

# DECÁLOGO DE BUENAS PRÁCTICAS EN EL COMERCIO AMBULANTE

## DÉCALOGUE DE BONNES PRATIQUES DU COMMERCE AMBULANT



# ÍNDICE / Index

## I. Presentación / Présentation

## II. Objetivos / Objectifs

## II. Buenas Prácticas / Bonnes pratiques

### **1. Pensar y actuar con mentalidad empresarial**

Penser et agir avec l'esprit commercial

### **2. Hacer que el punto de venta llame a la clientela**

Faire en sorte que le point de vente attire le client

### **3. Buscar diferenciación y personalidad propia**

Rechercher la différence et l'originalité

### **4. Seducir al cliente con sus mejores recursos**

Séduire le client avec ses meilleurs atouts

### **5. Hacer de la satisfacción del cliente la prioridad**

Donner la priorité à la satisfaction du client

### **6. Abrir puertas en internet**

S'ouvrir des portes sur internet

### **7. Destacar en limpieza y organización**

Se démarquer quant à la propreté et l'organisation

### **8. Cuidar y prevenir, la salud y la seguridad**

Prévention, santé et sécurité

### **9. Desarrollar las alianzas internas**

Développer des alliances internes

### **10. Construir unas relaciones eficaces con las administraciones públicas**

Construire une relation solide avec l'administration publique

# I. PRESENTACIÓN

La venta ambulante es un sector de considerable relevancia, económica y social. Tiene una larguísima tradición, y forma parte de la vida urbana de casi todas las ciudades y pueblos de Andalucía. Sin embargo, durante mucho tiempo no ha sido objeto de una especial atención por parte de las instituciones en general. Así, por ejemplo, tiene una consideración bastante secundaria en la legislación mercantil frente al resto de modalidades de comercio. No obstante, en las últimas décadas las administraciones han ido tomando conciencia de la importancia de esta actividad, de su capacidad para la creación de empleo y rentas para muchas familias y para dinamizar economías locales.

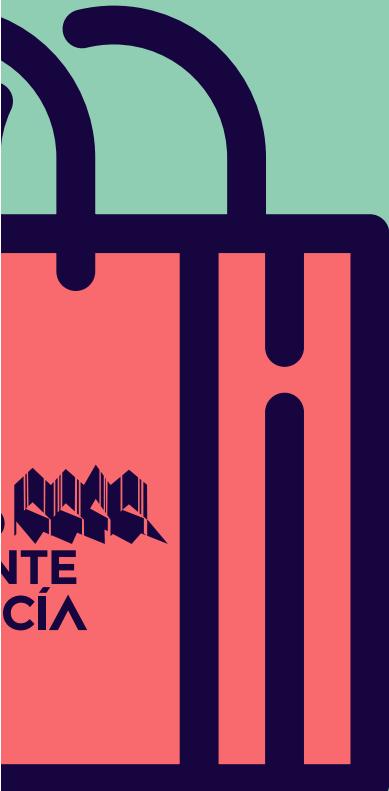
Actualmente, según las estadísticas del sector, el comercio al por menor en puestos de venta y en mercadillos generó una cifra de negocio de 2.101 millones de euros, creciente en los últimos años, con 51.000 personas ocupadas. Andalucía supone el 19% del empleo y el 17,4% de la cifra de negocio de esta actividad a escala nacional. Según los últimos datos oficiales disponibles, en nuestra Comunidad existen unos 900 mercadillos con casi 42.000 puestos de venta. El 90% de los municipios cuentan al menos con uno, lo que supone que prácticamente la totalidad de la población andaluza tiene facilidades para acceder a mercadillos ambulantes que se celebren en sus proximidades.

La medida central para el fomento del comercio ambulante en Andalucía ha sido el **Plan de Activación del Comercio Ambulante 2015-2017** aprobado por la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio de la Junta de Andalucía. Posteriormente el Plan se ha prorrogado para 2018 y 2019 con una inversión de 3,5 millones de euros. Se trata de contribuir a que esta importante actividad se vaya modernizando y adaptando al complejo y cambiante mundo actual.



# I. PRÉSENTATION

La vente ambulante est un secteur considérable au niveau économique et social. Commerce traditionnel de longue date en Andalousie, il fait partie de la vie des villes et des villages de la région. Pourtant, durant longtemps il n'a pas éveillé l'intérêt des institutions en général. Il n'occupe, par exemple, qu'une bien petite place en Droit commercial par rapport au reste des activités du même type. Cependant, depuis quelques dizaines d'années, les administrations ont pris conscience de l'importance de cette activité qui augmente la création d'emplois, génère des revenus pour bien des familles et dynamise les économies locales.



Actuellement, selon les statistiques du secteur, le commerce au détail sur des stands et des marchés représente un chiffre d'affaires de 2.101 millions d'euros, à la hausse ces dernières années, et 51.000 emplois. En Andalousie cela correspond à 19% des emplois et à 17,4% du chiffre d'affaire de la vente ambulante à l'échelle nationale. D'après les dernières données officielles disponibles, il existerait dans notre région 900 marchés avec un total de 42.000 stands. 90% des municipalités en comptent au moins un chacune, ce qui signifie que la quasi totalité des andalous a accès à un marché ambulant à proximité de chez lui.

La mesure principale pour promouvoir le commerce ambulant en Andalousie est le **Plan de Activación del Comercio Ambulante 2015-2017** approuvé par la "Consejería de Empleo, Empresa y Comercio de la Junta de Andalucía" (département du Conseil régional pour l'emploi, l'entreprise et le commerce). Postérieurement, le "Plan" a été prolongé pour 2018 et 2019, avec un investissement de 3,5 millions d'euros. L'objectif central est de contribuer à la modernisation de cette activité professionnelle de grande importance, et à son adaptation au monde actuel.

## II. OBJETIVOS

En desarrollo de las determinaciones del mencionado Plan de Activación del Comercio Ambulante, se firmó un convenio de colaboración entre la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio y el Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación para la financiación, definición, desarrollo y ejecución de acciones de actualización, modernización y dinamización del sector.

Es en este contexto en el que se enmarca el presente **Decálogo de Buenas Prácticas dirigido al comercio ambulante y sus profesionales.**

Contando con la aportación de expertos y profesionales del sector se han definido una serie de consejos realistas, aplicables, conocidos sin duda por los vendedores y vendedoras ambulantes, pero que, al presentarse de manera organizada, sirven como un elemento más para motivar la necesaria capacidad de transformación y mejora. Así como para transmitir a la sociedad en general la imagen real de una actividad económica dinámica, adaptada al presente y con capacidad de ser cada vez más atractiva para los clientes.

El presente Decálogo forma parte del **Manual de Buenas Prácticas en el Comercio Ambulante**, publicación íntegra a la que puede acceder a través del siguiente código QR:



## III. BUENAS PRÁCTICAS

Las Buenas Prácticas establecidas no pretenden ser excesivamente técnicas, sino que se plantean a través de contenidos claros y de fácil aplicación, con el objeto de generar retornos, en términos de calidad, para los comerciantes.

## II. OBJECTIFS



Pour le bon développement de ce Plan d'Activation du Commerce Ambulant, un accord de collaboration a été signé entre la "Consejería de Empleo, Empresa y Comercio" et le "Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación" (Conseil de la Chambre de Commerce en Andalousie) pour le financement, la définition, le développement et l'exécution des actions d'actualisation, de modernisation et de dynamisation du secteur.

C'est dans ce cadre que se présente ce **Décalogue de Bonnes Pratiques adressé au commerce ambulant et à ses professionnels.**

Avec la contribution d'experts en la matière et de professionnels du secteur une série de conseils réalistes, applicables et bien connus des vendeurs et vendeuses ambulant/es ont été définis et sont ici présentés de façon organisée afin d'encourager à la transformation et à l'amélioration nécessaires au dit secteur. C'est également pour transmettre à la société en général la réalité d'une activité économique dynamique, adaptée à l'actualité et en voie d'être toujours plus attrayante pour la clientèle.

Ce décalogue fait partie du **Manuel de Bonnes Pratiques du Commerce Ambulant**, dont la version intégrale est disponible et à laquelle on peut accéder par le code QR ci-dessous :



## III. BONNES PRATIQUES

Les Bonnes Pratiques établies ne prétendent pas être excessivement techniques mais plutôt clairement exposées et faciles à appliquer, cela dans le but de bénéficier au maximum aux commerçants.

# 1. PENSAR Y ACTUAR CON MENTALIDAD EMPRESARIAL

El vendedor o vendedora ambulante es ante todo empresario. Debe contemplar toda su actividad desde esa perspectiva, para lo cual deberá empezar por reflexionar sobre sus prácticas empresariales y si éstas deben mantenerse o ser modificadas.

Elaborar un plan de negocio ayuda a visualizar y comprender las diferentes partes y actividades del negocio, y la relación entre ellas (clientes, actividades clave, estructura de costes, canales de distribución, flujo de ingresos, etc...). Existen modelos sencillos para elaborarlo adaptados al tamaño de pequeñas empresas, como Canvas, y otros.

La actividad empresarial es inseparable de la necesidad de planificar y prever no sólo a corto, sino también a medio y largo plazo, así como de una búsqueda permanente de desarrollo y de crecimiento. Asumir esto es la clave para mejorar.

**EL VENDEDOR O  
VENDEDORA  
AMBULANTE ES  
ANTE TODO  
EMPRESARIO.**





# **1. PENSER ET AGIR AVEC L'ESPRIT COMMERCIAL**

Le vendeur ou la vendeuse ambulant/e est avant tout un homme ou une femme d'affaires. Il doit considérer l'intégralité de son activité depuis ce point de vue. Il doit, en priorité, réfléchir à ses pratiques commerciales, penser si elles être maintenues ou modifiées.

L'élaboration d'un plan d'entreprise permet de visualiser et de comprendre les différentes parties et activités de l'affaire, et leur relation entre elles (les clients, les activités clefs, les coûts, les réseaux de distribution, les revenus etc....). Il existe des outils qui aident au projet de création de petites entreprises comme, par exemple, le Business Model Canvas.

L'activité commerciale implique la besoin d'une planification, une prévision à court, mais aussi à moyen et à long terme, et une recherche permanente de développement et de croissance. Assumer cela est essentiel pour évoluer.

**LE VENDEUR OU  
LA VENDEUSE  
AMBULANT/E EST  
AVANT TOUT UN  
HOMME OU UNE FEMME  
D'AFFAIRES.**

## **2. HACER QUE EL PUNTO DE VENTA LLAME A LA CLIENTELA**

El punto de venta es la base de todo. Debe ser atractivo, tener los productos situados de manera organizada (agrupándolos por tipologías, colores o variedad) y estratégica (ubicando de manera destacada aquellos que se presuman más interesantes para el cliente). Todo debe tener su lógica estética y también su lógica práctica para el comprador. El escaparatismo es una “ciencia” de la que el comerciante debe ser conocedor. Se basa en técnicas que no siempre se adquieren con la experiencia, sino formándose en ellas.

No suele ser buena idea acumular en las zonas de exposición demasiados productos, dar sensación de abigarramiento, sino lo contrario: claridad, orden, facilidad para que el cliente capte de manera natural qué le puede interesar. Por supuesto, la estructura del punto de venta, sus estanterías, toldos y mobiliario debe de estar en las mejores condiciones para atraer al cliente por la buena imagen que se ofrece.

## **3. BUSCAR DIFERENCIACIÓN Y PERSONALIDAD PROPIA**

Uno de los atractivos para la clientela de un mercado ambulante es la cantidad de puestos, pero puede ser frustrante si la variedad de las mercancías que se ofertan no está en consonancia. Cada comerciante deberá intentar que su negocio se diferencie del resto, tenga su propia personalidad. Para ello se deberá tener un nombre comercial, que esté rotulado, quizás bolsas propias y una decoración característica. El cliente o la clienta debe saber que ha comprado en determinado puesto, y no en un puesto más del mercadillo. Ello ayudará a fidelizarlo.

Muy importante es el hecho de ofrecer mercancías que no estén repetidas a lo largo y ancho de todo el mercado. Ello tiene que ver con diferenciarse en la búsqueda de proveedores. Ser capaces de ofrecer mercancías originales, diferentes a la del resto, debe ser un objetivo comercial.



## **2. FAIRE EN SORTE QUE LE POINT DE VENTE ATTIRE LE CLIENT**

L'agencement du point de vente est la base de tout. Il doit attirer l'œil, les produits doivent être disposés avec méthode (par types, couleurs ou variétés) et selon une certaine stratégie (en mettant en avant les produits susceptibles d'intéresser les clients). Tout doit répondre à une logique esthétique et à une logique pratique pour l'acheteur. Le don d'étagiste est l'une des facettes indispensables au commerçant. Il s'agit de techniques bien déterminées qui s'acquièrent en formation spécialisée et pas forcément par l'expérience.

Il n'est pas bon de surcharger la zone d'exposition sinon tout le contraire : dégager, ordonner, faciliter les choses pour que le client repère naturellement ce qui peut l'intéresser. Évidemment, la structure du stand, les étagères, les parasols, tout le mobilier doit être en bon état afin de donner une image attractive au client.

## **3. RECHERCHER LA DIFFÉRENCE ET L'ORIGINALITÉ**



L'une des attractions pour la clientèle des marchés ambulants réside dans le grand nombre de stands, mais si la marchandise varie peu de l'un à l'autre, c'est plutôt frustrant. Chaque commerçant doit veiller à se différencier des autres, à avoir sa propre personnalité. Pour cela il faut avoir un nom commercial, une enseigne, ses propres sachets, une décoration particulière. Le client ou la cliente doit savoir qu'il ou elle a acheté à un stand précis et pas à n'importe quel stand du marché. Cela aide à fidéliser la clientèle.

Il est très important de ne pas proposer la même marchandise sur tous les stands du marché. Il faut pour cela savoir trouver les bons fournisseurs. Se donner les moyens d'offrir des produits originaux, différents de ceux des autres, doit se convertir en un objectif commercial.

## **4. SEDUCIR AL CLIENTE CON SUS MEJORES RECURSOS**

Una de las ventajas del comercio ambulante debe ser el trato dispensado a la clientela: cercano, atento, respetuoso, siendo capaz de ofrecer sus artículos conociendo bien tanto las existencias y ubicación de los productos como los gustos y necesidades del comprador o la compradora. Un trato personal ayuda a fidelizarle. Del personal vendedor se espera una actitud positiva, disposición, buena imagen, vocabulario y tono correcto, priorizando la atención al cliente sobre cualquier otra actividad que le pueda surgir.

El pregón es una práctica tradicional de la venta ambulante, deberá realizarse con un lenguaje adecuado, siendo efectivo en el mensaje y evitando siempre palabras o expresiones que puedan resultar inconvenientes.

Ser capaces de atender en otros idiomas es un valor añadido del comerciante, sobre todo en determinadas zonas.

**DEL PERSONAL VENDEDOR  
SE ESPERA UNA ACTITUD  
POSITIVA, DISPOSICIÓN,  
BUENA IMAGEN,  
VOCABULARIO Y  
TONO CORRECTO.**



## 4. SÉDUIRE LE CLIENT AVEC SES MEILLEURS ATOUTS



L'un des atouts du commerce ambulant réside dans la façon dont est reçue la clientèle : chaleureux, attentionné, respectueux, le commerçant doit connaître ses produits et leur emplacement, mais aussi les goûts et les besoins de ses acheteurs ou acheteuses. Une attention personnalisée aide à fidéliser la clientèle. D'un vendeur ou une vendeuse, on attend une attitude positive, une bonne prédisposition, un bon aspect extérieur, un ton et un vocabulaire corrects, et qu'il ou elle fasse une priorité du service au client ou à la cliente.

La vente à la criée est toute une tradition dans le commerce ambulant ; elle doit se faire dans un langage approprié, avec un message efficace, et en évitant tout mot ou expression qui ne soit pas convenable.

Parler plusieurs langues est un plus pour un commerçant, surtout dans les zones touristiques.

**D'UN VENDEUR OU UNE VENDEUSE, ON ATTEND UNE ATTITUDE POSITIVE, UNE BONNE PRÉDISPOSITION, UN BON ASPECT EXTÉRIEUR, UN TON ET UN VOCABULAIRE CORRECTS.**

## **5. HACER DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE LA PRIORIDAD**

Las obligaciones que la ley establece, como la existencia de libro de reclamaciones, la entrega de ticket, la indicación del precio normal y de oferta y otras que dependen del propio comerciante, como la posibilidad de devolución, deben ser usadas como un activo del propio negocio, informando en carteles visibles de ello, lo que le otorgará una imagen de seriedad y garantía.

La satisfacción del cliente es clave, antes, durante y después de la venta. Para ello se podrán aplicar servicios como el pago con tarjeta de crédito, la posibilidad de envolver para regalo o contactar si un producto no está temporalmente pero se prevé que vuelva a estar disponible. En caso de discrepancia con algún cliente o clienta, deberá intentarse siempre una solución amistosa. Ello será bueno para fidelizarle, y también para la imagen que se transmita del negocio al resto de compradores.

**LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE ES CLAVE, ANTES, DURANTE Y DESPUES DE LA VENTA.**



## **5. SATISFAIRE LE CLIENT DOIT ÊTRE UNE PRIORITÉ**



Les obligations établies par la loi comme avoir un livre de réclamations, délivrer un ticket de caisse, afficher les prix, signaler les produits soldés, ou encore celles ne dépendant que du commerçant comme les retours ou les remboursements, doivent être clairement affichées à la clientèle, cela donne une image de sérieux au commerce et de garantie pour le client.

Que le client soit satisfait est la clef avant, pendant et après la vente. Pour cela il faut faciliter le paiement par carte bancaire, faire les paquets cadeaux, ou encore proposer de contacter un acheteur si un produit qui l'intéresse n'est pas disponible temporairement mais peut l'être à nouveau. En cas de désaccord avec un client ou une cliente il faut résoudre le problème de façon courtoise. Cela peut permettre de le/la fidéliser, et de donner une image positive de soi aux autres acheteurs présents.

**QUE LE CLIENT  
SOIT SATISFAIT  
EST LA CLEF AVANT,  
PENDANT ET  
APRÈS LA VENTE.**

## 6. ABRIR PUERTAS EN INTERNET

Actualmente, nuestro barrio es el mundo entero. A través de internet, mediante las redes sociales, webs o móviles, estamos a un clic de cualquier sitio, de cualquier oferta. El comercio está viviendo una auténtica revolución digital y el comercio ambulante no puede quedar al margen de ella. El comerciante deberá esforzarse por adentrarse en este mundo, formándose si no tiene práctica en él. Las redes sociales pueden serles de gran utilidad para hacer campaña de promoción de su negocio, informar sobre su presencia en mercadillos semanales o realizar ofertas comerciales. También para la realización de gestiones con las administraciones, las cuales, no obstante, deberán disponer de sedes electrónicas.

Una opción a tener muy en cuenta es crear una versión de tienda online de su actividad, lo que le permitiría llegar a una clientela mucho mayor y multiplicar su potencial.



## 7. DESTACAR EN LIMPIEZA Y ORGANIZACIÓN

El comercio ambulante es una actividad que genera numerosos residuos: embalajes, plásticos, bolsas, cartones o basuras orgánicas si se trata de venta de alimentos. Tanto si se trata de ofrecer una buena imagen a la clientela, como de mantener una buena relación con las autoridades y vecindario local, es importante desarrollar prácticas de limpieza que incluyan el reciclaje y la correcta gestión de los residuos. Se debe procurar aprovisionarse de productos con la menor cantidad posible de embalaje y recoger los residuos en el mismo momento en que se generan. El lugar donde se almacenen debe mantenerse ordenado. Especial cuidado en zonas con vientos u otras circunstancias que contribuyan a esparcirlos.

Así mismo, deben respetarse los límites de ruidos establecidos por las ordenanzas, y procurar en todo momento un aspecto aseado tanto del punto de venta como de los espacios comunes.



## 6. S'OUVRIR DES PORTES SUR INTERNET



À l'heure actuelle notre quartier est le monde entier ! À travers internet, sur les réseaux sociaux, les webs, depuis un simple portable nous sommes à un "clic" de n'importe quel endroit et de n'importe quelle offre. Le commerce vit une véritable révolution digitale et le commerce ambulant ne peut rester en marge de ce phénomène numérique. Le commerçant doit faire l'effort d'entrer dans ce monde virtuel et de se former s'il n'a aucune connaissance en la matière. Les réseaux sociaux peuvent se révéler d'une aide précieuse pour faire la publicité d'une affaire, pour informer de la présence d'un stand sur différents marchés ou pour annoncer des promotions sur certains produits. Internet peut également faciliter certaines gestions avec l'administration publique qui doit disposer de services en ligne.

La création d'une boutique en ligne est une option à ne pas négliger car elle permet d'élargir la clientèle et de multiplier le potentiel d'une affaire.

## 7. SE DÉMARQUER QUANT À LA PROPRIÉTÉ ET À L'ORGANISATION



Le commerce ambulant génère beaucoup de déchets : emballages, plastique, sachets, cartons ou résidus organiques dans le cas de la vente d'aliments. Qu'il s'agisse de donner une bonne image de soi à la clientèle ou de maintenir une entente cordiale avec les autorités et avec le voisinage local, il est important de développer des pratiques de nettoyage qui incluent le recyclage et une bonne gestion des résidus en général. Il faut essayer de privilégier les produits sans emballage et de ramasser les déchets à mesure qu'ils sont produits. L'endroit où ils sont stockés doit être soigné. Il faut faire en sorte qu'ils ne se répandent pas (en cas de vent par exemple).

Il faut tenter de garder le point de vente ainsi que les espaces communs le plus propres possible, et de respecter les décrets municipaux relatifs au bruit.

## **8. CUIDAR Y PREVENIR, LA SALUD Y LA SEGURIDAD**

Es de singular importancia que el comerciante mantenga y cuide la prevención de riesgos en su actividad. Especialmente existen dos momentos de mayor riesgo para la seguridad y la salud, como son el de carga y descarga y, por supuesto, el desplazamiento en carretera. Deberán conocerse y ponerse en práctica normas de seguridad en el trabajo, en materia de posturas adecuadas para transportar peso, de uso de guantes para la instalación de estructuras metálicas, de utilización de herramientas adecuadas, o de cuidado en el uso de escaleras portátiles.

Durante el periodo de venta, habrá que tener especial cuidado al estar de pie mucho tiempo, siendo recomendable el uso de banquetas altas. Es importante disponer de extintores, conociendo su uso. También asegurar la correcta fijación de las estructuras, sobre todo en caso de viento. Respecto a la carretera, conocer la distribución de la carga y, por supuesto, circular con el vehículo en buen estado y con la precaución por norma.

**ES DE SINGULAR IMPORTANCIA  
QUE EL COMERCIANTE MANTENGA  
Y CUIDE LA PREVENCIÓN DE  
RIESGOS EN SU ACTIVIDAD.**





## **8. PRÉVENTION, SANTÉ ET SÉCURITÉ**

Il est particulièrement important que le commerçant s'attache à la prévention d'accidents du travail. Dans la vente ambulante il y a deux moments critiques pour la sécurité et la santé : charger et décharger le véhicule, et bien évidemment, les déplacements (la route). Il est indispensable de connaître et de mettre en pratique les normes de sécurité relatives aux positions adéquates pour soulever et transporter du poids, à l'utilisation de gants pour monter des structures métalliques, à l'utilisation d'outils spécifiques ou à celle d'échelles ou d'escabeaux.

Pendant la vente il est recommandable d'utiliser un tabouret haut pour éviter de rester debout en permanence. Il faut avoir des extincteurs et savoir les utiliser. Il faut s'assurer que la structure est assemblée et fixée correctement, et qu'elle est stable s'il y a du vent. Pour prendre la route il faut équilibrer la charge, circuler avec un véhicule en bon état et conduire prudemment.

**IL EST PARTICULIÈREMENT  
IMPORTANT QUE LE COMMERÇANT  
S'ATTACHE À LA PRÉVENTION  
D'ACCIDENTS DU TRAVAIL.**

## 9. DESARROLLAR LAS ALIANZAS INTERNAS

Los comerciantes que forman parte de un mismo mercado ambulante deben ver en su carácter colectivo una de sus principales potencialidades. Deberán desarrollarse al máximo las relaciones empresariales entre ellos, de manera que un mercadillo no sea sólo una suma de puntos de venta individuales, sino que colectivamente se realicen acciones comerciales que beneficien a todos.

Por ejemplo, acciones de promoción conjunta, publicidad, sorteos o lanzamiento de ofertas. También iniciativas para presentar de manera adecuada el propio mercado, como la señalización de los puestos y la información general de éste. Contemplar el mercado con la filosofía de los llamados “centros comerciales abiertos” puede ser un avance que beneficie a todos. Reforzar el tejido empresarial de la venta ambulante y desarrollar las vías de cooperación entre los propios comerciantes es una acción necesaria para la mejora de las condiciones de cada mercado y para el sector en su conjunto.



**LOS COMERCIANTES DEBEN VER  
EN SU CARÁCTER COLECTIVO  
UNA DE SUS PRINCIPALES  
POTENCIALIDADES.**

## 9. DÉVELOPPER LES ALLIANCES INTERNES



Les commerçants d'un même marché ambulant doivent avoir conscience du potentiel ajouté de la collectivité. Ils doivent développer les relations professionnelles entre eux afin qu'un marché ne soit pas une série de points de vente indépendants, mais plutôt un collectif capable de réaliser des actions commerciales pour le bénéfice de tous.

Des actions promotionnelles communes par exemple comme la publicité, les tirages au sort ou le lancement des soldes. Mais aussi des initiatives liées à l'aspect global du marché comme l'enseigne des stands et l'information détaillée de l'ensemble. Adopter la philosophie de ce que l'on appelle les centres commerciaux "ouverts" (à l'air libre) bénéficie à tout le monde. Pour améliorer les conditions générales de chaque marché et du secteur dans sa totalité, il faut renforcer l'esprit d'entreprise dans la vente ambulante et développer la coopération entre les commerçants eux-mêmes.

**LES COMMERÇANTS DOIVENT AVOIR CONSCIENCE DU POTENTIEL AJOUTÉ DE LA COLLECTIVITÉ.**

## **10. CONSTRUIR UNAS RELACIONES EFICACES CON LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS**

Las relaciones entre el sector y la administración pública (principalmente los ayuntamientos) pueden y deben ir más allá del necesario cumplimiento de las disposiciones y ordenanzas que establecen para la actividad de venta ambulante. Una correcta interlocución es imprescindible. Es importante que los ayuntamientos tengan activas sus Comisiones Municipales de Venta Ambulante, como el foro adecuado en el que acordar las acciones de mejora de la actividad con los miembros del sector.

Por su parte, los comerciantes deben conocer claramente sus responsabilidades y también sus derechos al contar con una licencia y abonar las correspondientes tasas. Igualmente se deben conocer las vías administrativas adecuadas para el trato eficaz con la administración. Ésta, por su parte, deberá ejercer un control estricto de la venta irregular y el intrusismo, poniendo en valor a los empresarios del sector que cumplen adecuadamente con las normas.

## **10. CONSTRUIRE UNE RELATION SOLIDE AVEC L'ADMINISTRATION PUBLIQUE**

Les relations entre le secteur et l'administration publique (en particulier avec les Mairies) peuvent et doivent aller au-delà des arrêts et des décrets municipaux relatifs à la vente ambulante. Une communication fluide est indispensable. Il est important que soient mises en place des Commissions Municipales faisant office de forum, où les deux parties puissent s'accorder et puissent œuvrer ensemble pour l'amélioration du secteur.

Les commerçants, quant à eux, doivent connaître parfaitement leurs responsabilités et leurs droits, ils doivent obtenir une licence et payer les taxes qui leur correspondent. Ils doivent, pour cela, s'informer correctement de la marche à suivre auprès de l'administration. Celle-ci doit, pour sa part, contrôler de façon stricte la vente clandestine et l'exercice illégal de la profession afin de mettre en valeur les hommes et les femmes d'affaires qui respectent les normes.

# COMERCIO AMBULANTE DE ANDALUCÍA

DESCARGA EL DECÁLOGO  
VERSIÓN ESPAÑOL/FRANCÉS

TÉLÉCHARGER LE DÉCALOGUE  
VERSION ESPAGNOL/FRANÇAIS



DESCARGA EL DECÁLOGO  
VERSIÓN INGLÉS/ÁRABE

TÉLÉCHARGER LE DÉCALOGUE  
VERSION ANGLAIS/ARABE



CON LA FINANCIACIÓN DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO,

EMPRESA Y COMERCIO DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

FINANCÉ PAR LE CONSEIL RÉGIONAL D'ANDALOUSIE

(POUR L'EMPLOI, L'ENTREPRISE ET LE COMMERCE)