

VENTA AMBULANTE CON VOZ

OCTUBRE 2021
EDICIÓN N^a 4

LA VENTA ONLINE: UNA OPORTUNIDAD MÁS

FAKALI expone las cuestiones alusivas a la imagen de la venta ambulante al grupo de trabajo de empleo para la futura Estrategia Nacional para la inclusión de la Comunidad Gitana 2021- 2030



PROTAGONISTAS CON VOZ

Carmen Santiago, la vendedora ambulante
cuya historia se ha hecho viral



VENTA AMBULANTE CON VOZ



OCTUBRE 2021
EDICIÓN N^º 4



**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 venta online: Una oportunidad más

Inevitablemente, los tiempos cambian. El acceso a las tecnologías nos ha abierto un abanico amplísimo de posibilidades. De hecho, hoy en día tenemos la oportunidad de establecer contacto en tiempo real con una persona que resida en prácticamente cualquier punto de la geografía mundial mediante las redes sociales. Con un simple “click” habremos abierto un canal de comunicación. Con un par de clickeos habremos accedido a información internacional de cualquier asunto, pues con la era de las tecnologías y más aún con las **tendencias 2.0**, el mundo digital no sólo nos hace factible la posibilidad de comunicarnos, sino que esto ha hecho que de una manera u otra se democratizen las posibilidades de hacerlo.

Pero cuando hablamos de **modelos económicos** y no solamente de comunicación en relación a las nuevas tendencias tecnológicas, las cosas cambian. Y más en uno tan tradicional. Hace unos días, el concejal de Presidencia y Desarrollo Económico del Ayuntamiento de San Fernando, (Cádiz), Conrado Rodríguez abordó concretamente este asunto en las jornadas de modernización de los mercadillos organizadas por la **Federación Española de Municipios y Provincias**.

Quando hablamos de modelos económicos, las cosas cambian. Y más cuando hablamos de uno tan tradicional

”

El concejal decía lo siguiente: “Antes exis-



”

EL ESTUDIO DE LA IMAGEN SOCIAL DE LA VENTA AMBULANTE DE FAKALI YA ALERTABA QUE LA COMPRA ONLINE ERA VARIAS VECES SUPERIOR A LA DE ESTE MODELO ECONÓMICO

tía una competencia entre los diferentes tipos de comercio, entre las grandes superficies, el comercio local y la venta ambulante o mercadillos. **Actualmente nos encontramos con un nuevo paradigma**, la competencia se ha situado entre el comercio físico y el comercio online. Y el comercio local, las grandes superficies y la venta ambulante deben ir de la mano, trabajar conjuntamente para dinamizar la actividad económica de la ciudad y competir con la venta on-line. Entre todos tienen que hacer una oferta comercial de ciudad. Internet, además, no debe entenderse como un peligro sino como una oportunidad, un escaparate para mostrar el producto que ofrece el comercio físico”. Ciertamente, no podemos cerrarnos en banda a lo que hoy en día es una realidad, pues la compra online se ha disparado en los últimos años. De hecho, durante el período del confinamiento de 2020 los índices de compra por Internet se multiplicaron, si

bien los datos nos dicen que **este modelo económico venía ya con fuerza desde tiempo atrás**.

Ya el Estudio sobre la Imagen Social de la Venta Ambulante, elaborado y publicado por FAKALI en 2019 nos decía que la frecuencia de compra de la ciudadanía andaluza con respecto a la venta ambulante era varias veces inferior a la de la compra por Internet. **Un 53% de las personas encuestadas admite no comprar “nunca o casi nunca” en un mercadillo**, mientras que en relación a la compra por Internet se quedaba en el 37%. Es decir, la tendencia ya era visible y sus respuestas múltiples. Es cierto, de hecho, que el comercio ambulante debe modernizarse. Es necesaria una introducción a las tecnologías y, por ende, a la venta online, pues puede ser entendida como una verdadera vía complementaria al comercio tradicional. Para ello ya hay encaminadas



muchas propuestas de trabajo a través de las cuales puedan los comerciantes ambulantes adquirir las destrezas necesarias para acceder a este modelo económico, si bien es necesario no olvidar otras consecuencias de la situación de los mercadillos.

En números anteriores de nuestra revista, concretamente en el número 2 ya abordamos las consecuencias que tiene la **mala imagen de la venta ambulante entre la opinión pública**, cuestión central para Venta Ambulante Con Voz y, por ende, para FAKALI. Sabemos bien el peso que tienen los prejuicios, el desconocimiento y la desinformación, cuestión por la cual este modelo económico obtiene tantos

sobrenombres, muchos de ellos peyorativos. Quizás deberíamos abordar esta cuestión entre organismos públicos y privados, contando además con la voz de los comerciantes ambulantes. **Aspirar al tratamiento y reconocimiento social y turístico que obtienen los mercados ambulantes y tradicionales de varias ciudades europeas** sería un paso muy importante. Mientras que eso sucede, por supuesto, **capacitémonos en la introducción a los nuevos modelos económicos, pero sin perder ni nuestra identidad ni nuestra meta, que no es otra que la mejora de las condiciones de uno de los oficios más antiguos de la historia**. Por tanto, y desde FAKALI agradecemos las políticas existentes así como las venideras alrededor de la alfabetización digital, pues de sobra es conocido por todos las ventajas que ello promueve, aunque sin olvidar claro está, otras cuestiones que atañen al bolsillo de las miles de familias que tienen en este tipo de comercio su única fuente de ingresos.



Imagen: Anagposadas



ESPECIAL PROTAGONISTAS CON VOZ

Una historia de superación que se ha hecho viral

LA PUBLICACIÓN SOBRE CARMEN SANTIAGO HA SIDO VISTA YA POR MÁS DE 168.000 PERSONAS

En **FAKALI**, y más concretamente a través de nuestro **Observatorio contra la Discriminación** monitorizamos diariamente internet. Prácticamente todos los días encontramos noticias y contenido de carácter discriminatorio e incluso, antigitano. También hacemos lo propio con la **venta ambulante** y el resultado es parecido. Por lo general, la prensa no suele hacer especial mención a la venta ambulante si no es sobre un hecho de especial relevancia. De entre todos esos contenidos destacan los alusivos a la venta fraudulenta, que en nada tiene que ver con el comercio ambulante. Sin embargo, el pasado día

13 de septiembre encontramos el reportaje “**Estudiar en la Universidad no tiene edad**”, publicado por el **Diario de Córdoba**. A través de él pudimos conocer la historia de Carmen Santiago, una gitana, vendedora ambulante, que vive con su hija de 15 años. Carmen, tras aprobar las pruebas de acceso a la universidad para mayores de 45 años ha comenzado el Grado en Historia. Toda una historia de superación y coraje. El post en **nuestra página de Facebook**, en el que hablábamos de ella ya se ha compartido más de 1.200 veces y ha alcanzado a más de **168.000 personas**. Las historias silenciadas que tanto tienen que contar.



"Entre los medios seguimos discriminados"

Alrededor de unos 40 años lleva **Agustín Torres Maya** ejerciendo la venta ambulante. A sus 54 años, Agustín, nacido en **Osuna, (Sevilla)** dispone de un puesto donde se venden productos de menaje, cocina, costura e incluso, para el bricolaje. Podemos encontrarlo los lunes en el mercadillo de Osuna; miércoles en los Palacios y Villafranca; viernes en La Puebla de Cazalla y finalmente, los domingos en Casariche.

- **De entre tu familia, ¿todos os dedicáis al comercio ambulante?**

Pues prácticamente todos. Mis hermanos, mis primos, tíos...

- **¿La fuente de ingresos de vuestra casa depende sólo de los mercados?**

Así es. No hay otra fuente de ingresos.



“Durante el confinamiento lo pasamos mal, para qué mentir”

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

Sinceramente, apenas he visto cambios. Tras el COVID de hecho, la cosa va a peor, en mi opinión.

- **El período del confinamiento a causa del COVID-19, ¿cómo lo habéis vivido en casa? ¿Cuánto tiempo habéis permanecido sin poder trabajar?**

Bastante mal, para qué mentir. Hubo que quedarse en casa sin trabajar. Ha sido un momento que ojalá no tengamos que volverlo a repetir.



¿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

- **Y desde que han vuelto los mercadillos, ¿qué medidas de prevención seguís en el puesto?**

Ahora mismo las medidas anti COVID-19 que utilizamos es el dispensador de gel hidroalcohólico a la entrada y salida de todos los mercadillos. Aquí las medidas se cumplen a rajatabla.

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

No es muy distinta al de cualquier negocio físico. Te levantas muy temprano, llegas al mercado, pones el puesto...Y a la tarde a reponer el género que has vendido. Le dedicas todo el día al mercado al fin y al cabo.

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

No la favorece en absoluto. Aparecen eso sí, cosas que no tienen que ver para nada con la venta ambulante. De eso están llenas las redacciones. Así no podemos equipararnos a las grandes superficies, por lo que es una utopía alcanzar la normalidad en el trato. Seguimos discriminados.

¿QUIERES ACCEDER A TODA LA INFORMACIÓN DE FAKALI AL INSTANTE?

Nuevo Servicio
Whatsapp
de FAKALI



Para darte de alta envía:

Tu nombre y apellidos al

605 597 929



Y añádenos a tu lista de contactos

La actualidad gitana al instante

12:13

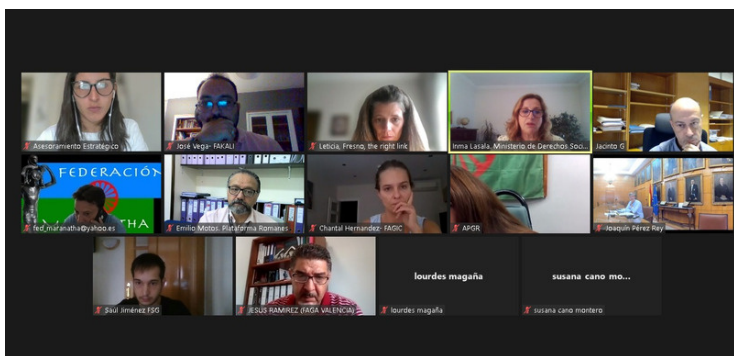
- ✓ **Guarda en tus contactos el 605 597 929**
- ✓ **Escríbenos por Whatsapp poniendo tu nombre y apellidos**
- ✓ **Te daremos de alta en el servicio para tener acceso a la actualidad gitana al instante.**



BREVES

NACIONAL

FAKALI EXPONE LAS CUESTIONES ALUSIVAS A LA IMAGEN DE LA VENTA AMBULANTE AL GRUPO DE TRABAJO DE EMPLEO PARA LA FUTURA ESTRATEGIA NACIONAL PARA LA INCLUSIÓN DE LA COMUNIDAD GITANA 2021- 2030



La Federación de Asociaciones Gitanas, **FAKALI** ha formado parte de los grupos de trabajo de carácter temático que se han conformado durante el mes de septiembre para la elaboración de la **futura Estrategia Nacional de Inclusión, Igualdad y Participación del Pueblo Gitano 2021-2030**. La Estrategia, que se convierte en la hoja de ruta de las políticas públicas en relación a la población gitana, y tras los grupos de trabajo de evaluación para la anterior, cuenta con la participación de varios Ministerios del Gobierno de España, así como de representantes de las organizaciones gitanas del plano nacional.

En el caso del empleo, FAKALI ha expuesto la "necesidad imperiosa" de que esta Estrategia Nacional cuente con acciones y objetivos específicos que mejoren las cuestiones alusivas a la **venta ambulante**, al ser este el nicho de empleo con mayor representación gitana. De esta manera, se han presentado una batería de propuestas específicas sobre las que se destacan aquellas encaminadas a la mejora de la opinión pública sobre este oficio histórico, así como las relacionadas con las políticas sobre la revitalización del sector.

CÁDIZ

LA FEMP RECONOCE LAS MEDIDAS DEL AYUNTAMIENTO DE SAN FERNANDO CON LA VENTA AMBULANTE EN LA PANDEMIA

El Ayuntamiento de San Fernando ha sido reconocido como modelo de gestión eficaz durante la pandemia del Covid 19 en la reactivación del comercio de venta ambulante en San Fernando. Las medidas municipales que se han llevado a cabo en el último año y medio de pandemia para este tipo de comercio al aire libre, así como los retos de futuro han sido expuestos por responsables del Gobierno municipal durante el transcurso de unas jornadas que se han celebrado recientemente en Madrid, organizadas por la **Federación Española de Municipios y Provincias**.

Más: [Información San Fernando](#)

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**

