los trabajos y gestiones necesarias para instrumentar, hacer seguimiento, verificar trabajos, coordinar acciones, etc..., imprescindibles para poder materializar el proyecto que nos ocupa”.

Por otra parte, existe un incumplimiento del objeto de la subvención, ya que la base 5ª de la convocatoria establece *“la permanencia en el compromiso de la operativa de mantenimiento, instalación y desmontaje de los toldos deberá mantenerse como mínimo un periodo de tres años, todo ello a través de las fórmulas anuales posteriores convenidas con el Ayuntamiento de Zaragoza.”* Los toldos no han vuelto a ser instalados en los ejercicios siguientes. No se nos ha facilitado ninguna documentación que acredite el cambio de objeto de la subvención. Se nos ha informado de una discrepancia de interpretación entre el beneficiario y el Ayuntamiento sobre las *“fórmulas posteriores convenidas con el Ayuntamiento”*, pero se desconoce la decisión final tomada sobre esta obligación (que en cualquier caso debe adoptarse) y, en su caso, la exigencia de reintegro.

Convocatorias **“Volveremos”**

La principal línea de subvención desarrollada desde el ejercicio 2020, es *“Volveremos”*, que busca incentivar la adquisición de bienes de consumo y determinados servicios como medio para fortalecer el comercio minorista, sector de la restauración, hostelería y ocio realizado en establecimientos abiertos al público por autónomos, microempresas y PYMES.

Pese a su implantación anterior a la aprobación del PLE CZ, se alinea con el PLC a través de la medida 3.4, relativa al desarrollo de su aplicación informática a partir de 2021.

Son beneficiarios de estas ayudas todos los comercios minoristas y servicios incluidos en las categorías o epígrafes del Impuesto de Actividades Económicas que se relacionan en la base 3 de la convocatoria, adheridos o que se adhieran a la plataforma de libre acceso *“Volveremos”* y usuarios son las personas físicas que realicen sus compras en los comercios adheridos, una vez dados de alta en la aplicación a través de la que se materializa la carga y uso de los descuentos correspondientes generados por las sucesivas compras que se realicen durante la campaña del programa.

La distribución de los fondos subvencionables se ha efectuado con la colaboración de la Cámara de Comercio, para lo que se han suscrito diversos convenios, en concreto, en el periodo fiscalizado, el 25 de mayo de 2021 y la adenda para continuar las actuaciones en el ejercicio siguiente, el 15 de junio de 2022.

A través de estos convenios la Cámara de Comercio se configura como la entidad colaboradora del Ayuntamiento para el registro y validación de los establecimientos, la implementación requerida en el espacio web, la relación con los comercios adheridos, así como la gestión del pago de las ayudas y acciones de promoción.

El importe cuantificado en el anterior cuadro resumen de este epígrafe de subvenciones es el de la ejecución presupuestaria facilitada por el Servicio de Mercados. En el cuadro siguiente se ofrece el importe contabilizado en los ejercicios fiscalizados, de acuerdo con los datos de ejecución presupuestaria.

Importes ejecutados subvención “Volveremos”	2021	2022	2023	2024 (hasta el mes de julio)	Total
Aplicación presupuestaria 4921.48901	4.673.500,00	5.285.000,00	5.366.675,00	1.590.154,30	16.915.329,30

Del programa “Volveremos” se viene realizando el seguimiento de su impacto, su utilización por los ciudadanos de Zaragoza, el consumo por barrios y por distintos tipos de establecimiento, etc., tal como recoge un documento-presentación facilitado a la Cámara de Cuentas relativo al desarrollo de este programa de subvenciones entre 2020 y 2023.

Hechos posteriores

Como ya se ha puesto de manifiesto en los apartados anteriores, las actividades del Ayuntamiento incluidas en el PLE CZ se han seguido desarrollando en los ejercicios posteriores. Junto al desarrollo continuado de diversas subvenciones y gastos que son incluibles en el Plan por su objeto (subvenciones relativas a la promoción del comercio -obras, innovación, competitividad-, gastos de funcionamiento o dinamización de mercados, aplicaciones informáticas, campañas de “Volveremos”), también hemos verificado que se han iniciado trabajos para la galería comercial Torrero, una vez que se descartó la actuación en el Casco Histórico al no poder aplicar lo proyectado por tratarse de una zona BIC, y atendiendo a la justificación y posterior propuesta de reformulación de actuaciones financiadas por el Ministerio de Economía, Comercio y Empresa dentro del Plan de Recuperación Transformación y Resiliencia, se incluyen en el PLE CZ otras acciones como la mejora de la escena urbana (jardinería, mobiliario urbano y alumbrado público) en la galería Centro (San Miguel) y Delicias (Avenida de Navarra, obras de mejora de aceras, carriles de circulación, zonas verdes y alumbrado), y dentro del plan de Plazas (medida 2.11 del PLE CZ), la reforma de la Plaza de Salamero en la galería Centro.

No hemos dispuesto de información total sobre el desarrollo del Plan por lo que, junto a las actuaciones señaladas, pueden haberse realizado otras que también correspondan a medidas del Plan.

3.4. Ejecución presupuestaria, seguimiento y control del PLE CZ

Financiación del PLE CZ

El PLE CZ se ha venido financiando con fondos propios del Ayuntamiento y a través de una subvención del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa con fondos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. En 2021, se concedió una ayuda de 1.296.515,14 euros, de los que 410.800 euros figuraban expresamente dirigidos a acciones del PLE CZ, sin perjuicio de que otras acciones subvencionadas también pudieran formar parte de dicho Plan, como los gastos de funcionamiento de mercadillos.

En 2022, se resolvió la concesión de una ayuda de 2 millones de euros, en la que se incluían los gastos realizados en las galerías comerciales, con una subvención concreta de 752.000 euros, junto a otras acciones que pudieran formar parte también del PLE CZ por su contenido.

El plazo de justificación de estas ayudas acabó en 2024 y el Ayuntamiento ha presentado una reformulación de ciertas actividades, aceptándose por el Ministerio que la subvención concedida a acciones expresamente definidas como del PLE CZ asciende a 712.595,99 euros, en la subvención de 2021 y 1.294.659,37 euros en la subvención de 2022.

Ejecución presupuestaria

Las actuaciones del PLECZ, como se ha venido exponiendo en los apartados anteriores, han sido registradas y contabilizadas presupuestariamente en los distintos capítulos de gasto.

Reiteramos que la principal incidencia detectada es la aplicación del convenio entre la Cámara de Comercio de Zaragoza y el Ayuntamiento para la elaboración del PLECZ al capítulo 4, transferencias corrientes, cuando no se trata de una subvención, sino de la prestación de un servicio que es la elaboración del documento del Plan y que por lo tanto se debería haber imputado al capítulo 2 gastos corrientes y servicios.

El principal problema para verificar la ejecución presupuestaria del Plan es el ya señalado en el anterior epígrafe 3.3: el PLECZ no está incluido en el presupuesto con uno o varios conceptos o subconceptos presupuestarios identificativos de que lo imputado corresponde a acciones del PLECZ. Esto hubiera permitido determinar las acciones exactas imputadas al Plan, su cuantía y el gestor que las lleva a cabo. Al no disponer de ese detalle en el presupuesto, la liquidación presupuestaria no permite, per se, el análisis de esos datos.

Por lo tanto, la ejecución presupuestaria que hemos verificado es la correspondiente a aquellas actividades realizadas por el Servicio de Mercados, y algunas otras identificadas por este, pero no podemos comprobar si existen otras actuaciones que también serían imputables al PLECZ.

En segundo lugar, hemos observado que, en ocasiones, se han utilizado conceptos distintos al que debería haberse imputado el gasto según su naturaleza y definición, como se ha señalado en el epígrafe anterior respecto a los contratos de señalética de las galerías comerciales que se imputaron al concepto “comercio ambulante”. Esta circunstancia dificulta la posibilidad de determinar la ejecución del plan a partir de los datos contables

En el siguiente cuadro se resume la ejecución presupuestaria del PLECZ a 31 de marzo de 2024 según los datos facilitados por el Servicio de Mercados, contrastados con la información pública del registro de facturas en la web del Ayuntamiento y los listados de ejecución. Existen algunas partidas, como la subvención “Volveremos” y los gastos de funcionamiento de mercados, cuyo importe contable no coincide con el facilitado por el Servicio de Mercados. En estos casos, en el cuadro se ofrece la cuantía contabilizada en los ejercicios fiscalizados:

INFORME DE FISCALIZACIÓN

Plan Local de Equipamiento Comercial del Ayuntamiento de Zaragoza, ejercicios 2021-2022

MEDIDAS	2021	2022	2023	2024	Suma de 2021+2022
1.2 Colaboración con Cámara de Comercio, Asociaciones de Comerciantes y organizaciones empresariales como colaboradores de ejecución y dinamización de todas las actuaciones previstas		50.000,00			50.000,00
1.3 Creación de una marca paraguas para el comercio de Zaragoza y de submarcas para cada una de las concentraciones comerciales (zonales) de la ciudad	8.674,25	20.239,91			28.914,16
1.4 Campaña de comunicación; destacando la calidad de producto y posibilidades de compra omnicanal	61.187,78	142.771,48			203.959,26
1.6 Actividades constantes de promoción física y, sobre todo, digital en las calles			120.000,00	180.000,00	0,00
1.14 Facilidad traslado o creación de segundos establecimientos a comercios ya establecidos	95.000,00				95.000,00
1.15 Programa de ayuda a la transmisión de negocio: relevo generacional, empleados o emprendedores (junto con Confederación Española de Comercio). Formativa				120.000,00	0,00
1.16 Dinamización de Mercados y pasajes comerciales	150.000,00	400.000,00	400.000,00	822.868,78	550.000,00
2.1 Plan director que establezca las directrices generales que han de cumplir las galerías comerciales urbanas de la ciudad	130.000,00				130.000,00
2.2 Coordinación con Plan de Movilidad Urbana Sostenible	40.000,00				40.000,00
2.3 Realización de Proyectos de Urbanización Integral	43.327,68	101.097,92			144.425,60
2.7 Crear en cada barrio, si la densidad comercial lo permite, una Galería Urbana Comercial.	56.299,41	81.365,30			137.664,71
2.9 Mejora de aceras, cambio de pavimento			456.655,20	106.026,79	0,00
2.11 Planes de plazas			1.079.640,67		0,00
2.12 Mobiliario Urbano, unificación y tematización de bancos, papeleras y señalética.		634.149,27	5.547,85	41.550,04	634.149,27
2.23 Favorecimiento de las condiciones para la celebración de mercadillos	26.369,93	48.379,38	30.000,00	30.000,00	74.749,31
3.2 Comercios domóticos y gestión comercial, escaparates virtuales	680.267,84	2.366.458,30	1.031.250,00	910.000,00	3.046.726,14
3.4 Realización de una APP de relación del cliente con las Galerías comerciales urbanas	4.673.000,00	5.285.000,00	5.366.675,00	5.100.000,00	9.958.500,00
3.15 Favorecer la utilización de plataformas de envío a domicilio, mediante programas de formación y apoyo		28.798,00	15.000,00		28.798,00
TOTAL	5.964.126,89	9.158.259,56	8.504.768,72	7.310.445,61	15.048.137,14

Previsión del Plan y realización efectiva

Atendiendo a la estimación de gasto previsto en el PLE CZ y a la información facilitada por el Ayuntamiento, se pone de manifiesto lo siguiente:

En el documento del PLE CZ aprobado y publicado por el Ayuntamiento figura, en su página 225, el siguiente resumen de gastos previstos:

Medidas propuestas	Total	2021	2022	2024/2026*
Total estimado	52.855.000	7.153.000	8.553.000	35.759.000

**Entendemos que se trata de una errata y que los ejercicios a los que se refiere la estimación son 2023/2026*

En esos datos hemos detectado un error en la columna total ya que el importe previsto para la medida 3.3b) -250.000 euros- está duplicada al incluirse también en la medida 3.3, por lo que la cuantía total es de 52.605.000 euros.

Y, en segundo lugar, la cifra total de la columna 2024/2026 no se corresponde con la suma de las distintas medidas, que asciende a 36.899.000 euros (cantidad que sí figura correctamente en la página 220 del documento).

La comparativa de la ejecución de las actuaciones comunicadas por el Ayuntamiento con el presupuesto estimado se realiza sobre las cifras corregidas:

Medidas	Presupuesto total	Anualidad 2021	Anualidad 2022	Resto anualidades
1. Propuestas enfocadas a la mejora organizativa, el desarrollo de comunicación comercial y dinamización del comercio	5.370.000,00	1.251.000,00	931.000,00	3.188.000
2. Propuestas urbanas	39.815.000,00	4.200.000,00	6.555.000,00	29.060.000
3. Propuestas de digitalización comercial (plan de digitalización) y adaptación digital del entorno urbano	7.420.000,00	1.702.000,00	1.067.000,00	4.651.000
Total estimado corregido CCA	52.605.000,00	7.153.000,00	8.553.000,00	36.899.000
Total ejecución presupuestaria	30.937.600,78	5.964.126,89	9.158.259,56	15.815.214,33
Diferencias	21.667.399,22	1.188.873,11	(605.259,56)	21.083.786,67

Atendiendo al cuadro anterior, se ha ejecutado hasta la fecha actual el 59 % del presupuesto estimado del plan, y queda pendiente la ejecución del restante 41 % en el último trimestre de 2024 y los ejercicios 2025 y 2026 (41 %).

En las anualidades fiscalizadas 2021 y 2022 observamos como la ejecución ha ido pareja a la previsión, realizándose en 2022 parte de los importes calculados para 2021.

La cifra más importante ejecutada corresponde a la campaña “Volveremos” que supone el 66,2 % del gasto realizado en 2021 y 2022 en las medidas del plan analizadas, y el 54,7 % del total 2021-julio de 2024.

Seguimiento y control

Desde el punto de vista de la ejecución presupuestaria, cada órgano gestor del Ayuntamiento controla la ejecución de los créditos correspondientes a su área de actuación. Sin embargo, no existe un control global de la ejecución del Plan, ni en el actual presupuesto es posible realizar ese seguimiento al no existir conceptos definidos de créditos correspondientes al Plan.

En el mismo sentido, el Servicio de Mercados y el Área de Economía, Innovación y Empleo, como órganos desarrolladores del PLE CZ, han manifestado a la Cámara de Cuentas que realizan reuniones con las otras áreas de Ayuntamiento para exponerles el contenido del Plan o la necesidad de realizar determinadas actuaciones, y también existe comunicación para presentar las justificaciones económicas necesarias en el caso, por ejemplo, de las subvenciones recibidas del Ministerio de Economía y Empresa, pero no existe una labor coordinada y unificada de seguimiento que permita determinar problemas, impactos, necesidades nuevas que puedan surgir durante los años del plan y su priorización, etc.

Por otra parte, respecto a las actuaciones que han sido encargadas a la Cámara de Comercio de Zaragoza, no hemos tenido evidencia de la actuación de las comisiones de seguimiento que preveían los convenios suscritos. Se nos ha informado que ha existido comunicación, pero no se ha plasmado el alcance ni la repercusión en las actuaciones llevadas a cabo de la misma forma que, más allá del control económico de las cuentas justificativas presentadas por la Cámara de Comercio, no hay constancia documental de que se hayan realizado análisis sobre:

- Las propias actuaciones realizadas, tanto en términos económicos como su resultado en la ciudad
- El impacto que han tenido y su grado de positividad
- La necesidad de realizar actividades diferentes a la vista del resultado de las ejecutadas
- Encuestas, entrevistas a los comerciantes, como población, más directamente implicada, sobre el impacto de las actuaciones realizadas en su comercio
- Encuestas a la población respecto a sus hábitos de compra, mejora de los espacios urbanos e impacto de las reformas de las galerías comerciales, etc.
- Funcionamiento del plan de comunicación y de las apps informáticas
- cualquier otro seguimiento y estudio que permita aseverar la eficacia y eficiencia del PLE CZ.

Únicamente, como se señalaba en apartados anteriores, hemos dispuesto de información sobre el seguimiento efectuado sobre el programa “Volveremos”, basado en el número de establecimientos adheridos, ciudadanos que lo utilizan por rango de edad, evolución del volumen de negocio generado, sectores en los que se utiliza e impacto de uso en los barrios de la ciudad.

4. CONCLUSIONES

EL PLE CZ para los ejercicios 2021 a 2026 se aprobó por el Pleno del Ayuntamiento de Zaragoza el 26 de mayo de 2021, de acuerdo con la Ley 10/2017, de 30 de noviembre, de régimen especial del municipio de Zaragoza como capital de Aragón.

El órgano impulsor del PLE CZ fue el Área de Economía, Innovación y Empleo a través del Servicio de Mercados, que ha ejecutado muchas de las acciones incluidas en el Plan.

Las medidas aprobadas tienen un carácter horizontal, muchas de ellas afectan a distintos órganos gestores del Ayuntamiento, y son necesarias para que el objetivo final del Plan se cumpla, ya que lo que se prevé es una mejora completa en el ámbito del comercio y su desarrollo en la ciudad, lo que implica integrar medidas (infraestructuras, movilidad, fiscales, tecnológicas) competencia de otras áreas de gobierno.

Se ha analizado el desarrollo del Plan en los ejercicios 2021 y 2022 desde la óptica de la actividad del Servicio de Mercados, al no disponer de información de las posibles actuaciones realizadas por otras áreas, lo que ha constituido una limitación al alcance por no poder realizar una revisión total de la ejecución de las medidas del PLE CZ. Al respecto, el Servicio de Mercados ha puesto de manifiesto que el Plan se comunica a todos los órganos gestores implicados en sus medidas, pero no existe una coordinación continua, solo diversas reuniones para aspectos concretos, razón por la que no existe una información global documentada que permita un análisis completo.

Este problema se observa también en el ámbito presupuestario: la falta de conceptos definidos como pertenecientes al PLE CZ impide determinar, atendiendo a la liquidación presupuestaria y contable, cual es la totalidad de acciones realizadas.

El ámbito temporal de fiscalización, 2021 y 2022, se completa con hechos posteriores, lo que constata que el Plan es un elemento vivo en ejecución.

Planificación y diseño de las actuaciones del PLE CZ

- a. La planificación y diseño se realiza a través de convenios de colaboración con la Cámara de Comercio. Desde la perspectiva del cumplimiento de la legalidad, es posible considerar la capacidad de la Cámara de Comercio, en virtud de sus leyes reguladoras, para realizar funciones de colaboración en la elaboración, desarrollo, ejecución y seguimiento de los planes de equipamiento comercial. Sin embargo, en este caso, la actuación documentada de la Cámara de Comercio en los tres convenios suscritos queda prácticamente restringida a la subcontratación a terceras empresas de lo encargado por el Ayuntamiento (PLE CZ; Plan Director, coordinación con movilidad urbana y acciones concretas).

La Cámara de Comercio no es un medio propio del Ayuntamiento y actúa en régimen de derecho privado, por lo que los contratos realizados a terceras empresas, todos ellos de prestación de servicios, podrían haber sido tramitados por el Ayuntamiento conforme a la LCSP, sin perjuicio del desarrollo por la Cámara de Comercio de funciones de colaboración en el desarrollo del Plan.

- b. Atendiendo a los expedientes examinados no queda constancia del seguimiento, coordinación o aportaciones al desarrollo que la Cámara de Comercio haya realizado del PLEZC, sólo figura la justificación económica de los convenios en la que se pone de manifiesto el gasto de personal de la Cámara, que es un porcentaje muy pequeño del importe de estos.

En conclusión, parece que se ha sustituido la aplicación de la LCSP, que ofrece una mayor garantía jurídica de los principios de libertad de acceso a la licitación, igualdad, no discriminación, publicidad y transparencia en los contratos, por el régimen de derecho privado, menos rígido en estos aspectos.

- c. Con relación al convenio por el que se encarga a la Cámara de Comercio la realización del PLEZC que luego aprobará el Pleno del Ayuntamiento, se plantea como una subvención, cuando su objeto es claramente una prestación de servicios, y no cumple el artículo 2.1 de la LGS que exige que la entrega de la disposición dineraria en las subvenciones se realice sin contraprestación directa de los beneficiarios.

Por lo tanto, no es posible considerar la actuación de la Cámara como el objeto de una subvención. En este sentido ha de añadirse que, de acuerdo con las normas reguladoras de las subvenciones, en el convenio se establece un límite de subcontratación del 75 % del importe total, límite que se incumple al alcanzar el importe subcontratado el 89 %.

- d. En los convenios siguientes (elaboración del Plan Director, estudio de movilidad urbana y actuaciones concretas de desarrollo), ya no se establece un carácter subvencional, pero se mantienen las mismas características del primero; se realiza una subcontratación casi total de todas las prestaciones a realizar y no queda constancia documental de las labores de coordinación, seguimiento y difusión que debía realizar la Cámara de Comercio de acuerdo con las exigencias de los convenios.
- e. Con relación al Ayuntamiento, queda constancia en el expediente de la revisión y aprobación de las cuentas justificativas presentadas por estos convenios, pero no hemos dispuesto de información sobre la composición y actuaciones de las comisiones de seguimiento previstas en los convenios, o de si ha realizado alguna actuación valorativa de las acciones realizadas, su impacto social y comercial, el cumplimiento de indicadores y objetivos del Plan, etc.

Desarrollo del PLEZC 2021-2022

- a. De acuerdo con lo puesto de manifiesto por el Ayuntamiento y el contenido del Plan, este debería desarrollarse de forma conjunta y en paralelo por distintas áreas gestoras.

Sin perjuicio del carácter público del Plan y de su indubitado conocimiento por todas ellas, la falta de un elemento coordinador de las distintas acciones, y evaluador de su eficacia y eficiencia, convierte el Plan en un documento paralelo, no integrado en la planificación de la ejecución de cada área gestora, sin perjuicio de que algunas acciones confluyan en ambos, incluso en el Servicio de Mercados, pero parecen ejecutarse en mayor medida en virtud de la planificación sectorial de cada área, lo que resta eficacia y alcance global al PLEZC.

- b. El PLEZC estableció como premisa básica la realización de doce paseos o galerías comerciales urbanas, estableciendo que se desarrollarían Delicias y Casco Histórico en los ejercicios 2021 y 2022.

Se encargó a la Cámara de Comercio la realización de un plan director de las dos galerías, que fue subcontratado a la empresa IDOM S.A.U.

Sin embargo, no todas las acciones realizadas en los ejercicios fiscalizados y posteriores tienen por objeto las galerías concretas. En concreto, las subvenciones convocadas por el Ayuntamiento responden a medidas establecidas en el Plan, pero salvo una de ellas (instalación de toldos en la galería Delicias), las demás no se vinculan a una galería concreta.

Respecto a las dos galerías elegidas, el carácter BIC de la zona Casco Histórico no fue tenido en cuenta a la hora de diseñar el Plan Director y las actuaciones pensadas para las otras galerías, en particular las referentes a señalética, pintura en el suelo, y pórtico de entrada, no se podían realizar en la forma prevista por dicho carácter BIC, por lo que se decidió elegir una tercera galería, Torrero, para la que se están realizando actuaciones desde 2023. También, de acuerdo con la justificación de las subvenciones recibidas del Ministerio de Economía y Empresa, se han realizado actuaciones en la galería comercial Centro.

- c. Con relación a las actuaciones encargadas a la Cámara de Comercio y realizadas en su práctica totalidad por terceras empresas, todas ellas se enmarcan en el PLECZ. No obstante, no hemos tenido información concreta sobre su desarrollo, más allá de la cuenta justificativa del importe del convenio, ni constancia documental de su seguimiento o el análisis para determinar su eficacia y eficiencia respecto a los objetivos del Plan.
- d. El Servicio de Mercados ha realizado directamente la contratación de las actividades relacionadas con la escena urbana de la galería comercial Delicias en 2021 y 2022 y de la galería comercial Torrero en 2023 y 2024. Se trata de tres contratos menores y tres de carácter abierto simplificado, sin incidencias significativas desde la perspectiva del cumplimiento de la legalidad.
- e. En el ámbito de la contratación, el 78 % de las acciones del PLECZ llevadas a cabo en 2021 y 2022 se realizaron por empresas externas subcontratadas por la Cámara de Comercio, frente al 6 % ejecutado directamente por el Ayuntamiento.
- f. Además de los contratos señalados, el Ayuntamiento ha realizado diversas convocatorias de subvenciones y varios convenios relativos a actuaciones en mercados, innovación en el sector comercial, mejora de la competitividad, la campaña “Volveremos” (que, si bien comenzó en 2020 para fomentar el comercio minorista en la pandemia, ha continuado durante los ejercicios 2021 a 2024) y la subvención concreta para la instalación y mantenimiento de toldos en la galería Delicias.

Desde la perspectiva del cumplimiento de la legalidad, del análisis de las subvenciones más directamente relacionadas con las medidas del PLEZC, no se observan incidencias significativas en su tramitación, si bien cabe señalar lo siguiente:

- La convocatoria relativa a la instalación de toldos en la galería Delicias, sin perjuicio de que se haya realizado en concurrencia competitiva, desde el inicio quedaba prácticamente restringida a una única asociación comercial que es la operante en el área de Delicias donde debía realizarse la actividad.

Respecto al objeto de la subvención, este consistía en la instalación, mantenimiento y desmontaje de los toldos durante tres años, condición que no se ha cumplido puesto que los toldos no se volvieron a instalar en ejercicios posteriores, sin que tengamos constancia de la existencia de una modificación en las condiciones de la subvención, ni de la decisión tomada por el Ayuntamiento respecto a este incumplimiento.

- g. Se ha constatado que el PLE CZ mantiene su vigencia en los ejercicios posteriores a los fiscalizados, con la realización de actuaciones señaladas en el epígrafe 3.3.

Ejecución presupuestaria, seguimiento y control del PLE CZ

- a. El análisis de la ejecución presupuestaria pone de manifiesto que las actuaciones del PLE CZ, con carácter general, se recogen en las partidas presupuestarias correspondientes, sin perjuicio de haber detectado algún error de imputación en conceptos presupuestarios detallado en el anexo 3.3.
- b. El mayor importe ejecutado sobre el total de gasto analizado del PLE CZ, un 66,2 % en 2021-2022 y un 54,7 % desde 2021 a julio de 2024, corresponde a la campaña “Volveremos”.
- c. El Plan se financia mayoritariamente con fondos propios y con subvenciones del Ministerio de economía y Empresa con fondos del Mecanismo de Recuperación, Transformación y Resiliencia detalladas en el epígrafe 3.4.
- d. El principal problema que plantea la ejecución presupuestaria es que, al no establecer conceptos relacionados con el PLE CZ y referenciados a él, es imposible verificar las actuaciones concretas que se pueden imputar y comprobar la cuantía efectiva del gasto que supone el Plan.
- e. El hecho de que las distintas medidas establecidas en el PLE CZ deban llevarse a cabo por distintas áreas gestoras del Ayuntamiento requiere una coordinación y un seguimiento por parte del área impulsora del plan para ver en conjunto:
- La ejecución presupuestaria de la totalidad del Plan, su comparación con el presupuesto estimado y la evolución de ingresos y gastos.
 - El efecto del desarrollo del Plan, para evaluar sus posibles modificaciones o cambios de tendencia.
 - El análisis del impacto de las actuaciones y el grado de consecución de los objetivos del Plan a través del uso de los indicadores establecidos.
 - La valoración del resultado de las acciones realizadas, tanto directamente como por empresas externas desde la perspectiva del sector comercial (encuestas, entrevistas, etc.) para constatar el logro y mantenimiento de los objetivos del Plan.

No hemos dispuesto de información sobre el seguimiento y control del Plan. El Ayuntamiento no ha aportado documentación que soporte la realización de esta actividad de seguimiento.

Sin esta actuación, el PLE CZ se convierte en un documento paralelo a la gestión e ineficaz para determinar la eficiencia del impulso y desarrollo del sector comercial de la ciudad.

5. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda reforzar el papel colaborador de la Cámara de Comercio de Zaragoza, y evitar que la mayoría de su función sea la contratación externa de actuaciones que debería realizar el Ayuntamiento de Zaragoza aplicando la LCSP.
2. Es necesario reforzar la coordinación con la Cámara de Comercio y el seguimiento de sus actuaciones, y dejar constancia de la supervisión efectuada y de la evaluación de las actividades llevadas a cabo por terceros, sin limitar tal control a la revisión económica de la cuenta justificativa.
3. Es necesario mejorar y ordenar los registros contables y presupuestarios, de forma que la liquidación de ingresos y gastos permita, indubitadamente, conocer el importe de los créditos utilizados en todas las actuaciones del Plan.
4. Es imprescindible planificar y decidir el mejor instrumento jurídico en la realización de todas las actuaciones del PLE CZ, realizar su seguimiento y control, y verificar si las acciones realizadas logran sus objetivos, a través de una evaluación que tenga en cuenta no solo la visión de todas las áreas del Ayuntamiento implicadas, sino también la opinión del sector comercial al que van dirigidas las actuaciones y de los usuarios del comercio.

Este análisis es necesario también para mantener el Plan vivo y operativo en todos los ejercicios de su vigencia y proponer las modificaciones más adecuadas a las líneas de actividad previstas en 2021, evitando duplicidades o demoras innecesarias en tomas de decisiones o ejecución de acciones.

5. Este seguimiento debe quedar adecuadamente documentado de forma que tanto el pleno como el gobierno del Ayuntamiento puedan disponer de información completa sobre el desarrollo del PLE CZ y su grado de eficacia y eficiencia, para la adecuada toma de decisiones.

ANEXOS

Anexo I – Marco normativo

- Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local
- Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones
- Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información y Buen Gobierno
- Ley 8/2015, de 25 de marzo, de Transparencia de la Actividad Pública y Participación Ciudadana de Aragón
- Ley 27/2013, de 27 de diciembre, de Racionalización y Sostenibilidad de la Administración Local
- Ley 4/2014, de 1 de abril, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación
- Ley 3/2015, de 25 de marzo, de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Servicios de Aragón.
- Ley 4/2015, de 25 de marzo, de Comercio de Aragón.
- Ley 5/2015, de 25 de marzo, de Subvenciones de Aragón (derogada el 16 de mayo de 2023).
- Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas
- Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público
- Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público
- Ley 3/2011, de 24 de febrero, de medidas en materia de Contratos del Sector Público de Aragón
- Ley 10/2017, de 30 de noviembre, de régimen especial del municipio de Zaragoza como capital de Aragón
- Ley 1/2021, de 11 de febrero, de simplificación administrativa
- Texto refundido de las disposiciones legales vigentes en materia de Régimen Local, aprobado por Real Decreto Legislativo 781/1986, de 18 de abril
- Texto refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales, aprobado por Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo
- Reglamento de Organización, Funcionamiento y Régimen Jurídico de las Entidades Locales, aprobado por Real Decreto 2568/1986, de 28 de noviembre
- Real Decreto 500/1990, de 20 de abril, por el que se desarrolla el capítulo primero del título sexto de la Ley 39/1988, reguladora de las Haciendas Locales, en materia de Presupuestos
- Real Decreto 424/2017, de 28 de abril, por el que se regula el régimen jurídico del control interno de las entidades del Sector Público Local.
- Decreto 112/2001, de 22 de mayo, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón.

- Decreto 171/2005, de 6 de septiembre, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba la primera revisión del Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón.
- Decreto 160/2014, de 6 de octubre, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba la segunda revisión del Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón y el texto resultante del mismo.
- Orden EHA/3565/2008, de 3 de diciembre, por la que se aprueba la estructura de los presupuestos de las entidades locales
- Orden HAP/1781/2013, de 20 de septiembre, por la que se aprueba la Instrucción del modelo normal de contabilidad local
- Reglamento orgánico municipal del Ayuntamiento de Zaragoza aprobado el 26 de noviembre de 2004 (BOPZ de 8 de febrero de 2005).
- Ordenanza General Municipal y Bases Regulatoras de Subvenciones del Ayuntamiento de Zaragoza y su Sector Público, aprobadas por el Pleno el 26 de septiembre de 2016 (BOPZ nº 236, de 13 de octubre de 2016).
- Bases de ejecución del presupuesto del Ayuntamiento de Zaragoza, ejercicios 2021 (aprobadas por el Pleno el 4 de marzo de 2021, BOPZ de 9 de marzo) y 2022 (aprobadas por el Pleno el 16 de febrero de 2022, BOPZ de 21 de febrero).
- Plan estratégico de Subvenciones del Ayuntamiento de Zaragoza 2020-2023, aprobado por el Gobierno de Zaragoza el 21 de febrero de 2020, y actualizado el 26 de marzo de 2021 y el 11 de marzo de 2022.

Anexo II. Medidas contempladas en el PLE CZ 2021-2026

TIPO	SUBTIPO	PROPIUESTA	IMPORTE	PLAZO	DESCRIPCIÓN
1. Mejoras organizativas, comunicación y dinamización	Mejoras organizativas	1.1 Activación de los Consejos Asesores de Comercio (órganos de seguimiento existentes en Zaragoza para el control de la situación del comercio en la ciudad)	-	2020-2025 (implantación constante)	Actualmente hay dos órganos rectores del sector comercial en la ciudad uno tutelado por la DGA y otro por el Ayuntamiento, ambos las reuniones son un tanto diferidas en el tiempo, creemos que una vez actualizado el nuevo PLE CZ, deberían establecerse unas frecuencias superiores de reunión para así establecer la adopción de las medidas que se consideren. Sería interesante incluir en estos consejos todas las asociaciones, fundaciones, sindicatos u organizaciones empresariales que tengan interés por participar en cualquier decisión o actividad que se pretenda abordar en la ciudad. Existirá una comisión de seguimiento cuyas reuniones se celebrarán al menos dos veces año, en la que participen los grupos políticos con representación en el Pleno, abierta a la participación de entidades y asociaciones vinculadas al sector del comercio y la hostelería, así como a las asociaciones vecinales que los miembros de la comisión consideren pertinentes, en función del tema a tratar.
1. Mejoras organizativas, comunicación y dinamización	Mejoras organizativas	1.2 Colaboración con Cámaras de Comercio, Asociaciones de Comerciantes y organizaciones empresariales como colaboradores de ejecución y dinamización de todas las actuaciones previstas	-	2020 (implantación constante)	Para la implantación de las medidas adoptadas por los Consejos Asesores de Comercio, resulta necesaria la colaboración de las organizaciones dedicadas al comercio como dinamizadoras y coordinadoras de www.aytozaragoza.es a través de las indicaciones a sus asociados. Estas deberán ser las canalizadoras de las actuaciones. Las encargadas de presentar resultados a las administraciones promotoras de cada medida y las encargadas de aportar la evaluación seguimiento de las medidas adoptadas para proponer nuevas mejoras o adaptaciones. En la actualidad existe un elevado número de asociaciones y organizaciones empresariales que cuentan a su vez con un elevado número de comercios asociados. Estos comercios, por el mero hecho de ser miembros su organización, guardan un elevado índice de fidelidad a la misma, siendo más sencillo llevar a cabo la ejecución con éxito de las propuestas de actuación si vienen de ellas. Del mismo modo, sería interesante llevar a cabo un esfuerzo por lograr una mayor integración de los comercios alóctonos en todos los sentidos; participación y formación.
1. Mejoras organizativas, comunicación y dinamización	Comunicación Comercial	1.3 Creación de una marca paraguas para el comercio de Zaragoza y de submarcas para cada una de las concentraciones comerciales (zonales) de la ciudad	80.000	2020 (implantación constante)	La metodología que seguiremos será la de Analizar los diferentes tipos de zonas comerciales y comercios, así como sus públicos objetivo, para así captar la esencia de lo que son hoy, su ADN. Los resultados de este análisis nos marcarán la hoja de ruta a seguir en los siguientes pasos. A continuación definiremos el posicionamiento estratégico de la marca paraguas, en el que reflejaremos los valores que representa la oferta comercial de Zaragoza y las ventajas competitiva que tienen frente a otras ofertas comerciales. Este posicionamiento deberá ser relevante para las audiencias y diferencial. Este posicionamiento se deberá declinar a cada una de las zonas comerciales, destacando sus características propias y dándoles su aspecto más personal y diferencial. El siguiente paso será reflejar ese posicionamiento en una identidad gráfica con su correspondiente universo gráfico que abarcará no solo a la marca paraguas, sino también a las diferentes zonas. Hablamos de colores, tipografías, iconografía, fotos, grafismos, etc. En definitiva todo lo que de forma visual ayude a destacar e identificar la oferta comercial de Zaragoza. También crearemos la identidad verbal de la marca destacando los principales mensajes de comunicación que se deberán utilizar en las piezas de comunicación de los comercios, para aunar así imagen y lenguaje.

TIPO	SUBTIPO	PROPUESTA	IMPORTE	PLAZO	DESCRIPCIÓN
1. Mejoras organizativas, comunicación y dinamización	Comunicación Comercial	1.4 Campaña de comunicación; destacando la calidad de producto y posibilidades de compra omnicanal	100.000	2021	Se debe realizar una campaña de comunicación pero no con el objetivo específico de compra en Zaragoza por el hecho de ser lo nuestro, la tierra, etc...sino manifestando y explicando las posibilidades de compra en la ciudad (posibilidad de utilización de todos los canales de compra, variedad de productos, precio, etc...) pero resaltando (al menos a corto plazo, dada la sensibilidad actual) "y además de Zaragoza", de alguna manera justificar que comprar en comercio de proximidad es una inversión. El comerciante es un empresario y con ánimo de lucro, no tiene sentido promocionar el comercio local sino ofrecer una ventaja competitiva al comprador, puede ser por varios motivos; precio, calidad, servicio, etc....
1. Mejoras organizativas, comunicación y dinamización	Comunicación Comercial	1.5 Campañas de fomento y mentalización a comerciantes y compradores de la posibilidad (necesidad para comerciantes) de utilizar la omnicanalidad físico-digital	100.000	2021	Es necesario explicar a los comerciantes y profesionales de restauración los cambios en los hábitos de compra de los consumidores, y que, si ellos no ofrecen esta posibilidad, el consumidor irá donde pueda comprar conforme a su interés. Lo mismo ocurre a la inversa, el consumidor debe saber que es posible para él comprar en el comercio local desde la vía digital como desde la vía presencial, para que pudiera utilizar cualquiera que le convenga sin tener que acudir a otros formatos comerciales foráneos. Especial atención habrá que poner en la implementación de las medidas aprobadas en el pleno de octubre de 2020, referentes a la adquisición de competencias digitales en personas de mayor edad: - poner en marcha un programa de "voluntariado digital" con el fin de acompañar, dar apoyo y formar en competencias digitales básicas a personas mayores. - implantar un programa piloto, que provea a personas mayores de dispositivos con un software fácil e intuitivo.
1. Mejoras organizativas, comunicación y dinamización	Comunicación Comercial	1.6 Actividades constantes de promoción física y, sobre todo, digital en las calles	300.000	2021	Deberá de instalarse cantonera móvil en las zonas más comerciales (muppys) de cada área explicando las ofertas y características de los establecimientos allí ubicados. A nivel digital, mediante bluetooth, cada establecimiento deberá estudiar como poder captar el móvil de la persona que circula en las inmediaciones de su negocio para enviárselo un reclamo (oferta, descuento, productos temporales, etc...). Por otro lado, la obtención de una base de datos de clientes de cada zona e de cada comercio (autorización a poder dirigirse al cliente) deberá ser utilizada para comunicarse con dichos contactos de forma periódica en una campaña mediante una campaña organizada y planificada.
1. Mejoras organizativas, comunicación y dinamización	Formación comercial y digital	1.7 Fomento de la educación reglada en materia comercio en aras a incrementar la profesionalidad de sus actores	50.000	2020 (implantación constante)	Fomentar la profesionalización del perfil del comerciante y profesional de restauración desde la educación reglada, de modo que se convierta en una salida laboral atractiva y se potencie dotándolo de contenido formativo (habilidades comerciales, competencias digitales pertinentes, idiomas, atención al público, merchandising, Omnicanalidad, etc...). Se incluirá un curso o módulo referente al trato adecuado a mantener en la atención a personas discapacitadas tanto en el ámbito físico como mental y colectivos específicos como las personas mayores con otro tipo de hábitos o preferencias de modo de compra.
1. Mejoras organizativas, comunicación y dinamización	Formación comercial y digital	1.8 Formación en logística y gestión digital para los comercios	100.000	2021	La realización de estos cursos puede estar organizados por las diferentes asociaciones y organizaciones empresariales de la ciudad para los comerciantes. Resulta interesante la organización a nivel de inventarios, auditorías internas de producto, comunicación con proveedores, gestión de stocks, facturación, estadísticas de ventas sobre producto, etc.... Siendo interesante recordar a los comerciantes durante los mismos especificar a los usuarios sus derechos como consumidores on line al igual que cuando se hace una compra off line. Muy importante, que estos cursos sean rápidos (dentro de su amplitud de contenido), específicos y con una frecuencia periódica a lo largo del año. El horario de los mismos deberá ser fuera de la jornada comercial, salvo excepciones general mente son mejor aceptadas; media día o primeras horas de la mañana (8 a 10h)

TIPO	SUBTIPO	PROPUESTA	IMPORTE	PLAZO	DESCRIPCIÓN
1. Mejoras organizativas, comunicación y dinamización	Formación comercial / digital	1.9 Formación en especialización de producto	100.000	2021	De forma similar a la propuesta anterior, la realización de estos cursos puede estar organizados por las diferentes asociaciones y organizaciones empresariales de la ciudad para los comerciantes. Resulta interesante la organización a nivel sectorial; bienes diarios, equipamiento personal, equipamiento del hogar y otros productos de compra específica. Muy importante, que estos cursos sean rápidos (dentro de su amplitud de contenido), específicos y con una frecuencia periódica a lo largo del año. El horario de los mismos deberá ser fuera de la jornada comercial, salvo excepciones generalmente sea mejor aceptadas; mediodía o primeras horas de la mañana (8 a 10h)
1. Mejoras organizativas, comunicación y dinamización	Dinamización del comercio	1.10 Desarrollo a modo de pilotaje de proyectos de referencia BID's	200.000	2021	La organización que surge de la asociación Zaragoza Centro lleva unos años desarrollando sus actividades en pro de conseguir que las gestiones del BID que tienen organizado adquieran rango oficial. Creemos que es muy interesante desarrollar y potenciar, a modo de pilotaje, las actividades de este BID (por ser el más avanzado de la ciudad) y tratar de expandir el modelo a otras zonas de la ciudad con igual intensidad. En el análisis descriptivo realizado (encuesta a comerciantes) nos indicaban que 4 de cada 10 comerciantes estaba de acuerdo en participar en uno de ellos si se constituyera (más del 50% en zona centro y Delliadas). Creemos que, a priori, existen unas dificultades previas de organización y estructuración costosas de lograr, pero una vez conseguidas, los resultados pueden ser muy óptimos.
1. Mejoras organizativas, comunicación y dinamización	Dinamización del comercio	1.11 Programa del fomento de comercio de proximidad, ocupación de aceras y ferias callejeras	-	2021	El Ayuntamiento deberá actualizar la ordenanza municipal de ocupación y usos de la vía pública y la ordenanza fiscal para exonerar del pago a los comercios que hagan uso de tal posibilidad (regulación abasamiento) y promoverla como una medida municipal de ayuda al pequeño comercio para la promoción de sus productos (algo similar a la campaña de terrazas, que posteriormente se enumera en el desarrollo urbanístico igualmente). Obviamente exigiendo unas condiciones mínimas de estilo y orden.
1. Mejoras organizativas, comunicación y dinamización	Dinamización del comercio	1.12 Desregulación de la legislación local de cara a favorecer la implantación de nueva oferta comercial	-	2021-2022	A nivel municipal, creación de un departamento especializado en licencias exprés, ampliaciones de licencias comerciales y cambios de usos, que puedan asesorar para las nuevas aperturas. El IAE es gratuito para comercios minoristas con facturación inferior a un millón de euros (BOF 26 de Diciembre de 2019). La liberalización del IAE podría llevar a una baja especialización del comercio, creemos que esto sería un riesgo pues si bien es interesante la existencia de una oferta complementaria en la venta de productos. La excesiva diversificación puede llevar a una pérdida de la notoriedad de los establecimientos como especializados por la pérdida de especialización de sus empleados.
1. Mejoras organizativas, comunicación y dinamización	Dinamización del comercio	1.13 Reestructuración del horario comercial	-	2020 en adelante	Es necesaria una concienciación de los comerciantes sobre la necesidad de ampliar su horario hacia horarios más alternativos, estudiar los perfiles de su target de clientes y adecuarse a ellos. Por ejemplo, sábados tarde, aperturas a mediodía, festivos, cierres tardíos, etc... al final se trata de analizar los volúmenes de venta y actuar acorde a ellos. Eso sí, con una fuerte labor de comunicación y con una apuesta inicial por parte del comerciante, tanto a nivel individual como preferiblemente a nivel colectivo: zonal, apostar por un año y observar resultados.

TIPO	SUBTIPO	PROPUESTA	IMPORTE	PLAZO	DESCRIPCIÓN
1. Mejoras organizativas, comunicación y dinamización	Dinamización del comercio	1.14 Facilidad traslado o creación de segundos establecimientos a comercios ya establecidos	-	A partir segundo semestre 2021	La posibilidad de creación de una bonificación fiscal (por un tiempo limitado) para segundas aperturas de comercios ya establecidos, podría ser un aliciente para éstos. A través de las asociaciones, podrían ser ofrecidos locales vacíos a sus comerciantes asociados. Una vez establecida y consolidada la primera inversión, resulta más sencillo (sobre todo si el comerciante tiene un carácter emprendedorista) llevar a cabo una segunda apertura, esto beneficiaría a la ciudad por el desarrollo comercial de la misma y para el propio comerciante o profesional de restauración por encontrar un "empujón" a su iniciativa. Para esta iniciativa, resulta imprescindible la realización de un censo de locales vacíos, que recoja las características de estos. La ayuda consistiría en recibir un tratamiento especial en tasas municipales.
1. Mejoras organizativas, comunicación y dinamización	Dinamización del comercio	1.15 Programa de ayuda a la transmisión de negocio: relevo generacional, empleados o emprendedores (junto con Confederación Española de Comercio). Formativa	30.000	A partir segundo semestre 2021	Sería interesante llevar a cabo un programa formativo o elaborar un manual que explique los pasos a enseñar por parte de la persona que va a dejar el negocio, tanto a actuales empleados que vayan a regentar el negocio como a nuevos empresarios como al propio relevo puro generacional. Esto suele facilitar el acceso a empleo de la gente más joven y facilitar igualmente la apertura a las nuevas tendencias de desarrollo. Si lo enlazamos con la propuesta de profesionalizar al comerciantes y de fomentar su especialización en producto, podremos obtener un salto cualitativo en el desempeño directivo de los establecimientos.
1. Mejoras organizativas, comunicación y dinamización	Dinamización del comercio	1.16 Dinamización de Mercados y pasajes comerciales	3.000.000	2021-2025	Apoyo de subvenciones para la regeneración de las zonas comunes. Reparto de todos los puestos. Ayuda a la renta de alquiler. Intervención en los puntos de contacto con el espacio público: fachadas, accesos, etc., aumentando su visibilidad y legibilidad y mejorando la escena urbana. Implantación de usos alternativos que complementen a los comercios existentes: hostelería, almacenes de reparto de última milla, taquillas temporales. Incorporación de los mercados a los procesos de digitalización para mejorar su competencia frente al comercio on-line, las grandes superficies y los hipermercados, incorporando herramientas que faciliten el consumo, la logística y el reparto. Para la gestión del sistema, ver medida de digitalización de los comercios y del entorno urbano. Fomentar la creación de nuevos puestos comerciales centrados en la agroecología, la huerta zaragozana y los productos de denominación de origen de Aragón.
1. Mejoras organizativas, comunicación y dinamización	Dinamización del comercio	1.17 Aprovechamiento de los mercadillos para dinamizar comercialmente algunas zonas concretas	1.000.000	2021-2025	Se propone la celebración de dicho mercadillo otro día de la semana por la tarde en lugar distinto al de su celebración domingos y miércoles, por ejemplo en las inmediaciones del Mercado de Valdespartera, con objeto de incrementar la actividad comercial de los establecimientos allí situados. Aunque no han sido consultados, los comerciantes no sedentarios suelen recibir con agrado la celebración de un nuevo mercadillo vespertino, pues normalmente al realizarse solamente en horario matinal, de ese modo contarían con un día más de venta.

TIPO	SUBTIPO	PROPUESTA	IMPORTE	PLAZO	DESCRIPCIÓN
1. Mejoras organizativas, comunicación y dinamización	Investigación continua	1.18 Realización de estudios continuos de investigación	60.000	A partir segundc semestre 2021	Tanto desde organismos públicos como desde cada asociación de forma particular, necesitan llevar a cabo estudios periódicos en lo referente a cualquier actuación que se produzca en el proceso comercial; porcentajes de compra off line vs on line, medios de transporte utilizados, preferencias de tipologías de producto, etc.... Sería interesante la realización de un estudio tracking b mensual que analizara las posibles variaciones que se produjeran en la sociedad residente en Zaragoza, especialmente por las nuevas inauguraciones que se han producido (Torre Outlet) o se van a producir a corto plazo (Costco), por analizar igualmente el efecto que la pandemia Covid 19 puede producir en la sociedad (menor número de compras personales o vuelta a la normalidad), en los comerciantes y profesionales de restauración (cierres, mantenimiento estático, transformación digital, etc....) y en los cambios tecnológicos que puedan venir en un plazo no lejano (internet de las cosas, compras digitales automatizadas, nuevos medios de reparto por drones, etc....).
1. Mejoras organizativas, comunicación y dinamización	Investigación continua	1.19 Realización de Plan Local de Equipamientos Comerciales de Barrios Rurales de Zaragoza	200.000	A partir segundc semestre 2021	Se presenta como propuesta de actuación la realización de un análisis pormenorizado de igual semejanza al realizado con el resto de barrios urbanos de la ciudad. Incidiendo en posibles necesidades o casuísticas de los mismos (Análisis de la demanda; hábitos y lugares de compra habitual off line y digital. Análisis de la oferta; oferta existente, compaginación con la posibilidad de comercio ambulante, etc. Diagnóstico y propuestas de actuación concretas.
2. Propuestas urbanas	Actuaciones Iniciales	2.1 Plan director que establezca las directrices generales que han de cumplir las galerías comerciales urbanas de la ciudad	150.000	2021	Esse plan director debería establecer una propuesta conceptual global y las cuestiones a que se debería tratar en el proyecto de cada Galería Urbana Comercial . No se trata de determinar cómo se han de solucionar los diferentes aspectos (mobiliario, terrazas, pavimentación, etc.) sino precisamente determinar qué aspectos hay que tratar. Además, este plan director determinará la caracterización que ha de tener cada una de las galerías, la definición precisa de su ámbito, o posibles sinergias con otros equipamientos y actividades. El carácter puede referirse a cuestiones temporales (Zaragoza histórica, modernista, moderna), geográficas (el Ebro, el Huerva, el Canal, los Pinares de Venecia), o a actividades características del área (la Huerta, la Universidad, el deporte, etc.). La determinación del carácter de cada Galería ha de consensuarse con los diferentes agentes locales (asociaciones de vecinos de los barrios, de comerciantes, etc.). Este plan director puede ser objeto de un concurso público, o de un convenio con titulaciones de diseño y arquitectura, para garantizar la calidad de las propuestas.
2. Propuestas urbanas	Actuaciones Iniciales	2.2 Coordinación con Plan de Movilidad Urbana Sostenible	15.000	2021	Coordinación con Plan de Movilidad Urbana Sostenible que revise en qué zonas y con qué alcance es posible reordenar el tráfico. Esta reordenación es necesaria para poder generar supermanzanas (unidades de grandes dimensiones separada por calles arteriales para el tráfico rodado, con una estructura viaria interior diferente a la tradicional), delimitar áreas ambientales (zonas en las que los peatones y la calidad ambiental disfrutan de clara prioridad), peatonalizar calles, semi peatonalizar mediante elevodo de calles a "cota 0", pacificar vías rodadas, eliminar carriles de circulación para aumentar ancho de aceras, generar, eliminar o reordenar espacios de aparcamiento, construir nuevos carriles bici, o realizar ajustes de recorridos y de posición y nombre de paradas de redes de transporte público.

TIPO	SUBTIPO	PROPUESTA	IMPORTE	PLAZO	DESCRIPCIÓN
2. Propuestas urbanas	Actuaciones Iniciales	2.3 Realización de Proyectos de Urbanización Integral	1.500.000	2021-2022	Redacción de un Proyecto de Urbanización Integral que abarque la totalidad de los elementos que conforman el espacio público. Estos proyectos se redactarán siguiendo las directrices tanto del plan conceptual global como del estudio de movilidad, y contribuirán a dotar a la galería comercial de la identidad definida en el plan director. Es importante la coordinación de los diferentes Proyectos, para garantizar a la vez la identidad unitaria y la coherencia del conjunto. El nivel de detalle de los proyectos será aquel que permita tanto la obtención de licencias municipales como la consecución de los mismos. Los Proyectos de Urbanización Integral recogerán todas las actuaciones físicas (escena urbana, accesibilidad y logística y aparcamiento, de 2.8 a 2.20) para garantizar la unidad del resultado.
2. Propuestas urbanas	Actuaciones Iniciales	2.4 Peatonalizaciones temporales	480.000	2021 y siguientes	Peatonalizaciones temporales en determinadas fechas (festivos, fines de semana, verano, períodos de emergencia sanitaria, etc.), realizadas con elementos provisionales, fácilmente reversibles, que no impliquen ni la redacción de proyectos ni la ejecución de obras: mobiliario, bolaridos, señalética en suelo, etc. de tal manera que se puedan retirar para revertir la calle a su situación original. Estas actuaciones aumentan el tránsito peatonal, reactivando el comercio. A su vez, dotan a espacio público de cierto carácter festivo, que anima la vida urbana y estimula el comercio.
2. Propuestas urbanas	Actuaciones Iniciales	2.5 Peatonalizaciones "provisionales", (urbanismo táctico)	360.000	2021-2026	El plan de movilidad establecerá una serie de modificaciones en la vía pública. Durante el proceso de redacción de los proyectos, o antes de su ejecución, se realizarán cambios en las circulaciones en una primera fase, mediante actuaciones blandas. Es decir, sin modificar físicamente la sección de la vía, mediante cambio de pintura de señalización, colocación de bolaridos, jardineras, etc. Esta peatonalización provisional también se puede aplicar a calles que presentan períodos u horarios de escaso tráfico rodado, durante el cual pueden convertirse en espacios peatonales, mediante la activación de bolaridos automáticos.
2. Propuestas urbanas	Actuaciones Iniciales	2.6 Refuerzo de limpieza de calles	2.400.000	2021 y siguientes (2026)	Refuerzo de las labores de limpieza municipales de las principales calles comerciales de la ciudad para mejorar las condiciones de salubridad y seguridad, y la imagen de la escena urbana.
2. Propuestas urbanas	Galería Urbana Comercial	2.7 Crear en cada barrio, si la densidad comercial lo permite, una Galería Urbana Comercial	-	2021-2026 para la totalidad de las actuaciones y las galerías	Este concepto es más amplio que el de eje o calle comercial, y está basado en el concepto de paseo o experiencia de compras. En la memoria de análisis urbano se describen sus características principales. Supone la creación de un conjunto urbano con identidad propia y unidad de imagen: señalética, mobiliario, luminarios, papelerías, macetas, pavimentos, terrazas de restauración, etc., diseñados en función del carácter propio del barrio o zona. Esta medida agrupa otra serie de medidas recogidas en este documento, que deben realizarse para la creación de estas Galerías. Son las siguientes, en orden de ejecución: 2.1 Plan director que establezca las directrices generales que han de cumplir las galerías comerciales urbanas de la ciudad. 2.2. Realización de Estudio de Movilidad. 2.3 Realización de Proyectos de Urbanización Integral. 2.5 Peatonalizaciones "provisionales" (durante el proceso de redacción de los proyectos del punto 2.3). El conjunto de medidas propuestas referentes a escena urbana, logística y aparcamiento, activación comercial, y sinergias, aunque pueden abarcar la totalidad de las juntas, están orientadas al desarrollo de estas Galerías comerciales urbanas. Siempre que sea posible, se realizará la inclusión de itinerarios culturales en las Galerías, poniendo en valor acontecimientos, lugares o personajes relacionados con la Galería. Esto permite incrementar la singularidad y los rasgos distintivos de cada Galería, destacando los rasgos intrínsecos de cada una de ellas y construyendo sus elementos diferenciados a partir de elementos auténticos.

TIPO	SUBTIPO	PROPUESTA	IMPORTE	PLAZO	DESCRIPCIÓN
2. Propuestas urbanas	Escena Urbana	2.8 Creación de supermanzanas	-	2021-2023	Podemos definir las supermanzanas como unidades urbanas de grandes dimensiones delimitadas por calles arteriales para el tráfico rodado, con una estructura viaria interior diferente a la tradicional, de tal manera que no se admita circulación de paso que lo atraviese. De este modo, los coches que penetran en el interior de estos ámbitos son únicamente para residentes, carga y descarga, y seguridad y emergencias. Así, se garantiza que todos los servicios están cubiertos, reduciendo el espacio necesario para la circulación de tráfico rodado, destinándolo al peatón. La viabilidad y la delimitación de las supermanzanas ha de ser previamente verificada por los estudios de movilidad (2.2) y puede implicar la redacción de proyectos de urbanización, o simplemente con medidas de urbanismo táctico.
2. Propuestas urbanas	Escena Urbana	2.9 Mejora de aceras, cambio de pavimento	21.600.000	2021 (vías en mal estado y comienzo de Galerías) hasta 2026 (Galerías comerciales)	Algunas de las calles comerciales principales de los barrios, especialmente en barrios periféricos, se encuentran en mal estado de conservación, lo que puede originar problemas de seguridad (desnivel, resbaladizo, desperfectos) y de degradación de la imagen de la escena urbana, desincentivando el tránsito peatonal, y disminuyendo, por tanto, las compras. En otras calles, estas deficiencias se dan también en la calzada, originando problemas de seguridad en la circulación. Por otra parte, hay vías en galerías urbanas que, aun encontrándose en buen estado y sin necesitar cambio en su sección viaria, requerirán una modificación de su pavimento para adecuarlo a la propuesta integral de escena urbana. La mejora en las vías que comunican los diferentes barrios urbanos favorecerán su conectividad.
2. Propuestas urbanas	Escena Urbana	2.10 Implantación terrazas en aceras o áreas peatonales	500.000	2021 y siguientes (2026)	Favorecer la implantación de terrazas mediante el aumento de superficie destinada a este uso, y la rebaja de canon para mitigar impacto de crisis COVID-19 en la hostelería. Estudiar las dimensiones y ubicación de estas terrazas para garantizar que no ocupen el espacio necesario para el tránsito, el paseo o la contemplación de escaparates. Para ello, se plantea la posible utilización de espacio destinado a plazas de aparcamiento. En los casos de peatonalizaciones temporales (medida 2.4) podrá aumentarse también las superficies destinadas a terrazas. Utilización de una imagen unitaria y que refuerce la identidad de la galería. Se propone también rebaja de canon por ocupación del dominio público para la reserva de espacio ante hotel autorizada.
2. Propuestas urbanas	Escena Urbana	2.11 Planes de plazas	1.100.000	2021	Identificación de las plazas existentes o próximas al ámbito de cada Galería Urbana Comercial. Estudio de las condiciones físicas de esta plaza. Incorporación de las posibles mejoras de escena urbana a los Proyectos de Urbanización Integral. Estudio de las actividades temporales que se realizan en estas plazas, y propuestas de nuevas actividades, comerciales (mercadillos) o de otro tipo (culturales, lúdicas, etc.) con las que establecer sinergias.
2. Propuestas urbanas	Escena Urbana	2.12 Mobiliario Urbano, unificación y tematización de bancos, papeleras y señalética	1.850.000	2021-2025	En los casos en los que no se realizan Galerías Comerciales, renovar y unificar el mobiliario urbano. Analizarán lo referido a bancos, papeleras, bolardos, señalética, aparcaabicis, etc. En el resto de casos, se deberán recoger las directrices establecidas en el Plan Director de Galerías comerciales urbanas, desarrolladas en los Proyectos Integrales de Urbanización, según la imagen global de barrio o Galería Urbana Comercial. Se incrementará la dotación de mobiliario (especialmente de bancos) que permitan aumentar la superficie de zonas de estancia, tras la reordenación del tráfico por la implementación del sistema de súper-manzanas o la ejecución de peatonalizaciones.

TIPO	SUBTIPO	PROPUESTA	IMPORTE	PLAZO	DESCRIPCIÓN
2. Propuestas urbanas:	Escena Urbana	2.13 Iluminación, refuerzo de instalación existente y renovación de tipo de luminaria	1.000.000	2021-2025	Refuerzo de la instalación en aquellas calles o plazas con iluminación insuficiente, para mejora de seguridad y escena urbana. Unificación de luminarias según imagen global de barrio o Galería Urbana Comercial. Luminarias regulables según horario, época del año, ahorro energético o eventos puntuales. La medida comprende no solo la infraestructura física, sino también un componente digital, según los parámetros de la "Smart city" que se describe en el apartado de Medidas de digitalización de los comercios y del entorno urbano (medida 3.10)
2. Propuestas urbanas:	Escena Urbana	2.14 Acondicionamiento, renovación de zonas verdes existentes y creación de nuevas zonas verdes	2.100.000	2021-2024	Identificación de espacios que presentan acondicionamiento insuficiente o deficiente. Identificación de vías cuyo acondicionamiento puede contribuir a la articulación de la infraestructura verde de Zaragoza, y a su conexión con las Galerías. Elección de estrategias de plantación y acondicionamiento que fomenten las especies autóctonas para disminuir los costes de riego y mantenimiento. Integración de la propuesta de acondicionamiento con la imagen de la Galería Urbana, tanto en lo referente a las especies vegetales como en la elección del mobiliario urbano (alcornoques, jardineras, maceteros). (previamente hay que realizar estudios y proyectos)
2. Propuestas urbanas:	Accesibilidad	2.15 Eliminación de barreras arquitectónicas urbanas	200.000	2021-2022	Eliminación de bordillos en pasos peatonales, creación de itinerarios accesibles en calles, plazas y parques
2. Propuestas urbanas:	Accesibilidad	2.16 Eliminación de barreras arquitectónicas en locales comerciales	300.000	2021-2023	Elaboración de un catálogo de soluciones tipificadas que puedan responder a la mayoría de los casos de barreras arquitectónicas, que se pueda poner a disposición de los comerciantes. Eliminación de barreras arquitectónicas en los accesos a locales mediante acceso a su buvención municipal de un porcentaje de la inversión (50%) a título individual del comerciante.
2. Propuestas urbanas:	Logística y aparcamiento	2.17 Dotación de plazas de carga y descarga reguladas	90.000	2021-2023	Identificación de las necesidades de plazas de carga y descarga, tanto de reparto a comercios, como para repartos de Última Milla (ecommerce), localizando puntos estratégicos con superficie suficiente y capacidad de servir al mayor número posible de comercios. Identificación de zonas en las que no hay espacio para carga y descarga, en cuyo caso, previsión de plazas de aparcamiento en zona azul/naranja para parada gratuita corta (15 minutos) de reparto de ecommerce previa reserva on-line. Señalización de espacios destinados a carga y descarga. Incorporación de la gestión de las plazas de carga y descarga en la Concesión del sistema de movilidad y aparcamiento de Zaragoza. Analizar posible excepcionalidad en reparto de sectores concretos con necesidad de mayor tiempo para carga y descarga (muebles, etc...) La medida comprende no solo la dotación física de plazas, sino también su gestión digital, que permita optimizar su uso, según los parámetros de la "Smart city" que se describe en el apartado de Medidas de digitalización de los comercios y del entorno urbano (medida 3.11). Implantación Plataforma digital o App de gestión de plazas, mediante detección de plazas libres y comunicación de ocupación de plaza durante un tiempo máximo de 30 minutos. Sistema de gestión por parte de Concesionario de plazas de estacionamiento regulado. Utilización de Disco Físico en zonas sin estacionamiento regulado. Mantener la autorización actual de plazas de carga y descarga en zonas de aparcamiento en zona azul/naranja para parada gratuita corta (15 minutos) de reparto de ecommerce.

TIPO	SUBTIPO	PROPUESTA	IMPORTE	PLAZO	DESCRIPCIÓN
2 Propuestas urbanas	Logística y aparcamiento	2.18 Creación de áreas de aparcamiento para vehículos de movilidad personal o de alquiler	420.000	2021-2026, en paralelo al desarrollo de las galerías comerciales, con seguimiento de la evolución de este tipo de transporte	Se propone la creación de zonas reguladas, numerosas y de tamaño reducido, claramente identificables y bien conectadas tanto con carriles bici y vías pacificadas, como con las Salerías comerciales urbanas y las vías comerciales más importantes de cada barrio. En su señalización y mobiliario urbano, se debería seguir las directrices del plan de caracterización e imagen del Plan Director y recogidas en los Proyectos de Urbanización. Preferentemente se ubicarán en locales vacíos, que se acondicionarán, se equiparán con medidas de seguridad y mobiliario para aparcar los vehículos. Se ha incluido un coste para el alquiler de estos locales.
2 Propuestas urbanas	Logística y aparcamiento	2.19 Implantación de Taquillas de Almacenamiento Temporal (Lockers)	450.000	2021-2026	Para facilitar estas tareas de logística y reparto, se propone la implantación de taquillas de almacenamiento temporal en puntos estratégicos de las galerías comerciales o de las vías comerciales principales urbanas que flexibilizan los procesos de entrega, ampliando y adaptando los horarios. El tránsito a estas taquillas genera además un flujo peatonal, que contribuye a reactivar el comercio. La imagen y estética de las taquillas se alineará con la imagen y carácter del barrio o Galería Comercial. En función del tipo de taquilla y disponibilidad de espacio, podrán ubicarse en el espacio público o, preferentemente, en locales vacíos (ver medida 2.21). Para la gestión del sistema, ve: medida de digitalización de los comercios y del entorno urbano 3.4. Preferentemente se ubicarán en locales vacíos, que se acondicionarán, se equiparán con medidas de seguridad y el mobiliario de las taquillas. Se ha incluido un coste para el alquiler de estos locales. En caso necesario, se dispondrán plazas de aparcamiento gratuito de corta duración (10 minutos), junto a los locales, para recogida de paquetería.
2 Propuestas urbanas	Logística y aparcamiento	2.20 Mejorar la dotación de aparcamientos en las calles del Área Comercial	2.000.000	2021-2026	Identificación de aparcamientos existentes en cada zona (públicos, privados, en superficie). Creación de nuevas áreas de estacionamiento regulado, nuevos aparcamientos subterráneos, en solares vacíos (temporales o permanentes), en locales comerciales vacíos (ver medida 2.21) en planta calle o aparcamientos para vehículos de movilidad personal. Aparcamientos disuasonos entre tercer y cuarto cinturón para desplazamiento hasta centro de ciudad en transporte público. En el presupuesto consignado no se han previsto actuaciones de nuevos aparcamientos subterráneos de promoción pública. Convenios de convalidación de tiempos de aparcamiento, en aparcamientos públicos, privados o en zona regulada (zona azul o naranja) con importes de compra en comercios locales, a través de plataformas de interacción.

TIPO	SUBTIPO	PROPUESTA	IMPORTE	PLAZO	DESCRIPCIÓN
2. Propuestas urbanas	Activación comercial	2.21 Plan de activación de locales vacíos	1.200.000	2021-2026	<p>El plan de activación abarca diferentes actuaciones:</p> <p>En primer lugar, la recuperación de actividad a partir de actividad existente: favorecer el duplicar un mismo comercio en dos barrios diferentes, ocupando un local vacío; cesión de uso de escaparates a comercios cercanos. Estas medidas se pueden apoyar de la siguiente manera: financiar, a través de subvención directa otorgada por el Ayuntamiento, parte de la renta de alquiler del local, durante los primeros años de actividad; facilitar el proceso de tramitación de licencias del traslado del comercio al local vacío; posibles incentivos fiscales en los primeros años de actividad. Ya mencionado en propuestas anteriores.</p> <p>En segundo lugar, con la creación de nuevas actividades: que podrían ser de ámbito social (uso de locales para fines sociales que permitan mantener ese "contacto" de bajos abieros) y de ámbito urbanístico comercial como la implantación de aparcamientos en locales vacíos no comercializables por su gran tamaño (ver medida 2.20). Implantación de aparcamientos de vehículos de movilidad personal (ver medida 2.18). Implantación de taquillas de almacenamiento temporal para labores de logística y reparto (ver medida 2.15).</p> <p>Implantación de pequeños almacenes de reparto de Última Milla. En caso necesario, se dispondrán plazas de aparcamiento gratuito de corta duración (10 minutos), junto a los locales, para recogida de paquetería.</p>
2. Propuestas urbanas	Activación comercial	2.22 Extensión de las tiendas hacia la calle	600.000	2021 (difusión) hasta 2026 (implantación)	<p>Colocación de escaparates, maniqués, muestras de producto en el exterior de las tiendas (como ocurre en la actualidad en algunos comercios de alimentación o floristerías), para incentivar el consumo y dinamizar la escena urbana. Algo similar se propone con la ampliación de días de autorización a la restauración para "trasladar" su servicio fuera de la calle como una "incubación" al consumo (si bien es interesante recordar la necesidad de análisis e las condiciones higiénico-sanitarias).</p> <p>Identificación de las vías en las que esta medida puede ser más efectiva, tanto por sus dimensiones como por la continuidad y características de los frentes comerciales.</p> <p>Adecuación urbanística de las aceras para favorecer donde sea posible dichas implantaciones.</p> <p>Campaña de difusión de esta actividad entre comerciantes, profesionales de restauración y consumidores.</p> <p>Rebaja del canon de ocupación de vía pública.</p>
2. Propuestas urbanas	Activación comercial	2.23 Favorecimiento de las condiciones para la celebración de mercadillos	1.500.000	2021-2026	<p>Mejora de las condiciones urbanas de los mercadillos existentes.</p> <p>Identificación de espacios propicios para la celebración de mercadillos.</p> <p>Apoyo a las asociaciones de comerciantes en la organización de las primeras celebraciones de nuevos mercadillos.</p> <p>Ejecución de peatonalizaciones temporales que liberen del tráfico rodado al espacio público (ver medida 2.4).</p> <p>Adecuación de los espacios urbanos donde se celebran mercadillos estables a lo largo de todo el año y de las nuevas zonas propuestas a las condiciones de escena urbana, salubridad y seguridad necesarias: regulación de tráfico, iluminación, electricidad, dotación de sanitarios, saneamiento, agua, etc.</p>

TIPO	SUBTIPO	PROPUESTA	IMPORTE	PLAZO	DESCRIPCIÓN
3. Digitalización comercial	Programas de familiarización con el mundo digital y planes de digitalización comercial	3.1 Programa para impulsar la digitalización	100.000	2021	La formación respecto a las ventajas operativas que puede tener el empresario gestionando su negocio con medios digitales es básica pues muchas veces ni el propio empresario es consciente de las ventajas que podría obtener en tiempos, ahorros económicos y mejoras de gestión. Del mismo modo, la iniciativa de estar en redes y poder vender de forma digital, guarda una consonancia similar. Es necesaria la realización de eventos y jornadas formativas sectoriales (junto con las organizaciones empresariales y asociaciones) que muestren de forma rápida y clara la necesidad de estar al día en estas temáticas.
3. Digitalización comercial	Programas de familiarización con el mundo digital y planes de digitalización comercial	3.2 Comercios domésticos y gestión comercial, escaparates virtuales	500.000	2021 (constante)	Por parte de empresas externas, especialistas en domótica, deberán mostrar al tejido comercial las ventajas de gestión que pueden tener si tienen su establecimiento digitalizado (control de alarmas, cámaras de presencia constante cuando no está el empresario, gestión económica a distancia, etc....).
3. Digitalización comercial	Programas de familiarización con el mundo digital y planes de digitalización comercial	3.3 Tres líneas de actuación estratégica, digitalización básica, intermedia y avanzada	1.000.000	2021 (continuo) hasta 2026	Estrategias de digitalización básica (pequeños negocios). Formación a los comerciantes en materia digital, adecuando los contenidos de esta formación a sus necesidades concretas. Fomentar como canal de comunicación con su clientela actual o potencial, el uso del WhatsApp: Puede servir como punto de contacto o también para la realización de pedidos. Presencia en redes sociales, a través de la creación de páginas propias del negocio en Facebook. Estrategias de digitalización intermedia. Creación de una plataforma dinámica (página web y/o app) para la difusión, localización y promoción de la oferta comercial, de servicios y hostelería agrupados por áreas/zonas. Esta plataforma tendrá como foco los ciudadanos y visitantes, consumidores o potenciales consumidores, y de manera accesible, atractiva y cercana difundir tanto a la información de actividades/dinamizaciones que tengan lugar en el área como los datos relevantes de todos los servicios profesionales, comercios y hostería de este barrio/zona, su localización geográfica, su descripción/fortalezas, sus ofertas... Estrategias de digitalización avanzada. Ayudas específicas para la suscripción a un Marketplace en el que tengan cabida todos los comercios que quieran vender por internet pero no tengan medios para hacerlo individualmente. Que permita al consumidor la búsqueda por productos y/o por áreas/ zonas geográficas de Zaragoza. Además de la recepción de ayudas para formación en la gestión diaria de pedidos /reservas que le lleguen a través del Marketplace y de la comunicación con su clientela por este canal digital.
3. Digitalización comercial	Programas de familiarización con el mundo digital y planes de digitalización comercial	3.3 b Favorecer mediante formación y apoyo la presencia en Marketplaces de los comercios inter-esados		2021-2025	Favorecer la participación de los comercios en los Marketplaces, tanto en los existentes como en los de nueva creación. Formación inicial y apoyo para la gestión y actualización de la oferta mostrada, y para la recepción y gestión de pedidos por este canal.

TIPO	SUBTIPO	PROPUESTA	IMPORTE	PLAZO	DESCRIPCIÓN
3. Digitalización comercial	Herramientas de relación digital con el cliente	3.4. Realización de una APP de relación del cliente con las Galerías comerciales urbanas	300.000	2021-2025 (implantación 2021 y mantenimiento el resto)	<p>El Punto de partida será la App Volveremos si tu vuelves (https://volveremos.app) cuyo núcleo actual se propone incorporar a la App p revista. Aunque la App será única para toda la ciudad, estará personalizada para cada Distrito Comercial e incluirá Noticias generales y Publicidad, tanto general del distrito, como de comercios y además las siguientes funcionalidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Registro de usuarios. También perfil específico para comerciantes y prestadores de servicios (por ejemplo, para el acceso a las plazas de carga y descarga de la medida 3.11) • Control de acceso a la WiFi de distrito descritas en la medida 3.8 • Información de locales (ubicación, horario, producto, por listados y mediante búsquedas). Mapa de ubicación de comercios con datos geolocalizados. Vinculación con el servicio de Escaparate digital y acceso a Marketplace si es el caso, de acuerdo a la medida 3.3b • Información sobre/funcionamiento coordinado con otros servicios: transporte (bizi, tranvía, bus, taxi, patinetes, otros) • Gestión de datos para el envío a domicilio, de acuerdo a lo previsto en la medida 3.15 y para el uso de Taquillas Inteligentes, de acuerdo a la medida 2.19 • Virtualización de la Tarjeta de Fidelización propuesta en la medida 3.5, incorporando sus funcionalidades. <p>• NOTA IMPORTANTE: Si bien la expresión de la medida es la APP, la actuación incluye trabajos de ampliación de los sistemas de información necesarios (CRM, cartografía digital, módulos de autenticación y seguridad, interfaz con otras APPs y sistemas existentes).</p>
3. Digitalización comercial	Herramientas de relación digital con el cliente	3.5. Creación de una tarjeta de fidelización virtual personalizada para cada distrito	300.000	2021-2025 (implantación 2021 y mantenimiento el resto)	<p>Facilitar una tarjeta de fidelización tanto física como virtual para los clientes del distrito. Personalizada para cada distrito</p> <p>Para ello se propone utilizar la iniciativa Volveremos si tu vuelves (https://volveremos.app) del Ayuntamiento de Zaragoza en colaboración con la Cámara de Comercio, que si bien tienen un ámbito global de toda la ciudad para su uso, permite su personalización para cada uno de los distritos comerciales.</p> <p>Volveremos si tu vuelves tiene una doble faceta: App y tarjeta física, implementada con la tarjeta LAZO del Consorcio de Transportes del Área de Zaragoza. Esto permite trabajar de manera virtual y de manera física con la tarjeta. Se propone a partir de la tarjeta una serie de servicios de incentivo (física no exhaustiva y que podrá ampliarse en el futuro).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de beneficios por compras en comercios locales en descuentos en transporte público a través de tarjeta LAZO (billete gratuito de tranvía o autobús para viaje de retorno). • Aplicación de beneficios por compras en comercios locales en minutos de aparcamiento en estacionamiento regulado. • Aplicación de beneficios por compras en comercios locales en km gratuitos de reparto de productos. • Aplicación de beneficios por compras en comercios locales en nuevas compras.

TIPO	SUBTIPO	PROPUESTA	IMPORTE	PLAZO	DESCRIPCIÓN
3. Digitalización comercial	Herramientas de relación digital con el cliente	3.6 Puesta a disposición de los comerciantes de servicios de analítica y visualización de datos de interés de actividad comercial	580.000		<p>Implantación de un cuadro de mando en tiempo real sobre el pulso comercial de la ciudad para facilitar la toma de decisiones y la co-gobernanza de las políticas de apoyo al comercio de proximidad.</p> <p>Realización de estudios basados en los datos obtenidos por las distintas fuentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> Datos provenientes del uso de la APP propuesta en la medida 3.4 Datos provenientes del uso de la Tarjeta de fidelización propuesta en la medida 3.5. Medidores de aforo, en el funcionamiento del WIFI y en los sensores propuestos en la medida 3.8 Datos provenientes del uso del Portal de Distrito propuesto en la medida 3.13. Datos provenientes de la escucha activa de redes sociales dinamizadas en la medida 3.14. Unidos a otros datos municipales (usos de zonas de estacionamiento regulado, de transporte) o externos (provenientes de compañías telefónicas o de banca). <p>Algunos indicadores podrán mostrarse en Dashboards de forma continua, y otros podrán ser periódicos u con ocasión de campañas especiales y eventos de promoción llevados a cabo en el distrito.</p>
3. Digitalización comercial	Herramientas de relación digital con el cliente	3.7 Realización de actividades de inbound marketing	300.000	A partir segundo semestre 2021	<p>A través de los análisis mencionados en la justificación de la propuesta, nos permite conocer un poco más a los potenciales usuarios y, a partir de ahí, tomar las medidas de marketing o publicitarias que nos permitan provocar la compra del cliente en nuestros comercios. Mediante el seguimiento de sus movimientos físicos, podemos adecuar la oferta de nuestros escaparates electrónicos (ver propuestas posteriores) y la publicidad en calles. Mediante los seguimientos de inbound marketing, podemos ofertar los productos buscados en la red cuando el potencial cliente lo consulta (siempre de forma anónima nunca con referencia directa a la persona).</p>
3. Digitalización comercial	Calle Comercial Inteligente	3.8 Red de comunicaciones y equipos de toma de datos de aforo y de condiciones ambientales para su uso en analítica	750.000	2021	<p>Implantación de red de comunicaciones de soporte (5G, Wifi o híbrida) en cada Galería Urbana Comercial, para dotar de acceso on-line a todos los visitantes, atraer población, recoger datos de aforos y flujos y ofrecer algunos servicios básicos digitales y publicidad.</p> <p>Implantación de red de toma de datos relevantes mediante cámaras de vídeo/sensores:</p> <ul style="list-style-type: none"> Afluencia de público (inciso generando conteos por perfiles de usuario (edad estimada, género, carros de compra, carros de bebé, etc)) Características ambientales (temperatura, luminosidad, ruido, contaminantes). <p>Apoyo a la seguridad de las medidas urbanísticas planteadas mediante el uso de videovigilancia. Estas fuentes de datos complementan las actividades propuestas en la medida 3.6</p>
3. Digitalización comercial	Calle Comercial Inteligente	3.9 Señalización Inteligente: Implantación de Señalización Aumentada mediante códigos (QR, Navilens, etc) que permita trasladar al usuario información complementaria y de Señalización Digital mediante pantallas de información y Tótems interactivos	750.000	2021	<p>Dos tipos de actuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> Para su visualización mediante el móvil: Ubicación de códigos QR/Navilens/otros en mobiliario urbano o tótems digitales con descarga de información comercial relevante del Área Comercial (plano de ubicación de locales, información de productos, datos red Wifi, zonas de niños, aparca bicis, etc) Para su visualización general: Ubicación de pantallas digitales informativas y tótems digitales interactivos con información comercial.

TIPO	SUBTIPO	PROPUESTA	IMPORTE	PLAZO	DESCRIPCIÓN
3. Digitalización comercial	Calle Comercial Inteligente	3.10 Iluminación inteligente. Configurable y reactiva a parámetros como nivel de afluencia, intensidad sonora, o iluminación ambiental	1.650.000	2021-2023	A partir de una iluminación urbana realizada con tecnología LED, dotar a la misma de elementos de control que permitan una gestión de la misma de acuerdo a: <ul style="list-style-type: none"> • Eventos programados • Reactividad a sensores: presencia, ruido del entorno, iluminación ambiental. Esta actuación se propone como complemento y mejora de la actuación propuesta en la medida 2.13
3. Digitalización comercial	Calle Comercial Inteligente	3.11 Implantación de sistemas de Gestión Inteligente de plazas de Carga y Descarga	-	2021	Implantación de un sistema de Gestión Inteligente de plazas de Carga y Descarga compuesto por: <ul style="list-style-type: none"> • En relación con los sistemas de gestión de aparcamiento regulado (zona azul/naranja). • Implantación de aplicación de uso y de monitorización. • Integrada en medida 2.17
3. Digitalización comercial	Impulso a la Presencia Digital	3.12 Redacción de la estrategia de comunicación digital de cada Distrito Comercial	90.000	2021	La estrategia de comunicación digital de Distrito propondrá unos objetivos. Además describirá las distintas actuaciones a nivel de: <ul style="list-style-type: none"> • Comunicación propiamente dicha (Canales de comunicación, herramientas a utilizar). • Formación a los comerciantes • Asistencia técnica y apoyo Proponiendo la organización y los medios (personal, funciones, etc) de los que se dotará para la consecución de los fines y que permitirán concretar para cada distrito las medidas 3.13 y 3.14
3. Digitalización comercial	Impulso a la Presencia Digital	3.13 Creación de un Portal Unificado para cada Distrito Comercial, con presencia de todos los comercios, que sirva de escaparate y de punto de inicio de interacción	600.000	2021-2025	Los servicios digitales del Portal se clasificarán en: <ul style="list-style-type: none"> • Básicos: Noticias, Escaparate Virtual, mapas de situación, datos de contacto de cada comercio, suscripción a boletines, descarga de la app de usuarios, etc., en las que participarán y serán visibles todos los comercios • Avanzados: Donde estarán incluidos aquellos comercios que lo soliciten. Estos servicios son la vinculación con Marketplaces para compra on-line, acceso a servicios de reparto a domicilio, etc. A cada comercio se le prestarán las siguientes prestaciones de acuerdo con la estrategia propuesta en la medida 3.12 • Inclusión en el Escaparate Virtual de la zona comercial, accesible desde el Portal Unificado de Distrito Comercial. • Inclusión de los datos básicos (Nombre, logotipo, descripción del comercio, horario de apertura, forma de contacto, perfiles de redes sociales, etc.) de forma geolocalizada en los distintos mapas disponibles (Portal Unificado de Distrito, pero también en Google Maps) • Favorecer la participación de los comercios en los Marketplaces tal y como se describe en la medida 3.3b
3. Digitalización comercial	Impulso a la Presencia Digital	3.14 Promover mediante programas de formación y apoyo la presencia en redes sociales (Twitter, Instagram, TIKTok, otros) a nivel de distrito y a nivel de comercio individual, de acuerdo con los distintos públicos-objetivo	250.000	2021-2025	Promover la participación de los comercios en redes sociales mediante formación y apoyo técnico y humano para la creación y operación de perfiles en Facebook, Instagram, Twitter, TIKTok, etc., y su mantenimiento, de forma ordenada y con criterio comercial De forma afianzada, proporcionar formación inicial y apoyo para la gestión de la "huella digital" de cada comercio en otros entornos más allá de las redes sociales: Gestión de comentarios en plataformas de recomendación, o Google Maps. Para ello se propone dotar a cada distrito de financiación para su dotación de personal cualificado para Community Management, asistencia técnica, así como para la creación e impartición de cursos de formación de acuerdo con la estrategia propuesta en la medida 3.12.
3. Digitalización comercial	Impulso a la Presencia Digital	3.15 Favorecer la utilización de plataformas de envío a domicilio, mediante programas de formación y apoyo	250.000	2021-2025	Favorecer la participación de los comercios en las plataformas de envío a domicilio, tanto en los existentes como en los de nueva creación. Promover el uso de plataformas de distribución locales (mensajeros, riders, etc.) Formación inicial en el uso de las herramientas implantadas y apoyo para la gestión logística.

Anexo III. Plan Director galerías comerciales Delicias y Casco histórico

(Fuente: documento del Ayuntamiento de Zaragoza “Plan Director de los Paseos Comerciales de Zaragoza, propuesta revisión 6)

DELICIAS

Escena Urbana

1. Aplicación de estrategias de creación de identidad de Paseo, mediante señalética, logotipos e iconografía.
2. Coordinación y renovación de mobiliario urbano, según imagen de marca, en ejes principales y secundarios.
3. Colocación de señalética de definición del perímetro de la galería.
4. Subvención para la unificación del mobiliario en todas las terrazas, según ordenanza vigente e imagen de marca del Paseo.
5. “Andadómetro” de referencia de distancias a otros Paseos y puntos de interés.
6. Reurbanización en intersecciones viarias en paseo Calanda y calle Unceta con calles Batalla de Clavijo, Bolivia, Graus y Padre Manjón, ganando espacios para el peatón y generando zonas de estancia.
7. Reurbanización de paseo de Calanda, modificando su sección transversal: se establecen espacios para paseo, terrazas, vegetación, aparcamiento y calzada. Nuevo tratamiento de zonas verdes, colocando parterres a cota 0.
8. Reurbanización de calle Delicias, renovando pavimentos, mobiliario, báculos de iluminación, zonas de estancia y creando zonas verdes.
9. Instalación de toldos en calle Delicias para mejorar las condiciones ambientales en la calle, disminuyendo el efecto de isla de calor.
10. Implantación de hitos de puerta de entrada a la galería.
11. Renovación de los pasajes peatonales entre calles Delicias y Pedro de Luna, mejorando sus condiciones de imagen y seguridad, incorporando luz natural. Propiedad privada, incentivar la rehabilitación mediante subvención. Instalación de cámaras de vigilancia. Integrarlo en el servicio de limpieza municipal.
12. Actuación en la plaza del Jardín Vertical. Trasladar el mantenimiento de las zonas verdes y la seguridad al Ayuntamiento. Renovación de tuberías de abastecimiento y/o saneamiento en coordinación con Infraestructura.
13. Ordenanza de regulación estética para la colocación de rótulos en fachadas de edificios.
14. Renovación de tuberías y colectores de abastecimiento y/o saneamiento en coordinación con el Área de Infraestructuras y ECOCIUDAD

Logística y aparcamiento

1. Revisión de Sistema de aparcamiento regulado, proporcionando periodos cortos de tiempo gratuito para recogida de compras, mediante programa de fidelización por compra. Ampliar zona de estacionamiento regulado al área entre calle Delicias y Vía Univérsitas.
2. Integración de plazas de carga y descarga con Sistema de aparcamiento regulado.
3. Regulación de espacios de aparcamiento de VMP (en viario público o en locales vacíos).
4. Prioridad de uso de espacio de aparcamiento como terraza de restauración.
5. Aparcamiento de logística de última milla en calles San Roque y Oriente, con implantación de aparcamiento en batería.
6. Centro de logística de última milla en mercado Delicias.
7. Ampliación de zonas de aparcamiento regulado entre calle Delicias y Vía Univérsitas.
8. Incluir cambios de eje en las calles de más de 70 m. de largo

Activación comercial

1. Subvención para activación de comercios vacíos.
2. Fomento de “tiendas en la calle” en calles Delicias, Unceta y Paseo Calanda en fechas señaladas.
3. Reforzando el carácter multicultural del barrio, celebrar ferias gastronómicas del mundo, mercadillos del mundo, etc.
4. Mejora de mercados de abastos.

Otros

1. Solucionar la plaga de palomas.
2. Refuerzo de servicio de limpieza. Es necesaria una mejora en la limpieza, no sólo en la frecuencia, sino en el tipo de limpieza, ya que es necesario que periódicamente se realice una limpieza más profunda (eliminando chicles del suelo, pintadas, etc.)
3. Solución de patología de impermeabilización sobre equipamiento municipal subterráneo bajo jardín vertical.
4. Soterramiento de contenedores de basuras.
5. Creación de recorridos culturales: hitos históricos, lugares característicos, “historia menor”, etc.

Branding



Barrio dinámico y vivo
Amanecer de la ciudad
Pájaros y flores de sus parques
Actividad en la calle
Transeúntes que vienen y pasean

Delicias de mis amores, deliciosa mezcla de culturas. Siempre
acoge al foráneo y lo hace propio.
Iconografía que aporta variedad de actividades al Paseo.

ZARAGOZA ESENCIAL (Casco histórico)

Escena Urbana

1. Aplicación de estrategias de creación de identidad de Paseo, mediante señalética, logotipos e iconografía.
2. Coordinación y renovación de mobiliario urbano, según imagen de marca, en ejes principales y secundarios.
3. Colocación de señalética de definición del perímetro de la galería.
4. Subvención para la unificación del mobiliario en todas las terrazas, según ordenanza vigente e imagen de marca del Paseo.
5. “Andadómetro” de referencia de distancias a otros Paseos y puntos de interés.
6. Renovación de pavimentos en mal estado e integración con pavimentos de plazas.
7. Reurbanización a cota 0 en el eje calles Mayor–Espoz y Mina-Manifestación.
8. Reurbanización a cota 0 en eje calles San Jorge–Méndez Núñez–Torre Nueva.
9. Instalación de toldos en plaza José Sinués y Plaza Sas para mejorar sus condiciones ambientales, disminuyendo el efecto de isla de calor.
10. Instalación de toldos en la calle José Pellicer-Ossau para mejorar sus condiciones ambientales, disminuyendo el efecto de isla de calor.
11. Prolongación de arbolado en continuación de calle Don Jaime hasta encuentro con calle Echegaray.
12. Exposiciones virtuales temporales para el tratamiento de las medianeras.
13. Renovación de tuberías y colectores de abastecimiento y/o saneamiento en coordinación con el Área de Infraestructuras y ECOCIUDAD.
14. Revisión de la ordenanza de regulación estética para la colocación de rótulos en fachadas de edificios.

Logística y aparcamiento

1. Revisión de Sistema de aparcamiento regulado, proporcionando periodos cortos de tiempo gratuito para recogida de compras, mediante programa de fidelización por compra.
2. Integración de plazas de carga y descarga con Sistema de aparcamiento regulado.
3. Regulación de espacios de aparcamiento de VMP (vehículos de movilidad personal) en viario público o en locales vacíos.
4. Prioridad de uso de espacio de aparcamiento como terraza de restauración.
5. Implantación de cámaras de reconocimiento de matrícula para control de acceso.

6. Peatonalización de ejes principales y secundarios durante los fines de semana (salvo residentes y hoteles, transporte público, taxis y carga y descarga).
7. Aparcamiento de logística de última milla en mercado de San Vicente de Paúl.
8. Mayor prioridad peatonal en calle Don Jaime, desviando las líneas de bus por otras vías.
9. Establecer c/ Fuenclara con doble dirección

Activación comercial

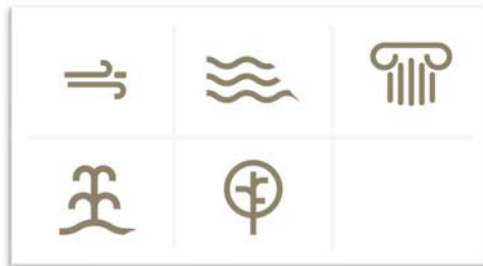
1. Subvención de activación de comercios vacíos.
2. Fomento de “tiendas en la calle” en fechas señaladas y en calles con suficiente ancho.
3. Implantación de mercadillos en plazas.
4. Revitalización del pasaje del Ciclón.
5. Mejora de mercados de abastos.

Otros

1. Reforzar servicio de limpieza.
2. Creación de recorridos culturales: monumentos, museos, puertas originales de la ciudad, etapas históricas, etc.

Branding





Ciudad romana
Cierzo
Naturaleza de la ribera
Fuentes de la ciudad
Ebro

El origen. Dió la vida al resto de la ciudad. Roma como origen cultural de la ciudad.

Iconografía que se vincula con su imagen a través de elementos que conforman los símbolos más representativos de la ciudad.

Anexo IV. Alegaciones recibidas

**ALEGACIONES INFORME AUDITORIA DE CAMARA DE CUENTAS DE ARAGON
“PLAN LOCAL DE COMERCIO 2021-2022”**

En contestación al Anteproyecto de informe de fiscalización del Plan Local de Equipamientos Comerciales de Zaragoza 2021-2022, aprobado por el Consejo de la Cámara de Cuentas de Aragón con fecha 31 de enero de 2025 y conforme a lo previsto en el art. 11 de la Ley 11/2009, de 30 de diciembre de la Cámara de Cuentas de Aragón, se formulan las siguientes alegaciones al mismo:

1) Planificación y diseño de las actuaciones del PLE CZ

a) Sobre los encargos a Cámara de Comercio de Zaragoza.

En la normativa autonómica sobre Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón se prevé que las Cámaras de Comercio puedan elaborar Planes Locales de Comercio, al amparo de lo dispuesto en el art. 7.3. del Decreto 171/2005, de 6 de septiembre, del Gobierno de Aragón, por el que se aprobó la primera revisión del Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón.

El Ayuntamiento de Zaragoza para la elaboración y desarrollo del “*Plan Local de Equipamiento Comercial de Zaragoza 2010-2014 (PLE CZ)*” suscribió un convenio con Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza con fecha 6 de noviembre de 2020 (expte 412923/ 2020).

En el año 2021 se firmaron dos convenios para la encomienda de gestión a la Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza (expte. 97922/2021 y 80419/2023) para el desarrollo de diferentes actuaciones del Plan Local de Comercio de Zaragoza, al amparo de lo dispuesto en el art. 5. 3 de la Ley 3/2015, de 25 de marzo, de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Servicios de Aragón, que establece: “*Para el ejercicio de las funciones indicadas en el apartado anterior se podrá realizar encomienda, delegación o concesión por parte de la Administración Pública titular de las mismas suscribiendo, en su caso, el oportuno convenio entre la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios correspondiente y la Administración Pública titular de las mismas (...)*”

La Cámara de Comercio tiene como misión la representación, promoción y defensa de los intereses generales del comercio, la industria y los servicios, así como el posicionamiento ante todos aquellos temas de interés para el segmento empresarial de Zaragoza, actuando como órgano consultivo y de colaboración con las administraciones públicas. Aun cuando no tiene la consideración de poder público adjudicador, por lo que queda fuera del ámbito de aplicación de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, tiene habilitando unas Normas Internas de Contratación que garantizan los principios de publicidad, transparencia y no discriminación.

Estas normas se han aplicado en las contrataciones para la elaboración del PLC y en la puesta en marcha de las actividades recogidas en los dos encargos citados: elaboración estudios de oferta y demanda comercial, elaboración del plan urbanístico del PLC, elaboración del Plan Director de las galerías comerciales, elaboración del Plan de Coordinación del PLC con el Plan de Movilidad Urbana Sostenible, creación de marca para los paseos comerciales de Zaragoza, acciones de

comunicación, elaboración de los proyectos técnicos del urbanismo comercial de Zaragoza o desarrollo de oficina técnica en materia de digitalización comercial.

b) Seguimiento de los encargos a Cámara de Comercio de Zaragoza.

Cámara de Comercio de Zaragoza contrató un técnico durante los años 2021 a 2024 dedicado de forma exclusiva a la coordinación con el Ayuntamiento y con las diferentes empresas que han trabajado en el PLC (GFK, Idom, ESIC, Dédalo comunicación, Impacta Branding, etc). La persona referida estaba en contacto diario y permanente con el Servicio de Mercados y Promoción del Comercio, con la Coordinación del Área de Economía y con la Consejería de Economía.

c) Convenio año 2020 con Cámara de Comercio para elaboración del PLC

Ver alegaciones apartado a). Además, el convenio del año 2020 para la elaboración del PLC y los dos encargos del año 2021 (aplicaciones presupuestarias del capítulo 2 no incluidas en el Plan Estratégico de Subvenciones del año 2021 porque son encomiendas) disponen de los dos informes favorables de la Oficina Técnica de la Función Interventora, uno de ellos previo a la firma y el otro posterior a la justificación presentada por Cámara de Comercio de Zaragoza.

d) Subcontratación y seguimiento de los dos Encargos a Cámara de Comercio del año 2021

Ver apartados anteriores.

e) Comisiones de seguimiento de los encargos y valoración cumplimiento objetivos PLC

Tal y como se ha indicado anteriormente, el seguimiento de las acciones de PLC era continuo. Por parte de Cámara de Comercio, las personas que realizaban el seguimiento del Plan han sido la Directora General Adjunta, la Directora del Área de Función Pública, Contratación y Servicios Jurídicos y la técnica contratada para dicha coordinación por Cámara de Comercio, antes referida. Por parte del Ayuntamiento, las personas que realizaban el seguimiento del Plan eran el Coordinador de Economía, el Jefe de Servicio y el Técnico del Servicio de Mercados y de Promoción del Comercio.

En el caso del segundo encargo a Cámara de Comercio, con una duración de dos años y un mes (se firmó en diciembre de 2021 y ha tenido una duración hasta diciembre de 2023), Cámara de Comercio presentó justificaciones anuales (se disponen de la justificación del año 2021, del año 2022, del año 2023 y la global de los tres años).

2) Desarrollo del PLECZ

a) Distintas áreas gestoras del PLC

Como se ha citado en el apartado a) en noviembre de 2020 se firmó el convenio de colaboración entre el Ayuntamiento de Zaragoza y la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Zaragoza con el objetivo de elaborar el Plan Local de Comercio de Zaragoza. Una vez redactado, fue aprobado por el Pleno del Ayuntamiento de Zaragoza el 26 de mayo de 2021. Dicho Plan incluye medidas de actuación en torno a tres líneas estratégicas:

- 19 medidas en propuestas enfocadas a la mejora organizativa, el desarrollo de comunicación comercial y dinamización del comercio
- 23 medidas en propuestas urbanas
- 15 medidas en digitalización comercial (plan de digitalización) y adaptación digital del entorno

Las medidas de comunicación comercial y dinamización del comercio se han implantado durante estos cuatro años, previa consulta y participación de las asociaciones comerciales zonales y sectoriales de Zaragoza, con las que se ha mantenido numerosas reuniones. Fruto de las mismas se han programado las actuaciones de dinamización comercial e, incluso, se ha llegado a colaborar directamente con alguna asociación concreta como es el caso de "Volveremos Sector Mueble".

Las medidas en propuestas urbanas fueron elaboradas en coordinación con el Área de Urbanismo e Infraestructuras del Ayuntamiento (calles a cota cero, elementos urbanos a instalar en la reforma de calles comerciales, etc.) así como con otras como Limpieza Pública, Policía Local, etc... Prueba de esta coordinación y de la implicación de las distintas áreas municipales en el PLC es la urbanización por el Área de Urbanismo e Infraestructuras de la calle San Miguel, Avda de Navarra y Plaza Salamero que han sido objeto de ayudas por resolución de 11 de abril de 2022, dictada al amparo de la Orden ICT/951/2021, de 10 de septiembre (BOE nº 218 de 11 de septiembre de 2021), modificada por la Orden ICT/567/2022 de 15 de junio (BOE nº 148 de 22 de junio de 2022) y por la Orden ICT/133/2023 de 15 de febrero (BOE nº 41 de 17 de febrero de 2023), por la que se establecen las bases reguladoras de la línea de ayudas para el fortalecimiento de la actividad comercial en zonas turísticas y se procede a su convocatoria en el año 2021, y resolución de resolución de 9 de marzo de 2023, dictada al amparo de la Orden ICT/951/2021, de 10 de septiembre (BOE nº 218 de 11 de septiembre de 2021), modificada por la Orden ICT/567/2022 de 15 de junio (BOE nº 148 de 22 de junio de 2022) y por la Orden ICT/133/2023 de 15 de febrero (BOE nº 41 de 17 de febrero de 2023), por la que se establecen las bases reguladoras de la línea de ayudas para el fortalecimiento de la actividad comercial en zonas turísticas y se procede a su convocatoria en el año 2022, ambas en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Las medidas de digitalización se han aplicado con sucesivas convocatorias de subvenciones a proyectos de innovación comercial destinadas a entidades sin ánimo de lucro como federaciones o asociaciones del sector comercial u hostelería o para empresas con proyectos puntuales o transversales.

La coordinación con otras áreas del Ayuntamiento ha sido continua cuando los proyectos desarrollados lo han exigido.

b) Paseos comerciales PLC

El Plan Local de Comercio aprobado establecía 12 áreas comerciales en la ciudad de Zaragoza. Las diferentes convocatorias de subvenciones a proyectos de innovación han recogido el interés en desarrollar proyectos en las dos galerías comerciales urbanas de las que se realizó Plan Director (Delicias y Casco Histórico Zaragoza Esencial).

En la convocatoria de subvenciones a proyectos de innovación del año 2022 dotada con 1.600.000 euros se indicaba: "Los proyectos presentados a esta convocatoria deberán aportar

soluciones innovadoras, aplicables a los sectores comercial, restauración y hostelería minoristas en Zaragoza, y para su despliegue en las zonas de calle Delicias y de las zonas comprendidas entre la calle Manifestación y Mayor, así como Torre Nueva y San Jorge del Casco Histórico de Zaragoza, sin perjuicio de que tales soluciones puedan cubrir zonas adicionales de la Ciudad de forma colateral”

En la convocatoria de subvenciones a proyectos de innovación del año 2023 dotada con 1.031.250 se indicaba en su aparatado valoración: “6.- *Ámbito territorial: hasta 5 puntos, Si el solicitante presenta un proyecto para desarrollo completo en los paseos comerciales de Delicias y Torrero de forma conjunta: 5 puntos, Si el solicitante presenta un proyecto para desarrollo en el Paseo Comercial de Delicias o de Torrero: 2 puntos, Si el solicitante presenta un proyecto para desarrollo completo en otros Paseos Comerciales que no sean Delicias o Torrero: 0 puntos”*

c) Acciones desarrolladas por Cámara de Comercio en los encargos

El Servicio de Mercados y de Promoción del Comercio dispone de los documentos elaborados por Cámara de Comercio: Plan de Coordinación PLC-PMUS, Plan Director de Galerías Urbanas Comerciales, Manual de identidad gráfica de las 12 galerías urbanas comerciales. En otros proyectos se ha coordinado todas las acciones de comunicación, como ejemplo, se puede indicar la presentación oficial de los proyectos de innovación comercial en las Galerías Urbanas Comerciales que se realizó en el salón de recepciones del Ayuntamiento de Zaragoza o las diferentes ruedas de prensa realizadas, siempre en colaboración con Cámara de Comercio.

d) Contratos elementos urbanismo comercial en Delicias y Torrero

El Ayuntamiento de Zaragoza ha licitado contratos de señalética en Delicias y en Torrero, de los pórticos en Delicias y en Torrero, de pintura en baldosas de calle Delicias y de moilero urbano (bancos, maceteros) en Calle Delicias.

e) Subcontratación Cámara de Comercio

Los proyectos desarrollados por Cámara de Comercio han necesitado personal y medios técnicos de los que no disponía Cámara de Comercio, por ello han tenido que licitar los contratos conforme a sus normas de contratación.

f) Convocatorias subvenciones relacionadas con el PLC

En las bases de las convocatorias del año 2022 para la instalación de toldos en la Calle Delicias se indicaba “*De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 34, 4, a) de la Ley 5/2015 de subvenciones de Aragón, la permanencia en el compromiso de la operativa de mantenimiento, instalación y desmontaje de los toldos deberá mantenerse como mínimo un periodo de tres años, tiempo que se considera razonable como perdurabilidad (vida útil del elemento). Todo ello a través de las fórmulas anuales posteriores convenidas con el Ayuntamiento de Zaragoza”*. En los años 2023 y 2024 no se estableció por parte del Ayuntamiento de Zaragoza y la Agrupación Comercial Delicias (adjudicataria de la subvención) ninguna fórmula convenida. Además, debido a las múltiples quejas de las comunidades de propietarios y de vecinos particulares por dicha instalación no se instalaron los toldos en 2023 y 2024.

g) Periodo vigencia PLC

El periodo de vigencia del Plan Local de Comercio es del año 2021 (año de su aprobación) hasta el año 2026.

3) Ejecución presupuestaria, seguimiento y control del PLECZ

a) Análisis ejecución presupuestaria

Se han producido gastos corrientes en el desarrollo del PLC que han sido imputados a las partidas generales del presupuesto municipal de capítulo 2 de MER - Servicio de Mercados y Promoción del Comercio, así como gastos en elementos o instalaciones inventariables que han sido imputadas a las partidas presupuestarias de capítulo 6 MER.

b) Importe ejecutado

El proyecto Volveremos, alineado con las acciones de promoción y de digitalización del Plan Local de Comercio 2021-2026 ha sido exitoso. En el año 2024 este programa se ha extendido a otros municipios de Aragón en colaboración con DGA.

c) Financiación del PLC

Las medidas desarrolladas del PLC han recibido subvención de los fondos europeos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, tal como se indica en las alegaciones al apartado 2. a., en una parte. El resto se ha financiado con fondos propios del Ayuntamiento de Zaragoza. En el caso de los proyectos de innovación desarrollados a través de las diferentes convocatorias de subvenciones, los beneficiarios han aportado entre un 20% mínimo y un 70% del coste total de los proyectos.

d) Relación PLC y presupuesto del Ayto de Zaragoza

El presupuesto del Ayuntamiento de Zaragoza se aprueba cada año conforme a una estructura y a una bases de ejecución aprobadas en Pleno. Las medidas del Plan de Comercio, al igual que las medidas de otros planes (Vivienda, Juventud, Movilidad, etc) se han de adaptar a la estructura del presupuesto municipal.

e) Seguimiento de las medidas del PLC con otras áreas gestoras

El seguimiento de las diferentes acciones en las que están implicadas otras áreas del Ayuntamiento se realiza puntualmente. Por ejemplo, las relación con Redes y Sistemas en todo lo referente a información en la web www.zaragoza.es, o con el Servicio de Contratación o con Unidad de Domino Publico es continua. En otros casos, y tal y como se ha indicado anteriormente, la relación con servicios técnicos como Urbanismo, Movilidad, Infraestructuras, Parques y Jardines, Limpieza, Brigadas Municipales, etc es imprescindible para el desarrollo de las medidas del Plan Local de Comercio.

Desde el Servicio de Mercados, de Promoción del Comercio, y Hostelería y Consumo no se está de acuerdo en lo contenido en el anteproyecto de informe de fiscalización donde se indica que “... *el PLECZ se convierte en un documento paralelo a la gestión e ineficaz para determinar la eficiencia del impulso y desarrollo del sector comercial de la ciudad*”. El Ayuntamiento de Zaragoza a través de las reuniones continuas con el sector comercial, de los datos proporcionados por las Federaciones de Comercio y con los datos de los diferentes observatorios (Observatorio aragonés de comercio u Observatorio aragonés de consumo de teniendo en cuenta que el consumo en Aragón corresponde en un 70% a la ciudad de Zaragoza) está en un proceso de mejora continua en la aplicación de las medidas del Plan Local de Comercio de Zaragoza 2021-2026.

Sin perjuicio de las alegaciones formuladas, el Ayuntamiento de Zaragoza a través de la Consejería de Economía, Transformación Digital y Transparencia recoge las recomendaciones del informe de la Cámara de Cuentas y las tendrá en consideración en las medidas que se desarrollarán en los próximos años en los que aún está vigentes este Plan Local de Comercio y en el desarrollo del futuro Plan Local de Comercio, a partir del año 2027.

Anexo V. Tratamiento de las alegaciones

Nota: para mayor facilidad, respetando el orden del escrito de alegaciones, se han numerado estas en el modo señalado en el escrito remitido por el Ayuntamiento que se adjunta en el Anexo VI.

Con carácter previo al tratamiento de las alegaciones, la Cámara de Cuentas agradece al Ayuntamiento que manifieste, en el último párrafo de su documento, que recoge las recomendaciones del informe y las tendrá en consideración en las medidas que se desarrollarán en los próximos años en los que aún está vigente este Plan Local de Comercio y en el desarrollo del futuro Plan Local de Comercio, a partir del año 2027.

Alegación 1. Planificación y diseño de las actuaciones del PLECZ.

a) Sobre los encargos a la Cámara de Comercio de Zaragoza

El Ayuntamiento pone de manifiesto que ha realizado diversos encargos a la Cámara de Comercio para la elaboración del PLECZ, su desarrollo y la realización de actuaciones previstas en el propio plan. Hace referencia a la normativa reguladora de las Cámaras de Comercio, Ley 3/2015 de 25 de marzo de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Servicios de Aragón, y el carácter de órgano consultivo y de colaboración de las Administraciones.

Señala, además, que la Cámara tiene unas normas internas de contratación que garantizan los principios de publicidad, transparencia y no discriminación.

Contestación de la Cámara de Cuentas

La alegación no aporta novedad alguna que modifique la conclusión del trabajo de auditoría obtenida de las evidencias de nuestro trabajo.

En consecuencia, no se modifica el informe.

b) Seguimiento de los encargos a Cámara de Comercio de Zaragoza

El Ayuntamiento pone de manifiesto que la Cámara de Comercio de Zaragoza contrató un técnico durante los años 2021 a 2024 dedicado de forma exclusiva a la coordinación con el Ayuntamiento y con las diferentes empresas que han trabajado en el PLECZ (GFK, Idom, ESIC, Dédalo comunicación, Impacta Branding, etc.). La persona referida estaba en contacto diario y permanente con el Servicio de Mercados y Promoción del Comercio, con la Coordinación del Área de Economía y con la Consejería de Economía.

Contestación de la Cámara de Cuentas

La alegación del Ayuntamiento reitera lo ya expresado durante los trabajos de auditoría, que se recoge en el informe y que es que se realizó seguimiento, que se reunió la comisión de seguimiento que establecen los convenios suscritos pero que no existe constancia documental de tal seguimiento y de la coordinación realizada. Por ello, la alegación no altera ni modifica el contenido del informe.

En consecuencia, no se modifica el informe.

c) **Convenio año 2020 con la Cámara de Comercio de Zaragoza para la elaboración del PLEZC**

El Ayuntamiento reitera la alegación 1 a) señalando que dispone de informe favorable de la oficina Técnica de la Función Interventora.

Contestación de la Cámara de Cuentas

Con relación a la alegación 1 a) se reitera la contestación realizada.

En cuanto al convenio de 2020, por el que se concedía a la Cámara de Comercio una subvención para la realización del PLEZC, en el informe se pone de manifiesto que la elaboración del documento (el PLEZC) que posteriormente fue aprobado como propio por el Pleno del Ayuntamiento, es una prestación de servicios y no puede tener carácter de subvención porque el artículo 2.1 de la LGS define claramente la subvención como toda disposición dineraria realizada a favor de personas públicas o privadas siempre que, entre otros requisitos, **la entrega se realice sin contraprestación directa de los beneficiarios**. El objeto del convenio es la elaboración de una documentación que será propiedad del Ayuntamiento y por la que la Cámara recibe una remuneración económica.

En el informe se señala que este gasto se imputó indebidamente al capítulo 4, transferencias corrientes, cuando debió imputarse al capítulo 2, gastos corrientes en bienes y servicios.

Para el convenio de 2021, el Ayuntamiento rectificó y no le atribuyó (ni a él ni a los sucesivos convenios) carácter subvencional y se realizó la imputación presupuestaria correctamente.

La alegación no aporta novedad alguna que modifique la conclusión de auditoría obtenida de las evidencias de nuestro trabajo. Se trata, por tanto, de cuestiones que no alteran ni modifican el contenido del informe.

En consecuencia, no se acepta la alegación y no se modifica el informe.

d) **Subcontratación y seguimiento de los dos encargos a la Cámara de Comercio de Zaragoza del ejercicio 2021**

El Ayuntamiento se remite a las alegaciones anteriores.

Contestación de la Cámara de Cuentas

Reiterando el tratamiento de alegaciones anteriores, lo señalado por el Ayuntamiento no aporta novedad alguna que pudiese alterar el contenido del informe.

En consecuencia, no se modifica el informe.

e) **Comisiones de seguimiento de los encargos y valoración del cumplimiento de los objetivos del PLEZC.**

El Ayuntamiento señala que el seguimiento de las acciones del Plan era continuo, enumerando las personas que se encargaban de ello. Además, alega, respecto al segundo encargo a la Cámara de Comercio, que esta presentó justificaciones anuales.

Contestación de la Cámara de Cuentas

La alegación no aporta ninguna evidencia que modifique la redacción del informe. En este se señala lo que el Ayuntamiento comunicó durante los trabajos de auditoría y que reitera en esta alegación, pero no existe constancia documental alguna del seguimiento realizado ni de las reuniones y configuración de la Comisión de seguimiento que se establecía en los propios convenios, por lo que no puede aceptarse la alegación, que no altera el contenido del informe.

Con relación a las justificaciones económicas, estas son necesarias para que el Ayuntamiento abone la prestación objeto del convenio y demuestran su elaboración, pero no son en sí mismas demostración de seguimiento o coordinación.

En consecuencia, no se modifica el informe.

Alegación 2. Desarrollo del PLE CZ.

a) Distintas áreas gestoras del PLE CZ

El Ayuntamiento señala la participación de las distintas áreas del Ayuntamiento en las medidas previstas en el Plan.

Contestación de la Cámara de Cuentas

En el informe se pone de manifiesto el detalle de las medidas del Plan y el área del Ayuntamiento con competencias para llevarlas a cabo. El texto de la alegación no aporta novedad alguna al contenido del informe, ni lo contradice.

En consecuencia, no se modifica el informe.

b) Paseos comerciales del PLE CZ

El Ayuntamiento pone de manifiesto que las diferentes convocatorias de subvenciones a proyectos de innovación han recogido el interés en el desarrollo de proyectos de las dos galerías urbanas de las que se realizó Plan Director (Delicias y Casco Histórico).

Contestación de la Cámara de Cuentas

En el informe se pone de manifiesto que el propio Plan determina la elección de estas dos galerías para ser las primeras en desarrollarse.

La alegación corrobora esta elección y su contenido no afecta ni modifica el informe.

En consecuencia, no se modifica el informe.

c) Acciones desarrolladas por la Cámara de Comercio en los encargos

El Ayuntamiento alega que dispone de los documentos elaborados por la Cámara de Comercio: Plan de Coordinación PLC-PMUS, Plan Director de Galerías Urbanas Comerciales y Manual de identidad gráfica de las 12 galerías urbanas comerciales. Se han realizado, además, acciones de comunicación, como la presentación oficial de los proyectos de innovación comercial en las Galerías Urbanas Comerciales en el salón de recepciones del Ayuntamiento de Zaragoza o las diferentes ruedas de prensa realizadas, siempre en colaboración con la Cámara de Comercio.

Contestación de la Cámara de Cuentas

La alegación no contradice el contenido del informe, en el que se ponen de manifiesto los documentos e información proporcionada por el Ayuntamiento a la Cámara de Cuentas, ni se adjunta ninguna nueva documentación. Por ello no se altera el contenido del informe.

En consecuencia, no se modifica el informe.

d) Contratos elementos urbanismo comercial en Delicias y Torrero

El Ayuntamiento señala que ha licitado contratos de señalética en Delicias y en Torrero, de los pórticos en Delicias y en Torrero, de pintura en baldosas de calle Delicias y de mobiliario urbano (bancos, maceteros) en Calle Delicias.

Contestación de la Cámara de Cuentas

En el informe se ponen de manifiesto estas actuaciones del Ayuntamiento. La alegación no aporta novedad alguna a su contenido, ni lo contradice.

En consecuencia, no se modifica el informe.

e) Subcontratación Cámara de Comercio

El Ayuntamiento alega que los proyectos desarrollados por la Cámara de Comercio han necesitado personal y medios técnicos de los que no disponía la Cámara de Comercio, por ello han tenido que licitar los contratos conforme a sus normas de contratación.

Contestación de la Cámara de Cuentas

La alegación no aporta ninguna información adicional a la analizada en la auditoría, por lo que el informe no se ve alterado en su texto y conclusiones.

En consecuencia, no se modifica el informe.

f) Convocatorias de subvenciones relacionadas con el PLE CZ

El Ayuntamiento manifiesta, respecto a la subvención para la instalación de toldos en la calle Delicias que *“En las bases de las convocatorias del año 2022 para la instalación de toldos en la calle Delicias se indicaba “De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 34, 4, a) de la Ley 5/2015 de subvenciones de Aragón, la permanencia en el compromiso de la operativa de mantenimiento, instalación y desmontaje de los toldos deberá mantenerse como mínimo un periodo de tres años, tiempo que se considera razonable como perdurabilidad (vida útil del elemento). Todo ello a través de las fórmulas anuales posteriores convenidas con el Ayuntamiento de Zaragoza”. En los años 2023 y 2024 no se estableció por parte del Ayuntamiento de Zaragoza y la Agrupación Comercial Delicias (adjudicataria de la subvención) ninguna fórmula convenida. Además, debido a las múltiples quejas de las comunidades de propietarios y de vecinos particulares por dicha instalación no se instalaron los toldos en 2023 y 2024.”*

Contestación de la Cámara de Cuentas

La alegación realizada corrobora lo señalado en el informe sin contradecirlo, En este, además, se indica al Ayuntamiento la necesidad de que se tome una decisión final sobre la situación y desarrollo de esta subvención.

En consecuencia, no se modifica el informe.

g) Periodo de vigencia del PLE CZ

El Ayuntamiento señala que el Plan Local de Comercio es del año 2021 (año de su aprobación) hasta el año 2026.

Contestación de la Cámara de Cuentas

Esta información figura en el informe, habiéndose constatado, además, la vigencia del Plan en los ejercicios posteriores a los fiscalizados. Por ello, no contradice ni altera el contenido del informe.

En consecuencia, no se modifica el informe.

Alegación 3. Ejecución presupuestaria, seguimiento y control del PLE CZ**a) Análisis de la ejecución presupuestaria**

El Ayuntamiento pone de manifiesto que los gastos en desarrollo del Plan se han imputado a los capítulos 2, gastos corrientes en bienes y servicios, y 6, inversiones reales, del presupuesto.

Contestación de la Cámara de Cuentas

El análisis de esta información se pone de manifiesto en el informe y la alegación no altera ni contradice su contenido.

En consecuencia, no se modifica el informe.

b) Importe ejecutado

El Ayuntamiento pone de manifiesto que *“el proyecto Volveremos, alineado con las acciones de promoción y de digitalización del Plan Local de Comercio 2021-2026 ha sido exitoso. En el año 2024 este programa se ha extendido a otros municipios de Aragón en colaboración con DGA.”*

Contestación de la Cámara de Cuentas

La alegación no altera ni contradice el contenido del informe.

En consecuencia, no se modifica el informe.

c) Financiación del PLE CZ

El Ayuntamiento señala que las medidas desarrolladas por el Plan han sido financiadas con fondos propios del Ayuntamiento y subvención del PRTR europeo.

Contestación de la Cámara de Cuentas

El análisis de esta información se pone de manifiesto en el informe y la alegación no altera ni contradice su contenido.

En consecuencia, no se modifica el informe.

d) Relación entre el PLECZ y el presupuesto del Ayuntamiento de Zaragoza

En la alegación se señala que *“El presupuesto del Ayuntamiento de Zaragoza se aprueba cada año conforme a una estructura y a unas bases de ejecución aprobadas en Pleno. Las medidas del Plan de Comercio, al igual que las medidas de otros planes (Vivienda, Juventud, Movilidad, etc) se han de adaptar a la estructura del presupuesto municipal.”*

Contestación de la Cámara de Cuentas

El análisis de esta información se pone de manifiesto en el informe y la alegación no altera ni contradice su contenido.

En consecuencia, no se modifica el informe.

e) Seguimiento de las medidas del PLECZ con otras áreas gestoras

La contestación de esta alegación se desglosa en sus dos párrafos:

Párrafo 1 El Ayuntamiento manifiesta que el seguimiento se realiza puntualmente para desarrollar las distintas medidas

Contestación de la Cámara de Cuentas

Esta alegación no supone una información nueva, ni se acompaña documentación adicional alguna que contradiga la conclusión expuesta en el informe: el Ayuntamiento comunicó a la Cámara de Cuentas que existen reuniones y comunicaciones entre las distintas áreas gestoras, pero no se ha dispuesto de ninguna evidencia documental que deje constancia de ello.

Por otra parte, tampoco se ha facilitado documentación relativa al análisis, por todas las áreas implicadas, de la evolución del plan, la toma de decisiones que modifiquen las previsiones iniciales y las causas y consecuencias de esas modificaciones en el desarrollo del plan, lógicas y necesarias, habida cuenta que estamos ante un instrumento vivo durante cinco años.

Por lo tanto, la información facilitada en alegaciones no altera el texto ni las conclusiones del informe.

En consecuencia, no se modifica el informe.

Párrafo 2 El Ayuntamiento manifiesta *“no estar de acuerdo con que el Plan se convierte en un documento paralelo a la gestión e ineficaz para determinar la eficiencia del impulso y desarrollo del sector comercial de la ciudad. El Ayuntamiento de Zaragoza a través de las reuniones continuas con el sector comercial, de los datos proporcionados por las Federaciones de Comercio y con los datos de los diferentes observatorios (Observatorio aragonés de comercio u Observatorio aragonés de consumo de teniendo en cuenta que el consumo en Aragón corresponde en un 70% a*

la ciudad de Zaragoza) está en un proceso de mejora continua en la aplicación de las medidas del Plan Local de Comercio de Zaragoza 2021-2026”.

Contestación de la Cámara de Cuentas

El texto del informe tiene un matiz importante que cambia la aseveración copiada en la alegación del Ayuntamiento, que iba precedida de la expresión “*Sin esta actuación*”, con relación a la coordinación y seguimiento del Plan. El resultado de la auditoría y las evidencias halladas en la documentación facilitada llevan a la conclusión expresada en el informe:

El PLECZ contiene numerosas medidas, todas ellas relacionadas con el comercio, pero que deben ser llevadas a cabo por otras áreas municipales al tratarse de actuaciones de urbanismo, transformación digital, medidas fiscales, infraestructuras, movilidad, etc. Ello hace imprescindible una coordinación adecuada, transparente y ordenada, porque todas estas medidas que afectan al comercio deben incardinarse en las demás actuaciones de gestión de las áreas municipales, lo que supone una necesidad mayor de comunicación entre áreas para valorar su desarrollo y evitar contradicciones o perjuicios en otros aspectos de la gestión y organización municipal.

Y por ello, también es necesario que se analice y documente la evolución del plan y todas las decisiones de unas u otras áreas partícipes en su consecución que afecten a su desarrollo, para mejorar y hacer más eficaces y eficientes las acciones que se emprendan en cada ejercicio de vigencia del plan, no solo las genuinamente comerciales.

Es la falta de esta coordinación y de este seguimiento lo que la Cámara de Cuentas considera que convierte al plan en un documento paralelo a la acción de las áreas gestoras distintas del Servicio de Mercados (que está centrado en la parte comercial estricta, a la que también se refieren los observatorios a los que alude la alegación). Porque dichas áreas gestoras, centradas en sus competencias, que exceden el ámbito exclusivamente comercial, sin el adecuado seguimiento y coordinación pueden priorizar otras actuaciones, perdiendo fuerza global la figura del Plan.

EL Ayuntamiento no ha facilitado más documentación o información que posibilitara la modificación de esta conclusión.

En consecuencia, no se modifica el informe.

Esta documentación puede ser utilizada y reproducida en parte o en su integridad citando necesariamente que proviene de la Cámara de Cuentas de Aragón

Plaza Santa Cruz, 1 - 50003 Zaragoza - Teléfono: 976 912 912 - camara@camaracuentasaragon.es