



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

**REFLEXIONES FRENTE AL COMERCIO INFORMAL EN PERU. LOS
APORTES DESDE EL MERCADEO**

Elaborado por: Ángela Maritza Calderón Barrera¹

Dirigido por: Carolina Garzón Medina

“El comercio libre no es un principio, sino un recurso”
Benjamin Disraeli

Resumen:

En los últimos años en Perú se ha venido evidenciando un crecimiento acelerado del comercio informal, que directa e indirectamente en contraposición con otros escenarios, no ha sido del todo tan negativo para la economía peruana, si se tiene en cuenta que es un aliado importante como intermediario entre fabricantes y distribuidores, para llegar al consumidor final. El propósito principal de este ensayo fue reflexionar frente a los factores sociales y económicos asociados con el auge del comercio informal en la ciudad Lima Perú, partiendo de la experiencia vivida durante el periplo internacional y teniendo en cuenta que es un fenómeno de mercado emergente y visible en toda América Latina.

Palabras claves: comercio informal, intermediarios, desarrollo, Perú, economía informal

¹ Estudiante de la Facultad de Mercadeo. angelacalderon@usantotomas.edu.co

Introducción

El comercio informal peruano representa la quinta parte (19% aproximadamente) del PIB oficial. Proviene de actividades desarrolladas en el sector informal, correspondiente al 55.8% de trabajadores informales en dicho sector², porcentaje que está en crecimiento. Dentro de los principales sectores de la economía que han venido promoviendo el auge la informalidad en Perú, se encuentra asociados con los sectores de la agricultura, la minería, la pesca, las artesanías, empleando para ello los canales tradicionales (las plazas de mercado, los vendedores ambulantes, distribuidores minoristas y otros intermediarios) (Herrera, 2017).

En línea con lo anterior, Drinot (2017) refiere que el crecimiento del sector informal en Perú se debe en gran medida a las migraciones de los habitantes de las diferentes provincias de Perú y su concentración en ciudad de Lima; dentro de los motivos principales de estas migraciones se encuentra el hecho de que las personas buscan una mejor calidad de vida, ya que al no poder obtener un empleo formal, con todas sus prestaciones de ley, por lo que las alternativas se encuentran asociadas con el incursionar en un trabajo informal, para suplir sus necesidades. Adicional con los cambios tan vertiginosos frente a la forma de concebir hoy en día la empleabilidad, en Perú es cada vez más frecuente el desarrollo de nuevos emprendimientos, los cuales han buscado fortalecer pequeños negocios, en medio de la falta de claridad de políticas y planes estratégicos gubernamentales que favorezca el fortalecimiento de la pequeña y mediana empresa, con condiciones favorables de crecimiento (Maleta y Foronda, 1980; Matos, Cotler, Williams, 1969).

El objetivo principal de este ensayo se enfoca en reflexionar frente a los factores sociales y económicos asociados con el auge del comercio informal en la ciudad Lima Perú, partiendo de la experiencia vivida durante el periplo internacional y teniendo en cuenta que es un fenómeno de mercado emergente y visible en toda América Latina. Es necesario recalcar

²El valor de PBI del sector informal se obtuvo del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) y el de empleo en el sector informal se obtuvo de la ENAHO 2014

preguntas claves sobre las cuales se buscará disertar a lo largo de este escrito ¿cómo el comercio informal ha venido aportando a la economía formal de Perú? ¿Qué papel representativo ha jugado el comercio informal en el fortalecimiento de las ventas de fabricantes y distribuidores?

Con respecto a los interrogantes, el comercio informal ha jugado un papel importante en el desarrollo económico de Perú. Según Drinot (2017) "Desde el mandato de Fujimori el mercado informal tiene mayor acogida, siendo candidato, Fujimori logró representar a la emergente modernidad peruana que había venido cuajando gracias a las migraciones y a la aparición de la economía informal" (p. 34). Es decir, es importante destacar las complicaciones en el gobierno de Fujimori, ya que, al haber un incremento en la tasa de pobreza en el país, la clase obrera y la población más desfavorecida, se vieron obligadas a tomar como opción el comercio informal para sobrevivir en medio de las desigualdades sociales que se generaban en esa época.

Al respecto es importante destacar que en medio de las desventajas económicas y sociales que ha traído consigo el comercio informal, este a su vez ha generado varios antagonismos, ya que a mediano y largo plazo ha ido fortaleciendo el comercio formal, esto en palabras de (Chen 2012; Rentería 2015) ha implicado que la mayoría de los comerciantes informales adquieren sus productos y materias primas a las empresas formales, jugando un papel importante como intermediarios en la cadena de valor³. Las empresas formales también han recurrido a la contratación de trabajadores informales para así reducir costos laborales.

³ Cadenas de valor: Algunas empresas informales y operadores por cuenta propia y, por definición, todos los trabajadores subcontratados producen bienes dentro de una cadena de valor. Las condiciones de la producción en las cadenas de valor son determinadas en gran parte por la empresa líder: en las cadenas domésticas, una empresa nacional grande; y, en cadenas de valor globales, una empresa transnacional grande. Los proveedores principales de la empresa líder –y a menudo empresas formales– también ayudan a determinar las condiciones de los subcontratos con empresas y trabajadores informales más abajo en la cadena.

A nivel económico el aporte más importante del comercio informal está en la compra y venta de productos, fomentando de esta manera autoempleos⁴ los cuales han venido contribuyendo al desarrollo del país; de acuerdo al estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2019) el desempleo en los últimos tres años disminuyó un 7.5%. En ese sentido es importante destacar que el aporte que ha venido generando el comercio informal con los fabricantes y distribuidores es la rotación del producto, para que esto no genere pérdidas o lucro cesante de mercancía, dado que algunos consumidores finales no adquieren productos en grandes superficies ya que los precios no son accesibles para ellos. (Rentería, 2015)

A nivel de Lima los fabricantes locales son también llamados productores informales, en su mayoría productores agrícolas y artesanales, quienes a través del trabajo manufacturado y con la poca maquinaria que tienen para su fabricación y acabados de producción aportan para la economía local y familiar lo que facilita ahorro en los costos en la distribución, ya que al buscar al comprador directamente, facilitan una comercialización mucho más directa, que es donde el vendedor ambulante cobra un papel protagónico (Hunt, 2011).

Se debe tener en cuenta que el canal de distribución tradicional es el más importante en Perú, ya que los consumidores finales lo asocian con precios económicos, productos frescos, disponibilidad, no prevalece la marca, puntos cercanos a sus viviendas, para no tener que gastar dinero trasladándose a otros lugares, adicional las compras que realizan son del día a día, teniendo en cuenta los ingresos que se tengan. Este permite a su vez mayor participación, gran variedad para el consumidor. (Guerrero, 2017)

Por su parte los distribuidores o comerciantes mayoristas realizan un servicio que hace parte de la importación y comercialización y que en la gran mayoría de ocasiones termina desfavoreciendo al comerciante informal. Aunque el traslado de mercancía se realiza de manera individual por muchos vendedores ambulantes como intermediarios y los distribuidores, como cadenas de grandes superficies, desde donde en muchas ocasiones se evidencian serias complejidades dentro de dicha relación ya que adulteran productos, sobre

⁴ Situación laboral de la persona que crea un puesto de trabajo para sí misma, lo que implica aportar el capital necesario con el fin de dirigir su propia actividad.

todo cuando no hay en el mercado, los manipulan, ya que como nadie hace control de calidad, ellos lo hacen a su conveniencia, lo dividen en diferentes calidades , para así de esta manera obtener una ganancia Castellanos (2014).

Por otra parte, esto afecta directa o indirectamente el PIB, porque a mayor informalidad, mayor exclusión económica, lo que se ve reflejado en la mala distribución del ingreso y la inestabilidad social, lo que afecta la percepción de los inversionistas extranjeros, que ve un clima de inestabilidad que incide desde luego en dinámicas negativas para el mercado (Castellanos, 2014). Sumado a esto es cada vez más frecuente en el Perú el empleo informal, las mismas personas al no tener de manera directa un sistema que los regule y vigile, evitan costos directos, derivados del Impuesto General a las Ventas (IGV) que les cobran por ejemplo cada vez que compran a un proveedor o distribuidor y que equivale al 19% del IGV. Esta relación es especialmente importante teniendo en cuenta que gran parte de los empleados informales se mantienen con la adquisición de insumos de establecimientos formales (Halper, 1966; Cotler & Cuenca, 2011).

Los vendedores informales tienen un gran inconveniente con el derecho de propiedad, el cual sirve para aprovechar y preservar sus bienes y recursos; ya que, al estimular la creación de empresas formales, se garantiza una inversión y un ahorro. Esto permite aprovechar los beneficios de una ubicación fija, que reduce la incertidumbre de inseguridad. Al respecto es importante destacar que el Estado al instituir una normatividad en materia de políticas públicas, ha conllevado a que de manera extralegal las personas y organizaciones establezcan convenios de confidencialidad que han venido impidiendo la regulación de negocios y cadenas de comercialización que hasta nuestros días sigan bajo el esquema de la informalidad, lo que en ocasiones ha traído consigo el enfrentamiento con la fuerza pública, el caos y el desorden (Sánchez, 2016; Quiroz, 2017).

En línea con lo anterior, al no poder los organismos de control llevar el registro o recaudación de los impuestos de este sector informal, en palabras de Contreras (2002) ha implicado que hacia las provincias cercanas a la ciudad capital de Lima, se evidencie un mayor subdesarrollo industrial e incremento de la pobreza y la delincuencia (Aguirre, 2019). En

ese sentido es importante destacar que dichas barreras arancelarias y el incremento en el pago de los impuestos ha traído consigo impedimentos que permitan acceder al comercio formal (Sulmont, 1999; 2015).

Con base en esto, los mercados informales se han venido convirtiendo en una modalidad de comercio informal más organizado, ya que tratan de dejar la vía pública porque éste les impone una serie de impedimentos y por consiguiente buscan aliarse, vendiendo productos similares; debido a esto su catálogo es limitado en cuanto a los bienes y servicios ofrecidos (Zherisse, 2010).

De acuerdo con el estudio de Huber (2017) y el Centro Nacional de Planteamiento Estratégico (2016) actualmente en el Perú, el comercio informal está compuesto por la clase baja y la nueva clase media, la cual está constituida por familias migrantes, donde los hijos son personas que han asistido a las universidades y de cierta forma quieren buscar nuevas oportunidades a través del emprendimiento y el autoempleo. En línea con el mismo autor se “(...) cree que a través del título universitario podrán salir del círculo de informalidad en el que viven sus padres, ganar experiencia a través de un trabajo formal y luego formar su propia empresa con todos los requerimientos de ley. La educación superior, desde su punto de vista, es ante todo una oportunidad para el ascenso social.” (p.71). Lo anterior ha traído consigo el auge del comercio informal atribuido principalmente al deseo de las personas por salir de la pobreza y buscar otras formas de prosperidad (Verdera, 1997; Cámara de Comercio de Lima, 2017).

La problemática expuesta ha conllevado a que el gobierno promueva diferentes estrategias para motivar al sector informal, a formalizar sus negocios por la vía legal. Al respecto a través de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria SUNAT, se ha venido trabajado en el último año con programas de sensibilización, acercándose a las viviendas con el fin de explicar cómo deben registrarse y los costos que deben asumir para poder acceder a la formalidad. Se piensa que los procesos para registrar los negocios ya sea como persona natural o jurídica, en cuanto a la documentación y el tiempo son métodos burocráticos donde las personas sienten que son procesos extenuantes, esto genera desde luego

inconformidad y es una de las causas por la cual no se interesan en realizar el registro de sus empresas o negocios (Sulmont, 1999).

Es importante reflexionar que el comercio informal es un tema relevante en Perú, que si se mejoran las condiciones para este sector, se podrían realizar diferentes soluciones ante mercados antes no explorados, de esta forma modernizar e incursionar en mercados internacionales o nacionales, para así disminuir el índice de pobreza en el país, ya que si el empleado informal está al tanto de todas las reformas comerciales, cambia su perspectiva del modelo de negocio que está manejando actualmente.

Como conclusión es importante destacar que en Perú se tienen claro que el comercio informal aporta a la economía en general y por este motivo siguen trabajando el gobierno en buscar estrategias para que el comercio informal se trasladen al comercio formal. Pero aun el comercio informal siente que no tienen un respaldo de su gobierno; al respecto deben realizar campañas de sensibilización donde se les informe a través de un lenguaje claro y comprensible los beneficios que pueden tener a futuro el poder registrar sus negocios, pudiendo de esta manera incrementar sus ventas, la obtención de apoyo financiero para emprender y fortalecer lo ya existente, así como la información necesaria para lograr exportar sus productos y de esta manera poder generar alianzas con otras entidades privadas o con las estatales.

En palabras de Feijoo (2016) si las personas encuentran apoyo de entidades privadas que actualmente están capacitando gratuitamente a los microempresarios y emprendedores, se puede tener una visión abierta y diferente para realizar algo más estructurado y elaborado y así poder tener la claridad del porque es importante constituir mi empresa y los beneficios que esta traerá a largo plazo.

En cuanto a la distribución queda claro que el canal más importante de Perú es el tradicional, ahí entran muy fuerte los intermediarios que en su gran mayoría son comerciantes informales

los cuales se encuentran muy cerca de los consumidores finales, de igual forma ya han incursionado canales modernos o grandes superficies pero los peruanos por temas como el precio, cercanía, adicional sus ingresos prefieren adquirir sus productos con intermediarios, por este motivo el canal tradicional coge más auge en el Perú.

Referencias

Aguirre M. (2009) Perú : La construcción sociocultural del espacio territorial y sus centralidades. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Carrillo Guerrero, R. C. (2017). Manual de canales de distribución del Perú. Universidad de Lima.

Centro Nacional de Planeamiento Estratégico, 2016. Cámara de Comercio de Lima. (2017, Del 30 de octubre al 5 de noviembre, N°800). El impacto de la informalidad. La cámara. Recuperado de <https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps>

Chen, M. 2012 La economía informal: definiciones, teorías y políticas. Documento de Trabajo 1. Cambridge: WIEGO

Cotler, J., & Cuenca, R. (Eds.). (2011). Las desigualdades en el Perú : Balances y críticas. Drinot, P. (Ed.). (2017). El Perú en teoría. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Esparch, N., & Sánchez, M. E. (2016). Desde adentro : Casos prácticos de gestión en el estado peruano. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Feijoo, A. R. (2016). Sistematización de iniciativas de educación financiera en el Perú. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Gonzales, D. O. E. (1982). Economías regionales del Perú

Halper, D. (1966). The Environment for Marketing in Peru. *Journal of Marketing*, 30(3), 42-46. Retrieved from <http://www.jstor.org.crai-ustadigital.usantotomas.edu.co/doi:10.2307/1249090>

Herrera Wassilowsky, A. (2017) *Turismo patrimonial, identidad y desarrollo en el Perú*, Bogotá, Revista Universidad de los Andes.

Herrera Wassilowsky, A. (2017) *Turismo patrimonial, identidad y desarrollo en el Perú*, Bogotá, Revista Universidad de los Andes.

Huber, L., & Lamas, L. (2017). Deconstruyendo el rombo: Consideraciones sobre la nueva clase media en el Perú.

Hunt, S. (2011). La formación de la economía peruana: Distribución y crecimiento en la historia del Perú y América Latina. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Instituto Nacional de Estadística e Informática.(Informática. (2019). Entrelazados la realidad del empleo urbano en el Perú.Título del artículo. Disponible en : url <http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1559/YamadaGustavo1996.pdf?sequence=1>

MALETTA, Héctor y Jesús FORONDA 1980 La acumulación de capital en la agricultura peruana, Ed. Universidad del Pacífico, Lima.

Matos, M. J., Cotler, J., & Williams, L. K. (1969). Dominación y cambios en el Perú rural. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Quiroz, A. W. (2017). Crédito, inversión y políticas en el Perú entre los siglos XVIII y XX. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Rentería, J. M. (2015). Brechas de ingresos laborales en el Perú urbano : Una exploración de la economía informal.

Sulmont, H. D. (1999). Estrategias políticas y gobierno local en lima metropolitana (documento de trabajo, 101. serie sociología y política, 20)

Themis Castellanos. Febrero de 2014 Vendedoras y vendedores ambulantes de Lima Metropolitana, <http://www.wiego.org/sites/default/files/publications/files/IEMS-Lima-Street-Vendors-City-Report-espano>

Veinte peruanos del siglo XX. (2015). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Verdera, V. F. (1997). Mercado de trabajo, reforma laboral y creación de empleo: Perú, 1990-1995 (documento de trabajo, 87. serie economía, 30). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Zherisse, M. M. K. (2010). Derecho de propiedad y renovación urbana en el Perú : Límites y necesidad de limitaciones: ¿cuándo es necesaria la intervención del estado?. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

