

# MODELOS DE LOCALIZACIÓN COMERCIAL EN LA VENTA NO SEDENTARIA: DESLOCALIZACIÓN Y LOCALIZACIÓN ITINERANTE

*María Teresa Orduña Domingo*

*Universidad Santiago de Compostela.*

## 1.-INTRODUCCION

Desde el punto de vista de la evaluación del impacto en la economía del sector sumergido, en cuanto a los ingresos y empleos que genera, parece ser más materia del Area de Economía Aplicada. Pero si el enfoque que adoptamos se refiere al de la colocación estratégica en los canales de distribución, hay que afirmar que el comercio no genera encadenamientos, y que si las políticas de ordenación comercial en el sector, se restringiesen a aquellas actividades que tienen mayor impacto económico, probablemente una mayoría de la economía sumergida quedarían fuera de estos programas: es decir, desde el punto de vista de la rama de actividad, el efecto de las medidas de ayudas sobre estas microempresas es heterogéneo. Tal vez, esto se explique, porqué cualquier medida de apoyo y de reconversión del comercio no sedentario, son programas de impacto controlado y no masivo, y por qué puede que no alcance al sector más desfavorecido, como por ejemplo, las mujeres (que como demuestran las estadísticas se dedican en su mayoría al comercio y a los servicios).

El segundo factor de la heterogeneidad se refiere a si las empresas que ejercen este tipo de comercio son empresas con asalariados, o por el contrario, si son unipersonales, tal vez con alguna ayuda familiar. En muchas ocasiones esta diferencia se asocia también con la rama de actividad, de modo que muchos de los trabajadores por cuenta propia están en el comercio y en los servicios. La cuestión, es que el comercio no sedentario crea poco empleo asalariado, porque es un modo familiar de producción, y por tanto, no ha obtenido apenas atención de la Administración, si no a través de medidas de represión fiscales, fundamentalmente.

El último factor de heterogeneidad se refiere al potencial de crecimiento muy diverso que presentan los diferentes tipo de microempresas que trabajan en la comercialización no sedentaria, tema que por supuesto es muy importante para estudiar el por qué de su pervivencia, y si se trata de implementar medidas de normalización, pues en este aspecto estará en la base del éxito o fracaso de la unidad económica.

Este tema está estrechamente relacionado con la cuestión teórica sobre el carácter que asume la economía sumergida en el mercado de trabajo, en particular sobre si es posible, ante la evidencia empírica disponible, sustentar la concepción excedentaria de todo el sector informal: es decir, si la comercialización no sedentaria que se efectúa en las ciudades,

constituye un medio de autoempleo para un excedente de mano de obra que trabaja en esas empresas sólo porque no consigue empleo en otras actividades legalizadas. En realidad esta concepción del empleo informal urbano comercialización como excedente, se parece más bien al concepto de polo marginal, en el cual la masa marginalizada se concibe fundamentalmente como mano de obra sobrante o ilegal (Quijano, 1970).

Sin embargo en este trabajo se sostiene en cambio, que si bien una parte del sector subempleado en la comercialización sumergida, puede responder a una demanda del sector moderno, hay otra parte de las empresas que ejercen la venta no sedentaria que cumplen roles productivos importantes. Tokman (1978) sugirió hace ya dos décadas que existían importantes interrelaciones entre los sectores informales y modernos de la economía, particularmente a través de la compra y de la venta de insumos o incluso en productos finales. Aquí, por lo tanto se reconoce, que al menos un sector variable de la venta no sedentaria y en general la economía sumergida, cumple una función positiva para el desarrollo, incluso porque algunos estratos de esta economía no legalizada, se generan ingresos razonables para los ocupados en ellos: muchos autoempleados en la venta no sedentaria, obtienen ingresos superiores a los obtenidos en un sistema de distribución sedentaria, o asalariados en una economía legal.

Pero tal vez lo más sorprendente, entre las informaciones disponibles de otros trabajos realizados por la autora contrastados de forma empírica, es la conclusión de que estas microempresa autosustentadas tiene en ocasiones una excelente capacidad de acumulación, con márgenes comerciales netos positivos, incluso superiores a los obtenidos por el mismo sector en la comercialización legal y sedentaria. La relevancia de los datos no puede ser sobredimensionadas, ya que si se agrega a la anteriormente referida sobre los ingresos, nos encontramos con unos canales de comercialización que genera buenos ingresos y cuyas tasas anuales de crecimiento y capitalización son altas. Por supuesto, que este no es homogéneo, ni se extiende a todo los autoempleados en la venta no sedentaria, pero si ocurre frecuentemente.

## **2.-EL SUJETO DE LA ACTIVIDAD INFORMAL: LA MICROEMPRESA**

Uno e los aspectos que generalmente no es tenido en cuenta, cuando se trata de clasificar a las empresas- tanto industriales, como comerciales o de servicios- en función de sus dimensiones, son las diferencias claramente perceptibles entre pequeñas y medianas empresas-pymes- y microempresas. No se trata de definir a estas últimas como de “muy pequeñas” frente a las otras. Se trata de observarlas en sus modos operacionales. Esta connotación de “muy pequeñas” lleva fácilmente a una confusión: la de tratar de distinguir una microempresa de otros tipos de unidad económica con los mismos parámetros con los que se diferencia a las pymes de la gran empresa. No son parámetros de cantidad los que se van a manejar, pues, sino otros de índole más cualitativo, en la búsqueda nuestra definición. Las diferencias que distingue a la microempresa-empresa autosustentada- de la pyme, se observan más en el proceso de organización de la misma, oponiéndose a los sistemas industriales, en la forma de producir o de comercializar.

La forma de producir o de comercializar de la que estamos hablando, que diferencia la microempresa de la pyme, viene a manifestarse en aquellos mismos rasgos en los que en el

desarrollo histórico de la economía mundial hacen diferenciación respecto a la artesanía y a la manufactura, anteriores al siglo XVII, de la industria propiamente dicha. Lo mismo ocurre con el "modus operandi" comercial<sup>1</sup> El trabajo y la tecnología se apoyan en tres factores fundamentales que marcan la pauta de su diferenciación: **la naturaleza del trabajo vinculado a la empresa, la organización del proceso productivo y las herramientas o instrumentos de producción.**

#### ***a) la naturaleza del trabajo vinculado a la empresa***

No existe plena separación entre los recursos financieros-el capital- y el trabajador auto-sustentado-el trabajo-. Más bien el microempresario no ha abandonado la condición de trabajador, que realiza todas, o casi la mayoría, de las funciones del asalariado. En la Pyme puede haber diferenciación entre capital y trabajo.

El trabajo familiar no remunerado ni explícitamente tenido en cuenta en las cuentas de explotación resulta frecuente en estas unidades de comercialización o producción.

#### ***b) la organización del proceso productivo***

La microempresa no se desenvuelve en los habituales presupuestos de división del trabajo, de la pyme o gran empresa. En este sentido, cabe afirmar que los trabajadores auto-sustentados, desempeñan más de una función dentro del proceso de producción o comercialización, mientras que en la pyme, los operarios dividen el trabajo, especializándose cada uno en una o varias funciones o fases del proceso.

---

<sup>1</sup> Resulta ya clásica, la división basada en antecedentes históricos, que se hace de los mercados, y que inicialmente realizó Bucklin (1972)-"Competition and Evolution in the Distributive Trades"-Pentice Hall-. Las cuatro etapas que enuncia este autor, no son superadas unas por las otras, si no que estas formas de mercado, en muchas de sus manifestaciones, subsisten hoy en día.

1º) Los mercados periódicos, forma primaria del comercio no sedentario, aparecen con el nacimiento de la poca precapitalista, y son resultado del otorgamiento de ciertos privilegios reales a determinadas villas. Desde el punto de vista técnico, se venden excedentes de consumo, y no existe intermediario.

2º) Los mercados permanentes, cuya existencia aparece ligada al factor de una continuidad de la oferta desde el punto de vista de la variable tiempo, y a un deseo de localización física permanente de la variable espacio, hacen además posible el nacimiento de la figura del mayorista, como intermediario de artesanos y productores agrícolas y ganaderos.

3º) Nos encontramos, con mercados fragmentados, en la medida en que las estructuras de producción realizan un salto cualitativo y cuantitativo en sus planteamientos. Sus características más importantes son:

- \* Producen más, luego deben incrementar sus zonas de influencia espacial, para colocar la producción excedente en otros mercados que les aleje de los inmediatos ya saturados.

- \* Producen de forma más especializada y en serie, y por primera vez, orientados hacia otros mercados, además de los de consumo, que a su vez son también unidades de producción, con lo que nace los canales de distribución de los bienes industriales.

- \* Se produce la división y compartimentación de los mercados internacionales, con una clara orientación hacia los mercados interiores, que una vez segmentados, posibilitaron la mejor adaptación de la oferta a la demanda.

- \* Se da una mayor preponderancia del capitalismo industrial, sobre sus anteriores precedentes, el capitalismo comercial o financiero.

4º) En la última etapa, Bucklin, da como referencia la gran crisis de 1929. Esta forzó la racionalización de la distribución de los bienes producidos, a través de la concentración de todas las funciones, en una sola forma comercial. Se está hablando de mercados organizados verticalmente, mercados integrados, en los que se observa una correlación entre el nivel de desarrollo económico, y el de sus formas de distribución.

***c) las herramientas o instrumentos de producción***

A pesar de la introducción de cierta tecnología o maquinaria, la microempresa mantiene fundamentalmente un modo tradicional de comercialización o producción, frente a la pyme o gran empresa que utiliza medios mecanizados de distribución o elaboración.

A las tres características más resaltables hasta aquí enumeradas, cabe añadir, *que la función empresarial en las empresas autosustentadas, no es discontinua en el tiempo, aunque sí puede serlo en la ubicación*, estableciéndose una diferenciación clara con la elaboración o comercialización de la artesanía en tanto en cuanto en las empresas y en las unidades artesanales no hay fuerza laboral contratada por cuenta ajena.

Se toma entonces hasta aquí, como referencia, la definición que de la microempresa hace Parra Escobar como “aquella unidad permanente de producción de bienes o servicios en la que no hay separación de trabajo y capital y una parte importante de las actividades del procesos de producción son realizadas con herramientas con operarios que en su mayoría ejecutan más de una de ellas”

Cabe resaltar además, que en la microempresa, el patrimonio relativamente escaso, la contratación laboral sin contrato ni horario específico cuando ésta se produce, la inexistencia de planificación organizacional o de mercado, en fin, la ausencia de contribución fiscal, le da a la misma cierta fortaleza, *en la forma de ventaja competitiva*, frente a las empresas en general: su estructura favorable de costes de producción o comercialización, le permiten acudir a ciertos mercados en concurrencia, no sólo con la pyme, sino con la gran empresa. Su escasez de capital y su actividad en ocasiones dentro de la economía sumergida, supone que la microempresa dispone de una gran flexibilidad para aprovechar nichos-oportunidades de mercado-y para enfrentar bajas coyunturales no sólo en el mediano sino en el muy corto plazo.

En términos técnicos de teoría microeconómica, el primer caso, referido a las oportunidades de mercado que disfruta, significa que la microempresa tiene relativa facilidad para incrementar el volumen de producción o de mercancía objeto de comercialización, hasta lograr el óptimo microeconómico cuando la curva del precio se desplaza en esa dirección en virtud de nuevas oportunidades de mercado, sin que la curva de costes se desplace hacia arriba. Esto le permite disfrutar de rentas diferenciales en estos casos.

En un segundo término, cuando se trata de analizar su reacción coyuntural, se observa que estas unidades económicas son mucho más ágiles a la hora de afrontar una disminución de la demanda: pueden reducir rápidamente y sin que la curva de costes se eleve, los niveles de producción o acopio de mercaderías dedicadas a la comercialización, con todos sus insumos-incluida mano de obra- hasta adecuarla al óptimo microeconómico, cuando la curva del precio se desplaza hacia abajo a causa de un descenso de la demanda<sup>2</sup>.

1º) Las microempresas del conjunto obtienen rendimientos con crecimientos constantes en la función Cobb-Douglas.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Conviene repasar también IRESCO. Ministerio de Comercio. Nuevas Formas de Comercio en España". Madrid, 1.977. Capítulo 1.

<sup>3</sup> Ivan Gonzalez, Jorge (1981) “Productividad y salarios en la Pequeña Industria”, Bogotá, Universidad de los Andes, pág.82.

$$\alpha \pm \beta \cong 1$$

2º) Estas empresas obtienen una productividad marginal superior a los salarios que pagan.

3ª) Además su elasticidad de sustitución capital-trabajo es sensiblemente inferior a la unidad (de 0,69 en la demanda de trabajo, cuando se parte de 1% en la variación del salario)

Por último, en el caso de las empresas de venta no sedentaria, hay que añadir un valor adicional más, a su posicionamiento favorable frente a unidades de producción y comercialización sedentarias: **La localización itinerante**, que le procura áreas de comercialización más amplias e intensivas en cuanto al volumen y calidad del mercado. Acuden en las fechas de mayor afluencia a las urbes o villas que las acogen, y con frecuencia, su actividad está asociada a un acontecimiento festivo, que incrementa los impulsos de compra a sus clientes.

La localización óptima de la unidad de comercialización en general, vendrá pues, determinada por aquellos factores que contribuyan a proporcionarle mayor estabilidad y beneficios, por ello resulta de interés analizar cuales son los factores que determinan las decisiones de los comerciantes - y particularmente el no sedentario-en la elección de su ubicación:

Precio del input	Precio del output	
	No varía	Si varía
No varía	Localización indiferente	Localización en donde se alcance el máximo ingreso
Si varía	Localización en donde se alcance el mínimo coste	Localización donde se alcance el máximo beneficio

Fuentes: A.S. Suárez, Revista de Economía Política, nº 64, 1963.

Toda vez que este trabajo contiene una parte importante de análisis de la oferta comercial minorista, sería interesante, aclarar cuál es la estructura de los inputs de las distintas formas comerciales minoristas de las que se suele hacer referencia, (IRESCO<sup>4</sup>). Estos son:

- a) Intensidad del trabajo:
  - Gastos de personal / gastos de explotación
- b) Calidad de la mano de obra.
  - retribución media.
  - relación personal de vta/personal total.
- c) Intensidad de capital medido en capital fijo / M<sup>2</sup>).
- d) Precio medio del suelo, o asentamiento provisional.
- e) Exigencia del capital circulante (Rotación de los stocks).
- f) Importancia relativa de las compras con respecto a las ventas.
- g) Importancia relativa de los gastos de marketing con respecto a las ventas.

Si T= número de trabajadores;  $\alpha \pm \beta \cong 1,10$

Si T= horas trabajadas;  $\alpha \pm \beta \cong 10,2$

<sup>4</sup>Op. citada IRESCO. Ministerio de Comercio. Nuevas Formas de Comercio en España". Madrid, 1.977.pág. 92.

- h) Importancia relativa de los costes de acabado.
- i) Importancia relativa de los gastos de administración y dirección.

Todos ellos enunciados no de forma exhaustiva, pero si representativa, como ejemplo de cuáles son los factores que determinarán, la localización comercial para cada formato comercial.

### **3.-EL COMERCIO NO SEDENTARIO: UNA FORMA HABITUAL DE ECONOMIA SUMERGIDA URBANA.**

El primer contacto que la autora tuvo con el estudio del sector informal o economía sumergida, data del año 1981, cuando comenzó a examinar el sistema de comercialización, ya ancestral en Galicia, de las Ferias y los Mercados Periódicos. Ya entonces constató la importancia que tenía, proporcionando ventas inducidas para el comercio ya establecido, en función de las economías externas de aglomeración que generaban, pese a la oposición a este ejercicio comercial por parte de este. Los aspectos culturales, étnicos o festivos inherentes a estas manifestaciones, son ya objeto de atención en otros trabajos. En este se va a tratar el aspecto macroeconómico, relativo a lo que representa el sector informal que ejerce la venta no sedentaria en núcleos urbanos, y su aporte al producto, para luego analizar los aspectos relativos a su localización.

La mayor dificultad que tiene que afrontar, quien quiere realizar estudios en estos sectores informales, resulta de la propia naturaleza de su actividad: si son economías “sumergidas”, lo son por el propio deseo que defiende la microempresa de no figurar en las actividades y censos legales de los gobiernos y administraciones. Pero aún así, se disponen de las siguientes fuentes, que nos pueden dar los parámetros estimativos necesarios para una primera evaluación económica:

#### *a) Fuentes de datos.*

La encuesta de población y la de hogares del INE, así como las que se realizan sobre el trabajo permiten al menos, elaborar estimaciones relativas a los niveles de percepción salarial mínima por sector, a través de estas fuentes externas secundarias.

1. INE. Padrón municipal del INE de habitantes:
  - Literal Municipio
  - Literal Provincia
  - Habitantes de hecho
  - Habitantes de derecho
2. Ministerio de Economía y Hacienda
  - Censo del Impuesto de Actividades Económicas
3. Subdirección General de Estudios y Modernización del Comercio e IRESCO.
  - Diversos Trabajos. existen otras fuentes de datos indirectas como son las encuestas sobre ventas no sedentarias realizadas, por la Subsecretaria de Comercio Interior, del Ministerio de Economía y Comercio desde el año 1978 hasta la actualidad.
4. INE. Encuesta de Presupuestos Familiares

5. Gabinetes de Estudios de Fundaciones e Entidades privadas.-

b) El modo de calcular la contribución de la economía sumergida al P.I.B.

Estriba el interés de la autora en reflejar el modo en el que se puede delimitar esta aportación, en la incidencia que tienen estas actividades no controladas legal o fiscalmente, en la actividad económica en general, y en particular en algunas variables macroeconómicas como la inflación y el equilibrio externo, sobre la adecuada evaluación de la situación del mercado laboral y del bienestar colectivo, y sobre todo ante las magnitudes crecientes que ésta modalidad de actividad informal esta adoptando en toda Europa. En España, representa según fuentes de la Comisión Europea, un valor de PIB que oscila entre 7 y 16 billones de pesetas-10% al 3% del PIB-, alcanzando una media de 7% al 16% del PIB en toda Europa.

**Trabajo sumergido, en porcentaje del PIB en Europa**

Grecia	Italia	España	Bélgica	Holanda	Alemania	Francia	R.Unido	Irlanda	Austria	Suecia	Dinamarca	Finlandia
29-35	20-26	10-23	12-21	5-14	4-14	4-14	7-13	5-10	4-7	4-7	3-7	2-4

Fuente: Comisión Europea, 1997.\*<sup>5</sup>

De las dificultades de estas mediciones -que hacen, que de hecho, no sólo no tengamos cifras exactas, sino que ni siquiera contemos más que con aproximaciones en horquilla- son de todos conocidas: Se trata de unidades de producción o comercialización que no están ni siquiera contemplados en las cuentas nacionales o comunitarias- uno de los objetivos en el año 1999, es incluir este sector en las orientaciones anuales que deben realizar los Quince en materia de empleo- a los que es incluso difícil acceder a través de las encuestas de hogares. En todo caso, éstas sólo facilitan aproximaciones de los ingresos de las personas. Por eso en los últimos años, se producen mediciones del sector a través de encuestas específicas -evaluando empleo, producto, inversión- mecanismo este, que tropieza con el alto coste de su ejecución. De ahí que se formule, este método sencillo, y de casi nulo coste, que permite contar después con una aproximación razonable al aporte del PIB de la economía sumergida de origen comercial y urbano<sup>6</sup>.

$$PSIUPBI = \frac{\sum Y_i}{\sum Y_i + \left( \sum Y_f * PSP \right)} * 100$$

PSIUPBI es el porcentaje de producto bruto total que se genera en el comercio no sedentario.

Y<sub>i</sub> es el ingreso de los trabajadores autónomos del sector del comercio no sedentario según la encuesta de hogares y el censo del Impuesto de Actividades Económicas.

Y<sub>f</sub> es el ingreso laboral de los trabajadores asalariados según la encuesta de hogares.

<sup>5</sup> No hay estimaciones para Portugal y Luxemburgo.

<sup>6</sup> Castiglia, M. Martínez, D. y Mezzera, J.-OIT-1995 "Sector Informal Urbano: Una Aproximación a su Aporte al Producto", Santiago, Chile.

PSP es la participación de los salarios del sector en el PIB, según la contabilidad nacional.

*c) El método muestral: las áreas de mercado en la microempresa informal*

Una metodología frecuente, de procedimiento muestral, utilizado para los sondeos que se procede a realizar entre microempresas que trabajan en el sector de venta no sedentaria, y que poseen las características adecuadas de aleatoriedad y representatividad, es la que se plantea a continuación. Cuando se desconoce un universo, la complejidad del diseño de la metodología, requiere que esta sea detallada paso a paso. Además es un método de medición del potencial de la economía sumergida en la distribución desde el punto de vista de la microeconomía.

En primer lugar se divide a la ciudad en áreas de comercialización específicas, que coincidan en lo posible con los sectores contemplados por la Encuesta de Población del INE, y con los distritos urbanos. Otros parámetros tenidos en cuenta son la accesibilidad-vías de penetración y desalojo urbano, de acceso rápido a la zona estudiada- y las posibilidades de que se produzcan aglomeraciones, de origen festivo administrativo, etc, que son las que marcan generalmente una centralidad.

Se parte de la hipótesis de la existencia de una proporcionalidad entre población residente ( $A_i$ ) y oferta de bienes y servicios. Así en las áreas de concentración de una población de baja renta, se espera que haya una representación mayor de las familias de productos a comercializar, con mayores amplitudes de surtido. En áreas de población con rentas y densidades de población mayores, generalmente más cercanas a la centralidad urbana principal, se espera contemplar una mayor especialización en el producto ofrecido, además del factor complementariadad, a la gama de los productos ofertados por el comercio sedentario ya existente en la zona.

Por ello, como un sistema de respetar la diversidad de las diversas áreas, se calcula un índice de diversificación que adopta la siguiente expresión:

$$D_i = \left\{ \sum (x_g - k)^2 \right\}^{- \frac{1}{2}} ; (i = 1, 2, 3, \dots, 4)$$

donde

$D_i$  coeficiente de diversificación.

$x_g$  participación relativa en el ramo, o en el área.

$k$  constante de diversificación.

teniendo en cuenta además de la magnitud de cada área seleccionada, el anterior índice se obtiene el peso de cada área, cuya medición se materializa en esta expresión:



$$u_i = \frac{1}{2} \left( \frac{A_i}{A} + \frac{D_i}{D} \right) = \frac{1}{2} \left( \frac{A_i}{A} + \frac{\sum (xg - k)^2 - \frac{1}{2}}{\sum \sum (xg - K)^2 \frac{1}{2}} \right); (i = 1, 2, 3, \dots, 4)$$

Estos pesos específicos atribuidos a cada área, se asignan como ya se adelantó, en función de la densidad de población - magnitud- y la diversificación es atribuída a cada área, sobre todo en función del puesto que asume en la ordenación jerárquica de la ciudad. Para reflejar, además, la diferenciación existente entre la comercialización de distintas familias de productos, se puede realizar una segunda estratificación, reflejada aquí a través de la siguiente expresión:

$$v_{ih} = \frac{1}{2} \left( \frac{B_{ih}}{B} + \frac{C_{ih}}{C} \right); (i = 1, 2, 3, \dots, 4)$$

h = 1, 2, 3, \dots, 18)

siendo:

$B_{ih} / B$  la participación relativa en el total de la unidades investigadas

$C_{ih} / C$  la participación relativa en el total del empleo ofrecido por estas unidades

La utilización del empleo- autoempleo en la mayoría de la ocasiones- para la construcción de estos pesos o índices correctores, viene asociada a dos circunstancias: a la importancia que tiene la microempresa y la pyme en la creación de empleo, y como medio de contrastar los errores sistemáticos que se producen cuando se ofrece al investigador, las informaciones relativas a la facturación.

Una dificultad añadida, es la determinación del tamaño de la muestra, no sólo mediada por los recursos disponibles u operacionales del trabajo. Desde el punto de vista de la dificultad que entraña determinar el universo de un sector de comercialización “sumergido”, la determinación del tamaño de la muestra para conseguir determinado niveles de significación, y elegir la variable representativa, o los parámetros más representativos, necesita la construcción de un óptimo estadístico que consiste en la elaboración de una función de coste, la cual, es minimizada en relación con sus estimadores:

$$L = \sum^4 u_i \sum^8 v_{ih} \left( \frac{S_{ih}^2}{n_{ih}} + \frac{S_{ih}^2}{N_{ih}} \right) - \lambda \left( c - \sum^4 \sum^{18} n_{ih} \right);$$

$u_i$  e  $v_i$  son los pesos.

$S_{ih}^2$  la variación del empleo

- C coste fijado como límite, en el caso total de los cuestionarios  
 $\lambda$  multiplicador de Lagrange  
 $n_{ih}$  número total de unidades en cada ramo.

minimizando la función:

$$n^*_{in} = \frac{\sqrt{u_i v_{ih}}}{\sum_i \sum_h \sqrt{u_i x_{ih}}} \frac{S_{ih}}{S_{ih}} n^*$$

#### 4.- CONCLUSIONES

Conviene no pasar por alto- antes de redactar estas conclusiones- la capacidad que tiene este sector comercial no estructurado, para absorber la mano de obra excedentaria en periodos de recesión económica, por lo que no cabe interpretarse como un indicio de crecimiento espontáneo del mismo, cuando en épocas de recesión se multiplica.

Por otro lado, se halla muy extendida la creencia de que la exigüidad de los costes de la mano de obra autoempleada, es un elemento útil para el desarrollo, o para una mayor optimización empresarial. Aunque esto fuese cierto, no debería de ser asumido sin un sentido crítico. Entre otras cosas, un bajo coste de este factor de producción, retribuye a un personal que generalmente se autoemplea porque no obtiene trabajo por cuenta ajena, no posee en sus microempresas capital fijo, y tiene un capital circulante mínimo, lo cual redundo, a veces en una baja productividad y en un exceso del trabajo agotador.

También debe recordarse que una serie de organismos públicos están acostumbrados a ocuparse únicamente de grandes o medianas empresas. Es posible que sus métodos sean inadecuados para abordar los problemas de las microempresas de distribución, sobre todo de la venta no sedentaria.

Sufre a veces este particular sector: a) falta de acceso a la ayuda del Estado; b) una serie de limitaciones en lo que atañen a los precios y a otros elementos del mercado de abastecimientos; c) una dependencia respecto de las disposiciones legales, que limitan a veces la libertad de ubicación, o de comercialización de surtido.

Quizá, la otra cara de esta moneda, sea la situación de anonimato buscada, de este tipo de microempresario, por motivaciones antes ya aludidas, de índole legal, étnico o fiscal.

Con el objeto de obtener una adecuada ordenación de este sector tan específico, consiguiendo su "legalización", se propone la combinación de tres mecanismos básicos, con los que se obtiene de manera adicional, un aumento de los rendimientos de los integrantes de este sector no estructurado: a) la formación de estos intermediarios; b) facilitar la financiación del inmovilizado necesario, ya sea para su asentamiento definitivo en cabeceras de áreas comerciales deficitarias, como del adecuado equipo móvil para una mejor conservación y presentación del producto ofertado, si sigue ejerciendo el comercio itinerante; c) fomento de políticas adecuadas que ayuden a la organización en redes de compra, logísticas, etc que adecúen la gestión de las microempresas de los propios interesados. Es evidente que las personas que participan en este tipo de venta no asentada, no tienen acceso

tampoco al crédito oficial, y difícilmente al crédito privado, por lo que la mayoría de los programas orientados a la ordenación del comercio, les han sido ajenos, o demasiado burocratizados.

Aunque por sí solas, no son medidas definitivas, el cambio de actitud social de los protagonistas, así como de las administraciones y de la sociedad hacia ellos, son indispensables para el éxito de cualquier programa destinado a este sector no estructurado. Se ha indicado, que con el objeto de apoyarlo, podrían favorecerse más el acceso a la financiación oficial, y a los programas de reordenación comercial. Como quiera que quedan por superar todavía grandes dificultades- pues toda política nueva en favor de asentar el comercio ambulante, requiere la modificación de ciertos hábitos, la adopción de otros métodos y prácticas de trabajo, nuevas capacidades y destrezas para adaptarse rápidamente a la evolución de las circunstancias- el esfuerzo común ha de orientarse, ante todo, hacia la consecución, previo los estudios adecuados, de los objetivos hasta aquí manifestados.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Parra Escobar, Ernesto, (1984), "*Microempresa y desarrollo*", Servicio Nacional de Aprendizaje-SENA, Bogotá-, pág. 15.
- Mezzera, j; Vega, M.L. (1995), "*Trabajadores vulnerables y sector informal: de lo económico y lo normativo*", serie documentos de trabajo/ Santiago, OIT/ETM de Santiago.
- PRELAC, (1988) "*Modelos de empleo y política económica*", (Santiago, PRELAC).
- PRELAC, (1989). "*Bibliografía comentada sobre el sector informal urbano en America Latina, 1975-1987*" serie documentos de trabajo/332 (Santiago, PRELAC).
- OIT, (1991) "*Retrospectiva del sector informal urbano en América Latina: Una bibliografía anotada*" (Ginebra, Programa Mundial del Empleo de la OIT).
- Souza, P.R., Tokman, V.E. (1976) "*El sector informal urbano en America Latina*" en PRELAC 1978, "*Sector informal urbano: Funcionamiento y políticas*" (Santiago, PRELAC).
- Tokman, V.E., (1978), "*Una exploración sobre la naturaleza de las interrelaciones entre los sectores informal y formal*", en revista de la CEPAL, primer semestre, (Santiago, CEPAL), También como (1978) "*An exploration into the Nature of Informal-Formal sector interrelationships*" en World Development, ( Elmsford, N.Y., World Development Publishers), septiembre, octubre.