

# **COMPARACION SOBRE EL COMERCIO Y LA INFORMALIDAD EN BOGOTA Y CDMX: PROFUNDIZACION SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DEL CONSUMIDOR ACTUAL.**

*Elaborado por: Juan Carlos Galindo Pinilla*

## **Resumen**

Las diferentes formas de comercio a nivel mundial han logrado cambiar las dinámicas de mercado en los diferentes países es por eso que este escrito pretende hacer una comparación del comercio, la informalidad en BOGOTA y CDMX, profundizando así el comportamiento de compra del consumidor mexicano frente a las ventas ambulantes y el mercado en general y los posibles retos que se pueden enfrentar desde la perspectiva del Marketing

**Palabras clave:** Informalidad, comercio informal, ventas ambulantes, consumo, desempleo mercado, ventas ambulantes, comportamiento de compra, consumidor

Tanto CDMX como Bogotá presentan actualmente un panorama particular frente a las dinámicas ejecutadas en el comercio, más conocidas como las ventas ambulantes representando así un rol de trabajo dentro de la informalidad debido a la situación de desempleo que presentan en juntos países. Dicho panorama se evidencia dentro de las dos ciudades de manera singular en sitios como centros históricos, parques, plazas de mercado, centros de transporte y algunos lugares de mayor tráfico y afluencia de personas dentro de los barrios o colonias.

Por otra parte la cantidad de vendedores que encontramos en las dos ciudades generan un impacto importante en la economía actual, promoviendo así una competencia entre los mismos y buscando sobre cada uno lograr tener una propuesta de valor diferente que lleven a la compra por parte de las personas que transitan el sector. Dentro de algunas de las

ventas más características que tenemos demostradas por este fenómeno de informalidad son las siguientes: Ventas de alimentos, accesorios, ropa, entretenimiento, ocio, herramientas y otros, juntas ciudades son metrópolis con bastante diversidad frente al comercio.

Lo dicho hasta aquí supone que estas actividades de comercio están directamente relacionadas al fenómeno de la informalidad. Siendo el punto de partida para plantear la siguiente pregunta en búsqueda de aportes substanciales desde la mirada del Marketing: ¿Cómo se comprende el comercio informal en Ciudad de México y Bogotá desde la óptica del comportamiento de compra del consumidor?

Por otro lado con este interrogante es importante hacer una comparación de estas dos ciudades partiendo por datos importantes de su cultura y economía. Que nos lleven a una reflexión sobre las mismas y el papel del consumidor en el comercio logrando así aportes mercadológicos para las dos ciudades.

Dado que se busca reflexionar como en México y en Bogotá el comercio informal está presente en los lugares más representativos y turísticos de la ciudad que al largo de las décadas han logrado generar un malestar en la comunidad capitalina de cada una de estas ciudades afectando directamente en zonas residenciales, espacios públicos y la seguridad ciudadana, en México esta problemática del uso del espacio público llevo a la construcción de más plazas de mercado construyendo corredores comerciales y barrios dedicados a estas formas de comercio, sin embargo las políticas de este país llevaron a los comerciantes después de su estructuración a tomarse calles y parques siendo esto lo que se conoce como la base del comercio actual en CDMX (Gomez, 2017).

Considerando lo que nos habla el autor se ve importante tener en cuenta esta situación pues si bien para las dos ciudades los problemas de uso de espacio público por parte de vendedor informal demuestran cómo ha crecido esta forma de comercio de manera exponencial en especialmente a las ventas ambulantes, encontrando en las dos claramente exposiciones de carros con ventas de alimentos preparados, quioscos y plazas dedicadas a dicha actividad.

Ahora bien históricamente según Rincon Baez & Soler Hurtado.(2015) Bogotá durante su proceso de colonización en América las ciudades pertenecientes a la colonia española se

acentuaban en esa entonces un centro de desarrollo y comercio conocido como Plaza mayor (Plaza de Bolívar) ubicado en el centro histórico de la ciudad siendo este caracterizado por la zona principal de intercambios comerciales. es entonces donde podemos inferir que el tema del comercio informal siempre ha estado presente en el proceso histórico de la ciudad de Bogotá.

No obstante hay que comprender las causas y consecuencias que existen en Colombia que datan desde el contexto histórico del comercio informal como lo habla (Lopez Camargo, 2012) en su artículo “El comercio informal en Colombia: causas y consecuencias”. Hay varias razones que generaron la informalidad en el país como: es el “Cierre de empresas y consecuente despido de trabajadores” (p.110), los “Bajos salarios que se pagan en Colombia”(p.111) y el “Desplazamiento forzado por conflicto interno” (p.111). Para estas causas tan notorias existen cifras demostradas por las entidades como la OIT y el DANE dando un claro panorama de la crisis interna que actualmente atraviesa el país, ya que las empresas con mayor riesgo de tener un cierre y liquidación de sus activos en este caso (trabajadores) son aquellas empresas medianas y pequeñas donde existe un alto porcentaje operativo y de mano de obra esto generando así poca expectativa de los trabajadores actuales haciéndolos optar por otras opciones laborales.

Es por esto que se busca que se les proporcione estabilidad económica y laboral, ahora bien se dice que en Colombia la remuneración del trabajo es mal paga, según (Lopez Camargo, 2012) citando al DANE, Esta situación señalada con lleva a los trabajadores que no alcanzan a cubrir sus necesidades básicas a tomar el camino de la informalidad, bien sea en las ventas o los servicios.

Aunque para acercarse un poco más a las causas de este fenómeno la tercer causa directa de informalidad es el “Desplazamiento forzado por conflicto interno” (p.111) causa que se amerita al conflicto armado de algunas ciudades y pueblos, pues con un 5.5 millones de personas afectadas a raíz de esta problemática la única salida de las familias que salen sus hogares es acudir a ciudades principales y como principal alternativa dedicarse a las ventas ambulantes de productos que den el sustento diario para sobrevivir como anteriormente nombrado. (Lopez Camargo, 2012).

Como se afirma anteriormente y en aporte al autor sobre las consecuencias más notorias en este país siendo una economía que refleja sus problemas sociales y políticos muy marcados en sus procesos comerciales. La evasión de impuestos de industria y comercio, invasión de espacio público y auspicio de actos delictivos son el resultado de la no apropiación y apoyo del gobierno frente al problema, pues para traer un ejemplo claro de estas 3 consecuencias tenemos a la localidad de Chapinero, la cual se posiciona como una de las localidades donde más tenemos ventas informales se presentan causa de los 3 puntos anteriormente tratados.

Ahora veamos al referente colombiano y en especial Bogotá la primer relación del vendedor ambulante surgió de 1932 según (Rincon Baez & Soler Hurtado, 2015) cuando “El Concejo de Bogotá tomo algunas medidas sobre el gremio y sobre expendios de mercancía en la ciudad; mediante esta norma a los vendedores ambulantes” se les definió a su vez como “aquellos individuos que venden mercancías, ya ofreciéndolas en las vías públicas, ya en los domicilios y locales particulares, ya en los salones de espectáculos, sea por medio de muestrarios, facturas u otros sistemas” (Simanca, 2008)

En este orden de ideas es clave tener en cuenta que afectación a tenido el empleo informal en México, como bien nos habla el autor (Varela Llamas, Castillo Ponce, & Ocegueda Hernandez, 2013) el fenómeno de la informalidad laboral es preponderante debido pues en los últimos años se ha manifestado un crecimiento que pone en discusión los esfuerzo en materia de política de empleo pues la estructura salarial y la evolución del empleo están determinadas por la libre competencia entre oferentes y demandantes, siempre que no haya factores de rigidez que alteren la dinámica del mercado.

En segunda instancia el empleo informal en México data por el aumento de la tasa de crecimiento en el Producto Interno Bruto de la economía mexicana, que mantiene relaciones estrechas con dinámicas de empleo del sector formal, pero si bien en momentos de crisis económicas el panorama es diferentes pues hay un aumento de empleados ubicados en el sector informal (Varela Llamas, Castillo Ponce, & Ocegueda Hernandez, 2013)

Es por esto que el comercio sin duda ha tomado un papel importante en la economía global de los países logrando estar presente en todos los aspectos de la vida del hombre,

considerándose como el intercambio de bienes y servicios que logran satisfacer una necesidad específica. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (2007) el comercio es una actividad socioeconómica que consiste en la compra y venta de bienes que son utilizados para su uso o para su transformación, como también para el cambio o transacción de otra cosa de igual valor.

El comercio se clasifica en dos sectores importantes de la economía, los cuales son: *Comercio al por mayor* y *por Comercio al por menor*.

**Comercio al por mayor:** Es aquella economía dedicada principalmente a la compra y venta de bienes de consumo para ser vendidos a otros ya sean: Comerciantes, distribuidores o empresas, la caracterización principal de este comercio es la Venta en grandes volúmenes, operación desde bodegas u oficinas y la no exhibición en punto de venta (SCIAN, 2002)

**Comercio al por menor:** Se caracteriza por la compra y venta sin transformación de productos destinados para el consumidor final (Personas y hogares). Su caracterización principal es: La exhibición en el punto de venta, Instalaciones físicas como (Tiendas, supermercados o depósitos), Venta personalizada, puerta a puerta, por catálogo, telefónica, web entre otras.

(SCIAN, 2002)

Ahora bien partimos por hablar de informalidad la cual se define como la ejecución de una actividad económica sin sujeción a las obligaciones establecidas por el desarrollo de la misma, por parte de la normatividad vigente como el pago de impuestos, registro mercantil y afiliación a los trabajadores a seguridad social (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2009)

De manera similar el Banco Mundial (2007) expone que la informalidad, además de ser una manifestación de la sociedad contra el Estado, es un resultado que se puede dar por dos vías: primero como la exclusión de los beneficios otorgados por el Estado o de los circuitos modernos de la economía, y segundo como un escape racional de los agentes económicos que no ven incentivos en hacer parte del sector regulado.

Para Bachetta, Erns & Bustamante (2009), la informalidad aumenta la desigualdad, y en consecuencia disminuye el crecimiento del PIB; de igual modo, impide el desarrollo de una ventaja comparativa de las empresas y de quienes trabajen como informales, porque no permite el ascenso en la cadena de valor y la creación de una base diversificada para las exportaciones. Por último, la informalidad reduce las posibilidades de progreso en un país limitando así su crecimiento.

Es por ello que la informalidad se sitúa como causante de perjuicios y/o agravantes económicos que se reflejan en el PIB, debido a que el desplazamiento laboral y social impide a las empresas aumentar su productividad y diversificarse en línea de productos especializados, restándoles competitividad; además no ayuda con la recaudación de impuestos y no proporciona datos estadísticos que permitan al país tener prospectiva del empleo y la producción nacional (Aráuz, 2014).

Existen dos factores característicos y determinantes que estimulan la informalidad según Ochoa & Ordoñez (2004), el primero los altos costos de la formalización, los cuales representan una enorme cantidad de trámites, pagos y solicitudes, que terminan haciendo que los individuos ejecuten sus proyectos de emprendimiento informalmente teniendo en cuenta la evaluación costo-beneficio. El segundo factor que estimula la informalidad en Colombia es el desplazamiento forzoso hacia las grandes metrópolis, por parte de personas que sufren situaciones de violencia en sus poblaciones rurales; es decir al llegar una amplia oferta de mano de obra a las ciudades se provoca un aumento en el desempleo lo que conlleva a que se potencie la informalidad.

Como consecuencia de lo anterior, es evidente que los trabajadores informales se pierdan de toda forma de protección social, es decir acceso restringido al seguro de salud, desempleo y accidentes de trabajo, lo que lleva a estas personas a estar expuestos a riesgos normales y recurrentes. Además, estos individuos evidencian la falta de acceso a la protección de los sistemas de pensiones, ya que esto impide que los trabajadores informales se jubilen obligándose a trabajar durante más tiempo, quizá en condiciones de vulnerabilidad física y menor productividad de su capital humano (Ochoa y Ordoñez, 2004).

Ahora bien en Colombia, la informalidad ha constituido un tema de análisis, debate y discusión constante. Es preciso evidenciar, según el Departamento Administrativo Nacional

de Estadísticas – (DANE, 2016) que para el trimestre móvil de diciembre del 2015 a febrero del 2016 la proporción de ocupados informales fue de 47.2% concentrándose en actividades tales como el comercio, hoteles y restaurantes con un 43.2% y 61% desempeñándose como trabajador por cuenta propia.

El empleo informal en Colombia está creciendo hoy por hoy a un ritmo más acelerado que el empleo formal pues en el segundo trimestre del año 2015 el empleo informal generó 152.000 nuevos puestos mientras que el empleo formal solo generó 67.000 empleos (DANE, 2015).

Particularmente en Bogotá, la gran Encuesta integrada de hogares, demuestra que la situación del sector informal está en 41,6%, aproximadamente siendo la más baja del país junto con la ciudad de Medellín que se ubica en 40.7% (DANE, 2016). Es importante tener en cuenta estos datos ya que a nivel general, la informalidad refleja una interacción disfuncional de los grupos sociales y las personas que conforman el estado, y trae consecuencias como “bajos niveles de afiliación al sistema de seguridad social, una gran cantidad de pequeñas empresas que incumplen parcialmente o completamente las leyes tributarias, laborales o mercantiles y la exclusión del acceso a los derechos de propiedad, los servicios judiciales y otros servicios públicos” (Saavedra & Tommasi, 2007).

Ahora bien desde un segundo frente y partiendo de estas definiciones ya nombradas sobre comercio, su clasificación y el fenómeno de la informalidad, resulta importante hacer un comparativo actual sobre CDMX y la actual economía Colombiana especialmente en la ciudad de Bogotá; es entonces donde partimos por tener presente que solamente para CDMX se cuenta con un densidad poblacional de 8.811.266 habitantes (CONAPO, 2017) y para la ciudad de Bogotá 8.181.047 (DANE, 2017) datos los cuales no permiten empezar a abrir un panorama más claro de estas dos economías.

CDMX y Bogotá, se caracterizan por ser ciudades con tasas de desempleo variables demostradas así: Bogotá cuenta con un 8.4% de desempleo según él (DANE, 2017) y Ciudad de México con una tasa menor del 5.16% para el cierre del tercer trimestre del 2017 datos arrojados por la gran Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo según Instituto nacional de estadística. (INEGI, 2017) Es por tal razón donde se pretende ahondar en la cultura mexicana encontrando fenómenos similares al de la cultura colombiana de allí parte

nuestro comparativo a temas como el comercio, su clasificación, la informalidad, las ventas ambulantes y su comportamiento de compra. Ahora bien es importante plantearnos que aspectos han influido en la economía de la CDMX.

Si bien como nos expone el artículo publicado por el periódico el Financiero la economía informal en este país para el 2012 demostró un aumento de la productividad en un 1.6 %, consecuencia del crecimiento de 4.3 % que registró la economía formal. Pues del periodo comprendido entre 2004 y 2012 el comportamiento del **sector informal** tuvo un aumento promedio de 2.09 % en mención a los (**micro negocios**) emergentes en la ciudad (El Financiero, 2014)

En comparación al contexto económico y cultural de Colombia en la ciudad de Bogotá actualmente se cuenta con una tasa de informalidad del 40.1 % según cifras del (DANE, 2017) pues esta cifra está acompañada de los esfuerzos realizados por las entidades públicas que generan políticas de cambio y desarrollo a esta población de informales, logrando así su inclusión a la vida laboral con el respaldo de garantías legales para cada trabajador.

Desde nuestro segundo frente México cuenta con una tasa del 57.2% de en desocupación siendo causa de ello, 4 millones de comerciantes y vendedores ambulantes en busca del reconocimiento de su labor e inclusión de sus derechos dentro de la constitución mexicana (Quintero, 2016) dejando de fondo algo cuestionable pues del 53% de la economía proveniente de la informalidad apenas 2 Millones que hacen parte de trabajos como vendedores ambulantes tan solo el 5% de ellos están autorizados a operar en las calles (El Universal, 2017)

En estas dos ciudades se puede evidenciar como es el trabajo informal operado desde las calles, plazas y sitios de alto tráfico de personas por eso es clave resaltar que para estas dos culturas (colombiana y mexicana) estos vendedores ambulantes generan un patrón de negocio muy amplio pasando desde venta de artículos de primera necesidad hasta ventas de alimentos, hasta allí logramos tener una comparativa directa de estas dos culturas, pero entonces ¿cómo actúa el consumidor mexicano en el mercado y como también el consumidor colombiano está afrontando esto?.

Como nos habla Galindo (2014) en el consumidor mexicano existe una educación muy

incipiente sobre el desecho de los productos que consume siendo esto una situación que los fabricantes y marcas de consumo no han logrado cambiar pues las reglamentaciones del país no lo permiten.

En la sociedad mexicana la influencia que ejerce la familia sobre el patrón de consumo, no sólo se limita al núcleo como tal, papá, mamá e hijos, sino también a la familia extensa; por ejemplo suegros, hermanos o cuñados. Pues para ellos es de suma importancia tener la aprobación familiar y sentirse aceptado. Pasando por la famosa frase de “el qué dirán”, situación que se acentúa en sociedades más cerradas como por ejemplo en provincias, y se manifiesta aún más en las clases sociales bajas. (Galindo, 2014)

Para Koellner(2010) el consumidor hoy en día es más consciente del poder e influencia de las marcas y como poder aprovechar las nuevas tecnologías emergentes en el mercado que logran que una marca fidelice al consumidor, pues estas tecnologías han puesto al descubierto que el consumidor Mexicano se ha convertido en un verdadero “explorador”. Comportamiento que conlleva a consecuencias notables para las marcas demostrando que el cliente quiere todo al momento indicado buscando la inmediatez posible para satisfacer sus necesidades.

Tanto en México como en Colombia es notable lo que sustenta el autor pues si bien en México las necesidades de los hombres no cesaron de evolucionar, de los bienes concretos ligados a la sobrevivencia (comida, ropa) a bienes abstractos ligados a la seguridad, al placer, a la comodidad (seguro de vida, paquete vacaciones). El consumidor en general quiere que se le ofrezca los productos que le convenga, antes de que este exprese sus deseos de adquirirlos (Koellner , 2010)

Siendo el comportamiento del consumidor mexicano una realidad que se asemeja a países latinoamericanos en este caso por estar arraigado a una cultura norteamericana procede a este patrón y conductas de consumo en este país, pues las estrategias de mercado son aún más amplias antes consumidores de este calibre pues las mismas empresas pueden tomar herramientas de Marketing enfocadas a la concientización de los problemas sociales que existen hoy en día producto de la venta en espacios que se denominen informales y que logren así que sus consumidores actúen bajo comportamientos voluntarios generando conciencia de sus compras pues hoy en día en un mundo globalizado es importante tener

claro las buenas prácticas de Marketing frente al consumidor buscando satisfacer sus necesidades primarias frente a lo que consume y desea.

Si bien estos consumidores son muy arraigados a las marcas poder implementar un plan de Mercadeo social teniendo un adoptante objetivo que logre tomar conciencia y a su vez no perjudique las dinámicas comerciales de las empresas, pues dese un punto de vista personal lograr campañas de concientización, higiene y manejo de alimentos para el caso en CDMX podría lograr que los vendedores ambulantes de alimentos se encuentren mas capacitados para la prestación de sus servicios en la calle sin que afecten la venta y al consumidor principalmente.

En el caso Bogotá lograr capacitación constantes por parte de entidades como el IPES o Alcaldías locales en pro de los trabajadores informales que quieran hacer parte de la vida productiva buscando profundización en temas de emprendimiento y planes de negocio podrían lograr generar un cambio social que mejore las dinámicas comerciales que actualmente existen en esta ciudad.

### Referencias

- Aráuz, A. (08 de Abril de 2014). *El nuevo diario*. Obtenido de El nuevo diario web site: <http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/316596-informalidad-laboral-afecta-productividad/>
- Banco Mundial. (2007). *INFORMALIDAD: ESCAPE Y EXCLUSION*. Washington , DC: The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank.
- CONAPO. (2017). Proyecciones de población de las entidades federativas de México. *Saber es práctico*.
- DANE. (2015). *Empleo y desempleo*. Obtenido de <http://www.dane.gov.co/index.php/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>
- DANE. (2016). *DANE*. Obtenido de <http://www.dane.gov.co/index.php/mercado-laboral/informalidad-y-seguridad-social>
- DANE. (2017). *DANE*. Obtenido de web site DANE: <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>
- El Financiero. (2014). *EL FINANCIERO*. Obtenido de WEB SITE EL FINANCIERO: <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/datos-sobre-la-economia-informal-en-mexico.html>
- El Universal. (22 de julio de 2017). *El Universal*.

- Galindo, A. (2014). Psicología del Consumidor Mexicano. *Segmento*.
- Gomez, S. (2017). HISTORIA Y EVOLUCIÓN COMERCIAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO: INEGI. (2017). Obtenido de <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=25433&t=1>
- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática. (2007). *Sistema de Clasificación de América del Norte*. Aguascalientes.
- Koellner , E. (2010). La evolución del comportamiento del consumidor mexicano. Como efecto de la globalización. *Revista Mercadotecnia Global ITESO*.
- Lopez Camargo, E. (2012). El comercio informal en Colombia: causas y consecuencias1. *In vestiguim Ire*, 109-116.
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (02 de 09 de 2009). *Mincit*. Obtenido de Mincit Web site: <http://www.mincit.gov.co/minindustria/publicaciones.php?id=16238>
- Quintero, L. (17 de Agosto de 2016). Comercio informal entraría en la nueva Constitución. *El Economista*.
- Rincon Baez, W., & Soler Hurtado, A. J. (2015). PERSPECTIVA SOCIOECONÓMICA DE LOS VENDEDORES INFORMALES DE CHAPINERO, EN BOGOTÁ, COLOMBIA. *Cooperativismo y Desarrollo*, 23.
- Saavedra, J., & Tommasi, M. (2007). un análisis de los «contratos sociales» y la informalidad. *Revista internacional del trabajo*, 36.
- Simanca, O. (2008). *"Historia Institucional del Fondo de Ventas Populares. 1972-2005*. Bogota: Alcaldía mayor de Bogota.
- Varela Llamas, R., Castillo Ponce, R., & Ocegueda Hernandez, J. M. (2013). El empleo formal e informal en México: un análisis discriminante. *Papeles de Población*, 111-140.