

INDICE

... A MODO DE INTRODUCCIÓN	5
PRINCIPIOS METODOLÓGICOS GENERALES	9
ÁREAS DEL PROYECTO FORMATIVO	13
MÓDULO 1. ANÁLISIS Y CONOCIMIENTO DEL SECTOR.....	15
MÓDULO 2. CONTEXTO LEGAL Y NORMATIVA.....	35
MÓDULO 3. TÉCNICAS DE VENTA Y CANALES DE APROVISIONAMIENTO	59
MÓDULO 4. CONTABILIDAD BÁSICA	89
MÓDULO 5. ASOCIACIONISMO GREMIAL Y EMPRESARIAL.....	95

Han colaborado en la elaboración de estos materiales:

- Equipo de A.S.G.G.
- Juan García Olmo
- Diseño: M^a Luz Chamizo

© ASOCIACIÓN SECRETARIADO GENERAL GITANO

Fuencarral, 129 - 5º 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 Iuma

...A MODO DE INTRODUCCIÓN

Este manual que tienes en tus manos no pretende ser un material acabado, sino más bien una sugerencia, una propuesta abierta sobre diferentes temas que pueden ser abordados en la formación de un tema tan complejo como es la actividad comercial y aún más como es el comercio ambulante.

Nace de una experiencia educativa en la Comunidad de Madrid y a ella hace referencia en varios ejemplos, pero muchos de los temas que aborda pueden ser de utilidad para cualquier comerciante.

Los contenidos se han dividido en cinco bloques temáticos, y están desarrollados de forma simple, cualquier tema es susceptible de ampliación tanto en los contenidos como en la metodología y dinámicas que se proponen. Pero tienen vocación de ser útiles «a modo de ejemplo», y de convertirse en el «punto de partida» para reflexiones más profundas.

El primer bloque temático aborda de forma esquemática la situación del sector, su evolución; los comerciantes, las características de los puestos, del equipamiento, sus problemas y dificultades; la diferencia entre el ejercicio de la venta ambulante irregular y la legal. En definitiva intenta un «acercamiento» al conocimiento de la competencia y a las condiciones a las que nos vamos a enfrentar si pretendemos comenzar una actividad tan sumamente dificultosa.

El segundo bloque temático trata de las normativas que se aplican al comercio ambulante, su orden jerárquico, el funcionamiento general de las leyes, y los aspectos más importantes que se recogen en cada una de ellas. Así como de algunas pistas para buscar lo que nos interesa y comprender su significado. En este bloque también nos ha parecido interesante trabajar gran parte de los documentos que va a ser necesario manejar de forma habitual ya que son requisitos imprescindibles para el ejercicio de la venta. Por esto se ha trabajado además de las



normativas, el alta de autónomos y la S.S., los Impuestos y el I.A.E., las solicitudes de puestos, etc. ...

En el tercer bloque se han desarrollado algunas técnicas de ventas. Y dentro de ellas los canales de aprovisionamiento y su funcionamiento, la atención al cliente, la colocación de la mercancía, el conocimiento profundo de ésta, los tipos de vendedores y sus características, el proceso de compra y algunos «trucos» para desenvolverse en el trato con el cliente

En el cuarto se han tratado de forma sencilla algunos conceptos contables interesantes para entender la marcha de nuestro negocio y se han puesto en práctica ejemplos contables mediante símiles de negocios.

Y en el quinto y último hemos abordado las diferentes tipos de asociaciones y entidades que trabajan en el ámbito del comercio ambulante. Este apartado no se ha desarrollado pues lo que parece interesante es entrevistarse con «informantes cualificados» de cada uno de los tipos de asociaciones a fin de recoger y conocer los fines que persiguen cada uno de los tipos de asociaciones, su historia, su percepción del comercio ambulante, las propuestas de futuro, y los retos que se plantean.

Nuestro deseo es que este sea un material de utilidad para asociaciones, comerciantes, servicios sociales, formadores,... que trabajen en el ámbito del comercio ambulante y pueda aplicarse en su totalidad o parcialmente, a diferentes situaciones.

PRINCIPIOS METODOLÓGICOS GENERALES

Los principios generales que atraviesan todo el proyecto pedagógico son los que siguen:

Personalización

En cada momento se partirá de la situación previa, conocimientos, experiencia concreta y peculiaridades de cada uno de los participantes. Será por ello necesaria la planificación de actividades variadas encaminadas a conocer cuáles son esas ideas previas, qué grado de elaboración tienen y utilizarlas como punto de partida, ayudándonos de procedimientos (métodos, técnicas y estrategias) para complementarlas.

Aprendizaje significativo

Para la consecución de aprendizajes significativos, son importantes varias condiciones: que el contenido tenga un significado lógico, que el alumno tenga ideas previas que le permitan relacionar de forma no arbitraria la nueva información y que esté motivado para aprender el nuevo contenido. Es por ello de gran importancia propiciar en todas las actividades la reflexión sobre lo realizado, la recogida de datos, la elaboración de conclusiones, la recopilación de lo que se ha aprendido, y analizar el avance que se ha producido en relación con las ideas previas de las que se había partido. Es necesario que los alumnos/as sean conscientes de los procesos que emplea en la elaboración de conocimientos: tales como habilidades de conocimiento, procesos cognitivos,

el nivel de control y planificación de la propia actuación, la toma de decisiones y la comprobación de resultados.

Flexibilidad

Atendiendo a la especificidad de cada uno/a es necesario diseñar una estrategia que responda a estas diferencias. Es conveniente para ello sugerir actividades distintas con posibilidades de elección de algunas, subdividir las en fases de diferente complejidad, y situar a los alumnos en diferentes tareas, así como proponer actividades de refuerzo para superar las deficiencias.

Globalidad e interdependencia

El aprendizaje significativo exige una relación profunda y no arbitraria entre los diferentes contenidos. Se debe ofrecer a los alumnos un conocimiento lo más globalizado e integrado posible a la realidad, presentando una estructuración clara de las relaciones entre conceptos a fin de que estos entiendan que un mismo aspecto de la realidad puede estudiarse y entenderse desde distintas perspectivas, y de esta misma manera el desarrollo curricular debe hacerse teniendo en cuenta la interdependencia entre todas las áreas y actividades, así en las actividades del taller deben buscarse y aprovecharse todas las oportunidades para desarrollar los contenidos de las áreas de formación básica y de orientación sociolaboral.

Integralidad

Debe favorecer el desarrollo integral de la persona incorporando todos aquellos contenidos y actividades que den respuestas a las diferentes facetas de la persona.

Transversalidad de los contenidos

Los contenidos de las diferentes áreas no pueden ser compartimentos estancos, sino que por todo lo dicho anteriormente deben estar en la medida de lo posible profundamente relacionados.

Motivadora

Aunque el fenómeno de la motivación es sumamente complejo ya que en él intervienen una gran cantidad de factores y se manifiesta de forma diferente

en cada persona es necesario que el proceso de aprendizaje, de construcción de conocimientos y de adquisición de habilidades esté próxima a los intereses de los alumnos y reúna para ello diferentes características: partir si es posible de los conocimientos y experiencias previas de la persona, estar suficientemente cerca de los conocimientos de ésta, ser de progresiva complejidad y estar acorde en proporción con sus capacidades, ofrecer resultados tangibles, etc.

Eminentemente práctica

Por las características de los destinatarios del proyecto el aprendizaje debe estar muy apoyado y en relación con la práctica. Basando en el aprendizaje de la profesión y en la práctica de esta todo el peso «específico» y debe ser esta la base sobre la que se organicen la mayoría de los contenidos de formación

ÁREAS DEL PROYECTO FORMATIVO

El proyecto formativo en primer lugar debe ajustarse a los perfiles profesionales que se demandan en el mercado laboral para esta profesión. Y para ello se realizará formación profesional específica que facilitará los conocimientos, habilidades y destrezas necesarios para el desarrollo de esa profesión.

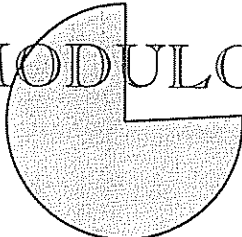
En segundo lugar debe dotar a los alumnos de la posibilidad de adquirir o afianzar conocimientos y capacidades generales básicas para conseguir una inserción laboral satisfactoria.

En tercer lugar debe contemplar actividades complementarias que posibiliten y apoyen la adquisición de recursos personales para el desarrollo integral de la persona.

En cuarto lugar debe ir acompañado de un proceso de orientación sociolaboral para ello se hará necesaria la adquisición de recursos personales y otros conocimientos y habilidades necesarias para superar las distintas dificultades que irán apareciendo en su trayectoria laboral.

Por último debe contemplar una actividad tutorial donde se trabajen aspectos que faciliten el desarrollo personal tales como la autoestima y la motivación, la integración e implicación social, y habilidades sociales y de autocontrol.

MODULO-1





Sesión 1

DEFINICIÓN DE COMERCIO NO SEDENTARIO TIPOLOGÍA POR SECTORES

OBJETIVOS

- Conocer lo que se entiende por comercio no sedentario, así como sus principales características.
- Tomar conciencia de que el sector del comercio no sedentario ha sufrido transformaciones a través del tiempo.
- Conocer las diferentes formas de comercio no sedentario.
- Conocer las tipologías por sectores y subsectores. Clasificación.
- Profundizar en la expresión oral con ideas y conceptos relacionados con la profesión.
- Objetivos actitudinales:
 - Puntualidad y asistencia
 - Respetar el turno de palabra
 - Traer y cuidar el material entregado

CONTENIDOS

- Definición de comercio no sedentario.
- Perspectiva histórica del comercio no sedentario. Evolución
- Tipologías de comercio no sedentario. Clasificación:
 - Según tipo de instalaciones:
 - Instalación móvil:
 - Venta domiciliaria
 - Venta moto itinerante o autoventa



- Instalación semifija:
 - Venta callejera individual
 - Venta ambulante ocasional
 - Venta en mercadillos semanales
 - Venta en ferias quincenales, mensuales, o semanales
- Según sectores comerciales:
 - Alimentación
 - Textil/confección
 - Calzado
 - Equipamiento del hogar
 - Perfumería/droguería
 - Artículos de cuero
 - Motocicletas, bicicletas y accesorios
 - Otros productos
- Características del comercio no sedentario
 - Características de estructura

ACTIVIDADES

- Diálogo partiendo de la experiencia propia de venta fomentando la participación ordenada y respetuosa con los demás.
- Comparación con otras formas de venta.
- Sacar conclusiones generales sobre similitudes y diferencias entre venta sedentaria y no sedentaria
- Exposición de conceptos y aclaraciones.
- Partiendo de la palabra generadora infraestructura enunciar en columnas los elementos necesarios en uno y otro tipo de venta a fin de componer los elementos comunes y diferenciadores.

RECURSOS

- Estudios sobre el comercio no sedentario en España

- Manuales sobre técnicas de venta (I.M.P.I.)
- Pizarra/ tiza
- Cuadernos/bolígrafos
- Material elaborado por el monitor



Sesión 2

ESTRUCTURA DEL SECTOR

OBJETIVOS

- Conocer los subsectores que componen el sector de la venta no sedentaria
- Conocer el número de mercadillos que hay en España
- Conocer el número de comerciantes y de puestos en los mercadillos
- Objetivos actitudinales:
 - Puntualidad y asistencia
 - Respetar el turno de palabra
 - Traer y cuidar el material entregado

CONTENIDOS

- Subsector de comercio en mercadillos
- Subsector de otro comercio no sedentario: venta callejera, autoventa y venta domiciliaria
- Censo de mercadillos e integración de éstos en los diferentes hábitats
- Cifras sobre los días en que se celebran los mercadillos
- Periodicidad y periodo en que se desarrollan estos
- Cifras sobre el número de comerciantes y de puestos en los mercadillos
- Perfil del comerciante no sedentario

ACTIVIDADES

- Diálogo sobre el conocimiento que ellos tienen de la estructura del sector

- Exposición de datos sobre la estructura del sector
- Debate y conclusiones

RECURSOS

- Estudios sobre el comercio no sedentario en España
- Manuales sobre técnica de venta (I.M.P.I.)
- Pizarra/tiza colores
- Cuadernos/lapiceros
- Materiales elaborados por el monitor

SITUACIÓN Y PROBLEMÁTICA DEL SECTOR Y DE LOS MERCADILLOS

OBJETIVOS

- Conocer la situación y problemática de los mercadillos
- Tomar conciencia de que la venta en mercadillos es una actividad compleja que requiere determinados conocimientos y habilidades
- Tomar conciencia de las dificultades que conlleva la práctica de la venta en mercadillos
- Profundizar en la expresión oral de ideas y conceptos relacionados con los contenidos de esta sesión.
- Objetivos actitudinales:
 - Puntualidad y asistencia
 - Respetar el turno de palabra
 - Traer y cuidar el material entregado

CONTENIDOS

- Situación y problemas de la venta en mercadillos:
 - Problemas de espacio y ubicación
 - Problemas con los comerciantes sedentarios locales
 - Problemas con los comerciantes no sedentarios furtivos/ilegales
 - Falta de higiene
 - Falta de requisitos legales (licencias fiscales, altas autónomos,...)
 - Falta o variedad de la reglamentación
 - Otros problemas

ACTIVIDADES

- Lluvia de ideas
- Diálogo partiendo de la experiencia propia de venta fomentando la participación ordenada y respetuosa con los demás
- Exposición y comparación con los datos del estudio del sector
- Aclaraciones y elaboración de conclusiones
- Partiendo del término «ilegales» enunciar en columnas las ventajas y desventajas a la hora de ejercer la venta ambulante de forma legal e ilegal.

RECURSOS

- Estudios sobre el comercio no sedentario en España
- Pizarra/tizas colores
- Cuadernos/lapiceros
- Material elaborado por el monitor:
 - Palabras «problema» para lluvia de ideas
 - Texto

CARACTERÍSTICAS DEL EQUIPAMIENTO EMPLEO Y CONDICIONES DE TRABAJO

OBJETIVOS

- Conocer las características y el equipamiento necesario para el ejercicio de la venta ambulante en mercadillos.
- Tomar conciencia de la necesidad de un equipamiento óptimo para ejercer la actividad en condiciones competitivas.
- Conocer las condiciones de trabajo asociadas a esta actividad laboral
- Objetivos actitudinales:
 - Puntualidad y asistencia
 - Respetar el turno de palabra
 - Traer y cuidar el material entregado

CONTENIDOS

- Posesión o no de almacén
- Superficie destinada a la venta
- Vehículos utilizados y sus Taras, antigüedad, estado del vehículo que compramos.
- Equipamiento mobiliario: furgoneta, mesa/puesto, coche, camión, perchas/barras, básculas/pesos, cajas, remolques, otras...
- Kilometraje que se realiza
- Número de municipios en que vende
- Épocas en las que se desplazan
- Número de personas que trabajan como media en el puesto

- Tiempo medio que venden el producto
- Problemas familiares

ACTIVIDADES

- Diálogo sobre el equipamiento que utilizan en la actualidad para el ejercicio de la venta ambulante no regularizada. Síntesis de los elementos.
- Diálogo sobre el equipamiento estimado como necesario para el ejercicio de la venta ambulante en mercadillos.
- Comparación y conclusiones
- Exposición de datos sobre equipamiento en el sector
- Debate y conclusiones.
- Diálogo sobre las condiciones en que desarrollan su trabajo
- Diferencias con la venta regularizada
- Debate y conclusiones

RECURSOS

- Estudios sobre el comercio no sedentario en España
- Pizarra/tizas colores
- Cuadernos/ lapiceros
- Materiales elaborados por el monitor

UN EJEMPLO: LOS MERCADILLOS EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

OBJETIVOS

- Conocer el número de mercadillos de la C.A.M.
- Conocer la ubicación de éstos
- Conocer el día de venta
- Profundizar en la expresión oral con ideas y conceptos relacionados con la profesión
- Aprender a orientarse en Madrid (u otras grandes ciudades) y a utilizar un callejero
- Objetivos actitudinales:
 - Puntualidad y asistencia
 - Respetar el turno de palabra
 - Traer y cuidar el material entregado

CONTENIDOS

- Conocer que hay gran número de mercadillos en la C.A.M.
- Saber ubicar donde están algunos de ellos
- Aprender a manejar un callejero para orientarse

ACTIVIDADES

- Enumeración del número de mercadillos que conocen

- Exposición del número de mercadillos que hay en la C.A.M. localización y selección de los más importantes
- Explicación de la utilización de un callejero
- Búsqueda de las direcciones de alguno de los mercadillos situados en el municipio de Madrid
- Exposición de las partes de una dirección
- Escritura de la dirección del local donde se están realizando las clases, de su casa, y de otras direcciones que se facilitaran.

RECURSOS

- Relación de Mercadillos en la C.A.M.
- Pizarra/Tizas de colores
- Cuadernos/lapiceros
- Material elaborado por el monitor

Sesión 6

PREPARACIÓN ENTREVISTA CON UN INFORMANTE CUALIFICADO

OBJETIVOS

- Reforzar y afianzar los contenidos tratados
- Contrastar esa información con fuentes cualificadas
- Tomar conciencia de la necesidad de desplazarse a buscar la información
- Fomentar la capacidad de síntesis y de tratamiento de la información,
- Fomentar la capacidad de transformar ideas es preguntas concretas
- Primar el interés del grupo por encima del propio
- Identificación como grupo frente a «otro»
- Objetivos actitudinales:
 - Puntualidad/asistencia
 - Participación activa
 - Asunción de responsabilidades
 - Colaboración

CONTENIDOS

- Dificultades, ventajas y futura de la venta ambulante de forma no legal
- Derechos y sanciones en la venta no legal
- Historia/evolución de la venta ambulante y de los mercadillos
- Situación actual y futuro de los mercadillos
- Situación de los diferentes tipos de puestos en los mercadillos
- Posibilidades de consecución de puestos y de qué tipo

- Protagonismo/identificación del grupo frente a otro organismo/asociación
- Necesidad de búsqueda de información en fuentes cualificadas
- Necesidad de desplazamiento al lugar en que se encuentren las fuentes de información
- Participación activa y protagonismo de los propios interesados

ACTIVIDADES

- Presentación breve de la persona y de la asociación que vamos a visitar
- Diálogo en dos grupos sobre lo que queremos preguntar
- Selección y síntesis de las preguntas a realizar
- Transformar esas ideas en preguntas redactadas correctamente
- Ordenar las preguntas en un orden lógico. Priorizarlas.
- Elegir cada uno una pregunta, responsabilizarse de ella y saber en qué orden le toca realizarla.

RECURSOS

- Pizarras y tizas colores
- Cartulinas
- Cuadernos bolígrafos

ENTREVISTA CON UN INFORMANTE CUALIFICADO

OBJETIVOS

- Contrastar la información recibida por cada uno de los miembros con una fuente de información cualificada
- Tomar conciencia de la necesidad de desplazarse para buscar información
- Tomar conciencia de la necesidad de participar de forma activa en la resolución de nuestras necesidades
- Fomentar la identificación como grupo
- Mejorar la capacidad de expresión oral de una idea /pregunta
- Fomentar la capacidad de expresarse en público
- Objetivos actitudinales:
 - Puntualidad
 - Participación activa
 - Asunción de responsabilidades
 - Respetar el turno de palabra
 - Primar el interés del grupo frente al interés personal

CONTENIDOS

- Dificultades, ventajas y futuro de la venta ambulante de forma no legal
- Derechos y sanciones en la venta no legal
- Historia/evolución de la venta ambulante y de los mercadillos
- Situación actual y futura de los mercadillos



- Situación de los diferentes tipos de puestos en los mercadillos
- Posibilidades de consecución de puestos y de qué tipo
- Expresión oral en público de ideas, conceptos y preguntas
- Necesidad de ser protagonista
- Identificación como grupo frente a otros organismo o asociaciones

ACTIVIDADES

- Desplazamiento y localización de lugar
- Entrevista con el informante
 - Presentación
 - Introducción breve
 - Realización de preguntas elaboradas en sesión anterior
 - Contestación a las diferentes preguntas
 - Preguntas nuevas
 - Contestación
 - Despedida

RECURSOS

- Visita a la institución elegida
- Cuadernos/bolígrafos
- Dirección escrita de la institución que vamos a visitar



Sesión 8

CONCLUSIONES DE LA ENTREVISTA CON UN INFORMANTE CUALIFICADO

OBJETIVOS

- Analizar y sintetizar la información recibida en la sesión anterior
- Entresacar las ideas y conceptos nuevos e interesantes
- Valorar el conjunto de la información que tenemos sobre el sector de la venta ambulante
- Fomentar la capacidad de síntesis y de tratamiento de la información
- Objetivos actitudinales:
 - Puntualidad / asistencia
 - Traer el material y cuidarlo
 - Participación/colaboración

CONTENIDOS

- Dificultades, ventajas y futuro de la venta ambulante de forma no legal
- Derechos y sanciones en la venta no legal
- Historia/evolución de la venta ambulante y de los mercadillos
- Situación actual y futura de los mercadillos
- Situación de los diferentes tipos de puestos en los mercadillos
- Posibilidades de consecución de puestos y de qué tipo
- Capacidad de síntesis y de tratamiento de la información

ACTIVIDADES

- Valoración de la entrevista:
 - Aspectos formales:
- Claridad de la explicación



– Contenido:

- Aportaciones nuevas
- Aportaciones que contrasten con la información de que disponíamos
- Aportaciones que coincidan con la información de que disponíamos
- Entresacar en gran grupo las ideas y conceptos nuevos o que más han llamado la atención
- Expresar y valorar el grado de conocimiento que creemos tener sobre el sector de mercado de la venta ambulante

RECURSOS

- Pizarra/tizas colores
- Cuaderno bolígrafo