

En los momentos actuales, un número importante de personas desempleadas o empleadas de forma irregular o deficiente se han planteado la necesidad de crearse su propio trabajo. La situación económica, la evolución del mercado de trabajo, el alto número de parados, la alta competitividad para conseguir los escasos puestos de empleo que aparecen, etc han puesto de manifiesto a muchos la dificultad cuando no imposibilidad para acceder a un trabajo por cuenta ajena y la necesidad de plantearse el autoempleo.

En este marco general y por diferentes razones, un buen número de personas se han planteado la posibilidad de ejercer la venta ambulante como una forma de conseguir los recursos necesarios para vivir. Sólo hay que dar un paseo por el metro, por las aceras más transitadas, por los alrededores de los mercados o grandes centros comerciales para ver que muchos colectivos con dificultades para acceder a otras profesiones han optado por el ejercicio de este tipo de venta. Estamos hablando de la venta ambulante irregular, y aunque daremos algunas recomendaciones sobre ella al final del documento, no es de esta específicamente de la que nos vamos a ocupar.

Queremos que este documento sirva de pista a aquellas personas que van a plantearse realizar la venta ambulante de forma regularizada, en las diferentes modalidades existentes, mercadillos semanales, ferias, puestos de temporada etc. y a aquellos otros que ya la están ejerciendo pero tienen interés en mejorar su negocio, ya que el documento recoge de forma simple y ordenada los elementos que han de tenerse en cuenta para una aceptable gestión de nuestro negocio.

1.-¿Qué es lo primero que debemos conocer?

Lo primero que se debe tener es una panorámica general de la situación de este sector. Así vemos que es un sector que ocupa aún un lugar importante en el total de la distribución de productos, facilita empleo a un número importante de personas y complementa la oferta comercial en muchas poblaciones en que las otras formas de comercio son insuficientes, cubre además otra serie de funciones importantes tales como ser reguladora de precios en las poblaciones en que se asienta, facilita la intercomunicación y rompe el aislamiento de determinados municipios, crea un ambiente festivo y comercial el día de su celebración y es un espacio privilegiado y de tolerancia donde conviven armoniosamente diferentes culturas.



Aquí donde lo veis Ramón se ha planteado la posibilidad de dedicarse a la venta ambulante.

Pero también existen dificultades tales como:

- La competencia agresiva entre las diferentes formas de comercio y la rápida y profunda transformación a que este esa siendo sometido.
- Fuerte reestructuración y pugna por conseguir cuotas de mercado en el sector de la distribución comercial
- Cambios en los hábitos de compra
- Crisis económica y restricción del consumo
- Dificultad para competir en precios con las grandes superficies
- Saturación de la demanda de puestos frente a la oferta de vacantes que se producen en los mercadillos
- Estancamiento del número de mercadillos
- Estancamiento, cuando no reducción, del número de puestos en los mercadillos
- Conflictividad de algunos mercadillos y en algunos casos ,en sus relaciones habituales con vecinos y administraciones locales
- Conflictividad con respecto a su ubicación
- Conflictividad de los vendedores en cuanto a seguimiento de las normativas
- Normativas dispersas y variadas en función de cada municipio.
- Competitividad y presión del comercio sedentario
- Competitividad y presión de la venta ambulante irregular
- Incorporación a esta actividad de otros colectivos por las dificultades existentes en el mercado de trabajo (parados, inmigrantes, ...)

- **El comercio está sufriendo importantes transformaciones y la venta ambulante no es ajena a ellos.**
- **Acceder a mercadillos es bastante difícil**
- **Hay mucha competencia y es un negocio difícil**

2.-¿Pero si pese a todo queremos insistir ...?

Si pese a todo se quiere insistir lo primero que debe hacerse es madurar la idea de la que se parte, en definitiva, desarrollar la **idea de negocio** y eso supone como mínimo:

- Conocer las implicaciones de poner en marcha un negocio de autoempleo
- Desarrollar y concretar la idea de negocio al máximo en todos sus aspectos
- Contrastar la viabilidad de la idea con otras personas con experiencia
- Realizar un proyecto básico de viabilidad económica y contrastarlo



Aunque debe saber que hay mucha competencia y no menos dificultades.

- Conocer el funcionamiento del sector, y los requisitos que se demandan para poder acceder a él. Contrastarlos con las posibilidades propias
 - Realización progresiva de los pasos necesarios para la puesta en marcha del negocio
- ...Vayamos pues punto por punto

2.1.- ¿Qué significa poner en marcha un proyecto de autoempleo ...?

Poner en marcha un proyecto de autoempleo no es una tarea fácil. Ante una empresa de semejante riesgo nos asaltan múltiples temores que serían fáciles de enumerar: inseguridad, miedo, incertidumbre, desconfianza, sentimiento de falta de capacidad, y de formación, inexperiencia, etc., etc,

Cuando se empieza un negocio se ha de ser consciente del esfuerzo que nos va a requerir, de los riesgos que se van a asumir tanto en lo personal y familiar como en lo económico y lo social, por que ser consciente de ello y conocer aquello que nos vamos a encontrar, es un ejercicio que redundará de forma muy positiva en la forma de enfrentar las dificultades que inevitablemente han a ir apareciendo a lo largo del proceso.

Al autoempleo se puede llegar por diferentes fórmulas, bien empujados por la necesidad, bien por un cierto convencimiento de la idoneidad de crear el propio negocio, bien por el deseo de llevar a cabo una idea empresarial, que en principio nos parece que puede ser rentable. Pero sea cual fuere la fórmula con la que nos identifiquemos todas ellas tiene un elemento común. Ser autoempleado necesita de una «mentalidad emprendedora» que podemos resumir en

- La capacidad para asumir riesgos.
- La capacidad para perseverar y soportar contrariedades
- La capacidad de sentir y transmitir confianza y credibilidad en sí mismo y en su idea o proyecto

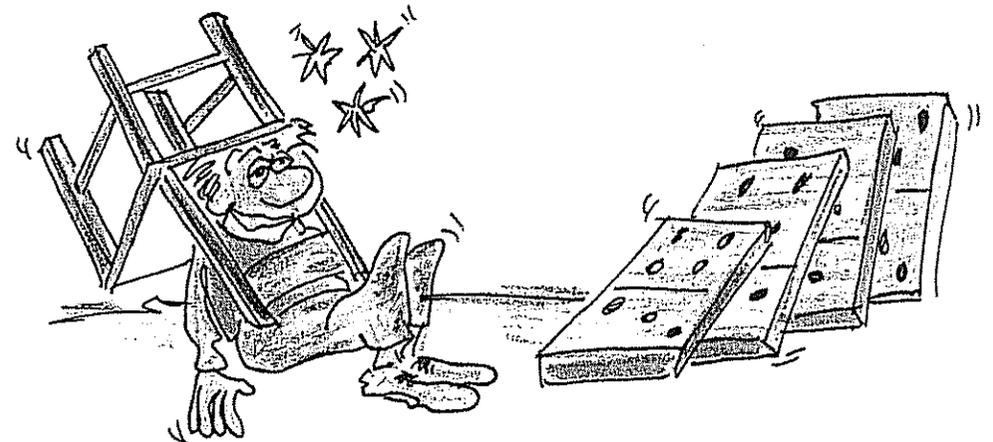
Si no somos capaces de dar respuesta positiva a estos axiomas seguramente habremos de replantearnos la posibilidad e idoneidad de montar en «ese momento» «ese negocio», ya que las dificultades que sin

duda han de aparecer desanimarán rápidamente la puesta en marcha y el desarrollo del mismo, y quizás en este intento se hayan perdido además cosas muy importantes, tales como el dinero, la confianza en uno mismo, los recursos disponibles, la credibilidad familiar y social, y así un largo etc..

- **No se debe uno lanzar a montar un negocio sin tener clara la idea, ya que esto puede tener importantes consecuencias en lo económico y en lo personal.**

2.2.- ¿Cómo desarrollar y concretar al máximo nuestra idea o proyecto?

Desarrollar la idea no es otra cosa que elaborar nuestro **plan de empresa** y para ello hemos de respondernos a las siguientes cuestiones:



Pero si pese a todo se deciden a intentarlo, deben saber varias cosas.

2.2.1.- *¿Cuál es el origen, y la motivación, así como los objetivos que me planteo conseguir con mi negocio?

En definitiva respondernos a:

- Cómo surgió la idea,
- Qué motivos la impulsaron,
- Cómo llegamos a plantearnos la necesidad de montarnos nuestro propio negocio,
- Si la motivación es suficientemente fuerte;
- Si nos compensará económica, personal y socialmente;
- Si tenemos claros los objetivos que queremos conseguir y la forma de hacerlo.

Una vez hemos aclarado estas premisas intentaremos respondernos las siguientes cuestiones:

2.2.2.- *¿Quiénes pueden informarme y qué necesito saber de principio?

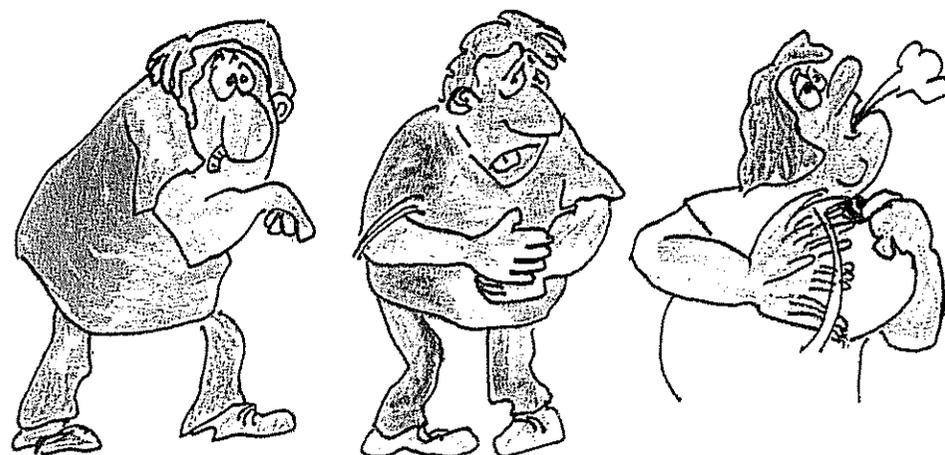
A.- Fuentes de información genéricas

A.1.- La mejor fuente de información sobre cualquier cuestión y la venta ambulante no es una excepción es recurrir a **informantes cualificados** para contrastar la viabilidad de nuestra idea y para ello se recomienda informarse en:

- Asociaciones Gremiales y empresariales,
- Asociaciones de Vendedores (bien sean de ámbito estatal, autonómico o local),
- Ramas de Sector de los Sindicatos (en nuestro caso la rama de Comercio),
- Otras Asociaciones que estén trabajando el tema del comercio ambulante,
- Las Administraciones implicadas (Direcciones Generales de Comercio de las CC.AA., Ayuntamientos (principalmente)).
- ...

¿De qué nos pueden informar estos agentes? Pues básicamente pueden hacerlo del funcionamiento general de este sector de mercado, de su tamaño, evolución y previsiones de futuro; del tamaño y de los mercadillos existentes en la localidad o CC.AA., de las posibilidades o no de acceder a ellos, de la inversión necesaria y número de puestos mínimo que pueden hacer viable la puesta en marcha del negocio, de los problemas más importantes que van a aparecer, de las posibles soluciones, de las formas de competencia, de los productos que se pueden/deben o no vender, ...

A.2.- Otra fuente de información muy cercana son los **conocidos**. Seguro que cualquiera de las personas que pretenden dedicarse a la venta ambulante, tienen conocidos que trabajan desde hace tiempo en el sector, pues bien, ellos serán informantes privilegiados de la experiencia que les tocó vivir y que, aunque con matices diferentes, seguramente te toque repetir. Por ello, aunque siempre de forma relativa, han de tenerse muy en cuenta sus experiencias. Ellos pueden informarnos sobre el sector (de forma quizás más parcial), de la salud



Primero, lo que implica un proyecto de autoempleo a nivel personal y familiar: miedo, angustia, riesgo, inseguridad, esfuerzo, trabajo, ...

económica de los mercadillos, de cuales pueden ser o no rentables, de los requisitos necesarios en ellos, de los plazos de solicitud de puestos, de las formas de adjudicación, de canales de aprovisionamiento de mercancía, de productos que merecen la pena ser vendidos, de los márgenes que se pueden aplicar a la mercancía, ...

A.3.- Otra fuente de información imprescindible es la observación directa. Es necesario y muy recomendable «patearse» algunos mercadillos antes de tomar ninguna decisión. *Un buen ejercicio que puede realizarse es visitar los mercadillos de la zona.*

De la observación «in situ» podremos sacar aspectos tan importantes, como el tamaño de los mercadillos, rentabilidad de estos, productos que se venden, productos saturados, productos con escasa o nula oferta, precios, márgenes que se aplican, tamaño medio de los puestos, presentación de la mercancía, presentación de los precios, actitudes de los vendedores, ubicación de los mercadillos, condiciones generales, vehículos de los que disponen los vendedores, edad de estos, otras técnicas de ventas que utilizan..

B.- Fuentes de información especializada

Estas fuentes nos ayudarán a conocer aspectos concretos relacionados con el negocio

- Por ejemplo sobre los **productos** que se quieren vender podrán hacerlo los posibles **proveedores** de ese tipo de mercancía. Se hace necesario pues visitar talleres, fábricas, tiendas de venta al por mayor, conocer los precios que estos ofertan de salidas tipos de productos que ofrecen, calidades, formas de pago, saldos, duraciones de las temporadas, cantidades que suelen comprarse para conseguir precios adecuados...

Otra fuente importante pueden ser empresarios **fabricantes** de los productos que han sido elegidos para vender, ya que por su ocupación, estos están obligados a conocer en mayor o menor medida las tendencias que se van a seguir en esa determinada temporada. Y sin duda los **conocidos** que también se dediquen la venta ambulante y trabajen con productos similares o iguales a los que pretendemos vender.

Sobre los **aspectos económicos y de gestión** habremos de informarnos con especialistas en gestión y o estudios económicos. Estamos hablando básicamente de **gestorías** y economistas u otros especialistas que nos ayuden a aclarar las posibilidades reales de que nuestro proyecto sea viable. También serán una muy buena fuente de información sobre estos aspectos las Asociaciones de Vendedores y las Cooperativas de Comerciantes Ambulantes.

2.2.3.- *¿Cuánto voy a tener que invertir?

La inversión necesaria para poner en marcha un negocio en el ámbito del comercio ambulante puede ser muy variada. Pero para empezar en condiciones mínimas de competitividad se ha de contar con recursos para realizar al menos las siguientes inversiones:

- 3.1.- Un vehículo tipo furgoneta o una furgoneta cuyo precio estará en función de si se accede a uno de primera o de segunda mano y si nos referimos al segundo de las condiciones y antigüedad del vehículo.



Segundo, no dar palos de ciego.

3.2.- El puesto de venta que constará de la estructura tubular desmontable, las mesas, lonas, pinzas para sujetar esta y complementos para la colocación de la mercancía. Esta inversión puede rondar las 100.000 pesetas en total

3.3.- Inversión en mercancía. Varía mucho en función de los productos a vender pero es muy difícil ser competitivo si no se dispone como mínimo de entre 300.000 y 500.000 pesetas en mercancía

3.4.- También habrá de disponerse de recursos para los gastos de puesta en marcha y mantenimiento del negocio:

- El Impuesto de Actividades Económicas (I.A.E.), lo que antes era la Licencia Fiscal o la Patente si es de ámbito provincial, que sería lo lógico, ya que se aspira a vender en varios municipios, viene a costar en torno a las 80.000 pts y ha de pagarse en el mes siguiente al alta, antes del día 5 o del 20 según la fecha de presentación
- Las tasas municipales de los mercadillos varían en cada municipio pero vienen a estar en el tramo de 50 a 70.000 pesetas anuales los seis metros de puesto. Estas se pagan generalmente en el momento de la concesión del puesto. Esta cantidad habrá que multiplicarla, por supuesto, por el número de ellos a los que lo-gremos acceder.
- Los pagos mensuales de Seguridad Social en el Régimen de Autónomos están en función de la base de cotización elegida. Como la mayoría optará por el mínimo esta cantidad asciende a 26.100 sin I.L.T. y a 27.873 con I.L.T.
- Los pagos trimestrales de I.R.P.F. estarán en función de si se opta o no por los módulos, pero son en cualquier caso cantidades que sobrepasan las 100.000 pesetas al trimestre.

Esto nos da una idea aproximada, aunque siempre relativa, de los gastos que se van tener, con lo cual si le añadimos lo que se aspira a conseguir de salario, nos da una idea inicial aproximada de los beneficios que han de generarse y por tanto de las ventas que se han de realizar, teniendo en cuenta que los márgenes medios que suelen aplicarse a los productos se sitúa en torno al 30 %.

Veamos un ejemplo práctico: Si estimamos unos gastos fijos mensuales:

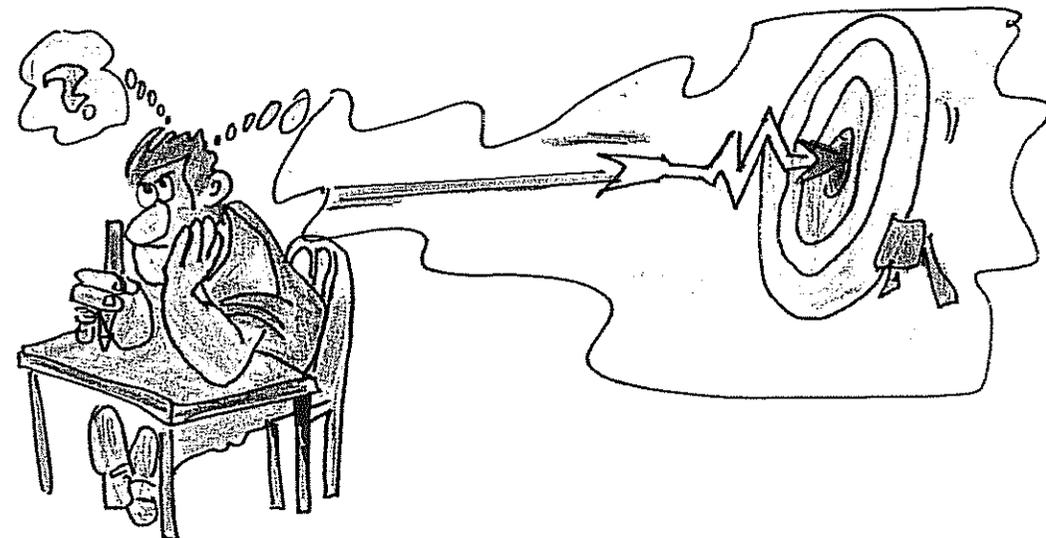
• Salario estimado	150.000 ptas.
• Pago de autónomos	27.873 ptas.
• Tasas municipales estimadas prorrateadas (varían en cada municipio) 60.000: 12	unas 5.000 ptas.
• I.A.E. estimado prorrateado (unas 72.000 :12)	unas 6.000 ptas.
• Pagos fraccionados de I.R.P.F.	unas 35.000 ptas.
• Imprevistos y amortizaciones de la inversión (unas 360.000 ptas : 12	unas 30.000 ptas

Otros Gastos:

- Gasolina, equipamiento, averías
- unas 20.000 ptas.

Total de gastos que es lo habría que sacar al menos de beneficio mensual **unas 272.873 ptas.**

Si aceptamos como válido el principio de que la mercancía se vende con un margen medio aproximado del 30%, necesitaríamos vender mensualmente al menos **910.000 ptas.**, lo que supone una venta diaria que ronda las 45.000 ptas. (suponiendo que se disponga de 5 mercadillos y se tenga, por tanto, 20 días de actividad).



Por tanto habrá que concretar al máximo la idea.

Estas cantidades se reducen bastante con el **régimen de cooperativas**, ya que estas lo que hacen es reducir los gastos de seguridad social (pagando tan solo dos o tres horas diarias de actividad), y el I.A.E. ya que el que se utiliza es el de la cooperativa y ésta te cobra un porcentaje anual por la utilización de este Impuesto de Actividades Económicas.

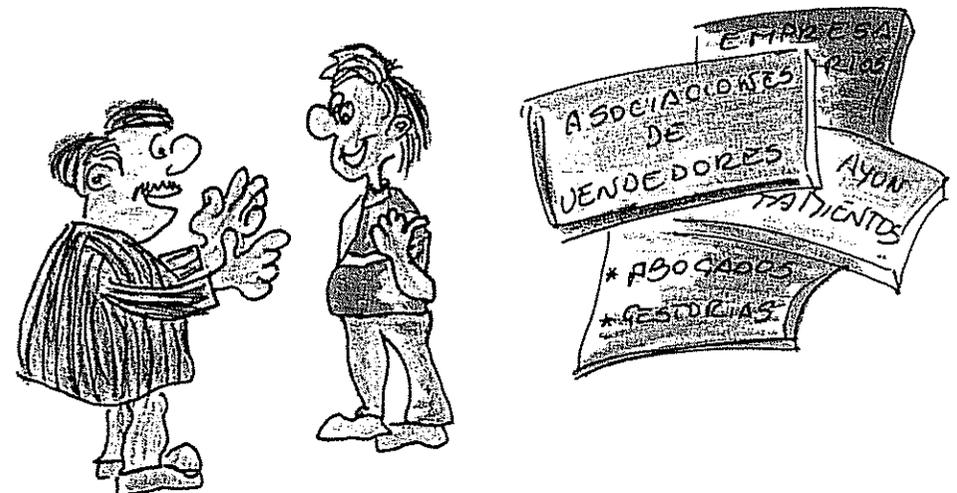
Como vemos, de estas cifras se puede concluir que es muy difícil embarcarse en el negocio de la venta ambulante si no se dispone de un número mínimo de mercadillos de cierta calidad.

3.-¿Qué otras cosas necesitamos conocer?

Es importante conocer también otros aspectos que pueden ser de utilidad como ¿quién gestiona los mercadillos?, ¿qué Organismos?, ¿cuántos mercadillos hay en la provincia o en la CC.AA.?, ¿qué pasos se deben dar para acceder a un puesto, y que requisitos se van a exigir?

A responder a estas preguntas vamos a dedicar este apartado.

La **gestión principal de los mercadillos** está en mano de los ayuntamientos y en ciudades importantes además en manos de las Juntas de Distrito. Ellos son los que regulan, respetando las leyes y Ordenanzas de ámbito superior, el funcionamiento «en la práctica» de los mercadillos. Fijan el día de celebración el número de puestos, la ubicación, los tipos de productos que pueden venderse, el número de puestos de cada grupo de productos, como se cubren las vacantes cuando se producen,



Informarse debidamente

los plazos de tiempo para la presentación de solicitudes, la vigilancia del cumplimiento de las normas, etc. ...

Dentro de los ayuntamientos los Organismos que **llevan la gestión** generalmente son los siguientes:

- En las Juntas de Distrito suele ser el Negociado de Vías públicas
- En los Ayuntamientos las Concejalías de Sanidad y Consumo y las Oficinas Municipales de Información al Consumidor.
- En algunos Ayuntamientos, excepciones, lo pueden llevar en la concejalía de Hacienda y Economía o Industria.

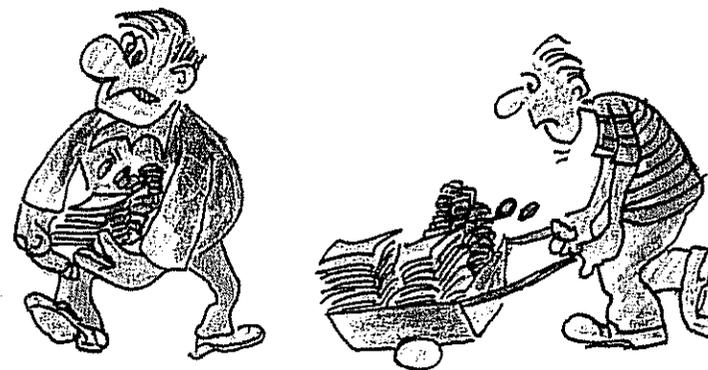
Para realizar **las gestiones necesarias para intentar acceder a puestos de mercadillo** se propone dar los siguientes pasos:

- Buscar listado de mercadillos existentes en la Ciudad, Provincia o CC.AA. (estos pueden buscarse en los Ayuntamientos, en la Direcciones Generales de Comercio de las CC.AA. o aunque antiguo en el censo de mercadillos realizado por el Ministerio de Economía y Hacienda en el año 1988).
- Conseguir los teléfonos de los ayuntamientos de aquellos mercadillos a los que estemos interesados en acceder. Realizar un «barrido» de llamadas a éstos en los que recoger la siguiente información: *Fecha de presentación de solicitudes* (a modo orientativo podemos decir que éstas se suelen presentar a finales de año o principio del siguiente) para el cubrimiento de la vacantes que se produzcan, *forma de adjudicación* (en general suele hacerse por sorteo, aunque algunos ayuntamientos lo hace por orden de solicitud –renovando estos listados de solicitantes o no anualmente–), y *documentación* que se requiere junto a la petición de solicitud.

Generalmente con la solicitud (modelo formalizado en cada ayuntamiento) no se demanda más documentación que fotocopia del D.N.I.. En aquellas CC.AA. en que existe el Registro de Comerciantes Ambulantes la documentación que acredite estar inscrito en este. Es después, con la concesión del puesto, cuando ha de presentarse la documentación pertinente y que suele ser:

- Fotocopia de alta en el I.A.E.

- Fotocopia de alta en la Seguridad Social (generalmente en el régimen de autónomos).
- Justificante de pago de las tasas municipales.
- Además parece irse imponiendo la necesidad de disponer de una póliza de seguros de responsabilidad civil.



Saber cuanto vamos a tener que invertir y si va a ser rentable.

4.- Una vez he conseguido algunos puestos, ¿qué se debe tener en cuenta?

El primer aspecto que debe ser tenido en cuenta es **el conocimiento y respeto de las normativas** que regulen cada uno de los mercadillos, en todo lo referente a requisitos legales, documentación, presentación de la mercancía, ubicación, impuestos etc. En este sentido merece la pena resaltar la importancia de cumplir de forma adecuada y en plazo, los pagos correspondientes a fiscalidad y a seguridad social evitándonos con ello sorpresas desagradables como el bloqueo de nuestras cuentas corrientes. Ojo, cada vez existe mayor control sobre este tipo de cosas y cualquier intento de evadirse de su cumplimiento no lleva sino a quebraderos importantes de cabeza. La forma práctica de realizarlo lo veremos en apartados siguientes.

El segundo aspecto importante es preocuparse por la **buena gestión del negocio** y para ello deberán tenerse en cuenta diferentes aspectos que aunque interrelacionados podemos dividir en:

1.- Técnicas de venta:

Toda empresa tiene necesidad de vender y de obtener unos beneficios de los productos que vende. Pero esto no es una tarea fácil. El éxito comercial, es decir la capacidad de vender, cada vez es más difícil. Sea cual sea la mercancía que se ofrece, el eventual comprador tiene frecuentemente la oportunidad de escoger entre una gama muy amplia de productos y precios que le ofrecen distintos vendedores y establecimientos. Vender es cada vez una tarea más dificultosa de realizar con éxito en una sociedad que evoluciona hacia la competencia creciente y

que sufre en cortos espacios de tiempo rapidísimos cambios en las costumbres y necesidades de los compradores.

La venta se convierte así en una compleja toma de decisiones que requieren de conocimientos, y capacidad de riesgo, y en la que interaccionan productos, vendedores y clientes.

Por estas razones se debe prestar atención a dos factores importantes:

- **La mercancía:** *Conociendo profundamente los productos que vendemos, sus características, y su evolución en el mercado. Teniendo una buena red de contactos para dotarnos de buenos canales de aprovisionamiento de la mercancía y a precios*



Buscar los mercadillos y saber si se va a poder acceder a ellos.

competitivos (Hay que comprar adecuadamente para luego poder vender a precios adecuados y respondiendo a las exigencias del cliente). *Aplicando los márgenes correctos* a la mercancías para poder ser competitivos y asegurar que nuestro negocio genera beneficios. Teniendo en cuenta *la colocación, la presentación, la variedad, la calidad, la cantidad y tallaje* de los productos expuestos.

- **La interacción con el cliente:** *Conociendo y analizando de forma continua los hábitos de compra* de la clientela de nuestros mercadillos, y teniendo en cuenta *algunas técnicas de atención al cliente*. Para ello debemos responder a unos principios generales que pueden utilizarse en la venta y que son: *conocer las etapas del proceso de venta, conocer las cualidades personales y las deficiencias de los vendedores y las propias y respetar los principios fundamentales del vendedor* que son:

- Saber crear un clima de diálogo y comunicación
- Saber crear un clima de empatía con el cliente
- Saber crear un clima de confianza entre vendedor y cliente
- Saber resaltar las ventajas de los productos que ofrecemos sobre los de la competencia, bien sea por calidad, o precio, o información y garantía, o ...

Para ello habrá que saber dialogar, escuchar correctamente, estar «orientado» hacia el cliente, dominar la comunicación no verbal (mirada, aspecto, sonrisa, el rostro, los gestos, ...), lograr empatía (escuchando y valorizando sus opiniones, informándonos sobre sus puntos de vista y sus dudas a través de preguntas, no imponiendo nuestro criterio, ...) y saber «vender» nuestro producto de acuerdo a las expectativas del cliente, expectativas que pueden ser de orden psicológico (motivaciones, orgullo, seguridad, comodidad, poder, ...), de orden funcional (utilización en relación con comodidad, duración adaptación a la necesidad, ...) y de orden racional (mejor precio y mejor rendimiento al mismo precio).

También habremos de: saber tener éxito en el contacto, saber descubrir las necesidades del cliente, saber argumentar, saber uti-

lizar y responder a las objeciones, saber presentar el precio, y saber cerrar la negociación en el momento adecuado.

2.- La óptima gestión económica del negocio:

Es necesario en cada momento conocer la evolución del patrimonio de la empresa y tomar decisiones en cuanto a ello. Por eso hemos de prestar atención especial a la contabilidad de nuestro negocio, para conocer la marcha de este, poder hacer previsiones de gastos, invertir de forma adecuada, y tomar decisiones correctas sobre la marcha de este.

La contabilidad por su complejidad es difícil que pueda ser llevada de manera correcta por los vendedores ya que se encontrarán con dificultades de formación, inexperiencia, etc., ... por lo que se recomienda



Presentar las solicitudes en el máximo posible de municipios y esperar a ver si nos los conceden.

Llevarla a través de una gestoría. Desde que se comienza el ejercicio de la venta ambulante no sirve «la cuenta de la vieja» ya que hay que hacer frente a inversiones y costes importantes que hay que planificar.

Algunas recomendaciones para llevar correctamente la contabilidad y la gestión económica del negocio son llevar (se exige oficialmente) libros de registro de emisión y recibo de facturas o al menos guardar de forma ordenada y rigurosa todas las facturas, llevar libro de apuntes contables (libros diario y mayor) en los que queden inscritos todos los gastos e ingresos que realizamos o al menos apuntarlos para poder luego informar correctamente a la gestoría y prorratear o hacer previsiones de los gastos que sabemos que vamos a tener que realizar a fin de disponer de dinero para ello cuando llegue el momento.

Algunos aspectos importantes a saber es cuándo, cuánto y cómo se pagan algunos impuestos y tasas que deben realizarse para ejercer el comercio ambulante

- **Las tasas municipales:** se pagan en los ayuntamientos una vez que se ha concedido el puesto o se ha renovado. Suele ser a primeros de año. La cuantía oscila en función de los diferentes ayuntamientos. Algunos ayuntamientos (muy pocos) lo prorratean trimestralmente. Se suele pagar a través de transferencia bancaria en modelo formalizado que se proporciona en el ayuntamiento
- **La seguridad social en el régimen de autónomos:** se paga a través de banco, presentando modelo formalizado de la seguridad social (boletín de cotización), se paga mensualmente antes de finalizar el mes en curso. La cuantía oscila en función de la base de cotización. La base mínima de cotización es para el año 1995 de 98.490 pts y la cuota que ha de pagarse por esta base es de 27.873 con Incapacidad Laboral Transitoria o 26.100 Sin I.L.T.
- **Impuestos fiscales:** Los vendedores ambulantes están obligados a darse de alta en el Impuesto de Actividades Económicas y realizar declaraciones de I.R.P.F. trimestrales y anuales. Los últimos documentos por su complejidad y para evitar problemas se recomienda que se realicen mediante gestoría.

El I.A.E. se paga al comenzar la actividad empresarial y luego se renueva cada año en el mes de diciembre. Si se solicita para realizar la

actividad a nivel municipal se paga al año siguiente, en cambio si se solicita para realizarla a nivel provincial se paga en mes siguiente antes de los días 5 o 20 según la fecha en que se realice el mencionado alta. Se puede pagar en las Delegaciones de Hacienda o a través de bancos, y su coste aproximado es de 75 a 80.000 pts.

Para las declaraciones de I.R.P.F. habrá de elegirse en el momento del alta si se quiere o no acoger al sistema de módulos. Nosotros aconsejamos consultar con gestorías si es conveniente o no acogerse a ellos en función de nuestro volumen de negocio.

En cualquier caso daremos aquí una somera explicación de las ventajas e inconvenientes del sistema de módulos.

Cuando un empresario se da de alta para ejercer una actividad habrá de optar por uno de los dos modelos para reflejar los rendimientos (ganancias) de su actividad empresarial, sobre los que calcular el pago de



Si así fuera, habrá que rellenar y presentar los papeles que se pidan.

impuestos. Estas modalidades se denominan de forma técnica: *mediante estimación directa y mediante estimación objetiva por módulos (módulos)*.

La primera modalidad consiste en que el vendedor calcula con exactitud sus ingresos y sus gastos para determinar el rendimiento. Esto exige llevar al día los libros de contabilidad, la cuenta de pérdidas y ganancias, el balance, guardar todas las facturas, ... en definitiva es mucho más molesto, lleva mucho más tiempo y gastos en gestión (en asesores y contables) que suelen ser elevados para el volumen de negocio que vamos a llevar.

La segunda modalidad es mucho más sencilla en cuanto a gestión se refiere pero solo compensa si el volumen de negocio puede compensar de forma adecuada el pago de las cantidades.

El sistema de módulos beneficia a aquellas empresas que funcionan bien y perjudica a todos aquellos negocios que marchan por debajo de la media establecida por el módulo de su sector, así, estos pagarán más impuestos que los que tendrían que afrontar si tributaran por el sistema normal: ingresos – gastos, para hallar el rendimiento final.

La opción por un sistema u otro se realiza en el momento del alta en el I.A.E. y si se opta por los módulos y se quiere cambiar debe saber que no podrá volver a optar a módulos hasta dentro de tres años.

Si se decide por el sistema de estimación directa podrá volver a módulos al año siguiente.

Si se optó por los módulos y se está satisfecho con este sistema no tiene por qué hacerlo explícito, ya que el silencio equivale a la renovación automática.

Lo que se debe tener también en cuenta es que si no se elige el sistema de módulos aumenta considerablemente el riesgo de inspección fiscal.

Para la declaración anual de I.R.P.F. recomendamos de forma absoluta recurrir a gestorías y por ello no vamos a explicitar nada en este documento.

5.- De todas formas, si está ejerciendo la venta ambulante de forma irregular ... Se debe conocer lo siguiente:

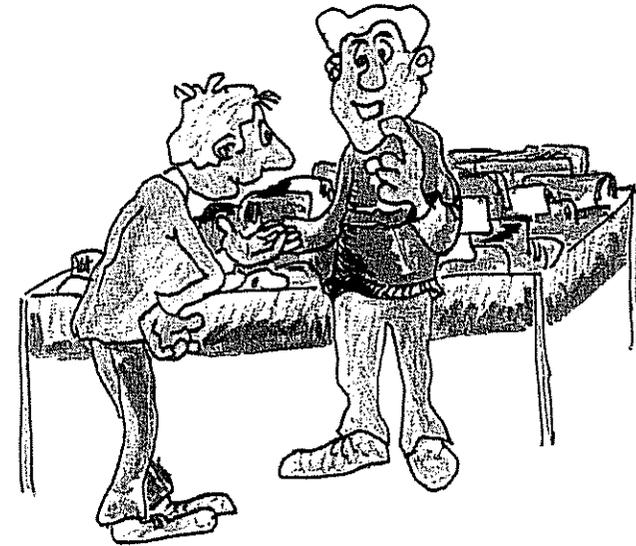
- **Que se está en situación ilegal**, ya que la venta ambulante fuera de los mercadillos está prohibida en la mayoría de los municipios. Además, no se cumplen los requisitos necesarios para el ejercicio de esta actividad, y se está realizando también competencia des-



Y tener en cuenta varias cosas: 1. respetar escrupulosamente las normativas para no tener problemas.

- leal a los comerciantes que sí tienen gastos importantes para el mantenimiento de sus negocios.
- **Que por ello se pueden tener problemas.** La presión del comercio sedentario e incluso el de los vendedores ambulantes que lo hacen de forma regularizada, así como el cumplimiento de las normativas municipales, hacen que la venta irregular sea perseguida y castigada de diferentes maneras:
 - Requisamiento de la mercancía (te la quitan)
 - Imposición de una multa
 - **Que para dar respuesta adecuada a estos problemas se recomienda lo siguiente:**
 - Ser conscientes de que nos encontramos en situación irregular y que por tanto hemos de mantener una actitud de:
 - Respeto a la autoridad
 - Serenidad
 - Exposición **educada** de los **motivos** que nos llevan a ejercer este tipo de venta
 - Exposición de los prejuicios que nos van a causar a nivel personal y familiar si nos quitasen la mercancía, ya que es esta nuestra única fuente de ingresos y el dinero de que disponemos.
 - Mantener un diálogo con los guardias municipales en el que intentar convencerles de que no nos la quiten, sugiriéndole que se ponga en nuestro lugar, o haciéndole preguntas relativas a que harían si estuvieran en nuestras circunstancias...
 - En caso de que nos quiten la mercancía, tan solo hay una forma de recuperarla y es pagar la multa impuesta, por lo que habrá de valorarse si esto merece la pena, lo que sucederá tan solo en caso de que la mercancía requisada supere el valor de la multa impuesta.
 - En **ningún caso** se debe oponer resistencia *violenta* al requisamiento de la mercancía ya que esto nos puede acarrear un enfrentamiento con los «guardias» que solo nos traerá problemas, cuando no además, algún golpe o lesión.

- **Que la mejor manera es la normalización accediendo a la venta legal y a ello habría que dedicar todos los esfuerzos.**

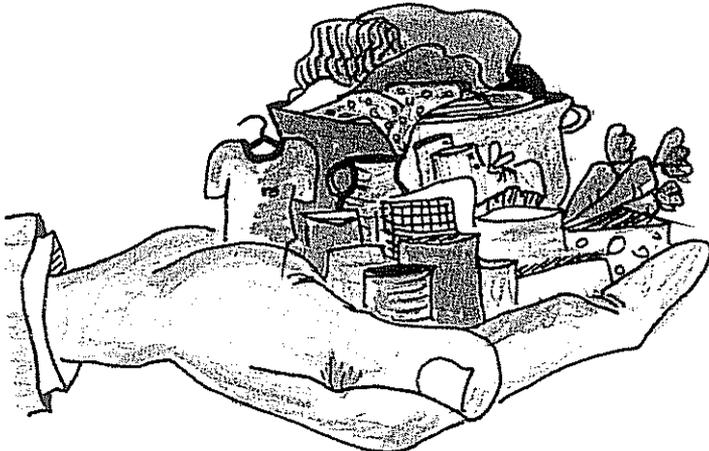


2. Ocuparnos de la gestión de nuestro negocio: cuidando y mimando la atención y el trato con el cliente.

6.- A modo de finalización

Esperamos que este documento sea útil para todos aquellos que se plantean o quieren comenzar su actividad como comerciantes ambulantes. Pretende que la decisión de comenzar o no se tome de forma realista y teniendo en cuenta todos los aspectos tanto económicos como técnicos.

También esperamos que sea un documento útil a todos aquellos que hoy ya la están ejerciendo, pero tengan interés en mejorar su negocios, ya que algunas de las proposiciones que se hacen van en esta línea.



Cuidando y mimando de forma exquisita la mercancía que se vende en su: calidad, presentación, colorido, precio, tallaje, etc.