

VENTA AMBULANTE



CON VOZ

JUNIO 2021

EDICIÓN N^a 2

OBRA: ALICIA SOLINÍS

PERSONALIDADES COMPROMETIDAS

Hablamos con Lorena Garrido Serrano, Directora General de Comercio de la Junta de Andalucía

EDITORIAL

La imagen social: apuesta segura para el futuro post COVID-19

VENTA AMBULANTE



CON VOZ

JUNIO 2021

EDICIÓN N^o 2

OBRA: ALICIA SOLINIS



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



**Instituto de las
MUJERES**

Fundación "la Caixa"
CaixaProinfancia





La imagen social:

APUESTA SEGURA PARA EL
FUTURO POST COVID-19

Editorial

Desterrar un prejuicio no es fácil, ni mucho menos. Lo sabemos muchas de las personas que los sufrimos por cualquier cuestión. Por ejemplo, los gitanos y las gitanas sabemos bien lo que son los prejuicios, el peso que tienen y los efectos que acarrear. De hecho, en **FAKALI** trabajamos precisamente para combatirlos con el firme deseo de construir una sociedad rica en valores.

La cuestión de **género**, de **edad**, de **procedencia**, de **clase** y de **adscripción étnica** son puntos clave en lo que respecta al centro de la diana de los prejuicios, pero también hay otros sectores laborales que han tenido históricamente una reputación y una mirada negativa que llega incluso a afectar al bolsillo de quienes lo desempeñan. Ese es el caso que nos ocupa.

Nos encontramos con ciertas similitudes entre los prejuicios antigitanos y la venta ambulante. De hecho, al ser un sector económico con alta presencia de perso-

nas gitanas no es una irracionalidad decir que el tratamiento mediático del comercio ambulante es una extensión más del propio antigitanismo. Ejemplo de ello es la ausencia reiterada entre los medios de comunicación (salvo excepciones) sobre publicaciones que giren en torno a la información fidedigna del comercio ambulante, mientras que sí ocurre por ejemplo, cuando se habla de él en las páginas de sucesos.

Muchas veces esta sociedad peca de reduccionista y, en el ámbito de la venta ambulante así nos lo demuestra el Estudio de la Imagen Social que realizamos con la colaboración de la Universidad de Sevilla, la Pablo de Olavide y la Universidad de Huelva.

”

Nos encontramos con ciertas similitudes entre los prejuicios antigitanos y la venta ambulante



”

EN EL ESTUDIO SE
REFLEJA QUE
TAMBIÉN LOS
MEDIOS DE
COMUNICACIÓN
TIENEN UNA
RESPONSABILIDAD

Generalmente no se sobrenombra a los grandes almacenes con la procedencia de la empresa, ¿por qué sí para los gitanos?

En él se recoge que la opinión de la sociedad andaluza con respecto a este oficio histórico es entre "mala o muy mala" en casi un 60%. Ello repercute en la asistencia a los mismos, y finalmente alcanza gravemente al bolsillo de los vendedores ambulantes.

De hecho es muy popular bautizar a los mercadillos con sobrenombres como "los Gitanos", "el Piojito", "el barato"... que aunque a priori parecería que son "motes" sin ningún tipo de conciencia negativa, finalmente nos encontramos que esos adjetivos no son tal para otros sectores del comercio. Generalmente no se sobrenombra a los grandes almacenes con la procedencia de la empresa, ¿por qué sí para los gitanos?

Con respecto a la imagen pública de los mercadillos tenemos un gran trabajo por delante, y ello no sólo recae en la respon-

sabilidad de sus trabajadores y trabajadoras sino que también debe autoconvencerse el resto de la sociedad.

Mucho se ha hablado por ejemplo de los beneficios que el modelo de la economía circular supone, pues en el comercio ambulante ello es una realidad. Es decir, que a mayor beneficio entre sus profesionales también lo será para las empresas que nutren de artículos los propios puestos, lo que a su vez repercutirá en aquellas otras donde se fabrican las materias primas, por no hablar de los organismos que gestionan los propios mercados, que en este caso son los ayuntamientos en una amplia mayoría. Todo ello sin haber mencionado la importante labor que promueven los mercadillos ambulantes en favor del comercio de proximidad, el contacto y la comunicación entre las personas.



“Sobran los motivos por los que apostar decididamente por una mejora de la imagen de los mercados ambulantes. En varios países del mundo son un reclamo turístico, incluso. En España podemos lograrlo”

Sobran por tanto los motivos por los que apostar decididamente por una mejora de la imagen de los mercados ambulantes. **La colaboración estrecha con un cada vez mayor número de organismos públicos con FAKALI es evidente**, pero aún nos queda mucho por recorrer y ahora, con un futuro que ojalá sea muy cercano en el que la pandemia del COVID-19 sea cosa del pasado es un buen momento para ello.

Ejemplos de buenas prácticas tenemos dentro y fuera de nuestras fronteras. En Alemania, Francia, Reino Unido o Italia, por ejemplo, los mercadillos no son sólo parte de la imagen típica de los países alrededor del mundo, sino que son generadores de riqueza hasta el punto de ser considerados un reclamo turístico. En España también podemos hacerlo, pues nos sobran los motivos y el potencial para lograrlo.



PERSONALIDADES COMPROMETIDAS



LORENA GARRIDO SERRANO,
DIRECTORA GENERAL DE COMERCIO
DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

«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.»

IMAGEN VÍA: NUEVOCOMERCIO.ES

Desempeña desde hace tres años el cargo de **Directora General de Comercio de la Junta de Andalucía**, organismo adscrito a la **Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades**. Lorena Garrido Serrano, nacida en Jerez de la Frontera ha querido conversar con FAKALI sobre el comercio ambulante.

- **¿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 Esta-

tuto de Autonomía para Andalucía, tiene la competencia exclusiva en materia de la ordenación administrativa de la actividad comercial.

La importancia de este sector 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 socio económica 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. En particular, **son competencias de la Dirección General de Comercio las actuaciones orientadas al fomento, la modernización y mejora del comercio ambulante en Andalucía.** También desde aquí se gestionan las inscripciones en el Registro General de Comercio Ambulante

- **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 impor-**

tancia para facilitar la actividad tanto de las personas profesionales del mismo como de las personas consumidoras de este tipo de actividad.

Así, la Administración andaluza también ha venido desarrollando una activa política en cuanto al estudio del sector, como es la elaboración de diversos censos, 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.**

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.** La mejor muestra de criterios uniformes para el ejercicio de la venta ambulante es la aprobación de la **Ordenanza tipo reguladora del Comercio Ambulante.**



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.

- **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. Desde la Dirección General de Comercio se han llevado a cabo varias campañas de sensibilización dirigidas a incentivar su consumo y al reconocimiento del mismo.

- **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 del sector.

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.



“ *Es necesario conseguir que su actividad sea reconocida por el valor social y económico que aporta a la sociedad* ”

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

Es una actividad **profesional, generadora de empleo, 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, 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.**

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.

- **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?**

Hemos estado en permanente coordinación y cooperación con los Ayuntamientos y Diputaciones donde se celebra la venta ambulante para la adopción de las medidas higiénico-sanitarias tanto para la desescalada como para la adaptación posterior a la nueva realidad. 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 en pequeñas poblaciones de interior 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.

De igual modo, 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.

- **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?**

Se han puesto en marcha una serie de actuaciones y ayudas como las **subvenciones destinadas a la modernización y mejora de la competitividad y a promover el relevo generacional de las PYMES comerciales y artesanas de Andalucía**. Seguiremos trabajando en apoyo a esta modalidad de comercio 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. Son: la **creación de Consejos Municipales de Comercio, Ayudas a los Ayuntamientos para la mejora y modernización de las infraestructuras dedicadas al desarrollo del Comercio Ambulante** en los municipios, impulso para la adaptación de las Ordenanzas Municipales a la normativa autonómica, actualización permanente del censo de mercadillos en Andalucía, jornadas de capacitación en la gestión del comercio ambulante...



Finalmente, **también estamos tramitando una nueva Orden de Bases Regulatoras 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.



FAKALI en reunión de trabajo con la Dirección General de Comercio en mayo de 2020 para tratar la cuestión del comercio ambulante

Trabajamos en la elaboración de una nueva Orden de Bases Regulatoras 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.

- 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.

¿Quieres tener la información gitana al instante?



Guarda el 605-59-79-29 y escríbenos para darte de alta

Nuevo servicio WhatsApp de FAKALI



“Apostamos por un mercadillo con visibilidad y sostenibilidad ecológica”

Jesús Escobedo Fernández, 20 años en la venta ambulante



CONOCIENDO A JESÚS

Nos vamos hasta Fuengirola (Málaga) para acompañar a este profesional de la venta ambulante en una jornada laboral. Nacido en Jaén, lleva veinte años trabajando en la venta, aunque a ello habría que sumarle los años que dedicó colaborando en el trabajo de la familia, que también es vendedora ambulante.

Especializado en textil de caballero, la calidad de sus productos salta a la vista.

Podremos encontrarlo los lunes en **Marbella**, los martes en **Fuengirola**, miércoles en **Estepona**, los jueves en **San Pedro**, los sábados en **Puerto Banús** y finalmente, los domingos en **Fuengirola**.

- ¿Alguien más de tu familia (primos, tíos, padres...) se dedica a la venta ambulante?

Más bien habría que preguntar quién no se dedica al comercio ambulante en mi familia. Mis padres, suegros, hermanos, cuñados... Todos nos dedicamos a este oficio.

- De los años que llevas como vendedor, ¿has visto algún cambio o mejoras en los mercados que trabajas?

He visto que se está premiando el cumplimiento de normas de limpieza, horarios, límites de los puestos, el buen trato con los responsables de cada mercado... En definitiva, a los que nos tomamos nuestro trabajo en serio, que somos la inmensa mayoría. Eso sí, también hay cambios que no me gustan, como por ejemplo cuando después de 30 años realizando nuestro trabajo en una misma ubicación y se nos cambia radicalmente de lugar. La gente entonces, acostumbrada a acudir al mismo lugar y sin haberse informado... Eso hay que estudiarlo detenidamente.



¿QUIERES SER PROTAGONISTA CON VOZ?

Si te dedicas a la venta ambulante, si tu actividad laboral está relacionada con ella o si simplemente sueles acudir a hacer tus compras en los mercadillos escríbenos a tecnicos@fakali.org

MÁS INFO: FAKALI.ORG



Desde aquí le pido a los ayuntamientos que por favor, cuando se prevean cambios, que haya comunicación con los vendedores. Hace falta mayor comunicación entre las partes.

- **¿Qué cosas positivas tiene la venta ambulante que deberían ser más visibles a ojos de la sociedad?**

¡Muchísimas! **Somos la parte del comercio más antigua que se conoce en la historia**, conocemos el sector de años y años, el cliente conoce al dueño de la empresa, da su imagen y presta su total confianza al adquirir algún producto, por eso nuestra clientela es de años y años. Hasta los turistas que vienen una vez al año, vienen a buscarnos, con su familia, amigos...

- **¿Cómo habéis pasado en casa el período del confinamiento?, ¿cuánto tiempo habéis permanecido sin trabajar?**

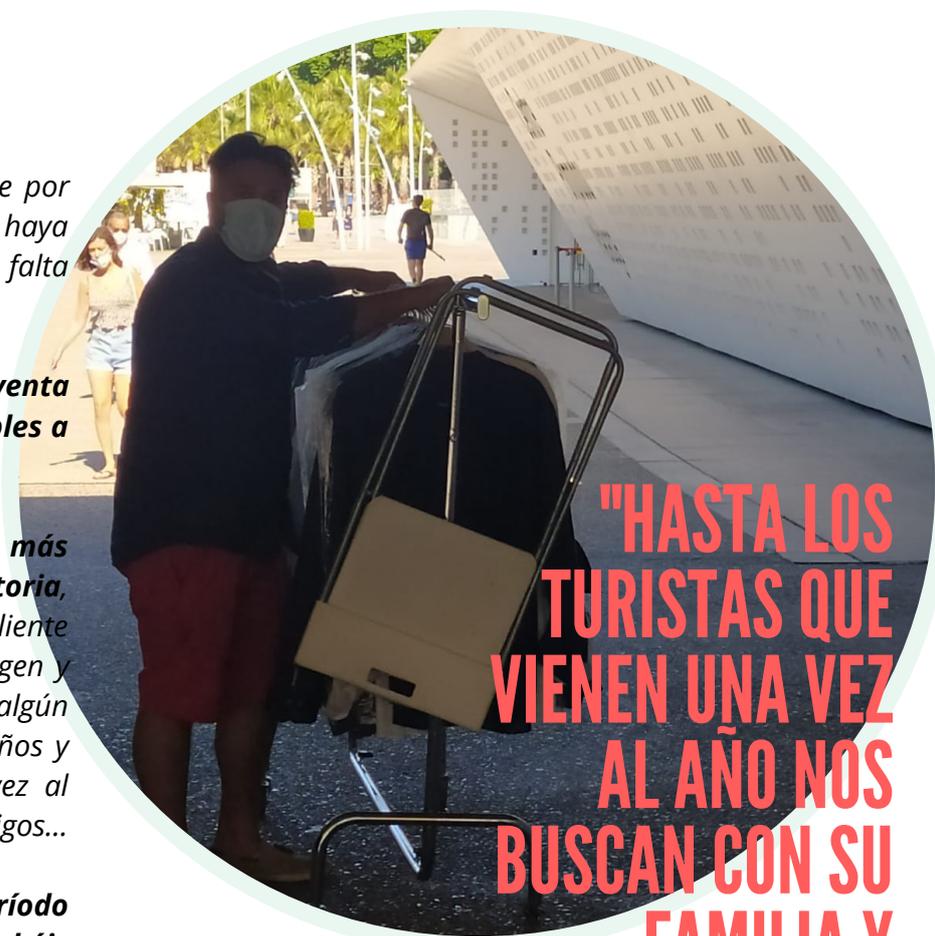
El confinamiento lo vivimos con mucho miedo, con ansiedad, como todos, cumpliendo con las medidas excepcionales, como no podía ser de otra manera. Tengo 3 niños, pues entre todos, limpiábamos, se desinfectaba la casa, la compra... Hacíamos los deberes, los trabajos, y mi mujer y yo intentando de distraerlos de alguna manera. En el tema económico ayudándonos entre toda la familia; usando hasta el último ahorro que teníamos. **La campaña para verano ya estaba reservada y abonada, teníamos la furgoneta llena de género en el parking, pero sin un duro en la casa. Estuvimos 4 meses sin trabajar.** Volvimos en Julio, pero trabajando 3 días a la semana.

- **¿Cómo es el día a día de una familia que se dedica a la venta ambulante, como es tu caso?**

Trabajar y tener el pensamiento todo el día en tu negocio. Cada día nos levantamos a las 07:00 de la mañana, coge la furgoneta, llena el tanque y arrancamos con alegría. Con compañeros distintos y encargados distintos, montamos y nos centramos en poner el puesto bonito y en atender con amabilidad y la atención que se merecen nuestros clientes.

Recogemos a pleno sol o incluso con plena lluvia y con lo que Dios nos haya querido dar, contentos para casa.

Por la tarde, haces balance, y nos vamos a emplear, o llamamos a nuestros proveedores para hacerles el pedido. Nosotros trabajamos con fábricas andaluzas sólo, pues hay que potenciar nuestra productividad autonómica. Tenemos nuestra marca propia.



**"HASTA LOS
TURISTAS QUE
VIENEN UNA VEZ
AL AÑO NOS
BUSCAN CON SU
FAMILIA Y
AMIGOS"**

- **Ahora que ha pasado el confinamiento y que los mercadillos han vuelto, ¿qué medidas hay para prevenir los contagios por COVID-19?**

La distancia de seguridad entre puestos, las mascarillas, el gel desinfectante, el spray para desinfectar la ropa y el aforo en el puesto. La venta ambulante es muy segura y ahora más, que los exteriores se valoran tanto.



- **¿Crees que el trato de los medios de comunicación a la venta ambulante favorece esta actividad? ¿Por qué?**

Los medios de comunicación en anteriores años nos han perjudicado enormemente porque suelen mostrar una imagen errónea y precaria de nuestro mercadillo. Ahora parece que con la pandemia está cambiando un poco porque quizás nos han dado más visibilidad. Ojalá que ayuden a demostrar que somos trabajadores honrados, que damos empleo a los andaluces, a las fábricas, que muchos trabajamos con productos españoles y de calidad.

"HAY QUE POTENCIAR MÁS LA ESTÉTICA Y ASPIRAR A CREAR MERCADOS TEMÁTICOS EN CAMPAÑAS COMO LA NAVIDAD"

- **¿Qué cosas crees que harían falta para revitalizar el sector de la venta ambulante?**

Pensar un poco más en nosotros. Es importante que nos tengan en cuenta en las decisiones importantes que nos competen como por ejemplo cuando se decide la ubicación, los horarios... Aquí en nuestro municipio estamos luchando por un mercadillo nocturno, Fuengirola es un municipio que depende del turismo en primavera-verano y tenemos que aprovechar esa afluencia de turistas .

Perfeccionarlo más en la estética. Aquí llevamos años apostando por un mercadillo de visibilidad y sostenibilidad ecológica. Además sería importante hacer mercadillos específicos en las temporadas de mayor afluencia de público, como por ejemplo es la campaña de Navidad.



BREVES

EL AYUNTAMIENTO SE ADHIERE A LA ALIANZA COMUNICATIVA DE FAKALI PARA LA VENTA AMBULANTE

SEVILLA

El Excmo. Ayuntamiento de Sevilla ha firmado la adhesión a la alianza comunicativa de **FAKALI** para trabajar de manera



conjunta y coordinada en la creación de **acciones que promuevan una mejor información y tratamiento mediático alrededor de la venta ambulante.**

Tras diversas reuniones de trabajo y de acciones formativas, el Departamento de Prensa del consistorio hispalense se encuentra coordinándose con FAKALI en la **creación de material audiovisual** que en próximas fechas podrá visualizarse en los medios digitales del Ayuntamiento. De esta forma, la ciudadanía no sólo tendrá acceso a la información fidedigna de los mercados sevillanos, sino también se trabajará en promover una imagen alejada de tópicos y clichés.

Más información: FAKALI.ORG

APROBADAS NUEVAS CONVOCATORIAS DE SUBVENCIONES A SECTORES PERJUDICADOS POR CRISIS COVID POR 1,3 MILLONES

MÁLAGA

El Ayuntamiento de Málaga ha dado luz verde en junta de gobierno local a nuevas convocatorias de ayudas a los sectores más afectados por la crisis de la COVID-19. Se trata de los sectores de la venta ambulante en mercadillos, los planes de aprovechamiento, los feriantes y el taxi. Estas subvenciones directas, cuyo importe total ronda los 1,3 millones de euros, se suman a otras aprobadas hasta la fecha, como la destinada a comerciantes y hosteleros, por importe de cinco millones de euros.

Más información: [EuropaPress](https://www.europapress.es)

HUELVA

EL MERCADILLO DE PUNTA UMBRÍA SERÁ POR LA TARDE A PARTIR DEL 28 DE JUNIO

El mercadillo de Punta Umbría comenzará a celebrarse en horario de tarde el próximo lunes 28 de junio.

Como novedad, **cambiará ligeramente su ubicación** para celebrarse en la prolongación de la avenida de la Marina, a lo largo de la vía en la que se encuentra el Club Deportivo Náutico, en lugar de hacerlo en la parcela contigua conocida como 'La H', como era habitual. El Portil, por su parte, iniciará el mercadillo en horario de tarde el miércoles 30. Se mantendrá su emplazamiento habitual, en las proximidades del Centro de Salud.

Más información: [Huelva Buenas Noticias](#)

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**

**Fundación "la Caixa"
CaixaProinfancia**

