

MÓDULO 1

ANÁLISIS Y CONOCIMIENTO DEL SECTOR



Han colaborado en la elaboración de estos materiales:

- Equipo de ASGG
 - Juan García Olmo
- Diseño: M^ª Luz Chamizo
- Ilustración: Juan García

© ASOCIACIÓN SECRETARIADO GENERAL GITANO
Fuencarral, 129 - 5^º A - 28010 Madrid - Tel. 448 10 98

Depósito Legal: M-7458-1996

I.S.B.N.: 84-921352-0-4

Edita: A.D.I. c/ Buen Suceso, 18 - bajo izda. - 28008 Madrid

Imprime: Gráficas Juma

INTRODUCCIÓN

Si la finalidad de la actividad comercial es obtener unos ingresos económicos a cambio de los servicios o productos que se ofrecen, el éxito de esta "empresa" requiere una serie de tareas más o menos complejas pero que como mínimo hemos de resumir en:

1. Conocer el mercado y la competencia
2. Diseñar una oferta competitiva
3. Vender una serie de productos o servicios
4. Obtener de esta venta unos ingresos/beneficios que aseguren la viabilidad económica del negocio.

Aquella persona que quiera poner en marcha una iniciativa empresarial/comercial en un mercado competitivo como el actual debe empezar necesariamente por conocer en lo posible el mercado y la competencia, y a esto dedicaremos el primer módulo.

Pretendemos con él, que los alumnos tengan un conocimiento del sector de mercado en el que han de ejercer su actividad laboral, así como los aspectos más importantes que han incidido en la evolución y desarrollo de éste hasta su configuración actual.



DEFINICIÓN DE COMERCIO NO SEDENTARIO. TIPOLOGÍA POR SECTORES

1 | DEFINICIÓN DE COMERCIO NO SEDENTARIO

El comercio no sedentario engloba toda una serie de modalidades de venta, distintas entre sí y con unas características muy específicas.

En primer lugar, el comercio No Sedentario incluye todo tipo de venta ambulante, mostrando como característica más significativa la falta de **establecimiento fijo** de la persona que realiza la venta.

Dentro de la venta ambulante se pueden distinguir distintas modalidades de venta como son la **venta en mercadillos**, la autoventa o venta motoitinerante, la venta callejera individual, la venta ambulante ocasional y la venta en ferias.

Así podemos ver que no se puede hablar de una sola modalidad de venta, sino que hay diferentes formas de ejercer lo que podríamos llamar "comercio ambulante", y entre ellos está el que a nosotros más nos interesa, la venta en mercadillos.

2 | PERSPECTIVA HISTÓRICA DEL COMERCIO NO SEDENTARIO

Con la aparición de las primeras formas comerciales se puede comenzar a hablar del surgimiento del Comercio Ambulante.

Durante siglos este tipo de comercio ha sido la fórmula habitual de aprovisionamiento de artículos de primera necesidad para las poblaciones más reducidas, e incluso para las de mayor tamaño, con anterioridad a la aparición de las primeras formas de comercio asentado tal y como hoy se conocen.

El comercio ambulante a lo largo de su historia también ha evolucionado a medida que las sociedades lo hacían.

Para este tipo de comercio fue muy importante el establecimiento y auge que tuvieron las ferias de ganado y de grano que se produjeron durante la Edad Media, influyendo además en el desarrollo de la Venta Ambulante, las malas comunicaciones existentes.

Aunque históricamente es innegable la importancia de este tipo de comercio, en la actualidad, y aunque no tiene la importancia que tuvo antes, todavía conserva y cumple un papel destacado en la distribución y aprovisionamiento de una parte considerable de la población.

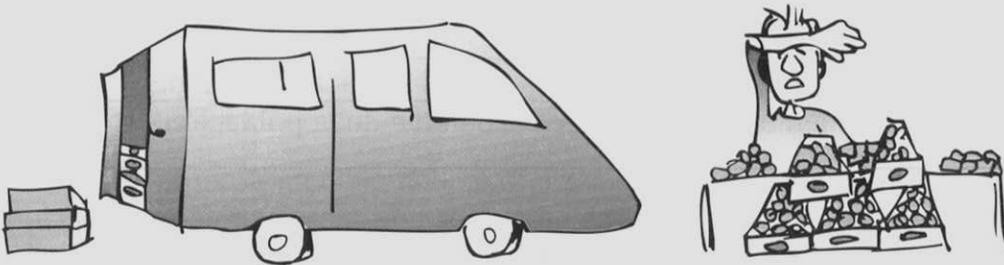
En los últimos veinte años este tipo de comercio ha experimentado profundos cambios realizando intentos para una mayor profesionalización, basándose en la opción prioritaria de rutas fijas semanales, una mayor especialización del surtido y su reconocimiento y legalización por parte de las distintas administraciones.

En lo referente al **pueblo gitano**, una de las actividades más importantes y que mayor atractivo ha tenido para él ha sido el comercio ambulante, que apoyado en su tradicional carácter nómada ha realizado siempre de forma itinerante. Ya desde su primera aparición por España allá en el siglo XV, los gitanos ya practicaban el comercio autónomo y ambulante, abasteciendo a grupos de población con necesidades especiales como los Peregrinos del Camino de Santiago, o ejerciendo el "Chalaneo" (venta de caballería y otros animales, o recogiendo y vendiendo chatarra, o comprando y vendiendo antigüedades o participando en ferias y mercadillos.

En la actualidad se han suprimido buena parte de estas actividades tradicionales de comercio debido a la falta de demanda y a la evolución tecnológica. Esto ha hecho que junto con el progresivo proceso de "sedentarización" los gitanos se hayan incorporado a las formas actuales de comercio ambulante (mercadillos) o la venta de forma irregular de productos (confección textil, saldos y frutas y verduras) en calles de tránsito o cercanas a los mercadillos.

Cabe destacar aquí que el aumento desmesurado del número de vendedores (por la incorporación a este sector de trabajo de nuevos colectivos (inmigrantes, parados, jóvenes sin trabajo, ...), los elevados costes necesarios para ejercer esta actividad, la escasa capacidad de inversión, las dificultades impuestas por los ayuntamientos, la progresiva saturación de los mercadillos en cuanto a número de vendedores y las escasas vacan-

tes que por tanto se producen, junto a la oposición de la mayoría de los ayuntamientos por aumentar el número de puestos o crear nuevos mercadillos, amenazan con desterrar a muchos gitanos del nicho laboral que tradicionalmente han venido ocupando de forma casi exclusiva.



3 TIPOLOGÍAS DE COMERCIO NO SEDENTARIO

a) Según tipo de instalaciones:

- **Instalación móvil**
 - Venta domiciliaria
 - Venta motoitinerante o autoventa
- **Instalación semifija**
 - Venta callejera individual
 - Venta ambulante ocasional
 - Venta en mercadillos de periodicidad fija
 - Venta en ferias quincenales, mensuales o anuales

Por **instalación móvil** se entiende aquel tipo de venta ambulante que no se establece en lugar fijo alguno para desarrollar la actividad comercial. Es tradicional en pequeñas poblaciones que tienen deficiente infraestructura comercial (por ejemplo camiones o furgonetas que van a vender fruta o pan por diferentes pueblos).

Por **instalación semifija** se entiende aquel tipo de venta ambulante que utiliza un puesto de fácil instalación, y que desarrolla su actividad comercial en la vía pública en determinadas horas y días durante un tiempo de duración variable. En este apartado se incluirían la venta callejera (normalmente practicada sin licencia y por lo tanto ilegal), la venta ambulante

ocasional (típica de los días de fiesta como Navidad, Semana Santa, etc.) y la venta en mercadillos semanales (la más extendida y profesional) y la venta en ferias y fiestas, quincenales, mensuales o semanales.

b) Por sectores comerciales

Los subsectores que integran el comercio no sedentario atendiendo a su actividad comercial son:

- **Alimentación**
 - Frutas, verduras y hortalizas
 - Frutos secos
 - Aceitunas, variantes, chucherías
 - Lácteos, aceites, huevos, y aves
 - Otros
- **Textil y confección**
 - Prendas exteriores de vestir
 - Mercería
 - Lencería/camisería/accesorios
 - Hogar
- **Calzado**
- **Equipamiento del hogar**
 - Menaje
 - Ferretería, Bricolage
 - Lámparas y material eléctrico
 - Cerámica
 - Muebles
- **Perfumería y droguería**
- **Artículos de cuero**
- **Motocicletas, bicicletas y accesorios**
- **Otros productos**
 - Bisutería
 - Pequeños animales
 - Juguetería

- Flores, plantas y semillas
- Librería, papelería, material de escritorio
- Joyería, relojería, platería
- Otros artículos

4 CARACTERÍSTICAS DEL COMERCIO NO SEDENTARIO

En España hay casi unos 5.000 mercadillos, de los cuales la gran mayoría se hayan en poblaciones de más de 5.000 habitantes.

Estos mercadillos se celebran habitualmente con una periodicidad semanal (más del 90% del total) y se reparten entre todos los días de la semana que suele ser fijo en cada municipio.

En el último estudio realizado por el Ministerio de Economía y Hacienda se estimaba en 173.500 el número de puestos en los mercadillos y entre 48.000 y 52.000 el número de comerciantes que ejercen esta actividad. Aunque estos datos hay que considerarlos relativos por la dificultad que supone su consecución ya que cada uno de los vendedores suele ejercer la venta en diferentes mercadillos, y además es una actividad que se realiza en familia por lo cual aunque hay un titular la actividad ocupa a bastantes más personas imposibles de cuantificar.



SESIÓN
2

ESTRUCTURA DEL SECTOR

Escribe todos los productos que tú creas que pueden venderse en un mercadillo



Estructura del comercio no Sedentario

El comercio no sedentario se puede dividir en dos subsectores importantes:

- El **Comercio de Mercadillos**
- Otro **Comercio No Sedentario**, que engloba el resto de las formas comerciales del Comercio No Sedentario.

En el Comercio no Sedentario el sector más relevante son los mercadillos, debido a la importancia que tienen tanto económica como socialmente en los distintos lugares donde se establecen.

Como cifra aproximada se puede hablar de un número de mercadillos que oscila alrededor de los 5.000.

Poblaciones	Nº de municipios	Nº de mercadillos
• 5.000 habitantes	6.940	3.527
• 5.001 a 20.000 h.	842	960
• 20.001 a 100.000 h.	205	264
• más de 100.000 h.	19	84
• Capital (-200.000 h.)	34	44
" (200.001 a 1 millón de h.)	14	27
" (más de 1 millón de h.)	2	60
TOTAL	8.056	496

Fuente: Estudio Investigación Ministerio Hacienda. 1988.

La periodicidad con que se celebran estos mercadillos es la que sigue:

Precio	Nacional %
Semanal	90,0
1 vez al mes	2,0
2 veces al mes	3,9
Menor frecuencia	3,0
No fijo	1,1

Fuente: Estudio Investigación Ministerio Hacienda. 1988.

El número de comerciantes como ya dijimos también en la sesión anterior es difícil de precisar porque cada uno de los vendedores cuenta en general con más de un puesto pero una aproximación a los datos puede concretarse como sigue:

Número de puestos en Mercadillos	173.500
Número de comerciantes	48.000 – 52.000

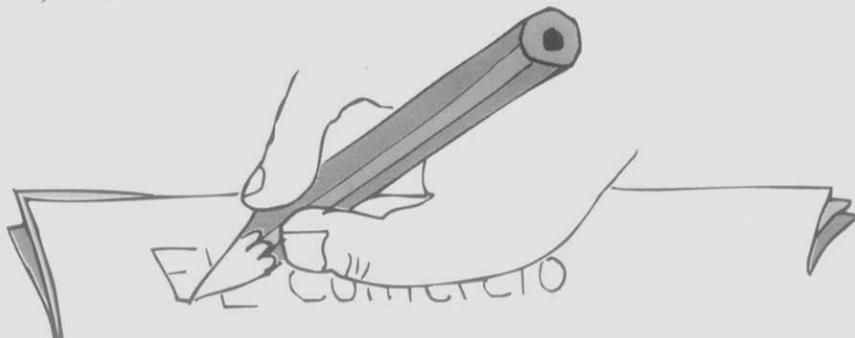
Perfil general de los comerciantes

También según este estudio el perfil de los comerciantes ambulantes podría definirse de la siguiente manera: en general son varones (76%) de 25 a 44 años (54%), casados (66%), y con estudios de Bachiller o menores (83%).

Llevan como media diez años y medio trabajando y un tiempo aproximado vendiendo el mismo producto, suelen recorrer otros municipios y trabajan unos 251 días al año. La mayoría ostenta la titularidad del puesto (81%) contando con Licencia Fiscal. Ellos mismos realizan las compras (86%) de forma personal a mayoristas y fábricas, pagando al contado y gravando la mercancía para su venta con un margen cercano al 30% de su valor.

El tamaño medio de los puestos está en torno a los seis metros de largo. No poseen almacén. Y en lo referente al vehículo tienen en general furgonetas diseñadas para cargar. Aunque una minoría utilice aún turismos. La mayoría poseen vehículos con una capacidad de carga inferior a los 3.000 kilos.

En cuanto a la localización, los vendedores suelen vender siempre en los mismos municipios cambiándose tan solo cuando pueden acceder a otros mejores.





Nombre:

Apellidos:



Nº DNI:

Nº NIF:



Nombre del padre:

Nombre de la madre:



Domicilio:

C/:

Localidad:

D. Postal:



Actividad:



Base de cotización

**SESIÓN
3****SITUACIÓN Y PROBLEMÁTICA DEL
SECTOR Y DE LOS MERCADILLOS**

Escribe las diferencias más importantes que se te ocurran entre comercio ambulante y tiendas de comercio:

Comercio Ambulante	Tiendas de comercio

Escribe las diferencias que se te ocurran entre venta legal e ilegal:

Venta legal	Venta ilegal

Dentro del colectivo de personas que se dedica a la venta ambulante debemos distinguir en primer lugar y como primera clasificación entre los comerciantes legales y los ilegales o que practican la venta de forma irregular. Ambos queda claro que tiene problemas diferentes que analizaremos posteriormente.

Generalmente y hasta hace unos años este grupo se componía principalmente por vendedores que por tradición familiar continuaban en el negocio al que se habían dedicado sus padres y sus abuelos y normalmente cumplen todos los requisitos para el ejercicio de la venta en los municipios.

Pero esta situación ha ido cambiando con la grave crisis económica que comenzó en la década de los setenta y que se mantiene de forma continuada, agravándose cada ciertos períodos de tiempo. Por otra parte los sucesivos cambios tecnológicos han ido también expulsando del mercado de trabajo mano de obra que en muchos casos ha tenido problemas para incorporarse de nuevo a él (podemos ver hoy que un porcentaje importantísimo del paro es del considerado de larga duración). Así muchos trabajadores que se hallaban en el paro encontraron una salida en este negocio, principalmente porque la inversión necesaria en principio es pequeña. De estos nuevos vendedores una parte muy importante y representativa se han convertido en auténticos profesionales de la venta ambulante, pero otros muchos no han podido acceder y han terminado quedando encuadrados en ese segundo grupo de los "ilegales".

Estos serían aquellos vendedores que no cumplen con la normativa vigente. Normalmente este grupo de vendedores suelen ejercer la Venta Ambulante en calles principales en los alrededores de los mercadillos, o en sitios de mucho tránsito (metro) y venden todo tipo de productos (frutas, verduras y hortalizas, ropa, artesanía, bisutería, ...).

Añadida a la problemática de este tipo de vendedores, han aparecido otros fenómenos nuevos y no tan nuevos, que han multiplicado la persecución policial contra este tipo de vendedores nos estamos refiriendo al tabaco de contrabando (que genera auténticas "mafias" y peleas por el espacio) y a la venta de ropa de "marca" falsificada que al aparecer físicamente en los mismos espacios que ocupaban los otros vendedores ilegales se han visto seriamente perjudicados por su presencia.

Desde una perspectiva económica, el principal problema de la venta ambulante es el carácter subsidiario con que se contempla este tipo de actividad comercial. Sin negarle la importancia que realmente tiene, la mayoría de los municipios la subordinan al comercio establecido en establecimiento fijo (comercio sedentario), con gran capacidad de presión en los ayuntamientos, o la entienden como una actividad con un cierto tinte de acción social, donde puede "colocarse" la gente sin recursos que se deriva desde los servicios sociales. Estos planteamientos generan algunas consecuencias que son dignas de tener en cuenta ya que inciden de forma importante en la problemática del comercio ambulante:

- No establecimiento o creación de nuevos mercadillos (y con ello la imposibilidad de creación de empleo en esta actividad).
- La determinación de la mayoría de ayuntamientos de no aumentar el número de puestos (con idénticas repercusiones que la anterior).
- Los sucesivos cambios de ubicación de estos, según evolucionan las poblaciones. Lo que crea graves conflictos de intereses entre vendedores y ayuntamientos.

Aunque también hemos de decir que hay cada vez más ayuntamientos que entienden esta actividad como una actividad importante en el ámbito comercial como "reguladora de precios" y de abastecimiento de ciertos productos deficitarios en la oferta del municipio.

Desde el punto de vista familiar las características propias de este tipo de comercio marcan la vida no solo de los propios vendedores, si no también sus relaciones familiares, debido principalmente a los desplazamientos diarios que tienen que realizar para acudir a los distintos puntos de venta de cada día de la semana. Este problema se trata de solucionar con el ruteo fijo y haciendo que los desplazamientos no sean excesivamente grandes para poder volver en el día a sus domicilios. Con lo cual habitualmente las rutas que se siguen se suelen circunscribir a su provincia o bien a otras limítrofes, si éstas se encuentran cercanas o porque allí la "venta" sea realmente significativa. En muchos casos también la actividad se ejerce en familia lo que ocasiona múltiples problemas con los hijos, la escolarización, etc.

Preguntados los vendedores sobre los problemas más importantes para ejercer la venta ambulante, son éstos los que resaltan:

- La no concesión de puestos nuevos.
- Los papeles que se exige.
- Que no da mucho dinero.
- Poco volumen de venta.
- Los factores climatológicos (tiempo: frío, calor, lluvia, barro, ...).
- Venta ilegal.
- Tener que cargar y descargar, montar y desmontar a diario.
- Los desplazamientos.
- El aparcamiento de los vehículos.
- Mucha competencia.
- Poca capacidad de inversión.
- Impuestos elevados.
- No estar "considerado".
- Inseguridad.
- Variedad de las normativas en los diferentes ayuntamientos.



**SESIÓN
4****CARACTERÍSTICAS DEL EQUIPAMIENTO.
EMPLEO Y CONDICIONES DE TRABAJO**

Una de las diferencias más importantes entre el ejercicio de la venta de forma irregular y la venta en mercadillos es sin lugar a dudas el equipamiento necesario. La primera tiene como característica principal no necesitar casi equipamiento (como máximo una furgoneta para los que venden fruta), ya que generalmente se traslada la mercancía en transporte público o en vehículo particular y ésta suele caber en un "bolsón" o bolsa de deportes amplia, mercancía que se expone al público encima de una tela (sin ningún tipo de estructura). La cantidad suele ser pequeña debido a dos razones: la falta de recursos económicos para el aprovisionamiento y el riesgo de que sea requisado por los guardias. La compra de ésta generalmente se hace en las tiendas mayoristas que hay en Tirso de Molina, y los que están más relacionados logran saldos o "partidas" en almacenes y fábricas. El precio al que se vende la mercancía no suele ser fijo, y depende mucho del tipo de productos; habitualmente admite "regateo". La mercancía se compra al contado y es fácil saber el beneficio conseguido en cada día de venta.

En algunos colectivos (inmigrantes sobre todo) funcionan como verdaderas "franquicias" en la venta de productos (uno es el propietario de la mercancía y tiene unos cuantos vendedores que la venden a cambio de una comisión).

Un fenómeno muy singular ha sido el fulminante crecimiento de la venta de todo tipo de productos (artesanía, ropa, bisutería, bolsos, cintas de cassette, ...) que se desarrolla de forma más o menos consentida en el metro.

En cambio para ejercicio de la venta en mercadillos la cosa no es "tan sencilla", o compleja según se mire. Vamos a dedicar ahora este apartado a conocer más este tipo de venta.

1 CARACTERÍSTICAS DEL EQUIPAMIENTO UTILIZADO EN LA VENTA EN MERCADILLOS

El equipamiento básico para poder ejercer la venta ambulante en mercadillos podríamos decir que es el siguiente:

- Vehículo de carga (diferentes tipos de furgoneta o turismos muy amplios)
- Puesto (de dimensiones modificables aunque la media de metros que suelen ponerse en los mercadillos está en torno a los seis metros de largo por tres de ancho) y que consta de:
 - Estructura
 - Lona o plástico para la lluvia
 - Pinzas o pieza alternativa para sujetar la lona a la estructura
 - Mesa
 - Tableros
 - ...
- Accesorios:
 - Básculas
 - Perchas
 - Barras
 - Cajas
 - Remolques
 - ...
- Mercancía
- ...

La inversión inicial para comenzar la venta en condiciones competitivas en un mercadillo se estima entre uno y dos millones (de los que el porcentaje más importante se lo llevaría el vehículo y la mercancía).

2 EQUIPAMIENTO Y CONDICIONES DE TRABAJO DE LOS VENDEDORES

Si se quiere comenzar la actividad de la venta ambulante en mercadillos un aspecto importante a conocer será tanto el equipamiento de que disponen en general los vendedores (conocer la competencia para saber si se va a estar en condiciones de competir), como las condiciones de trabajo que han de soportarse por si se estuviera dispuesto a asumirlas.

Así diremos que en general los puestos tienen como hemos dicho antes una media de seis metros de largo por tres de ancho, puestos que son fácilmente montables y desmontables teniendo en cuenta que esto ha de hacerse a diario.

La mayoría de los vendedores no disponen de un almacén para la mercancía por lo que ésta suelen guardarla en casa o en el vehículo destinado a tal fin.

Prácticamente el 100 por cien de los vendedores disponen de vehículo propio. Los vehículos utilizados en su mayor parte son furgonetas diseñadas para cargar. Tan solo una pequeña parte de ellos utiliza un turismo. También es pequeño el número de camiones.

La tara y PMA (Peso Máximo de carga Autorizado) más frecuente en los vehículos es, en general, inferior a los 3.000 kgs.

La mayoría de los vendedores adquirió el coche nuevo (68%) y tan solo un 31% lo adquirió usado o de segunda mano.

Los entrevistados en este estudio no realizan muchos desplazamientos, la mayoría entre 10.000 y 30.000 Kms. anuales, lo que indica que los vendedores acostumbran a moverse por las zonas cercanas al lugar donde realizan la entrevista.

La inmensa mayoría de los vendedores venden en más de un municipio, siendo la media, en la fecha en que se realizó el estudio, de 5 municipios por vendedor. Esto además es lógico por la imposibilidad de mantener los costes que hoy se exigen de forma obligatoria (I.A.E., Autónomos, tasas, ...) con menos de tres mercadillos.

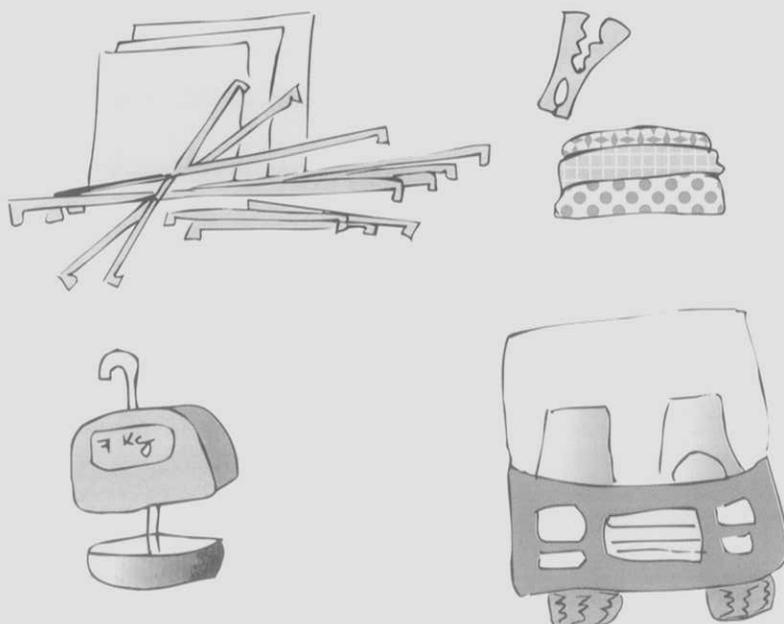
La inmensa mayoría acude de forma habitual a los mismos mercadillos semanales, con un intervalo por tanto de siete días, y tienen trazadas rutas fijas que tan solo modifican según van accediendo a mejores mercadillos.

El número de bajas que se producen en los mercadillos es escaso, y aquellos que disponen de un puesto o lo explotan, utilizan todas las triquiñuelas posibles (familiares, faltas, ...) para mantenerlos.

Los puestos en la gran mayoría de los mercadillos están a nombre de un titular impidiendo las normativas que puedan ser explotados, alquilados o transferidos a otras personas, reconociendo solo "algunos ayuntamientos" la posibilidad de transferirlos a familiares de primer grado (mujer e hijos) cuando medien situaciones que así lo aconsejen (jubilaciones, enfermedades, ...).

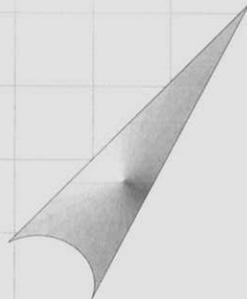
En la mayoría de los casos el (65%) la explotación del puesto la hace una sola persona o dos (29%) y en casi ningún caso se da la contratación de asalariados, sino que en aquellos puestos en que trabajan varias personas suelen ser explotaciones familiares sin ningún tipo de relación contractual.

Otro dato importante es la "fidelidad" al producto que venden. Un 97% manifiestan vender el mismo producto toda la temporada y además hacerlo todos los años.





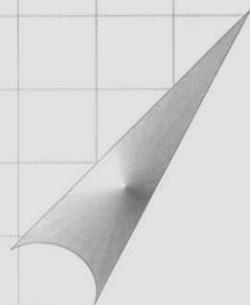
DIFICULTADES PERSONALES Y FAMILIARES

- ◆ **Desconocimiento del funcionamiento de la administración**
 - ◆ **Deficiencias culturales**
 - ◆ **Situaciones familiares**
- 



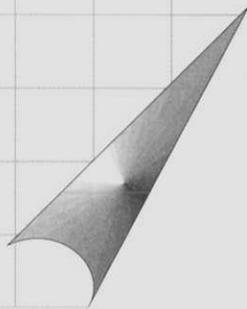
DIFICULTADES RELACIONADAS CON LA ACTIVIDAD

- ◆ **Precios/márgenes**
- ◆ **Compras**
- ◆ **Colocación de la mercancía**
- ◆ **Técnicas de venta**



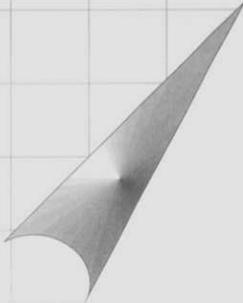


DIFICULTADES ECONÓMICAS

- ◆ Coste de la licencia fiscal
 - ◆ Coste de autónomos
 - ◆ Inversión en el puesto
 - ◆ Inversión en la mercancía
 - ◆ I.V.A.
 - ◆ Gestoría/Asesoramiento
 - ◆ Vehículo de transporte
- 



DIFICULTADES NORMATIVO/LEGISLATIVAS

- ◆ **Desconocimiento**
 - ◆ **Requisitos legales exigidos**
- 

EN TU COMUNIDAD

Por ejemplo en Madrid existe un censo de mercadillos, que aunque antiguo, recoge esa información.

Los datos que en ella se recogen son:

- Municipio
- Distrito
- Barrios
- Localización/Calle
- Período de apertura
- Periodicidad semanal
- Días de celebración
- Tarifas
- Normativa que lo regula
- Estructura de la oferta comercial - número de puestos

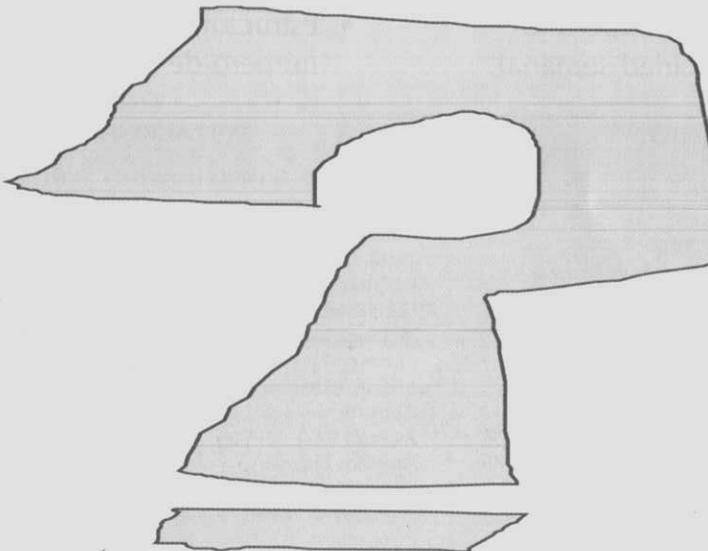
MUNICIPIO: MADRID		POBLACIÓN: 156.254	
Distrito TETUÁN		Estructura de la oferta comercial (Nº puestos/actividad)	
Barrio: VALDEACEDERAS		TOTAL	325
Localización: C/ Marqués de Viana		Alimentación, Bebidas, Tabaco	33
Período de apertura: Todo el año		Textil, Confección, Calzado, Cuero	128
Período: Semanal		Perfumería, Droguería	4
Días de celebración: Domingo		Equipamiento del Hogar	56
Tarifas: Menos de 4 m2 = 1.630 ptas./mes		Motocicletas, Bicicletas, Accesorios	3
De 4 a 9 m2 = 2.095 ptas./mes		Librería, Papelería, Revistas	8
Más de 9 m2 = 3.175 ptas./mes		Joyería, Relojería, Platería	0
Normativa: 30-4-86		Bisutería	15
		Juguetes	49
		Artículos Deporte	0
		Flores, Plantas, Semillas	8
		Pequeños animales	8
		Otros artículos	13

**SESIÓN
6****PREPARACIÓN DE LA ENTREVISTA CON
UN INFORMANTE CUALIFICADO**

Explicuemos lo que es un "informante cualificado": Es aquella persona que conoce en profundidad el tema sobre el cual se le va a pedir información y por lo tanto nos puede aportar datos e ideas interesantes al respecto.

Informantes cualificados, por ejemplo podrían ser responsables de asociaciones empresariales, responsables de sindicatos de la rama de comercio, responsables de la administración pública (Dirección General de Comercio; responsables de la OMIC ...), responsables de empresas cooperativas que tengan como actividad el comercio ambulante (para lo relacionado con las normativas legales), del Ministerio de Trabajo (sobre los tipos de empresas y ayudas que se ofrecen), etc.

Ahora que ya conoces algunos datos del sector de venta en los mercadillos escribe cinco preguntas que se te ocurriría hacer al informante cualificado al que vamos a visitar.

PREGUNTAS

Ahora vamos a ordenar las preguntas seleccionadas por un orden lógico:

1.-

2.-

3.-

4.-

5.-

6.-

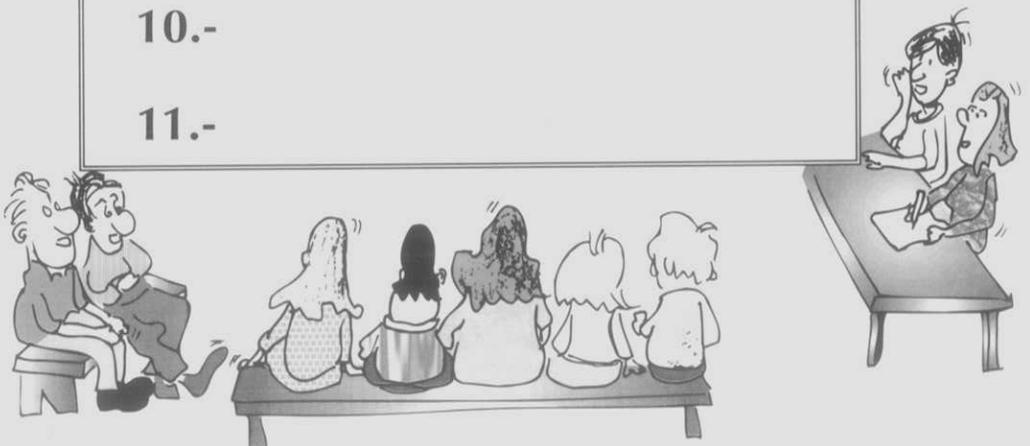
7.-

8.-

9.-

10.-

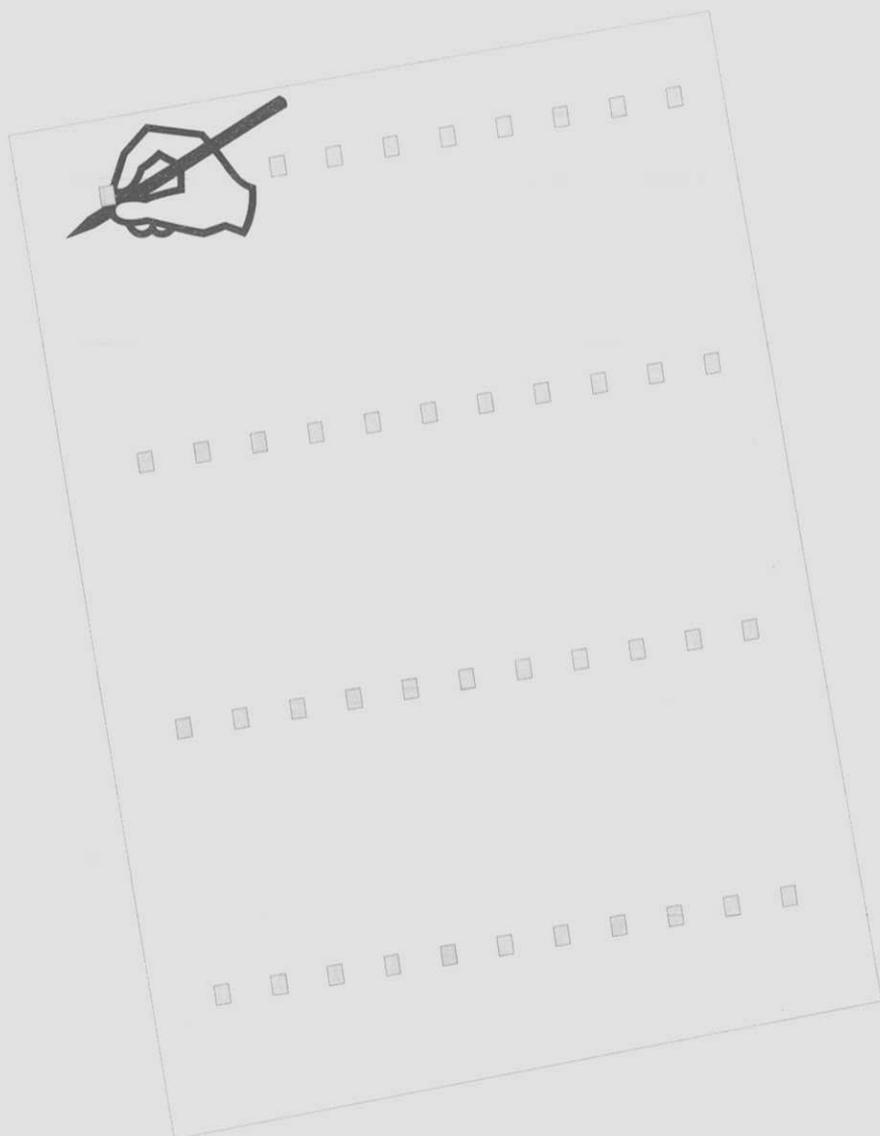
11.-



**SESIÓN
7**

**ENTREVISTA CON UN INFORMANTE
CUALIFICADO**

(Transcripción de la entrevista)



**SESIÓN
8**
**CONCLUSIONES DE LA ENTREVISTA
CON UN INFORMANTE CUALIFICADO**

Ahora vamos a valorar la entrevista:



Di 5 aportaciones que te hayan resultado nuevas
Di 3 aportaciones que contradigan la información de que disponíamos antes
Di 3 aportaciones que coincidan con lo que sabíamos antes
Escribe las tres ideas que más te han llamado la atención

FICHA EVALUACIÓN**Módulo 1****Análisis y conocimiento del sector****1 | EVALUACIÓN DE LOS CONTENIDOS**

	Mucho	Poco	Nada
Te han parecido interesantes los temas tratados			
Te han aportado cosas nuevas			
Has modificado tu percepción del sector de la venta ambulante			
Crees que ahora conoces mejor el sector de la venta ambulante			
Me ha resultado útil conocer la situación actual y las perspectivas de futuro de los mercadillos			
Me ha resultado útil reflexionar sobre las diferencias entre venta legal e ilegal			
Me ha resultado útil conocer la infraestructura necesaria y los canales de aprovisionamiento en los mercadillos			
Me ha resultado interesante conocer algunas características de la competencia			

Di los tres temas que más te han interesado:

 _____

 _____

 _____

2 | EVALUACIÓN DE LA METODOLOGÍA

	Mucho	Poco	Nada
Me ha parecido ameno			
Me ha permitido participar			
Comprendía las ideas/conceptos			
Los materiales entregados eran interesantes			
La distribución del tiempo era adecuada			
El lugar de realización de las sesiones es óptimo			

3 | EVALUACIÓN DE ACTITUDES PERSONALES

	Mucho	Poco	Nada
La asistencia ha sido buena			
Mi puntualidad ha sido buena			
Cuidado del material			
He participado de forma habitual			
Las ideas de los demás me interesan			
Respeto al turno de palabra			

4 | EVALUACIÓN MONITOR

	Mucho	Poco	Nada
Ha sido ameno			
Se le entienden las explicaciones			
Fomenta y favorece la participación			
Respeto nuestras opiniones			
Organiza de forma adecuada la información			
Nos ayuda a poner en orden nuestras ideas e información			

PRUEBA MÓDULO 1

1. Escribe tres diferencias entre comercio ambulante y tiendas de comercio.

Comercio ambulante	Tiendas

2. Escribir tres diferencias entre venta legal e ilegal.

Venta legal	Venta ilegal

3. Escribe la tres diferencia que te parezcan más importantes entre la venta en mercadillos y otro tipo de venta.

Venta en mercadillos	Otros tipos de venta

4. Describe el equipamiento mínimo (infraestructura) necesario para ejercer la venta en los mercadillos.

5. ¿Qué papeles hay que tener o hacer para poder vender en un mercadillo?

6. Escribe los diferentes tipos de puestos que conoces (¿a qué se dedican?).

7. Escribe tu dirección y la del local, con todos los datos que sepas.