INDICE:

INTRODUCCIÓN.	2
• El sector de la Venta Ambulante en España.	2
• Perfil de los vendedores ambulantes de España.	2
• Organización de la administración pública de España.	4
• Introducción a la legislación española sobre venta ambulante. Normativa estatal.	6
• Normativa autonómica.	8
• Ordenanzas municipales.	10
SISTEMAS DE REPRESENTACIÓN PARA LA NEGOCIACIÓN COLECTIVA EN LA VENTA AMBULANTE.	10
• Representación y negociación de la venta ambulante en los municipios.	11
○ La Comisión de Comercio.	12
○ Las Juntas de Mercado.	14
• Experiencia de la negociación colectiva para el desarrollo de la ordenanza municipal de la venta ambulante en el municipio de Zaragoza.	17
○ Reglamento Regulator Venta Ambulante en Zaragoza.	21
LECCIONES.	38
ANEXOS.	39
BIBLIOGRAFÍA.	39

✓ INTRODUCCIÓN:

• *El sector de la venta ambulante en España.*

Actualmente la venta ambulante en España tiene una gran importancia aunque durante mucho tiempo se la consideró una actividad marginal y con carácter social.

Los motivos de esta consideración venían dados por diferentes cuestiones tales como:

- la falta de formación de los titulares de la actividad.
- la inestabilidad de sus negocios.
- la falta de regulación jurídica.
- el carácter nómada de la actividad.
- y por regla general la procedencia de los vendedores, ya que la mayoría provenía de la etnia gitana o de sectores marginales.

La venta ambulante ha sido durante mucho tiempo refugio y salida al mercado laboral de miles de personas con una formación escasa y con dificultades para ser contratadas como asalariados. Por otra parte, como ya decíamos anteriormente, y debido a su carácter nómada también era considerada como una actividad poco estable, teniendo peor consideración que el comercio sedentario o en establecimiento permanente.

La falta de regulación jurídica suponía también un verdadero hándicap para la toma en consideración de la profesión, ya que la falta de ordenanzas Municipales y de un epígrafe de cotización a la seguridad social hacía que el acerbo popular supusiera que esta era una actividad que se permitía ejercer, por parte de la Administración, como un servicio social a los vendedores. Estudios posteriores han demostrado que son precisamente los vendedores ambulantes los que prestan ese servicio social haciendo llegar suministros y productos básicos a las zonas de España menos pobladas y reforzando el desarrollo rural y el asentamiento de la población.

Y como colofón a esa consideración de marginalidad existe el hecho de que la mayoría de los vendedores procedían de la etnia gitana, no muy bien considerada por la población por su capacidad de negociación y su estilo de vida. Afortunadamente con el paso del tiempo se ha dado solución a este problema.

Se estima que, antes de ser regulada la profesión, el número de vendedores ambulantes se aproximaba a los 125.000 comerciantes, la cifra exacta es imposible conocerla ya que solo figuraban inscritos en los diferentes mercadillos ambulantes en los que ejercían su actividad, pero que estos datos eran únicamente de uso municipal.

Así pues solo podemos conocer el número de puestos y mercadillos en esa fecha, en la que había un total de 181.567 puestos de mercadillo, identificándose, en poblaciones superiores a 300 habitantes y hasta 2.854 mercadillos.

- **Perfil de los vendedores ambulantes en España**

El único censo oficial disponible, fechado en 1999, cifraba el número de mercadillos ambulantes en España en 2.854, un dato que vendedores y patronales consideran «desfasado».

En el 'Anuario Económico 2011', de La Caixa¹ se afirma que el número de actividades de comercio ambulante y mercadillos está subestimado porque es posible y frecuente su registro en el IAE con ámbito provincial en vez de municipal, de modo que no aparecerían adscritas a un lugar concreto.

El sector acapara un peso económico reseñable. Para el año 2010 (último del que hay cifras oficiales), el INE cifra su volumen de negocio en 2.033,5 millones de euros, al tiempo que fija en 38.250 el personal titular de licencias de venta ambulante y en 49.114 el número de ocupados. Sin embargo, este guarismo podría fácilmente alcanzar los 125.000, según la Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos -UPTA, ya que suele tratarse de un oficio gestionado por varios individuos de una misma familia.

Al margen de sus fortalezas -sustentadas en precio, oferta variada y cercanía-, el comercio ambulante encara muchas debilidades, entre las que destacan una imagen estereotipada, la dispersión normativa o la falta de una organización patronal en defensa de intereses comunes.

En el trabajo del Ministerio de Economía y Hacienda (MEH) (1999) “La venta no sedentaria en España”, se estima que de las distintas formas de venta no sedentaria: venta ambulante callejera, venta ambulante en lugares públicos sin periodicidad definida y la venta ambulante en mercadillo con periodicidad establecida, ésta última representa en torno al 95%.

Se estiman entre 3.500 y 4000 mercadillos, 50.000 empleos directos y a jornada completa, localizados mayoritariamente en Andalucía (21,2%), la Comunidad Valenciana (15,6%) y Cataluña (11,8%) y en los núcleos urbanos (91%). Resulta llamativo, por ejemplo, que tan sólo el 15% de los vendedores ambulantes a tiempo completo son gitanos (unos 7.500 empleos), lo que contrasta con otros estudios (Mena, 2007).

El volumen de ventas se estima en torno al 2,5-3,5% del total de ventas del comercio minorista con un beneficio neto medio por vendedor ambulante de 2.000.000 de pesetas (12.000 euros) anuales y un beneficio real del 25% de los costes totales (MEH, 1999: 254). Más del 93% se dedica exclusivamente a la Venta no sedentaria, trabajan una media de 1,4 personas por puesto (1,22 serían autónomos y 0,22 asalariados) y llevan un media de 8,2 años dedicándose a esta actividad. Venden por término medio en 4,5 mercadillos a la semana, hacen una media de 18.000 Kilometros al año, y la antigüedad media del vehículo es de 6 años.

Se pone de manifiesto la escasa diversificación de sectores: el 88% vende sólo un tipo de productos y predominan el sector textil, la alimentación, el calzado, artesanía y equipamiento del hogar que representan en torno al 90% de la venta ambulante media.

¹ "la Caixa" es actualmente la primera caja de ahorros de España y la tercera entidad financiera del país, y ejerce la actividad bancaria de forma indirecta a través de CaixaBank. Ha elaborado el estudio “El Anuario Económico de España 2011”, que es un compendio de información estadística, referida al ámbito municipal con las correspondientes agregaciones a nivel provincial y autonómico, que permite identificar y valorar las características del territorio español desde una doble perspectiva económica y comercial.

Como ya hemos comentado anteriormente, entidades representativas del sector estiman en 125.000 personas las que se dedican a la venta ambulante. En este colectivo incluimos autónomos, asalariados y colaboradores familiares.

No todos están incluidos en la Seguridad Social por lo que a este colectivo hay que descontar los que trabajan como colaboradores familiares (que seguramente en su casi totalidad no cotizan), prácticamente la mitad de todo el colectivo de vendedores ambulantes. Con ello nos quedaría una población de 49.078 teóricos cotizantes por algún régimen de la Seguridad Social (autónomos o cooperativistas), según los datos ofrecidos a través del Instituto Nacional de Estadística, INE, referente a la última encuesta anual de comercio del año 2010.

- ***Organización de la administración pública de España.***

Para entender la legislación relativa a la venta ambulante es preciso conocer como se organiza la administración pública de España.

Según la Constitución Española la Administración Pública de España sirve con objetividad a los intereses generales y actúa de acuerdo con los principios de eficacia, jerarquía, descentralización, desconcentración y coordinación, con sometimiento pleno a la ley y al Derecho.

La organización de la Administración Pública de España está basada en tres niveles básicos de Administraciones territoriales independientes y autónomas, cuyas potestades se dividen en función de la distribución competencial que hagan las leyes y la Constitución.

Son las siguientes, de mayor a menor amplitud territorial:

- Administración General del Estado:

La Administración General del Estado es una de las Administraciones Públicas de España, caracterizada por su competencia sobre todo el territorio nacional, en contraposición a las Administraciones autonómicas y locales.

Está integrada por la Administración Central (Gobierno o Consejo de Ministros, Comisiones Delegadas del Gobierno, Ministerios, Comisión General de Secretarios de Estado y Subsecretarios, Comisiones Interministeriales) la Administración Periférica (Delegaciones del Gobierno en las Comunidades Autónomas) y la Administración del Estado en el Exterior (embajadas y consulados).

Su régimen general se recoge en el artículo 103 de la Constitución Española de 1978 y en la Ley 6/1997, de 14 de abril de 1997, de Organización y Funcionamiento de la Administración General del Estado, la cual establece que la Administración General del Estado, bajo la dirección del Gobierno y con sometimiento pleno a la Ley y al Derecho, sirve con objetividad los intereses generales, desarrollando funciones ejecutivas de carácter administrativo.

- Administraciones autonómicas

España se compone de 17 Comunidades Autónomas y 2 Ciudades Autónomas, Ceuta y Melilla. La Administración autonómica tiene un nivel competencial muy amplio, basado en la descentralización del estado a través del estado de las autonomías. En cuanto al nivel de competencias, no son siempre las mismas, y se regulan en cada Estatuto de autonomía para cada Comunidad Autónoma, haciendo que en algunos casos el nivel de competencias sea superior que los de un Estado federado.

Hay que tener también en cuenta que la Comunidad Autónoma tiene su propio órgano legislativo, y que la administración autonómica debe comportarse ante él como cualquier otro poder ejecutivo, respetando las normas emanadas por su Parlamento autonómico.

Los órganos básicos comunes a todas las comunidades autónomas son una Asamblea Legislativa, elegida por sufragio universal; un Consejo de Gobierno, con funciones ejecutivas; y un Presidente de la comunidad autónoma, elegido por la Asamblea Legislativa de entre sus miembros, que ostenta la más alta representación de la Comunidad.

La Asamblea Legislativa de las comunidades autónomas goza de potestad legislativa. Además de otras funciones: presupuestarias, control del ejecutivo autonómico, elección del gobierno, del Presidente del ejecutivo, participación en las reformas de la Constitución, control de la constitucionalidad de Leyes y disposiciones con fuerza de Ley, participación en la composición del Senado.

La función del Presidente de la Comunidad Autónoma es la dirección del Consejo de Gobierno y la suprema representación de la Comunidad, representación del Estado en la Comunidad Autónoma y promulga y ordena la publicación de las Leyes y del nombramiento del Poder Judicial en la Comunidad.

- Administraciones locales

La Administración Local es el conjunto de Administraciones Públicas de carácter territorial que gestionan los municipios y las provincias. La Constitución española de 1978 en su título VIII estableció un Estado organizado territorialmente en comunidades autónomas, provincias y municipios. Cada una de estas entidades goza de autonomía para la gestión de sus respectivos intereses.

Los distintos entes que integran la Administración Local son:

- El municipio, La Constitución española garantiza la autonomía de los municipios, con plena personalidad jurídica. El Ayuntamiento realizará el gobierno y la administración, a través del Alcalde y Concejales.

- La provincia, la Constitución española indica que es una entidad local determinada por la agrupación de municipios, con personalidad jurídica propia, con plena capacidad para el cumplimiento de sus fines, el Gobierno y la administración le corresponde a la Diputación, formada por el Presidente, el Vicepresidente, el Pleno y la Comisión de Gobierno.

Los municipios tienen competencias en las siguientes materias:

1. Seguridad en lugares públicos.
2. Ordenación del tráfico de vehículos y personas en las vías urbanas.
3. Protección civil, prevención y extinción de incendios.
4. Ordenación, gestión, ejecución y disciplina urbanística; promoción y gestión de viviendas; parques y jardines, pavimentación de vías públicas urbanas y conservación de caminos y vías rurales.
5. Patrimonio histórico-artístico.
6. Protección del medio ambiente.
7. Abastos, mataderos, ferias, mercados y defensa de usuarios y consumidores.
8. Protección de la salubridad pública.
9. Participación en la gestión de la atención primaria de la salud.
10. Cementerios y servicios funerarios.
11. Prestación de los servicios sociales y de promoción y reinserción social.
12. Suministro de agua y alumbrado público; servicios de limpieza viaria, de recogida y tratamiento de residuos, alcantarillado y tratamiento de aguas residuales.
13. Transporte público de viajeros.
14. Actividades o instalaciones culturales y deportivas; ocupación del tiempo libre; turismo.
15. Participar en la programación de la enseñanza y cooperar con la Administración educativa en la creación, construcción y sostenimiento de los centros docentes públicos, intervenir en sus órganos de gestión y participar en la vigilancia del cumplimiento de la escolaridad obligatoria.

Además de las competencias propias, los municipios pueden realizar actividades complementarias en materia de educación, cultura, promoción de la mujer, vivienda, sanidad y protección del medio ambiente.

Para poder ejercer sus competencias, tiene la potestad de reglamentación y de autoorganización; tributaria y financiera; de programación o planificación; expropiatoria y de investigación, deslinde y recuperación de oficio de sus bienes; presunción de legitimidad y la ejecutividad de sus actos; de ejecución forzosa y sancionadora; de revisión de oficio de sus actos y acuerdos; y finalmente tiene las prelación y preferencias y demás prerrogativas reconocidas a la Hacienda Pública para los créditos de la misma.

- ***Introducción a la legislación española sobre venta ambulante***

Cabe decir que la regulación de la venta ambulante es muy escasa hasta la aplicación del R.D. 1010/1985, de 5 de junio, que regula la venta no sedentaria y, por parte de las Corporaciones Locales, la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de Bases del Régimen Local (y posteriormente la 7/1996 de 15 de enero de Ordenación del Comercio

Minorista). Hasta entonces en muchos casos los vendedores ambulantes tenían que conseguir autorizaciones de la guardia civil o de las autoridades locales diaria o semanalmente. Con esas leyes se modernizaron las ordenanzas municipales, se establecieron las tasas por puesto o los medios de transporte pero quedaron en el aire el régimen fiscal autónomo y el acceso a la Seguridad Social.

A finales de los 80 se propone por parte de la Unión General de Trabajadores -UGT, y asumido por el Ministerio de Asuntos Sociales, que para incorporar a los vendedores ambulantes a la economía formal, y dada su limitada capacidad económica para entrar en el Régimen de Trabajador Autónomo de la Seguridad Social (RETA), pudieran acceder vía “cooperativas”² y aunque ha servido para legalizar la actividad de los vendedores, poco a poco el sistema se ha ido degradando parcialmente por cuanto las cooperativas no han funcionado con una finalidad productiva (compra de bienes y servicios) sino sobre todo administrativa y gestora, aunque esto no se pueda predicar de todo el sector cooperativo, lo que ha conducido además a que dadas las ventajas de cotización vía cooperativas muchos vendedores no se hayan incorporado al RETA (Fresno, 1999)³.

El Secretario de Estado de la Seguridad Social, tuvo un papel fundamental, ya que su sensibilidad con el sector favoreció el desarrollo de la Ley 27/2009 que establece una base de cotización mínima para los trabajadores autónomos que se dediquen a la venta ambulante en mercadillos y a la venta directa a domicilio, equivalente al 55% de la base mínima de cotización. Esta era una demanda de las organizaciones más representativas del sector, principalmente de UPTA⁴ y la Mesa Nacional de Venta Ambulante y que supuso la incorporación al RETA de un elevado número de vendedores ambulantes que trabajaban de manera informal.

Es en la Unión Europea, en el año 2004, donde se desarrolla una propuesta de directiva del Parlamento Europeo y del Consejo de la Unión Europea relativa a los servicios en el mercado interno que será aprobada en el año 2006.

La directiva no pretende establecer una disciplina específica en el amplio sector de los servicios: se propone como una directiva-marco, estableciendo pocas reglas de carácter muy general, y deja a los estados miembros la decisión sobre cómo aplicar sus principios, esta es la Directiva Bolkestein de liberalización de servicios y que provocará diversos cambios en la normativa española en lo referente a la venta ambulante.

Se trabaja a un tiempo desde los Ministerios de Industria, Turismo y Comercio, Economía y Hacienda y de Trabajo e Inmigración para adecuar la normativa española y llaman a consulta a los principales agentes sociales y empresariales y de profesionales del sector para la nueva redacción y beneplácito de los vendedores ambulantes.

² Con las Cooperativas de Trabajo Asociado existe la posibilidad de recibir subvenciones para la creación de empleo, son de rápida y económica constitución, tienen un régimen fiscal distinto al de módulos, la posibilidad de que la Cooperativa elija el sistema de Seguridad Social (normalmente optan por el Régimen General cotizando por horas) y que el sujeto pasivo es la propia cooperativa y no el vendedor ambulante (Carbonell y Díaz-Merry, 1996).

³ José Luis Fresno, miembro del Observatorio para la Economía Social, datos del estudio realizado en el año 1999 “Las cooperativas de trabajo asociado”

⁴ UPTA presenta el informe elaborado por BAJÉN & GONZALO ABOGADOS ASOCIADOS sobre la **PROPUESTA DE UPTA PARA LA REDUCCIÓN DE COTIZACIÓN EN LA VENTA AMBULANTE Y A DOMICILIO.**

Empresarios de la Pequeña y Mediana Empresa –CEPYME, la Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos –UPTA, además de los diferentes partidos políticos representados en el Congreso de los Diputados.

La reforma en el año 2010 de la ley 7/96, de 15 de enero, de ordenación del comercio –LORCOMIN, se inspira en el principio de libertad de empresa y tiene por finalidad facilitar el libre establecimiento de servicios de distribución comercial y su ejercicio, a través de los diferentes formatos comerciales, garantizando que las necesidades de los consumidores sean satisfechas adecuadamente.

Hay que destacar que el modelo comercial español se caracteriza por una elevada densidad comercial (establecimientos por habitante), característico de los países mediterráneos y por una determinada forma de estructurar los núcleos urbanos en torno al comercio.

La nueva Ley respeta las competencias de las Comunidades Autónomas, ya que el comercio interior es competencia exclusiva de las mismas y por tanto, serán las autonomías las que regulen el procedimiento de autorización para la instalación de establecimientos comerciales y en lo relativo a la venta ambulante se limita la duración de las autorizaciones para garantizar la rotación de los competidores debido a la escasez de suelo disponible.

Tras la publicación en el Boletín Oficial del Estado –BOE, de la LORCOMIN, se desarrolló desde la Dirección General de Comercio Interior del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio el Real Decreto 199/2010, de 26 de febrero de 2010, por el que se regula el ejercicio de la venta ambulante o no sedentaria. Para la redacción del texto se solicitó la colaboración de UPTA a través de la Secretaría de Política Sectorial elaborándose un real decreto que establecía la necesidad de desarrollar la normativa en las Comunidades autónomas y los diferentes municipios españoles.

Esta norma en su introducción hace referencia a la modificación de las autorizaciones de solicitud de los puestos, justificando la novedad en el “uso intensivo de un suelo público” y en la necesidad de prevenir los daños que al interés general pudieran causarse.

El Real Decreto establece que serán los distintos ayuntamientos los encargados de determinar en cada caso la duración de la autorización, teniendo en cuenta, la inversión realizada para la actividad. Igualmente, los requisitos para la obtención de dicha autorización también serán decididos por el municipio en cuestión, siendo siempre “criterios claros, sencillos, objetivos y predecibles”.

- *Normativa autonómica.*

Las distintas comunidades autónomas pueden regular en virtud de sus estatutos de autonomía la materia y como consecuencia las normas son cambiantes en función de la comunidad en que se desarrolle la actividad de venta ambulante.

Por regla general la distribución comercial no requiere autorización previa, pero sí la venta ambulante al utilizar suelo público determinante de una serie de condicionantes de orden público, seguridad y salud.

No obstante la presencia de normativa estatal y autonómica, cada ayuntamiento tiene prerrogativas normativas en la materia, y si bien no se oponen a las normas de mayor rango sí organizan en la práctica, vía Ordenanzas Municipales, su propio sistema de autorización para el emplazamiento por modalidades de venta.

Como ejemplos de normativa autonómica veremos la relativa a la Comunidad de Madrid y la de la Comunidad de Castilla La Mancha, que en el momento de su desarrollo eran gobernadas por diferentes partidos políticos, en Madrid los conservadores y en Castilla La Mancha el partido socialista y comprobaremos la disparidad de criterios en cuanto al periodo de concesión de las licencias (a pesar de que para ambas comunidades autónomas, estas autorizaciones se otorgan para que en ese periodo de concesión, los profesionales puedan amortizar la inversión realizada para el desarrollo de la actividad).

Mientras que la Comunidad castellano manchega desarrolló una nueva Ley de Comercio, Ley 2/2010, de 13 de mayo, de Comercio de Castilla-La Mancha, que aborda todos los aspectos relativos al comercio y además otorgaba a los municipios la responsabilidad final de establecer el periodo de tiempo de las autorizaciones más adecuado para la amortización de las inversiones realizadas por los vendedores ambulantes y que este fuera negociado por los ayuntamientos y las entidades más representativas del sector, adecuando la norma estatal a las necesidades de los ayuntamientos y los profesionales de la venta ambulante y mejorando visiblemente la norma marco protegiendo los intereses del municipio y de los vendedores y consumidores finales.

Respecto a la normativa desarrollada por la Comunidad de Madrid, podríamos pensar que es muy favorable para los vendedores, ya que establece que las autorizaciones se otorgaran por un periodo de 15 años, renovable por otros 15 más. Esta medida resulta muy ventajosa para los profesionales que ya se encuentran ejerciendo la actividad, ya que les da una seguridad de continuidad, pero impide el acceso a nuevos profesionales y la renovación de los mercadillos.

La normativa madrileña se recoge dentro de la Ley 5/2010, de Medidas Fiscales para el Fomento de la Actividad Económica y adapta la ley ya existente del año 1997 a las novedades de la LORCOMIN, pero no mejora la misma. Estas modificaciones se realizan de manera unilateral, desde la Subdirección General de Régimen Jurídico y Desarrollo Normativo de la Secretaría General Técnica de Vicepresidencia, Consejería de Cultura y Deporte y Portavocía del Gobierno de la Comunidad de Madrid y una vez desarrollado el texto, se presentó a diferentes asociaciones de ámbito regional para su aprobación, es decir, no fue una redacción conjunta en la que se reflejaran las necesidades y demandas de los vendedores ni de los municipios en los que se celebran los mercadillos, sino que fue redactada sin consenso ni aprobación de los principales interesados, los cuales tuvieron que enmendar el texto.

- ***Ordenanzas Municipales.***

Como ya hemos comentado anteriormente, la implicación y sensibilidad de la Dirección General de Comercio Interior del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, con el

sector, favorece la participación de las entidades profesionales más representativas del sector en la regulación normativa. Para ello, solicita a UPTA, organización de trabajadores autónomos más representativa del país, que desarrolle un modelo marco de Ordenanza Municipal para que puedan presentársela a los diferentes Consejeros de Comercio de las 17 Comunidades Autónomas y que estos se la hagan llegar a los responsables municipales como modelo de ordenanza a desarrollar en los diferentes municipios.

Esta ordenanza guarda un perfecto equilibrio entre los derechos y deberes de los vendedores ambulantes y el desarrollo de los mercadillos, dota de mayor seguridad a ambas partes en cuanto a la protección de los vendedores respecto a la amortización de las inversiones y la transparencia de las concesiones y a los consumidores respecto a la ley de garantías y de consumo, la lucha contra el intrusismo en el sector y el fraude fiscal con la administración pública.

✓ SISTEMAS DE REPRESENTACIÓN PARA LA NEGOCIACIÓN EN LA VENTA AMBULANTE.

Como he explicado en la introducción, la venta ambulante está suficientemente regulada, tanto en el ámbito estatal como en el regional. Sin embargo, y es muy significativo, en ningún caso se establece por Ley sistema de representación alguno para negociar condiciones.

Desde el asentamiento de la democracia en España, cambian sustancialmente las formas de legislar y gobernar. Se pasa de aceptar lo que el legislador disponga, a consensuar la mayoría de las normativas, sobre todo las aplicables a sectores de actividad concretos.

De esta forma se establecen distintos sistemas de representación y negociación dependiendo del ámbito legislativo, si es estatal o si es autonómico.

El denominado “diálogo social” en España está compuesto por cuatro actores representativos de la masa social y trabajadora. Dos puestos en la mesa nacional del diálogo social están reservados para las dos centrales sindicales más importantes, otros dos para las organizaciones representativas de la patronal y de la pequeña y mediana empresa, y el decisivo está reservado para el gobierno de la nación.

Esta podríamos decir que es la base de las negociaciones con los órganos de gobierno, y del denominado “diálogo social” nacen todas las propuestas e iniciativas más importantes en cualquier materia.

Así pues, es importante que todas las asociaciones, agrupaciones, sectoriales, etc, que nacen del movimiento asociativo, estén vinculadas, bien a una central sindical, bien a una organización empresarial, ya que cuando la negociación se hace más específica, como es el caso de la venta ambulante, éstas ceden su puesto en beneficio del sector.

El caso más claro de vinculación en escala podría ser el siguiente. La Unión General de Trabajadores, UGT, primera central sindical en España y miembro del “diálogo social” constituyó una federación estatal de trabajadores autónomos, UPTA España, primera organización representativa de los autónomos, quien a su vez constituyó la Mesa Nacional de venta Ambulante, en la que están representadas las organizaciones y asociaciones del sector y de ámbito regional. UPTA a su vez constituyó diferentes

comisiones de venta ambulante regionales en las que están representadas las asociaciones de vendedores ambulantes de ámbito municipal.

A través de este entramado asociativo de carácter piramidal se pueden trasladar las reivindicaciones y las propuestas desde niveles inferiores hacia los superiores, y así hacer llegar a los gobernantes y responsables de las áreas de comercio ministeriales la situación pormenorizada de cada zona, ciudad y región y legislar al respecto con equidad.

Pero este entramado piramidal también se da en los órganos de gobierno, y así el Estado transfirió competencias a las regiones, de tal forma que desde el ámbito nacional solo se puede legislar en parámetros de máximos y mínimos, siendo en este caso los gobiernos regionales los que delimitan y deciden entre los parámetros nacionales.

¿Pero que ocurre cuando, como en el caso del comercio minorista y del comercio ambulante, los gobiernos regionales transfieren sus competencias a los municipios? Es ahí, en el nivel local, cuando entran en juego los sistemas de negociación y representación más activos.

- ***Representación y negociación de la venta ambulante en los municipios.***

Los mercadillos ambulantes son de competencia exclusiva de los gobiernos municipales. Los Ayuntamientos deben legislar, vía Ordenanza Municipal, los detalles de funcionamiento de estos mercados, las condiciones para la obtención de las licencias municipales, los días y horas de venta, la transmisión de las licencias, etc.

Para ello se utilizan las Ordenanzas Municipales, Decretos de Alcaldía y Acuerdos del Pleno y, por regla general son consensuados con los interesados, en este caso los vendedores ambulantes, mediante dos herramientas de trabajo; la Comisión de Comercio y la Junta del Mercado.

Tanto a la Comisión de Comercio como a la Junta de Mercado se convoca a las asociaciones del municipio que representen al sector de los vendedores ambulantes, estas asociaciones de ámbito municipal suelen estar integradas o mantienen convenios de colaboración con asociaciones profesionales pertenecientes a su sector y que representan no ya solo a los vendedores del municipio sino de la región y estas, a su vez, normalmente se suelen integrar en federaciones, confederaciones o asociaciones nacionales que representan al colectivo.

Por ejemplo, en el siguiente apartado nos centraremos en la experiencia de la negociación colectiva para el desarrollo de la ordenanza municipal de la venta ambulante en la ciudad de Zaragoza y veremos como los componentes de las citadas Juntas pertenecen a asociaciones de vendedores ambulantes de ámbito municipal (Asociación Los Chalanes, Plataforma para la Defensa del Mercado y UZVA), de las cuales, algunas pertenecen a asociaciones de mayor rango.

- *La Comisión de Comercio.*

La comisión de comercio suele tratar aquellos aspectos relacionados con el comercio minorista en general, entendiendo la venta ambulante como un subsector del comercio minorista.

Está compuesta generalmente por las asociaciones de comerciantes minoristas más representativas, o en su defecto por la federación que aglutina al mayor número de asociaciones de comerciantes; por las organizaciones empresariales y sindicales, ya que en esta mesa también se tratan aspectos relacionados con el empleo y las condiciones de los trabajadores; y por las asociaciones de consumidores, parte fundamental en el buen funcionamiento del comercio.

No existe un sistema de representatividad, ya que al tratarse de una mesa de ámbito local, todo el mundo conoce el peso específico de cada una de las organizaciones presentes en la Comisión, y los miembros de esta suelen ser invitados, con carácter permanente, por la propia área de Comercio del Ayuntamiento.

Las decisiones de la Comisión son preceptivas, aunque no vinculantes. No obstante, la Comisión suele tener el peso político suficiente, ya que normalmente están representados en ellas, a través de sus estructuras locales, los cuatro agentes que componen el anteriormente explicado “Dialogo Social”

Vamos a ver dos ejemplos. En primer lugar veremos el de una ciudad pequeña, como Lugo, Galicia, en el que la Comisión está compuesta únicamente por organizaciones de comerciantes y la de Zaragoza capital de Aragón, una de las ciudades más grandes de España y en cuya composición están presentes los agentes sociales miembros del dialogo social.

Así explica la página web del Ayuntamiento de Lugo las funciones y composición de su Comisión de Comercio:

Es un órgano consultivo del Ayuntamiento presidido por el alcalde, compuesto por representantes del comercio y hostelería lucense, en el que también tiene representación a Dirección General de Comercio, para tratar asuntos de competencia municipal que sean del interés de los comerciantes.

OBJETIVOS:

- *Lograr un mayor dinamismo y modernización del comercio*
- *Erigirse en foro de debate plural y eficaz*
- *Espacio consultivo y de coordinación local con el objetivo de consensuar las políticas municipales para la promoción de la actividad comercial de Lugo*

COMPOSICIÓN:

- *Presidente: Alcalde*
- *Vocales:*
 - *Presidente de la Federación de comercio*
 - *Asociación Hosteleros*
 - *Directora General de comercio*
 - *Concejal de economía y empleo*
 - *Concejal de servicios generales*
 - *Concejal de cultura y turismo*
 - *Concejal de infraestructuras*
 - *Concejal de protección de la comunidad*
- *Asociaciones de zonas: puntualmente, sí se tratan asuntos que les afecten directamente*

- Secretario-la: técnico municipal

FUNCIONES:

Órgano consultivo del Ayuntamiento de Lugo en las siguientes materias:

- Remodelación y reforma de calles e instalaciones de uso comunitario
- Movilidad: Aparcamientos, accesibilidad, planes de tráfico y ordenación urbana; sistema ORA
- Actuaciones en zonas peatonales: proyectos de creación, modificación y avance de las calles y zonas peatonales-comerciales
- Amueblamiento urbano, señalizaciones, rotulación comercial, iluminación
- Formación de empresarios y trabajadores
- Campañas de promoción, estudios sobre la situación del comercio, planes de dinamización
- Programas relacionados con nuevas tecnologías e I+D+i
- Proyectos de reforma de fachadas de comercios
- Venta ambulante; instalación de terrazas
- Proponer al Ayuntamiento cuantas medidas, iniciativas y propuestas considere conveniente para el desarrollo y avance del sector

Y así lo explica la web municipal del Ayuntamiento de Zaragoza.

La Mesa Local de Comercio es un foro de encuentro de carácter consultivo e informativo en materia de comercio local, cuyo objetivo es coordinar y compartir acciones en materia de impulso de la actividad comercial en Zaragoza, y que se enmarca en el Acuerdo para el Fomento Económico y Social 2008-11 (AFES) suscrito por el Ayuntamiento de Zaragoza, las organizaciones empresariales más representativas de la ciudad, CEZ y CEPYME, y los sindicatos más representativos, UGT y CC.OO., para impulsar y coordinar las acciones para el desarrollo económico, social y laboral de la ciudad.

*La Mesa tiene como fin fundamental la **reflexión y evaluación de los diversos aspectos relativos a la defensa de los intereses generales de la distribución comercial en la ciudad** y se configura como órgano de información, asesoramiento y propuesta en el ejercicio de las competencias municipales en la materia, promoviendo el encuentro y la participación de los agentes interesados en la misma. Asimismo, se constituye como **punto de encuentro** entre el comercio local y otras instituciones supramunicipales concernientes en materia de comercio.*

Como se puede observar, las funciones de las dos Comisiones son idénticas, aunque la composición de las mismas legitima más a la constituida en Zaragoza que a la de Lugo.

Si analizamos las diferentes Comisiones de Comercio Municipales existentes en España encontraremos composiciones dispares, aunque cierta homogeneidad en sus funciones. Evidentemente si hay algo que las une a todas son las ganas de diálogo por

parte tanto de los poderes públicos como de las organizaciones representantes del comercio.

- *Las Juntas de Mercado.*

Como ya hemos explicado, al considerarse el comercio ambulante como un subsector del comercio minorista, este tiene su propia idiosincrasia, por lo que los Ayuntamientos, generalmente a petición de los propios comerciantes ambulantes, han decidido constituir las denominadas Juntas de Mercado, con el objeto de negociar condiciones de trabajo óptimas para ambas partes.

Y es que no debemos olvidar que los mercados ambulantes se ubican sobre suelo público, generalmente propiedad del municipio, por lo que deben de regir ciertas normas de habitabilidad, limpieza, convivencia con los vecinos y con los comerciantes estables, y de uso por parte de su legítimo propietario.

Así es frecuente que en estas Juntas se debatan aspectos como la duración de las licencias, el precio y transmisión de las mismas, los días de mercado, los horarios de venta, el tipo de productos que se pueden vender, los horarios de carga y descarga, y lo mas importante, la ubicación temporal o permanente del mercado en caso de necesidad de uso del suelo por parte del Ayuntamiento y la apertura de nuevas zonas de venta en suelo municipal.

En este caso, las Juntas están compuestas por los técnicos del Ayuntamiento adscritos al Área de Comercio y las asociaciones locales de vendedores ambulantes, quienes se reúnen periódicamente y tratan los asuntos pendientes, así como por los responsables políticos del área municipal de comercio.

En estas Juntas se tratan aspectos muy pormenorizados y detallados de la vida diaria del mercado, y tienen voz todas las asociaciones de vendedores ambulantes existentes en la ciudad, siempre que estén debidamente constituidas y registradas en el registro de asociaciones.

Se establece un calendario de reuniones, normalmente cada dos meses, aunque este calendario puede ser alterado cuando surgen aspectos a tratar de amplio calado social

Pero dado que el movimiento asociacionista en España está muy micronizado, es muy posible que en municipios de un tamaño considerable (250.000 habitantes) existan demasiadas asociaciones como para que el diálogo sea fluido y eficaz. En este caso, algunos ayuntamientos han decidido regular un sistema de representatividad, democrático y transparente, que sirve para delimitar la verdadera representatividad de las asociaciones concurrentes.

Este es el caso nuevamente de la ciudad de Zaragoza, que tras solucionar un problema de ubicación del mercado, que posteriormente explicaremos como ejemplo de buenas prácticas en materia de negociación y representatividad, decidió modificar sus

Ordenanzas Municipales y establecer un sistema de representatividad y elección de miembros en su Junta de Mercado.

Tras el proceso de representatividad establecido por el Ayuntamiento de Zaragoza mediante la ordenanza, tan solo tres de las siete asociaciones existentes en la ciudad obtuvieron los votos suficientes como para representar al sector.

Las asociaciones concurrentes a la Junta de Mercado fueron:

Asociación APAVA: Una de las más históricas de la ciudad, con más de 30 años de historia. Promotora de iniciativas populares como una Ley de Venta Ambulante que nunca llegó a aprobarse.

Asociación Los Chalanes: Compuesta eminentemente por mujeres de raza gitana y con una gran interlocución con los órganos de gobierno. Promotora de cursos de formación para el empleo e iniciativas a favor de los colectivos más desfavorecidos. La constitución de una cooperativa para que los vendedores ambulantes cotizaran menos a la seguridad social y una gestión confusa, hicieron que perdiera parte de su credibilidad.

Asociación UZVA: Perteneciente a la Unión General de Trabajadores. Sus postulados y reivindicaciones están relacionadas con el derecho al trabajo y el movimiento sindical obrero.

Asociación Los Elegidos: Dirigida por Pastores Evangelistas es constituida desde el seno de la Iglesia. Su poder de difusión es enorme ya que suelen utilizar los cultos para lanzar su mensaje.

Asociación Merca-dos: De nueva creación. Fuertemente politizada y apoyada por los grupos políticos en la oposición.

Asociación Marroquí de Venta Ambulante: También de nueva creación. Constituida para representar a los vendedores ambulante marroquí afincados en Zaragoza, una minoría que no se siente representada por las asociaciones existentes.

Plataforma para la Defensa del Mercado: Integrada en la Confederación Nacional de Trabajadores de Aragón, CNT-Aragón, fue creada durante el conflicto de la ubicación en oposición a las asociaciones más antiguas. Gana muchos apoyos por ser considerada como una asociación sin vicios, cuyos dirigentes no deben favores a la administración. Es una de la que mas votos consigue en la votación.

La Ordenanza Municipal del Ayuntamiento de Zaragoza, aprobada recientemente, dice así en su capítulo II:

Capítulo II: De la Junta del mercado de venta ambulante

Art. 19. Naturaleza y objeto.

- *1. La Junta del mercado Ambulante es un órgano consultivo, cuya finalidad y objetivo es facilitar la participación de los vendedores en la gestión del mercado, sirviendo de canal para la exposición de las necesidades y aspiraciones de los comerciantes ante la administración municipal, y permitiendo la acción coordinada de ambos en beneficio del mejor funcionamiento del Mercado.*

- *2. La Junta del Mercado Ambulante se regirá por lo dispuesto en el presente Reglamento y, en lo no previsto en él, por las normas generales reguladoras del funcionamiento y formación de la voluntad de los órganos colegiados.*

Art. 20. Composición.

1. La Junta del Mercado de Venta Ambulante estará compuesta por:

- a) Concejal delegado de Mercados del Ayuntamiento de Zaragoza, a quien corresponderá la Presidencia.*
- b) El jefe del Departamento de Servicios Públicos.*
- c) Jefe del Servicio de Servicios Públicos.*
- d) Dos administradores del mercado.*
- e) Cinco representantes de los titulares de las autorizaciones de venta, elegidos democráticamente entre ellos por un período de cuatro años.*

El Jefe de la Unidad de Dominio Público ejercerá como secretario con voz pero sin voto.

¿Pero cómo se eligen a estos cinco representantes de los vendedores ambulantes? El Ayuntamiento optó por legitimar un proceso de representación que diera opción a que todos los vendedores estuvieran representados y que además no tuvieran la obligación de pertenecer a ninguna asociación. En este proceso democrático no se elige a una organización sino a una persona, y así lo especifica en los siguientes puntos del artículo 20 de la Ordenanza Municipal.

2. La elección de los miembros de la Junta en representación de los vendedores se sujetará a las siguientes normas:

- *Cualquier titular podrá ser elector y elegible.*
- *Cada candidato podrá presentar hasta cuatro suplentes, que lo sustituirán en los términos del apartado 4 siguiente.*
- *Se seguirá un procedimiento de sufragio libre, directo y secreto.*
- *Cada elector podrá votar como máximo a tres candidatos.*
- *Los resultados del escrutinio se harán públicos por el Ayuntamiento, procediéndose posteriormente por decreto del órgano competente al nombramiento de los cinco candidatos más votados.*
- *Transcurridos cuatro años desde las elecciones anteriores, se procederá a la convocatoria de las nuevas, para la renovación de los miembros en representación de los vendedores. Ello no obstante, si como consecuencia de ceses de estos miembros, y a pesar de los mecanismos de sustitución establecidos en el apartado 4 de este artículo, quedaran sin cubrir dos o más de los cinco miembros en representación de los vendedores, el Ayuntamiento podrá acordar la convocatoria anticipada de nuevas elecciones.*

Con este sistema el Ayuntamiento se aseguraba transparencia, ya que “*cualquier titular podrá ser elector y elegible*”, y pluralidad, ya que “*cada elector podrá votar como máximo a tres candidatos*”.

De esta forma, y como así ocurrió tras las primeras votaciones, los verdaderos líderes del sector, aquellos que realmente cuentan con el apoyo de sus seguidores, son los que tienen acceso a un puesto en la Junta de Mercado.

✓ ***Experiencia de la negociación colectiva para el desarrollo de la Ordenanza Municipal de la Venta Ambulante en el municipio de Zaragoza.***

Zaragoza es la capital de Aragón, cuenta con una población de 696.000 habitantes y desde hace unos 35 años viene celebrando, todos los miércoles y domingos, su mercadillo ambulante.

Actualmente existen 453 puestos de mercadillo y 234 de rastro⁵. Es un mercadillo generalista (venta de productos textiles, calzado, artesanía, ferretería, juguetes, productos para el ocio, antigüedades, etc.) y visitado por una clientela fija y asidua cifrada en unos 50.000 visitantes cada domingo y cerca de los 20.000 cada miércoles, a pesar de los cambios de ubicación experimentados en los últimos años.

En sus inicios, este mercado era denominado como “El Rastro de la Romareda”, dado a que se plantaba a los pies del estadio de fútbol del mismo nombre todos los miércoles y domingos, pero hace ya varios años, en concreto desde el año 2005, que ha cambiado su ubicación, buscando mejorar los problemas de tráfico y de aparcamiento, de contaminación acústica, de generación de residuos, de aglomeraciones de gente, etc., que surgían cada miércoles y domingo.

El problema de ubicación surge, en este caso, por el propio crecimiento de la ciudad, algo inevitable a 30 años vista, pero que debe ser previsto por el ayuntamiento de la ciudad en cuestión años antes de que se produzca.

⁵. La diferenciación entre puestos de mercadillo y rastro viene dada por el tipo de productos que se ofertan, los puestos de rastro se dedican principalmente a la venta de antigüedades y objetos de arte.

Como en todos los mercados de nueva creación, los inicios del mercado de la Romareda fueron muy duros, ya que la ubicación del mismo, así como la del campo de fútbol que le daba nombre, se encontraba en las afueras de la ciudad. Sin transporte público, sin accesos apropiados, sin servicios mínimos como W.C, cafeterías, restaurantes, etc. Incluso sin casas o con muy pocas en los alrededores de la ubicación. Algunos vendedores todavía en activo, como José Hernández “el pantera”, Miguel Lerios, José Clavería “el fortuna” o Pilar Clavería “la rona”, recuerdan sus inicios en el mercado.

Con el paso de los años, y con mucho sufrimiento, los vendedores fueron aguantando en sus puestos, ganándose la vida con dificultad y con pocas relaciones con el Ayuntamiento, ya que debemos recordar que en aquella época y aunque ya entrada la democracia en España, todavía quedaban los vestigios de más de 40 años de dictadura.

Poco a poco la zona se fue poblando, llegó el transporte público, hospitales, servicios, y lo más importante, casas, edificios y gente. Para los vecinos de la ciudad, el mercado de La Romareda ya no quedaba lejos y las ventas comenzaron a consolidarse, haciendo de este mercado uno de las mas rentables de la región.

Así pasaron muchos años, y la bonanza del Mercado hizo que poco a poco se fuera ampliando el espacio dedicado a la venta, y con ello el número de licencias, que en el plazo de 20 años llegó a doblarse.

Pero todo tiene un principio y un fin, y la concatenación de acontecimientos hicieron que se levantaran protestas vecinales en contra de la ubicación del Mercado. Demasiados vendedores, demasiados visitantes, demasiadas furgonetas aparcadas en los alrededores, demasiada suciedad en el suelo, demasiadas molestias de acceso a los garajes privados, demasiadas molestias para acceder al hospital, demasiado ruido.

Todo esto unido a la proliferación de actos públicos como conciertos o exhibiciones que se celebraban en el campo de fútbol, y que eran incompatibles con la actividad en el mercado. No obstante, y durante muchos años, todos estos problemas pudieron salvarse gracias a la negociación.

Sin herramientas de negociación reguladas, la voluntad de las partes hizo que durante este tiempo se salvaran los pequeños problemas. Si se programaba un concierto en el campo de fútbol y los vendedores no podían ejercer, se les compensaba bien con dos días más de venta, bien con una reducción en las cuotas.

Pero hubo un escollo insalvable en el año 2004 que supuso el principio de los verdaderos problemas para el mercado. El Real Zaragoza, equipo de futbol titular de la ciudad, baja a segunda división y los partidos comienzan a jugarse los domingos por la mañana, haciéndose imposible la convivencia de las dos actividades a la vez.

Es la primera vez que las negociaciones entre ayuntamiento y vendedores dejan de ser fluidas y se transforman en largas y arduas reuniones en pos de un acuerdo que no llegaba nunca, ya que cada parte defendía su postura entendiendo que la razón estaba de su parte.

Pero del mismo modo, y alentado por la protestas vecinales, es la primera vez que el Ayuntamiento se plantea la posibilidad de cambiar la ubicación del Mercado, aunque solo es una idea y de momento no llega a llevarse a cabo, ya que el equipo de fútbol volvió a la división de honor en unos meses y la vida volvió a la normalidad.

Es casi dos años mas tarde cuando el problema se plantea en serio. Zaragoza será la organizadora de la Expo Internacional en el año 2008, y se esperan grandes obras de acondicionamiento de la ciudad para acoger la muestra. La ciudad espera la llegada de millones de turistas y las obras deben comenzar.

Con la excusa de la Exposición Internacional, desde el Ayuntamiento se plantea remodelar el campo de fútbol y las zonas colindantes al mismo, y el primer proyecto incluye, además de la remodelación del campo, la construcción de un centro comercial y locales comerciales en la parte baja del estadio, la reconstrucción de la plaza y la construcción de dos edificios de apartamentos de lujo. Era evidente que la zona se estaba revalorizando y el mercado no tenía cabida en ella.

Comienza en ese instante el colectivo de vendedores ambulantes a organizarse, se potencian las asociaciones constituidas hace años, pero que no habían tenido mucha actividad y comienzan las primeras negociaciones con el Ayuntamiento.

Las reuniones son largas, y en muchas ocasiones tensas. El Ayuntamiento no tiene una herramienta de negociación y considera a todas las organizaciones por igual. Pero aparecen voces nuevas que no se sienten representadas por sus asociaciones antiguas y que igualmente quieren participar en las reuniones de negociación. Llega un momento en que estas reuniones se convierten, por el número de asistentes, en auténticas asambleas, compuestas por innumerables personas cuyo objetivo primordial es salvaguardar sus intereses privados y no los del colectivo, y la negociación no avanza.

El ayuntamiento propone un cambio de ubicación del mercado con tan solo dos meses de tiempo, y los espacios que ofrece no son de gusto para todos. Se plantea moverlo tan solo unas calles, pero el movimiento vecinal comienza a hacer su oposición, ya que ven cerca la desaparición del mercado de su zona y no van a admitir que solamente se traslade unos metros.

Los espacios que el Ayuntamiento propone se encuentran de nuevo en las afueras de la ciudad, y los vendedores mas antiguos se niegan ya que no quieren volver a los orígenes del mercado, en una zona despoblada y sin comunicaciones.

Un grupo de vendedores propone que la nueva ubicación se traslade al Parque Grande, la mayor zona verde de la ciudad y orgullo de los vecinos. Vuelven los movimientos vecinales a oponerse, esta vez con el apoyo de los medios de comunicación y la oposición de los algunos grupos políticos, por lo que la propuesta no sigue adelante.

El tiempo apremia y no hay consenso entre las partes. El ayuntamiento no quiere seguir negociando con los vendedores en esas condiciones, ya que las reuniones son infructuosas y busca una solución vía decreto de Alcaldía. No obstante, y dado que una de las asociaciones, La Unión Zaragozana de Venta Ambulante, UZVA, se encuentra integrada en la Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos de Aragón, UPTA, y esta a su vez en la primera central sindical de la región, La Unión General de Trabajadores, UGT, el ayuntamiento accede a que sea UPTA la interlocutora, siempre y cuando, y mediante asamblea se otorgue la representatividad de todo el mercado, lo que consigue días mas tarde en el salón de actos de la Cámara de Comercio.

Comienzan las negociaciones para el traslado y se consigue que el Ayuntamiento acceda a habilitar un espacio dentro de la ciudad. Se consigue que el Ayuntamiento firme un acuerdo por el que considerará el traslado como temporal y que se comprometa a reubicar el mercado, bien en su espacio original, o bien en otro espacio mejor acondicionado.

Para potenciar la nueva ubicación, el ayuntamiento se compromete a:

- Incluir el Mercado como evento turístico en las guías de turismo de la ciudad.
- Doblar las frecuencias de los transportes urbanos los días de Mercado.
- Bonificar al 100% las cuotas de uso de espacio público mientras el mercado se encuentra en la ubicación actual.
- Financiar actos lúdicos los domingos que potencien la asistencia al mercado.

- Comenzar la búsqueda de espacios alternativos para reubicar el mercado.
- Proponer días extra de mercado.
- Modificar las Ordenanzas Municipales

Tras la intervención de UPTA con el Ayuntamiento se da salida a una situación de urgencia, entendiéndose que, aunque la solución no era la mejor, al menos satisfizo a un buen número de actores. Para el Ayuntamiento también supuso una experiencia positiva, ya que en un breve plazo de tiempo se llegó a un acuerdo, imposible de alcanzar meses antes.

No obstante, la ubicación no era la más adecuada. El espacio era irregular, más pequeño, y no presentaba igualdad de oportunidades para todos los vendedores, ya que algunos puestos eran difícilmente accesibles. Por otra parte los días de celebración del Mercado quedaban cerradas al tráfico una entrada, y una salida de la ciudad considerablemente importante, por lo que el movimiento vecinal comenzó sus reivindicaciones, apoyadas por algunos grupos políticos en la oposición.

Durante ese espacio de tiempo, aproximadamente dos años, se mantienen reuniones de trabajo al objeto de modificar las Ordenanzas Municipales de Venta Ambulante y de buscar un alojamiento permanente para el mercado, nuevamente y directamente con el sector, lo que vuelve a provocar la situación de falta de entendimiento producida por el número tan elevado de participantes en las reuniones, por lo que el Ayuntamiento vuelve a proponer la intervención de UPTA, como organización sindical y representativa del trabajo autónomo en las reuniones.

Es desde el seno de UPTA que se propone al Ayuntamiento la creación de una Junta de Mercado, cuyos miembros sean elegidos democráticamente, y así lo incorpora el Ayuntamiento en la modificación del Reglamento del Mercado existente desde 1996 con la aprobación de una Ordenanza Municipal en el año 2008.

Finalmente, y tras la celebración de la Exposición Internacional del 2008, se llega a firmar el mayor y mejor acuerdo para los profesionales del sector. Se trasladarán al recinto de la Expo, un lugar estratégico por su cercanía con la estación intermodal de tren de larga distancia, tren de cercanías y autobuses de línea regular, así como de transporte urbano, del que llegan a la zona más de 7 líneas procedentes de todos los puntos de la ciudad.

Hoy podemos decir que, el antiguamente denominado Mercado de la Romareda, es hoy uno de los más consolidados y probablemente rentables de España, con el número adecuado de puestos, una ubicación idónea, una Junta de Mercado que lo protege, y un reglamento adaptado a las peticiones que la Unión Europea dicta. Adjunto el Reglamento/Ordenanza Municipal como ejemplo de buenas prácticas.

- o *Reglamento Regulador del Mercado Ambulante de Zaragoza*

NORMATIVA MUNICIPAL

REGLAMENTO REGULADOR VENTA AMBULANTE

Aprobación	inicial por	Ayuntamiento	Pleno	el	30.11.2011
Publicado en	BOPZ	nº 284	de		13.12.2011
Aprobación	definitiva por	Ayuntamiento	Pleno	el	01.03.2012
Publicado nº 58 de	13.03.2012				

ANEXOS

Exposición de motivos

I

Por acuerdo plenario de 26 de julio de 1996 se aprobó definitivamente el Reglamento del Mercado de Venta Ambulante de Zaragoza.

Desde aquella fecha, diversos acontecimientos han incidido en la vida del Mercado, determinando cambios en la realidad objeto de la regulación que hacen necesaria la correspondiente adaptación del texto reglamentario.

Así, por una parte, las cuestiones derivadas del cambio de emplazamiento, desde el vigente en el momento de la aprobación del anterior reglamento en el entorno de La Romareda, el actual en el espacio correspondiente al estacionamiento sur de la Exposición Internacional Zaragoza 2008.

Por otra, la constitución y efectivo funcionamiento de la Junta del Mercado, que en su propio desarrollo ha evidenciado una serie de cuestiones que requieren de regulación específica.

En otro orden de cosas, se han producido también importantes modificaciones en la normativa de ámbito estatal y autonómico, que inciden en la materia de la venta ambulante, y hacen necesaria la acomodación de la norma reglamentaria municipal. Muy en particular, ha de citarse la incidencia de la Directiva 2006/123/CE, del Parlamento Europeo, y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior, cuya trasposición al derecho interno ha indicado, entre otras, la modificación de aspectos del régimen de la venta ambulante o no sedentaria.

II

El texto del Reglamento se compone de cinco títulos, con un total de veintinueve artículos, más una disposición transitoria, una derogatoria y una final.

El título I contiene las normas generales, y en él se han incorporado las modificaciones relativas al cambio de emplazamiento, incluida la propia denominación del Mercado y el número de puestos de venta.

El título II, sobre el desarrollo de las actividades, incorpora mejoras y actualizaciones de detalle.

El título III, relativo a las autorizaciones, presenta novedades importantes resultado de la necesaria adaptación a las disposiciones derivadas de la citada Directiva 2006/123/CE.

En particular, se asume la transmisibilidad de las autorizaciones, su plazo de vigencia determinado en función de la amortización de las inversiones y de la remuneración justa de los capitales, que se fija con carácter general en diez años, así como, de acuerdo con la lógica de la nueva regulación, el sistema basado en la reducción de los controles administrativos "a priori", y su sustitución por la declaración responsable del interesado y posterior comprobación administrativa.

El título IV, de la administración del recinto, desarrolla de forma profusa el régimen de la Junta del Mercado, incluyendo la regulación de las cuestiones que, en su funcionamiento práctico, se han revelado de necesaria clasificación, tales como las causas de cese y la sustitución de los miembros, duración del mandato, funciones de la Presidencia y Secretaría, entre otras.

El título V, sobre faltas y sanciones, además de su necesaria adaptación a los propios cambios en la regulación material, incorpora la posibilidad de reconocimiento voluntario de responsabilidad con reducción de la sanción, en orden a la agilidad y eficacia de los procedimientos.

La disposición transitoria única da solución a la incidencia del cambio normativo respecto de las autorizaciones actuales, al transformarlas automáticamente en autorizaciones nuevas, por plazo de quince años.

La disposición derogatoria única deroga el Reglamento aprobado por acuerdo de 26 de julio de 1996, y, por último, la disposición final establece la entrada en vigor a los quince días de la publicación en el BOPZ.

TITULO I

Capítulo I: Normas generales

Artículo 1. Objeto.

- 1. El presente Reglamento tiene como finalidad establecer el régimen jurídico al que queda sometida la actividad de venta ambulante, desarrollada bajo la fórmula de mercado periódico en el término municipal de Zaragoza, mediante la fijación de los requisitos necesarios para su ejercicio, las condiciones de su desarrollo, el régimen y funciones de la Administración y de la Junta del Mercado así como la determinación del régimen sancionador aplicable por el

incumplimiento de sus prescripciones, todo ello de conformidad con lo establecido en la normativa reguladora de la actividad comercial en Aragón.

- *2. La utilización del dominio público que representa, se regirá por la normativa vigente en la materia. A tal respecto, se califica el uso como privativo normal, al no requerir instalaciones fijas o permanentes y por cuanto el terreno está expresamente destinado para dicha finalidad, quedando en consecuencia la utilización sometida a licencia cuyo otorgamiento corresponde realizar a este Ayuntamiento.*

Art. 2. Emplazamiento.

El emplazamiento de la actividad será el que se indica en el plano adjunto como anexo I al presente Reglamento. Sin perjuicio de ello, el Gobierno de Zaragoza conserva la facultad de variar dicho emplazamiento de forma provisional o definitiva cuando razones de utilidad pública o interés general así lo aconsejen, sin que, en ningún caso, se genere derecho a indemnización de daños o perjuicios a los titulares de puestos afectados. El acuerdo de traslado requerirá de forma preceptiva informe previo de la Junta del Mercado.

Capítulo II: Naturaleza y carácter de la venta ambulante

Art. 3. Régimen jurídico.

- *1. La actividad comercial desarrollada en el mercado de venta ambulante se regirá por este Reglamento y, en lo no previsto en él, por las ordenanzas reguladoras del ejercicio de actividades comerciales en terrenos públicos vigentes en el término municipal de Zaragoza y por lo dispuesto en la normativa reguladora de la venta ambulante y de la actividad comercial de Aragón, sin perjuicio de la que resulte de aplicación en razón de la protección y defensa de consumidores y usuarios.*
- *2. El antiguo mercado del venta ambulante de "La Romareda", pasa a denominarse "Mercado de Venta Ambulante de Zaragoza", en el que se ejerce actividad comercial de carácter minorista realizada fuera de establecimiento comercial permanente, con empleo de instalaciones móviles. El número de puestos del Mercado de Venta Ambulante de Zaragoza queda fijado en 453. Dicho número máximo podrá ser modificado por acuerdo del órgano municipal competente.*
- *3. Los titulares de las autorizaciones de venta se someten plenamente a la mencionada normativa, al presente Reglamento, así como a cuantas disposiciones o resoluciones sean de aplicación, según lo anteriormente dispuesto.*

TITULO II: DEL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES

Art. 4. Artículos objeto de venta.

- *1. Podrán ser objeto de venta en el Mercado de Venta Ambulante de Zaragoza toda clase de artículos nuevos.*
- *2. Como excepción, no se permite la venta de productos alimenticios o comestibles de cualquier clase y cualquiera que sea la forma de venta (naturales, envasados, enlatados, frescos, congelados, etc.). Se permitirá, sin embargo, la instalación de hasta seis puestos para la venta de frutos secos, que habrán de*

cumplir los requisitos higiénico-sanitarios que para su apertura y funcionamiento establecen las disposiciones vigentes, y disponer de las autorizaciones precisas para ello. Queda igualmente prohibida la venta de animales. El Ayuntamiento podrá no obstante autorizar la venta de otros artículos u otras actividades y establecer las condiciones para ello, de conformidad con la legislación vigente.

- *3. Está en todo caso prohibida la venta de artículos usados.*

Art. 5. De las instalaciones.

- *1. No se permitirá en el recinto ni en sus inmediaciones ningún tipo de venta ambulante fuera de los puestos. Sin perjuicio de lo establecido en el artículo 2º de este Reglamento, la disposición de los puestos solo podrá variarse durante la vigencia de las autorizaciones por resolución expresa del órgano competente. La distribución y metros concretos, así como la asignación de los mismos por especialidades, cuando proceda, será la recogida en el anexo I del presente texto.*
- *2. En ningún caso podrá ocuparse, ni con la estructura de los puestos ni con eventuales elementos accesorios u ornamentales, altura superior a tres metros o que afecte a ramas de árboles, cables, objetos o elementos que vuelen sobre los puestos.*
- *3. Los puestos y sus instalaciones serán desmontables, quedando prohibida la colocación de cualquier elemento clavado en el suelo o con cualquier tipo de anclaje que pueda dañar el pavimento, o sujeto o apoyado en árboles, postes, farolas, muros, verjas u otras instalaciones existentes en el recinto.*
- *4. El Ayuntamiento, cuando lo juzgue oportuno, podrá disponer un modelo de puesto uniforme para todo el mercado, quedando obligados los titulares a su instalación en el plazo que se establezca.*
- *5. Queda prohibida terminantemente la venta "a barullo" en el suelo y desde vehículos. Podrá autorizarse, sin embargo, si se tratase de vehículos y remolques homologados para exposición y ventas.*
- *6. Las dimensiones de los puestos en el Mercado de Venta Ambulante serán de seis y de ocho metros de frente con tres metros de fondo. Contarán con un espacio anexo de aparcamiento con los mismos metros lineales de fachada y dos metros y medio de fondo máximo.*

Art. 6. Días de venta y horarios.

1. Los días de celebración del Mercado de Venta Ambulante serán los miércoles y domingos de cada semana.

2. El horario de venta será:

- *Los miércoles de 10:00 a 13:30 horas, y los domingos y miércoles que coincidan con festivos de 10:00 a 14:30.*
- *Cuando sea necesaria la celebración en día diferente a los establecidos, en compensación por imposibilidad de ejercicio por motivos imprevistos o de fuerza mayor, la actividad se desarrollará de 10:00 a 14:30 horas.*
- *La instalación de los puestos y descarga de mercancías se realizará entre las 7:30 y las 9:45 horas, prohibiéndose a partir de esta hora efectuar tales operaciones. El desmontaje de los puestos se realizará en todo caso antes de las*

16:30 horas, momento en el que la zona ocupada deberá quedar completamente libre y expedita.

3. No obstante lo dispuesto en los apartados anteriores, por resolución del órgano municipal competente podrán fijarse horarios diferentes a los establecidos cuando circunstancias de interés público así lo aconsejen.

4. El acceso de vehículos al recinto y permanencia en el mismo solamente podrá efectuarse durante el horario de montaje y descarga de mercancías, así como el de desmontaje de los puestos, prohibiéndose terminantemente el acceso en horas distintas —incluidas las de venta—, salvo que por inclemencias del tiempo fuera aconsejable suspender la celebración del mercado y así lo decidieran los administradores, en cuyo caso la retirada de los puestos podrá realizarse antes de dicho horario. Se prohíbe en los mismos términos el paso de vehículos cuya masa máxima autorizada sea superior a 3.500 kilos. Deberán observarse en todo momento las indicaciones que se efectúen por los administradores del mercado y agentes de la Policía Local, a fin de no entorpecer el paso de otros vehículos ni la instalación de los puestos.

5. Excepto en el caso de suspensión de la celebración del mercado, la retirada de puestos antes del cierre, que deberá, en su caso, ser autorizada por los administradores, se realizará retirando todos los elementos, instalaciones y productos, a mano, sin que se permita el acceso de vehículos.

Art. 7. Retirada de residuos y embalajes.

Cada puesto deberá estar dotado de un recipiente donde se depositen los residuos, embalajes y basuras que puedan producirse, prohibiéndose terminantemente depositarlos fuera de los mismos. Una vez llenos o al finalizar la jornada se depositarán tales residuos en los contenedores generales instalados al efecto.

TITULO III: DE LAS AUTORIZACIONES

Capítulo I: De las autorizaciones

Art. 8. Vigencia y revocación de autorizaciones.

- 1. La vigencia de las autorizaciones de venta, en atención al periodo razonable de amortización de las inversiones necesarias para el desarrollo de la actividad y la remuneración justa de los capitales, será de diez años. No obstante, cuando la entidad de las inversiones realizadas por los vendedores así lo justifique, podrán otorgarse licencias con un plazo de vigencia mayor que resulte adecuado para la debida amortización de las mismas
- 2. Sin perjuicio de ello, las autorizaciones podrán ser revocadas unilateralmente por el Ayuntamiento en cualquier momento por razones de interés público, sin generar derecho a indemnización, cuando resulten incompatibles con las condiciones generales aprobadas con posterioridad, impidan su utilización para actividades de mayor interés público o menoscaben el uso general. No obstante, en el caso de revocación debida a la aparición de circunstancias sobrevenidas, sin culpa del titular, y si se hubieran efectuado por éste o a su cargo

inversiones que hubieren de revertir al dominio público, el titular de la licencia tendrá derecho a ser indemnizado en los términos legalmente establecidos. Igualmente podrá decretarse la suspensión temporal del ejercicio que comportan cuando, por razones de obras en la vía pública o en los servicios, tráfico u otras causas de interés público, convenga a la realización de las mismas. En estos casos, podrán recuperarse los días de suspensión en otras fechas que determine el Ayuntamiento.

Art. 9. Requisitos.

- 1. No se podrá ser titular de más de una autorización para un puesto.
- 2. Solamente podrán ser titulares de autorización las personas físicas que reúnan los requisitos siguientes:
 - a) Ser mayor de edad. Podrá no obstante ser titular de licencia persona menor de dieciocho años en los casos en que así lo permita la normativa aplicable.
 - b) No estar incurso en ninguno de los casos de incapacidad o incompatibilidad establecidos por la ley.
 - c) Tratándose de extranjeros, estar en posesión de los correspondientes permisos de residencia y de trabajo por cuenta propia, o por cuenta ajena en caso de miembros de sociedades cooperativas.
 - d) No ser titular de ninguna otra licencia para ejercer la venta ambulante en la modalidad de mercado periódico, otorgada por el Ayuntamiento de Zaragoza.
 - e) Encontrarse al corriente del pago de las tasas por la utilización privativa del dominio público consistente en la instalación del puesto de venta ambulante en el Mercado. Todo ello sin perjuicio del cumplimiento de las obligaciones establecidas en la normativa tributaria y de Seguridad Social vigente y demás de aplicación. La pérdida de cualquiera de tales requisitos durante la vigencia de la autorización dará lugar a la revocación de la misma.

Art. 10. Procedimiento de adjudicación.

- 1. Corresponde al Ayuntamiento convocar la adjudicación de las autorizaciones cuando existan puestos vacantes. La adjudicación de los puestos se realizará, previo procedimiento de licitación entre todas aquellas solicitudes de personas físicas que reúnan los requisitos exigidos en este Reglamento y que se presenten dentro del plazo que se señale para ello. La convocatoria se efectuará por acuerdo del órgano municipal competente, y determinará el número de autorizaciones objeto de la misma y sus características, así como el procedimiento de selección, el cual deberá en todo caso basarse en requisitos objetivos, no discriminatorios, claros y proporcionados. Cuando no sea posible o procedente la fijación de tales criterios, la adjudicación se efectuará mediante sorteo. La convocatoria podrá asimismo establecer requisitos de solvencia técnica y económica para la admisión de las solicitudes. Para la acreditación de la solvencia técnica se exigirá una determinada experiencia en la actividad de la venta ambulante y la disponibilidad de medios adecuados, pudiendo establecerse asimismo la posesión de distintivos o certificados de calidad u otros medios adecuados. La solvencia económica se podrá acreditar a través de los medios generalmente admitidos, de acuerdo con las disposiciones vigentes.

- 2. La solicitud de puestos se formulará por modelo de instancia en la que se hará constar:
 - a) Nombre, apellidos, edad del solicitante y documento nacional de identidad o, tratándose de extranjeros, el número de identificación de extranjeros.
 - b) Domicilio del peticionario
 - c) Productos o artículos que desea vender.A la instancia deberá acompañarse la documentación que la convocatoria exija para acreditar la solvencia técnica y económica, en su caso.
- 3. Deberá aportar asimismo declaración responsable en la que manifieste, al menos:
 - a) El cumplimiento de los requisitos establecidos.
 - b) Estar en posesión de la documentación que así lo acredite a partir del inicio de la actividad.
 - c) Mantener su cumplimiento durante el plazo de vigencia de la autorización.
- 4. El contenido de la declaración responsable comprenderá, además, los siguientes extremos:
 - a) Estar dado de alta en el epígrafe correspondiente del impuesto de actividades económicas y estar al corriente en el pago de la tarifa o, en caso de estar exentos, estar dado de alta en el censo de obligados tributarios.
 - b) Estar al corriente en el pago de las cotizaciones de la Seguridad Social.
 - c) Los prestadores procedentes de terceros países deberán acreditar el cumplimiento de las obligaciones establecidas en la legislación vigente en materia de autorizaciones de residencia y trabajo.
 - d) Reunir las condiciones exigidas por la normativa reguladora del producto o productos objeto de la venta ambulante o no sedentaria.
 - e) Haber contratado un seguro de responsabilidad civil que cubra los riesgos derivados de la actividad comercial desempeñada.
- 5. Si la solicitud de iniciación no reúne los requisitos exigidos en el punto anterior, se requerirá al interesado para que en un plazo de diez días subsane la falta o acompañe los documentos preceptivos, con indicación de que si así no lo hiciera se le tendrá por desistido de su petición, archivándose sin más trámite. Únicamente serán admitidas al procedimiento selectivo las solicitudes que reúnan los requisitos exigidos en los apartados anteriores, y que acrediten la solvencia técnica y económica requerida, en su caso.
- 6. Hecha la adjudicación, en el plazo de quince días y, en todo caso, antes de iniciar la actividad, el titular del puesto deberá presentar, a su elección, documento justificativo de estar dado de alta en el impuesto de actividades económicas con eficacia para ejercer en Zaragoza, a título personal o de la cooperativa de la que sea socio (en este caso, deberá acreditar además su pertenencia actual a la cooperativa), o bien documento autorizando a la administración municipal para que obtenga de la agencia tributaria los datos necesarios para verificar su cumplimiento.
- 7. No será exigible acreditación documental de otros requisitos detallados en la declaración responsable, sin perjuicio de las facultades de comprobación que podrá ejercer el Ayuntamiento.
- 8. El Ayuntamiento efectuará las comprobaciones que resulten oportunas para verificar el cumplimiento por parte de los titulares de las licencias de todas las

condiciones a que se refiere el presente artículo, así como de las relativas al pago de la tasa derivada de la actividad en el mercado. Si de la comprobación resulta el incumplimiento de tales condiciones, se producirán las consecuencias revocatorias previstas en el art. 25 de este Reglamento.

Art. 11. Registro de vendedores.

- *1. El Ayuntamiento creará un registro de los titulares de las autorizaciones de venta en el Mercado.*
- *2. La inscripción en el registro se efectuará en el momento del otorgamiento de la autorización, o en el de la transmisión, partiendo de los datos contenidos en la declaración responsable.*
- *3. La inscripción en el registro no tiene carácter habilitante para el ejercicio de la venta, siendo únicamente la titularidad de la autorización el título habilitante válido para ello.*
- *4. Se creará también un registro de los dependientes o colaboradores, con indicación del titular de autorización para el que trabajan.*
- *5. Los datos contenidos en los registros se actualizarán de oficio.*

Art. 12. Transmisión de las autorizaciones de venta.

La autorización será transmisible previa comunicación al Ayuntamiento, que podrá comprobar e inspeccionar, en todo momento, los hechos, actividades, transmisiones y demás circunstancias de la autorización concedida, así como el cumplimiento por parte del nuevo titular de las condiciones exigidas, todo ello sin perjuicio de la posibilidad de notificar, en su caso, a los órganos autonómicos de defensa de la competencia los hechos de los que tenga conocimiento en el ejercicio de sus funciones que puedan constituir infracción a la legislación de defensa de la competencia.

El nuevo titular deberá presentar la declaración responsable a que se refiere el art. 10.3.

Art. 13. Auxiliares.

- *1. Los titulares de los puestos del Mercado Ambulante de Zaragoza podrán ser auxiliados o, en su caso, sustituidos de forma ocasional, en el desarrollo de la actividad por hasta un máximo de cuatro dependientes, colaboradores o personas con las que tengan una relación de parentesco hasta el segundo grado de consanguinidad o afinidad (cónyuge, padre/madre, hijo/hija, hermano/hermana); tales relaciones se tendrán en cuenta siempre respecto del titular de la licencia.*
- *2. A efectos de control administrativo, dichos auxiliares deberán estar inscritos en el Registro que llevará al efecto la Administración del Mercado, previa acreditación de los requisitos y estarán provistos de tarjeta con fotografía que les acredite como tales.*
- *3. Lo dispuesto en el presente artículo se entiende sin perjuicio del cumplimiento de las disposiciones de la normativa vigente en materia laboral y de Seguridad Social.*

Capítulo II: Derechos, obligaciones y prohibiciones de los titulares de los puestos

Art. 14. Obligatoriedad del ejercicio de la actividad de venta.

- 1. Los titulares de los puestos tienen la obligación de ejercer la venta en los mismos todos los domingos en que se celebre el mercado, conforme a lo dispuesto en el título V de este Reglamento. La falta de asistencia al mercado los miércoles no será objeto de sanción.
- 2. El titular del puesto deberá comunicar a la Administración el disfrute de vacaciones, con expresión del período que desee disfrutar. La ausencia en la actividad no superará el mes de duración. Durante dicho período el puesto permanecerá vacante y sin actividad. No obstante, y en los puestos del Mercado Ambulante de Zaragoza, durante el periodo vacacional del titular se permitirá que ejerza la actividad uno de los dependientes acreditados.
- 3. La ausencia del titular por causas de fuerza mayor, deberá ponerse en conocimiento del administrador. Cuando la ausencia del mercado no exceda de un día se admitirá la comunicación verbal. En caso de que se precisen más días, deberá manifestarse por escrito con expresión y acreditación de la causa que la motive.

Art. 15. Puestos vacantes.

Sin perjuicio de lo establecido en el artículo 14.2, los puestos que no sean ocupados los días de celebración del mercado por ausencia de su titular, deberán quedar vacantes, no permitiéndose la instalación a otros vendedores ni la ampliación de los puestos próximos o colindantes.

No obstante, la Administración del Mercado podrá, a su criterio, autorizar la instalación de vendedores en puestos distintos de los que corresponden a las licencias de las que son titulares, cuando, como consecuencia de haberse producido un número elevado de ausencias en determinados días, resulte conveniente la agrupación de los puestos montados a fin de evitar una excesiva dispersión y para mejorar el funcionamiento comercial del mercado.

Art. 16. Obligaciones de los titulares de las autorizaciones.

Serán obligaciones de los titulares:

- a) Cumplir y hacer cumplir a quienes de ellos dependan las presentes normas y cuantas disposiciones y órdenes les afecten, tanto referidas a las instalaciones como a los productos que vendan, así como acatar las disposiciones de la Administración del Mercado y de los agentes de la Policía Local.
- b) Ejercer personalmente la actividad y tener debidamente acreditados a los dependientes o colaboradores, en su caso, en los términos establecidos en este Reglamento.
- c) Los puestos que expendan productos al peso o medida deberán disponer de cuantos instrumentos sean necesarios para su medición o peso. Tales instrumentos de peso o medida estarán debidamente legalizados y serán necesariamente del sistema decimal.
- d) Encontrarse de alta en el impuesto de actividades económicas, inscritos en el Registro General de Empresarios de la Diputación General de Aragón y afiliados en la Seguridad Social.

- e) Estar al corriente de pago de las tasas municipales derivadas de su actividad en el mercado.
- f) Tener a disposición y exhibir cuando fueran requeridos por el administrador o por los agentes de la Policía Local el último recibo de pago de la tasa municipal por ejercicio de la actividad, el certificado de pesas y medidas y la inscripción en el Registro General de Empresarios y demás que exijan las disposiciones vigentes.
- g) Tener en el puesto y exhibir cuando fueren requeridos para ello por la autoridad competente los justificantes o facturas de procedencia de los artículos que vendan, a nombre del titular.
- h) Tener expuestos en forma visible para el público la acreditación del titular y de los dependientes del puesto, en su caso, el documento en que conste la correspondiente autorización municipal, así como una dirección para la recepción de las posibles reclamaciones.
- i) El montaje, desmontaje y mantenimiento de los puestos en las debidas condiciones de seguridad y limpieza; así como la evacuación de los residuos depositándolos en el recipiente a que se refiere el artículo 7 y, una vez lleno este, y al final de la jornada, en los contenedores dispuestos al efecto, dejando el espacio ocupado por el puesto en perfecto estado de limpieza a la finalización del desmontaje.
- j) Responder de los daños y perjuicios que puedan originarse con las instalaciones y elementos de su pertenencia.
- k) Cumplir todas las obligaciones y prescripciones de la normativa aplicable.

Art. 17. Prohibiciones.

Además de las contenidas en las anteriores normas, se prohíbe en el recinto:

- a) Vender artículos usados o productos no autorizados, en general.
- b) Producir ruidos, proferir voces o gritos y el uso de altavoces.
- c) La tenencia de animales.
- d) Extender instalaciones o artículos fuera de los límites del puesto.
- e) Instalar elementos que entorpezcan la colocación de los demás puestos o que puedan molestar o dificultar el tránsito por el recinto.
- f) Encender fuego.
- g) Abandonar los embalajes y residuos procedentes del ejercicio de la actividad fuera de los contenedores instalados a tal efecto.
- h) Usar el espacio anexo de aparcamiento como zona de venta o de exposición, ya que representaría un aumento de la zona comercial autorizada.

TITULO IV: DE LA ADMINISTRACIÓN DEL MERCADO

Capítulo I: De los administradores

Art. 18. Nombramiento y funciones.

1. Los administradores del Mercado serán designados por el Ayuntamiento, de acuerdo con la normativa vigente en materia de personal.

2. Serán funciones de la Administración:

- a) Velar por el cumplimiento de las presentes normas, así como de cuantas disposiciones sean de aplicación, órdenes y resoluciones municipales.
- b) Llevar el registro de titulares de los puestos y de los dependientes.
- c) Resolver las incidencias que se produzcan en el desarrollo de la actividad del mercado y de sus instalaciones, y comunicarlas a la autoridad competente.
- d) Velar por el buen orden del mercado, recabando, en caso necesario, el auxilio de la Policía Local para denunciar las infracciones que se cometan.
- e) Llevar la anotación de puestos no ocupados.
- f) Custodiar y tener a disposición del público y de los titulares de las autorizaciones de venta un libro de reclamaciones para anotación de las que se formulen.
- g) Dar cuenta a la Delegación de Mercados de cuantas incidencias se produzcan en el desenvolvimiento del mercado, levantando las actas y redactando los informes que sean necesarios.
- h) Desempeñar la función de representante municipal ante el personal de las empresas contratistas que prestan servicio en el mercado.
- i) Y cuantas cuestiones que concernientes a los trámites administrativos derivados del presente Reglamento, les sean objeto de encomienda siempre que correspondan al ámbito de su competencia.

Capítulo II: De la Junta del mercado de venta ambulante

Art. 19. Naturaleza y objeto.

- 1. La Junta del mercado Ambulante es un órgano consultivo, cuya finalidad y objetivo es facilitar la participación de los vendedores en la gestión del mercado, sirviendo de canal para la exposición de las necesidades y aspiraciones de los comerciantes ante la administración municipal, y permitiendo la acción coordinada de ambos en beneficio del mejor funcionamiento del Mercado.
- 2. La Junta del Mercado Ambulante se regirá por lo dispuesto en el presente Reglamento y, en lo no previsto en él, por las normas generales reguladoras del funcionamiento y formación de la voluntad de los órganos colegiados.

Art. 20. Composición.

1. La Junta del Mercado de Venta Ambulante estará compuesta por:

- a) Concejal delegado de Mercados del Ayuntamiento de Zaragoza, a quien corresponderá la Presidencia.
- b) El jefe del Departamento de Servicios Públicos.
- c) Jefe del Servicio de Servicios Públicos.
- d) Dos administradores del mercado.
- e) Cinco representantes de los titulares de las autorizaciones de venta, elegidos democráticamente entre ellos por un período de cuatro años. El Jefe de la Unidad de Dominio Público ejercerá como secretario con voz pero sin voto.

2. La elección de los miembros de la Junta en representación de los vendedores se sujetará a las siguientes normas:

- *Cualquier titular podrá ser elector y elegible.*
- *Cada candidato podrá presentar hasta cuatro suplentes, que lo sustituirán en los términos del apartado 4 siguiente.*
- *Se seguirá un procedimiento de sufragio libre, directo y secreto.*
- *Cada elector podrá votar como máximo a tres candidatos.*
- *Los resultados del escrutinio se harán públicos por el Ayuntamiento, procediéndose posteriormente por decreto del órgano competente al nombramiento de los cinco candidatos más votados.*
- *Transcurridos cuatro años desde las elecciones anteriores, se procederá a la convocatoria de las nuevas, para la renovación de los miembros en representación de los vendedores. Ello no obstante, si como consecuencia de ceses de estos miembros, y a pesar de los mecanismos de sustitución establecidos en el apartado 4 de este artículo, quedaran sin cubrir dos o más de los cinco miembros en representación de los vendedores, el Ayuntamiento podrá acordar la convocatoria anticipada de nuevas elecciones.*

3. Los miembros de la Junta cesarán por las siguientes causas:

- *a) Fallecimiento.*
- *b) Pérdida sobrevenida de los requisitos exigidos, entre ellos la condición de titular de licencia de venta en el Mercado, por lo que se refiere a los miembros en representación de los vendedores, o el cese en el cargo que determina la condición de miembro de la Junta, en el caso de los representantes municipales.*
- *c) Anulación de la elección o de la proclamación como miembro por sentencia judicial firme.*
- *d) Declaración de incapacidad o inhabilitación por sentencia judicial firme.*
- *e) Renuncia formulada ante la Presidencia de la Junta.*
- *f) Convocatoria de nuevas elecciones, en el caso de los miembros en representación de los vendedores.*

4. Los miembros cesantes serán sustituidos del siguiente modo:

- *a) Los miembros en representación del Ayuntamiento, de acuerdo con lo establecido en la normativa reguladora de la organización municipal y de la función pública, según el caso.*
- *b) Los representantes de los vendedores, por el candidato que figura en su candidatura como suplente, en su caso. De no existir suplente, por no haberse incluido en la candidatura, o por haberse agotado el o los suplentes incluidos, a causa de anteriores sustituciones, la vacante será cubierta por el siguiente candidato más votado en las elecciones. En ambos casos, será condición imprescindible reunir los requisitos exigidos para ser miembro.*

5. En caso de imposibilidad de asistencia a la sesión, los miembros podrán ser sustituidos:

- a) Los representantes del Ayuntamiento, en el modo previsto en las normas aplicables para la sustitución en sus respectivos cargos o puestos de trabajo.
- b) Los representantes de los vendedores, mediante delegación en favor de sus suplentes respectivos, si existen, o de cualquier otro miembro en representación de los vendedores asistente a la sesión. La delegación deberá formalizarse ante la Secretaría de la Junta en cualquier momento anterior al inicio de la sesión.

Art. 21. Régimen de sesiones.

- 1. Las sesiones de la Junta serán ordinarias y extraordinarias. Las ordinarias se celebrarán dos veces al año. y las extraordinarias, previa convocatoria por la Presidencia, de oficio o a solicitud por escrito de una tercera parte de sus miembros.
- 2. La convocatoria para las sesiones ordinarias se hará por la Presidencia con una antelación de siete días naturales, e irá acompañada del orden del día y, si procede, de la documentación correspondiente. Para las sesiones extraordinarias la antelación mínima de convocatoria será de cuarenta y ocho horas. La convocatoria podrá cursarse por correo ordinario, correo electrónico o mediante fax.
- 3. La Junta se considerará válidamente constituida cuando asista la mayoría absoluta del número legal de sus miembros en primera convocatoria. Si en primera convocatoria no existiera el quórum necesario, según lo expuesto en el párrafo anterior, se entenderá convocada la sesión, automáticamente, quince minutos después, siendo válida su constitución en segunda convocatoria cualquiera que sea el número de los asistentes. Tanto en primera como en segunda convocatoria se requiere la asistencia del presidente y del secretario o de quien legalmente les sustituya.

Art. 22. De la adopción de acuerdos.

- 1. Los acuerdos del Junta del Mercado Ambulante tendrán el carácter de informe o consulta, y no serán vinculantes para los órganos de gobierno municipal. La Junta no podrá en ningún caso adoptar acuerdos con carácter resolutorio. Sus funciones vendrán referidas a cuantas materias afecten al funcionamiento del mercado.
- 2. Los acuerdos de la Junta se adoptarán por mayoría simple de los asistentes; en caso de empate decidirá el voto de calidad del presidente.
- 3. Por el carácter consultivo de la Junta los miembros podrán aportar votos particulares.
- 4. Los acuerdos se documentarán mediante su constancia en la propia acta de la sesión, sin perjuicio de la posibilidad de emisión de certificación individual.

Art. 23. De la Presidencia de la Junta.

1. Corresponde la presidencia del Junta al concejal delegado de Mercados.

2. Son funciones de la Presidencia:

- a) Presidir y coordinar la actuación del Junta.
- b) Establecer el orden del día, convocar, presidir y moderar las reuniones.
- c) Velar por el cumplimiento de los fines propios del Junta y de la adecuación de su actuación a lo dispuesto en la normativa vigente.
- d) Representar a la Junta en aquello que se estime necesario.

3. El presidente podrá crear vicepresidencias, hasta un máximo de tres, que lo suplirán, en caso de vacante, enfermedad o ausencia, y podrán asumir el ejercicio de sus funciones por delegación. Podrá ser nombrado vicepresidente cualquier persona, sea o no vocal de la Junta. En caso de no serlo, la vicepresidencia atribuye la condición de miembro de la Junta a todos los efectos, con voz y voto.

Art. 24. De la Secretaría de la Junta.

1. Asumirá la Secretaría del Junta del Mercado de Venta Ambulante el jefe de la Unidad de Dominio Público del Servicio Jurídico de Servicios Públicos.

2. Son funciones del secretario:

- a) Cursar las convocatorias de las sesiones.
- b) Levantar el acta de las sesiones.
- c) Expedir certificaciones de los acuerdos adoptados.
- d) Custodiar el libro de actas.
- e) Expedir los instrumentos en los que se documenten las tomas de posesión, nombramientos, delegaciones y restantes actos jurídicos relativos a la Junta.

TITULO V: FALTAS Y SANCIONES

Capítulo I: Causas de revocación de la autorización de venta

Art. 25. Revocación de licencias.

1. Son causas por las que el Ayuntamiento podrá revocar las licencias:

- La cesión, traspaso, arrendamiento a un tercero de la actividad o la transferencia de la autorización de venta no comunicada previamente al Ayuntamiento.
- La falta de asistencia del titular de la autorización al mercado, en los términos establecidos en este Reglamento, que haya supuesto alguna de las dos situaciones siguientes:

2.1. Cuatro o más ausencias en domingos consecutivos, salvo causa justificada. Ocho o más ausencias en domingos alternos dentro de un semestre, salvo causa justificada. A estos efectos, se entenderá por semestre los periodos de 1 de enero a 30 de junio, y de 1 de julio a 31 de diciembre de cada año.

- El impago de las tasas derivadas de la actividad en el mercado.
- El incumplimiento sobrevenido de las condiciones exigidas para ser titular de licencia, según el art. 9.2 de este Reglamento, así como el incumplimiento de las obligaciones tributarias y de Seguridad Social.
- El reiterado incumplimiento de las obligaciones sanitarias que por razón de la actividad ejercida le afecten, así como aquellas infracciones de la normativa sectorial en cada caso aplicable que según las disposiciones de esta lleven aparejada la revocación de la licencia.

- *El reiterado incumplimiento de las obligaciones establecidas en el artículo 16 de este Reglamento.*

2.2. *En el procedimiento que se instruya al efecto deberá darse audiencia al interesado. Asimismo, con el consentimiento del interesado, se dará cuenta de las actuaciones a la Junta del Mercado.*

Capítulo II: Tipificación y calificación de las infracciones

Art. 26. Tipificación y calificación de las infracciones

1. Constituyen infracciones leves:

- *a) La desobediencia a las órdenes e instrucciones provenientes de la Administración del mercado cuando no perturben gravemente el funcionamiento de la actividad.*
- *b) El incumplimiento de obligaciones o la vulneración de prohibiciones cuando no constituyan infracción grave o muy grave o causa de revocación.*
- *c) Producir ruidos, proferir voces o gritos y el uso de altavoces.*

2. Constituyen infracciones graves:

- *a) Vender productos distintos de los autorizados.*
- *b) La tenencia de animales.*
- *c) Extender instalaciones o artículos fuera de los límites del puesto.*
- *d) Instalar elementos que entorpezcan la colocación de los demás puestos o que puedan molestar o dificultar el tránsito por el recinto.*
- *e) Encender fuego.*
- *f) Falta de respeto a los administradores del mercado. Se entenderá por tal toda conducta dirigida a la ofensa personal con la intención de obstaculizar o menoscabar su autoridad en el recinto y que por lo tanto vaya en perjuicio del correcto ejercicio de sus funciones. Si tal conducta estuviera dirigida contra los agentes de la Policía Local, resultará de aplicación la normativa estatal sobre seguridad ciudadana, sin perjuicio en cualquiera de los dos casos, de la posible concurrencia de ilícito penal.*
- *g) No tener o no exhibir los albaranes de procedencia, justificantes o facturas de los artículos que vendan, ello referido a las ventas que se realicen en el Mercado Ambulante de Zaragoza.*
- *h) No mantener el puesto en las debidas condiciones de seguridad y limpieza, no disponer recipiente para depositar los residuos, o no depositarlos en éste o en los contenedores facilitados al efecto por el ayuntamiento; abandonar en el puesto o sus inmediaciones, tras la retirada del mismo, residuos, embalajes u otros elementos; o, en general, no dejarlo en perfectas condiciones de limpieza.*
- *i) No tener visible la licencia municipal, acreditación del titular y de los dependientes del puesto, en su caso, o la dirección para reclamaciones, salvo que ello sea debido a causa de fuerza mayor que deberá estar en conocimiento de la Administración del Mercado.*
- *j) Usar el espacio anexo de aparcamiento como zona de venta y/o de exposición.*

- *k) El incumplimiento de las condiciones y horarios relativos al montaje y desmontaje de los puestos.*
- *l) La circulación de vehículos fuera de los horarios autorizados.*

3. Constituyen infracciones muy graves:

- *a) Ocasionar daños mediando dolo, culpa o negligencia, en el pavimento o en cualquiera de las instalaciones o elementos del recinto, sin perjuicio del obligado resarcimiento.*
- *b) Ocupar el titular de un puesto el lugar destinado a otro que se encuentre vacante por ausencia del titular u otras causas, salvo autorización de la Administración del Mercado.*
- *c) Tener dependientes sin el cumplimiento de los requisitos establecidos.*
- *d) Vender productos falsificados o de procedencia ilícita, sin perjuicio de la responsabilidad penal en que se pudiera incurrir.*
- *e) No ejercer personalmente la actividad, sin perjuicio de la concurrencia de la causa de revocación de la autorización contenida en el artículo 25.*

Capítulo III: Sanciones

Art. 27. Sanciones.

1. Serán las siguientes:

- *A) Por faltas leves: Multa de hasta 60 euros*
- *B) Por faltas graves:*
 - *a) Multa de 61 a 150 euros.*
 - *b) Suspensión de licencia de hasta un mes y consecuentemente de cierre del puesto durante dicho período.*
- *C) Por faltas muy graves:*
 - *a) Multa de 151 a 300 euros.*
 - *b) Suspensión de hasta tres meses de la licencia y subsiguiente cierre del puesto.*

2. No obstante la responsabilidad exigible al titular del puesto, conforme a lo establecido en el apartado a) del artículo 16, en el supuesto de faltas imputables directamente a los colaboradores, éstos podrán ser sancionados conforme a lo establecido en el presente artículo.

3. En la imposición de la sanción, se guardará la debida adecuación entre la gravedad del hecho constitutivo de la infracción y la sanción aplicada, considerándose como criterios válidos para graduar la sanción a aplicar:

- *El grado de intencionalidad del infractor.*
- *La reiteración.*
- *La naturaleza del perjuicio causado.*
- *La reincidencia.*

4. Se admite el pago voluntario anticipado de la sanción, con anterioridad a la iniciación del procedimiento administrativo sancionador, en cuyo caso se aplicará una reducción del cincuenta por ciento en el importe de la sanción pecuniaria o en la duración de la suspensión que en cada caso proceda imponer.

Capítulo IV: Procedimiento Sancionador

Art. 28. Procedimiento.

- 1. La potestad sancionadora se ejercerá mediante el procedimiento establecido en el Reglamento de Procedimiento para el ejercicio de la potestad sancionadora de la Comunidad Autónoma de Aragón, aprobado por Decreto 28/2001, de 30 de enero, del Gobierno de Aragón.
- 2. Será competente para resolver el procedimiento el Gobierno de Zaragoza u órgano en quien delegue, si así se acuerda, según lo dispuesto en la Ley Reguladora de las Bases del Régimen Local.
- 3. En cualquier momento del procedimiento, los interesados tienen derecho a conocer su estado de tramitación y a acceder y obtener copias de los documentos contenidos en el mismo, así como a la adecuada observancia de los derechos que a dicho efecto tienen reconocidos por la legislación sobre procedimiento administrativo común. El acceso a los documentos que obren en los expedientes sancionadores ya concluidos, se regirá por lo dispuesto en las normas sobre procedimiento administrativo y de protección de datos de carácter personal.
- 4. Las infracciones y sanciones prescribirán conforme a lo dispuesto en la legislación sobre procedimiento administrativo común, en razón de su calificación como leves, graves o muy graves.
- 5. En aplicación de lo dispuesto en la normativa vigente, el plazo normativamente establecido para la resolución y notificación del procedimiento sancionador es de seis meses, transcurrido el cual se entenderá que ha incurrido en caducidad. A dicho efecto se entenderá que el día inicial para el cómputo del plazo referido es el correspondiente a la fecha del acuerdo de incoación adoptado por el órgano competente.

Art. 29. Medidas cautelares.

De conformidad con lo establecido en el artículo 136 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, sobre Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común; artículo 4 del Decreto 28/2001, de 30 de enero, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el Reglamento de procedimiento para el ejercicio de la potestad sancionadora, y artículo 68 de la Ley 9/1989, de 5 de octubre, de Ordenación de la Actividad Comercial de Aragón, las medidas que lleve a cabo Policía Local consistentes en la retirada de mercancías, elementos, medios, instrumentos u objetos en razón del ejercicio de actividades o ventas prohibidas, por causa de orden higiénico sanitario o por entrañar riesgo para el consumidor, revisten el carácter de medida provisional cuya ejecución se estima adecuada con la finalidad de impedir la continuidad de los efectos de la infracción y en la protección de los intereses públicos, siéndole de aplicación el régimen contenido al respecto en la legislación sobre procedimiento administrativo común.

Disposición transitoria única

Las licencias anuales existentes a la entrada en vigor de este Reglamento quedarán automáticamente convertidas en licencias con un plazo de vigencia de quince años, contados a partir del 1 de enero de 2012.

Disposición derogatoria

A la entrada en vigor del presente Reglamento queda derogado el Reglamento del Mercado de Venta Ambulante de Zaragoza, aprobado por el Excmo. Ayuntamiento Pleno el día 26 de julio de 1996.

Disposición final única

El presente Reglamento entrará en vigor a los quince días contados desde el siguiente a su publicación en el BOPZ.

✓ LECCIONES

A continuación se detalla todos los aspectos que favorecen y facilitan el desarrollo de sistemas de representatividad de los vendedores y las negociaciones con las administraciones públicas.

Es necesario que se produzca un entorno favorable en el que todos los actores se sientan identificados, representados e implicados para articular herramientas de dialogo que permitan que la toma de acuerdos llegue a buen fin.

Fomentar la unión de asociaciones para de esta manera fortalecer el sector e unificar voces.

Desarrollar acciones democráticas que permitan reconocer la capacidad de representación de las asociaciones.

Priorizar sobre las necesidades en las que se debe comenzar a negociar y secuenciar las políticas activas a desarrollar para suplir esas necesidades.

Es muy importante que las personas o entidades que vayan a intervenir en la negociación o sistema de representación sean flexibles para posibilitar adaptar las demandas y acciones a desarrollar a la situación real y actual del sector.

✓ ANEXOS.

- Encuesta anual de comercio año 2010. Instituto Nacional de Estadística – INE.
- Situación y perspectivas de la venta ambulante en la comunidad gitana. Ministerio de Sanidad y Política Social, dirección general de política social (Vicente Marbán Gallego y Gregorio Rodríguez Cabrero, 2008).

- Ley 27/2009, de 30 de diciembre, de medidas urgentes para el mantenimiento y el fomento del empleo y la protección de las personas desempleadas.
 - Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior. Directiva Bolkestein.
 - Ley 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista –LORCOMIN. Boletín Oficial del Estado-BOE.
 - Real Decreto 199/2010, de 26 de febrero de 2010, por el que se regula el ejercicio de la venta ambulante o no sedentaria. Boletín Oficial del Estado –BOE.
 - Ley 2/2010, de 13 de mayo, de Comercio de Castilla-La Mancha. [2010/8267]. Diario Oficial de Castilla la Mancha –DOCM.
 - Ley 5/2010, de 12 de julio, de medidas fiscales para el fomento de la actividad económica de la Comunidad de Madrid. BOE
 - Modelo Marco Ordenanza Municipal reguladora de la venta ambulante.
 - Web del Ayuntamiento de Lugo.
 - Acuerdo para el Fomento Económico y Social 2008-11 (AFES)
 - Normativa Municipal del Ayuntamiento de Zaragoza. Reglamento Regulator de la Venta Ambulante.
- ✓ BIBLIOGRAFÍA.
- Anuario Económico de España 2011. La Caixa
 - “La Venta no sedentaria en España”. Ministerio de Economía y Hacienda (MEH, 1999).
 - Encuesta anual de comercio año 2010. Instituto Nacional de Estadística – INE.
 - Situación y perspectivas de la venta ambulante en la comunidad gitana. Ministerio de Sanidad y Política Social, dirección general de política social (Vicente Marbán Gallego y Gregorio Rodríguez Cabrero, 2008).
 - La Constitución Española. BOE
 - Ley 27/2009, de 30 de diciembre, de medidas urgentes para el mantenimiento y el fomento del empleo y la protección de las personas desempleadas.
 - Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior. Directiva Bolkestein.

- Ley 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista –LORCOMIN. Boletín Oficial del Estado-BOE.
- Real Decreto 199/2010, de 26 de febrero de 2010, por el que se regula el ejercicio de la venta ambulante o no sedentaria. Boletín Oficial del Estado –BOE.
- Ley 2/2010, de 13 de mayo, de Comercio de Castilla-La Mancha. [2010/8267]. Diario Oficial de Castilla la Mancha –DOCM.
- Ley 5/2010, de 12 de julio, de medidas fiscales para el fomento de la actividad económica de la Comunidad de Madrid. BOE
- Modelo Marco Ordenanza Municipal reguladora de la venta ambulante de UPTA.
- Web del Ayuntamiento de Lugo.
- Acuerdo para el Fomento Económico y Social 2008-11 (AFES)
- Normativa Municipal del Ayuntamiento de Zaragoza. Reglamento Regulador de la Venta Ambulante.
- Real Decreto 1010/1985, de 5 de junio, por el que se regula el ejercicio de determinadas modalidades de venta fuera de un establecimiento comercial permanente.
- Plan de modernización y dinamización de los mercadillos de Madrid. Área de Gobierno de Economía y empleo del Ayuntamiento de Madrid.

✓ ENTREVISTAS REALIZADAS.

- Octavio Granado. Secretario de Estado de Seguridad Social 2004-2011.
- Teresa Sánchez de Armas. Directora Gral. De Comercio 2010-2011.
- César García Arnal. Secretario de Organización de la Asociación de Autónomos de Aragón. 2000-actualidad. Y Secretario de Política Sectorial de UPTA. 2005-actualidad.
- Nicolás Rodríguez García. Secretario General de AMTAS y de APRODECA.
- José Hernández Alvira. Presidente de APAVA.
- Jesús Carbonell. Presidente de la Plataforma para la Defensa de los derechos del Mercado en Zaragoza.
- Pedro Jato del Real. Concejal de Mercados del Ayuntamiento de Zaragoza. 2003-2007

*SISTEMAS DE REPRESENTACIÓN PARA LOS VENDEDORES AMBULANTES EN EL ÁMBITO
LOCAL - ESPAÑA*

- Antonio Becerril. Teniente de alcalde de Participación Ciudadana del Ayuntamiento de Zaragoza. 2007-actualidad.