

## Mercadillos como actividad laboral tradicional en el siglo XXI

Las organizaciones abajo firmantes manifiestan su posicionamiento ante la situación del comercio ambulante, como sector económico estratégico para la población gitana, entre otros, en el Estado Español que ya padecía problemas de carácter estructurales previo a la aparición del COVID-19 y que, de no tomar medidas rotundas y claras en torno al mismo, dejará al 75% de la población gitana en una situación de precariedad absoluta que puede transformar esta crisis sanitaria, en una de carácter humanitario. Debemos recordar que en España hay más de 3.500 mercadillos que se celebran cada semana y detrás de ellos, 40.000 autónomos y miles de familias viven de esta actividad económica.

### Antecedentes del comercio ambulante en España previo a la COVID-19

Nos remontamos a los años 80 del pasado siglo, en la *Recomendación 63 del Balance y Recomendaciones del informe Minoría y Escolaridad: el paradigma gitano, a la Comisión de las Comunidades Europeas* (Jean-Pierre Liégeois, 1986) se decía: “Recomendamos que se apliquen los medios necesarios para favorecer el mantenimiento y el desarrollo de las actividades económicas de los Gitanos que garanticen su dinamismo y autonomía, tales como cursos de formación adaptados a sus circunstancias o un estatuto general y no meramente excepcional para las actividades ambulantes equiparable en rango al reconocimiento de las actividades sedentarias.”

Hace ya 11 años, en el *La Situación y Perspectivas del Trabajo Autónomo, Especialmente la Venta Ambulante de la Población Gitana*<sup>1</sup>, (Ministerio de Sanidad y Políticas Sociales 2009) a instancias de las organizaciones pertenecientes en el Consejo Estatal del Pueblo Gitano (CEPG), ya decía lo siguiente: “Expertos y líderes sociales han coincidido en el diagnóstico de la situación de la venta ambulante, confirmada por el trabajo de campo, y en las medidas alternativas para su mejora. Entre ellas mencionar las siguientes: mejora de la imagen social del mercadillo (en este caso un objetivo a compartir con todos los vendedores ambulantes), profesionalización plena (capacidad gestora, asociacionismo profesional y no solo étnico, alianza con instituciones públicas y privadas, elevación del nivel de bancarización) y mejora de la competencia mediante la superación del minifundismo familiar en favor de redes multiétnicas profesionales”.

Dos años más tarde, con ocasión de la presentación del Marco Europeo de Estrategias Nacionales de Inclusión de los Rroma, el 5 de abril de 2011, la Vicepresidenta y Comisaria de Justicia de la Comisión Europea, Viviane Reding, declaraba que “Pese a las buenas intenciones de los políticos nacionales, el cambio experimentado en los últimos años en la vida de la mayoría de los Gitanos es insignificante. Los Estados miembros tienen la responsabilidad conjunta de poner fin a la exclusión de los Gitanos en las escuelas, el empleo, la asistencia sanitaria y la vivienda. Se trata de un reto muy serio. Por eso hemos fijado objetivos para la inclusión de los Gitanos y por eso necesitamos un claro compromiso de todas las capitales, regiones y ciudades de Europa para ponerlos en práctica. Ha llegado el momento de ir más allá de las buenas intenciones y de tomar medidas concretas”.

Posteriormente, en el documento *Venta Ambulante en Mercadillos Municipales de Pamplona/Iruña y Comarca. Una Aproximación al Caso y Situación de Inclusión Social de la Comunidad Gitana*<sup>2</sup> (UPNA 2013) se afirmaba: “Nos encontramos con un sector de la población que hasta ahora ha funcionado sin la necesidad de apoyos institucionales y que ha sabido sacar rédito del apoyo familiar. Es de esperar que, si la situación no se invierte a corto plazo, poco a poco este perfil se convierta en demandante de mayores ayudas institucionales en tanto, parafraseando a Teresa San Román, el último refugio de la población gitana puede desaparecer”.

Diferentes estudios, como el Informe FOESSA 2014<sup>3</sup> vienen detectando las tasas de riesgo de pobreza, en relación con la población mayoritaria general a porcentajes de 98 a 22. A estas enormes desigualdades hay que añadir las exiguas

<sup>1</sup> El documento se puede consultar en: [https://www.mscbs.gob.es/ssi/familiasInfancia/PoblacionGitana/docs/venta\\_ambulante.pdf](https://www.mscbs.gob.es/ssi/familiasInfancia/PoblacionGitana/docs/venta_ambulante.pdf)

<sup>2</sup> El documento está en el siguiente enlace: [https://academica-e.unavarra.es/bitstream/handle/2454/14643/80308\\_S%C3%A1nchez%20Salmer%C3%B3n%2C%20V%C3%ADctor.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://academica-e.unavarra.es/bitstream/handle/2454/14643/80308_S%C3%A1nchez%20Salmer%C3%B3n%2C%20V%C3%ADctor.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

<sup>3</sup> Consultar en el informe en: [https://www.foessa2014.es/informe/uploaded/descargas/VII\\_INFORME.pdf](https://www.foessa2014.es/informe/uploaded/descargas/VII_INFORME.pdf)

tasas de trabajo remunerado, y la escasa remuneración, cuando se ejercita el trabajo por cuenta propia casi como único recurso, prácticamente desaparecidos la mayor parte de nuestros oficios tradicionales por obsolescencia ante los avances tecnológicos o la extinción de su necesidad social.

Más recientemente, *El Estudio Comparado sobre la Situación de la Población Gitana en España en Relación al Empleo y la Pobreza 2018*<sup>4</sup> (FSG 2019) dice en su página 37: “La actividad en la que más personas gitanas se encuentran es la venta en mercadillos: casi una de cada tres personas trabaja en dicha actividad... la segunda actividad es la agricultura. Cabe destacar que las actividades que realizan la población gitana son principalmente trabajos manuales y poco cualificados, para los que no se requieren altos niveles educativos”.

A pesar de todo lo aquí enunciado, el tratamiento que recibe el comercio ambulante por parte de las administraciones públicas es lamentable, amén del desgaste económico y afectación de la crisis económica mundial.

Las consecuencias son cada vez más peligrosas y relegan a la población más joven a una pobreza absoluta. Las administraciones locales, no están dando nuevas licencias administrativas, lo que impide la libre ejecución del comercio, y la independencia familiar es una utopía. En esta línea, observamos comerciantes que se ven obligados a dividir y compartir su parcela con tres o cuatro de sus hijos. Esto conlleva un empobrecimiento progresivo de la unidad familiar extensa. La rentabilidad que podría sacar el cabeza de familia titular del derecho, se ve comprometida y duramente aminorada por la obligación como “padre de familia” de garantizar el sustento alimenticio de todos sus miembros.

Fruto de la investigación y estudio que hemos realizado y contrastado con los testimonios de comerciantes ambulantes y las asociaciones firmantes, distinguimos los siguientes ejes:

#### Aspectos económicos.

- Deslocalización de la producción de todos los productos nacionales a los de importación, facilitando unos precios que provocan competencia desleal cuando el ejecutor de la venta pretende aumentar los beneficios, acotando la ganancia de forma desmedida.
- Reducción de beneficios económicos debido a la multitud de nuevos agentes comerciales, proliferación de tiendas de Pronto Moda (El concepto de “pronto moda” puede definirse como un modelo de negocio que combina cuatro elementos: prendas de vestir de última moda destinadas sobre todo a personas menores de 40 años; precios asequibles en el rango medio-bajo; respuesta rápida y surtido dinámico). Esto ha actuado como un plagio del sistema tradicional del mercado. En esta línea, si existe una tienda con los mismos precios o parecidos a los del mercado, las personas están prefiriendo ir a las tiendas.
- Reducción de márgenes en los beneficios provocados por la competencia con otros actores que actúan en la venta online.
- Marcas y especialización del sector de venta, con clientes cada vez más interesados en el «branding» y las grandes marcas comerciales que crean tendencia, sobre todo en el sector textil y calzado de moda.
- La imagen marginal o delictual de los mercadillos. Existe una creencia en muchas personas que el mercadillo es un espacio de compra marginal con oferta poco especializada y productos de origen delictivo, pocos servicios y escasa diversificación de productos. La idea de la exclusividad no existe en los mercadillos. La imagen positiva de los mercadillos es prácticamente nula, y a esta imagen deplorable, se suman los posibles hurtos en las aglomeraciones de personas, ventas ilegales, piratería, etc.
- La pérdida de cuota de mercado, el efecto «outlet», que desarrollamos más adelante, que no permite que se encuentren ofertas atractivas como hace 10 años o más.
- La escasa inversión que hacen los ayuntamientos en estos mercados de comercio ambulante, a menudo sin servicios básicos y con escasas infraestructuras. Es necesario presionar a los ayuntamientos para que inviertan en esta infraestructura utilizada masivamente por la ciudadanía.

<sup>4</sup> El informe puede descargarse completo en: (autenticación de acceso requerida).

[https://gitanos.org/upload\\_priv/04/06/Estudio\\_empleo\\_poblacion\\_gitana\\_en\\_Espana\\_2018\\_fundacion\\_secretariado\\_gitano.pdf](https://gitanos.org/upload_priv/04/06/Estudio_empleo_poblacion_gitana_en_Espana_2018_fundacion_secretariado_gitano.pdf)

### Aspectos Sociales

- La frecuente deslocalización de los mercadillos a zonas no aptas para la ejecución de este. Terrenos en mal estado, socavones que suponen un grave peligro para las clientas, terrenos que llegan a ser verdaderos barrizales cuando llueve, suponiendo un peligro por la falta de higiene y un escenario indigno para cualquier ser humano.
- Los derechos fundamentales como trabajadores, casi nunca se cumplen: las condiciones son insalubres, no hay servicios públicos.
- El desplazamiento masivo de los mercados a zonas lejanas y mal conectadas, sin transporte público, no hace más que provocar la pérdida continua de clientes. Especialmente la población de edad más avanzada.
- La falta de unidad de los mismos comerciantes y entidades los hace más vulnerables ante las administraciones. Por lo tanto, la defensa de sus intereses está cada día más empobrecida frente a los nuevos gigantes económicos de las grandes superficies. Los nuevos modelos, los grandes centros comerciales, con prestigiosos diseños, ambiciosos por su dinamismo, por habilitar espacios de ocio, no sólo de venta, para toda la familia.
- La falta de expertos en esta materia, en las administraciones relega aún más al retraso económico y social de los mercados y al continuo empobrecimiento del sector.

### Aspectos Administrativos

- La carencia absoluta de personal cualificado en las administraciones locales para realizar las ordenanzas municipales; esto se demuestra en la falta de rigor de los textos, en los horarios infrahumanos cuando delimitan el horario de carga y descarga, montaje y recogida de los puestos. Por ejemplo: un técnico municipal no sabe lo que se tarda en montar y desmontar la infraestructura de hierros o la descarga de mercancía, no es igual en un puesto de cortinas que uno de calcetines.
- El bloqueo en la expedición de licencias administrativas para ejecutar el comercio ambulante.
- La diversidad en la regulación administrativa en cada municipio, impuestos y tasas municipales, muy diferentes y en muchos casos muy altos en comparación con otro tipo de comercio como el minorista.
- La existencia de trabas a la hora de traspasar las licencias administrativas de padres a hijos, cuando esto es una cuestión que está plenamente desarrollada por un Reglamento de trasposición de la famosa directiva “Ley Omnibus”, en el que se consagraba la transmisión de licencias administrativas de padres a hijos.

### Aspectos Políticos y Jurídicos

- La falta de una ley tipo de la venta ambulante, que impida la creación de normas de inferior rango, que en la mayoría de los casos caen en posturas desmedidas, horarios inflexibles y sanciones exorbitantes. Evitando la vulneración de los derechos fundamentales y protegiéndolos a la vez.
- La falta de voluntad política para impulsar un plan de reconversión y actualización del sector del comercio ambulante, que implique a todos los agentes políticos tanto de la administración pública local, estatal autonómica y europea.
- A pesar de la contundencia de los datos descritos en el inicio de este apartado, observamos que en la *Estrategia Nacional para la Inclusión Social de la Población Gitana 2012-2020*<sup>5</sup>, apenas se hace referencia al comercio ambulante, como un sector clave en la economía gitana en España, salvo para proponerse regularizar la situación de aquellas personas que tiene esta actividad sin los consiguientes requisitos legales y permisos administrativos, es decir, con el único fin recaudatorio, para evitar la venta irregular. Pareciera que la Administración jamás ha tenido en cuenta la función social y económica que supone este sector, ni tampoco se ha preocupado de dignificar la situación de estos.

<sup>5</sup>Consultar el documento de la *Estrategia Nacional de Inclusión de la Población Gitana 2012-2020 (ENISPGE)*:  
[https://www.mscbs.gob.es/ssi/familiasinfancia/PoblacionGitana/docs/WEB\\_POBLACION\\_GITANA\\_2012.pdf](https://www.mscbs.gob.es/ssi/familiasinfancia/PoblacionGitana/docs/WEB_POBLACION_GITANA_2012.pdf)

- La desidia de las políticas públicas y de empleo destinada a la población gitana, se evidencia en las lagunas y vacíos legales de las leyes y normas que regulan la materia, la falta de coherencia del legislador, la declinación de las Comunidades Autónomas ante esta responsabilidad y éstas, a su vez, hacen lo mismo hacia los Ayuntamientos. Se produce, de esa manera, una indefensión, desregulación funcional y descoordinación de un ámbito jurídico, económico-estratégico para la población gitana. Como consecuencia de ello, se revierte en los niveles de inclusión social, expectativas de mejora socioeconómica, la participación efectiva en la vida social y política, etc., en definitiva, el acceso a una plena ciudadanía.

No podemos dejar pasar la oportunidad de señalar, que esta «incompetencia» de las políticas públicas contrasta con todos los esfuerzos y recursos que se están utilizando para «normalizar» la situación laboral de las personas gitanas, con el diseño e implementación de iniciativas, de las que no cuestionamos su idoneidad, pero que en muchas ocasiones no tienen en cuenta la idiosincrasia del Pueblo Gitano, su larga y enraizada tradición del autoempleo, del negocio familiar, como estrategia para suplir el anhelado “estado de bienestar” a la mayoría de la población gitana. Hacer políticas de inclusión sin un eje fuerte que trabaje el comercio ambulante, no responde en absoluto a las necesidades gitanas ni a un diagnóstico con el mínimo rigor exigible.

El comercio ambulante es sin duda un ámbito donde actuar desde las políticas públicas de manera institucionalmente coordinada y con la participación de todos los agentes implicados. Esta actuación estratégica debería contemplarse desde un enfoque de la lucha contra la exclusión social, la generación de economía para colectivos en riesgo de exclusión (como lo es el Pueblo Gitano), la lucha contra el antigitanismo y el fomento de la diversidad cultural.

Referente a este aspecto, creemos conveniente la importancia de no etiquetar la venta ambulante como una actividad protagonizada en exclusiva por personas gitanas. Si queremos que intervengan sectores sociales como las Cámaras de Comercio, patronales y sindicatos, no podemos limitar este sector económico a la población gitana, sino para todas las personas que quieran ejercer esta actividad.

Tras todas las declaraciones y estudios mencionados, que como se puede constatar han sido reiterados y prolongados en el tiempo, nadie podía sospechar que, tanto a la «distancia social» (nos referimos a la brecha societaria que se estableció hace seiscientos años en la que se excluye y relega todavía a la comunidad Rromani en la práctica totalidad de los países de Europa, y no el «distanciamiento físico interpersonal» de todos con todos que han impuesto las autoridades en la casi totalidad del mundo para evitar contagios, ante las consecuencias de la COVID-19), como a las discriminaciones raciales generalizadas y otras formas de segregación y exclusión que, sin solución de continuidad, viene padeciendo el Pueblo Gitano, se iba a añadir la suspensión de una de sus escasas fuentes de ingresos: la venta ambulante.

A las altas ratios de estancamiento y desigualdad cotidiana, se une ahora esta catástrofe global de la pandemia que ha venido a agrandar la brecha y ha elevado hasta lo indecible el número de hogares que carecen de ingresos, tras la paralización de las actividades que les procuraban el sustento, sin alternativa. El efecto expoliador de esa creciente desigualdad enunciada que ha modelado de modo decisivo nuestra historia, amenaza con abortar nuestro presente y el futuro de las nuevas generaciones. Esta inercia inmovilizadora, a falta generalizada de capacitación laboral para ejercitar empleos alternativos (incluso al albur de la tremenda recesión que ya nos está asolando), está produciendo una de las mayores penurias que hemos padecido.

# Medidas a tomar para salvar el sector estratégico de la economía en España: la venta ambulante

## 1 - CREACIÓN DE UN PLAN DE RESCATE DE LA VENTA AMBULANTE

### Al Gobierno de España y a los Gobiernos de las Comunidades Autónomas

Llevar a cabo un Plan de Rescate de la Venta Ambulante que incluya la implementación de medidas extraordinarias que modernicen la imagen, prestaciones, servicios y productos del mercado, entendiendo esto como una expresión del comercio local y de proximidad.

Para la redacción de ese Plan será necesario establecer y diseñar un proceso, acotado en el tiempo y dotado de recursos suficientemente, con la participación activa de la sociedad civil, las administraciones central, autonómica y local y los principales actores socioeconómicos del país (cámaras de comercio, patronales y sindicatos).

Por otra parte, este plan debería prohibir la deslocalización de los mercados a zonas periurbanas, instalándolo en zonas habitadas con bares y dotaciones adecuadas, para que los comerciantes tengan acceso a esos servicios y la vida del mercado esté garantizada; Instaurar días especiales, con horarios especiales como hacen las tiendas, ejemplo “Black Friday”, en Navidades, ferias y por garantizar que los días festivos no hagan perder días de venta.

Un aspecto muy importante es que el Plan debe recoger a su vez, un plan de formación y adquisición de nuevas competencias para los profesionales de la venta ambulante, con el objetivo de mejorar el servicio que se presta a los clientes como la estética de las paradas. En este plan formativo se debería incluir el fomento del asociacionismo de vendedores ambulantes como un hecho fundamental en el desarrollo del sector.

Este Plan debe abordarse desde el enfoque de lucha contra la exclusión social, de generación de economía para colectivos en riesgo de exclusión (como lo es el Pueblo Gitano), de combate contra el antigitanismo y de fomento de la diversidad cultural. A modo de mostrar medidas más específicas, entre otros elementos este Plan debería incluir:

- Paquete de medidas de difusión, con cuñas de publicidad en la radio, cadenas de televisión locales.
- Garantizar la publicidad de los mercados ambulantes en las oficinas de turismo.
- Líneas especiales de transporte gratuito en caso de desplazamiento de los mercados a zonas despobladas.
- Creación de zonas WIFI.
- Creación de una aplicación (app), para teléfonos móviles, en el que se introduzcan los datos de todos los mercadillos de España, planos e información de los comerciantes, así como de sus mercancías, ofertas, etc.
- Creación de una cubierta de lona plástica o carpa climatizada y electrificada que proteja de las inclemencias del tiempo.
- Creación de ludotecas para niños.
- Instalación de salas de lactancia.
- Garantizar un número mínimo de cuatro entradas por mercado que dote a los mismos de agilidad en las entradas y salidas.
- Instalar papeleras en zonas que no afecten a los vendedores.
- Establecer obligatoriamente un teléfono de información en cada ayuntamiento, para atender las necesidades tanto de vendedores como de su clientela.
- Lavabos públicos, con el servicio pertinente de limpieza continua y mantenimiento.
- Zonas de aparcamientos que facilite el acceso a los mercados ambulantes.
- Servicios de seguridad.
- Implantar la figura de “puestos sociales” en los mercados, limitados en número, que tengan carácter rotatorio, para convertir la conflictividad que pueda existir con vendedores no regularizados, en economía, colaboración y fomento de un espacio común.

## **2 - REDACCIÓN Y APROBACIÓN DE UNA LEY DEL COMERCIO AMBULANTE**

### **A los grupos parlamentarios del Congreso de los Diputados**

Impulso para la redacción de la “Ley Marco”, con la participación de todos los agentes implicados y su posterior aprobación parlamentaria. Se tratará de una ley específica del comercio ambulante que reconozca la diversidad, las características y los elementos específicos que la componen, de este modo, los mercados estarán en régimen de competencia con las grandes superficies y los productos «lowcost». Otro aspecto fundamental que debería recoger esta ley es que todos los ayuntamientos de España que tengan en su territorio un mercado de venta ambulante deban tener una Mesa de Trabajo en la cual estén representados los vendedores ambulantes y en la que se realice un seguimiento de la evolución del mismo y tenga capacidad para hacer propuestas que se eleven a su respectivo gobierno municipal.

## **3 - REGULACIÓN DE LOS OPERATIVOS POLICIALES QUE ACTÚAN EN LOS MERCADOS AMBULANTES**

### **A las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado**

Habilitar una unidad policial especial para la gestión de los mercados, de ese modo la confianza entre los agentes y los comerciantes se acrecienta, se conocen y de ese modo, es más fácil también detectar posibles irregularidades.

Recordar a los agentes y a las autoridades competentes los criterios de actuación e intervención, que son: congruencia, oportunidad y proporcionalidad. Exigir que las unidades de intervención de los mercadillos tengan una “formación en población minorías étnicas”, de ese modo, sabrán intervenir y mejorar las intervenciones con todos los grupos minoritarios del mercadillo.

## **Con las consecuencias de la pandemia de la COVID-19 la venta ambulante está en serio riesgo de desaparecer. Medidas urgentes para abordar esta crisis.**

### **1 – SE ESTÁ PONIENDO EN RIESGO LA SUPERVIVENCIA SOCIAL DE MILES DE FAMILIAS Y DEL CONJUNTO DE LA SOCIEDAD**

Los poderes públicos, tanto a nivel local, autonómico como estatal, deben velar por romper las barreras que limiten e impiden la inclusión de sectores determinados de la sociedad y atender de manera específica las situaciones que sufre la población más vulnerable, como en estos momentos afecta al sector de la venta ambulante del que dependen el sustento de muchas familias en este país.

### **2 – LAS MEDIDAS DE APOYO ESTABLECIDAS NO ESTAN LLEGANDO A LA POBLACION GITANA DE MANERA SUFICIENTE**

Por lo que respecta las tibias medidas del gobierno respecto al 75% de la población gitana, que es el que se dedica a la venta ambulante, nuestro análisis es francamente devastador. Las ayudas que el gobierno ha anunciado a lo largo de todas estas semanas están llegando mal y tarde en el mejor de los casos. Hay una sobresaturación burocrática que está bloqueando la tramitación de los expedientes de solicitudes de ayuda a los trabajadores autónomos y a otros muchos vendedores ambulantes que están bajo el abrigo de cooperativas u otras formas empresariales de cotización. Y esto sigue ocurriendo transcurridos 40 días desde la declaración del Estado de Alarma.

### **3 – RECTIFICACIÓN DEL GOBIERNO EN LAS MEDIDAS DE APOYO A LOS AUTÓNOMOS**

Por otra parte, la cuantía de la ayuda a los trabajadores autónomos establecida por el gobierno es a todas luces insuficiente para afrontar las semanas que nos quedan de confinamiento. Las familias que viven exclusivamente de la venta ambulante deben tener ayudas directas y más decididas por parte del legislativo que al no tomar este tipo de medidas está poniendo en riesgo la subsistencia económica de miles de personas. En este sentido hay que actuar con urgencia estableciendo la suspensión del pago de la cuota de autónomos, todos los impuestos y tasas durante mínimo 6 meses, y el resto de los meses cobrarlo al 50 %, las licencias municipales de manera generalizada y coordinada; así como estableciendo ayudas específicas para paliar las consecuencias económicas y sanitarias de esta crisis humanitaria.

#### **4 – PARÁLISIS DE EXPEDIENTES SANCIONADORES, NULIDAD DE IMPOSICIÓN DE RECARGOS EN LOS IMPUESTOS IMPAGADOS Y ESTABLECIMIENTO URGENTE DE UNA RENTA MINIMA**

El Gobierno tiene que garantizar y proveer de Ingresos Mínimos Vitales a las familias con mayores necesidades, por lo tanto, deberían paralizar los expedientes sancionadores y restablecerse los ingresos mínimos que hayan podido suspenderse en las últimas semanas. Que se garantice el pago de estas “Rentas Mínimas” mientras dure esta situación de emergencia y excepcionalidad.

#### **5 – ESTABLECER UNA LINEA DE CRÉDITO URGENTE PARA LA VENTA AMBULANTE PARA PODER INVERTIR EN NUEVOS PRODUCTOS PARA LA VENTA EN LA REAPERTURA DE LOS MERCADILLOS**

Los comerciantes ambulantes se han quedado con un stock de productos de la temporada de invierno sin vender. Este hecho significa que hay un capital inmovilizado que es un verdadero problema para la subsistencia de miles de familias. Si a eso le añadimos la financiación de la crisis, que están realizando estas familias, como el resto de las familias residentes en España, siguiendo las instrucciones del ejecutivo, la situación no solo es insostenible en la actualidad, sino que lo será cuando las medidas de confinamiento permitan la reapertura de los mercadillos. El gobierno central y los autonómicos deben establecer líneas de créditos urgentes para la venta ambulante, que tengan como fin la inversión en nuevos productos para la venta, imprescindible antes de la temporada de verano. Estos créditos deben tener en cuenta que el plazo de devolución debe articularse cuando los profesionales de la venta ambulante puedan reducir el stock inmovilizado existente, dando como plazo un año como mínimo. Para hacer efectiva esa medida, será necesario adaptar este tipo de micropréstamos al ejercicio de la venta ambulante, ya que es una actividad protegida.

Por todo ello, las organizaciones firmantes darán a conocer este documento, tanto a las autoridades pertinentes como a la opinión pública.

28 de abril de 2020

#### **Organizaciones firmantes:**

- Federación Socio Cultural E RROMA VA (Canarias)
- Federación MARANATHA de Asociaciones Gitanas. (Valencia)
- Federación de Asociaciones Gitanas de Navarra GAZ KALO
- Asociación Nacional Presencia Gitana (ANPG)
- Federación Autonómica de Asociaciones Gitanas de la Comunidad Valenciana (FAGA Valencia)
- Federación de Asociaciones Gitanas Extremeñas (FAGEX)
- Federación de Asociaciones Gitana de Aragón (FAGA Aragón)
- Asociación de Promoción Gitana de La Rioja (APGR)
- Asociación de Mujeres Gitanas ALBOREÁ (Madrid)
- Asociación de Jóvenes Gitanos Extremeños (AJGEX)
- Federación de Asociaciones Gitanas de Castilla y León (FAGCyL)
- Federación Nacional de Asociaciones de Mujeres Gitanas KAMIRA
- Federación Regional Gitana de Castilla la Mancha (FRGCLM)
- Federación de Asociaciones Gitanas de Cataluña (FAGIC)
- Federación de Asociaciones Gitanas de Cataluña (FAGIC)
- Asociación Socio-Cultural de las Minorías Étnicas UNGA. (Asturias)

#### **Asistencia técnica:**

- Plataforma KHETANE del Movimiento Asociativo Gitano del Estado Español.