



GRUPO
DEVELOP
fundación

CALIDAD Y COMPROMISO SOCIAL EN EL COMERCIO AMBULANTE



FINANCIADO POR



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE EMPLEO
Y SEGURIDAD SOCIAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE EMPLEO

DIRECCIÓN GENERAL DEL
TRABAJO AUTÓNOMO

EXPEDIENTE F15146

CALIDAD Y COMPROMISO SOCIAL DEL COMERCIO AMBULANTE

Autores: Nuria Rodríguez Calleja y Fructuoso de Castro de la Iglesia

Copyright: Fundación Grupo Develop

Este documento está protegido por derechos de autor

EDITA: FUNDACIÓN GRUPO DEVELOP

CANOA, 9 -28042 MADRID-

www.grupodevelop.com

info@grupodevelop.com

No se permite reproducir, almacenar en sistemas de recuperación de la información ni transmitir ninguna parte de esta publicación, cualquiera que sea el medio empleado –electrónico, mecánico, fotocopia, grabación, etc. –sin el permiso previo del editor o sin una licencia que permita a un tercer su copia y uso ilimitado.

Material preparado con la colaboración de UNECA (UNIÓN DE EMPRESAS DEL COMERCIO AMBULANTE).

El presente documento se encuentra en versión 1. Como trabajo de campo, se han mantenido reuniones con 2 Federaciones Nacionales de comerciantes (Andalucía y Madrid), 4 Asociaciones de empresarios (Baleares, Castilla-León, Cantabria y Asturias) y 12 cooperativas en las diferentes comunidades. Se han realizado encuestas/entrevistas directas a través de un equipo formado por un Coordinador Investigador, cuatro técnicos de comercio y 20 encuestadores en las 17 comunidades autónomas. El trabajo de recogida de información se ha realizado a los diferentes grupos de interés: Comerciantes Ambulantes, Administraciones Públicas y personas usuarias del comercio ambulante.

Durante el año 2016 se pondrán en marcha nuevos grupos de trabajo con Administraciones Públicas municipales y autonómicas, así como con Asociaciones representativas del Comercio Ambulante y de Consumidores para mejorar y adecuar los estándares propuestos.

Durante el año 2016 se establecerá la metodología de evaluación y acreditación de los comerciantes interesados en la obtención de los diferentes niveles de reconocimiento.

INDICE

1. PRESENTACIÓN DE LA FUNDACIÓN GRUPO DEVELOP
2. ENFOQUE Y JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD
3. EL PAPEL DE LOS EVALUADORES DEL ESQUEMA.
4. COLECTIVOS DESTINATARIOS
5. MARCO DE REFERENCIA: ESQUEMA DE ESTRELLAS, CALIDAD Y COMPROMISO SOCIAL EN EL COMERCIO AMBULANTE.
6. DESARROLLO DEL ESQUEMA
 - a) Cinco Aspectos Transversales
 - A. Sostenibilidad Económica y búsqueda de financiación.
 - B. Comunicación y participación de los colectivos interesados.
 - C. Fomento del talento, creatividad y espíritu emprendedor.
 - D. Liderazgo, principios éticos, transparencia y coherencia con valores.
 - E. Multiculturalidad, género e igualdad.
 - b) Siete fases del proceso:
 1. Análisis de la necesidad de los grupos de interés
 2. Captación de recursos y realización de presupuesto.
 3. Planificación
 4. Gestión de recursos humanos y económicos.
 5. Desarrollo y seguimiento de la actividad comercial.
 6. Evaluación, justificación y medición del impacto.
 7. Aprendizaje y Mejora.
7. LAS ESTRELLAS
8. EL PROCESO DE EVALUACIÓN
9. EL USO DE LA MARCA
10. CÓDIGO ÉTICO DE LA FUNDACIÓN GRUPO DEVELOP
11. GLOSARIO
12. BIBLIOGRAFÍA

1. PRESENTACIÓN DE LA FUNDACIÓN GRUPO DEVELOP

La Fundación Grupo Develop nace el 19 de mayo de 2011 como una iniciativa para regular y articular el compromiso y la responsabilidad social corporativa del Grupo Develop. Tiene como finalidad la promoción e intercambio de conocimientos, el trabajo en red y la orientación continuada de coordinar esfuerzos y estrategias de todos los agentes que intervienen en el desarrollo de la sociedad. Quiere servir de unión entre organizaciones sociales, empresas preocupadas por ejercer su responsabilidad social, la universidad y la investigación, para compartir buenas prácticas, generar nuevos aprendizajes, establecer líneas de cooperación y no de competitividad, buscando el beneficio común y la mejora del trabajo que realizamos.

La Fundación Grupo Develop tiene como MISIÓN financiar, asesorar, apoyar y ejecutar proyectos orientados a la mejora de la calidad de vida de las población en general y de las personas más necesitadas en particular.

Nuestra VISIÓN consiste en contribuir de manera eficaz a la promoción de una sociedad más justa en la que la cultura de la gratuidad y el compartir forme parte de todos, independientemente del estatus sociocultural o económico.

Trabajamos desde los VALORES

- **Compartir.** Todos podemos dar algo de lo que tenemos para que otros vivan mejor.
- **Alegría.** Defendemos el valor de vivir la vida de manera optimista, agradeciendo lo que tenemos y a pesar de cualquier circunstancia.

- **Ilusión.** Trabajamos con la esperanza de que los proyectos que llevamos a cabo realmente contribuyan a conseguir nuestros objetivos.
- **Respeto.** Al trabajo de otros, aunque no sea nuestro proyecto. A las personas con independencia de su posición social, procedencia o creencia religiosa y política.
- **Compromiso.** Con el trabajo bien hecho, con las personas y con la palabra dada.

Gracias al fuerte compromiso y gran trayectoria en el ámbito académico, social y empresarial de nuestro patronato, personas voluntarias y colaboradoras y equipo técnico, durante estos años desarrollamos diferentes proyectos a nivel nacional e internacional, incidiendo principalmente en España, Europa y Latinoamérica. Destacamos:

- Club de Evaluadores Sociales, formado por profesionales del Sector Social expertos en gestión (todos ellos acreditados con modelo EFQFM o/y otros sistemas ISO 9000, 14000...) de sus propias organizaciones que apoyan a otras en la mejora de sus procesos de intervención y de gestión.
- Publicaciones e investigación sobre aspectos relacionados con la mejora de las organizaciones.
- Realización de Congresos Anuales de intercambio de buenas prácticas en materia de Responsabilidad Social.
- Red de entidades vinculadas que incorpora a las organizaciones (organizaciones de discapacidad, enfermedad mental, menores, mujeres víctimas de violencia de género, drogodependencias, inmigración y otros colectivos en riesgo de exclusión), empresas, universidades, centros educativos y Administraciones Públicas que apuestan por una gestión excelente homologada.

- Actividades de formación y difusión sobre aspectos relacionados con la gestión y la Responsabilidad Social.
- Apoyo a entidades sociales en la obtención de Premios de Excelencia EFQM, acreditaciones de calidad basadas en las normas ISO 9000, además de estándares europeos, nacionales y autonómicos.
- Apoyo en la utilización de herramientas de evaluación, revisión y mejora de procesos de gestión e intervención.
- Participación del patronato en redes europeas e iberoamericanas empresariales y de intervención social.

2 ENFOQUE Y JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD

El objetivo de este esquema es dotar a los empresarios del sector de comercio ambulante de un esquema de calidad que incorpore criterios para la mejora de la imagen y profesionalización del sector. El esquema pretende ser de fácil comprensión y acceso a los comerciantes y sobre todo de ayuda para que puedan abordar un crecimiento sostenido, incorporar jóvenes al mercado laboral y otros colectivos con necesidades de integración en el mercado laboral y fomentar nuevos empleos como consecuencia de la incorporación de prácticas innovadoras y criterios de responsabilidad social en la gestión de los negocios existentes y en los de nueva creación.

Los sistemas de gestión disponibles en la actualidad no están pensados desde las necesidades del comerciante ambulante ni tampoco están al alcance de las personas, autónomas en su mayoría, ya que supone, en no pocos casos, un gran esfuerzo de “traducción” y adaptación de las herramientas propuestas. Éstas resultan complejas y por tal motivo son desestimadas normalmente en su totalidad.

Analizando el sector vemos que ha cambiado en los últimos años en cuanto a configuración:

1. Se han incorporado las tecnologías en todo el proceso: tramitación de licencias, compras, ventas, transporte, facturación, contabilidad.
2. Ha cambiado la percepción y legislación en relación con los trabajadores, contrataciones, seguros sociales, impuestos, riesgos laborales...

3. Existe una mayor vigilancia sobre el cumplimiento de la normativa.
4. Existe una mayor formación de las personas que deciden optar por emprender y dedicar su actividad laboral a este sector.

Por otra parte, según todos los estudios sigue existiendo una percepción sobre el sector sobre la cual es importante trabajar a fin de garantizar su continuidad, estabilidad, posicionamiento y apoyo a los municipios para la promoción del turismo de compras, en concreto:

1. Imagen de baja calidad
2. imagen anticuada, marginal y poco profesional.
3. Baja cualificación y nivel formativo así como escaso conocimiento de materias relacionadas con el negocio en sí.
4. Minifundismo familiar.
5. Falta de seguridad.
6. Modelo de gestión poco atractivo y profesional.
7. Envejecimiento de la población de profesionales del mercado ambulante.
8. No existen criterios de calidad claros de referencia para dignificar la profesión.
9. No existe apoyo de la Administración Pública en muchos lugares en cuanto a Infraestructuras, Servicios básicos (aseos, asfaltado, agua potable, puntos de luz, puestos de emergencia, atención al consumidor...
10. La legislación vigente es ineficaz e ineficiente por su disparidad y diversidad de criterios en su aplicación, falta de criterios que dignifique y tiendan a profesionalizar al sector y un claro déficit de protección de la actividad.

Por otra parte, la publicación del Real Decreto 199/2010, de 26 de febrero, por el que se regula el ejercicio de la venta ambulante o no sedentaria, así como la Ley 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996, de Ordenación del Comercio Minorista introduce novedades en la autorización, procedimientos y régimen de la venta fuera de establecimiento. Esta nueva normativa incluye un nuevo procedimiento para la adjudicación de las autorizaciones. En este sentido, la mayoría de los Ayuntamientos a través de sus ordenanzas municipales establecen como criterios para la adjudicación la acreditación de certificaciones de calidad, cuestión que en este momento no existe. Un estándar de calidad para este sector contribuiría a la mejora de las empresas y profesionales que se dedican a la actividad, a la mejora de la imagen del sector y a incrementar los niveles de seguridad de los consumidores y usuarios de este formato comercial.

La ejecución del presente proyecto promocionará la imagen de profesionalización y calidad así como la formación de los comerciantes en diferentes aspectos de la gestión y la responsabilidad social de su trabajo. Proponemos concretamente:

1. Establecer un esquema que promueva y se convierta en el elemento motivador para que los comerciantes ambulantes incorporen criterios y modelos de gestión de manera sencilla y progresiva.
2. Adecuar a la realidad, de manera individualizada, mejoras pautadas al ritmo de cada comerciante teniendo en cuenta los recursos y capacidad individual disponible.
3. Dotar de un esquema de referencia, fácilmente entendible, a los comerciantes teniendo en cuenta los modelos de referencia más utilizados en la actualidad, ajustados al marco legislativo y que ayude a las personas trabajadoras a incorporar criterios de satisfacción de los clientes consumidores de los productos comercializados.
4. El esquema propuesto integra los modelos: EFQM, normas ISO aplicables –incluidas medioambientales-, legislación aplicable en referencia a asuntos laborales, fiscales, medidas de transparencia, ética y otros estándares europeos de buena gestión propuestos por la UE.
5. Establecer un sistema de evaluación que permita a los propios comerciantes mejorar su propio negocio de forma autónoma siguiendo fácilmente las pautas propuestas.
6. Establecer unos “incentivos” que se visibilizan a través del Sello de ESTRELLAS de la FUNDACIÓN GRUPO DEVELOP en el que podrán ver reconocido el esfuerzo de mejora según se vayan introduciendo los criterios como referencia de calidad de su negocio frente a otros.

3. EL PAPEL DE LOS EVALUADORES DEL ESQUEMA.

Los evaluadores del esquema pertenecen al Club de Evaluadores de la Fundación Grupo Develop. Son personas concedoras de Modelos de Gestión EFQM, ISO 9000 y/o 14000 y otros sistemas homologados de prevención de riesgos laborales, sanitarios u otras normas sectoriales con formación específica en comercio ambulante y en el propio esquema propuesto. Está prevista la incorporación al equipo de evaluadores de personas pertenecientes al colectivo de comerciantes ambulantes. El criterio de acceso se establecerá en función de la experiencia en la implantación de los estándares propuestos en este esquema y formación específica en el proceso de evaluación.

El esquema propuesto ha sido consensuado y validado por el equipo actual de evaluadores de la Fundación Grupo Develop, expertos consultores en implantación de sistemas, Bureau Veritas Certificación y la propia patronal del comercio ambulante UNECA.

4. COLECTIVOS DESTINATARIOS

Profesionales: este esquema está previsto para el uso de las personas que se dedican profesionalmente al sector del comercio ambulante.

Emprendedores: personas que se plantean su futuro profesional en el sector del comercio ambulante.

Investigadores: personas que deseen realizar estudios, establecer comparaciones, objetivos y avanzar en el desarrollo de nuevas propuestas relacionadas con la gestión, la mejora y evaluación de las medidas puestas en marcha como consecuencia de los aprendizajes derivados de la utilización y desarrollo del esquema.

Políticos: personas que deseen poner en marcha medidas y evaluar el impacto de las mismas en relación con la mejora de la calidad del comercio ambulante, mejora de la empleabilidad, mejora de la formación y otros aspectos relacionados con el sector.

Asesores, Asociaciones, Cooperativas y Federaciones: colectivos que se dediquen a ayudar o prestar servicios a profesionales o emprendedores del comercio ambulante.

5. MARCO DE REFERENCIA. ESQUEMA DE ESTRELLAS, CALIDAD Y COMPROMISO SOCIAL EN EL COMERCIO AMBULANTE.

Se trata de un esquema lógico pensado desde el proceso que naturalmente sucede en la vida de un comerciante ambulante. Tiene en cuenta todos los aspectos relevantes considerados desde el punto de vista del comerciante, su familia, sus proveedores, la Administración Pública, los clientes y la sociedad en general a la que afecta la actividad.

Básicamente se contemplan Cinco aspectos transversales que van a suceder de forma continuada durante todo el desarrollo del proceso. Es decir, los que en TODO MOMENTO hay que contemplar para que nuestro negocio funcione correctamente:

- A. Sostenibilidad Económica, Social y Medioambiental.
- B. Comunicación y Marketing.
- C. Fomento del talento, creatividad y espíritu emprendedor.
- D. Principios éticos, transparencia y coherencia con valores.
Liderazgo.
- E. Multiculturalidad, género e igualdad



Y Siete fases del desarrollo del proceso:

1. Análisis de la necesidad de los grupos de interés
2. Captación de recursos y realización de presupuesto.
3. Planificación
4. Gestión de recursos humanos y económicos.
5. Desarrollo y seguimiento de la actividad comercial.
6. Evaluación, justificación y medición del impacto.
7. Aprendizaje y Mejora.

EVALUACIÓN Y REVISIÓN		INCORPORACIÓN DE APRENDIZAJES		1	ANÁLISIS DE NECESIDADES DE LOS GI		ENFOQUE
	7	APRENDIZAJE Y MEJORAS	A SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA, SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL	B COMUNICACIÓN Y MARKETING	2	CAPTACIÓN DE RECURSOS Y REALIZACIÓN DE PRESUPUESTO	
		E MULTICULTURALIDAD, GÉNERO E IGUALDAD					
DESARROLLO	6	EVALUACIÓN, JUSTIFICACIÓN Y MEDICIÓN DE IMPACTO	D FOMENTO DEL TALENTO Y CREATIVIDAD DE LAS PERSONAS TRABAJADORAS	C LIDERAZGO PRINCIPIOS ÉTICOS, VALORES Y EMPRENDIMIENTO	3	PLANIFICACIÓN	
			5 DESARROLLO Y SEGUIMIENTO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL	4 GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS Y ECONÓMICOS			

6. DESARROLLO DEL ESQUEMA

a) Cinco Aspectos Transversales

A. Sostenibilidad Económica, Social y Medioambiental

No se entiende la calidad si no existe la capacidad para hacer sostenible el propio negocio. Cualquier comerciante tiene la obligación de visualizar su negocio a largo plazo, incluso más allá de él o ella misma. Cuando iniciamos una actividad se busca generar riqueza, no sólo para uno mismo, también para los proveedores a los que compramos, para los clientes que compran nuestros productos y para las personas que pueden disfrutarlos ahora o en el futuro. Esto implica pensar en el impacto que nuestro negocio genera en la sociedad en general y también en el impacto medioambiental que causa el ejercicio de la actividad. En el presente esquema se proponen medidas para que nuestra actividad económica no sólo no impacte negativamente sino que genere mejores y mayores recursos para el sostenimiento futuro.

B. Comunicación y Marketing.

En este criterio contemplamos la comunicación en relación no sólo con la venta de nuestro producto, también trabajaremos el cuidado de la imagen que cada comerciante quiere transmitir sobre su negocio. Qué es lo que quiere transmitir al cliente actual y a los potenciales clientes. Qué es lo que cada comerciante de forma individual quiere que la sociedad perciba sobre su actividad. Partimos de la base de que siempre comunicamos con nuestro comportamiento diario pero normalmente no planificamos ni pensamos sobre estos aspectos, con lo que aquello que transmitimos normalmente no es lo que deseamos. Buscaremos un comportamiento proactivo y planificado.

C. Liderazgo, principios éticos, valores y emprendimiento.

Son los principios éticos y valores precisamente la base de la percepción que tenemos sobre la calidad de las personas y los negocios. En la actualidad, las empresas más rentables están trabajando fuertemente este aspecto porque son conscientes de que es la única manera de transmitir la imagen de compromiso con el cliente, confianza, respeto y, como consecuencia, mejoran los resultados de negocio. En este apartado vamos a trabajar el cuidado a la hora de transmitir la imagen de coherencia de los emprendedores con sus propios valores, sus compromisos asumidos y con la legalidad vigente.

D. Fomento del talento y la creatividad de las personas trabajadoras.

Hablaremos en este capítulo de la formación de los comerciantes y de las personas que trabajan con ellos. El desarrollo de las capacidades, la apuesta por la satisfacción de las personas que trabajan o ayudan en el negocio es una cuestión esencial para multiplicar los resultados. Incorporar ideas creativas, crear un clima de confianza para que puedan poner en marcha nuevas formas de hacer, promover acciones concretas de reconocimiento a su trabajo es la clave para mejorar el resultado del negocio. Preocuparnos por la formación no es un gasto de tiempo o dinero, es una inversión a corto plazo que tenemos que gestionar y planificar para que el día a día no nos impida retrasar la implantación de medidas que restan cada vez más rápidas posibilidades a la actividad.

E. Multiculturalidad, género e igualdad.

No podemos obviar el trabajo que necesitamos seguir abordando en relación a la integración de las diferentes culturas que existen en el sector del comercio ambulante. Según la bibliografía consultada y referida en el último capítulo de este libro, conviven diferentes etnias, religiones, ideologías en la actividad. Existe además un gran trabajo que hacer en materia de género. Hablar de calidad es hablar de integración y de igualdad de oportunidades y de derechos de todos los colectivos implicados.

Todos estos aspectos que llamamos transversales estarán presentes en todas las fases del proceso.

b) Siete fases del ciclo del proceso.

1. Análisis de la necesidad de los grupos de interés

Para comprender las necesidades de los grupos de interés, en este capítulo consideraremos los siguientes aspectos y valoraremos su nivel de calidad:

- El grado de adecuación a la legislación y normativa aplicable.
- Evaluación objetiva de la necesidad de la actividad del comercio ambulante en las poblaciones elegidas por cada comerciante.
- Cómo incorporan la opinión de los clientes sobre el producto que cada comerciante vende y sobre la actividad en general del negocio.
- Cómo incorporan la opinión de las personas trabajadoras en la mejora del negocio.
- Evaluación del impacto social y ambiental de la actividad en los lugares donde se ubican los mercadillos en los que cada comerciante ejerce su actividad.

- Cómo se incorpora la opinión de los vecinos y de la administración pública local.
- Apoyo concreto de la Administración Local a la actividad de un comercio ambulante de calidad a través de un distintivo propio para el Ayuntamiento. En este sentido, se tendrán en cuenta aspectos que la administración aporta para la mejora de la imagen y de la calidad: ACCESIBILIDAD, CUIDADO DEL MEDIOAMBIENTE, ELECTRICIDAD, CONDICIONES HIGIÉNICAS, ILUMINACIÓN, HORARIOS, REQUISITOS DE CALIDAD MÍNIMOS PARA SUS COMERCIANTES...

Estos siete aspectos están basados en estudios fiables y contrastados realizados en relación con la población destinataria, información sobre factores de riesgo, protección de la cultura, de la salud y del entorno social y tendencias económicas y demográficas.

2. Captación de recursos y realización de presupuesto.

Valoraremos en este capítulo la capacidad de los comerciantes ambulantes para preparar un presupuesto anual de gastos de su actividad por partidas y previsión de ingresos posibles. También tendremos en cuenta la capacidad de buscar otras fuentes de financiación para la mejora o desarrollo de su negocio de manera individual o colectiva: búsqueda de subvenciones para I+D+i, incorporación de tecnologías, emprendimiento, internacionalización, otras formas de generar ingresos, nuevas formas de negocio,

3. Planificación

Se tendrá en cuenta también la capacidad de los comerciantes para planificar a corto, medio y largo plazo su actividad comercial y el desarrollo de su negocio. Aspectos como:

- Planificación de ingresos e inversiones
- Planificación de objetivos de negocio a corto, medio y largo plazo.
- Planificación de rutas y actividad comerciales.
- Planificación de compras y gestión con proveedores.
- Material que se va a necesitar: informático, logístico, medidas de protección, seguridad....
- Planificación de la formación....

En los niveles de reconocimiento 4 y 5 estrellas tendremos en cuenta la capacidad de los comerciantes de establecer sistemas de seguimiento de indicadores que permitan utilizar la planificación para controlar las desviaciones que se produzcan de cara a la obtención de mejores resultados empresariales.

Este capítulo ayudará a los comerciantes ambulantes a delegar parte de la actividad sin perder el control del negocio lo que impacta directamente en el crecimiento y la mejora de resultados.

4. Gestión de recursos humanos y económicos.

En este capítulo hablaremos de cómo los comerciantes ambulantes

- Planifican, seleccionan, contratan y forman a las personas que contratan.
- Se ajustan al presupuesto que se habían marcado y lo utilizan en la gestión diaria de su actividad.
- Negocian con bancos, proveedores, aliados, socios, asociaciones, administraciones públicas y otros agentes que intervienen en el éxito o fracaso de su negocio.
- Controlan y mejoran los procesos clave de su actividad: VENTA Y ATENCIÓN AL CLIENTE, TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO, MONTAJE Y DESMONTAJE.
- Establecen indicadores y sus propios estándares de calidad que les permite conocer cuándo la actividad baja en rendimiento en el momento en el que se producen.
- Cómo toda la gestión que se realiza ayuda a conseguir los objetivos previstos.

5. Desarrollo y seguimiento de la actividad comercial.

Entendemos por actividad comercial:

- Alta y gestión de licencias.
- Gestión de alianzas.
- Compra de materia prima y gestión de proveedores.
- Venta, atención al cliente y servicio post-venta.
- Transporte
- Montaje, desmontaje y almacenamiento.
- Evaluación, aprendizaje y mejora continua.

Se contempla en este criterio, cómo se desarrolla cada actividad, como se sistematizan las relaciones, cómo se establecen criterios de calidad para cada una de las actuaciones que se llevan a cabo en cada uno de los procesos.

En niveles altos de reconocimiento se valorará la descripción de los procesos, la definición de indicadores de rendimiento y satisfacción de cada uno de ellos y la adecuación a estándares de calidad que haya definido cada comerciante.

6. Evaluación y medición del impacto.

En este criterio evaluamos la sistemática del comerciante para realizar encuestas a clientes, personas trabajadoras, colaboradores y administraciones locales con las que trabaja.

También evaluamos cómo el comerciante evalúa periódicamente los indicadores de los procesos en los que trabaja con el fin de controlar la gestión diaria de su negocio.

7. Aprendizaje y Mejora.

En esta última fase valoraremos cómo el comerciante es capaz de incorporar mejoras tras analizar las encuestas, los resultados obtenidos, ver los resultados obtenidos por otros e incorporar mejoras o procesos nuevos a su negocio.

7. LAS ESTRELLAS



La evolución en el nivel de estrellas se corresponde con el grado de madurez del comerciante ambulante en materia de gestión. No sólo se tiene en cuenta el grado de adecuación del comerciante a los requisitos exigibles para cada nivel, sino también:

1. Su capacidad de argumentar de manera lógica y mantener la coherencia de las actuaciones con la estrategia formulada y sus valores y principios éticos.
2. La capacidad de aplicar los requisitos de cada nivel a todas las áreas que son aplicables dentro de todos los procesos de gestión de su negocio.
3. La aplicación de la formación que recibe y el uso que hace de ella a la hora de mejorar su actividad.
4. La capacidad para establecer indicadores y estándares de calidad que le ayuden a mejorar el conocimiento de su negocio, la efectividad del trabajo y el esfuerzo que está realizando y de las acciones nuevas que emprende.

REQUISITOS 1 ESTRELLA



El comerciante:

FASE DEL CICLO DEL PROYECTO	REQUISITO ESTABLECIDO	ASPECTO TRANSVERSA L		
		A	C	
Transversal	Dispone de autorización municipal.	A	C	
Transversal	Se respeta el horario y las fecha de autorización.	A	C	
Transversal	Se han escrito al menos tres valores del comerciante y comunicado al menos a todas las personas que colaboran en la venta y están visibles en un cartel en el puesto de venta.		C	
1	Tiene alguna manera de conocer las necesidades de los clientes que compran habitualmente.	A		B
2	Dispone de facturas de LOS PROVEEDORES de TODA la mercancía que vende.	A		C
2	Conoce de dónde procede la mercancía que compra.	A		C
2	Tiene un presupuesto de ingresos y gastos anual.		A	
3	Ha definido los objetivos que quiere alcanzar en el año en curso. Están escritos.		A	
4	Todas las personas que están en el puesto de venta están dadas de alta en la seguridad social.	A	C	E
4	Existe evidencia de que no hay discriminación en su negocio por razones de sexo, religión o ideología (entre trabajadores, socios, clientes ...)	E		C
4	Tiene definida y escrita los cursos de formación que va a realizar durante el año en curso para él/ella y las personas que trabajan en su negocio para el año en curso. Mínimo 8 horas para cada persona trabajadora.	D		E

FASE DEL CICLO DEL PROYECTO	REQUISITO ESTABLECIDO	ASPECTO TRANSVERSAL	
4	Ha realizado al menos una formación sobre gestión en el último año: liderazgo, estrategia, planificación, innovación.	D	
5	Los precios están visibles en el punto de venta manteniendo la estética	B	C
5	Existen evidencias de reciclaje de residuos de la actividad.	A	C
5	Existen evidencias de que los vehículos que se utilizan para el transporte tienen las revisiones periódicas ITV y mantenimiento preventivo al día.	A	C
5	Se recoge el puesto de montaje y exposición de venta una vez finalizada la jornada de trabajo.	A	
5	Se dispone de hojas de reclamaciones a disposición de los clientes.	A	B
6	Tiene al menos el resultado de una encuesta que realiza a sus clientes al menos una vez al año.	A	B
7	Existen ejemplos de mejoras introducidas como consecuencia de recomendaciones de clientes o personas trabajadoras.	A	D

REQUISITOS 2 ESTRELLAS



El comerciante:

FASE DEL CICLO DEL PROYECTO	REQUISITO ESTABLECIDO	ASPECTO TRANSVERSA L		
		A	C	
transversal	Dispone de autorización municipal.	A	C	
transversal	Se respeta el horario y las fecha de autorización.	A	C	
Transversal	Se han escrito al menos tres valores del comerciante y comunicado al menos a todas las personas que colaboran en la venta y están visibles en un cartel en el puesto de venta.		C	
1	Tiene alguna manera de conocer las necesidades de los clientes que compran habitualmente.	A	B	
2	Dispone de facturas de LOS PROVEEDORES de TODA la mercancía que vende.	A	C	
2	Conoce de dónde procede la mercancía que compra.	A	C	
2	Se realiza un presupuesto de gastos e ingresos anual de la actividad y se revisa al menos trimestralmente		A	
2	Se conocen las posibilidades de ayudas, subvenciones o captación de recursos (a través de diferentes medios: prensa, pertenencia a Asociaciones de referencia....)		A	
2	Se ha establecido el margen de beneficio		A	
3	Ha definido los objetivos que quiere alcanzar en el año en curso. Están escritos.		A	
4	Todas las personas que están en el puesto de venta están dadas de alta en la seguridad social durante el tiempo efectivo de trabajo.	A	C	E

FASE DEL CICLO DEL PROYECTO	REQUISITO ESTABLECIDO	ASPECTO TRANSVERSA L		
4	Tiene definida y escrita los cursos de formación que va a realizar durante el año en curso para él/ella y las personas que trabajan en su negocio para el año en curso. Mínimo 8 horas para cada persona trabajadora. Aporta los recursos necesarios.	D	E	
4	Ha realizado al menos una formación sobre gestión en el último año: liderazgo, estrategia, planificación, innovación.	D		
4	Existe evidencia de que no hay discriminación en su negocio por razones de sexo, religión o ideología (entre trabajadores, socios, clientes ...). Evidencia de igualdad de salarios entre hombres y mujeres.	E	C	
4	Todas las personas trabajadoras han recibido un curso de Prevención de riesgos laborales y manipulación de alimentos en el caso de comerciantes de alimentación.	D	E	
4	En el caso de disponer de personas trabajadores existe al menos una encuesta anual de satisfacción.	A	D	
5	Existen evidencias de reciclaje de residuos de la actividad. Todos los residuos se gestionan a través de puntos limpios o en contenedores específicos de reciclado selectivo.	A	C	
5	Existen evidencias de que los vehículos que se utilizan para el transporte tienen las revisiones periódicas ITV y mantenimiento preventivo al día.	A	C	
5	Se recoge el puesto de montaje y exposición de venta una vez finalizada la jornada de trabajo.	A		
5	Los precios están visibles en el punto de venta manteniendo la estética	B	C	
5	Se mantiene el orden y la estética de los productos que se comercializan en el punto de venta	A	B	
5	Se dispone de hojas de reclamaciones a disposición de los clientes.	A	B	
5	El cliente puede devolver el producto defectuoso o en mal estado aportando el ticket de compra	A	B	
5	El comerciante está adherido al sistema de arbitraje y mediación del ayuntamiento.	A	B	C
5	El cliente puede pagar con tarjeta de crédito, transferencia o a través de la web.	A		

FASE DEL CICLO DEL PROYECTO	REQUISITO ESTABLECIDO	ASPECTO TRANSVERSAL	
6	Tiene al menos el resultado de una encuesta que realiza a sus clientes al menos una vez al año con resultado satisfactorio.	A	B
7	Existen al menos dos ejemplos en el último año de mejoras introducidas como consecuencia de recomendaciones de clientes o personas trabajadoras.	A	D

REQUISITOS 3 ESTRELLAS



El comerciante:

FASE DEL CICLO DEL PROYECTO	REQUISITO ESTABLECIDO	ASPECTO TRANSVERSAL	
transversal	Dispone de autorización municipal. Se respeta el horario y las fecha de autorización.	A	C
Transversal	Se han escrito al menos tres valores del comerciante y comunicado al menos a todas las personas que colaboran en la venta y están visibles en un cartel en el puesto de venta.	C	
Transversal	En el caso de cooperativas, se celebran elecciones al menos cada cinco años.	A	C
Transversal	Se han definido objetivos a largo plazo (al menos a tres años) y planes anuales.	A	C
1	En el caso de cooperativas o Sociedades, los grupos de interés han participado en el establecimiento de objetivos.	A	C
1	Tiene alguna manera de conocer las necesidades de los clientes que compran habitualmente.	A	B
2	Dispone de facturas de LOS PROVEEDORES de TODA la mercancía que vende. Conoce de dónde procede la mercancía que compra.	A	C

FASE DEL CICLO DEL PROYECTO	REQUISITO ESTABLECIDO	ASPECTO TRANSVERSAL		
2	Se realiza un presupuesto de gastos e ingresos anual de la actividad y se revisa al menos trimestralmente	A		
2	Se conocen las posibilidades de ayudas, subvenciones o captación de recursos (a través de diferentes medios: prensa, pertenencia a Asociaciones de referencia....)	A		
2	Se ha incrementando el margen de beneficio en los últimos tres años.	A		
3	Ha definido los objetivos que quiere alcanzar en el año en curso. Están escritos.	A		
4	Todas las personas que están en el puesto de venta están dadas de alta en la seguridad social durante el tiempo efectivo de trabajo.	A	C	E
4	Tiene definida y escrita los cursos de formación que va a realizar durante el año en curso para él/ella y las personas que trabajan en su negocio para el año en curso. Mínimo 8 horas para cada persona trabajadora. Aporta los recursos necesarios. Existe un presupuesto anual para formación.	D		E
4	Ha realizado al menos una formación sobre gestión en el último año: liderazgo, estrategia, planificación, innovación, contabilidad, comercialización.	D		
4	Existe evidencia de que no hay discriminación en su negocio por razones de sexo, religión o ideología (entre trabajadores, socios, clientes ...). Evidencia de igualdad de salarios entre hombres y mujeres.	E	C	
4	Existen evidencias de contratación de mujeres y jóvenes.	C	E	
4	Todas las personas trabajadoras han recibido un curso de Prevención de riesgos laborales y manipulación de alimentos en el caso de comerciantes de alimentación.	D	E	
4	Evidencia de que las personas trabajadoras pueden solicitar formación y se escucha su necesidad.	C		
4	En el caso de disponer de personas trabajadores existe al menos una encuesta anual de satisfacción y se dispone al menos de dos mediciones.	A	D	
4	Se dispone de una estructura mínima para la continuidad de la actividad en previsión de bajas por enfermedad y/o ausencias.	A		

FASE DEL CICLO DEL PROYECTO	REQUISITO ESTABLECIDO	ASPECTO TRANSVERSAL		
5	Existen evidencias de reciclaje de residuos de la actividad. Todos los residuos se gestionan a través de puntos limpios o en contenedores específicos de reciclado selectivo. Tanto en el punto de venta como en el lugar de almacenamiento.	A	C	
5	No se utiliza material plástico ni contaminante en embalajes.	A	C	
5	Existen evidencias de que los vehículos que se utilizan para el transporte tienen las revisiones periódicas ITV y mantenimiento preventivo al día.	A	C	
5	Se recoge el puesto de montaje y exposición de venta una vez finalizada la jornada de trabajo.	A		
5	Se dispone de medios para garantizar el buen estado de la mercancía en almacenes y en el punto de venta	A		
5	Los precios están visibles en el punto de venta manteniendo la estética	B	C	
5	Se mantiene el orden y la estética de los productos que se comercializan en el punto de venta	A	B	
5	Se dispone de hojas de reclamaciones a disposición de los clientes.	A	B	
5	El cliente puede devolver el producto aunque no esté defectuoso aportando el ticket de compra siempre y cuando mantenga el embalaje original.	A	B	
5	El comerciante está adherido al sistema de arbitraje y mediación del ayuntamiento.	A	B	C
5	El cliente puede pagar con tarjeta de crédito, transferencia o a través de la web.	A		
5	Se emite factura automática en el momento de la compra.	A	C	
5	Se incrementan las ventas de manera sostenida desde hace al menos tres años	A		
5	Se incrementan el número de horas de trabajo de manera sostenida desde hace al menos tres años	A		
5	Se incrementa el número de puntos de venta desde hace al menos tres años	A		
6	Tiene al menos el resultado de dos encuestas que realiza a sus clientes al menos una vez al año con resultado satisfactorio.	A	B	
7	Existen al menos dos ejemplos en el último año de mejoras introducidas como consecuencia de recomendaciones de clientes o personas trabajadoras.	A	D	

REQUISITOS 4 ESTRELLAS



El comerciante:

FASE DEL CICLO DEL PROYECTO	REQUISITO ESTABLECIDO	ASPECTO TRANSVERSAL	
		A	C
transversal	Dispone de autorización municipal. Se respeta el horario y las fecha de autorización.	A	C
Transversal	Se han escrito al menos tres valores del comerciante y comunicado al menos a todas las personas que colaboran en la venta y están visibles en un cartel en el puesto de venta.	C	
Transversal	En el caso de cooperativas, se celebran elecciones al menos cada cinco años.	A	C
Transversal	Se han definido objetivos a largo plazo (al menos a tres años) y planes anuales.	A	C
1	En el caso de cooperativas o Sociedades, los grupos de interés han participado en el establecimiento de objetivos.	A	C
1	Tiene alguna manera de conocer las necesidades de los clientes que compran habitualmente. Se aportan ejemplos de incorporación de novedades en productos o servicios	A	B
2	Dispone de facturas de LOS PROVEEDORES de TODA la mercancía que vende. Conoce de dónde procede la mercancía que compra. Se paga a los proveedores a través de transferencia.	A	C
2	Se realiza un presupuesto de gastos e ingresos anual de la actividad y se revisa al menos trimestralmente	A	
2	Se conocen las posibilidades de ayudas, subvenciones o captación de recursos (a través de diferentes medios: prensa, pertenencia a Asociaciones de referencia....)	A	
2	Se ha incrementando el margen de beneficio en los últimos tres años.	A	

FASE DEL CICLO DEL PROYECTO	REQUISITO ESTABLECIDO	ASPECTO TRANSVERSA L		
3	Ha definido los objetivos que quiere alcanzar en el año en curso. Están escritos.	A		
4	Existe una política de pago a proveedores a 30, 60 ó 90 días	A		
4	Todas las personas que están en el puesto de venta están dadas de alta en la seguridad social durante el tiempo efectivo de trabajo. Las nóminas se pagan por transferencia bancaria.	A	C	E
4	Tiene definida y escrita los cursos de formación que va a realizar durante el año en curso para él/ella y las personas que trabajan en su negocio para el año en curso. Mínimo 8 horas para cada persona trabajadora. Aporta los recursos necesarios. Existe un presupuesto anual para formación y se gasta desde hace al menos tres años.	D		E
4	Todas las personas trabajadoras han realizado al menos una formación sobre gestión en el último año: liderazgo, estrategia, planificación, innovación, contabilidad, comercialización.	D		
4	Existe evidencia de que no hay discriminación en su negocio por razones de sexo, religión o ideología (entre trabajadores, socios, clientes ...). Evidencia de igualdad de salarios entre hombres y mujeres.	E	C	
4	Existen evidencias de contratación de mujeres y jóvenes.	C	E	
4	Todas las personas trabajadoras han recibido un curso de Prevención de riesgos laborales y manipulación de alimentos en el caso de comerciantes de alimentación.	D	E	
4	Evidencia de que las personas trabajadoras pueden solicitar formación y se planifica esta formación. Se realizan encuestas para conocer el grado de satisfacción con la formación recibida.	C		
4	En el caso de disponer de personas trabajadores existe al menos una encuesta anual de satisfacción y se dispone al menos de dos mediciones con resultados y tendencia positiva.	A	D	
4	Se dispone de una estructura mínima para la continuidad de la actividad en previsión de bajas por enfermedad y/o ausencias de corta y larga duración.	A		

FASE DEL CICLO DEL PROYECTO	REQUISITO ESTABLECIDO	ASPECTO TRANSVERSAL	
4	Se han definido por escrito los procesos mínimos necesarios para dar continuidad a la actividad.	A	
4	Se han definido los perfiles de las personas que se necesitan para sacar adelante el trabajo.	A	D
5	Existen evidencias de reciclaje de residuos de la actividad. Todos los residuos se gestionan a través de puntos limpios o en contenedores específicos de reciclado selectivo. En el punto de venta, durante el transporte y en el lugar de almacenamiento.	A	C
5	No se utiliza material plástico ni contaminante en embalajes.	A	C
5	Se utilizan sistemas de iluminación y calefacción de bajo consumo	A	C
5	Los materiales utilizados en el ejercicio de la actividad son respetuosos con el medioambiente.	A	C
5	Existen evidencias de reciclaje de residuos de la actividad. Todos los residuos se gestionan a través de puntos limpios o en contenedores específicos de reciclado selectivo. En el punto de venta, durante el transporte y en el lugar de almacenamiento.	A	C
5	Existen evidencias de que los vehículos que se utilizan para el transporte tienen las revisiones periódicas ITV y mantenimiento preventivo al día.	A	C
5	Se recoge el puesto de montaje y exposición de venta una vez finalizada la jornada de trabajo.	A	
5	Se dispone de medios para garantizar el buen estado de la mercancía en almacenes y en el punto de venta	A	
5	Los precios están visibles en el punto de venta manteniendo la estética	B	C
5	Se mantiene el orden y la estética de los productos que se comercializan en el punto de venta	A	B
5	Se dispone de hojas de reclamaciones a disposición de los clientes.	A	B
5	El cliente puede devolver el producto aunque no esté defectuoso aportando el ticket de compra siempre y cuando mantenga el embalaje original.	A	B
5	Existen medios de publicidad, comunicación y comercialización.	B	
5	Se han incorporado mejoras en el puesto como consecuencia de medidas de marketing o promoción	B	

FASE DEL CICLO DEL PROYECTO	REQUISITO ESTABLECIDO	ASPECTO TRANSVERSA L		
		A	B	C
5	El comerciante está adherido al sistema de arbitraje y mediación del ayuntamiento.	A	B	C
5	El cliente puede pagar con tarjeta de crédito, transferencia o a través de la web.	A		
5	Se emite factura automática en el momento de la compra.	A	C	
5	Se incrementan las ventas de manera sostenida desde hace al menos tres años	A		
5	Se incrementan el número de horas de trabajo de manera sostenida desde hace al menos tres años	A		
5	Se incrementa el número de puntos de venta desde hace al menos tres años	A		
6	Tiene al menos el resultado de dos encuestas que realiza a sus clientes al menos una vez al año con resultado satisfactorio.	A	B	
6	Existe al menos un estudio de la competencia realizado en los dos últimos años.	A		
6	Se realizan encuestas o se mantienen reuniones con los Ayuntamientos al menos una vez al año, personalmente o a través de representantes o asociaciones.	A	C	
7	Existen al menos dos ejemplos en el último año de mejoras introducidas como consecuencia de recomendaciones de clientes o personas trabajadoras.	A	D	
7	Existen mejoras implantadas como consecuencia de las aportaciones de los Ayuntamientos.	A	D	
7	Existe algún reconocimiento de clientes o Ayuntamientos como consecuencia de la buena gestión o ejemplo de la gestión de la actividad	C		

REQUISITOS 5 ESTRELLAS



El comerciante:

FASE DEL CICLO DEL PROYECTO	REQUISITO ESTABLECIDO	ASPECTO TRANSVERSAL	
		A	C
transversal	Dispone de autorización municipal. Se respeta el horario y la fecha de autorización.	A	C
Transversal	Se han escrito al menos tres valores del comerciante y comunicado al menos a todas las personas que colaboran en la venta y están visibles en un cartel en el puesto de venta y en todos los medios de publicidad y comunicación.	C	
Transversal	En el caso de cooperativas, se celebran elecciones al menos cada cinco años.	A	C
Transversal	Se ha definido un Plan Estratégico con objetivos a largo plazo (al menos a tres años) y planes anuales, ambos con indicadores asociados y frecuencia de medición.	A	C
1	En el caso de cooperativas o Sociedades, los grupos de interés han participado en el establecimiento de objetivos.	A	C
1	Existen metodologías para conocer las necesidades de los clientes, las Administraciones Públicas y Proveedores. Se aportan ejemplos de incorporación de novedades en productos o servicios como consecuencia del análisis.	A	B
2	Dispone de facturas de LOS PROVEEDORES de TODA la mercancía que vende. Conoce de dónde procede la mercancía que compra. Se paga a los proveedores a través de transferencia. Se asegura de que los proveedores aportan una garantía ética.	A	C
2	Se participa en premios NACIONALES O INTERNACIONALES relacionados con la promoción del comercio y el empleo autónomo	A	B
2	Se realiza un presupuesto de gastos e ingresos anual de la actividad y se revisa al menos trimestralmente.	A	

FASE DEL CICLO DEL PROYECTO	REQUISITO ESTABLECIDO	ASPECTO TRANSVERSAL		
2	Se conocen las posibilidades de ayudas, subvenciones o captación de recursos (a través de diferentes medios: prensa, pertenencia a Asociaciones de referencia....)	A		
2	Se participa en Plataformas Nacionales o Internacionales para promocionar el comercio exterior.	A	B	
2	Se ha incrementando el margen de beneficio en los últimos tres años.	A		
3	Ha definido los objetivos que quiere alcanzar en el año en curso. Están escritos. Se miden periódicamente los indicadores asociados.	A		
4	Existe una política de pago a proveedores a 30, 60 ó 90 días	A		
4	Se negocian con las entidades financieras las comisiones y líneas de crédito. Se aportan ejemplos de mejora en costes financieros	A		
4	Todas las personas que están en el puesto de venta están dadas de alta en la seguridad social durante el tiempo efectivo de trabajo. Las nóminas se pagan por transferencia bancaria.	A	C	E
4	Existen mejoras o beneficios sociales para los trabajadores por encima del convenio de aplicación.	C		D
4	Tiene definida y escrita los cursos de formación que va a realizar durante el año en curso para él/ella y las personas que trabajan en su negocio para el año en curso. Mínimo 10 horas para cada persona trabajadora. Aporta los recursos necesarios. Existe un presupuesto anual mínimo de un 10% para formación y se gasta desde hace al menos tres años.	D		E
4	Todas las personas trabajadoras han realizado al menos una formación sobre gestión en el último año: liderazgo, estrategia, planificación, innovación, contabilidad, comercialización.	D		
4	Se contempla la formación en idiomas de los emprendedores y trabajadores en los planes de formación.	D		
4	Existe evidencia de que no hay discriminación en su negocio por razones de sexo, religión o ideología (entre trabajadores, socios, clientes ...). Evidencia de igualdad de salarios entre hombres y mujeres. Existen ejemplos de conciliación.	E		C
4	Existen evidencias de contratación de mujeres y jóvenes.	C	E	

FASE DEL CICLO DEL PROYECTO	REQUISITO ESTABLECIDO	ASPECTO TRANSVERSAL	
4	Existen ejemplos de emprendimiento o innovación dentro del negocio a propuesta de los trabajadores o de los propios emprendedores.	D	C
4	Todas las personas trabajadoras han recibido un curso de Prevención de riesgos laborales y manipulación de alimentos en el caso de comerciantes de alimentación y se mantienen actualizados.	D	E
4	Evidencia de que las personas trabajadoras pueden solicitar formación y se planifica esta formación. Se realizan encuestas para conocer el grado de satisfacción con la formación recibida y el impacto y mejora en su puesto de trabajo.	C	
4	En el caso de disponer de personas trabajadoras existe al menos una encuesta anual de satisfacción y se dispone al menos de tres mediciones con resultados y tendencia positiva.	A	D
4	Se dispone de una estructura mínima para la continuidad de la actividad en previsión de bajas por enfermedad y/o ausencias de corta y larga duración.	A	
4	Se han definido por escrito los procesos, indicadores y frecuencia de medición mínima necesaria para dar continuidad a la actividad.	A	
4	Se ha definido la estructura, los perfiles y la competencia de las personas que se necesitan para sacar adelante el trabajo.	A	D
5	Existen evidencias de reciclaje de residuos de la actividad. Todos los residuos se gestionan a través de puntos limpios o en contenedores específicos de reciclado selectivo. En el punto de venta, durante el transporte y en el lugar de almacenamiento.	A	C
5	Existen evidencias de reducción de la generación de residuos durante los dos últimos años.	A	C
5	Existen evidencias de reducción de consumos de suministros en agua, luz, electricidad, combustible (en los últimos dos años)	A	C
5	No se utiliza material plástico ni contaminante en embalajes desde hace al menos dos años.	A	C
5	Se utilizan sistemas de iluminación y calefacción de bajo consumo desde hace al menos dos años.	A	C
5	Los materiales utilizados en el ejercicio de la actividad son respetuosos con el medioambiente.	A	C
5	Existen evidencias de que los vehículos que se utilizan para el transporte tienen las revisiones periódicas ITV y mantenimiento preventivo al día.	A	C

FASE DEL CICLO DEL PROYECTO	REQUISITO ESTABLECIDO	ASPECTO TRANSVERSA L		
5	Se recoge el puesto de montaje y exposición de venta una vez finalizada la jornada de trabajo.	A		
5	Se dispone de medios para garantizar el buen estado de la mercancía en almacenes y en el punto de venta	A		
5	Los precios están visibles en el punto de venta manteniendo la estética	B	C	
5	Se mantiene el orden y la estética de los productos que se comercializan en el punto de venta	A	B	
5	Se dispone de hojas de reclamaciones a disposición de los clientes.	A	B	
5	El cliente puede devolver el producto aunque no esté defectuoso aportando el ticket de compra siempre y cuando mantenga el embalaje original.	A	B	
5	Existen medios de publicidad, comunicación y comercialización desde hace al menos dos años.	B		
5	Existe una página web a través de la que se puede comprar	B		
5	Existe un presupuesto para marketing y publicidad	B		
5	Existe un plan de marketing y/o posicionamiento on-line	B		
5	Se participa en ferias y/o comercio o mercados internacionales	A	B	
5	Se han incorporado mejoras en el puesto como consecuencia de medidas de marketing o promoción	B		
5	El comerciante está adherido al sistema de arbitraje y mediación del ayuntamiento.	A	B	C
5	El cliente puede pagar con tarjeta de crédito, transferencia o a través de la web.	A		
5	Se emite factura automática en el momento de la compra.	A	C	
5	Se incrementan las ventas de manera sostenida desde hace al menos tres años	A		
5	Se incrementan el número de horas de trabajo de manera sostenida desde hace al menos tres años	A		
5	Se incrementa el número de puntos de venta desde hace al menos tres años	A		
6	Tiene al menos el resultado de dos encuestas que realiza a sus clientes al menos una vez al año con resultado satisfactorio.	A	B	
6	Existe al menos un estudio de la competencia realizado en los dos últimos años.	A		

FASE DEL CICLO DEL PROYECTO	REQUISITO ESTABLECIDO	ASPECTO TRANSVERSAL	
6	Se realizan encuestas o se mantienen reuniones con los Ayuntamientos al menos una vez al año, personalmente o a través de representantes o Asociaciones.	A	C
7	Existen ejemplos en el último año de mejoras introducidas como consecuencia de recomendaciones de clientes, o personas trabajadoras (dos ejemplos de cada uno de los grupos).	A	D
7	Existen al menos dos mejoras implantadas como consecuencia de las aportaciones de los Ayuntamientos en el último año.	A	D
7	Existe algún reconocimiento de clientes o Ayuntamientos como consecuencia de la buena gestión o ejemplo de la gestión de la actividad	C	
7	Existen medidas de aportación o apoyo a temas sociales	A	

8. EL PROCESO DE EVALUACIÓN

El esquema de estrellas CALIDAD Y COMPROMISO SOCIAL DEL COMERCIO AMBULANTE se evalúa por un evaluador del Club de Evaluadores de la Fundación Grupo Develop. Los evaluadores son personas que disponen de la formación y experiencia en la implantación de algún sistema de calidad en la gestión en su propia organización. Los componentes que forman parte del Club de Evaluadores han recibido además, formación específica en los criterios de este esquema, también en los modelos más utilizados en las entidades sociales (EFQM, ISO 900, MODELO IBEROAMERICANO, Estándares nacionales y autonómicos...). Podrán formar parte del Club de Evaluadores aquellos comerciantes que cumplan los requisitos de formación y experiencia.

La Fundación Grupo Develop dispone de acuerdos con las principales entidades de Certificación, quienes podrán evaluar la adecuación al esquema en una segunda fase de este proyecto una vez contrastado el proceso de evaluación en la fase piloto. Las personas evaluadoras de las entidades de certificación serán formadas y homologadas por la propia Fundación con idéntica metodología.

El objetivo principal de las personas evaluadoras es promover la mejora continua en el sector del comercio ambulante a través del esquema propuesto en este manual de fácil seguimiento y accesibilidad.

Se trata de marcar una pauta concreta a través de los ítems propuestos, de manera que se tenga clara la hoja de ruta a seguir. El trabajo de los evaluadores consiste en proponer a la Fundación Grupo Develop una recomendación sobre el nivel de estrellas de que dispone un comerciante. Además, elaboran un informe que permitirá al comerciante disponer de un documento que ayude de manera eminentemente práctica a incorporar y planificar mejoras dentro de un sistema de gestión integral de su negocio que se va fabricando, siguiendo el esquema propuesto y el informe de recomendaciones.

El nivel de estrellas de que dispone un comerciante sirve como base para establecer comparaciones y para fomentar el intercambio práctico de buenas prácticas en asuntos concretos. Para tal fin, la Fundación Grupo Develop dispondrá de una base de datos actualizada con el nivel de estrellas de cada comerciante y fomentará el intercambio de conocimiento y el trabajo en red como está previsto en sus fines.

1. Equipo de evaluación: Reglas de trabajo y de conducta

Las personas evaluadoras del esquema de la Fundación Grupo Develop (CALIDAD Y COMPROMISO SOCIAL DEL COMERCIO AMBULANTE) son los integrantes activos del Club de Evaluadores Sociales y/o de las entidades certificadoras adheridas al proyecto. Estas personas intervendrán utilizando la metodología y código ético asumido en el documento, que contempla su pertenecía al Grupo y según un Manual de Estilo que regula la forma de actuación.

2. Metodología

Solicitud de certificación

Aquellos comerciantes que estén Sello de Calidad y Compromiso Social del Comercio Ambulante deberán solicitarlo a través de correo electrónico y/o por vía telefónica.

Recibida la solicitud de evaluación, la Fundación Grupo Develop se pondrá en contacto con el comerciante para informarle del proceso, así como de las condiciones de la visita de evaluación y emitirá un documento que deberá ser firmado y aceptado por el comerciante.

Asignación de evaluador y tiempo estimado para la evaluación.

La Fundación Grupo Develop, junto con la entidad certificadora (si procede) se encargará de asignar el evaluador que realizará la visita a la entidad solicitante; en esta asignación se primarán aspectos como el conocimiento y la experiencia de la persona asignada y el lugar de residencia.

El evaluador podrá solicitar documentación con carácter previo a la visita presencial al puesto del comercio ambulante a fin de obtener un mayor conocimiento de la actividad del comerciante evaluado.

La visita de evaluación in situ tendrá una duración inferior o igual a media jornada.

Aspectos a evaluar para la obtención del reconocimiento.

La concesión del nivel de reconocimiento se basa en el cumplimiento de los requisitos establecidos para cada nivel (1 estrella, 2 estrellas, 3 estrellas, 4 estrellas y 5 estrellas).

La persona evaluadora, en su visita al puesto ambulante se encargará de validar el nivel de cumplimiento de los estándares aplicables al nivel (estrellas) que se ha solicitado. Para ello, llevarán a cabo una comprobación de las evidencias del cumplimiento de cada uno de los criterios a tener en cuenta. Se apoyará en la herramienta “MATRIZ DE EVALUACIÓN” para realizar este trabajo.

La persona evaluadora valorará la capacidad de evidenciar los ítems en función de:

1. La capacidad del comerciante de fundamentar de manera lógica y mantener la coherencia de sus actuaciones con el plan de trabajo formulado y sus principios éticos.
2. La capacidad de aplicar los requisitos de cada nivel a todas las áreas que son aplicables al puesto ambulante.

3. La definición de las metodologías que se utilizan para desarrollar la actividad.
4. La capacidad de establecer indicadores que permitan evaluar la efectividad y el impacto de las acciones que se emprenden.
5. La capacidad del comerciante de incorporar aprendizajes a partir de los resultados obtenidos al finalizar el ciclo de proyecto.

Cada uno de estos cinco criterios se valorará en porcentaje 0-100, debiendo la organización alcanzar al menos un 75% en cada criterio.

Informe de evaluación

Tras la visita de evaluación que se realice al puesto ambulante el evaluador enviará debidamente cumplimentado a la Fundación Grupo Develop la MATRIZ DE EVALUACIÓN y el INFORME A REMITIR AL COMERCIANTE con los puntos fuertes y áreas de mejora detectado en el que se especificará el nivel de estrellas recomendado.

Este informe será revisado por la Fundación Grupo Develop, quien otorgará al comerciante el reconocimiento obtenido tras la evaluación de éste.

A la hora de realizar las recomendaciones, el evaluador tendrá en cuenta los siguientes aspectos:

1. Incorporar aquellos aspectos de mejora que realmente puedan ser abordados por el comerciante en un periodo no superior a un año.
2. No se informará al comerciante del nivel alcanzado en la visita de evaluación. Esta información será comunicada por la Fundación Grupo Develop.

Emisión del reconocimiento

La Fundación Grupo Develop emitirá el reconocimiento obtenido por el comerciante evaluado tras el análisis de la documentación enviada por el evaluador asignado.

El comerciante evaluado recibirá el Reconocimiento a la Calidad y Compromiso Social del Comercio Ambulante junto con las normas de uso del logotipo que acredita el nivel alcanzado tras la evaluación.

Vigencia:

El reconocimiento obtenido por parte de la entidad tendrá una vigencia de dos años desde la fecha de emisión.

3. Responsabilidades

Fundación Grupo Develop

- Facilitar toda la documentación e información necesaria a los comerciantes que soliciten el Reconocimiento. a la Calidad y Compromiso Social del Comercio Ambulante
- Facilitar la información y documentación necesaria a las personas evaluadoras asignadas (Código Ético, Manual de Estilo, aceptación de la evaluación, Matriz de Evaluación, modelo de informe y resto de documentos especificados en el Proceso de Gestión de Evaluadores.
- Impartir la formación necesaria para cualificar a los evaluadores.
- Promover y difundir el buen uso de los Reconocimientos entre los comerciantes.
- Garantizar una gestión transparente, y de acuerdo a los estándares establecidos para ello, en la concesión de los Sellos de Calidad y Compromiso Social del Comercio Ambulante.
- Promover la profesionalidad y el cumplimiento del código ético entre las personas componentes del grupo de evaluadores.
- Divulgar el valor de los reconocimientos y de las organizaciones que utilizan los estándares propuestos como modelo de medición de la mejora continua entre los comerciantes.
- Garantizar la confidencialidad de la información facilitada por los comerciantes solicitantes a lo largo del proceso de evaluación.

Evaluadores

- Cumplimiento del código ético de la Fundación Grupo Develop.
- Cumplimiento de lo establecido en del Manual de Estilo de la Fundación Grupo Develop.

- Trabajar conforme al proceso de evaluación del Sello de Calidad y Compromiso Social del comercio ambulante.
- Envío del documento de aceptación de la participación en la evaluación firmado.
- Correcta cumplimentación y envío, a la Fundación Grupo Develop, de los formatos existentes en el proceso de evaluación.

Comerciantes solicitantes

- Envío de la propuesta aceptada para la evaluación a través del documento establecido para ello (que será facilitado por la Fundación Grupo Develop).
- Aceptación de las condiciones de la visita de evaluación.
- Facilitar toda aquella información que se les solicite (relacionada con los criterios a evaluar en el esquema de reconocimiento), tanto por el evaluador como por la Fundación Grupo Develop, en el proceso de evaluación.

Comerciantes que hayan obtenido la certificación

- Aceptación del reconocimiento obtenido tras la evaluación.
- Cumplimiento de las normas de uso del Sello de Calidad y Compromiso Social del Comercio Ambulante.

9. EL USO DE LA MARCA

Política de la Fundación Grupo Develop en relación al Sello “CALIDAD Y COMPROMISO SOCIAL EN EL COMERCIO AMBULANTE”

Todos aquellos comerciantes que hayan superado con éxito la evaluación homologada, realizada por siguiendo el proceso que se establecerá en el primer semestre de 2016 y de acuerdo con los estándares establecidos para cada uno de los niveles (1 ESTRELLA, 2 ESTRELLAS, 3 ESTRELLAS, 4 ESTRELLAS o 5 ESTRELLAS), recibirán un Sello de acuerdo con el Nivel superado.

A partir del momento de la recepción del Sello y de este Manual de uso, el comerciante podrá utilizar la marca durante un periodo máximo de 2 años

contados desde la fecha de emisión del certificado. Una vez concluido este plazo, se deberá solicitar nuevamente la visita de recertificación o solicitar una categoría superior si así lo considera.

Los beneficiarios del Sello de CALIDAD Y COMPROMISO SOCIAL EN EL COMERCIO AMBULANTE son libres de utilizarlo en el periodo de tiempo definido junto con el número que acredita en el certificado enviado la vigencia del mismo. El número de registro es único.

Solamente los comerciantes que disponen del certificado oficial pueden usar este distintivo, estando prohibida su alteración, cambio de colores, tipografía o cualquier otra modificación del mismo. El número de acreditación es único y distinto para cada comerciante. Está impreso en el certificado junto con la fecha de vigencia.

El Sello se puede utilizar con o sin número de acreditación en papelería, furgonetas, exposiciones, página web y cualquier material de marketing que el comerciante utilice.

No se permite hacer uso del Sello en condiciones diferentes a las que se recogen en este Manual de Uso sin haber superado la auditoría homologada ni utilizar un Sello de nivel diferente al obtenido.

Todos los comerciantes que superen cualquier nivel de estrellas recibirán un manual de uso junto con los logotipos, medidas y resto de información para el uso correcto de la marca.

10. CÓDIGO ÉTICO DE LA FUNDACIÓN GRUPO DEVELOP

1. PRESENTACIÓN

Este Código Ético de la Fundación Grupo Develop se enmarca dentro del proceso PE-02 de planificación estratégica y operativa de la Fundación y servirá de guía a todos sus trabajadores, voluntarios, participantes de los grupos de trabajo y comisiones, Club de Evaluadores Sociales y Consejo Asesor, estableciendo un marco de comportamiento personal y profesional.

2. ENFOQUE

El Código Ético es una herramienta que rige el comportamiento de todas las personas y Organizaciones relacionadas y vinculadas con la Fundación Grupo Develop.

3. OBJETIVO

Identificar y Presentar el conjunto de **principios y compromisos de comportamiento ético** cuya asunción y aplicación contribuirá a una gestión ética y responsable en el desarrollo de las actuaciones que realizarán las personas y Organizaciones vinculadas y/o representadas por la Fundación Grupo Develop.

4. ALCANCE

Este documento aplica a todas las personas, organizaciones y empresas que tengan algún tipo de vinculación con la Fundación Grupo Develop.

La adhesión de cada miembro, de carácter voluntario, supondrá su acuerdo y el compromiso de cumplirlo en toda su extensión.

5. VALORES

Los valores de la Fundación Grupo Develop a los que se suman las personas y/o Organizaciones vinculadas son los siguientes:

- **Los propios de la Fundación Grupo Develop:**

1. **COMPARTIR:** Todos podemos dar algo de lo que tenemos para que otros vivan mejor.
2. **ALEGRÍA:** Defendemos el valor de vivir la vida de manera optimista agradeciendo lo que tenemos pese a las circunstancias puntuales.
3. **ILUSIÓN:** Trabajamos con la esperanza de que los proyectos que llevamos a cabo realmente contribuyan a conseguir nuestros objetivos.
4. **RESPECTO:** Al trabajo de otros, aunque no sea nuestro proyecto. A las personas con independencia de su posición social, procedencia o creencia religiosa y política

5. **COMPROMISO:** Con el trabajo bien hecho, con las personas y con la palabra dada Entendemos el **compromiso ético** como el acercamiento a las Entidades desde el máximo respeto por lo que son, por lo que hacen y por lo que representan
 - **Los específicos de las personas/organizaciones vinculadas:**
6. **INNOVACIÓN.** Entendemos la **innovación** como el permanente interés por aprender metodologías y prácticas que se puedan poner al servicio de la mejora continua de las entidades para que su gestión sea cada vez más excelente.
7. **APOYO MUTUO.** Entendemos el **apoyo mutuo** o **ayuda mutua** como el establecimiento de lazos de cooperación, reciprocidad y trabajo en equipo entre los miembros del Club de Evaluadores Sociales, así como el intercambio recíproco y voluntario de recursos, habilidades, servicios y buenas prácticas de gestión, en la Gestión de la Calidad, para un beneficio mutuo entre todas las partes.
8. **TRANSPARENCIA.** Entendemos la **transparencia** que la información debe ser veraz, coherente, compartida y participativa.
9. **PARTICIPACIÓN.** Entendemos por **participación** el compromiso a **estar de forma activa en las acciones que desarrollen**, pudiendo ser la falta de asistencia y participación un motivo de baja forzosa de la actividad objeto de la vinculación.
10. **RESPONSABILIDAD.** Entendemos por **responsabilidad** el compromiso de las personas/organizaciones vinculadas a hacer un **uso responsable de la información** recibida y orientada al cliente.
11. **CONFIDENCIALIDAD.** Entendemos por **confidencialidad** que **toda la Documentación generada por la Fundación Grupo Develop, las personas u organizaciones vinculadas y los grupos de trabajo es propiedad de la Fundación Grupo Develop.** Queda prohibida, en consecuencia, la reproducción y difusión total o parcial por cualquier medio, realizada por terceros o por personas con fines distintos a los indicados, salvo en aquellos casos que sean justificados y autorizados por la Fundación Grupo Develop y/o por la organización propietaria.

6. COMPROMISOS ÉTICOS EN LAS RELACIONES ENTRE ORGANIZACIONES Y PERSONAS VINCULADAS

1. Actitud y comportamiento

La integridad, competencia, independencia, objetividad y profesionalidad serán las pautas de comportamiento de las personas u organizaciones vinculadas a la Fundación Grupo Develop.

2. Independencia

Si surgiera un conflicto de intereses que pudieran afectar la objetividad o independencia del trabajo a desarrollar, se deberá comunicar inmediatamente a la Fundación Grupo Develop, al objeto de acordar las medidas oportunas. Si de antemano es de prever que se dé dicha circunstancia, se deberá advertir previamente a la aceptación de la participación en las comisiones de trabajo, grupos de mejora o intervención directa.

3. Concurrencia de intereses

No se aceptarán remuneraciones, comisiones u otros beneficios procedentes del trabajo realizado para la Fundación Grupo Develop u otras relacionadas con ésta sin previo conocimiento y aceptación de la Fundación Grupo Develop. Cualquier interés particular que tenga la persona u organización en los productos o servicios producidos por la Fundación o como consecuencia del trabajo generado por los grupos de trabajo, Red de Entidades Vinculadas o voluntarios, deberá ser previamente puesto en conocimiento de la Fundación Grupo Develop que tomará una decisión, junto con la persona/organizaciones propietarias o co-propietarias de los productos finales. Se entiende, además, que las personas/entidades vinculadas no prestarán servicios a empresas o entidades de la competencia.

4. Conflicto de intereses

Entendemos que se establece una relación de confianza y que las entidades y/o personas vinculadas apoyarán la sostenibilidad de la propia Fundación contando con los servicios que ésta presta cuando sea necesario, evitando la contratación de empresas o entidades de la competencia. La Fundación Grupo Develop ofrecerá siempre las condiciones más favorables y ventajosas a sus entidades vinculadas.

5. Confidencialidad

Toda la información recibida deberá ser tratada de forma confidencial, disponiendo las medidas oportunas para garantizar su protección frente al acceso de personas no autorizadas, así como frente al riesgo de destrucción o pérdida de la misma. Ninguna persona/organización se aprovechará de la información recogida para sus propios fines, ni la ofrecerá a otros sin la autorización expresa de la Fundación Grupo Develop. Dicho compromiso es extensivo a los colaboradores que, con motivo de su actuación profesional, hayan accedido a dicha información, los cuales deberán suscribir un compromiso individual de aseguramiento de dicha confidencialidad.

6. Transparencia

Previamente a la aceptación del trabajo, deberán ser conocidos y aceptados por ambas partes todos los componentes relevantes del mismo, tales como el alcance, objetivos, plazos de ejecución, plan de trabajo y los costes.

7. Prevención de contratación de empleados

La Fundación Grupo Develop renuncia a realizar actividades de captación de trabajadores de sus entidades vinculadas sin previo conocimiento y/o consentimiento de las mismas.

8. Expectativas

Las expectativas y beneficios derivados del Proyecto o Servicio proporcionado por la Red de Entidades Vinculadas deberán ser realistas y haber sido establecidos y acordados mutuamente.

9. Aproximación realista y práctica a los problemas a abordar desde las Organizaciones y personas vinculadas

El desarrollo de la Red está orientado a la satisfacción de los objetivos de todos los miembros que la componen, buscando la máxima optimización esfuerzo/beneficio. La planificación de tareas, recursos y plazos de ejecución deberá ser lo más realista posible, de acuerdo con la información disponible en cada momento, evitando incurrir en demoras innecesarias o costes no previstos de antemano, sin el oportuno conocimiento y aprobación de la Fundación Grupo Develop que garantizará la sostenibilidad de los proyectos ante terceros.

10. Condiciones justas y coherentes con la tarea encomendada

Las especificaciones de la tarea, comisión o cualquier otra fórmula de intervención deberá estar explícitamente detallada, incluyendo objetivos, plazos, recursos necesarios y costes asociados. Dichas condiciones deberán haber sido previamente acordadas con la Fundación Grupo Develop en base a los criterios de transparencia, proporcionalidad con el esfuerzo/beneficio esperado y en relación con las mejores condiciones de mercado aplicables.

11. Garantía de capacidad profesional

Las personas/organizaciones serán extremadamente rigurosos en la identificación y selección de oportunidades asegurándose de disponer de la experiencia y competencias necesarias para el óptimo desarrollo del trabajo. Dicho compromiso es extensivo a la satisfacción de cuantos requisitos de acreditación oficial pudieran derivarse de la naturaleza del propio proyecto por parte de las personas que formarán parte del mismo (titulaciones técnicas, posesión de licencias en vigor, acreditación de competencias..., etc.). A lo largo del desarrollo de cualquier proyecto se garantizará la dedicación de los recursos comprometidos, tanto en número como en competencias.

12. Imparcialidad e igualdad

La Fundación Grupo Develop velará por mantener criterios de objetividad e imparcialidad e igualdad entre todas las personas u organizaciones vinculadas a la Fundación. El interés de la persona, organización u organismo para el que se desarrolle o presente un proyecto prevalecerá sobre cualquier otra alternativa.

13. Representación

Las personas y entidades vinculadas actuarán siempre en nombre de la Fundación Grupo Develop cuando se trate de proyectos generados a través de la vinculación acordada con la Fundación.

7. COMPROMISOS ÉTICOS CON LA SOCIEDAD

1. Protección de la legalidad

Si durante el desarrollo de las actividades de las personas/organizaciones, se detectaran prácticas que contravienen la legislación vigente, se informará inmediatamente a la Fundación Grupo Develop que tomará las medidas correctoras y/o pondrá los hechos en conocimiento de las autoridades correspondientes.

2. Protección de los derechos de propiedad intelectual

En el desarrollo de las actividades de las personas/organizaciones vinculadas, se respetarán los derechos de propiedad intelectual de otras organizaciones, no utilizando programas o documentación reservada o protegida por derechos de autor sin el previo consentimiento de sus legítimos propietarios.

3. Comunicación veraz

En todas las actuaciones de comunicación y marketing los contenidos se ajustarán a la realidad, evitando actuaciones que supongan difamación, desprestigio, calumnia o descrédito de organizaciones competidoras.

4. Coherencia

Las personas/organizaciones vinculadas a la Fundación Grupo Develop se comportarán de forma coherente con los valores que definen a la Fundación y explicitados en este documento y son ejemplo de ellos. Se entiende que si no fuera posible mantener la coherencia, solicitarán de manera voluntaria la baja de su vinculación con la Fundación Grupo Develop.

11. GLOSARIO

Calidad: capacidad de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

Enfoque: Cómo la organización crea las condiciones para conseguir que algo sea posible teniendo en cuenta su misión, su estrategia y sus principios éticos.

Impacto: Percepción de la sociedad, de los usuarios, familias y administraciones públicas en relación a la actividad que la Organización desarrolla.

Grupo de Interés: Persona, grupo u organización que tiene un interés directo o indirecto en el éxito del negocio.

Indicador: Medidas que cuantifican el desempeño e impacto de la actividad.

ISO 9000: Conjunto de normas internacionales que especifican los requisitos de Gestión de la Calidad.

Mapa de procesos: Representación gráfica de la secuencia e interacción de los diferentes procesos que tienen lugar en una organización.

Objetivos: algo ambicionado o pretendido que se puede cuantificar y que tiene un plazo determinado de consecución en el tiempo.

Plan Estratégico: Proceso de evaluación sistemática de la actividad que define los objetivos cuantitativos a largo plazo (normalmente 3-4 años) y las actividades y recursos necesarios para alcanzarlos.

Plan Operativo: Proceso de evaluación sistemática de la actividad de define los objetivos cuantitativos a corto plazo (normalmente 1 año) de manera coherente con el plan estratégico. Define además las actividades y recursos para alcanzar los objetivos.

Sostenibilidad: Entidad que añade valor social y medioambiental a corto, medio y largo plazo, contribuyendo de esta forma al aumento del bienestar y al progreso de generaciones presentes y futuras, tanto en su entorno inmediato como en el planeta en general.

12. BIBLIOGRAFÍA

- Modelo EFQM de Excelencia v.2013
- Modelo Iberoamericano de Excelencia en la Gestión v.2012
- Marco de Referencia Excelencia Socialmente Responsable. Club de Excelencia en Gestión.
- Marco de Referencia Capital Humano emprendedor. Club de Excelencia en Gestión.
- Marco de Referencia de Innovación. Club de Excelencia en Gestión.
- Norma SGE-21. Forética
- El Comercio Ambulante en Andalucía (2007). Junta de Andalucía.
- “Las autorizaciones municipales para el ejercicio de la venta ambulante su confuso fundamento” artículo de Tomás CANO CALVO, Profesor Titular de Derecho Administrativo de la Universidad Complutense de Madrid.
- *Situación y perspectivas de la venta ambulante en la comunidad gitana.* Ministerio de Sanidad y Política Social, estudio realizado por Vicente MARBÁN GALLEGO y Gregorio RODRIGUEZ CABRERO, Universidad de Alcalá (2010)