

Para esto, una de las alternativas es que el modelo de gestión se profesionalice, pasando a ser gerenciado por los propios comerciantes bajo un modelo empresarial.

Esto es posible con la legislación actual mediante fórmulas de concesión de explotación por parte de los Ayuntamientos, no perdiendo estos su labor de tutela y cediendo la explotación del servicio a las asociaciones de comerciantes convertidas en empresas participadas que opten a la concesión en libre competencia.

Otra alternativa es ceder la gestión de los Mercados a empresas públicas especializadas en el sector, como por ejemplo vienen haciendo hace años Mercazaragoza o Mercacórdoba.

Desde el punto de vista urbano donde tiene lugar la actividad, es necesario un análisis en profundidad del entorno de influencia, las oportunidades de negocio, las carencias y demandas existentes, así como las tendencias en consumo y ocio que concurren en cada caso en concreto.

En no todos los casos un área de restauración informal es la alternativa óptima, así como la incorporación de un supermercado que complemente el acto de la compra cotidiana doméstica o la implantación de pequeñas tiendas variadas.

### LA CLAVE ESTÁ EN LOS COMERCIANTES

En lo que respecta a los comerciantes, estos son la piedra angular del mercado y su transformación y evolución las claves para que la fórmula perdure.

Deben pasar de ser tenderos a la vieja usanza a transformarse en pequeños empresarios, deben transformar un modelo de negocio de subsistencia, donde los clientes acudían sin reclamo externo alguno, a una empresa activa de prestación de nuevos servicios y valor añadido al género que ofrecen.

Cuestiones como el diseño del puesto, la iluminación, cartelería y uniformidad dependen exclusivamente del comerciante y de su espíritu empresarial.

Actividades de promoción de productos de temporada, escuelas de cocina, campañas de hábitos saludables, visitas escolares, etc. son conocidos recursos para hacer visible la presencia de los mercados en sus áreas de influencia.

El horario de apertura debe sin duda alguna ampliarse, en los mercados de horario ampliado los picos de venta se concentran a partir de las cinco de la tarde. Para que esto sea posible el modelo de puesto como pequeño negocio familiar debe ampliarse, de forma que exista una adecuada rotación de personal.

Las compras para abastecer el puesto tradicionalmente se realizan de madrugada, la mayoría en los mercados mayoristas, y el inicio de la venta en las prime-

# La más dulce



**SANDÍA FASHION,**  
el auténtico  
corazón  
del verano



[www.sandiafashion.com](http://www.sandiafashion.com)

