

1. Disposiciones generales

CONSEJERÍA DE TURISMO Y COMERCIO

ORDEN de 23 de enero de 2015, por la que se aprueba el Plan de Activación del Comercio Ambulante en Andalucía para el período 2015/2017.

La venta ambulante es una práctica mercantil que dio origen al comercio tal y como lo conocemos actualmente, y que pese a remontar sus orígenes a la antigüedad, continúa hoy día con plena vigencia. Además, en los últimos tiempos, ya no se considera como una modalidad arcaica o antigua con connotaciones peyorativas, sino que se le reconoce una gran importancia por su poder de adaptación a las realidades sociales y demográficas.

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 de España como de la Unión Europea es hoy indudable. Aunque los estudios que demuestran el verdadero peso que supone esta importante actividad comercial en la economía son aún escasos, un estudio reciente del Ministerio de Sanidad y Política Social cifra en 60.000 el número de vendedores ambulantes que en mayo de 2008 cotizaban a la Seguridad Social. Otros trabajos e informaciones sostienen que el número de comerciantes ambulantes es mucho mayor, debiendo tenerse en cuenta, además, el número de personas (normalmente familiares) que ayudan o colaboran en esta modalidad comercial.

En Andalucía, el comercio ambulante constituye una actividad comercial muy importante, generadora de empleo y autoempleo. En base a los datos del Censo de Mercadillos de 2013, elaborado por la Junta de Andalucía, el número total de mercadillos está cerca de los 900, los cuales computan un total de casi 42.000 puestos de venta. Por ello, y por su singularidad, es necesario un plan específico que contribuya a la calidad y modernización de esta forma de venta.

La Comunidad Autónoma de Andalucía, de acuerdo con el artículo 58.1.1 del Estatuto de Autonomía, 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 recientes modificaciones de esta Ley han dado lugar al 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.

Ahora bien, esta regulación autonómica debe completarse con las competencias que en esta materia asumen los ayuntamientos, 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.»

El Texto Refundido de la Ley de Comercio Ambulante establece con carácter expreso la posibilidad de que la Consejería de Turismo y Comercio pueda adoptar medidas de fomento para la mejora de los mercadillos de aquellos municipios cuyas ordenanzas hayan sido objeto de informe favorable por el Consejo Andaluz de Comercio.

Asimismo, el propio texto normativo establece en su artículo 6.3 la posibilidad de que las personas comerciantes que se hayan inscrito en el registro General de Comerciantes Ambulantes de Andalucía puedan acceder a una serie de beneficios tales como su reconocimiento como profesionales del sector, el otorgamiento de distintivos de calidad o la concesión de incentivos relacionados con su actividad.

No obstante, el sector de la venta ambulante debe adaptarse a los nuevos tiempos, debe dar un paso más para conseguir que su actividad sea reconocida por el valor social y económico que aporta a la sociedad. Por ese motivo, desde la Consejería de Turismo y Comercio se quiere impulsar la modernización del sector y ello a través de actuaciones que lograrían aumentar la profesionalidad de los vendedores ambulantes, mejorar sus condiciones de trabajo y por extensión su seguridad y salud laboral y lograr una mayor calidad en la prestación del servicio, lo que redundaría lógicamente en un mayor beneficio para las personas consumidoras y usuarias.

Este Plan ha sido consultado y consensuado con los representantes del sector en diferentes reuniones, así como puesto en común en las primeras Jornadas sobre Comercio Ambulante celebradas en Málaga el pasado 1 de diciembre de 2014.

De conformidad con lo previsto en el Decreto 30/2014, de 4 de febrero, por el que se aprueba la estructura orgánica de la Consejería de Turismo y Comercio, a esta Consejería, en el marco de las competencias atribuidas a la Comunidad Autónoma por el Estatuto de Autonomía para Andalucía, le corresponden las relativas al turismo, al comercio y a la artesanía, mediante la planificación, la ordenación, la promoción y el desarrollo de dichas materias

En su virtud, a propuesta de la Dirección General de Comercio y de conformidad con lo establecido en el artículo 46.4 de la Ley 6/2006, de 24 de octubre, del Gobierno de la Comunidad Autónoma de Andalucía, y por el artículo 26 de la Ley 9/2007, de 22 de octubre, de la Administración de la Junta de Andalucía,

D I S P O N G O

Primero. Aprobación del Plan.

Se aprueba el Plan de Activación del Comercio Ambulante en Andalucía cuyas líneas estratégicas, programas y actuaciones se especifican como Anexo Único a la presente Orden.

Segundo. Objetivos generales.

Los objetivos generales del Plan de Activación del Comercio Ambulante en Andalucía, son los siguientes:

1. Reconocimiento de la importancia del comercio ambulante en Andalucía.
2. Incidir en la profesionalización y la especialización de este SECTOR, considerando el mismo como una actividad económica más.
3. Dotar al sector del comercio ambulante de unos distintivos de calidad.
4. Optimizar la organización y gestión en los mercadillos.
5. Promover la formación y la innovación como elementos clave para una mayor modernización y mejor prestación del servicio.
6. Mejorar y dinamizar el proceso de comercialización y distribución de las empresas de comercio ambulante.
7. Provocar sinergias comercio ambulante-otros sectores.

Tercero. Desarrollo y ejecución del Plan.

Para el desarrollo y ejecución del Plan de Activación del Comercio Ambulante en Andalucía, se crea una Comisión de Seguimiento, cuya función será la de establecer un sistema de indicadores de seguimiento y control de la ejecución de las actuaciones recogidas en el Plan, así como la de analizar la consecución de los objetivos marcados y estará compuesta por siete miembros, dos en representación de la Consejería con competencias en materia de turismo y comercio, dos en representación de las federaciones más representativas de asociaciones de comercio ambulante de Andalucía, uno en representación de la Consejería competente en materia de Administración Local y dos en representación del Consejo Andaluz de Gobiernos Locales.

La Comisión de Seguimiento elaborará anualmente y al final del periodo de vigencia del Plan, un balance, que será elevado a la persona titular de la Consejería con competencias en materia de comercio, para su conocimiento, y que incluirá un resumen total de las actuaciones realizadas en cada periodo anual, la cuantificación definitiva de los resultados obtenidos, con indicación del grado de cumplimiento efectivo del Plan y las propuestas y sugerencias para la mejora y elaboración del siguiente Plan.

Cuarto. Publicidad del Plan.

Con el fin de garantizar el conocimiento del Plan de Activación del Comercio Ambulante en Andalucía por toda la ciudadanía y organizaciones interesadas, la Consejería con competencias en materia de comercio tendrá a disposición de cualquier persona que desee consultarlo, un ejemplar del Plan en la sede de Dirección General con competencias en materia de comercio, así como en sus Delegaciones Territoriales.

Asimismo, el Plan estará disponible en el sitio web oficial de la Consejería con competencias en materia de comercio.

Quinto. Efectos.

La presente Orden surtirá efectos desde el mismo día de su publicación en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía.

Sevilla, 23 de enero de 2015

RAFAEL RODRÍGUEZ BERMÚDEZ
Consejero de Turismo y Comercio

A N E X O

LÍNEAS ESTRATÉGICAS DEL PLAN DE ACTIVACIÓN DEL COMERCIO AMBULANTE EN ANDALUCÍA

Artículo 1. Líneas estratégicas del Plan.

Vinculadas a los objetivos generales, el Plan de Activación del Comercio Ambulante en Andalucía establece cuatro líneas estratégicas, que enmarcan y orientan las actuaciones programadas:

1. Conocimiento de la realidad del sector.
2. Formación y Profesionalización.
3. Innovación y calidad. Optimización y dinamización de procesos.
4. Sinergias con otros sectores.

Artículo 2. Línea estratégica: Conocimiento de la realidad del sector.

1. 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.

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 este conjunto de acciones se centrará 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.

La información recogida será analizada para detectar necesidades formativas así como mejoras en infraestructuras, en servicios, en materia de prevención y seguridad en el trabajo, en mejoras de sistemas de gestión, etcétera.

Es importante destacar que no se plantea una recogida de información para analizar una "foto" del sector. El objetivo es crear un sistema de recogida y análisis continuo de la información, la cual estará, en la medida de lo posible, disponible para todo aquel que la requiera.

Se plantearán distintas acciones de difusión de la información, pero no solo datos a nivel cuantitativo, sino acciones que den a conocer el sector, que conciencien a la ciudadanía del potencial de la venta ambulante y los beneficios que nos aporta.

2. La presente línea estratégica incluirá los siguientes programas y actuaciones:

a) Programa 1.1: Elaboración de estudios e informes:

- Actuación 1.1.1: Creación de un equipo de trabajo en la Consejería orientado al estudio y elaboración de informes sobre el Comercio Ambulante.

- Actuación 1.1.2: Realización de estudios e informes por Asociaciones de Comercio Ambulante o por entidades especializadas.

b) Programa 1.2: Creación del Centro de Análisis y Seguimiento del Comercio Ambulante:

- Actuación 1.2.1: Generación de una base de datos espacial con las plazas dedicadas al comercio ambulante en la comunidad autónoma andaluza.

- Actuación 1.2.2: Desarrollo de un Centro de Análisis y Seguimiento del Comercio Ambulante, un sistema de información accesible a todos los niveles de la Administración, comerciantes y consumidores que ofrezca una visión objetiva y global de la temática del sector.

c) Programa 1.3: Acciones de divulgación:

- Actuación 1.3.1: Publicación de informes en revistas y webs especializadas de comercio así como las destinadas al público en general.

- Actuación 1.3.2: Enlaces permanentes en las webs de la Junta de Andalucía a los resultados del Plan y publicaciones del Centro de Análisis y Seguimiento del Comercio Ambulante.
- Actuación 1.3.3: Inclusión de noticias en periódicos y webs de tirada local, provincial y regional.

Artículo 3. Línea estratégica: Formación y Profesionalización.

1. Las personas comerciantes de este sector adolecen de una falta importante de formación, sobre todo en materia comercial, lo que deriva en la percepción de falta de profesionalización del sector, y ello hace que se coloquen en una situación de desventaja frente a otros modelos comerciales.

Entre los comerciantes que se dedican a la venta ambulante existen algunos colectivos especialmente vulnerables en materia de formación y profesionalización. No obstante, aclaramos que se trata de una discriminación positiva, en aras de alcanzar igualdad.

En materia de formación es vital la colaboración de las distintas entidades: las Consejería de Turismo y Comercio como promotora de este conjunto de actuaciones, los Ayuntamientos como entidades responsables de la celebración de los mercadillos en sus términos municipales y las asociaciones y agrupaciones de comerciantes (ambulantes o no) como concededoras de la realidad del sector y de las necesidades formativas del mismo.

La colaboración entre la Consejería de Turismo y Comercio y los ayuntamientos se articulará a través de la figura de los Convenios de Colaboración previstos en los artículos 83 y siguientes de la Ley 5/2011, de 11 de junio, de Autonomía Local de Andalucía.

2. La presente línea estratégica incluirá los siguientes programas y actuaciones:

- a) Programa 2.1: Formación general para el comercio ambulante.
- b) Programa 2.2: Formación específica para colectivos más desfavorecidos.
- c) Programa 2.3: Acciones contra el top manta.
- d) Programa 2.4: Formación en Ayuntamientos o zonas de tradición ambulante.

Artículo 4. Línea estratégica: Innovación y calidad. Optimización y dinamización de procesos.

1. Siguiendo en la línea de concienciar a los consumidores, mejorar la experiencia de compra y venta en los mercadillos, con el fin último de incrementar las ventas y mantener viva esta modalidad de comercio, se plantean a continuación una serie de acciones y proyectos orientados a dotar a nuestros mercadillos de unos distintivos de calidad.

La idea es trabajar en el diseño y aplicación de sistemas de calidad que certifiquen la calidad de los productos, la exposición de los mismos, las infraestructuras que conforman el punto de venta, la atención al cliente y seguridad de los comerciantes y de los consumidores.

2. La presente línea estratégica incluirá los siguientes programas y actuaciones:

- a) Programa 3.1: Innovación e implantación de sistemas de calidad.
 - Actuación 3.1.1: Elaboración de un Manual de Buenas Prácticas para los comerciantes ambulantes.
 - Actuación 3.1.2: Impulsar la recopilación y aplicación de la Normativa Higiénico-Sanitaria:
 - Actuación 3.1.3: Elaboración y aplicación de un Plan de Prevención de Riesgos Laborales específico para el sector.
- b) Programa 3.2: Reconocimiento de la calidad y concienciación de consumidores.
 - Actuación 3.2.1: Concienciación de los consumidores.
 - Actuación 3.2.2: Inclusión en los Premios «Andalucía del Comercio Interior».
 - Actuación 3.2.3: Creación del distintivo «MERCADILLOS DE ANDALUCÍA».
 - Actuación 3.2.4: Creación del distintivo «CALIDAD DE SERVICIO PARA EL COMERCIO AMBULANTE».
- c) Programa 3.3: Optimización y dinamización de procesos.
 - Actuación 3.3.1: Inclusión en el Sistema Arbitral de Consumo.
 - Actuación 3.3.2: Medidas de fomento del asociacionismo y centrales de compras.
 - Actuación 3.3.3: Simplificación administrativa.
 - Actuación 3.3.4: Modernización de los espacios comerciales.
 - Actuación 3.3.5: Ayudas o incentivos específicos al comercio ambulante.

Artículo 5. Línea estratégica: Sinergias con otros sectores.

1. La sinergia comúnmente refleja un fenómeno por el cual actúan en conjunto varios actores, o varios factores, o varias influencias, así creando un efecto más grande que el que hubiera podido esperarse dado por la suma de los efectos de cada uno, en caso que hubieran operado independientemente. Es por ello que se considera importante poner en confluencia el sector del comercio ambulante con otros, como puede ser el turismo o el comercio tradicional.

2. La presente línea estratégica incluirá los siguientes programas y actuaciones:

- a) Programa 4.1: Fomentar la cooperación con agentes socio-económicos, entidades públicas y privadas, sin renunciar al protagonismo del sector.
- b) Programa 4.2: Elaborar rutas y guías de mercadillos.
- c) Programa 4.3: Incluir las rutas de los mercadillos en las rutas de cruceristas.
- d) Programa 4.4. creación y consolidación de mercados estacionales como atractivo turístico.