

VENTA AMBULANTE



CON VOZ

JUNIO 2021
EDICIÓN Nº 2

OBRA: ALICIA SOLINIS

ANEXO COMPLEMENTARIO

PERSONALIDADES COMPROMETIDAS

*Anexo de la entrevista con
Lorena Garrido Serrano,
Directora General de Comercio
de la Junta de Andalucía*



1. ¿Cuáles son las competencias que asume la Dirección General de Comercio de la Junta de Andalucía alrededor del comercio ambulante?

La Comunidad Autónoma de Andalucía, de acuerdo con el artículo 58.1.1 del Estatuto de Autonomía para Andalucía, tiene la competencia exclusiva en materia de la ordenación administrativa de la actividad comercial.

La importancia de este sector en el caso de nuestra Comunidad Autónoma se refleja en el hecho de que Andalucía fue la pionera en aprobar una Ley para regular este tipo de actividad comercial, la Ley 9/1988, del Comercio Ambulante de Andalucía, una regulación que impulsó la adecuación de la situación socioeconómica a la realidad comercial, e incidió en la profesionalización y especialización de este subsector, considerando el mismo como una actividad económica más.

Las diferentes modificaciones de esta Ley han dado lugar al actual Decreto Legislativo 2/2012, de 20 de marzo, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Comercio Ambulante, norma actualmente vigente, si bien también ha sido objeto de una modificación mediante el Decreto Ley 1/2013, de 29 de enero, por el que se establecen medidas urgentes en materia comercial, turística y urbanística.

En base a lo anterior, el Decreto 117/2020, de 8 de septiembre, por el que se regula la estructura orgánica de la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades, establece que corresponden a la Dirección General de Comercio las funciones que determina el artículo 30 de la Ley 9/2007, de 22 de octubre. En particular, son competencias de la Dirección General de Comercio “Las actuaciones orientadas al fomento, la modernización y mejora del comercio ambulante en Andalucía”.

Por otra parte, en el Decreto Legislativo 2/2012, de 20 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Comercio Ambulante, se viene a establecer las competencias que asume este centro directivo en materia de comercio ambulante, como es la gestión de las inscripciones en el Registro General de Comercio Ambulante y la revisión sobre su adecuación a las previsiones recogidas en el texto refundido de las Ordenanzas Municipales Reguladoras del Comercio Ambulante y sus modificaciones, antes de su aprobación y publicación en el boletín oficial correspondiente, que habrán de ser informadas por el Consejo Andaluz de Comercio y que tiene carácter preceptivo y no vinculante.

Ahora bien, esta regulación autonómica debe completarse con las competencias que en esta materia asumen los Ayuntamientos andaluces, que son quienes han de conceder la correspondiente autorización para ejercer en un determinado lugar el comercio ambulante. En concreto, el artículo 9 de la Ley 5/2011, de 11 de junio, de Autonomía Local de Andalucía, atribuye a los municipios, entre otras, las siguientes competencias:

«21. Fomento del desarrollo económico y social en el marco de la planificación autonómica.»

«22. Ordenación, autorización y control del ejercicio de actividades económicas y empresariales, permanentes u ocasionales.»



«23. Autorización de mercadillos de apertura periódica así como la promoción del acondicionamiento físico de los espacios destinados a su instalación.»

«25. Organización y autorización, en su caso, de eventos o exposiciones menores que, sin tener carácter de feria oficial, estén destinados a la promoción de productos singulares.»

2. Haciendo una mirada global, ¿qué acciones para la mejora del comercio ambulante en Andalucía serían necesarias? ¿Considera que una forma de facilitar los procesos y mejorar la situación sería a través de criterios unitarios desde la administración autonómica?

Debemos dirigir los esfuerzos futuros a orientar las medidas adecuadas de ordenación del sector, adaptándolas a la realidad del mismo, facilitando la información necesaria para que el comercio ambulante siga gozando de cierta ventaja por la proximidad, el trato personalizado al cliente, y la incipiente variedad de la oferta, que se han de potenciar con el fin de garantizar la subsistencia del modelo de manera eficiente en el marco de la libre competencia en el que ha de moverse.

Por otra parte, el disponer de información actualizada sobre la evolución del sector es de vital importancia para facilitar la actividad tanto de las personas profesionales del mismo como de las personas consumidoras y usuarias de este tipo de actividad.

Así, la Administración andaluza también ha venido desarrollando un activa política en cuanto al estudio, investigación y actualización de los datos más significativos del sector con la que se pretende obtener las medidas adecuadas para la regulación del mismo, acomodándolas a la realidad del momento, apostado por la elaboración de diversos Censos de Comercio Ambulante en Andalucía, siendo el último de diciembre de 2019.

El comercio ambulante en Andalucía es un sector comercial con una dilatada tradición, arraigo y presencia en todo el territorio andaluz, dando cobertura comercial abasteciendo con sus productos a la población de la amplia mayoría de los municipios andaluces, desde capitales de provincia y ciudades, a municipios de mediano y pequeño tamaño tanto en las grandes áreas metropolitanas andaluzas como en zonas rurales.

Actualmente la importancia del comercio ambulante en la estructura económica y social tanto de Andalucía, como de España como de la Unión Europea es de una relevancia incuestionable. En España el proceso de crecimiento del comercio ambulante ha sido constante durante todo el siglo XX, experimentando una gran aceleración desde la década de los setenta, crecimiento que ha llevado también de forma natural a una mayor diversificación.

Sin embargo, resulta llamativo que si bien tratándose de un sector comercial con una presencia visible, de proximidad a la ciudadanía y por todo el territorio, los estudios que demuestran el verdadero peso que supone esta importante actividad comercial en la economía son aún escasos.

Sin duda, y siempre respetando la autonomía competencial de los consistorios andaluces en materia de comercio ambulante, la coordinación entre la Junta de



Andalucía y la municipal ha sido fluida y constante y la mejor muestra de criterios uniformes para el ejercicio de la venta ambulante es la aprobación de la Ordenanza tipo reguladora del Comercio Ambulante, que se encuentra adaptada a la normativa autonómica vigente y que facilita a los Ayuntamientos el procedimiento a seguir en la concesión de las respectivas autorizaciones para el ejercicio de la actividad así como los requisitos y criterios a seguir.

Concretamente, en esta materia, se encuentra vigente el Protocolo General de Colaboración entre la Consejería competente en materia de comercio y artesanía y la Federación Andaluza de Municipios y Provincias para la realización de actuaciones encaminadas al fomento, promoción y difusión del comercio y la artesanía en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía, que ha permitido llevar a cabo acciones de coordinación y colaboración permanentes en materia de comercio ambulante.

Por último, quiero trasladar la permanente disposición del personal técnico de la Dirección General de Comercio y de nuestras Delegaciones Territoriales en cada provincia andaluza, en la atención y resolución a las dudas y cuestiones que nos trasladan tanto las organizaciones representativas del comercio ambulante en Andalucía, los propios comerciantes y los Ayuntamientos.

3. Concretamente en el ámbito de la imagen social del comercio ambulante, como ya sabe, el Estudio que desde FAKALI realizamos nos corrobora lo que ya el Plan de Activación del Comercio Ambulante de la Junta nos alertaba: En el plano de la opinión pública tenemos mucho que hacer, ¿Cree que esos prejuicios se podrían combatir con campañas específicas siguiendo el modelo que hacemos para luchar contra el antigitanismo?

Uno de los principales problemas que sufre el sector de la venta ambulante es el desconocimiento de los beneficios económicos y sociales que aporta al conjunto de la ciudadanía, llegando en ocasiones a sufrir cierto rechazo por parte de algunos consumidores y otros comerciantes no ambulantes.

Y precisamente para fomentar entre la población el reconocimiento a este formato comercial como uno más de los existentes y el valor social que aporta su ejercicio desde la Dirección General de Comercio se han llevado a cabo las siguientes campañas de sensibilización dirigidas a incentivar su consumo y al reconocimiento de esta actividad económica:

- Campaña en formato audiovisual dirigida a Sensibilizar a la población sobre este tipo de actividad económica y dignificarla, distinguiéndola de la venta ambulante ilegal o Top Manta, y que tiene una duración de 5 minutos que se ha difundido tanto en canal youtube y el resto de redes sociales <https://www.youtube.com/watch?v=UoP4MN-4L0Y> , obteniendo a fecha 18 de junio de 2021 un total de 4.989 visualizaciones.
- Campaña de publicidad realizada durante los meses de Mayo/Junio 2020: “El comercio vuelve, dale vida”, en la que se mostraban imágenes de comercios y de varios mercadillos incentivando el consumo en los mismos con siete publicaciones con el vídeo en Twitter y Facebook que generó un impacto de 50.562 y 12.428 Reproducciones.



- Campaña de publicidad en Navidad: Esta campaña se lanzó en los medios líderes de audiencia tanto a nivel regional como en cada una de las 8 provincias, además tuvo presencia en prensa (tanto papel como digital), radio, televisión y redes sociales y que obtuvo más de 25 millones de impactos publicitarios, se emitieron más de 400 cuñas de radio en las 3 emisoras líderes en audiencia en Andalucía (Ser, Cope, Onda Cero) y con apoyo en emisoras líderes de radio fórmula (Kiss FM, C100, Europa FM, etc.), 20 menciones de presentadores de las 3 emisoras de radio convencional, más de 1.000 spots de tv en emisoras locales (7TV, y líderes locales en Huelva, Málaga y Córdoba), casi 2 millones de visualizaciones del spot en emisoras digitales de tv (Europa Press y El Desmarque TV), 7,3 millones de impresiones en prensa digital líder en Andalucía (ABC, Ideal, El Confidencial, El Español, Grupo Joly, La Voz de Almería, Diario Jaén, Diario de Córdoba, etc.), 15 inserciones en prensa papel en Vocento, Grupo Joly, La Razón y Córdoba. En redes sociales estuvo presente en los principales medios (Youtube, Facebook, Twitter e Instagram), con un volumen de más de 10 millones de impactos publicitarios, 1,9 millones de visualizaciones del spot y más de 50.000 clicks

Con todo ello, se entró en contacto con una inmensa mayoría de andaluces a los que se invitó a consumir en el comercio de proximidad.

4. Con los beneficios económicos que reportan los mercadillos no sólo a las arcas municipales, sino también a buena parte del sector empresarial del país, ¿por qué cree que a veces pesan más los prejuicios de los que hablábamos antes?

Este problema radica en la falta de información. Apenas existen a día de hoy estudios que muestren la realidad de este sector en términos cuantitativos ni cualitativos, por lo que el conjunto de acciones debe centrarse en gran medida en conocer en profundidad al comercio ambulante. Son necesarios datos reales de ocupación, de empleo, de volumen de ventas, de precariedad laboral, de las necesidades que demandan los comerciantes y los usuarios. Y por supuesto es necesaria la difusión de todos esos datos.

Desde la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades se han realizado y se plantearán más acciones de difusión de la información sobre lo que representa la actividad económica del comercio ambulante en nuestra Comunidad Autónoma, tanto a nivel cuantitativo como cualitativo, que permitan dar a conocer el sector a la ciudadanía en general y la sensibilice sobre el potencial de la venta ambulante y los beneficios que nos aporta al territorio.

5. ¿Qué aspectos positivos tiene la venta ambulante que deberían ser más visibles a ojos de la sociedad?

El comercio ambulante es una actividad profesional, generadora de empleo y de cohesión social y dinamizadora de la economía social. A día de hoy, la importancia de la venta ambulante en la estructura económica y social tanto en Andalucía, como en España y la Unión Europea es indudable. Es necesario conseguir que su actividad sea reconocida por el valor social y económico que aporta a la sociedad.



Andalucía cuenta con 848 mercadillos de venta ambulante en Andalucía, con un total de 40.991 puestos, lo que supone que un 90,46% de la población andaluza reside en municipios en los que existe algún mercadillo de comercio ambulante. Nos encontramos por tanto ante un sector comercial de proximidad al ciudadano, que ofrece sus productos en una amplísima mayoría de los pueblos y ciudades de Andalucía.

Además, las áreas urbanas en Andalucía como se han identificado como zonas con presencia de un mayor número de mercadillos por municipio además de tratarse de mercadillos con un mayor número de puestos. Sin embargo, las áreas rurales se diferencian de las urbanas por tener mejores tasas de cobertura a la población (menores tasas de número de habitantes por puestos). De esta manera se observa como el sector ofrece sus productos a la población de zonas rurales alejadas de las grandes superficies comerciales, lo cual ayuda a dinamizar la actividad económica de estas áreas generando empleo y actividad comercial.

Los principales mercadillos de Andalucía se encuentran localizados, además de en las capitales de provincia, en localidades costeras repartidas por toda la costa andaluza, formando parte de la oferta comercial al turismo de estas zonas y a la propia concentración de la población andaluza en la costa.

Por otro lado, un 72,17% de los mercadillos censados tienen un tamaño inferior a 50 puestos y los grandes mercadillos (superiores a 100 puestos) tan solo suponen un 13% sobre el total y el 95% de los mercadillos de comercio ambulante censados se celebran de manera periódica un día la semana, con una distribución homogénea entre los días de la semana que van de martes a sábado (un 14- 17%), con especial presencia de los sábados (17%).

Otro dato importante, es que en su mayor parte, en cuanto a la tipología de productos, existe una preminencia de la venta de artículos del sector textil, confección y mercería (63,64%) mientras que el resto de los sectores, exceptuando calzado, piel y artículos de cuero (12,87%); no superan el 10% y en cuanto al empleo generado un 94,9% de los puestos encuestados ocupan a 1 o 2 personas, resultando una media de 1,44 personas ocupadas por puesto, y donde el 64,8% de los comerciantes ambulantes tienen una jornada laboral comprendida entre 5 y 8 horas, con una media en la jornada laboral resultante de 7,73 horas.

También se ha identificado que más del 50% de los comerciantes ambulantes se localiza en el intervalo comprendido entre los 11 y los 30 años de antigüedad en el comercio ambulante, con lo que demuestra un importante conocimiento de la actividad y experiencia en el sector que redundan en un mejor servicio a los consumidores.

Por último, el sector en Andalucía está representado en un 70% por hombres con edades comprendidas entre los 16-50 años y con una presencia ampliamente mayoritaria de personas de nacionalidad española (93,9%).

Todos los datos anteriores, ponen de manifiesto que estamos ante una actividad comercial de gran tradición, que abarca a todo el territorio de Andalucía ofreciendo el abastecimiento necesario, que realiza su actividad pagando sus impuestos y tasas



municipales como cualquier comerciante sedentario y que es una actividad importante y muy necesaria en nuestra región.

6. Durante el período del confinamiento a causa del COVID-19, en el que los mercadillos permanecieron cerrados ¿qué acciones se llevaron a cabo desde la Dirección General de Comercio?

Respecto a las acciones que en colaboración y cooperación con los Ayuntamientos y Diputaciones adoptadas y las previstas para el fomento de la calidad y mejora del comercio ambulante y para la adopción de medidas higiénico-sanitarias previstas en la normativa de desescalada y para la adaptación posterior a la nueva realidad, en los referidos lugares e instalaciones donde se desarrolla la actividad comercial ambulante, le informamos que desde la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades a lo largo del todo el período de duración de la Declaración del Estado de Alarma se ha trabajado estrechamente con la Federación Andaluza de Municipios y Provincias (en adelante FAMP) y con el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo en las medidas que se han ido recogiendo en las diferentes órdenes ministeriales que afectaban al sector comercial minorista y por ende el comercio ambulante, a través de las Conferencias Sectoriales celebradas.

Del mismo modo, desde esta Consejería se trasladó al Ministerio, que aunque la modalidad de mercadillos estaba prohibida su celebración durante el confinamiento en el Estado de Alarma, era muy importante que al menos la modalidad de comercio itinerante se permitiera llevar a cabo, pues aunque no es el caso de Andalucía, donde la mayoría de sus pueblos de menos de 2.000 habitantes cuentan con al menos un establecimiento de distribución alimentaria, si había pequeñas poblaciones de interior, especialmente en Comunidades Autónomas como Castilla y León, Castilla La Mancha o Aragón donde podrían quedarse desabastecidas si no se permitía este tipo de actividad comercial. Estas reivindicaciones permitieron que el Gobierno estatal acordara finalmente esta modalidad de comercio ambulante publicando una Guía de recomendaciones para el ejercicio de esta actividad, como es el PROTOCOLO Y GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS DIRIGIDAS A LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN ESTABLECIMIENTO FÍSICO Y NO SEDENTARIO de fecha 26 de mayo

De igual modo, desde este centro directivo se ha estado trabajando con entidades representativas del sector para conocer tanto las necesidades de los comerciantes y sus empleados, como de la ciudadanía, a fin de garantizar la suficiencia del abastecimiento de bienes y productos de primera necesidad durante este periodo de crisis, entre ellos las organizaciones andaluzas representativas de los comerciantes ambulantes.

Además de todo lo anterior, el mismo 16 de marzo del pasado año se habilitó un Buzón de Consultas e Información Comercial durante la duración del COVID que ha atendido consultas elevadas por los propios comerciantes, Asociaciones representativas del sector y Ayuntamientos.

Finalmente, desde la declaración del Estado de Alarma, desde la Consejería de Salud y Familias en coordinación con este centro directivo, al igual que con el resto de las direcciones generales de las demás Consejerías, se adoptaron medidas que afectaban directamente al sector comercial de nuestra región, y que se fueron modulando en



función de los periodos y resultados de los datos epidemiológicos y de las aportaciones del propio sector.

7. Ahora que ha pasado el confinamiento y que los mercadillos han vuelto, ¿qué medidas en un corto-medio plazo se prevén para que el colectivo de vendedores ambulantes se vaya recuperando?

Para dicha recuperación se han puesto en marcha una serie de actuaciones y ayudas dirigidas a los comerciantes andaluces, entre los que se encuentran los propios comerciantes ambulantes y están previstas otras, como son las siguientes:

- A fin de ayudar al sector comercial andaluz en el proceso de desescalada a impulsar el emprendimiento y la mejora de la competitividad del sector, se ha hecho un verdadero esfuerzo para modificar la Orden de Bases de la línea de ayudas dirigidas a las pymes comerciales y artesanas para adaptarla a la situación actual en la que se encuentran y que permita dar respuesta a las necesidades actuales de nuestras empresas, a la que han podido acogerse por primera vez en Andalucía, en alguna de sus modalidades de Proyectos subvencionables los comerciantes ambulantes y que se aprobó mediante la Orden de 7 de mayo de 2020, por la que se aprueban las bases reguladoras para la concesión de subvenciones destinadas a la modernización y mejora de la competitividad y a promover el relevo generacional de las PYMES comerciales y artesanas de Andalucía, cuya convocatoria se realizó a través de la Resolución de 26 de junio de 2020, de la Dirección General de Comercio, por la que se convocan, para el ejercicio 2020, las subvenciones a conceder, en régimen de concurrencia competitiva, destinadas a la modernización y mejora de la competitividad de las pymes comerciales y artesanas de Andalucía. Esta Convocatoria cofinanciada con FFEE contó con un importe de 11,4 millones de euros y contiene 4 modalidades de proyectos empresariales subvencionables:

a) Modalidad A. Proyectos de modernización digital de las pymes comerciales y artesanas. Con estos proyectos se persigue impulsar la transformación de las pequeñas empresas comerciales y artesanas a través de las TIC y su incorporación al ámbito digital. Con el fin de mejorar sus objetivos de productividad y competitividad, esta modalidad persigue incentivar el uso transformador de las TIC en la empresa e impulsar el comercio electrónico. En esta modalidad también se incluyen las inversiones que tengan que acometer los comercios como consecuencia del COVID19 en materia tecnológica, tales como sistemas de conteo de personas para regulación de aforos.

b) Modalidad B. Proyectos de modernización y actualización de las pymes comerciales y artesanas. Esta modalidad subvenciona proyectos que tengan por objeto su modernización, de tal modo que les permita marcar la diferencia frente al



resto de formatos, atrayendo a nuevos clientes con el fin de incrementar su productividad. En esta modalidad también se incluyen las inversiones que tengan que acometer los comercios como consecuencia del COVID19, tales como mamparas, restructuración de las distancias en la tienda para controlar los aforos, etc.

c) Modalidad C. Proyectos de expansión de las pymes comerciales y artesanas. Su finalidad es contribuir a la expansión de estas pymes, para lo cual se subvencionan proyectos que tengan por objeto la apertura de un nuevo punto de venta comercial o un nuevo establecimiento artesano. El nuevo establecimiento puede desarrollar la misma actividad o introducir algún tipo de variantes del negocio derivadas de la diversificación de su oferta, nuevos servicios ofrecidos al cliente o la implantación de nuevas tendencias.

d) Modalidad D. Proyectos de relevo generacional de las Pymes comerciales y artesanas, entendiéndose por tales aquellos que tienen por objeto planificar los procesos de relevo con la finalidad de contribuir a dar continuidad a pequeñas empresas comerciales o artesanas que de otro modo se verían abocadas al cierre, debido a la jubilación, incapacidad permanente, fallecimiento del titular u otra causa sobrevenida. La continuidad de la empresa puede llevarse a cabo dentro del entorno familiar de los titulares, por los trabajadores de la empresa o, incluso, por terceras personas interesadas en continuar con el negocio.

Se modificó la nueva Orden que la Dirección General de Comercio había trabajado para adaptarla a las circunstancias excepcionales que estamos viviendo, incluyendo que el importe de la subvención fuera del 100%, con un anticipo del 100% en importes inferiores a 6000 euros y del 50% en el resto.

Semanas previas a la convocatoria de esta importante línea de ayudas se realizaron 13 presentaciones por videconferencia y de resolución de dudas con las Cámaras de Comercio, las organizaciones representativas del sector comercial y artesanal andaluz e igualmente se realizó una específica en jornada de tarde con fecha 30 de junio a la que asistieron más de 150 comerciantes ambulantes.

Seguiremos trabajando en apoyo a esta modalidad de comercio interior como es el ambulante, no solo con las medidas extraordinarias expuestas, sino con las ya recogidas y que se encuentran en ejecución para este sector, en el VI Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía para el periodo 2019-2020, aprobado mediante Orden de 28 de noviembre de 2019 del Consejero de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, cuyas líneas básicas fueron debatidas previamente en el Pleno del Parlamento andaluz en su sesión de 27 de noviembre, como son:

- Actuación 2.1.5.4: Impulso para la creación de Consejos Municipales de Comercio. Esta actuación apoya, por medio de jornadas, la creación, a nivel local, de órganos colegiados de consulta, participación y asesoramiento en materia comercial en los que estarán implicados los distintos agentes económicos y sociales de cada municipio. Además, en aquellos municipios que ya cuenten con ellos se les tendrá en cuenta como criterio de valoración en las subvenciones dirigidas a los ayuntamientos andaluces.

- Actuación 2.1.6.1: Ayudas a los Ayuntamientos para la mejora y modernización de las infraestructuras dedicadas al desarrollo del Comercio Ambulante en los municipios. Conceder ayudas a los ayuntamientos para mejorar la organización y gestión del comercio ambulante mejorando los espacios e infraestructuras municipales que permita mejorar la calidad en la prestación de esta actividad comercial.
- Actuación 2.1.6.3: Impulso para la adaptación de las Ordenanzas Municipales a la normativa autonómica. Se llevarán a cabo acciones de difusión mediante jornadas y otras actuaciones divulgativas e informativas dirigidas a la totalidad de los Ayuntamientos andaluces, y especialmente a los que no cuenten con una Ordenanza Municipal Reguladora de Comercio Ambulante adaptada a la normativa autonómica.
- Actuación 2.1.6.4: Actualización permanente del censo de mercadillos en Andalucía. Se pondrá en marcha un cuestionario dirigido a los Ayuntamientos andaluces para la actualización anual del censo de mercadillos de Andalucía.
- Actuación 2.1.6.5: Jornadas de capacitación en la gestión del comercio ambulante. Se impartirán jornadas sobre cuestiones relacionadas con la mejora en la gestión del comercio ambulante dirigido a personal al servicio de los Ayuntamientos y policías locales.
- Actuación 2.3.1.1: Elaboración de un estudio específico de la oferta y la demanda comercial en las zonas rurales. Realización de un estudio que permita conocer, a nivel andaluz, las demandas y la distribución del sector comercial en las zonas rurales.
- Actuación 2.3.2.1: Puesta en marcha de una mesa de trabajo de impulso del comercio rural. Se trata de crear un grupo de trabajo en el que estén representadas las distintas administraciones públicas con competencia en el comercio rural, así como los agentes económicos y sociales, que permita identificar las principales actuaciones y recomendaciones a poner en marcha para lograr un impulso del comercio en las zonas rurales.
- Actuación 2.4.1.1: Creación de una mesa de trabajo “Por el Comercio Seguro”. Se trata de crear una mesa de trabajo en la que estén representadas las distintas administraciones públicas con competencias en comercio y en seguridad, así como los agentes económicos y sociales implicados, para velar por la seguridad del comercio en Andalucía.
- Actuación 2.4.1.3: Campaña de sensibilización contra el comercio ilegal: Se trata de elaborar una campaña de difusión dirigida a las personas consumidoras que fomente la compra de productos legales y no falsificados en los establecimientos comerciales permanentes o no.

Se ha puesto en marcha la APP “ACA – Andalucía Comercio y Andalucía” que conecta la oferta comercial de cada zona o municipio con las necesidades de los usuarios mediante geolocalización. Así los comercios que estén ofreciendo entrega a domicilio mediante pedidos por whatsapp o a través de su página web podrán ofertar sus productos y el consumidor sabrá que comercios de su alrededor ofrecen dicha

tipología de venta. Todo esto, porque sabemos que el comportamiento de las personas consumidoras en estos tiempos ha cambiado y hasta que se vuelva a la total normalidad, la compra on line o telefónica se viene a considerar más segura por las personas consumidoras y de esta forma facilitamos la conexión entre oferta y demanda.

En este apartado quiero recordar que en ejecución del Plan de Activación del Comercio Ambulante en Andalucía 2014-2019 se elaboró una aplicación APP, titulada “Mercadillos del Sur”, diseñada con el fin de que los usuarios puedan geolocalizar los mercadillos más cercanos, conocer sus servicios, especialidades, fechas, horarios, imágenes, así como sus productos destacados, a fin de que el consumidor tenga información actualizada y que se encuentra en pleno funcionamiento.

Por otro lado, estamos trabajando en la elaboración de una nueva Orden de Bases Reguladoras de subvenciones dirigidas a los Ayuntamientos dirigidas a la promoción, mejora y modernización en el ámbito del comercio y la artesanía, cuya tramitación se iniciará en el presente trimestre y que se prevé pueda aprobarse y convocarse en el primer semestre de 2021 por un importe de 3.000.000,00 Euros. La finalidad de estas ayudas es promover la mejora y modernización en el ámbito local del comercio, mediante el apoyo a los Ayuntamientos en las inversiones vinculadas a los Centros Comerciales Abiertos, los mercados municipales de abastos, el comercio ambulante, las infraestructuras feriales, así como para el diseño y la elaboración de Planes Estratégicos del Comercio Municipales, impulso de la comercialización de los productos artesanos, su puesta en valor y la dinamización de la artesanía local. Ello contribuye a la modernización y revitalización de los espacios comerciales tradicionales y genera impactos positivos de carácter económico, social y urbano en el desarrollo sostenible de los pueblos y ciudades.

Finalmente, también estamos tramitando una nueva Orden de Bases Reguladoras dirigidas al impulso del asociacionismo en los sectores del comercio y de la artesanía, que tiene por finalidad promover este modelo de organización empresarial y las relaciones de cooperación entre las empresas, como medio para obtener ventajas que repercutan en la mejora de la competitividad de los sectores del comercio minorista y la artesanía respectivamente. Asimismo, tiene como objeto apoyar las actuaciones de promoción y dinamización del comercio urbano y de proximidad llevadas a cabo por asociaciones de comerciantes en ámbitos locales, ya sea en un Centro Comercial Abierto reconocido por la Administración de la Junta de Andalucía, en las zonas comerciales de pueblos y ciudades que no cuenten con la figura de un Centro Comercial Abierto reconocido, en mercados municipales de abastos o en mercadillos de comercio ambulante. También tiene por objeto apoyar la promoción y dinamización de la artesanía, a través de las asociaciones.

Al amparo de estas bases reguladoras se financiarán tres líneas diferentes de proyectos:

Línea 1. Actuaciones dirigidas a promover el asociacionismo, a través del fortalecimiento de las relaciones de cooperación entre las empresas comerciales o artesanas pertenecientes a la asociación, cuyos beneficiarios son las Asociaciones, Federaciones y Confederaciones de Comercio y de la Artesanía.



Línea 2. Actuaciones de dinamización y promoción del comercio minorista, tanto en espacios comerciales abiertos como en mercados ambulantes o mercados de abastos diseñadas en el marco de un proyecto de incentivación al consumo. Las entidades beneficiarias son Asociaciones de comerciantes.

Línea 3. Actuaciones de fomento y promoción de la artesanía, cuyas entidades beneficiarias son las Asociaciones, Federaciones o Confederaciones de artesanos y artesanas.

Por último, hacemos mención al Decreto-ley 1/2021, de 12 de enero, por el que se establecían medidas urgentes para el mantenimiento de la actividad de los sectores del comercio minorista y de la hostelería y agencias de viajes y se modifican varios decretos-leyes dictados como consecuencia de la situación ocasionada por el coronavirus (COVID-19).

Se aprobaron como medidas extraordinarias dos líneas de subvenciones para determinadas pymes de los sectores del comercio minorista y de la hostelería y las agencias de viajes respectivamente, con el objeto de paliar los efectos del impacto económico negativo que la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19 y las medidas acordadas para contener la propagación de la pandemia han provocado en su actividad, con el fin de ayudar a sostener la continuidad de su empresa o negocio, evitando el cese definitivo del mismo y, por tanto, la destrucción de empleo. Las dos líneas de subvenciones son las siguientes:

- a) Línea 1. Medida urgente para el mantenimiento de la actividad del sector económico del comercio minorista.
- b) Línea 2. Medida urgente para el mantenimiento de la actividad del sector económico de la hostelería y agencias de viajes.

Dentro de la Línea 1 se incluiría el epígrafe 663 de Comercio fuera de un establecimiento que correspondería a las distintas modalidades de Comercio Ambulante.

Estas ayudas se concedieron por un importe fijo de 1.000 euros en atención a la concurrencia en la pyme de la situación descrita en el artículo 5 de este Decreto L, con la finalidad de contribuir a mantener estos sectores afectados por el impacto económico que ha generado la pandemia provocada por el COVID-19 y las medidas de contención adoptadas para contenerla.

8. Del escaso tiempo libre del que dispone, ¿es común ver a la Directora General de Comercio en un mercadillo? Y si fuera así, ¿qué productos le llaman más la atención?

Claro que soy consumidora de esta modalidad comercial, ya que disfruto mucho de la experiencia de compra que se vive en un mercadillo; el aire libre, la variedad de los productos, su versatilidad, sus precios, y la atención personalizada y amable de sus comerciantes. Principalmente consumo productos relacionados con textil del hogar, telas, artesanía y alimentación ecológica.

Venta Ambulante Con Voz



**Actividad subvencionada con cargo a la
asignación tributaria del 0,7%
del Impuesto sobre la
Renta de las Personas Físicas**



**Instituto de las
MUJERES**

