

Universidad Nacional de Ingeniería

**PROGRAMA ACADÉMICO DE
INGENIERIA ECONOMICA**



**LOS COSTOS DE DISTRIBUCION
EN LA ECONOMIA PERUANA
PERIODO 1970 - 1979**

T E S I S

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE :
INGENIERO ECONOMISTA**

Carlos Fernando Valderrama Bocanegra

LIMA - PERU - 1984

A mis padres
en reconocimiento
a todos sus sacrificios.

03 de 07 de 1984

Habida cuenta de la P.A.E.
otorgada al Sr. *Fuquero Economista*
de *Carlos Fernando Valderrama Becerra*
Resolución No. *11978* y archívese esta Tesis



SECRETARIA GENERAL

A mi esposa e hijos
por la felicidad
que me brindan.

INDICE

	<u>Pág.</u>
PROLOGO	12
INTRODUCCION	13
CAPITULO I	
MARCO CONCEPTUAL Y METODOLOGICO	15
1. La Distribución	15
2. El Comercio	15
a. Comercio al Por Mayor	15
b. Comercio al Por Menor	17
3. Transporte de Carga	18
4. Los Bienes Distribuidos	22
5. Los Costos de Distribución	22
a. Márgenes Comerciales y de Transporte	23
b. Valor de Productor	23
c. Valor de Comprador	23
6. Tablas Insumo-Producto	27
7. Canales de Comercialización	31
a. Agentes Mayoristas	31
b. Agentes Minoristas	33
c. Productor y Consumidor	34
8. Infraestructura de Distribución	35
9. Resumen Metodológico	35
10. El Período de Estudio 1970-1979	39
11. Los Costos de Distribución en Diversos Países	40

CAPITULO II

LOS COSTOS DE DISTRIBUCION EN LA ECONOMIA PERUANA	41
1. Costos de Distribución	48
a. Análisis Agregado	48
b. Análisis Sectorial	52
2. Costos de Distribución de la Demanda Final	55
3. Costos de Distribución de Consumo Privado	57
4. Costos de Distribución de la Demanda Intermedia	65
5. Planteamiento del Problema e Hipótesis	68
6. Importancia de la Presente Investigación	74

CAPITULO III

ELEVADOS EXCEDENTES DE EXPLOTACION EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL	77
1. Diseño de Comprobación de la Hipótesis	77
2. Los Excedentes de Explotación en la Actividad Comercial	79
a. Comercio de Productos Agropecuarios	81
b. Comercio de Productos de la Pesca	83
c. Comercio de Téxtiles, Prendas de Vestir y Calzado	89
d. Comercio de la Madera y Muebles de Madera	90
e. Comercio de Productos de Imprentas y Editoriales	92
f. Comercio de Productos Minerales No Metálicos	93
g. Comercio de Productos Metálicos	94
h. Excedentes de Explotación Comercial y Ventas Al Crédito	95
3. Factores que Determinan Elevados Excedentes de Explotación Comercial	96

CAPITULO IV

EXCESO RELATIVO DE INTERMEDIARIOS COMERCIALES Y LA EXCLUSIVIDAD EN EL COMERCIO MAYORISTA	99
1. Canales de Comercialización de Productos Agrope- cuarios	101
a. Cultivos Alimenticios	101
b. Cultivos Permanentes	103
c. Ganadería de Carne	104
d. La Pesca	106
2. Canales de Comercialización de Productos Manufac- turados	109
a. Productos Principalmente de Consumo	109
b. Productos Principalmente Insumos	113
c. Productos Metálicos y de Consumo Duradero	114

CAPITULO V

INSUFICIENTE INFRAESTRUCTURA DE DISTRIBUCION	118
1. Almacenes	118
a. Almacenes	119
b. Centros de Acopio	120
2. Equipamiento de Establecimientos Comerciales	123
3. Red Vial y Transporte de Carga	124

CAPITULO VI

PREDOMINIO DEL ESCASO NIVEL TECNOLÓGICO EN EL COMERCIO MINORISTA	129
1. Márgenes Comerciales en el Comercio Minorista según Formas Empresariales	129
2. Establecimientos del Comercio Minorista con Menos de 5 Personas Ocupadas	132
a. Estructura y Evolución de los Establecimientos Comerciales	133
b. Estructura y Evolución de los Establecimientos Minoristas Pequeños de Propiedad de Personas Naturales	137

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	144
1. Conclusiones	144
2. Recomendaciones	150

ANEXO No. 1

METODOLOGIA DE LOS FACTORES DE DISTRIBUCION	156
1. Sectorialización de la Economía Peruana	157
2. Cálculo de los Factores de Distribución	161
a. Demanda Intermedia	161
b. Consumo Privado y Formación Bruta de Capital	163
c. Variación de Existencias	166
d. Exportaciones	167
3. Principales Fuentes de Información y de Aspectos Metodológicos	168
a. Fuentes de Información	168
b. Fuentes Metodológicas	169
c. Limitaciones de las Fuentes de Información	169
4. Consistencia de los Factores de Distribución	170

ANEXO No. 2

Bibliografía	174
--------------	-----

ANEXO No. 3

Fuentes Básicas de Información	177
--------------------------------	-----

ANEXO No. 4

Cuadros del Anexo Estadístico	179
-------------------------------	-----

RELACION DE CUADROS

Cuadro No. I-1	Estructura del Sector Comercio, Año 1973.	19
Cuadro No. I-2	Estructura del Transporte de Carga, Año 1973.	20
Cuadro No. I-3	Estructura Porcentual del VBP del Sector Distribución 1970 -1979	21
Cuadro No. I-4	Estructura de los Costos de Distribución , 1970-1979	24
Cuadro No. I-5	Participación del Sector Distribución y de Principales Sectores en el VBP, 1970-1979	25
Cuadro No. I-6	Participación del Sector Distribución y de Principales Sectores en el PBI , 1970-1979	26
Cuadro No. II-1	Costos de Distribución en la Economía Peruana, Año 1973.	44
Cuadro No. II-2	Composición de las Demandas Totales, Finales e Intermedias.	46
Cuadro No. II-3	Costos de Distribución de la Economía Peruana, Año 1973.	49
Cuadro No. II-4	Costos de Distribución de Bienes Comercializados	59
Cuadro No. II-5	Costos de Distribución de los Principales Bienes Comercializados del Consumo Privado	
Cuadro No. II-6	Actividades con elevados Costos de Distribución Año 1973.	71
Cuadro No. III-1	Excedentes de Explotación del Comercio al Por Mayor y Comercio Al por Menor.	85
Cuadro No. III-2	Excedentes de Explotación Comerciales según Ramas de Actividad en Empresas al por Mayor de Lima Metropolitana, 1976.	87

Cuadro No. V-1	Indicadores sobre Vías de Comunicación Terrestre .	125
Cuadro No. V-2	Red de Carreteras por Países , 1975.	126
Cuadro No. V-3	Red Vial del Perú según Tipo de Superficie de Rodadura y Ubicación Geográfica.	127
Cuadro No. VI-1	Márgenes Comerciales Minoristas según Formas Empresariales.	134
Cuadro No. VI-2	Estructura y Evolución de los Establecimientos Comerciales.	138
Cuadro No. VI-3	Estructura de los Establecimientos Comerciales según clasificación Peruana del Sector Comercio, Año 1976-1979.	138
Cuadro No. VI-4	Estructura Empresarial en el Comercio Minorista.	139
Cuadro No. VI-5	Número de Establecimientos por CIU y Tamaño de los Establecimientos según Formas Empresariales, Año 1973.	140
Cuadro No. A-1	Sectores de la Economía Peruana según las TIP del Año 1973	158

RELACION DE CUADROS DEL ANEXO ESTADISTICO

Cuadro No. AE-1	Costos Totales de Distribución de una Unidad Monetaria de Producción de la Demanda Sectorial.	180
Cuadro No. AE-2	Los Costos de la Distribución de la Economía Peruana , Año 1973.	188
Cuadro No. AE-3	VBP, CI, VA y Estructura del VA del Comercio Mayorista.	189
Cuadro No. AE-4	VBP, CI, VA y Estructura del VA del Comercio Minorista con 5 o Más Personas Ocupadas.	191
Cuadro No. AE-5	Concentración del VBP del Comercio al Por Mayor según Grupo CIIU.	193
Cuadro No. AE-6	Concentración del VBP del Comercio Minorista con 5 o Más Personas Ocupadas según Grupo CIIU.	194
Cuadro No. AE-7	Concentración de la Actividad Comercial Mayorista.	195
Cuadro No. AE-8	Concentración de la Actividad Comercial Minorista con 5 o Más Personas Ocupadas.	198
Cuadro No. AE-9	Vinculación del Capital Extranjero con las Principales Empresas Comerciales.	200
Cuadro No. AE-10	Estructura del Arancel Real a Nivel Sección y Capítulo Nabadina.	205

P R O L O G O

El tema que trata la Tesis se eligió por ser uno de los temas no investigados en el país. En favor de tal elección también influyeron el interés personal por la investigación de la realidad económica peruana y la experiencia profesional ampliamente relacionada con el tema y la investigación económica.

La elección del tema, su desarrollo y culminación se produjo en el período en que participe en la elaboración de las Tablas Insumo-Producto de la economía peruana del año 1973 y 1979, en el Instituto Nacional de Planificación. En dicho período logré especializarme en la elaboración del conjunto de las Tablas y dentro de las sub-especializaciones, están precisamente el sector comercio, los costos de distribución, el sector transportes, el consumo de los hogares, entre otros, que justamente son temas fundamentales para el desarrollo de la presente Tesis. Sin estas experiencias valiosas y la de mis casi dos años en investigación económica, anterior al de las tablas, no hubiese culminado el trabajo con una satisfacción aceptable.

Finalmente, quiero dejar constancia de mi sincero agradecimiento por la eficiente y esmerada colaboración en el tipo de los borradores y de la versión definitiva a Sara y Luisa Bocanegra Flores, Ana Bocanegra Moreno y Clotilde Quiroz.

INTRODUCCION

La presente Tesis constituye una tentativa de aproximación a la medición y explicitación de los injustificados costos de distribución (CD) en la economía peruana de la década recién transcurrida.

Definimos los CD como los costos incurridos para colocar los productos desde los centros de producción y almacenes aduaneros a los lugares de consumo de los hogares y productores residentes en el país. Es pues, un valor añadido en la fase de distribución, en la que intervienen uno o más de las diferentes clases de agentes comerciales y los distintos transportistas de carga.

El tema se estudia a un nivel macroeconómico, al nivel sectorial, conforme a la desagregación de la economía peruana en sectores económicos que proporciona las tablas Insumo-Producto del año 1973. El sentido de sector aquí utilizado es el de oferente de productos homogéneos.

Los problemas centrales que afronta el trabajo son : ¿ cuál es la magnitud de los CD ? y ¿ están justificados dichos CD y qué factores los explican ?. Luego de la medición de los CD utilizando el índice Paasche y las Tablas Insumo-Producto, se identifican los sectores con elevados e injustificados CD para los cuales se postula como explicación la hipótesis general de que están determinados por las condiciones de atraso y dependencia en que se encuentra el país y que se manifiestan en el sector distribución.

Los productos agrícolas, los de la pesca extractiva, los textiles y las prendas de vestir entre los que más destacan, presentan elevados CD. Las variables específicas que explican dichos montos son los excedentes de explotación, la oligopolización comercial, la intermediación comercial, la infraestructura y el nivel tecnológico del comercio minorista.

El tema en cuestión no está desarrollado en el país, ni cuantitativamente ni como estudio. De allí que la Tesis llene estos vacíos, se convierta en una importante aproximación a la realidad del sector distribución y contribuye por tanto a la formulación de políticas de corto y mediano plazo, que inclusive tienen que ver con la reforma del sector y la mejor asignación de recursos financieros.

Metodológicamente la Tesis proporciona, por un lado, una metodología para el cálculo de los CD a un nivel sectorial, por el otro, las metodologías para el cálculo de las producciones brutas del sector distribución y del sector comercio.

Respecto de las limitaciones cabe señalar que el presente trabajo, pese a tener importantes contribuciones, no contó con la información estadística de la calidad deseada ni con estudios suficientes sobre el sector distribución, los que por consiguiente dificultaron las mediciones de los CD. Sin embargo, estos fueron superados utilizando diversas fuentes de información y metodologías de consistencia. Otro factor que actuó en el mismo sentido fue la amplitud del tema, que se prefirió al ser el primer estudio de esta naturaleza, sacrificando la especificidad de la investigación con la esperanza de retomar posteriormente investigaciones por sectores o productos.

Finalmente, queremos indicar que en relación al método y la metodología de comprobación de las hipótesis, éstas se hallan explicitadas en los capítulos correspondientes, sobre los cuales se ha enfatizado lo suficiente toda vez que son la base de toda investigación seria. Un tratamiento similar se dió a la metodología de cálculo de los CD, los cuales aparecen en el Capítulo II y Anexo No.1.

CAPITULO 1

MARCO CONCEPTUAL Y METODOLOGICO

1. La Distribución

Los bienes económicos materiales, pocas veces después de producidos e importados (hasta las aduanas), se hallan en condiciones de ser consumidos, es necesario ponerlos al alcance de las familias y de los distintos productores. El conjunto de operaciones que se realizan, para ponerse en condición de consumir dichos bienes, constituye la actividad Distribución.

La Distribución comprende dos grandes grupos de operaciones. El primero, y el más importante, es la actividad comercial y el segundo, es la actividad transporte de carga.

2. El Comercio

Es la actividad de reventa de bienes nuevos y usados. La reventa es la venta sin transformación. La actividad comercial comprende el Comercio al por Mayor y Comercio al por Menor. No siempre la actividad comercial se presenta pura en un cien por ciento. Así por ejemplo, el cinco por ciento de su actividad puede ser una actividad no comercial, como la manufacturera, o la de servicios.

a. Comercio al por Mayor

El Comercio al por Mayor es la reventa a : comerciantes al por menor; usuarios (industriales, comerciales, profesionales o instituciones); y otros comerciantes al por mayor.

De la definición dada se desprende por consiguiente que quienes ejercen principalmente y en forma regular la reventa de bienes, y principalmente por lo menos a uno de los tres grupos de clientes allí señalados, son los agentes del comercio al por mayor. Ese es el criterio básico de la definición. Así por ejemplo, aquel comerciante que tenga el 90% de sus ventas a comerciantes minoristas, el 10% al público en general, será un comerciante al por mayor.

Un criterio comprendido dentro del criterio básico ya señalado es el criterio del volumen de ventas. Contrariamente a lo que comunmente se piensa este criterio no identifica a la totalidad de los agentes mayoristas. Sin embargo, es el criterio más importante de la definición, el que se manifiesta concretamente en los bienes revendidos a los "comerciantes al por menor" y a los "comerciantes al por mayor". Ya que tales ventas son en grandes volúmenes. Y a veces también en las reventas a los distintos usuarios (industriales, etc.)

Es claro, en el caso de los insumos, que estos usuarios los adquirirán casi íntegramente en grandes volúmenes. Pero en general, los bienes que están destinados al uso de tales usuarios se adquieren por lo general en pequeños volúmenes y hasta por unidades.

Una buena parte de estos bienes están comprendidos por los bienes de capital. Así, por ejemplo, tendremos la camioneta (o dos o tres) que compra la empresa para la entrega de sus productos vendidos. La máquina de escribir que compra un profesional para su oficina. La manguera para regar los jardines de la empresa, etc.

Los agentes típicos de la actividad comercial son : a) los comerciantes mayoristas... (reciben la denominación relativa a las mercaderías que venden), tales como el comerciante mayorista de la papa, o del limón o de la cebolla, o de los juguetes, etc., b) los distribuidores industriales, c) Exportadores; y d) Importadores.

Existen otros agentes del sector comercio no típicos tales como; los agentes vendedores a comisión que trabaja vinculados a una o más empresas y los agentes compradores a comisión cuya modalidad es similar al anterior.

Una visión más amplia de las diversas formas de clasificar a los agentes del comercio al por mayor se presenta en el punto 7 del presente capítulo.

b. Comercio al por Menor

Es la reventa de bienes de consumo, uso personal o uso doméstico al público en general.

Los comerciantes al por menor (o agentes del comercio minorista) son por tanto aquellos que principalmente venden bienes de consumo o de uso personal o de uso doméstico al público. Si sus ventas principalmente son a otros comerciantes al por menor o a otros comerciantes al por mayor o a ambos, se tratará más bien de un comerciante mayorista. El criterio básico implícito en la definición del Comercio al por Menor es el tipo de cliente (público en general). De este criterio se deriva que, principalmente las ventas del comerciante al por menor serán al menudeo, porque el público no compra al por mayor, salvo escasas excepciones.

Las principales clases de agentes del Comercio al por Menor son: tiendas (bazar, cadena de tiendas; otras tiendas), puestos de mercado; grandes almacenes; supermercados, cooperativas de consumo; casas de subasta; y estaciones de gasolina.

Existen otros agentes no típicos tales como los agentes vendedores por cuenta propia, los vendedores a comisión, y los vendedores ambulantes (más propio sería callejeros).

En la elaboración de las Cuentas Nacionales y de las Tablas Insumo-Producto 1973, el Comercio al por Menor, se estudió estratificado en función de dos factores; la disponibilidad de la

información básica y de las clases más importantes de este comercio. Estos estratos son : Comercio al por Menor Grande (establecimientos con 5 o más personas ocupadas), Comercio al por Menor Pequeño (establecimientos con menos de 5 personas ocupadas), Kioskos y Puestos de Mercado y Vendedores Ambulantes. Esta estratificación, en lo pertinente, se considero en la presente investigación.

Por su lado el Comercio al por Mayor en las Cuentas Nacionales y en las Tablas Insumo Producto 1973 se estudió en forma global, sin estratificaciones.

3. Transporte de Carga

El transporte es aquella actividad conformada por el conjunto de operaciones cuya finalidad es el traslado de personas, carga o animales utilizando medios de transporte motorizados o de tracción.

Según el medio de transporte que se utiliza el transporte puede ser : terrestre, aéreo, marítimo, ferrocarrilero, etc. Según el objeto que se transporta se clasifica en transporte de pasajeros y en transporte de carga.

El transporte de carga, es el transporte local o a larga distancia de bienes materiales.

El transportista puede operar comprando, trasladando y vendiendo sin transformación los bienes, y en ese sentido su modalidad de operación es muy similar al del comerciante. Esta forma de operar se presenta principalmente en el transporte a larga distancia.

Otra de las formas de operar del transportista de carga, es ofreciendo sus servicios de transporte a cambio del cual se le debe pagar los fletes. Esta es la modalidad más tradicional de operar y su primacia sobre la forma anterior es evidente en el transporte a corta distancia, es decir fundamentalmente en las áreas urbanas.

CUADRO N° I - 1

ESTRUCTURA DEL SECTOR COMERCIO

AÑO 1973

Estratos	VBP (Mill. de Soles)	VBP (%)
Comercio al por Mayor	29,773	48.1
Comercio al por Menor	32,164	51.9
- Establecimientos con 5 personas ocupadas	9,809	15.8
- Establecimientos con 5 personas ocupadas	15,109	24.4
- Kioskos y Puestós de Mercado	4,386	7.1
- Vendedores Ambulantes	2,860	4.6
Total	61,937	100.0

FUENTE : INP, Aspectos Metodológicos del Sector Comercio, 1979, Documento de Trabajo.

CUADRO N° 1 - 2

ESTRUCTURA DEL TRANSPORTE DE CARGA

AÑO 1973

Estratos	VBP (Mill. de Soles)	VBP (%)
Transporte Carga Carretera	17,220	94.5
Otros Transportes de Carga *	1,000	5.5
Total	18,220	100.0

FUENTE : - Tablas Insumo Producto de la Economía Peruana 1973,
INP, 1980.
- Información Directa, INP.

Elaboración : nuestra

* Incluye transporte por ferrocarril, transporte de cabotaje y transporte por aguas internas.

CUADRO N° 1 - 3

ESTRUCTURA PORCENTUAL DEL VBP DEL SECTOR DISTRIBUCION
1970-1979

Año	Transporte de Carga	Comercio		Total Mill. de Soles
1970	25.1	74.9	100	51,751
1971	23.3	76.7	100	59,436
1972	23.0	77.0	100	67,225
1973	22.7	77.3	100	80,157
1974	18.9	81.1	100	106,888
1975	19.4	80.6	100	151,338
1976	23.1	76.9	100	205,257
1977	25.8	74.2	100	281,060
1978	24.3	75.7	100	490,109
1979	23.7	76.7	100	895,812

FUENTE : Cuentas Nacionales del Perú 1970-1978, INE, 1979.
Información Directa, INE, para 1978 y 1979

Este transporte principalmente se da entre las empresas productoras, entre los comerciantes mayoristas, entre productor y comerciante mayorista en ambos sentidos y de los comerciantes mayoristas a comerciantes minoristas, es decir en lo que podríamos denominar el nivel mayorista del canal de comercialización.

Los agentes más importantes de esta actividad en nuestro país son: las empresas del transporte de carga y los transportistas individuales, ambos del transporte carretero. Poca o escasa importancia tuvieron los transportes de carga: por ferrocarril, marítimo, aéreo, lacustre, fluvial y por oleoducto, considerando sus actividades en el ámbito interno del país, dado que la distribución es una actividad al interior de las economías. Esto es importante tener presente por que el transporte marítimo de carga, es esencialmente un transporte internacional.

4. Los Bienes Distribuidos

La concepción de la Distribución, y del Comercio que ella supone, que se utiliza en la presente investigación, es restrictiva, por considerar que los bienes distribuidos o comercializados son los bienes económicos materiales susceptibles de desplazarse.

Consecuencia de ello, los bienes inmobiliarios, los servicios y derechos no son objeto de la Actividad de Distribución y Comercio así concebidas. En otras concepciones más amplias, pueden tener lugar estos bienes económicos.

Los bienes distribuidos pueden ser de origen nacional o importado, y pueden tener dos orientaciones, al mercado interno y al mercado mundial. Dentro del primer caso existen específicamente tres destinos: consumo familiar o privado, formación bruta de capital y demanda intermedia. En el segundo, los destinos son el consumo familiar y la demanda intermedia, pero principalmente esta última.

5. Los Costos de Distribución

Los costos de distribución en una economía son los costos monetarios correspondientes a un costo social (empleo de recursos, trabajo y capital) de la actividad distributiva de los bienes económicos materiales.

a. Márgenes Comerciales y de Transporte

Los costos de distribución se componen de los costos de comercialización y de transporte de carga. Los mismos que son conocidos en el Sistema de Cuentas Nacionales como Márgenes Comerciales y Márgenes de Transporte respectivamente.

Los Márgenes Comerciales y de Transporte se obtienen como la diferencia de los valores a precios de comprador y los valores a precios de productor de los mismos productos.

El Costo de Distribución y sus dos componentes son aplicables a niveles microeconómicos y macroeconómicos. Esto es por ejemplo, a nivel de producto, sector económico o conjunto de la economía. Al nivel macroeconómico puede tener una gran desagregación dentro de las Tablas Insumo-Producto, cuando menos para las Demandas intermedias sectoriales. Si este fuera el caso, con información extra, se podría calcular los Costos de Distribución de la Demanda Final y por ende de la Demanda total, el mismo que es equivalente a la oferta total de la economía.

b. Valor de Productor o Valor a Precios de Productor

El Valor de Productor de los productos agropecuarios, pesqueros, mineros o industriales es el valor en la puerta del establecimiento productor incluyendo los impuestos sobre los bienes y servicios. Esta valoración es equivalente al valor a costos de factores más los impuestos indirectos. El valor de Productor se conoce también como valor a precio de productor.

c. Valor de Comprador o Valor a Precios de Comprador

El Valor de Comprador de los productos comprados es el valor en la puerta del establecimiento comprador o el que pagan las familias,

CUADRO No. 1-4

ESTRUCTURA DE LOS COSTOS DE DISTRIBUCION 1970-1979

AÑOS	Márgenes Comerciales		Márgenes de Transporte		Costos de Distribución	
	Mill. soles	%	Mill. soles	%	Mill. soles	%
1970	37,757	77.8	10,775	22.2	48,532	100
1971	44,413	79.5	11,482	20.5	55,895	100
1972	50,418	79.7	12,830	20.3	63,248	100
1973	60,344	80.0	15,106	20.0	75,450	100
1974	84,440	81.6	19,109	18.4	103,549	100
1975	118,885	81.1	27,706	18.9	146,591	100
1976	153,780	79.7	39,294	20.3	193,074	100
1977	203,155	77.2	60,144	22.8	263,299	100
1978	361,647	78.6	98,590	21.4	460,237	100
1979	668,673	79.2	176,171	20.8	844,844	100

FUENTE : INP, Tablas Insumo-Producto de la Economía Peruana 1973, 1980.

INE, Cuentas Nacionales del Perú 1970-1978. Cuadros Suplementarios, 1979.

Información Directa del INE e INP para los años 1973, 1978 y 1979.

Elaboración: Nuestra.

CUADRO No. 1- 5

PARTICIPACION DEL SECTOR DISTRIBUCION Y DE PRINCIPALES SECTORES EN EL VBP

1970 - 1979

(En %)

AÑOS	DISTRIBUCION			Industria	Agricul-	Minería	Resto	TOTAL
	Transp. Carga	Comercio	Total					
1970	3.1	9.4	12.5	31.5	10.6	4.7	40.7	100
1971	3.0	9.9	12.9	32.3	10.2	3.8	40.8	100
1972	3.0	10.1	13.1	32.0	10.1	3.8	41.8	100
1973	2.9	10.0	12.9	32.7	10.0	4.7	39.7	100
1974	2.5	10.9	13.4	34.3	9.3	4.3	38.7	100
1975	2.9	12.1	15.0	32.1	9.7	2.8	40.4	100
1976	3.4	11.5	14.9	34.6	8.8	3.2	38.5	100
1977	3.7	10.7	14.3	32.7	7.8	4.3	40.9	100
1978	3.7	11.6	14.3	36.7		4.7	36.6	100
1979	3.6	11.5	15.1	37.4		5.0	35.7	100

FUENTE : Cuentas Nacionales 1970-78- Cuadros Suplementarios , INE, 1979.
 Información Directa, INE, para los años 1978 y 1979.

Elaboración : Nuestra.

CUADRO NO.1-6.

PARTICIPACION DEL SECTOR DISTRIBUCION Y DE PRINCIPALES SECTORES

EN EL PBI 1970 - 1979

(En %)

AÑOS	Distribución		Total	Industria Fabril	Agricul- tura	Minería excepto petróleo	Resto	TOTAL
	Transport. Carga (*)	Comercio						
1970	2.5	12.2	14.7	21.5	14.1	6.0	43.7	100
1971	2.4	12.9	15.3	22.5	13.4	4.9	43.9	100
1972	2.4	13.2	15.6	22.4	13.2	5.0	43.8	100
1973	2.4	13.2	15.6	22.9	13.2	6.2	42.1	100
1974	2.4	14.7	17.1	24.2	12.5	5.8	40.4	100
1975	2.7	16.3	19.0	22.5	13.0	3.8	41.7	100
1976	2.9	15.9	18.8	24.3	12.1	4.4	40.4	100
1977	3.3	15.1	18.4	23.5	12.3	5.6	40.2	100
1978	2.7	15.4	18.1	25.5	10.0	6.9	39.5	100
1979	2.5	16.1	18.6	25.8	9.6	7.4	38.6	100

FUENTE : Cuentas Nacionales del Perú 1950-1981, INE, 1982.
Información Directa, INE, para 1979.

(*) Sólo Transporte de Carga Carretero.

incluyendo los gastos en transporte. Esta valoración es equivalente al valor de productor más los Márgenes Comerciales y de Transporte. El Valor de Comprador se conoce también como el valor a precios de comprador.

6. Tablas Insumo-Producto

Las Tablas Insumo-Producto es una técnica de la ciencia económica y parte de Contabilidad Nacional que permite describir desagregadamente los flujos de bienes y servicios inter e intrasectoriales, los costos de los factores de producción y los componentes de la Demanda Final de una economía.

Las tablas tienen una importancia extraordinaria para la toma de decisiones en materia de política económica y en el análisis económico más variado. Su técnica nos permite estudiar los Costos de Distribución.

La estructura presentada de la "Tabla Insumo Producto de Bienes y Servicios Nacionales" corresponde a una de las principales Tablas Insumo Producto (TIP) del año 1973; las mismas que se sustentan en la versión moderna de las TIP desarrollada en el marco de las cuentas nacionales en la publicación de Naciones Unidas "Un Nuevo Sistema de Cuentas Nacionales".

Una de las diferencias sustantivas entre ambas versiones de la TIP es que en la moderna, $X'i$ será igual a X_i sólo excepcionalmente, y en la tradicional, $X'i$ será siempre igual a X_i . El resultado de la primera es consecuencia de la introducción de la hipótesis de la producción secundaria. Nótese que las filas no están conformadas por sectores sino por bienes y servicios, lo cual es muy distinto. Nótese, igualmente, que $X'i$ se refiere a la demanda total de bienes y servicios, mientras que X_i se refiere al VBP de las actividades o sectores.

TABLA INSUMO PRODUCTO DE BIENES Y
SERVICIOS NACIONALES

(Bienes y Servicios - Sectores)

Sectores Bienes y Servicios	Demanda Intermedia		Demanda Final		Demanda u Oferta Total
	1... j ... n	Total	1... k ... n	Total	
1 . . . i . . . n	Primer Cuadrante x_{ij}	 DI_i	Segundo Cuadrante x_{ik}	 DF_i	X'_1 . . . X'_i . . . X'_n
Insumos Nac.					Dem. Tot. Nac.
Insumos Impo.					Dem. Tot. Impo.
Insumos Totales					Dem. Total
1 . . . r	Tercer Cuadrante (Valor Agre_ gado)				
Valor Agreg.					
VBP	$X_1 \dots X_j \dots X_n$				

Donde:

- x_{ij} Valor de los insumos nacionales "i" adquiridos por el sector "j".
- Valor de los bienes o servicios nacionales "i" en la utilización final "k".
- VBP Valor Bruto de Producción de la economía.
- X_j Valor Bruto de Producción del sector "j"
- X'_j Valor de la demanda total de bienes o servicios nacionales "j"
- DI. Valor de la demanda intermedia en bienes o servicios nacionales "i".
- DF. Valor de la demanda final en bienes o servicios nacionales "i".
- l, r Valor del pago a uno de los factores productivos.

La TIP del esquema mostrado, particularmente el primer cuadrante, fue utilizado en el cálculo de los CDDI de bienes nacionales y en su consistenciación.

La TIP que se muestra más adelante es una variante de la comentada líneas atrás. Allí no aparece la fila de importaciones, pues ésta está distribuida en las otras filas i de acuerdo al tipo de bien o servicio. Con esta variante la TIP de bienes y servicios nacionales e importados nos permite describir el flujo total hacia las utilidades intermedias o finales, según tipo de bien o servicio.

Esta segunda TIP se utilizó en el cálculo de los CD de la demanda final y de la demanda total. Diversa información complementaria de ésta y la anterior TIP permitieron el cálculo de los CD más desagregados. Las metodologías más específicas véanse en el punto "9" del presente capítulo y en el Anexo N° 1.

TABLA INSUMÓ PRODUCTO DE BIENES Y
SERVICIOS NACIONALES E IMPORTADOS

(Bienes y Servicios-Sectores)

Sector Bienes y Servicios	Demanda Intermedia			Demanda Final		Demanda Total
	1	2	3...j...n	Total	1...k...m	
1						DT_1
2						DT_2
3	Primer Cuadrante				Segundo Cuadrante	
.						.
.						.
i		x_{ij}		DI_i	x_{ik}	DF_i
.						.
.						.
n						DT_n
Insumos						DT
	Tercer Cuadrante					
Valor Agreg.						
V B P	$X_1...X_1...X_n$					

Donde:

x_{ij} .- Valor de los insumos nacionales e importados "i" adquiridos por el sector "j"

x_{ik} .- Valor de los bienes o servicios nacionales e importados "i" en la utilización "k"

DI_i, DF_i, DT_i .- Demandas intermedia, final y total de bienes o servicios nacionales e importados "i"

7. Canales de Comercialización

Los canales de comercialización son encadenamientos de agentes comerciales (*) que intervienen en la distribución de los bienes económicos materiales, como intermediarios entre los productores y los usuarios finales (unidades productivas y consumidores).

Estos agentes pueden ser agentes mayoristas o agentes minoristas cuando operan como cualesquiera de las clases de comerciantes mayoristas o comerciantes minoristas, respectivamente.

a. Los Agentes Mayoristas

Los principales agentes mayoristas que intervienen en los canales de comercialización son los siguientes:

i. Distribuidor Exclusivo

Se llama así a la empresa que comercializa en forma exclusiva o casi exclusiva los productos de una marca determinada, es decir de una empresa. Muchas veces ésta está ubicada en el mismo lugar de la empresa productora y pueden facturar a nombre de ella, quedando el precio de venta fijado por ésta. El carácter de Distribuidor Exclusivo se adquiere por convenio entre ambas empresas.

ii. Distribuidor Autorizado

Es uno de los distribuidores de los productos de una empresa, con condición que se logra merced a un convenio con la empresa productora. A diferencia del distribuidor exclusivo, ésta puede comercializar los productos de varias empresas.

(*) Principalmente son comerciantes, pero pueden encontrarse casos en que con éstos operan transportistas que trasladan y revenden mercadería.

iii. Acopiador y Rescatista

Son los agentes que compran productos agrícolas y pecuarios, respectivamente, de varios centros de producción, por lo general alejados y de pequeños productores, y los concentran en un punto accesible a los transportistas o mayoristas a quienes vende los productos.

iv. Transportista

Es el agente que compra los productos del productor, acopiador o rescatista para trasladarlo a un centro de consumo donde lo vende a comerciantes, o simplemente puede alquilar sus servicios, como ocurre continuamente en las áreas urbanas. Principalmente, compra productos agrícolas, siendo el mayor volumen de ventas a comerciantes mayoristas.

v. Mayoristas

Es la empresa que compra productos del transportista (agrícolas y/o pecuarios) o del productor o resto del mundo (manufacturas principalmente) para revenderlos en el mercado interior directamente o a través de otros comerciantes. Cabe recordar aquí, que el mayorista no se caracteriza por vender al público consumidor. Cuando lo hace, es un rasgo secundario de su actividad.

Al señalar que pueden revender directamente, se está haciendo referencia a los insumos o bienes de capital que venden sin otro intermediario a las empresas o instituciones.

Es de hacerse notar también que los mayoristas no basan la compra de sus mercaderías en convenios previos para asegurarse la exclusividad de los productos o parte de los productos producidos. Igualmente, merece destacarse que los productos comercializados por los mayoristas pueden ser nacionales o importados, y por tanto, ser los

mayoristas, importadores, así como también lo son los distribuidores; ello está implícito en las respectivas definiciones.

Los agentes definidos son los que más comúnmente aparecen formando los diversos canales de comercialización. En la realidad se presentan en dos formas: formando canales paralelos o encadenados en el mismo canal de comercialización. Principalmente, por esta segunda forma de presencia se han definido dichos agentes. Formas que son de observación y análisis para la comprobación de la segunda hipótesis del presente trabajo.

No es nuestro interés definir la totalidad de agentes mayoristas, atendiendo a los diversos criterios de clasificación; según formas de ventas, según formas de pago, según nacionalidad del cliente, según nacionalidad del proveedor, etc. Cabe dejar establecido que aquí los agentes definidos coinciden con la clasificación según modalidad de operación.

Dada esta variedad de criterios de clasificación e incluso entre cruzados, resulta difícil definir de un modo integral los agentes mayoristas ya señalados. Para concluir debemos aclarar que los distribuidores exclusivos y autorizados, transportistas, acopiador y rescatistas son mayoristas en sentido estricto, y que por los mayoristas definidos en "v" se debe entender: demás mayoristas.

b. Los Agentes Minoristas

En el capítulo que se analizan los canales de comercialización se puede constatar que no se ha hecho distinción entre las diferentes formas de agentes minoristas, porque en la realidad éstos no se presentan encadenados formando circuitos, y por tanto carece de importancia su diferenciación en nuestra investigación.

Los agentes minoristas son las empresas de persona natural o jurídica que adquieren mercadería de productores, agentes mayoristas o del mercado exterior para revenderlos al público consumidor.

Las clases de agentes minoristas que existen y que hemos tratado en forma global son tiendas propias, tienda de cadena de tiendas, supermercado, puesto de mercado, agentes vendedores, ambulantes, kioskos, ferias, etc.

c. Productor y Consumidor

En sentido estricto, el Productor y el Consumidor no forman parte de los canales de comercialización. Sin embargo, en tanto son los agentes económicos que originan y consumen las mercancías que son distribuidas, en un sentido amplio, se les puede considerar como el origen y el final de la función distribución y por tanto de los canales de comercialización.

Bajo esta segunda concepción, se han ilustrado mediante diagramas en el capítulo V, los diferentes canales de comercialización de los diferentes grupos de productos. Cabe mencionar al respecto que en el referido capítulo el último eslabonamiento de los canales no son siempre los consumidores (entendido fundamentalmente como hogares), sino otros productores, sector externo o usuarios en general cuando se trata de productos que indistintamente pueden ser consumidos por productores o consumidores.

El productor es la persona jurídica o natural, cuya actividad es la producción de bienes y servicios. Lógicamente, en el presente estudio sólo se considera a los productores de bienes. En tanto que los consumidores son principalmente las personas naturales, siendo el núcleo básico los hogares, cuya característica es la de ser los que consumen o

usan personalmente y/o colectivamente los bienes y servicios.

8. La Infraestructura de Distribución

La infraestructura de la distribución está constituida por las infraestructuras de comercialización y de transporte de carga. La primera comprende el capital físico utilizado en el desarrollo de la actividad comercial ya sea en forma directa o indirecta. De acuerdo con esta definición están comprendidos en él, los locales de los establecimientos comerciales, los almacenes y silos, los centros de acopio, mercados y maquinarias y equipo. Y la segunda, está constituida por la red vial que conecta las zonas productoras con las diferentes ciudades y centros poblados y los vehículos de transporte de carga.

Estas formas de infraestructura comercial y de transporte se analizan en el presente trabajo con excepción de los locales de los establecimientos comerciales, mercados y los vehículos de transporte de carga.

De las tres formas de infraestructura de distribución que no se tratan en el presente trabajo, el primero es uno de los objetos de análisis de la cuarta hipótesis, aunque bajo otra perspectiva, en tanto que la segunda no se analiza por considerarse relativamente suficiente para los requerimientos de la población, y la tercera, por no estar clara su suficiencia o insuficiencia, la misma que es producto de la escasa información.

9. Resumen Metodológico del Cálculo de los Costos de Distribución

El CD_i es el tanto por uno de las demandas totales sectoriales valoradas a precios de productor. Este resulta de la diferencia del Factor de Distribución (FD) y la unidad.

El CD en función del FD para un sector cualquiera por consiguiente será:

$$CD. = FD. - 1 \quad \dots (1)$$

Dado que la demanda total (DT) es:

$$DT_i = DI_i + DF_i$$

El FD_i es igual a:

$$FD_i = FDDI_i \times WDI_i + FDDF_i \times WDF_i \quad \dots (2)$$

El $FDDI_i$ y el $FDDF_i$ serán:

$$FDDI_i = \frac{\sum_{j=1}^n VC_{ij}}{\sum_{j=1}^n VP_{ij}} = \frac{\sum_{j=1}^n PC_{ij} \times QC_{ij}}{\sum_{j=1}^n PP_{ij} \times QC_{ij}} \quad \dots (3)$$

$$FDDF_i = FDCP_i \times WCP_i + FDFBKF_i \times WFBKF_i + FDVE_i \times WVE_i + FDE_i \times WE_i \quad \dots (4)$$

Los FD del CP, FBKF, VE y E se calculan (con la fórmula de los índices Paasche):

$$FDDF-K_i = \frac{\sum_{j=1}^n VC_{ij}}{\sum_{j=1}^n VP_{ij}} = \frac{\sum_{j=1}^n PC_{ij} \times QC_{ij}}{\sum_{j=1}^n PP_{ij} \times QC_{ij}} \quad \dots (5)$$

Siendo K : CP, FBKF, VE y E

Donde:

CD_i .- Costo de distribución de la demanda total de un sector i.

FD_i .- Factor de distribución de la demanda total de un sector i.

DI_i .- Demanda intermedia del sector i.

$FDDI_i$.- FD de la DI_i

- DF_i .- Demanda final del sector i .
- $FDDF_i$.- FD de la DF_i
- WDI_i .- Es la ponderación asignada al $FDDI_i$. Representa el tanto por uno de DI_i respecto de la DT_i en valores de productor.
- WDF_i .- Es la ponderación del $FDDF_i$. Similar al anterior.
- VC_{ij} .- Valor de comprador del producto " j " producido por el sector i .
- N .- Número de productos de la muestra para calcular el $FDDI_i$ y $FDDF_{ik}$
- VP_{ij} .- Valor de Productor del producto " j " producido por el sector " i ".
- PC_{ij} y QC_{ij} .- Precio y cantidad de comprador del producto " j " producido por el sector i .
- PP_{ij} .- Precio de productor del producto " j " producido por el sector " i ".
- CP_i .- Consumo privado del sector i .
- $FBKF_i$.- Formación bruta de capital fijo del sector i .
- VE_i .- Variación de existencias del sector i .
- E_i .- Exportaciones del sector i .
- $FDCP_i$.- FD del CP_i
- $FDFBKF_i$.- FD de la $FBKF_i$.
- $FD VE_i$.- FD de la VE_i
- $FD E_i$.- FD de las E_i
- $FDDF_{ik}$.- FD de uno de los cuatro componentes de la DF_i .

De esta manera, la expresión simple del CD_i que figura en la relación

(1) se transforma en su expresión compleja, dando lugar a la relación (6).

$$CD_i = FDDI_i \times WDI_i + FDCP_i \times WCP_i + FDFBKF_i \times WFBKF_i + FDVE_i \times WVE_i + FDE_i \times WE_i - 1 \quad \dots (6)$$

De igual forma, los CD parciales, es decir, de la DI_i , DF_i y de los componentes de éste, en función de los FD se obtienen con las siguientes relaciones:

$$CDDI_i = FDDI_i - 1 \quad \dots (7)$$

$$CDDF_i = FDDF_i - 1 \quad \dots (8)$$

$$CDCP_i = FDCP_i - 1 \quad \dots (9)$$

$$CDFBKF_i = FDFBKF_i - 1 \quad \dots (10)$$

$$CDVE_i = FDVE_i - 1 \quad \dots (11)$$

$$CDE_i = FDE_i - 1 \quad \dots (12)$$

Un cálculo alternativo del CD_i que figura en la relación (6) es el cálculo en función de los CD parciales. Este procedimiento en el fondo es el mismo. Se eligió el cálculo con los FD por trabajar con información de las Tablas Insumo-Producto del país y por ser más operativos ante los ajustes que fueron necesarios aplicar a los FD. Esta relación alternativa es:

$$CD_i = CDDI_i \times WDI_i + CDCP_i \times WCP_i + CDFBKF_i \times WFBKF_i + CDVE_i \times WVE_i + CDE_i \times WE_i \quad (13)$$

Las relaciones matemáticas enumeradas (del 1 al 12) constituyen la metodología básica del cálculo de los CD. Los aspectos metodológicos específicos, es decir: los procedimientos de cálculo y de consistencia; los

criterios metodológicos; las fuentes de información utilizadas; así como el análisis de la calidad de la información y la cobertura de las muestras elaboradas, se presentan con relativo detalle en el Anexo N° 1 "Metodología de Cálculo de los Factores de Distribución".

Cabe hacer notar que en tanto los CD son función de los FD, los aspectos metodológicos específicos que se exponen en dicho anexo están referidos al de los FD.

10. El Período de Estudio 1970-1979

El período de estudio del presente trabajo es la década pasada 1970-1979. Este período está comprendido íntegramente en el período de los dos gobiernos de las FFAA, que tuvo el país entre 1969 y 1980. En nuestro período de estudio se pueden diferenciar dos sub-períodos : 1970-1975 y 1976-1979. El primer sub-período corresponde al período de gobierno del General Velasco Alvarado y a la etapa de expansión económica interna en que el PBI creció a tasas aceptables y el factor externo se mantuvo favorable. El segundo sub-período es parte del período de gobierno del General Morales Bermudez. Este se diferenció del primer sub-período, por la distinta estrategia de desarrollo que se aplicó moderadamente conforme a un plan gradualista. Esta estrategia buscó crear una transición a una economía que otorgue un rol más preponderante al mercado y que esté protegida razonablemente de la competencia exterior. Otro hecho importante que diferenció a este segundo sub-período surge de la crisis (recesión con inflación) y de repercusiones moderadas y no duraderas que en él se presentaron. Esto último dió lugar a ciertas modificaciones en la estructura productiva, e inclusive, en el Sector Distribución.

Las modificaciones operadas en el sector distribución que nos interesa señalar son las relativas a los CD. En la medida que durante la década pasada,

se mantuvieron bajo sistemas de precios controlados y regulados una importante cantidad de productos del "consumo privado" e "insumos esenciales" de las industrias incluyendo la industria de la construcción, los márgenes comerciales directa o indirectamente estuvieron fijados en forma casi estable. Sin embargo, la cantidad de productos sujetos a estos sistemas fue decreciendo gradualmente.

La recesión e inflación redujeron la rentabilidad del comercio, por ello surgió la tendencia al alza de los márgenes comerciales de los bienes de libre comercio que habría sido contrapesado por la diversificación de los giros comerciales y por la creciente competencia entre comerciantes que en número crecieron vertiginosamente en todos sus estratos. En esto último destaca el estrato comercio al por menor con 1 a 4 personas ocupadas. Véase para una mejor ilustración los Cuadros VI-2 y VI-3. Los comercios involucrados en estos dos hechos serían principalmente los que comercializan bienes de consumo o de uso de los hogares.

Los bienes que habrían quedado al margen de la situación descrita en el párrafo anterior serían los bienes de capital. Por tanto, estos han tenido la opción de incrementar los márgenes comerciales para protegerse de la menor demanda de bienes originados por la recesión e inflación. Sin embargo, es conveniente recordar que la crisis económica ha reducido drásticamente, en forma particular, el mercado interno de los bienes de capital, y por tanto, las posibilidades reales de incrementar los márgenes comerciales se redujeron. Igual efecto se habría experimentado en los bienes de consumo y bienes del consumo intermedio. Otro factor que ha contribuido a contrarrestar las alzas de márgenes es la apertura al resto del mundo de nuestra economía.

De lo anterior derivamos que el período 1970-1979 es similar en términos de CD, lo cual se ha constatado con los cálculos de los CD de diversos productos.

para los años 1972, 1973 y 1975. De allí que los CD calculados principalmente para 1973 sean representativos del período de estudio.

11. Los Costos de Distribución en Diversos Países.

Para el análisis de los Costos de Distribución en diversos países disponemos del Cuadro No. A-1 (Del anexo estadístico). El concepto de CD que en el se utiliza difiere del definido en el punto 1 y 9 del presente Capítulo. En dicho cuadro se utiliza el concepto de Costo de Distribución Directos e Indirectos; el directo es del producto y el indirecto es de los insumos directos e indirectos. Este último costo de distribución se obtuvo de la matriz de Leontief de la economía peruana del año 1973.

Del análisis general del Cuadro No. A-1 se destaca que la diferencia de los CD del Perú respecto al de los países europeos es explicable fundamentalmente por : condiciones naturales como en el caso de los productos agropecuarios, petróleo y derivados y minerales; los sistemas de precios controlados y regulados como en el caso de los productos químicos y lácteos; y la oligopolización en el comercio mayorista, como en el caso de productos de la extracción de la pesca, maquinaria eléctrica y no eléctrica y productos metálicos.

Un análisis más específico escapa al presente trabajo, el propósito de su inclusión es proporcionar comparaciones referenciales como el del párrafo anterior de otras que surjan de la propia lectura.

CAPITULO II

LOS COSTOS DE DISTRIBUCION EN LA ECONOMIA PERUANA - AÑO 1973 UN ANALISIS GENERAL

En el presente capítulo fundamentalmente se intenta un análisis general de los CD tanto a niveles agregados como a niveles desagregados. Estos se desarrollan en los cuatro primeros puntos del capítulo. En el nivel agregado se analizan los CD considerando las Grandes Divisiones y Divisiones de todas las actividades económicas en que se segmenta la economía peruana. Cada Gran División y División equivale a varios sectores en que se dividió la economía peruana para el estudio de las Tablas Insumo Producto del Año 1973. En el nivel desagregado se analizan en primer término los CD_i , luego y en el orden en que se presentan, los $CDDFi$, $CDCPi$ y $CDDi$.

Luego del análisis general, en el punto 5 del presente capítulo se formula el problema central, el mismo que se basa en el análisis que le antecede, y las hipótesis de la presente Tesis. En el último, punto se sustenta la importancia que tiene el trabajo tanto directa como indirectamente.

El objetivo del análisis general es proporcionar elementos de juicio para la formulación concreta del problema central. Ha tal objetivo se llega respondiendo previamente a las siguientes interrogaciones. ¿A cuánto ascienden los CD en la economía peruana? ¿Cuáles de los CD que presenta la economía peruana, tanto a niveles agregados como desagregados, son elevados? ¿Están justificados los elevados CD detectados? La respuesta a la primera fue la más laboriosa, por cuanto fue necesario implementar un largo y dificultoso procedimiento de cálculo, como se podrá constatar en el Anexo No. 1.

En la determinación de los elevados CD se implementarán dos metodologías; uno al nivel de los CD agregados y el otro al nivel de los CD_i y niveles más desagregados.

La primera metodología consiste en identificar aquellos CD agregados cuyas cifras se apartaban más notoriamente de un CD promedio referencial (CD) establecido particularmente para tal operación. El CD elegido fue el CD promedio de la Economía Peruana del año 1973. Este parámetro permite identificar con buen grado de certeza los elevados CD agregados, los mismos que son verificados en los niveles más concretos.

La segunda metodología consiste en ordenar los CD_i , $CDDi_i$, $CDDFi_i$, etc., cada uno en su turno, de mayor a menor CD, identificando en ese ordenamiento de acuerdo a la dispersión y conglomeración grupos de CD. Estos grupos según la ubicación que tuvieron, se calificaron de muy altos, altos, medios y bajos. El máximo y el menor número de grupos detectados en el análisis de estas variables fueron 4 y 3 respectivamente. Uno de los criterios utilizados secundariamente en la identificación de los grupos es el CD promedio teórico deducido tanto al nivel sectorial, DI , DF , CP , etc., que permitió una mejor precisión de los grupos.

Los CD calculados en la presente investigación corresponden al año 1973. Los CD agregados se presentan en el Cuadro No. II-3 y los CD desagregados figuran en el Cuadro No. II-1. En el Cuadro No. II-2 figuran las participaciones más importantes, tales como el de las DF_i , respecto de la DT_i , y el del CP_i en la DF_i . Estos proporcionan una medida del grado de influencia entre los correspondientes CD, de allí su utilidad en el análisis general.

El Cuadro No. II-1 es de suma importancia dado que el análisis general de los CD privilegia el análisis de los CD_i , $CDDFi_i$ y los restantes del nivel sectorial (los sectores que presenta la TIP-1973), ya que se considera que es el nivel más representativo.

Cabe recordar, conforme a lo descrito en el Capítulo I, que los CD de cualquiera de las variables, son promedios ponderados de los CD de sus respectivos componentes, y que los CD intrasectoriales son diferentes. En el primer caso los $CDDTi$ son casi siempre menores que los $CDDFi$ y estos de-

los CDCP₁, debido a la intervención diferenciada, en número y clase, de intermediarios comerciales. Así por ejemplo en la DI las transacciones son principalmente de productor a productor, sin intermediarios, o de productor a comerciante mayorista y productor. Estos agentes producen márgenes de distribución que son bastante reducidos en relación a los márgenes de la DF y CP. En este último se dan los CD más elevados por la intervención por lo menos del comerciante minorista en los circuitos siguientes:

1. CDCP = MC (Mayorista) + MC (Minorista)
2. CDCP = MT + MC (Mayorista) + MC (Minorista)
3. CDCP = MT + MC (Minorista)
4. CDCP = MC (Minorista)

Circuitos que pueden ser más largos cuando operan distribuidores y más mayoristas incrementando por tanto - los CDCP₁. Los MC de los minoristas son más elevados que los mayoristas porque venden lentamente y volúmenes menores, de manera que los costos por unidad vendida son altos.

En el segundo caso, las diferencias en los CD sectoriales obedecen a la presencia de factores negativos inevitables y a factores injustificados que encarecen los CD. Dentro de los primeros están:

- Relación de peso/valor grande.
- Carácter perecedero.
- Selección y preparado de la mercancía desde la producción al consumo.
- Localización de las industrias productoras
- Servicios complementarios que opera la distribución.
- La demanda estacional.

II-1

COSTOS DE DISTRIBUCION EN LA ECONOMIA

PERUANA AÑO 1973

(En tanto por uno)

SECTORES (1)	CD.TOTALES	CD.DEMANDAS FINALES	CD.DEMANDAS INTERMEDIA	CD.CONSUMO PRIVADAS
1	0.0608	0.4733	0.0264	S.I
2	0.3223	0.6196	0.0657	0.6209
3	0.4404	0.4484	0.4201	0.4508
4	0.2970	0.3136	0.1500	0.3619
5	0.2193	0.2380	0.1500	0.2413
6	-	-	-	-
7	0.2317	0.2349	0.2252	0.3028
8	0.4489	1.7668	0.0300	1.8968
9	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
10	0.0127	0.0026	0.0210	
11	0.2093	0.1476	0.2200	S.I
12	0.1010	0.1206	0.0101	0.1207
13	0.1759	0.1774	0.0000	0.2000
14	0.0337	0.0267	0.0690	S.I
15	0.0891	0.0690	0.1917	0.2277
16	0.1935	0.1913	0.1998	0.1876
17	0.0932	0.0360	0.0944	-
18	0.3300	0.3439	0.1046	0.3447
19	0.0199	0.0199	-	S.I
20	0.3822	0.5186	0.1629	0.6519
21	0.4792	0.5180	0.0457	0.5325
22	0.2433	0.4213	0.2200	0.5543
23	0.4919	0.5042	0.0502	0.5189
24	0.3223	0.4113	0.3102	0.5733
25	0.4306	0.4548	0.2274	0.4743
26	0.2318	0.5554	0.2200	0.4918

SECTORES	CD. TOTALES	CD.DEMANDAS FINALES	CD.DEMANDAS INTERMEDIAS	CD.CONSUMOS
27	0.2144	0.3706	0.0760	0.3792
28	0.1617	0.2320	0.1510	S.I.
29	0.1582	0.1679	0.1570	
30	0.2032	0.2076	0.1917	0.2141
31	0.1297	0.1050	0.1380	0.1709
32	0.1690	0.1297	0.1803	0.2473
33	0.2735	0.3125	0.2330	0.3159
34	0.2942	0.2998	0.2050	0.3786
35	0.1817	0.2310	0.1770	
36	0.0343	0.0092	0.1431	
37	0.3017	0.3586	0.2450	0.3841
38	0.2273	0.2667	0.1250	0.3941
39	0.2103	0.2418	0.1700	0.2616
40	0.1356	0.1492	0.1200	0.1602
41	0.2599	0.2726	0.2339	0.2905
42	0.1550	S.I	S.I	S.I

FUENTE: Estadísticas anuales sectoriales, II Censos Nacionales Económicos, ENCA e información contable.

ELABORACION: Nuestra

(1) La descripción de los sectores se encuentra en el Anexo N° 1.

CUADRO No II-2

COMPOSICION DE LAS DEMANDAS TOTALES

FINALES E INTERMEDIAS

(En Tanto por uno)

SECTORES(1)	DF/DT	DI/DT	CP/DF	CP/DT	DT (Mill.\$)
1	0.0769	0.9230	0.5622	0.0433	8,042
2	0.4632	0.0543	0.9904	0.4588	28,189
3	0.7185	0.2815	0.9571	0.6877	5,680
4	0.8988	0.1012	0.7118	0.6397	13,819
5	0.7144	0.2856	0.9103	0.6503	7,725
6	0.0000	1.0000	0.0000	0.0000	2,275
7	0.6731	0.3269	0.8908	0.5996	3,252
8	0.2412	0.7588	0.9314	0.2247	3,930
9	0.0624	0.9376	0.0000	0.0000	4,756
10	0.4528	0.5472	0.0000	0.0000	25,262
11	0.1472	0.8528	0.2265	0.0333	2,459
12	0.8224	0.1776	1.0293	0.8465	6,775
13	0.9914	0.0086	0.4943	0.4901	1,508
14	0.8351	0.1649	0.0002	0.0002	5,793
15	0.8358	0.1642	0.3030	0.2532	5,848
16	0.7436	0.2564	0.8481	0.6307	24,441
17	0.0197	0.9803	0.0000	0.0000	3,506
18	0.9420	0.0580	0.9960	0.9379	11,816
19	1.0000	0.0000	0.9952	0.9952	2,941
20	0.6165	0.3835	0.7616	0.4695	26,511
21	0.9179	0.0821	0.9529	0.8747	4,277
22	0.1156	0.8844	0.6666	0.0771	1,842
23	0.9729	0.0271	0.9578	0.9319	2,436
24	0.1199	0.8801	0.5233	0.0627	2,869
25	0.8936	0.1064	0.8787	0.7852	2,039
26	0.0351	0.9641	0.6428	0.0223	6,782
27	0.4856	0.5144	0.9580	0.4652	5,400
28	0.1327	0.8673	0.6252	0.0830	5,990

SECTORES	DF/DT	DI/DT	CP/DF	CP/DT	(Mill.\$)
29	0.1005	0.8995	0.0000	0.0000	3,484
30	0.5689	0.4311	0.9391	0.5342	13,817
31	0.2523	0.7477	0.5643	0.1424	9,679
32	0.2229	0.7771	0.8933	0.1991	3,028
33	0.5090	0.4910	0.9676	0.4925	4,004
34	0.0941	0.9059	0.6829	0.0643	7,404
35	0.0876	0.9124	0.0000	0.0000	6,839
36	0.8131	0.1870	0.0000	0.0000	19,577
37	0.5002	0.4998	0.6486	0.3244	9,121
38	0.7223	0.2777	0.0806	0.0582	14,047
39	0.5617	0.4383	0.6312	0.3546	9,022
40	0.5345	0.4655	0.2504	0.1338	17,409
41	0.6710	0.3290	0.7074	0.4747	4,793
42	0.9410	0.0586	0.9862	0.9285	17,821

FUENTE : "Tablas Insumo - Producto de la Economía Peruana año 1973" - INP.

ELABORACION : Nuestra

(1) La descripción de los sectores se encuentra en el Anexo N° 1.

1. Los Costos de Distribución .

a. Análisis Agregado.

El análisis de los CDDT₁ a un nivel más agregado como el que se presenta en el cuadro II-3, resulta altamente aleccionador, toda vez que de una manera global nos permite apreciar los CD en actividades productivas afines. Esta agregación de actividades (o sectores) se hace de acuerdo a la CIIU; Grandes Divisiones (CD) y Divisiones (D). La misma que se justifica por las semejanzas que existen en los CDDT en sus sectores componentes.

De la inspección del cuadro II-3 se deduce que al nivel más agregado es decir de GD, la GDI correspondientes a las actividades, Agricultura, caza, silvicultura y pesca ostenta en promedio el CD más alto (0.2795 por uno). Le sigue la GD3 Industrias manufactureras con (0.2067 por uno), muy cerca del CD promedio nacional de 0.2040. Esta DG se compone de acuerdo al proceso tecnológico utilizado en industria fabril e industria artesanal. La primera representa el 93.1 por ciento de la GD y su CD es 0.2105 por uno, ligeramente superior a los CD de la GD y del promedio nacional. El segundo por el contrario representa una pequeña parte de la misma y su CD aproximado 0.1550 está por debajo del primero.

Contrastando con la GD1 y GD3, la GD2 presenta un CD de 0.0254. Este se explica por la integración de las actividades de extracción de minerales metálicos y Petróleo crudo con las actividades respectivas de fundición y refinación en la misma empresa y en localidades próximas. De allí que no existan en estos casos el comercio -

CUADRO II-3

CD DE LA ECONOMIA PERUANA AÑO 1973

Segun Gran División y División de la CIIU
(En tanto por uno)

CIIU	Sectores TIP	C.D.	DT. (Millones \$)
GD 1 : Agricultura, Caza, Silvicultura y - Pesca	1-8	0.2795	73,212
D 11 : Agricultura, Caza, y Silvicultura	1-7	0.2699	69,282
D 12 : Pesca	8	0.4489	3,930
GD 2 : Explotación de mi- nas y canteras.	9-11	0.0254	32,477
D 22 : Petróleo crudo y Gas Natural.	9	0.0000	4,756
D 23 : Minerales Metálicos	10	0.0127	25,262
D 21 y 29 : Carbón y Otros Mine- rales.	11	0.2093	2,459
GD 3 : Industrias Manufac- tureras.	12-42	0.2067	259,047
Industria fabril	12-41	0.2105	241,226
D 31 : Productos Alimenti- cios	12-19	0.1705	62,648
D 32 : Têxtiles	20-23	0.3944	35,066
D 33 : Industria de la ma- dera.	24 y 25	0.3673	4,908

CIIU	Sectores TIP	C.D.	DT. (Millones \$)
D 34 : Fabricación de pa- pel.	26 y 27	0.2226	11,390
D 35 : Fabricación de sus- tancias químicas	28-33	0.1791	39,002
D 36 : Fabricación de pro- ductos minerales - no metálicos	34	0.2942	7,404
D 37 : Industrias metáli- cos básicos.	35 y 36	0.0725	26,416
D 38 : Fabricación de pro- ductos metálicos.	37-40	0.2057	49,599
D 39 : Otras industrias - manufactureras.	41	0.2599	4,793
Industrias Artesa- nales.	42	0.1550	17,821
TOTAL NACIONAL		0.2040	364,736

FUENTE: Estadísticas anuales sectoriales, II Censos Na-
cionales Económicos, Información contable y ENCA.

ELABORACION: - Nuestra.

como intermediario y que incluso el margen de transporte en ciertos casos quede absorbido - en los costos de producción de las empresas. La inspección de los CD a un nivel más concreto, es decir al nivel de las divisiones (D) - de la CIU, nos permite identificar las actividades con los CD más altos. En la GD1 tanto las actividades Agropecuarias y Pesca tienen CD altos. El CD del primero de 0.2699, parecería no tan alto al no distar tanto del promedio nacional, y por existir en el comercio y transporte de estos productos, factores negativos que encarecen la distribución. Sin embargo esto no es real ya que ese CD está determinado fundamentalmente por el CDCP - que es a la vez un promedio de dos CD; de los productos comercializados y de los autoconsumidos por los propios productores. Y en ellos existe una diferencia que no se puede dejar de señalar. Los CDCP de los primeros varían entre 0.5000 y 2.0000, mientras que los segundos son nulos.

En el segundo, D12 Pesca, su CD alto en parte puede ser explicado por el carácter perecedero de los productos. La otra parte no estaría justificada. Sin embargo también es necesario indicar que el CD de Peces es un indicador irreal por ser un promedio ponderado de CD discrepantes (CDDF y CDDI).

Respecto de la GD2, como parte de este análisis general, se han señalado los factores determinantes del bajo CD. Empero dentro de la misma, con un peso pequeño, existe la actividad minera no metálica que se diferencia - por ostentar un CD de magnitud media, origi-

por los productores. De allí que ese bajo CD sea lógico.

b. Análisis Sectorial.

El análisis de los costos de distribución totales (CD_i) a partir de la primera columna - del cuadro II-1 nos permite detectar cuatro grupos de sectores atendiendo al tamaño de sus CD_i . Se tienen los grupos sectoriales - con: muy altos, intermedios y bajos CD_i .

En el primer grupo los CD_i , va desde 0.4919 de Fabricación de calzado, que es más elevado a 0.3822 de Fabricación de textiles el más bajo. Los demás sectores son: Fabricación de productos de vestir 0.4792, Pesca - 0.4489, Cultivos permanentes 0.4404 y Fabricación de muebles excepto metálicos 0.4306. Como puede observarse se trata de CD_i que - exceden el CD promedio en más del 100 por - ciento. Cabe notar que estos sectores corresponden a las actividades con CD altos señalados en el análisis agregado del punto "a".

En el segundo grupo los CD_i , van desde - 0.3300 de Industria de bebidas a 0.2599 de Otras industrias manufactureras. El resto del grupo esta conformado por Cultivos alimenticios e Industria de madera con 0.3223 cada una, Fabricación de productos metálicos 0.3017, Ganadería de carne 0.2970, Fabricación de productos mineros no metálicos - 0.2942 y Fabricación de productos plásticos 0.2735. El CD medio del grupo es 0.30, lo que significa que el grupo fue 50% más elevado que el CD promedio. De ellos seis sectores están comprendidos en las actividades con alto CD señalado en el análisis agregado. Los sectores que aparecen recién con CD al -

nada por los significativos costos de transporte ante la alta relación peso/valor.

En las Industrias Manufactureras (GD3) que está constituida básicamente por la industria fabril, las actividades con los mayores CD son Téxtil, Industrias de la madera, Fabricación de productos minerales no metálicos y Otras industrias manufactureras.

La Industria Téxtil o división 32 no sólo comprende la Industria Téxtil sino también Confección de ropa, Confección de cuero y Calzado. Su CD es el más alto en la Industria Manufacturera, casi duplica el CD promedio de la economía. No detectándose factores negativos insuperables, parece lógico pensar que al apartarse excesivamente del CD promedio nacional, que éstos se originan en factores injustificados.

La Industria de la madera que incluye los aserraderos y la producción de muebles constituye otro de los grupos de actividades manufactureras con los más altos CD. En estas industrias y en especial en los aserraderos parece lógico que sus CD sean mayores al promedio por estar afectados por la alta relación peso/valor y la lejana localización de los aserraderos. Hasta qué punto estos factores justifican el CD que presentan; es materia de ^{una} investigación específica.

También destacan por su alto CD la Fabricación de productos minerales no metálicos con 0.2942 tanto por uno y Otras industrias manufactureras con 0.2599. El primero ostenta su elevado CD por el alto costo del transporte - debido a lo alto de la relación peso/valor es especialmente de los materiales de construcción

por el carácter perecedero del cemento y a la preparación de las mercaderías hasta llegar al consumidor final, tales como, los utensilios - de mesa y cocina, de loza, porcelana, vidrio y barro.

El CD de Otras industrias manufactureras puede resultar justificado dado que los productos - comprendidos en esta División CIIU se venden - con menor rapidéz que los productos alimenti - cios. Derivándose de ello mayores costos en la distribución.

Los CD intermedios se encuentran en la fabrica ción de papel (incluyendo imprentas) y Fabrica ción de productos metálicos (incluyendo maqui - narias y material de transporte), con CD lige - ramente superiores al promedio nacional. Y, - en las industrias de Productos alimenticios y Fabricación de sustancias químicas con CD lige - ramente por debajo del promedio nacional. En todos ellos puede considerarse el CD justifica do. Sin embargo es necesario indicar que exis - ten dos factores que explican el menor CD de - la Industria de alimentos. Estos son, el ma - yor movimiento de estas mercaderías y el esta - blecimiento para parte de dichos productos de sistemas de precios controlados y fiscalizados, y de márgenes comerciales.

El CD más bajo se encuentra en Industrias metá - licas básicas con 0.0725. Este CD está deter - minado principalmente por el bajo CD de la in - dustria básica de hierro y de acero. Sector - que destina su producción a DI y a exportacio - nes, en los que el CD es pequeño. En la DI es normal y en las exportaciones se explica por estar absorvida su distribución y sus costos -

tos en este nivel de análisis son Industria de bebidas y Fabricación de productos plásticos, para determinar si son realmente altos e injustificados, son necesarias investigaciones específicas en especial para el primero.

Aquellos son los sectores con altos CD_1 que en función a su peso explican principalmente, los altos CD señalados en "1.a".

En el grupo de sectores con CD_1 intermedios tenemos a: Industria de madera 0.2433 (el más elevado), Industria de hierro y acero 0.1817 (el más bajo), y Fabricación de papel 0.2318, Silvicultura, caza y madera 0.2317, Construcción de maquinaria no eléctrica con 0.2273, Productos derivados de ganadería 0.2193, Imprentas 0.2144, Construcción de maquinaria eléctrica 0.2103, Extracción de minerales no metálicos 0.2093 y Otras industrias alimenticias 0.1935.

El cuarto grupo está constituido de los 17 sectores restantes, cuyos CD_1 son inferiores o igual a 0.1759. Los factores que determinan sus bajos CD_1 son en general la importante proporción de su producción destinada a la DI y al consumo alimenticio esencial.

2. Costos de Distribución de la Demanda Final.

Los CDDF se caracterizan por ser mayores que los CDDI y por tanto que los promedios sectoriales (CD_1). Respecto de la DF también se detectan cuatro grupos de sectores, con CD, muy altos, altos, medios y bajos. En el primer grupo el CD mínimo es 0.4484 de Cultivos permanentes y el máximo 1.7668 del sector Pesca. Constituyen el resto del grupo siete sectores, según la enumeración de la TIP - estos son los sectores: 2, 0.6196; 26, 0.5554; 20, 0.5186;

21, 0.5180; 23, 0.5042; 1, 0.4733 y 25, 0.4548.

Como puede verse con excepción de dos sectores éstos ya fueron señalados en los análisis anteriores por su alto CD. Lo que resulta novedoso es la aparición de los sectores Cultivos industriales y Productos de papel. A nivel DF tienen poca significación están por muy debajo del 10 por ciento de las DT respectivas. De allí que no se le va a ha prestar mayor atención en el trabajo.

El CDDF mínimo del segundo grupo es 0.3125 de Fabricación de productos plásticos y el máximo de 0.4213 de Industria del cuero. El resto del grupo está compuesto, según numeración de la TIP por los sectores: 24, 0.4113; 27, 0.3706; 37, 0.3583; 18, 0.3439 y 4, 0.3136. Recién en este grupo aparece el sector 27 imprentas, con un CD alto que probablemente no se justifica dado que atenta contra la información, educación y culturización de las personas.

Los CD intermedios de esta demanda se encuentran entre 0.2320 de Fabricación de productos químicos que es el mínimo y 0.2998 de Fabricación de productos mineros no metálicos que es máximo. El resto del grupo está comprendido por los sectores: 41, 0.2726; 38, 0.2667; 39, 0.2418; 5, 0.2380; 7, 0.2349 y 35, 0.2310.

Estos $CDDF_i$ son probablemente de conjunto justificados. Su situación de intermedios dentro de la DF, así lo hace suponer la mayoría de los integrantes del grupo, corresponden al grupo similar detectado en el análisis de los CD_i .

Finalmente, el cuarto grupo de los $CDDF_i$ está constituido por 16 sectores siendo el $CDDF_i$ mínimo, 0.0 en la extracción de Petróleo Crudo, muy cerca de este también se encuentra 0.0026 de Extracción de minerales metálicos. Estos CD se obtienen por todo o parte respectivamente de los respectivos CD, están absorbidos en el valor de productor. El CD máximo es 0.1935 del sector Otras industrias alimenticias

cias. Respecto a este CD es necesario advertir lo siguiente.

Su correspondiente CD en la DI es 0.1998, es decir ligeramente superior al $CDDF_i$, lo que evidentemente es irreal. Esta inconsistencia se produce porque las estimaciones de ambos CD se hicieron independientemente, lo que no permitió detectarlo.

Los demás sectores que integran el grupo son: 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 29, 31, 32, 36 y 40. Como puede observarse se trata de sectores que producen productos esenciales para el consumo familiar o para la demanda intermedia. - Estos productos son en el primer caso, lácteos, conservas, azúcar, cereales y derivados, aceites, pan, cigarrillos y gasolina. Y en segundo, minerales no metálicos, alimenticios para animales, resinas sintéticas, fibras artificiales, cámaras, llantas y metales básicos no ferrosos. Los factores - que determinan el bajo costo de estos productos ya fueron señalados en líneas generales en la parte introductoria del presente capítulo, un mayor desarrollo se hará en - punto "4".

3. Costos de Distribución del Consumo Privado.

El análisis de esta variable es de la mayor importancia, en tanto es en ella donde se concentra la problemática de la comercialización, la cual se refleja en los elevados $CDCP_i$.

Esta variable en general por su peso significativo en la DT_i y/o alto CD resulta el factor determinante en la explicación del $CDDF_i$ en primer término y en segundo lugar - del CD_i . Por ello se ha creído conveniente aperturar el análisis de los $CDDF_i$ al nivel del CP_i , el mismo que se desarrolla en el esquema utilizado en el "1" y "2".

Se ha identificado en la columna del $CDCP_i$ del cuadro II-1, cuatro grupos de sectores con niveles de CD

bien diferenciados. Estos son los que tienen CD_{i1} muy altos, altos, intermedios y bajos.

En el primer grupo se encuentran 10 sectores. Esos corresponden a las Divisiones CIIU que presentaron los más elevados CD en el análisis del punto "1.b". Sus CD varían desde 0.4508 de Cultivos permanentes (frutales) a 1.8968 de Pesca. El resto del grupo lo integran los sectores según la TIP: 20, 0.6519; 2, 0.6209; 24, 0.5733, 22, 0.5543; 21, 0.5325; 23, 0.5189; 26, 0.4918 y 25, 0.4743. - Cabe hacer mención que el sector 26 Fabricación de Papel y productos de papel aparece aquí y no en el grupo similar de los CD_{i1} . Este hecho es explicable por su pequeño peso en la DT_{i1} .

De la comparación de estos CD con los más altos - CD_{i1} y CD_{DF1} podemos concluir que los correspondientes al CP son más elevados, es decir más caros. Estos estarían aproximadamente en promedio ponderado en 0.60 tanto por un frente a menos de 0.44 y uno ligeramente mayor a 0.55 respectivamente. Separando de estas comparaciones a Cultivos alimenticios que ostenta uno de los CD más altos y un peso bastante grande en los grupos de los muy altos, obtendríamos aproximadamente y en el mismo orden los CD siguientes: 0.54, 0.44 y 0.51.

Los CDCP de los productos de los sectores 2. Cultivos alimenticios y 3 Cultivos permanentes, así como de los sectores 4 y 5 que están formando parte de los dos siguientes grupos respectivamente corresponden a mercancías y productos no mercancías. Son mercancías cuando dichos productos se destinan al mercado y no lo son cuando no van al mercado, sino pasan directamente al autoconsumo de los productores. En estos casos los respectivos CD difieren enormemente, los primeros son muy elevados y los segundos nulos. Dichos CD se presentan en el Cuadro N°II-4. Y en el Cuadro N°II-5 se muestran los CD de los principales bienes del consumo privado que se destinaron al mercado, es decir sin considerar los bienes autoconsumidos.

CUADRO II-4

SECTORES	COMERCIALIZADOS		AUTOCONSUMIDOS		FDCP _i
	CDCP	W(1)	CDCP	W(1)	
Cultivos Alimenticios	1.9144	0.34	0.0	0.66	0.6509
Cultivos Permanentes.	1.4942	0.34	0.0	0.66	0.5080
Ganadería de Carne.	0.5484	0.66	0.0	0.34	0.3619
Derivados de Ganadería	0.4825	0.50	0.0	0.50	0.2413

Fuentes: Enca y Estadísticas Agropecuarias año 1972. Elaboración nuestra (1). Es la medida de las participaciones en tanto por uno de las cantidades consumidas en las áreas urbanas y rurales respectivamente.

A este respecto es ilustrativa y corroborador de los resultados presentados, los comentarios y periodísticos sobre la comercialización de los productos agrícolas, que diversos diarios del país hicieron en abril y mayo de 1981. De ellos veámos lo publicado en el "Diario" los días 7 y 10 de mayo en las páginas 8 y 9; 3, 8 y 9 respectivamente. Refiriéndose a las poderosas mafias que operan en el mercado mayorista se sostuvo: "EL mayorista, una historia de coimas, sobornos y negociados". "Las autoridades saben de las mafias, pero se declaran impotentes para liquidarlas". El propio Ministro de Agricultura admitiendo la existencia de las mafias dijo: "Todos los esfuerzos que han desplegado gobiernos anteriores

CUADRO No. 11-5

COSTOS DE DISTRIBUCION DE LOS PRINCIPALES BIENES
COMERCIALIZADOS DEL CONSUMO PRIVADO

<u>No.</u>	<u>Denominación de los Bienes Comercializados</u> (*)	<u>Costo de Distribución</u> (**)
1.	Papa	40
2.	Camote	30
3.	Yuca	54
4.	Otros tubérculos y raíces	85
5.	Plátano	180
6.	Limón	259
7.	Mango	278
8.	Manzana	92
9.	Naranja	126
10.	Palta	166
11.	Otras Frutas	118
12.	Ajo	150
13.	Cebolla	116
14.	Tomate	77
15.	Otras Hortalizas	134
16.	Frijol grano seco	52
17.	Otras legumbres y menestras	95
18.	Flores	90
19.	Lana en bruto (sucia)	40
20.	Jurel	280
21.	Merluza	322
22.	Sardina	305
23.	Caballa	290
24.	Otros Pescados marítimos	200
25.	Mariscos, algas y otras especies excepto pescado	322
26.	Leche pasteurizada	

No.	<u>Denominación de los Bienes Comercializados</u> ^(*)	<u>Costo de Distribución</u> ^(**)
27.	Leche evaporada	7
28.	Leche en polvo y grasas de leche	7
29.	Otros productos lácteos	30
30.	Enlatado de pescado y mariscos	55
31.	Congelado de pescado y mariscos	55
32.	Harina de Trigo	8
33.	Arroz pilado	8
34.	Otros productos de molinería y cereales para el desayuno	11
35.	Fideos y otras pastas	11
36.	Pan, galletas y otros productos de panadería	15
37.	Azúcar rubia	10
38.	Azúcar y otros	10
39.	Carne de ave y menudencia	30
40.	Carne de porcino	30
41.	Carne de vacuno	34
42.	Carne de ovino y caprino	49
43.	Carne de otros animales	30
44.	Conservas de frutas y legumbres	25
45.	Aceites y grasas vegetales y animales	35
46.	Cacao en polvo, pasta y manteca	35
47.	Confitería y chocolates	35
48.	Café elaborado y envasado	25
49.	Sal refinada y doméstica molida	17
50.	Té elaborado y envasado	25
51.	Otros productos alimenticios diversos	35
52.	Cerveza	30
53.	Vino	45
54.	Bebidas alcohólicas diversas	45
55.	Bebidas no alcohólicas	30

No.	Denominación de los Bienes Comercializados ^(*)	Costo de Distribución ^(**)
56.	Tejidos de algodón	50
57.	Tejidos de fibras artificiales y sintéticas	50
58.	Otros Tejidos	50
59.	Tejidos de punto y artículos diversos de punto	50
60.	Alfombras, coberturas y tapizones	65
61.	Artículos diversos de materiales textiles	60
62.	Prendas de vestir textiles	65
63.	Prendas de vestir de cuero y pieles	65
64.	Cueros y pieles preparados	45
65.	Artículos de cuero	80
66.	Calzado principalmente de cuero	60
67.	Calzado de caucho	60
68.	Muebles y accesorios de metal	60
69.	Muebles de plásticos moldeado	55
70.	Diarios	25
71.	Cuadernos y block	47
72.	Insecticidas y plaguicidas	35
73.	Otros abonos químicos	35
74.	Productos farmaceuticos	30
75.	Pinturas, barnices y lacas	36
76.	Jabones	30
77.	Detergentes	22
78.	Productos de tocador	25
79.	Otros productos químicos	30
80.	Gasolina	10
81.	Gases licuefactados	50
82.	Aceites y grasas lubricantes	60
83.	Kerosene	15
84.	Otros productos derivados del petróleo y carbón	20
85.	Llantas y cámaras de caucho para automóviles	45
86.	Llantas y cámaras de caucho para camiones y equipo pesado	50

No.	<u>Denominación de los Bienes Comercializados</u> ^(*)	<u>Costo de Distribución</u> ^(**)
87.	Otros productos de caucho	45
88.	Artículos de material plástico para la Industria	30
89.	Vidrios planos y templados	35
90.	Ladrillos	10
91.	Mayólicas	30
92.	Otros objetos de barro, loza y porcelana	40
93.	Herramientas manuales y artículos metálicos diversos	40
94.	Aparatos principalmente domésticos (radio, televisión, equipo de sonido, etc.)	60
95.	Otros artefactos de uso doméstico	60
96.	Automóviles	35
97.	Camiones y ómnibus	35
98.	Motocicletas y bicicletas	35
99.	Otros materiales de transporte	30
100.	Equipo científico, instrumentos profesionales	55
101.	Productos manufacturados diversos	45

* Conforme a la Nomenclatura de Bienes y Servicios del INE/DGCN, 1982.

** En tanto por uno de sus correspondientes valores de productor. Estos CD fueron ajustados para eliminar los efectos de las mermas de los bienes, ocurridos en la etapa de la distribución.

FUENTE : - Encuesta Nacional de Alimentos, Ministerio de Agricultura, 1974.
 - II Cursos Económicos Nacionales, 1974, ONE, Cuadros Suplementarios de Comercio al por Menor.
 - Anuarios Estadísticos, diversos sectores, 1972, 1973 y 1979.
 - Resolución Ministerial No. 094-77-CO/CI.
 - Resolución Ministerial No. 279-80-ICTI/CO/CI.
 - Carpetas de Trabajo de las Tablas Insumo Producto de la Economía Peruana del año 1979, INE e INP.

Elaboración : Nuestra.

y el propio regimen belaudista para combatir la mafia han sido infructuosos".(1)

En relación a los precios se sostuvo: "... amazan fortunas comercializando papa". "En la chacra la compran a 55 soles kilo y la venden al doble o triple". "... de cada 100 soles en compra de cualquier producto del agro solo 33 corresponden al artículo, y los 67 restantes van a engrosar las fortunas de una increíble y numerosa cadena de intermediarios".

Lo anterior significa que comunmente, sin referirse a los periodos de escases, que los CD estan entre 100 y 200% para el caso de la papa y apróximadamente en 200% el conjunto. Todo ello corrobora nuestros resultados.

En el segundo grupo, de los sectores CDCP₁ altos, encontramos 6 sectores cuyos CD varían desde 0.3447 de la Industria de bebidas a 0.3941 de Construcción de maquinaria no eléctrica. El resto del grupo lo componen los sectores: 37, 0.3941; 27, 0.3792; 34, 0.3619. Igualmente la comparación de éstos con los grupos de altos CD en la DF y DT nos arroja la misma conclusión, los CDCP₁ son los más elevados que los CDDF₁ y CD₁.

Los sectores componentes del grupo fueron en su mayor parte identificados como altos en el análisis de los puntos "1.a" y "2". El sector 27 Imprentas alcanzó este nivel solo en el análisis del punto "2", que es explicable por su bajo CDDI₁. Lo novedoso en el grupo es la aparición del sector 38 Construcción de maquinaria no eléctrica y más aún cuando lo hace con el más alto CD del grupo; sin haber aparecido entre sus similares en el CD₁ y CDDF₁. En este caso, las razones están en que los CDFBKF. y CDDI del sector son pequeños, los que tiran hacia abajo los CDDF y CDDT correspondientes.

El CDCP del sector 38 al corresponder a artefactos domésticos y al estar éstos parcialmente vendidos al crédito

(1) Declaraciones del ex-ministro de agricultura N.Erickson.

to incluyen en su margen de comercialización los intereses y la comisión por la administración de aquellas ventas. Lo que significa que dicho CD no es puro. Su comparación con los sectores 39 Construcción de maquinaria, eléctrica - y 40 Construcción de material de transporte cuyos CD respectivos son 0.2616 y 0.1802 inducen un tanto a plantearse tal hipótesis.

El tercer grupo de sectores con CDCP intermedios - está comprendido por seis sectores que varían desde el CD 0.2413 a 0.3159 correspondientes a los sectores Productos derivados de la ganadería y Fabricación de productos plásticos respectivamente. Los demás sectores: 33, 0.3159; 41, 0.2905; 39, 0.2616 y 32, 0.2473. De ellos los sectores 5, 7, 33, 39 y 41 explican en lo fundamental a los intermedios y altos CD_i y $CDDF_i$. La excepción lo constituye el sector 32 Fabricación de productos de cauchos por ser esencialmente productor para DI.

El cuarto grupo de bajos $CDCP_i$ está constituido - por siete sectores y varían desde 0.1207 de fabricación de productos lácteos a 0.2217 de refinería de azúcar. Los demás sectores que integran el grupo son: 30, 0.2114; 13, 0.2000; 16, 0.1876; 40, 0.1802 y 31, 0.1709.

Finalmente cabe hacer notar que no aparecen varios sectores en este análisis por dos razones:

- a. Su nulo CP (siete sectores) y
- b. No contar con información (4 sectores).

4. Costos de Distribución de la Demanda Intermedia.

En la medida que los $CDDI_i$, de sectores con más del 60% de su producción destinada para DI como se observó en 14 sectores de las TIP, constituyen factores determinantes en la explicación de los bajos CD_i o de los CD_i intermedios, escapan al interés de nuestro trabajo, de allí que su análisis no constituyen un aspecto trascendente de nuestra investigación. Sólo persigue completar el análisis de los CD.

La inspección de los resultados de los $CDDI_i$ que figuran en el cuadro II-1 nos permitió identificar 5 grupos diferenciados de CD.

El primer grupo casi inexistente, constituido por dos sectores que ostentan los más altos $CDDI_i$. Estos son el sector Cultivos permanentes con 0.4201 e Industria de la madera con 0.3102. Los altos CD del primero obedecen parcial o totalmente a factores ya señalados para la GDI, esto es el carácter perecedero de los productos y a la distante y no pocas veces accidentada ubicación de las áreas de cultivo. En el segundo caso, se debe parcial o totalmente a la alta relación peso/valor de la madera aserrada. En ambos casos el $CDDI$ se diferencian marcadamente del promedio que aproximadamente está en 0.1700 tanto por uno. Se requiere de un estudio especial para determinar si estos costos están justificados o no. Es probable que ^{el primero} esté justificado y el segundo no.

En el segundo grupo están 7 sectores con altos $CDDI_i$ y varían desde 0.2200 a 0.2450. El CD de 0.2200 corresponde a 3 sectores: Explotación de minerales no metálicos, Industria de cuero y Fabricación de papel. Mientras que el CD 0.2450 corresponde a Fabricación de productos metálicos. Los demás sectores son: Fabricación de productos plásticos con 0.2330 y Fabricación de muebles y accesorios con 0.2274.

Todos los sectores mencionados fueron detectados en los análisis de los CD_i , $CDDF_i$ y $CDCP_i$ como los sectores con más altos o simplemente altos CD. Se indicó también los factores más importantes que encarecen de manera particular los CD. La única excepción la constituye el CD. La distribución de los productos de este sector tiene como componente más importante los gastos en transporte, que resultan caros por el alto peso en relación al valor de los productos. No se dispone de elementos de juicio para juzgar si su CD es o no justificado.

En el tercer grupo están los CD intermedios-altos de las DI_1 . Lo comprenden 9 sectores cuyos CD varían desde 0.1629 a 0.2050 de los sectores Fabricación de textiles y Fabricación de productos mineros no metálicos respectivamente. El resto del grupo lo conforman los sectores: 16, 0.1918; 30, 0.1976; 15, 0.1917; 32, 0.1803; 35, 0.1770; 5, 0.1726 y 39, 0.1700. Todos ellos con excepción del sector 5 han aparecido en los análisis anteriores en los grupos de CD intermedios y bajos. Las magnitudes intermedias de sus CD obedecen a que corresponden, excepto el CD del sector 35, a productos esenciales para el consumo popular ya sea directa o indirectamente (incluyendo el consumo de cámaras y llantas). Cuyas márgenes, por este hecho, no son altos. El CD del sector 35, en cambio responde al hecho de tener ofertas y demandas concentradas.

El cuarto grupo está constituido por 8 sectores cuyos $CDDI_1$ son de nivel intermedio, varían desde 0.1046 a 0.1570 correspondientes a las Industrias de bebidas y Fabricación de resinas sintética y fibras artificiales respectivamente. Los otros sectores que integran el grupo son: 28, 0.1510; 4, 0.1500; 36, 0.1431; 31, 0.1380; 38, 0.1250 y 40, 0.1200. Al igual que el grupo anterior, en este caso las magnitudes de los CD del grupo se explican por tratarse de productos esenciales del consumo familiar, por un lado y por el otro por ser insumos básicos que los productores compran en cantidad evitando la intermediación comercial para minimizar costos.

Finalmente, el quinto grupo constituido por los sectores con bajos $CDDI_1$ comprenden a 11 sectores. Este grupo varía desde 0.0000 a 0.0690 de Extracción de petróleo crudo y Fabricación de harina y aceite de pescado respectivamente. En el primer caso el nulo CD se produce por la integración de las actividades de extracción y refinación del petróleo en la misma Empresa Petróleos del Perú. El segundo, por tener una alta concentración su demanda.

El bajo CD del resto del grupo se explica por los siguientes factores: Alta concentración de su demanda; alta rotación de productos como los alimenticios, o por oferta en su mayor parte servicios y no productos. Los ejemplos más ilustrativos en el primer caso son: El sector 1 Cultivos industriales produce caña de azúcar, cebada, tabaco y algodón, las mismas que son adquiridas totalmente por las industrias del azúcar, bebidas, tabaco y textiles respectivamente. La pesca de anchovetas para la fabricación de harina y aceite de pescado. La extracción de minerales y concentrados de cobre, plomo, plata, zinc para la industria básica de metales no ferrosos.

Los ejemplos del segundo caso son Fabricación de prendas de vestir y la Industria del cuero. En el tercer caso el único ejemplo es el servicio de avisaje (de avisos) que prestan las imprentas.

5. Planteamiento del problema e Hipótesis.

El análisis de los CD en los puntos 1 a 4 permitio identificar los sectores que ostentan los más caros CD. Allí mismo se señalarón los factores negativos insuperables que explicaban el encarecimiento de dichos costos. Sin embargo no las explican totalmente, razón por la que estos costos fueron reputados de injustificados. A esto último se arriva atravez del analisis cualitativo en el cual se ha evitado incurrir en errores, al considerar unicamente a aquellos CD que se apartaban cuando menos 30% de los respectivos CD promedios. Estos CD identificados como muy altos y altos se presentan en el cuadro II-4.

Los CD_i , $CDDF_i$ y $CDCP_i$ altos o muy altos, expresan problemas en la distribución de los productos de los

sectores "4". En el cuadro mencionado aparecen todos ellos, marcados con dos aspas y un aspa para indicar los muy altos y altos CD respectivamente. Los CD de las divisiones CIIU aparecen sólo con un aspa por existir a este nivel del análisis sólo la categoría de "altos CD". Cabe señalar que sólo existían 6 Divisiones CIIU con altos CD, como fue indicado en análisis "1.a". Por esta razón, los cuatro restantes que aparecen en cuadro no presentan ninguna marca.

En la columna final del cuadro se señalan, los sectores cuyos CD serán objeto de investigación en el presente trabajo. Esta abstracción es para limitar los esfuerzos a lo esencial de la problemática. El problema central que afronta en el presente trabajo es:

¿Cuáles son los factores que determinan lo muy altos o altos CD, que se produce en la distribución de los productos de la Agricultura, Pesca, T \acute{e} xtil (t \acute{e} xtil, ropa y calzado), Industria del papel (solo imprentas), Industria de la madera (madera y muebles) y Fabricación de productos minerales no met \acute{a} licos?

Previamente respondimos al problema: ¿Están justificados los CD que presentan los productos de las distintas actividades?. Dicho de otro modo ¿Están justificados los CD por corresponder a los gastos operativos y generales y a una ganancia razonable?. Una respuesta general fue dada que dichos CD son justificados en unos e injustificados en otros en el sentido de que no corresponde a los gastos y a las ganancias razonables. Y en base a ella se formuló el problema central.

La problemática de la distribución adquiere una dimensión mayor si se la relaciona con el ahorro nacional. El promedio de los CD₁ para el año 1973 es 0.2040. Si los CD fueran justos, por ejemplo un promedio 0.1700, lo que se ahorran los hogares y los productores sería 12,400 millones de soles. Siendo más optimista si en vez de -

0.1700 fuera 0.1500, el ahorro de los mismos sería 19,695. En estos casos representarían un incremento del 34 y 54 por ciento respectivamente del ahorro nacional de dicho año. Lo cual no puede extrañar al ser nuestro país una nación con bajos niveles de ahorro.

Y en segundo lugar, como condición para que sea factible la investigación en torno al problema anterior la investigación afronta otro problema ¿Cuales son los CD de los productos "i" globalmente y a nivel de sus principales utilizaciones?.

La hipótesis general del trabajo que afronta el problema central sostiene que:

El encarecimiento de la distribución de los bienes materiales en nuestra economía son expresiones del atraso y dependencia

, es decir de su condición de economía periférica.

En base a esta hipótesis general se desarrollan cuatro hipótesis específicas:

Hipótesis 1: Los elevados excedentes de explotación de las ramas comerciales principalmente mayoristas de los productos i (EEC_i) originan los elevados márgenes comerciales y por consiguiente de los Costos de Distribución (CD_i).

Hipótesis 2: La ineficiencia de los canales de comercialización de los productos i (CC_i) ya sea por excesiva intermediación comercial o por la ausencia de canales paralelos en el nivel mayorista originan elevados Costos de Distribución (CD_i).

Hipótesis 3: La insuficiente infraestructura de distribución existente tales como de los almacenes (A), centros de acopio (CA), red vial (RV) y máqui-

ACTIVIDADES CON ELEVADOS COSTOS DE DISTRIBUCION AÑO 1973

CIIU	NOMBRE	No SECTOR	CD(1)	CD ₁	CDDF ₁	CDCP ₁	OBJETO DE INVESTIG
D11	Agricultura, Caza y Silvicultura	-	X	-	-	-	
	Cultivos Industriales	1			XX		
	Cultivos Alimenticios	2		X	XX	XX	X
	Cultivos Permanentes	3		XX	XX	XX	X
	Ganadería de Carne	4		X	X	X	X
D12	Pesca	8	X	XX	XX	XX	X
D31	Productos Alimenticios	-	-	-	-	-	
	Industria de Bebidas	18		X	X	X	
D32	Téxtiles	-	X	-	-	-	
	Fabricación de Téxtiles	20		XX	XX	XX	X
	Fabricación de Prendas de Vestir	21		XX	XX	XX	X
	Industria del Cuero	22			X	XX	
	Fabricación del Calzado	23		XX	XX	XX	X
D33	Industria de la Madera	-	X				
	Industria de Madera	24		X	X	XX	X
	Fabricación de Muebles	25		XX	XX	XX	X

CIIU	NOMBRE	No SECTOR	CD(1)	CD _i	CDDF _i	CDGP _i	OBJETO DE INVESTIT
D34	Fabricación de Papel	-	-	-	-	-	
	Fabricación de Papel	26			XX	XX	
	Imprentas	27			X	X	X
D35	Fabricación de Sustancias Químicas	-	-	-	-	-	
	Fabricación de Plásticos	33		X	X		
D36	Fabricación de Productos Minerales	34	X	X		X	X
D38	Fabricación de Productos Metálicos	-	-	-	-	-	
	Fabricación de Productos Metálicos	37		X	X	X	
	Const. de Máquinaria no eléctrica	38				X	
D39	Otras Industrias Manufactureras	41	X	X		X	

(1). A nivel de Divisiones CIIU solo exist el grupo de sectores con alto CD.

X . Alto CD

XX . Muy Alto CD.

naria y equipo (MEQ), originan el encarecimiento de la Distribución (CD_i) particularmente de los productos agropecuarios.

Hipótesis 4: La preponderancia en los establecimientos comerciales minoristas que comercializan los productos i , de los establecimientos de la forma empresarial personas naturales que se caracterizan por sus escasos niveles tecnológicos y por consiguiente por sus mayores márgenes comerciales (MCN), originan el encarecimiento de los primeros y por tanto de los Costos de Distribución de los productos i (CD_i).

Expresado matemáticamente las hipótesis adquieren las siguientes formas:

$$H 1 : EEC - \overline{EEM} > 0 \longrightarrow CD_i - \overline{CD} > 0$$

$$H 2 : CC_i > M_i + m_i \longrightarrow CD_i - \overline{CD} > 0$$

(Para los productos Manufactureros)

$$CC_i \geq M_i + M_i + m_i \longrightarrow CD - \overline{CD} > 0$$

(Para productos Agropecuarios)

$$CC_i = DE_i + m_i \longrightarrow CD_i - CD > 0$$

(Para productos Manufactureros)

$$H 3 : A_i + CA_i + RV_i + MEQ_i < IDM_i \longrightarrow CD_i - \overline{CD} > 0$$

$$H 4 : \frac{MCN_i}{EN_i} > \frac{MCT_i - MCN_i}{ET_i - EN_i} \longrightarrow CD_i - \overline{CD} > 0$$

$$si : \frac{EN}{ET} > 0.7$$

Donde:

ET_i y MCT_i .- Total de establecimientos minoristas chicos y valor total de sus márgenes comerciales.

EN_i y MCN .- Total de establecimientos de la forma persona natural y valor de sus márgenes comerciales.

6. Importancia de la Presente Investigación.

La investigación de los CD en la economía peruana tiene una importancia que trasciende los propios objetivos del trabajo. Su importancia directa, radica en el hecho de que intenta contribuir al esclarecimiento de la problemática de la distribución (que es básicamente de la comercialización); al abordar cuatro de sus aspectos fundamentales, que constituyen precisamente las hipótesis del trabajo. Esta importancia se acrecienta al ser el primer trabajo de esta naturaleza y de esta amplitud. Pero su importancia se acrecienta aún más por cuanto aporta indirectamente dos metodologías :

- a. Metodología para el cálculo de los costos de distribución sectorial y según utilizaciones.
- b. Metodología de la producción bruta del sector distribución y del sector comercio .

La importancia directa se refiere al hecho de abordarse un tema que requiere ~~conocerse~~ ^{presente} .Como se habrá constatado en las hipótesis los aspectos fundamentales a analizarse son: utilidades, oligopolios, capital extranjero, infraestructura de la comercialización, infraestructura de transporte, la intermediación comercial o circuito comercial y el atraso de comercio minorista. Todos estos aspectos hablan por sí mismos de la importancia que tiene la ^{presente} investigación. Sobre todo en la actualidad cuando el sector comercio en estos últimos años ha crecido aceleradamente superando a las actividades agropecuarias, pasando a ser por consiguiente el segundo sector más importante por su contribución al PBI del país. Hecho que acentúa uno de los rasgos no admitido del Perú; un país de comerciantes.

Estudios de los CD de la economía peruana no se han realizado nunca en el país. El nuestro por tanto constituye el primero y lo hace sistemáticamente para el con-

junto de sectores de la economía.

Los trabajos realizados por los organismos públicos se han limitado a los costos de comercialización o márgenes comerciales de algunos productos básicos para el consumo popular o como insumo para las actividades productivas. Sin embargo, éstos no son márgenes comerciales reales, sino los márgenes que estos organismos consideraban justos para dichos productos que estaban sujetos a sistemas de precios controlados y regulados.

Metodológicamente se aporta al estudio de los CD de conjuntos homogéneos de mercancías que hemos denominado sectores. El mismo que fue expuesto en el capítulo II. Esta misma metodología es base de la metodología de la producción bruta del sector distribución y del sector comercio. La que no se desarrolla en el presente trabajo por escapar a la delimitación del tema. Sin embargo al respecto creemos necesario señalar en qué consiste, por cuanto en la actualidad los organismos encargados en elaborar las Cuentas Nacionales no cuentan con las metodologías apropiadas para el cálculo de esta variable debido a la escasa información estadística. para la metodología que aplican.

Los CD_i que se calculan son aproximadamente válidos para un período en años y pueden ajustarse anualmente cuando se operen en los márgenes, canales o en la composición de las demandas. Con estos CD_i ajustados anualmente se podrían obtener las producciones brutas (PB) referidos, de las siguientes maneras:

$$PB \quad \text{Distribución} = \sum_{i=1}^n CD_i - \sum_{i=1}^n \text{Producción de Distribución de las Industrias.} + \text{Otros ingresos del Sector Distribución}$$

$$\text{FB} \quad \text{Comercio} = \sum_{i=1}^n \text{CD}_i - \sum_{i=1}^n \left[\begin{array}{l} \text{Parte de} \\ \text{la PB de} \\ \text{Transporte de} \\ \text{Carga uti} \\ \text{lizado en} \\ \text{la Dist.} \end{array} \right] - \sum_{i=1}^n \left[\begin{array}{l} \text{Producción} \\ \text{de Comer-} \\ \text{cio de} \\ \text{las Indus-} \\ \text{trias} \end{array} \right] + \text{Otros} \\
 \text{Ingre-} \\
 \text{sos -} \\
 \text{del Sect.} \\
 \text{comer-} \\
 \text{cio}
 \end{array}$$

Donde la única variable es la sumatoria de los CD_i (valor monetario de los CD en la economía), ya que los restantes componentes de las dos ecuaciones se pueden obtener como datos o en su defecto, algunos de ellos asumirlos

Finalmente, cabe remarcar que los resultados de la CD_i , en caso de no lograrse una actualización en períodos más cortos, son válidos para un período de mediano plazo, por consiguiente su validez no se limita al año 1973. Dichos resultados se expresan por lo tanto una situación estructural del sector distribución y permiten - para el mismo período igual vigencia de las metodologías de las PB.

C A P I T U L O I I I

ELEVADOS EXEDENTES DE EXPLOTACION EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL

1. Diseño de la Comprobación de la Hipótesis.

En este capítulo se desarrolla la comprobación de la primera hipótesis del trabajo, la misma que sostiene que los elevados EE de las distintas ramas comerciales de los productos *i* es uno de los factores que determina los elevados CD. El EE representa aproximadamente las utilidades del ejercicio generado por los productores residentes. Contablemente y conforme con el nuevo sistema de cuentas nacionales, el EE equivale a la diferencia entre el valor agregado de los productores residentes durante un período determinado, y la suma de las remuneraciones, depreciaciones y los impuestos indirectos netos de subvenciones, pagados durante ese período.

En la comprobación de la hipótesis, se utiliza dos fuentes de información (relativos a los EE). El primero es el II Censo Nacional Económico del sector comercio referido al año 1973. Esta fuente proporciona información básica para el cálculo de los EE, de los 18 grupos de comercio correspondientes a la desagregación que plantea la CIIU Rev.2.

Respecto de la desagregación de la CIIU; cabe señalar que no coincide con la sectorialización de la economía utilizada para el cálculo de los CD, resultando por tanto una limitación parcial para la comprobación de la hipótesis.

Los EE obtenidos con esta fuente, son más consistentes que los obtenidos con la segunda, desde el punto de vista estadístico. La elaboración fue muestra y en el se aplicó la metodología empleada en las TIP del año 1973, que es la misma que empleo la Dirección General de Cuentas Nacionales - INE.

El procedimiento de cálculo de los EE de los grupos CIIU de Comercio fue el siguiente:

1. Cálculo del Valor Bruto de Producción (VBP) de cada grupo.
2. Cálculo del Consumo Intermedio (CI) de cada grupo.
3. Cálculo de los componentes del Valor Agregado (VA) excepto del EE de cada grupo.
4. Cálculo del EE -cada grupo como diferencia de los resultados anteriores: $VBP - (CI \text{ y demás componentes del VA })$.

La segunda fuente de información es el "Diagnóstico Preliminar de Comercio Interior" de la OSP-Ministerio de Comercio de diciembre de 1977. Esta fuente proporciona los EE del Comercio mayorista desagregado en ramas comerciales conforme a la Clasificación Peruana del Sector Comercio - (CPSC). Esta clasificación proporciona una desagregación más amplia que la CIIU Rev 2, sin embargo, existe solo una correlación aproximada con la sectorialización de los CD_1 . La relativa ventaja de la fuente radica en que la información más específica, lo que permite una ligera mejor correlación con los elevados CD_1 que estamos investigando.

El inconveniente de la fuente, pero que no invalida su utilidad, estriba en sus limitaciones estadísticas. El CI está sobre estimado por deficiencias de información. De resultas el VA que se calcula por diferencia entre el VBP y CI se obtiene subestimado. Igualmente el EE al calcularse por diferencia entre el VA y los demás componentes de este, disminuyen en el mismo monto que el VA, lo que significa que proporcionalmente disminuye más el EE que el VA. Aproximadamente en promedio, el EE obtenido con esta fuente requiere de un ajuste de 5 puntos adicionales.

Por lo expuesto la utilización de esta información va acompañada de la consideración de que están subestimadas. Esta fuente se utiliza como complemento a la fuente de los II Censos Nacionales Económicos de Comercio ya comentados -

líneas atras.

La comprobación de la primera hipótesis consiste en demostrar que los EE del comercio de los productos homogéneos, denominados sectores, están patentemente por encima de un EE promedio reputado de razonable. De modo que cuando el EE comercial está claramente por encima del EE promedio, significará que EE comercial, es un factor determinante de los CD_1 altos. Y que cuando esté próximo o por debajo del EE medio, el EE comercial no es variable explicativa de los CD_1 altos.

El EE medio escogido es el EE de la industria manufacturera del año 1973, teniendo como fuente la información no publicada sobre el valor agregado de las Tablas Insumo-Producto de la economía peruana del mismo año. Se toma este EE y no el EE medio de toda la economía porque este incluye productos que no son mercancías, los mismos que se caracterizan por no tener excedente de explotación, de allí que el referido EE medio no es el más apropiado. Tampoco se toma el EE medio de las actividades agropecuarias, pesca, minería y manufactura, es decir de los productos materiales desplazables, por no ser todas actividades comparables con el sector distribución (o comercio). En cambio la manufactura y el comercio son actividades que se desarrollan paralelamente al crecimiento de las ciudades y en relativa competencia lo que hacen posible la comparación de sus excedentes de explotación.

El EE medio manufacturero se tomó de la TIP del año 1973, por constituir esta fuente un trabajo más consiguientemente y actualizado de las Cuentas Nacionales de la economía peruana. Este EE medio porcentualmente representa el 39.4% del Valor Agregado de la industria manufacturera.

2. Los Excedentes de Explotación en la Actividad Comercial.

El cuadro III-1 presenta los exedentes de explotación de los dos estratos más importantes del sector Comercio, que de conjunto aportan más del 80% del VEP sectorial. El primer estrato, Comercio al por mayor, tiene el 80.4% de su Valor Agregado como EE y el segundo, el Comercio minorista grande con establecimientos con 5 ó más personas ocupadas, el 61.4%. Lo que significa obviamente que en ambos estratos comerciales se obtienen jugosos EE de 2 y 1.5 veces que el EE obtenido en el sector manufactura, constituyéndose por tanto estos EE en factores que presionan hacia el en carecimiento de la comercialización y por tanto de la distribución.

El EE del Comercio mayorista es el factor más importante no solo por el colosal nivel de excedente que ostenta, sino por que la mayor parte de las mercaderías que revenden los minoristas las obtienen del mayorista, de modo que independientemente de si encarecen o no la comercialización los minoristas, el costo de comercialización está ya encarecido si previamente paso por el mayorista. Además acrecienta su importancia por el hecho de que los EE del estrato minorista en cuestión, sobre estimado por las razones que se exponen en el párrafo siguiente y en el ítem Por todo ello la exposición que sigue, centrará la comprobación de la hipótesis en los EE del Comercio mayorista.

Respecto de los EE del mencionado cuadro cabe señalar que pese a su consistenciación estadística, en este aspecto aún existen algunos desajustes propios del poco detalle de la información estadística utilizada, por ejemplo por la frecuente presencia del "rubro otros" que engloba parte de consumo intermedio y valor agregado. El desdoblamiento estimado gruesamente para dicho rubro podría estar generando desajustes máximos El desajuste que podría estar incluido en los EE podría representar hasta 6 puntos de exceso en los grupos comerciales 6103, 6104, 6105 y 6106 y en el resto de los grupos del Comercio mayorista es en promedio solo 2.5 puntos. En el Comercio minorista los posibles errores por excesos estimados, son más significativos, varían de 8.5 a 14 puntos. Los más afectados son los grupos 6204, 6205 y 6209 con 14 puntos y el error de los

demás varía de 8.5 a 11.5.

a. Comercio de Productos Agropecuarios.

Las actividades productivas con altos o muy altos CD que son y no objeto de la investigación figuran en el cuadro II-4 del capítulo II. Las primeras actividades que son objeto de investigación son los sectores TIP; 2, 3 y 4, correspondientes a Cultivos Alimenticios, Cultivos permanentes y Ganadería de carne respectivamente. La comercialización de los productos de estos sectores aparece en los grupos CIIU 6101 Materias primas agrícolas, cuando se destinase a los productores como, materias primas, y en la mayor parte de la 6108 Productos alimenticios, bebidas y tabaco, cuando se destinan al consumo de las familias. Estos grupos ostentan 88.0 y 97.6% de EE que es 2.3 y 2.5 veces el EE justo. Inclusive el alto CD_1 del sector TIP 1 Cultivos Industriales que no nos hemos propuesto investigar, estaría explicado por el EE del grupo CIIU 6101.

En el cuadro III-1 se puede observar que los EE más elevados se dan precisamente en los grupos 6101 y 6108, que corresponde exactamente a las actividades que presentan los márgenes de distribución más elevados. Los CD del cuadro II-1 son aleccionadores al respecto, los $CDDI_1$ y los $CDCP_1$ de los sectores en cuestión corresponden al grupo 6101 y al grupo 6108. Empero es necesario recordar que los $CDCP_1$ de los productos de los sectores 2, 3 y 4 efectivamente comercializados no aparecen en el cuadro II-1 si no en el punto 3 del capítulo II. Como allí se explica, los $CDCP_1$ de los productos agrope -

pecuarios son mucho más elevados y son estos precisamente los que corresponden al grupo 6108, - por cuanto en el están comprendidos los productos que han comercializado los establecimientos comerciales.

En el cuadro III-2 la rama 111 Productos agrícolas comestibles con un EE de 69.2%, cifra subestimada que podría convertirse hasta más del 74.2%, y que corresponde a los sectores 2 y 3, confirma la existencia de elevados EE en los mismos. Ahora bien, si el EE de estos sectores pecuarios tienen 88 y 97.6% de EE, entonces los sectores pecuarios y en parte Ganadería de carne tendrá EE por encima del 90%. Por consiguiente se confirma que todos estos sectores obtienen en la actividad comercial elevados EE - que lógicamente encarecen los costos de comercialización. Todo ello comprueba la hipótesis a nivel del Comercio al por mayor en los sectores 2, 3 y 4.

A nivel del Comercio al por menor los productos de estas actividades están comprendidos en el grupo 6202 abacería productos alimenticios y bebidas cuyo EE es 48.6. Este grupo comprende además los productos alimenticios manufacturados y bebidas cuya participación es más importante que en el nivel mayorista pero con márgenes comerciales por debajo del EE medio Manufacturero. De lo anterior podemos deducir que en el nivel minorista también se obtienen EE altos en la comercialización de los productos en cuestión constituyéndose por consiguiente en factores adicionales que encarecen los CD_1 .

b. Pesca.

En principio hay que admitir que la comercialización de productos hidrobiológicos al estado fresco esta sometido a factores incontrolables por el hombre que hacen que los costos de comercialización y por ende los CD sean encarecidos inevitablemente. Estos factores son: el caracter perecedero de los productos ; La desorganización de la oferta (de los productores, que en su mayor parte son pequeños productores) ; la distante ubicación geografica de los oferentes y los demandantes y la aparición estacional de las especies. Sin embargo los factores mencionados evidentemente no explican totalmente los elevados CD que presentan los productos de la pesca. Aventurandose a dar una aproximación, podria señalarse , que dichos factores explican solamente la mitad de los CD que presentan. Por ejemplo en el caso del CDCP , si intervienen dos comerciantes con 40% de margen comercial cada uno , el CDCP correspondiente seria 96%, vale decir la mitad de lo que figura en el cuadro N^o-II-1 . De resultas existe un margen importante que no esta explicado . Al respecto la hipótesis que postulamos es que tales CD estan altamente determinados por los elevados EE de los comerciantes mayoristas y probablemente tambien por los de EPSEP. Para la comprobación de la hipótesis no se dispone de la información cuantitativa ni cualitativa necesaria , por ello se intentara la comprobación indirectamente, por deducción. Las premisas son las siguientes:

- a). Existe normal intermediación comercial (vease capítulo 4).
- b). Existe suficiente infraestructura de distribución. (vease capítulo 5).
- c). Los factores incontrolables en el origen y al interior de la distribución explican parcialmente los CD.
- d). Existen mafias mayoristas que han desarrollado un mercado negro . El mismo que no se ha contrarrestado con la intervención de EPSEP en el mercado del pescado, pese a que comercializaba con perdidas hasta mediados de la decada pasada. (vease capítulo 4).
- e). Existe insuficiente control de la comercialización tanto en lo referente al abastecimiento racional como a la calidad del producto.

De los items c,d,y e se desprende directamente que al no estar organizada la oferta de los productos pesqueros, y, si los comerciantes mayoristas, se aseguran el mayor volumen de desembarque e inclusive de desembarques futuros, oligopolizando la comercialización mayorista, sin encontrar serias trabas estatales, por consiguiente la secuela lógica es la generación de elevados EE. comerciales. Lo cual estaria confirmando indirectamente con los elevados CD que obtiene en la segunda mitad de la decada pasada EPSEP, cuando se adapta a las condiciones del mercado , reflejando con ello los elevados CD que obtenian los mayoristas privados.

CUADRO III-1
 EXEDENTES DE EXPLOTACION DEL COMERCIO AL POR MAYOR Y COMERCIO AL POR MENOR
 CON 5 ó MAS PERSONAS OCUPADAS
 (%respecto al VA)

CIIU	NOMBRE	EE.	CIIU	NOMBRE	EE.
6101	Materias Primas Agrícolas	88.0	6201	Abacería y Otras Tiendas	48.6
6102	Minerales, Metales y Productos Químicos	84.7	6202	Farmacias	49.0
6103	Madera, Materiales de Construcción	67.0	6203	Géneros Têxtiles, Prendas de Vestir y Calzado	50.7
6104	Maq. y Mat. para Industria y - Vehículos	62.8	6204	Muebles y Accesorios para el Hogar	62.5
6105	Artículos de Ferretería y Eléctricos	61.04	6205	Ferreterías	60.6
6106	Muebles y Accesorios para el Hogar	52.9	6206	Vehículos, Automóviles y Motocicletas	60.1
6107	Géneros Têxtiles y Prendas de Vestir	85.0	6207	Estaciones de Gasolina	51.9
6108	Productos Alimenticios, Bebidas y Tabaco	97.6	6208	Grandes Almacenes y Bazares	65.2

CIU	NOMBRE	EE.	CIU	NOMBRE	EE.
6109	Comercio por Mayor NEP	68.5	6209	Comercio por Menor NEP	52.1
COMERCIO AL POR MAYOR		80.4	COMERCIO AL POR MENOR		61.4

Fuente: II Censos Nacionales Económicos 1974 - Comercio, Oficina Nacional de Estadística hoy (INE) , 1978

CUADRO No III-2
 EXEDENTES DE EXPLOTACION COMERCIALES SEGUN RAMAS DE ACTIVIDAD DE EMPRESAS DE
 VENTA AL POR MAYOR LIMA METROPOLITANA 1976
 (% respecto del VA)

RAMAS DE ACTIVIDAD		EE.	RAMAS DE ACTIVIDAD		EE.
11	Agropecuarios y Pesqueros No industriales	62.3	143	Libros y Revistas	57.4
	111 Pro.Agrícolas Comestibles	62.9	144	Art. Artísticos y Lujo	45.6
	112 Pro.Agrícolas No Alimenticios	-	145	Automóviles y Otros Medios de Transporte	32.5
	113 Prod. de Pesca y Caza	-	146	Bienes Raices	-
	114 Animales Vivos y Prod. Pecuarios	27.3	147	Otros Art. Uso Duradero	73.3
12	Prod. de Silvicultura	-	15	Insumos Repuestos y Accesorios	45.0
	121 Prod. en Estado Natural	-	151	Fertilizantes Pesticidas y Otros	43.4
	122 Deriv. no Industriales	-	152	In. Manufac.p.la Ind.Transf	64.5
13	Prod. Manufact. de Const. Inmediato	38.1	153	Ind. Manufac.p.la Ind.Const	43.5
	131 Prod. Alimenticios	42.9	154	Repuestos y Accesorios	29.6

RAMAS DE ACTIVIDAD		EE.	RAMAS DE ACTIVIDAD		EE.
132	Alimentos Preparados p. <u>Ani</u> males	23.5	16	Bienes de Capital	58.4
133	Bebidad, Tabaco y Art. Conexos	34.9		161 Máquinaria, Herram. y Equipo	58.2
134	Prod. Farmac. y Art. Toc.	39.2		162 Aparatos de Medición, Preci- sión	62.3
135	Combustibles y Lubricantes	16.7		163 Vehículos No Incluidos en 145	-
14	Prod. Manufact. de Uso duradero	53.3	17	No Especificado	55.5
141	Telas, Confecciones y Tej. de Cuero y Piel	52.1		171 Prod. de Diversas Ramas	55.5
142	Artículos para el Hogar	47.1			
				T O T A L	47.2

c. Comercio de T xtiles Prendas de Vestir y Calzado.

El siguiente conjunto de actividades objetos de la presente investigación son los sectores-TIP 20, 21 y 23. T xtiles, Prendas de Vestir y Calzado, respectivamente. Estas actividades presentan muy altos CD_1 como puede constatarse en los cuadros II-4 y II-1. Dentro del cuadro III-1, estan comprendido en el grupo 6107 T xtiles y Prendas de vestir, cuyo EE es 85.0%. Este EE sin necesidad de compararse al EE medio de 39.4%, no deja duda de lo excesivo de su magnitud y por consiguiente del efecto sobre los CD.

El EE 85.0% corresponde globalmente al grupo 6107, cuya estructura de ventas es la siguiente: 86.8% en T xtiles, 10.7% en Prendas de Vestir, 2.0% en Calzado y 0.5% en Cueros y productos derivados que no estamos investigando. De esta información se puede deducir que en gran medida el referido EE corresponde a la Comercialización de T xtiles.

Lo afirmado en el párrafo anterior queda comprobado con el EE que presenta la rama 141 Telas tejidos, confecciones y t xtiles de cuero y piel cuya magnitud es 52.1%, que corresponde esencialmente al comercio de T xtiles y no a tan variado grupo de productos que sugiere el título. A esta conclusión se arriva revisando la composición del EE del grupo 141 según principales empresas. Cuya información se encuentra en el cuadro AE-36 del "Diagnóstico Preliminar del Sector Comercio"

En dicho estudio 5 empresas textiles de 20 empresas comerciales generan cerca del 80% del EE de la rama. Y sus EE varían desde 56.8 y 82.9% y cuyo promedio aritmético de 70.0% con el ajuste correspondiente puede bordear el 75%.

Las otras actividades, Prendas de vestir y Calzado (cueros es insignificante), que también están comprendidos en el grupo 6107 y que son participes del 85% de EE, no poseen información directa sobre sus respectivos exedentes de explotación. Por consiguiente la única comprobación posible es la indirecta. En los siguientes términos: si las cuatro actividades de conjunto tienen en su comercialización un EE de más del 80% y la actividad textil alrededor también del 75% entonces las dos actividades restantes, en forma global, también deben tener estimadamente más del 80% de EE.

Está conclusión probablemente sea más correcta para la comercialización de Prendas de vestir que tiene una mayor participación en el grupo 6107 y por el hecho que los calzados pasan en su mayor parte directamente del fabricante al Comercio minorista especialmente a las cadenas de tiendas (Diamante y Bata Rimac).

A nivel minorista solo existe globalmente para estas actividades un EE del 50.7% que como hemos señalado están sobre estimado, por lo tanto es probable que a este nivel a lo sumo se produzcan EE ligeramente altos que moderadamente encarecen el CD_i

d. Comercio de la Madera y Muebles de Madera.

Información específica de EE en la comercializa

ción de la madera y de muebles no existe disponible. Los grupos 6103 Materiales de construcción y 6106 Muebles y accesorios del hogar incluyen a estos productos en proporciones minoritarias. En la 6103 la madera en términos de Valores de Venta ostenta el 26% y los muebles en la 6106 solamente el 15%. Esta información global no permite deducir nada respecto a los EE, por ello se considero conveniente realizar estimaciones mediante aproximaciones sucesivas.

Esta estimación consistió en calcular por diferencias los montos de los VA y EE en la comercialización de madera y muebles, a partir de los VA y EE de los grupos 6103 y 6106. Primeramente fue necesario hallar los valores de venta y las tasa de márgenes comerciales de cada clase de producto, diferente de madera y mueble, comprendidos en dichos grupos. En segundo lugar se utilizarón las informaciones de EE/VA, VA/MC, y CD, calculados para las clases de productos de la referencia. Los valores de venta, conjuntamente con los totales de MC, VA y EE de estos se obtubieron como datos de los II Censos Economicos, y los dos coeficientes, del Diagnostico Preliminar de Comercio Interior cuadro N° AE.36.

De este modo se obtuvo, que en la comercialización de la madera se obtiene un EE de 82.1% y en el de muebles 46.5%. El primer resultado es bastante consistente por cuanto las alternativas habidas, produjeron EE similares. En el segundo, más bien se trata de una cifra mas aproximada, por el método indirecto utilizado en el cálculo de un valor pequeño (dentro del grupo 6106).

El EE de madera es bastante alto y de hecho un factor de encarecimiento del costo de comercialización. El EE de muebles es alto pero ligeramente respecto del EE justo, por consiguiente es un factor de encarecimiento no importante o no único del costo de comercialización.

Para el nivel minorista, el cuadro IV-1 no proporciona información de los EE correspondientes a los grupos de productos analizados. Estos productos al estar formando parte de diversos grupos en dichos cuadros y sumados al hecho de la intermedia confiabilidad no propiciaban las condiciones suficientes para sus cálculos. Por ello se desecho la comprobación de la hipótesis a este nivel que dicho sea de paso es de menor importancia que la del nivel mayorista.

e. Comercio de Productos de Imprentas y Editoriales

El cuadro III-1 no proporciona información del EE de los productos de las imprentas al considerarlo en grupos tan heterogéneos como el 6109 Comercio al por Mayor no especificado y 6209 Comercio al por menor especificado. El cuadro III-2, presenta información de la rama 143.- Libros y Revistas, que son precisamente productos de las actividades en cuestión. Allí se indica que el EE es 57.3%, que depurandolo de los productos que no corresponden a las imprentas llega al 60%, más el ajuste correspondiente ya explicitado, dicho EE se convertiría en 65%.

Este EE es alto y constituye por tanto un factor importante en el encarecimiento del costo de

comercialización.

f. Comercio de Productos Minerales No Metálicos.

Los productos de esta actividad están distribuidos en los grupos 6103 Madera y materiales de construcción, 6105 Artículos de ferretería y eléctricos y 6106 Muebles y accesorios para el hogar. En el primero el 60% del Valor de ventas está conformado por productos de esta actividad, pero específicamente del tipo materiales de construcción tales como cemento gris portland, cemento blanco, calamina asfáltica, ladrillo de diversas clases, locetas, tubos de cemento y asbesto de cemento, yeso y vidrios diversos. En el segundo grupo (encontramos una variedad similar más accesorios y aparatos sanitarios los que de conjunto representan el 30%. En el tercero están presentes como productos de cerámica para adorno, en un porcentaje del 2%.

Tales coberturas, parciales, de los productos de estas actividades en los grupos mencionados no permite correlacionar confiablemente CD de los productos minerales no metálicos y EE comercial. A lo sumo podría indicarse que los materiales de construcción del grupo 6103, podrían tener aproximadamente el EE de dicho grupo esto es 67%. Cabe recordar a este respecto que tal EE es una cifra estimada que puede variar hasta un mínimo de 61%.

En el cuadro III-2, la rama 153 corresponde a materiales de construcción tanto de productos minerales no metálicos y metálicos (tales como estructuras, planchas, barras, tubos etc.).

Sin embargo de la revisión de las empresas informantes comercializadoras de materiales de construcción del tipo no metálico se pudo estimar un EE de 57.02%.

Las dos fuentes nos proporcionan similares estimados del EE en la comercialización de los productos en cuestión; entre 61 y 67% y 57.02% respectivamente. ^{De} éstos se puede desprender que el EE real esta en la vecindad del 60%. Sobre esta base y en relación con nuestra hipótesis, podemos señalar que el EE de las Unidades comercializadoras correspondientes, son elevados, exceden en 20 puntos el EE medio manufacturero y que por consiguiente constituye un factor que encarece la comercialización. No se avanzó la comprobación de la hipótesis hacia el nivel ^{minorista} por las mismas razones señaladas en el punto "d".

Finalmente, respecto del presente punto (f), debemos dejar indicado que esta situación de hecho a cambiado desde 1977 al considerarse al cemento, uno de los productos más importantes de los materiales de construcción analizados, sujeto al sistema de precios controlados.

g. Comercio de Productos Metálicos.

Información directa de EE comerciales en la comercialización de estos productos no existe. Tanto en la CIIU como en la CPSC, de los cuadros III-1 y III-2 respectivamente, los productos metálicos (no incluye maquinaria) aparecen dispersos en diversos grupos y con participaciones minorista. Por ejemplo en los grupos 6103 participa con 4.8% del Valor venta y en el 6105 -

con 5.1%. Situación que no permite estimar o deducir el EE correspondiente.

Al igual que en el punto anterior la única estimación posible con la información disponible , fue detectar un grupo de empresas comerciales de los productos en cuestión en el cuadro No AE 36 del "Diagnóstico" y calcular un EE representativo. Dicho calculo dio un EE de 62%. Cifra, que significa un alto EE y un factor que presiona hacia el encarecimiento de la comercialización y por tanto de la distribución. No se avanzó la comprobación de la hipótesis hacia el nivel minorista por las mismas razones señaladas en el punto "d".

h. Exedentes de Explotación y Ventas al Crédito.

Los EE comerciales se deben calcular a partir del valor correspondiente a las ventas al contado independientemente de si fueron vendidos al contado o al credito. De lo que se trata en el marco de la contabilidad social y especificamente respecto de la actividad comercial, es medir las ventas, compras y margenes comerciales en terminos reales, es decir sin incluir los costos de financiación. En el caso de las ventas , tal requisito se cumple en el valor de las ventas al contado. En cambio , en el valor de las ventas al credito al incluir, además del valor de contado, los intereses por la financiación de las ventas y la comisión para administrar la cuenta, se aleja del valor requerido para el calculo de los margenes comerciales y el EE.

El comercio, tanto mayorista como minorista venden al crédito y el valor de estas en el total ...

es de algo más del 40 y menor de 30% respectivamente. Los censos Económicos de comercio captan indistintamente las ventas al crédito y las de contado. De allí que puede pensarse que los cálculos estén sobre estimados. Sin embargo ello es insignificante, como puede verse continuamente.

Los intereses y la comisión representan estimativamente 2 y 3% sobre el valor de las ventas del mayorista y minorista correlativamente (considerando que los intereses y la comisión representan el 10% de las ventas y si los plazos son 6 y 12 meses). Pero así como en las ventas se incluyen las ventas al crédito, en el valor de compra también se incluyen las compras al crédito. De resulta, en el cálculo del VBP comercial, estos incrementos se restan y finalmente la sobre estimación neta debe ser pequeña en el comercio mayorista y minorista. Porcentualmente este es aproximadamente de 1 punto.

Precisamente a esta situación del EE del Comercio minorista se aludió en el segundo párrafo del punto 2 del presente capítulo, como la segunda razón de la importancia de los EE del comercio mayorista. Cabe mencionar que esta situación tiene un efecto reducido por darse en un período con bajo nivel inflacionario, situación que ha variado patentemente desde 1975 a la fecha. Para dicho período es necesario separar los intereses y la comisión de las ventas al crédito.

3. Factores que determinan los Elevados Exedentes de Explotación Comerciales.

Los elevados EE del comercio mayorista y del comercio minorista con más de 5 personas ocupadas se produce por

la situación monopólica , la presencia hegemónica del capital extranjero y la excesiva protección arancelaria de la industria nacional.

El objetivo de la actividad empresarial del sector privado es la maximización de utilidades. En el período - del capitalismo pre-monopolista, conocido también como el período de la libre competencia, este objetivo se alcanza reduciendo costos de producción principalmente vía innovación tecnológica. Esta era el medio en tanto que los productores participaban más o menos en condiciones igualitarias, sin capacidad para imponer, en el mercado, precio de producción o precio de venta. En el período actual, el mercado ya no tiene tales características, se ha hecho imperfecto, dado que la libre competencia vía de procesos de concentración y centralización de capital y producción a los que - dio origen, devino en capitalismo monopolístico. En el se máximiza utilidades fijando ganancias monopolísticas o superganancias aprovechando de las ventajas en el mercado.

En el comercio del país se da esta situación como se puede constatar en los anexos, cuadro No AE5, AE6, AE7.

El capital extranjero participa en las diferentes ramas comerciales del país, en forma de empresas extranjeras ocupando en el año 1973 los primeros lugares en importancia por los márgenes bruto generados.

En el anexo, cuadro AE8 se presenta la relación de las empresas con capital extranjero identificadas. Es probable que esta cantidad sea mayor, pues así lo hace sospechar varias de las razones sociales en inglés de las empresas más importan es no consideradas en dicho cuadro.

El capital extranjero al no ser nacional y ostentar posiciones oligopolistas tiende a privilegiar el interés de la empresa sobre el interés nacional en una proporción mayor

que los monopolios nacionales. Las secuelas son las super ganancias comerciales.

En la década pasada, el Gobierno de ^{las} FFAA acentuó la protección arancelaria. Al elevar considerablemente las tarifas, encarecía los precios de los productos importados. Es decir los precios de productos competitivos respecto de los nacionales, otorgando por tanto al comerciante de los bienes nacionales, ventajas en la fijación de los márgenes comerciales y en última instancia de sus ganancias.

En el anexo, cuadro AE9 presentamos los aranceles en el año 1973. Allí puede constatarse que los de mayor tarifa arancelaria son los productos manufacturados y que la mayoría de ellos corresponden a los grupos comerciales con elevados EE.

Los cuadros mencionados son lo suficientemente claros en sus relaciones con los EE, por ello no creemos conveniente profundizar más el análisis. Para concluir el presente ítem solamente debemos señalar que si bien los datos de los factores señalados corresponden al año 1973, estos son factores estructurales de la economía peruana hastamente conocidos, particularmente los dos primeros.

C A P I T U L O I V

EXCESO RELATIVO DE INTERMEDIARIOS COMERCIALES Y LA EXCLUSIVIDAD EN EL COMERCIO MAYORISTA

El capítulo está orientado a comprobar la segunda hipótesis del presente trabajo. Ella afirma que la excesiva intermediación comercial y la ausencia de canales paralelos en el nivel mayorista producen el encarecimiento de los costos de la distribución. En el desarrollo de la hipótesis se ha constatado la falta de diagnósticos sobre el tema, los mismos que no han permitido un desarrollo amplio de la hipótesis. A este respecto el "Diagnóstico Preliminar de Comercio Interior" en la página 24 sostiene "En síntesis, la existencia de instancias intermedias - excesivas entre el productor y consumidor, es un problema - que aún no ha sido abordado con un grado de amplitud tal que permita minimizar sus efectos negativos en el productor y/o consumidor, habiendo influido en este la ausencia de estudios integrales al respecto". Y en el documento - "Metodología de Índice de Precios al Por Mayor" en el Anexo 6, se afirma, "... nos encontramos con que no existía un diagnóstico sobre las diferentes etapas que pasan los productos antes de llegar al consumidor final." "A esta conclusión se llegó después de tener contacto con los siguientes sectores: Ministerio de Comercio, Ministerio de Economía y Finanzas, Ministerio de Trabajo y Ministerio de Alimentación". "Por este motivo era necesario hacer un diagnóstico de la comercialización del sector y para ello se realizó una encuesta dirigida a las principales empresas - productoras para determinar ..."

Los documentos señalados constituyen las fuentes básicas de información para el desarrollo del presente capítulo. El primero cubre hasta mediados de 1977 y el segundo hasta el año 1974. Ambos contribuyen a explicar los elevados CD_1 de ciertos grupos de productos en la década

de los 10, pues los canales permanecen inalterables para determinados períodos.

Los criterios que se utilizan para determinar los casos en que los canales de comercialización tienen una exsiva intermediación o ausencia de canales paralelos son los siguientes:

- a. Cuando el canal de comercialización tiene un número mayor de agentes de comercialización que los que aparecen en el canal de la forma Productor-Mayorista-Minorista-Consumidor.
- b. Cuando no existe canales de comercialización paralelos en el nivel mayorista, por la presencia del Distribuidor Exclusivo, esto es cuando los canales ^{SON} por lo menos de la forma: Productor-Distribuidor Exclusivo-Minorista-Consumidor.

Debido a la falta de diagnóstico se ha trabajado mayormente en función a los productos más representativos de los sectores considerados en las TIP'S de la economía peruana del año 1973.

A continuación se presentan esquemáticamente, y se analizan los canales de comercialización que más comúnmente se presentan para los productos más importantes; haciendo énfasis en los canales largos. En la presentación de los mismos se utilizará la siguiente simbología.

- UP. Unidad Productora ; fabricante, agricultor, etc
- UP. Otra Unidad Productora
- DE. Distribuidor Exclusivo
- DA. Distribuidor Autorizado
- M. Mayorista
- M'. Otro Mayorista
- m. minorista
- C. Consumidor
- T. Transportista.

CA. Centro de Acopio

R. Rescatista

U. Usuario tanto consumidor como unidad productora.

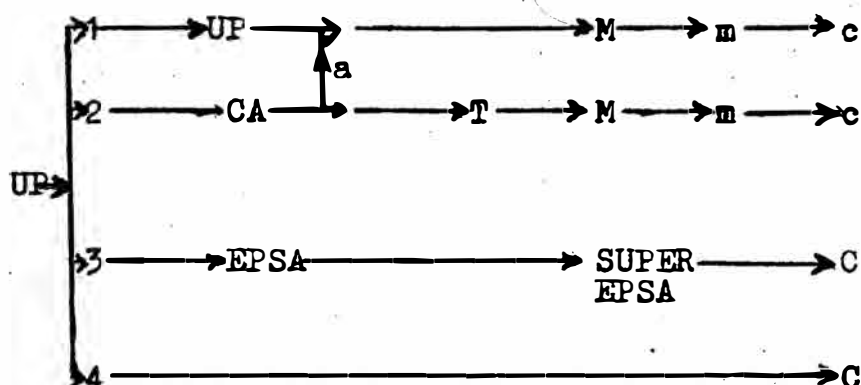
E. Exportación.

1. Canales de Comercialización de Productos Agropesqueros y Pesqueros.

a. Cultivos Alimenticios

i. Tubérculos.

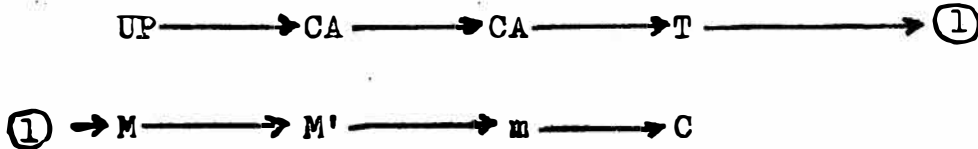
De este grupo de productos se ha tomado la papa, que es el producto más importante no solo de tubérculos, sino de los cultivos alimenticios. Los canales de comercialización de la papa son:



Los canales de comercialización 2a y 2 constituyen canales largos, es decir con excesiva intermediación. Ello se expresa en el hecho de que dichos canales tienen 2 y 3 mayoristas respectivamente en vez de uno.

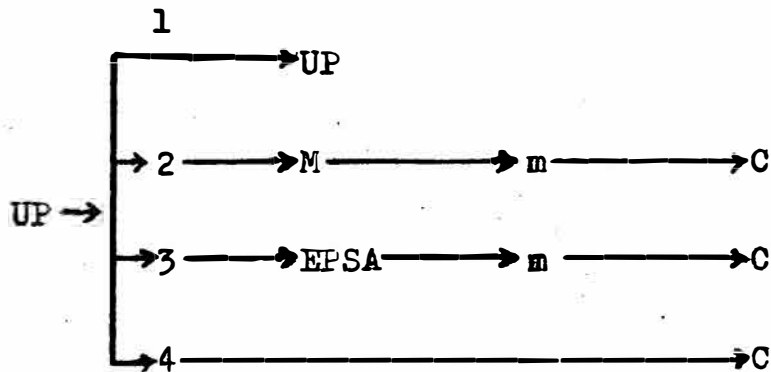
En este caso UP representa a todos los productores de la papa. Cabe anotar que el número de agentes que intervienen en la comercialización es mayor cuando mayor es la distancia a los centros de consumo. La papa que proviene de la sierra central (Huancavelica, Ayacucho, Junín, Huánuco), por ejemplo, presenta

canales de comercialización excesivamente largos. De estos uno de los más irracionales es el del diagrama siguiente:

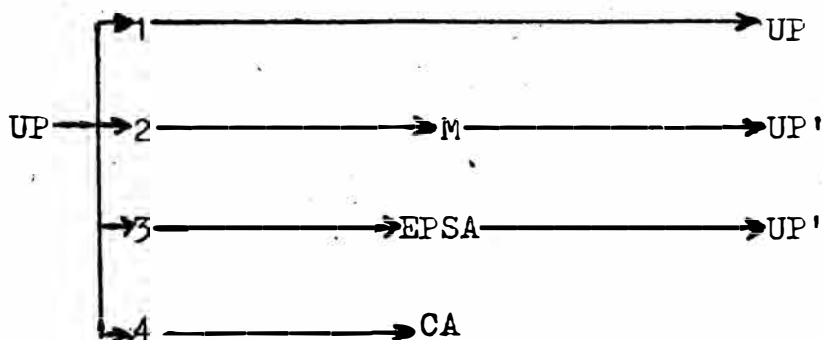


ii. Hortalizas, Cereales y Menestras.

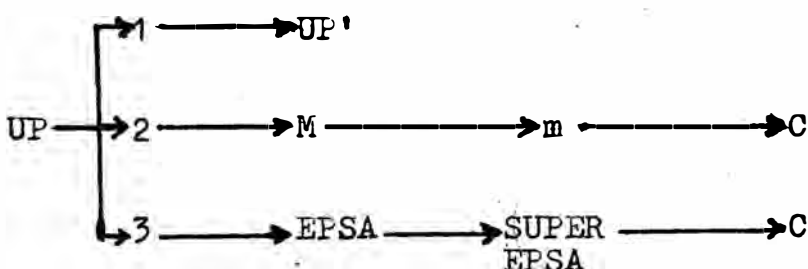
Los canales de comercialización para las hortalizas se muestran en el diagrama. Los más comunes son el 1 y 2. Principalmente el mayorista compra directamente al productor, incurriendo en los gastos de transporte, dado al alto grado de perecibilidad de las hortalizas no participan otros intermediarios.



De los diversos canales de comercialización de este grupo, se ha tomado el del maíz amarillo. Este producto es mayormente materia prima, de la industria de alimentos balanceados para animales. Los canales de comercialización de este maíz se presentan el diagrama siguiente, los más comunes son el 1 y 2



Las menestras en general presentan los siguientes canales de comercialización.



Las hortalizas, cereales y menestras, como se puede constatar en los diagramas, no presentan excesiva intermediación comercial. Por el contrario la participación de un mayorista y un minorista en la comercialización resulta muy conveniente, considerando las distancias de los lugares de producción y consumo, para minimizar los costos de comercialización en el beneficio de los consumidores. En cambio en el caso de la papa los canales más usados el 2a y 2b y el canal de la papa de la sierra central, presentan un cuadro claro de intermediación excesiva. Los agentes comerciales que intervienen en ellos son 3, 4, 6 respectivamente, y no 2 como sería lo eficiente. En este caso se comprueba la hipótesis

b. Cultivos Permanentes.

Los productos de estos cultivos son las fru

tas. Las frutas tienen dos destinos. Una -
 pequeña cantidad se destina a la fabricación
 de conservas y la mayor parte al consumo de
 las familias. Epsa no interviene en la comercialización de estos productos. El canal que
 más comunmente se presenta es el siguiente:

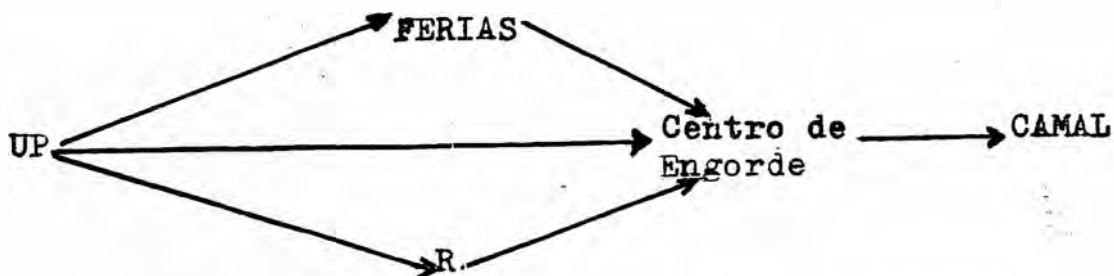


En dicho canal se puede observar que no existe intermediación y ello es explicable por el carácter perecedero de las frutas.

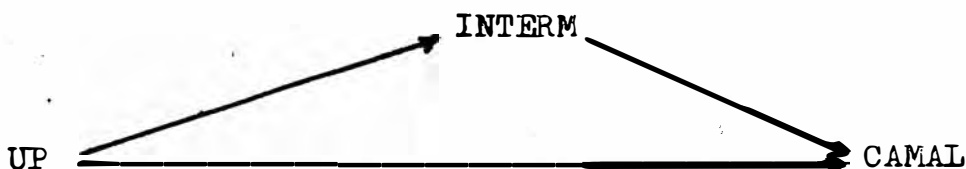
c. Ganadería de Carne.

Se ha obtenido información de los canales de comercialización de los siguientes animales:

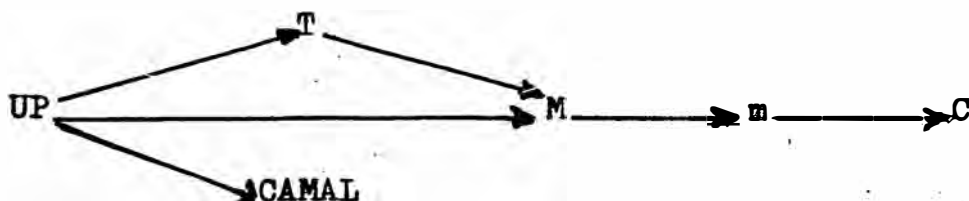
- Ganado Vacuno



- Ganados Porcinos y Ovinos



- Aves



- Cuy



Los canales de comercialización de los animales indicados, en los diagramas descritos nos permite sacar la conclusión de que existe parcial exceso de intermediación comercial en los productos del sector ganadería de carne.

En el caso del ganado vacuno la producción tiene dos etapas; la crianza del ganado y el engorde. En este último se pone el animal en condiciones de ser beneficiado, luego directamente los centros de engorde comercializan a los animales. Aquí no existen los intermediarios comerciales. Pero si intervienen como nexo, de la primera y segunda etapa de producción.

Dicho nexo se expresa principalmente con tres canales: 1a, 2a y 2. La existencia de estos como lo preponderante y no el canal UP y el centro de engorde revela una particularidad de la actividad pecuaria respecto de la industrial y al mismo tiempo la ausencia de racionalidad.

En relación a la comercialización de los ganados porcino y ovino parece no tener excesiva intervención de agentes comerciales. El canal más discutible, el canal 1, podría estar justificado si se tratase de un rescatista que adquiere el ganado de pequeños productores. Este también podría ser el caso del canal del cuy. De otro modo serían canales irracionales y encarecedores de la distribución.

En el caso de aves existe en uno de los canales, canal 1, excesiva intermediación comercial, mientras que en el 2 podría ser razonable.

Por todo ello, se considera que en ganadería de carne y en el canal de comercialización 1, de aves se cumple la hipótesis en cuestión.

En lo que respecta a los productos derivados de ganadería, por lo que se conoce de la intermediación comercial en huevos y carne, podríamos concluir que no existe canales excesivamente largos para los productos de esta actividad.

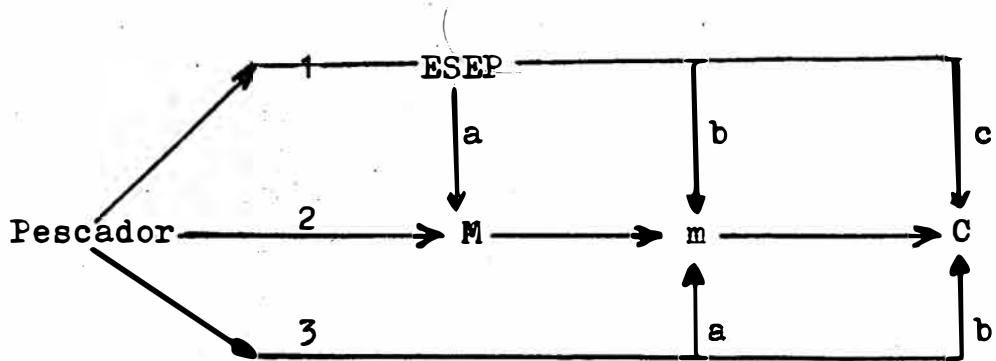
d. Pesca.

La comercialización en el nivel mayorista de los productos hidrobiológicos para consumo humano directo en estado fresco se realizaba en el año 1973 a través de los mayoristas particulares y de la empresa pública de servicios pesqueros (ESEP). Con la tendencia de ESEP en los años siguientes a realizar cada vez más la mayor parte de la comercialización en sus dos niveles.

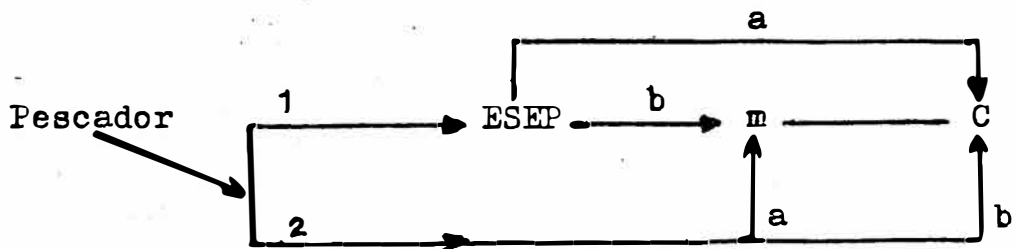
Una de las funciones de ESEP es regular planificadamente el abastecimiento total de especies hidrobiológicas al estado fresco y congelado a nivel nacional. Para lo cual a sido política de la empresa ir asumiendo progresivamente el total de la comercialización de los productos de la pesca en la instancia mayorista, pero también interviniendo en la instancia minorista e inclusive en las transacciones directas con el consumidor.

En consecuencia podemos señalar que durante la década pasada han existido dos esquemas de comercialización:

Hasta mediados de los años 70



A partir de la segunda mitad de los años 70



En ambos esquemas queda claro que no existe excesiva intermediación comercial. Sin embargo es necesario señalar la existencia de dos problemas en la comercialización de estos productos. Uno de ellos es el mercado negro. En

el documento "Metodología del Índice del Precio Mayorista" al respecto se sostenía que "Existe un mercado negro en circunstancias incontrolables y bien organizados que inclusive, no aparece registro en las garitas de control. o de lo contrario registran solo uno o dos especies como total camuflando especies de mayor demanda y precios como corvina por ejemplo; - que son comercializados fuera del mercado mayorista y a precios muy por encima del precio tope de ESEP.." ".las autoridades competentes, estan tratando de aniquilar este mercado que se hace difícil pues los minoristas obligados por las circunstancias, necesidad de ganar algo, - compromisos con hoteles, restaurantes, etc. recurrentes a ellos cuando en el mercado mayorista se agota la producción!"

El segundo problema es la presencia de ESEP como el mayorista más importante que opera legalmente a nivel nacional y sin competencia (Pues en el mercado negro se vende a mayor precio). Situación que podría estar generando a ESEP excesivos costos operativos, al punto que los resultados de las actividades anuales vienen siendo pérdidas. Que debe estar interfiriendo seriamente la función reguladora del abastecimiento que desarrolla la empresa.

Estos dos problemas se desarrollan inversamente. La marcha deficiente de ESEP repercute en el fortalecimiento de las mafias, las que en consecuencia encarecen los costos de la comercialización e incrementan por tanto sus excedentes de Explotación.

Finalmente, cabe mencionar que la comercialización de las especies hidrobiológicas requieren un estudio más amplio y profundo, por tener los CD más elevados y por el impacto significativo sobre el consumo popular.

2. Canales de Comercialización de Productos Manufacturados.

Los productos manufacturados tienen amplia gama de canales de comercialización. Que dependen de las utilidades de los productos y de la distancia de los centros de producción a los centros de consumo. Debido a la primera razón se van a analizar los canales en los siguientes grupos; de productos : consumo no duradero, insumos y consumo duradero y metalmeccanicos. En el análisis de cada grupo se expone en primer lugar, y en forma general, los canales existentes, y en segundo lugar , los canales de comercialización de productos específicos con excesiva intermediación o exclusividad en el nivel mayorista.

Los canales de comercialización específicos por productos, que no corresponden las variables independientes de la hipótesis no serían expuestos en el presente capítulo, estos pueden revisarse en los documentos ya citados; "Metodología..." y "Diagnostico...".

a. Productos principalmente de Consumo.

Los productos manufacturados principalmente de consumo de los hogares, que aquí estamos agrupando corresponden a las agrupaciones - CIIU 31, 32, 33, 34 y parte de la 35. (Mayor detalle vease en capítulo de metodología de los costos de distribución).

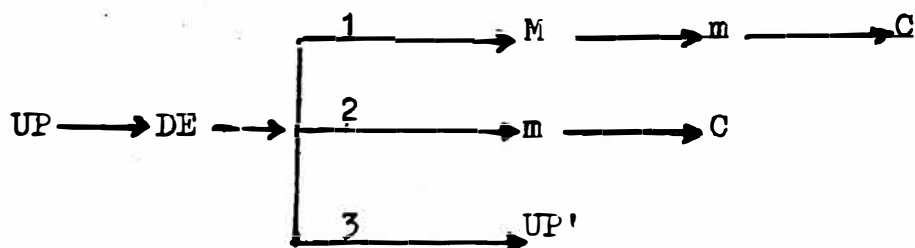
En general estos productos presentan 6 canales de comercialización que para productos específicos se dan simultáneamente dos, tres o más de ellos y son los siguientes:

1. UP → m → C
2. UP → M → m → C
3. UP → M → M' → m → C
4. UP → UP
5. UP → E
6. UP → C

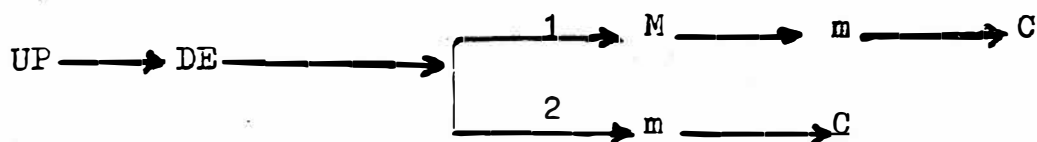
Los circuitos comerciales más frecuentemente usados por el conjunto de los productos de consumo son los canales 1 y 2, el poco usado el 3 y 4 y los menos usados el 5 y 6.

i. Productos con Excesiva intermediación Comercial.

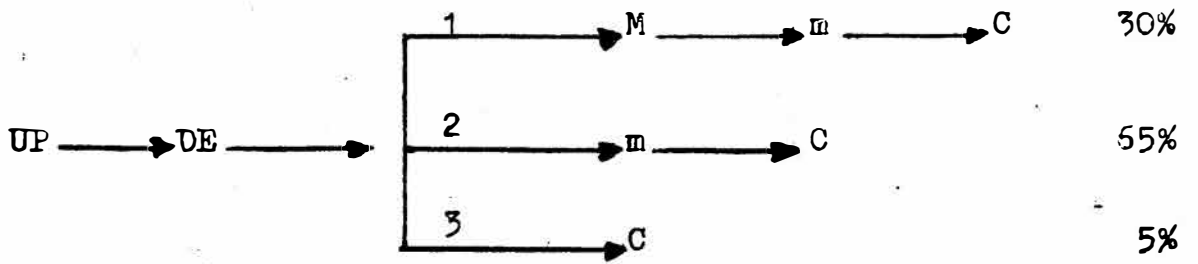
- Leche Gloria



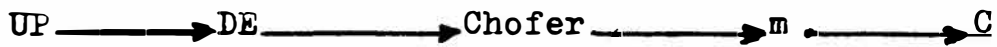
- Harinas, Sémolas y Fideos (Cia Molinera Santa Rosa)



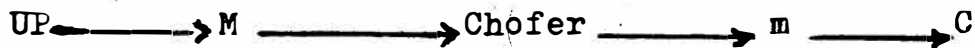
- Aceite Cocinero y Jabón Bolívar (COPSA)



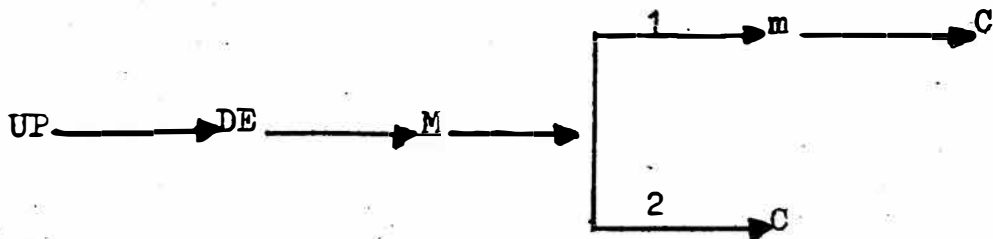
- Inka Kola, Bimbo, Watts y Selva Alegre



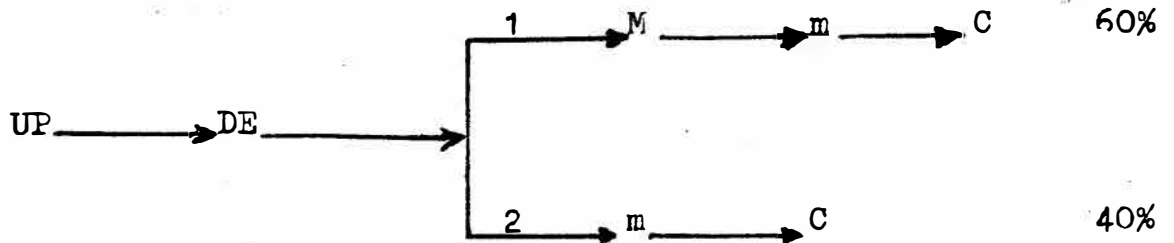
- Coca Cola, Fanta, Nusta y San Antonio



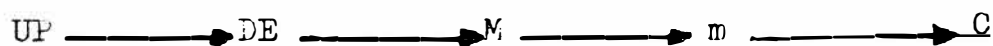
- Tejidos de Algodón (La Unión Ltda S.A)



- Pasta dental Kolynos



- Detergentes (Indesa y Deter Perú S.A)



Los canales largos en los diagramas presentados tienen tres agentes comerciales como intermediarios. En ellos existe duplicidad de funciones por la presencia del DE y el M que realizan la misma actividad, - con la consecuencia del encarecimiento de la comercialización. Y mucho más que si se tratase simplemente de dos mayoristas, pues el DE monopoliza la primera distribución de los productos y cobra un margen comercial más alto aprovechando la exclusividad de sus mercaderías.

Los casos detectados, corresponden a algunos productos, principalmente alimenticios y bebidas. No es la situación de la mayor parte de los productos de consumo. Los únicos canales señalados que corresponden a CD elevados, son (los canales de comercialización de la Inka Kola, Coca Cola y demás bebidas y de los tejidos de algodón. Este último parece ser más bien un caso aislado pues ^{de} los varios productos textiles analizados los productos tejidos de algodón de la Unión Ltda. S.A. fué único.

Esta situación pone de manifiesto el hecho que, pese a tener CD_1 justos o bajos conjuntos de productos - vistos sectorialmente, al nivel específico de productos, se presentan productos con costos de comercialización elevados por la excesiva intermediación comercial. Los canales de estos productos comprueban - nuestra hipótesis a un nivel microeconómico para ciertos productos principalmente de consumo.

La excesiva intermediación comercial que muestran los canales descritos revela la existencia de irracionalidad en sus comercializaciones, que corregidas podrían redundar en beneficio del consumidor, independientemente del hecho de que sus CD_1 se estimen jus-

tos (alimentos) o elevados (bebidas y textiles).

ii. Productos de Consumo con Distribución Exclusiva.

En este segundo caso de canales de comercialización ineficientes o irracionales están comprendidos los canales de comercialización señalados en el ítem "i" que tiene como uno de sus agentes al distribuidor exclusivo (DE). Dichos canales entremesclan la excesiva intermediación comercial y la ausencia de canales paralelos en el nivel mayorista. Al margen de ellos se ha detectado un único caso, que se presenta en el diagrama siguiente:

- Pepsi, Twist, San Luis, Bimbo Club y Canada Dry.



Este Canal a nuestro entender si bien no se trata de un canal excesivo encarece los costos comerciales por el carácter monopólico del DE.

b. Productos Principalmente Insumos Manufacturados.

Estos Insumos están comprendidos en las Divisiones CIIU 35 (en parte) y 36. Estos productos por ser insumos de actividades productivas se adquieren en cantidad es decir al por mayor ya sea del mayorista o productor o se importa directamente. De allí que sus canales de comercialización en principio sean cortos. No existen en consecuencia excesiva intermediación en su comercialización. Los canales más frecuentes son los siguientes:

1. UP → UP
2. UP → m → U
3. UP → M → m → U
4. UP → E
5. UP → C
6. UP → (DA/M) → U

Solamente en un caso se detectó la intervención del DE, en la comercialización de fibras acrílicas nitrógeno gaseoso por la Bayer Industrial S.A. Las consecuencias de este tipo de canal ya fuerón comentados.

Los seis canales señalados como los más frecuentes en la distribución de los Insumos Manufacturados, como era de esperarse, no presentan intermediación comercial excesiva. Si bien, en relación a la naturaleza de los productos en cuestión, el canal tres parece ser excesivo, debemos recordar que se trata principalmente de productos que también son consumidos por los hogares como las pinturas, llantas etc.

c. Productos Metálicos y de Consumo Duradero.

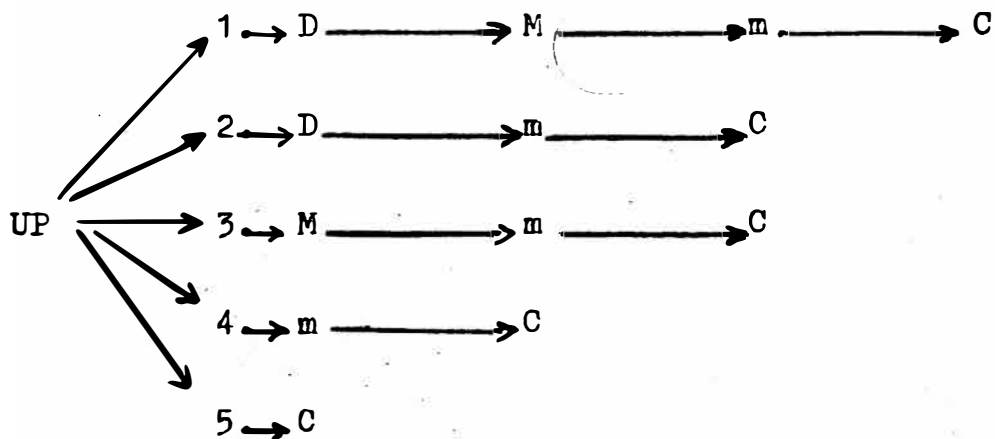
En este grupo estan comprendidos los productos de las divisiones CIIU 37, 38 y 39.

Los canales de comercialización más frecuentes son:

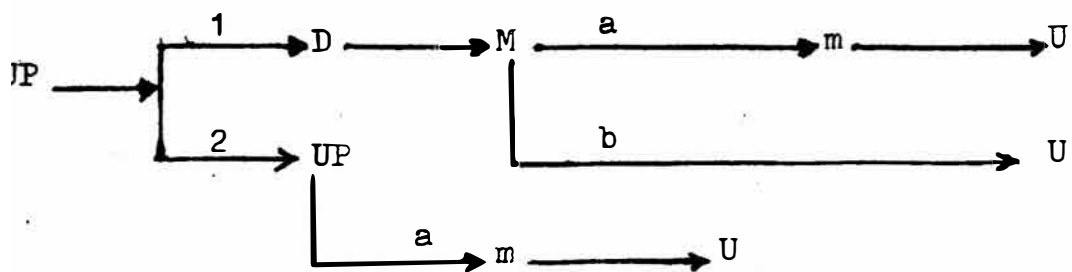
1. UP $\xrightarrow{\quad}$ DA $\xrightarrow{\quad}$ C
2. UP $\xrightarrow{\quad}$ m $\xrightarrow{\quad}$ C
3. UP $\xrightarrow{\quad}$ C
4. UP $\xrightarrow{\quad}$ M $\xrightarrow{\quad}$ m $\xrightarrow{\quad}$ C

i. Productos con excesiva intermediación comercial.

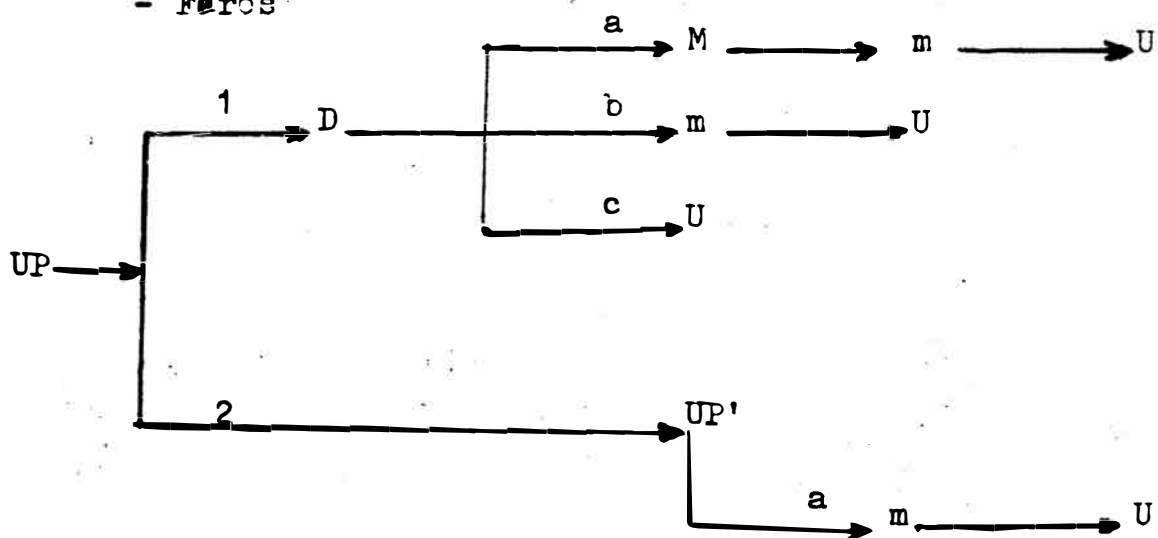
- Pilas Secas, Baterías, Linternas, Proyector Ray -o- Vac. Estos canales son similares para el resto de pilas secas.



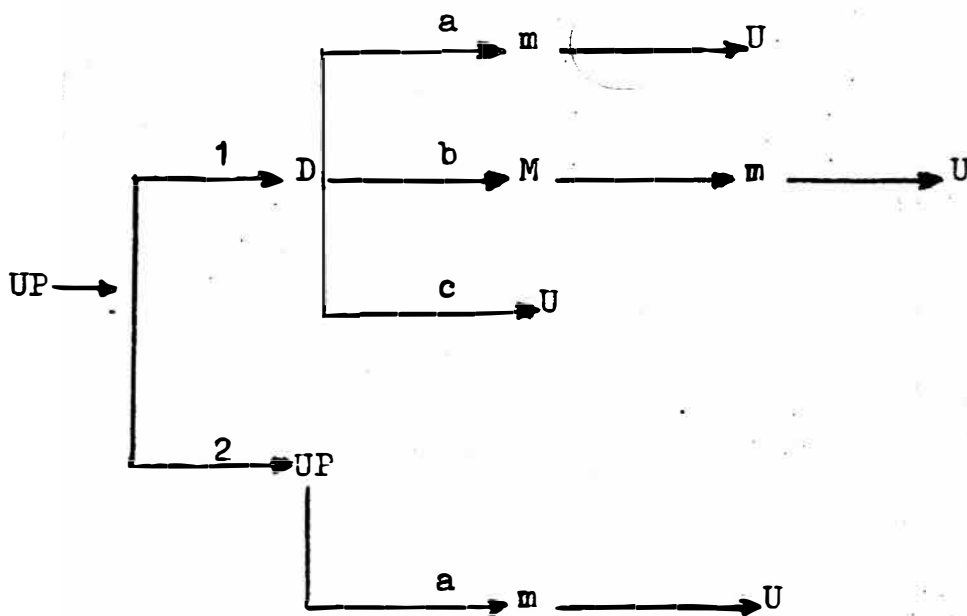
- Bujías.



- Faros



- Amortiguadores



Estos productos tienen un canal de comercialización de la forma UP - D - M - m - U -, con excesiva intermediación comercial. Como en los casos anteriormente descrito aquí también se trata de una duplicación de funciones en el nivel mayorista producidos por el distribuidor y el mayorista.

Los distribuidores "D", no bien indentificados por la encuesta que se realizo para el estudio " Metodología del Índice de Precios al por Mayor ", sin ser necesariamente DE ,están generando en alguna medida margenes comerciales excesivos. Con ello se añade un factor de encarecimiento al ya producido por la exciva intermediación comercial.

Los casos detectados y explicitados muestran, aún - que no en los sectores críticos planteados en el - capítulo III, la existencia del problema de la excesiva intervención de agentes comerciales con la escuela inevitable del encarecimiento de la distribución en el grupo de productos metálicos y de consumo duradero. Aquí también se comprueba nuestra hipótesis.

Los casos detectados y explicitados muestran, aún que no en los sectores críticos planteados en el capítulo III, la existencia del problema de la excesiva intervención de agentes comerciales y de la relativa exclusividad en el primer tramo del nivel mayorista, La escuela inevitable de esta situación es el encarecimiento de la distribución en el gru - po de productos metalicos y de consumo duradero. A- qui tambien se comprueba nuestra hipótesis.

C A P I T U L O V

INSUFICIENTE INFRAESTRUCTURA DE LA DISTRIBUCION

El análisis del capítulo esta orientado a comprobar, la tercera hipótesis de la presente investigación que afirma que la infraestructura de distribución es insuficiente principalmente para los productos agropecuarios, y que en consecuencia encarecen los costos de distribución.

La fuente básica para el análisis de la infraestructura comercial, es el Diagnóstico Preliminar del Comercio Interior, de este diagnóstico casi textualmente, tomamos la descripción de la infraestructura comercial, por constituir un documento único sobre el tema, que pese al limitado análisis que posee, ilustra bastante bien la situación del conjunto de la infraestructura comercial en el período que estamos abarcando.

El análisis de los almacenes y centro de acopio ,se centra en los más importantes productos agrícolas e hidrobiológicos, mientras que para la maquinaria y equipo el análisis es en función de giros comerciales globales.

Las fuentes básicas de información de la red vial son el Anuario Estadístico de América Latina, 1975 y la OSE-MTC. El análisis es global y principalmente en función de clase de carretera.

1. Almacenes, Silos y Centros de Acopio.

En general el almacenamiento a nivel nacional durante la decada pasada fue insuficiente, tanto para productos agrícolas de consumo masivo con alto grado de perecibilidad, como para insumos estratégicos de gran demanda produciendose en consecuencia desabastecimiento, precios altos, paralización de la producción y ventas desventajosas.

a. Almacenes y Silos.

i. Algodón.

Este producto que hasta 1979 fue comercializado totalmente por ECHAP tanto a nivel externo como interno, contaba con almacenes en los valles algodoneiros y puertos de embarque, cubriendo únicamente la mayor parte de los requerimientos.

"... puede apreciarse la existencia de almacenes en Piura, Paíta, Huacho, Callao y Pisco, observándose sin embargo que en otros valles algodoneiros como Ica, Nazca, Palpa, Majes aún no se cuenta ^{en} con este tipo de infraestructura, existiendo más bien la mayor parte de los valles oficinas de pago de ECHAP. Esto significa que la infraestructura de almacenamiento para el caso de algodón es aún incompleta."

ii. Trigo.

"En el caso del trigo, se utiliza a manera de almacenes eventuales los silos de los puertos del Callao y Matarani y el ^{que} ingresa a los puertos de Salaverry e Iquitos se descarga directamente en los molinos de las plantas insumidoras ya que este producto es mayormente importado. El trigo de producción nacional cuyo volumen no es significativo se dedica mayormente al autoconsumo (1)

Como puede verse el párrafo extraído, no existen almacenes para el trigo, se utiliza eventualmente los silos de puertos o se descarga directamente en los molinos.

iii. Arroz

"Con respecto al arroz que comercializa EPSA, existe almacenes en gran parte del país. con capacidad va -

(1) Los subrayados que aparecen en el presente capítulo corresponden al autor de la tesis.

riables, presentando la más elevada dimensión el almacén de Lima con una capacidad de 30,000 TM".

iv. Maíz.

En el caso del maíz no existen almacenes y silos de significación lo cual ha venido generando dificultades cuando se presenta producción a nivel interno. Los molinos de las plantas de alimentos balanceados de Trujillo, Lima, Arequipa e Iquitos representan la actual capacidad de almacenamiento de este producto.

vi. Papa.

"en cuanto a la papa se tiene actualmente una capacidad de almacenamiento limitada que ha sido estimada en 16,000 TM y que resulta muy inferior al consumo mensual de este producto estimado en 117,800 TM en 1975. A nivel de pequeños productores el almacenamiento se realiza en condiciones inadecuadas".

"En líneas generales se aprecia en mayor o menor grado la existencia de insuficiencias cuantitativas y cualitativas en la capacidad de almacenamiento de los productos de consumo masivo, que se han considerado para estos comentarios, no existiendo programas integrales de dotación de almacenes".

b. Centros de Acopio.

En relación a los centros de acopio, la disponibilidad aún es insuficiente. Comparativamente con los almacenes se muestra menos problemático. Al igual que en el caso de almacenes, no existen estudios integrales que señalen en que casos y que productos requieren centros de acopio. Su problemática adquiere mayor importancia cuando existen intermediarios que, ante la falta de estas infraestructuras, generalmente adquieren la producción antes de la cosecha con -

la secuela de la fijación de precios relativos en de
trimetro del consumidor y productor.

i. Algodón.

"En lo referente al algodón EPCHAP cuenta con a-
copiadoras y desmotadoras en los valles: Ica, Li
ma, Ancash (Casma) y zona del oriente. Observán
dose que se cubre practicamente la totalidad en
los valles algodoneiros.

ii. Trigo.

"EPSA cuenta con centros acopio y recepción en -
varios departamentos del país sumando un total -
de 39 de estos locales, cantidad que se conside
ra suficiente teniendo en cuenta la producción -
nacional de trigo que no es comparativa con el
volumen importado".

iii. Arroz.

"En caso del arroz el número de acopiadoras de
las que disponen EPSA es bastante amplia. Son
un total de 126 dispuestos en los valles arroce-
ros de Tumbes, Piura, Chiclayo, Jaen-Bagua, Yuri
maguas, Tarapoto, Pucallpa, Satipo, Tingo María
y otras localidades, considerandose que se cubre
los centros más importantes de cultivo de este -
producto que comercializa internamente en exclu-
sividad la empresa señalada".

iv. Productos Hidrobiológicos.

"En el caso de productos hidrobiológicos comer -
cializado por EPSEP, los frigoríficos pesqueros
zonales cumplen la función de acopiadores almace
nadores y notándose que cubren gran parte del te

territorio Nacional ya que se cuenta con estos locales en Huancayo, Arequipa, Cuzco, Ayacucho, sin considerar los complejos pesqueros de en la costa norte, sur del país.

v. El Maíz y otros Productos Agrícolas

El maíz y otros productos agrícolas de gran producción y consumo prácticamente no poseen centros de acopio, señala el diagnóstico Preliminar de comercio interior. Entre estos productos podemos considerar alfalfa, plátano, yuca, frijol, cebolla, camote, tomate, habas, zapallo, naranja, manzana, palta, mango, limón etc.

vi. Almacenes de Comercio Local.

Las dimensiones requeridas de capacidad de almace - je por las empresas mayoristas y minoristas de loca - lidades específicas no son comparables al de produc - tos de consumo masivo vistos en una perspectiva Na - cional, como los ya señalados en las líneas ante - riores. Las empresas comerciales grandes cuentan mayormente con sus propios almacenés y depósitos y equipos de conservación e inclusive existen empre - sas especializadas en prestar estos servicios. En - cuento a las más pequeñas por el menor volúmen de bienes comercializados no se requiere mayormente - de almacenes.

Finalmente, como conclusión respecto a los almacenes y centros de acopio podemos sostener que son insuficientes en - relación al conjunto de productos agrícolas. Que por tanto - esta insuficiencia se constituye en factor de encarecimiento - de los CD de los productos de los cultivos industriales, cul - tivos alimenticios y cultivos permanentes, correspondientes - a los sectores 1, 2 y 3 de las TIP'S. Aún que en relación a algunos de los productos mas importantes la situación es me - nos drámatica por que la insuficiencia es pequeña o media en

la mayor parte de los productos comentados. En situación similar se encuentran los productos pesqueros que tienen frigoríficos en la mayor parte de la costa que es la región que comprende a la mayoría de sus consumidores.

2. Equipamiento de los Establecimientos Comerciales.

La infraestructura analizada en el punto 1 no está vinculada en general a una única empresa, su construcción puede producirse por el interés de un grupo de empresas de una zona o por el estado cuando convenga a los intereses de la Nación y no lo puede realizar la empresa privada. De lo que ahora se trata es de analizar la infraestructura en posesión y de propiedad de la empresa o establecimiento comercial, con excepción de edificios y construcciones. A esta infraestructura la hemos denominado maquinaria y equipo mobiliario y equipo de oficina y otros activos.

Las empresas comerciales mayoristas y las minoristas grandes cuentan mayormente con equipo de conservación y de más equipamiento, inclusive pueden recibir los servicios de empresas especializadas en depósitos y almacenaje. Todo ello resulta evidente, por eso si se desea analizar la insuficiencia del equipamiento de los establecimientos comerciales el análisis debe orientarse al sub-sector Comercio Minorista, pero específicamente a los establecimientos comerciales más pequeños.

Bien, sobre este estrato del comercio minorista el Ministerio de Trabajo realizó una encuesta a 280 empresas de menos de 20 trabajadores a fines de 1971 y en Lima Metropolitana. Los resultados de esta encuesta que refleja patente mente la insuficiencia del equipamiento es bastante probable que se haya mantenido inalterable hasta nuestros días. Pues desde 1973 el comercio minorista chico creció aceleradamente en términos de establecimientos y es de suponer que estos lo hicieron con equipamiento parcial y que posteriormente con la recesión económica, sus ventas decayeron y correlativamente

es menor. La situación de las pavimentadas es 5,400; 8,900 y 7,400 Kms. respectivamente, en tanto de las otras carreteras ^{es} 9,900; 31,100 Kms. respectivamente. Véase el cuadro - N° - V -2.

Estas diferencias en longitudes de las mejores carreteras, es decir esta insuficiencia de carreteras en el país se reduce (no lo anula por ejemplo respecto de Chile) con la construcción de carreteras tipo trocas carrozables de tierra. Que si bien es una solución no es la mejor, recordemos que éstas carreteras producen desgastes más acelerado de los vehículos de transportes y por tanto el encarecimiento de los costos de transporte; fletes.

La composición por tipo de carretera de nuestra red vial con cifras más actualizadas se muestra en el cuadro - N° - V -3. Allí se puede constatar que el 51.5% del total de carretera se encuentra en la costa y que esta absorbe casi la totalidad de la carretera asfaltada del país. El asfalto es solo el 10.6%, siendo la mayor parte la carretera Panamericana y la carretera Central. Y que casi la totalidad de las carreteras confirmado, sin afirmar y trocha se encuentra en la región sierra.

CUADRO No V-1

INDICADORES SOBRE VIAS DE COMUNICACION TERRESTRE

1975

	Kmts. Carret. Pav/millón Has	Kmts. Carret./millón Has
Argentina	140	1,124
Colombia	71	489
Chile	119	900
Perú	42	410

Fuente: Anuario Estadístico de América Latina, 1976.
Naciones Unidas.

CUADRO No. V-2
 RED DE CARRETERAS POR PAISES, 1975
 (Miles de Kilómetros)

TIPOS	PAVIMENT.	DE GRAVA PIEDRA CHANCADA ESTABI LIZADA	TROCHAS CARRO ZABLES DE TIE RRA	TOTAL
<u>PAISES</u>				
Argentina	40.9	78.5	189.7	309.1
Brasil	77.6	226.5	10.1	314
Bolivia	1.0	11.6	13.0	25.6
Colombia	7.4	40.9	2.6	50.9
Chile	8.9	31.1	28.5	67.5
Ecuador	3.3	5.6	13.2	20.7
Perú	5.4	9.9	37.2	52.5
Uruguay	9.9	2.7	3.0	15.6
Venezuela	19.6	17.5	10.2	47.3

FUENTE: MTC -- Oficina Sectorial de Estadística.

CUADRO No V-3

RED VIAL DEL PERU SEGUN TIPO DE SUPERFICIE DE RODADURA
PERU UBICACION GEOGRAFIA AÑO 1978

REGION	TIPO ASFALTADO		AFIRMADO		SIN AFIRMAR		TROCHA		TOTAL	
	KMS	%	KMS	%	KMS	%	KMS	%	KMS	%
Costa	5,369	9.4	3,464	6.1	6,809	12.2	13,502	23.8	29,224	51.5
Sierra	570	1.0	6,456	11.4	6,927	12.2	9,840	17.4	23,793	42.0
Selva	90	0.2	1,946	3.5	790	1.4	799	1.4	3,625	6.5
TOTAL	6,029	10.6	11,866	21.0	14,606	25.8	24,141	42.6	56,642	100

FUENTE: Anuario Estadístico de América Latina, 1979, Naciones Unidas

De lo anterior se desprende como conclusiones que - existe insuficiencias de red vial en el país, que las exis - tentes en su mayor parte no son de la mejor calidad y que - la menor carretera, la asfaltada, se encuentra concentrada en la región Costa.

Todo ello implica que el transporte de productos - agropecuarios desde las áreas rurales o semirurales hacia las áreas urbanas se produce en condiciones desventajosas. De igual manera en el caso inverso, de productos manufactu - rados desde las áreas urbanas hacia las áreas rurales o se - mirurales. Generando dichas condiciones altos costos de - transporte y de comercialización y por tanto altos cos - tos de distribución.

Los sectores (entiendase productos) que son impacta - dos por esta insuficiencia de red vial son: cultivos indus - triales, cultivos alimenticios, cultivos permanentes, gana - dería de carne, productos derivados de la ganadería y los - diversos productos manufacturados. Los mismos correspon - den a los sectores TIP 1, 2, 3, 4, 5 y en general muchos - de los sectores TIP 12-41.

Todo lo sostenido en el presente item demuestra la validez, de la tercera hipótesis de la investigación en - relación a la insuficiencia de la infraestructura red - vial.

C A P Í T U L O VI

PREDOMINIO DE ESCASO NIVEL TECNOLÓGICO EN EL COMERCIO MINORISTA

En el presente capítulo se desarrolla la comprobación de la cuarta hipótesis, de este trabajo. Esta hipótesis sostiene que los elevados costos de comercialización que producen los establecimientos pequeños del comercio minorista de la forma empresarial persona natural, dado el enorme peso que estos tienen en dicho comercio, contribuyen a la formación de elevados costos de comercialización minorista y por consiguiente de los costos de distribución.

Dicho de otro modo la hipótesis señala que el predominio de tecnología de escaso nivel en el comercio minorista pequeño produce el encarecimiento de la comercialización y por ende de la distribución.

La comprobación de la hipótesis debe por consiguiente probar dos cosas:

- a. Los elevados costos de comercialización de los establecimientos del comercio minorista pequeño de la forma empresarial natural.
 - b. El enorme peso de los establecimientos con esta forma empresarial en el total de establecimientos del comercio minorista pequeño.
1. Márgenes Comerciales en el Comercio Minorista Según formas empresariales.

La comprobación de la primera parte de la hipótesis es decir, de los elevados márgenes comerciales de los establecimientos de la forma empresarial persona natural se va a realizar en función de los siguientes criterios.

- i. Mayor margen comercial de los establecimientos con la forma empresarial persona natural respecto del total del grupo comercial respectivo del comercio-minorista pequeño.
- ii. Mayor margen comercial de los establecimientos con la forma empresarial persona natural del comercio-minorista pequeño respecto de su similar y del total del mismo grupo del comercio minorista grande.

Estos criterios son complementarios. Siendo determinante para la prueba de la hipótesis el primer criterio.

En el cuadro VI-1 se presenta los márgenes comerciales según las dos formas empresariales más importantes y para los dos estratos del comercio minorista organizado. Vale decir que no se incluye a los kioskos y puestos de mercado - y vendedores ambulantes.

En dicho cuadro se observa que de ocho grupos de comercio específicos (el grupo 6209 es bastante heterogéneo) - en 6 grupos se cumple el primer criterio. Estos son la - 6201 Abacería, la 6203 Textiles vestido y calzado, 6205 Ferrerterias, 6206 Automovil y motocicletas, 6207 estaciones - de gasolina y 6208 grandes almacenes y bazares.

Estos márgenes comerciales de los grupos señalados - contribuyen a explicar también, los altos costos de distribución sectoriales de los sectores indicados en el capítulo III. Estos grupos son 6203, 6205 (por los materiales de - construcción y los productos metálicos) y 6208 (por los veg tidos y calzados, locería y mercadería en general).

Y los sectores explicados son: 20 textiles, 21 vesti dos, 22 calzado, 34 productos minerales no metálicos y 36 - productos metálicos.

Los tres grupos restantes que cumplen con la prueba no corresponden a sectores con altos o muy altos CD_1 . Lo cual estaría significando que sus efectos en los respectivos CD_1 ^{es} insignificante. Y la explicación de ello estaría en el hecho de que varios de los productos de los sectores comprendidos en estos grupos comerciales estuvieron durante la década pasada sujetos a sistemas de precios controlados y regulados. Pero si bien, a pesar de tales sistemas, se produjeron en los establecimientos de personas ^{naturales} los más altos márgenes comerciales, ello significa que CD_1 de los sectores comprendidos (12, 13, 16, 18, 19, 31 y 40) no son los más óptimos. Estos podrían disminuir con la modificación de la estructura empresarial del comercio de estos productos.

De otro lado cabe señalar que en los 6 grupos referidos los establecimientos persona natural realizan la mayor parte de las ventas. En general sobre pasan del 60% , siendo el más alto la del grupo 6201 con 94% del valor de las ventas. Todo ello como consecuencia de la enorme superioridad numérica de los establecimientos de la forma persona natural respecto de las otras formas.

En relación al segundo criterio de la prueba se encuentra que en 7 casos fueron más altos los márgenes comerciales de los establecimientos persona natural de los grupos del comercio minorista pequeño respecto de sus similares del comercio minorista grande y en 5 casos respecto de los grupos correspondientes del comercio minorista grande.

Lo anterior resulta lógico toda vez que los establecimientos más pequeños son de menor productividad y ello se expresa en sus mayores costos de producción y precios.

Tampoco se puede dejar de señalar que analizando aisladamente el estrato grande del comercio minorista se obser

va que la forma empresarial que ostenta los más altos márgenes comerciales son las sociedades anónimas. De los 9 grupos de comercio del cuadro antes mencionado 8 grupos presentan esta relación y realizan la mayor parte de las ventas, en promedio el 75% del valor vendido. Esta situación ya fue explicada en el capítulo cuatro. Al respecto se sostuvo que los mayores márgenes eran productos de los elevados EE y a su vez esta de la oligopolización de estos comercios, en los cuales tenía intervención el capital extranjero y condicionado por un excesivo proteccionismo del mercado interno.

Volviendo a lo central de la hipótesis, las cifras ya la han comprobado, sin embargo es necesario complementar la con el siguiente análisis. La pregunta que esta brotando hasta estas líneas es ¿Por que el margen comercial de los establecimientos propiedad de las personas naturales es mayor que la de otras formas empresariales y particularmente de la sociedad anónimas e inclusive del grupo comercial correspondiente? La respuesta más general es que los otros establecimientos poseen tecnología y organización superior. Lo que concretamente significa que los otros establecimientos utilizan mayor equipamiento y mobiliario como balanzas congeladoras y vitrinas; mejor atención al cliente; surten el establecimiento; parte de las mercaderías la ofrecen a menor precio, su mejor ubicación le permite captar una cantidad importante de clientes. Llevan un mejor control de los ingresos y gastos, promocionan sus ventas, utilizan la publicidad, etc.

2. Establecimientos del Comercio Minorista con menos de 4 personas ocupadas.

La desigualdad en términos porcentuales que presentan los márgenes comerciales según formas empresariales de los establecimientos, podría no tener mayor trascendencia sino fuera por la importancia de sus ventas. En el cuadro anterior se ha mostrado esta importancia porcentualmente. Aho-

ra bien, la importancia es función del valor vendido y estas del valor medio de las ventas por establecimientos y del número de establecimientos. Como en el comercio minorista y específicamente en el caso de establecimientos de personas naturales, lo característico es la enorme cantidad de establecimientos y no las ventas medias, es conveniente realizar el análisis de tales establecimientos.

Previamente analizamos la estructura y evolución de los establecimientos en el comercio en su conjunto:

a. Estructura y Evolución de los establecimientos Comerciales.

La información relativa a la estructura de los establecimientos del comercio más actualizada y disponible es la de los II Censos Nacionales Económicos de Comercio referida al año 1973. Esta fuente proporciona la información incluida en el cuadro VI- 2 Allí se percibe que el 96.1% de los establecimientos son del nivel minorista del cual la abrumadora mayoría es del estrato con 1 a 4 personas ocupadas. Este representa el 92.9% del total de establecimientos del sector.

El total de establecimientos censados 107220, sin incluir los kioskos y puestos de mercado que ascendían en el año 1973 a 60,000, constituye una cantidad aplastante de establecimientos en relación a otros sectores por ejemplo manufactura que bordeaba los 30,000. Inclusive superior al sector servicios diversos (restaurantes, hoteles; Servicios sociales, personales y comunales ; Servicios de esparcimiento y culturales ; servicios para empresas) que en dichos años contaba con 49,015 establecimientos censados, siendo el universo, aproximado de 70,000 establecimientos.

En el mismo cuadro se puede captar la estructura al año 1963. La composición porcentual de los estable

CUADRO No VI-1
MARGENES COMERCIALES MINORISTAS SEGUN FORMAS
EMPRESARIALES
(En Porcentajes)

CIIU Y Formas Empres.	COMERCIO MIN < 5 PO		COMERCIO MIN ≥ 5 PO	
	MARG.COM.	PART.E.VTA	MARG.COM.	PART.E.VTA
6201	36.9	100.0	18.4	100.0
PERS.NAT.	37.4	94.0	19.55	14.5
SOC.ANON.	33.9	3.3	24.40	3.1
6202	29.0	100.0	17.5	100.0
PERS.NAT.	27.0	96.0	15.8	60.8
SOC.ANON.	31.2	2.6	20.0	35.7
6203	34.2	100.0	30.6	100.0
PERS.NAT.	36.7	69.7	25.2	18.2
SOC.ANON.	28.8	24.6	32.9	72.0
6204	35.0	100.0	59.9	100.0
PERS.NAT.	28.8	63.6	36.8	7.6
SOC.ANON.	35.5	30.6	91.4	87.1
6205	36.2	100.0	32.5	100.0
PERS.NAT.	36.9	44.5	20.9	17.1
SOC.ANON.	40.3	7.2	36.5	71.9
6206	31.1	100.0	34.9	100.0
PERS.NAT.	34.6	60.2	27.6	5.2
SOC.ANON.	24.5	24.9	35.4	91.0
6207	26.8	100.0	14.8	100.0
PERS.NATU.	28.6	87.7	12.2	53.7
SOC.ANON.	12.7	7.5	15.9	34.7
6208	33.1	100.0	41.3	100.0
PERS.NAT.	35.8	60.3	39.5	4.0
SOC.ANON.	27.9	31.2	46.2	82.2

CIIU Y Formas Empres.	COMERCIO MIN < 5 PO		COMERCIO MIN ≥ 5 PO	
	MARG.COM.	PART.E.VTA	MARG.COM.	PART.E.VTA.
6209	37.2	100.0	51.7	100.0
PERS.NAT.	35.9	72.6	30.9	13.8
SOC. ANON.	40.6	16.5	58.2	78.1
<hr/>				
T O T A L	35.4	100.0	36.0	100.0
PERS.NAT.	36.0	82.7	21.1	14.9
SOC.ANON.	33.3	12.1	41.3	75.1

FUENTE: II Censos Nacionales Económicos 1974 Comercio.
Elaboración nuestra.

cimientos fue parecida al país en 1973. Sin embargo esta claró que se ha operado un ligero incremento en las participaciones del nivel minorista y del minorista de 1 a 4 personas ocupadas. Evidenciándose por tanto una tendencia, la mayor dinámica en el crecimiento de los establecimientos minoristas pequeños. La misma que esta cuantificada en la última columna del mismo cuadro.

Este fuerte crecimiento del pequeño comercio e inclusive del grande ^{y del} mayorista, es explicado por limitaciones de la industria nativa para generar empleo y por las migraciones hacia las principales ciudades del país como producto de la depresión de las áreas rurales. Las mismas que en el segundo lustro de la década pasada se acentuarón por la recesión económica y sequías principalmente. A ello esta sumado el hecho de que el comercio no requiere de mucho capital, a veces basta muy poco, ni requiere de conocimientos y habilidad especial.

En el período intercensal de 1963 y 1973 el crecimiento de los establecimientos fué de 72.8%. El promedio anual de crecimiento por consiguiente fué de 7.3%. Según las cifras del cuadro No VI-3, que incluye kioskos y puestos de mercado, al año 1979 se habría crecido 80% respecto de 1973. Lo que implica un crecimiento medio anual de 13.4%, crecimiento que en el período 1976 - 1979 fue 19.2%

Como puede verse esta mayor dinámica en el crecimiento de los establecimientos, que debe ser fundamentalmente de los minoristas pequeños guarda correspondencia con los factores causales señalados. Cabe anotar también que el crecimiento colosal e hipertrofiado observado en las dos décadas pasadas, que dicho sea de paso no es nada ajeno al sector servicios, confirma la tesis de Samir Amir cuando señala

que una de las características básicas de las economías periféricas es el crecimiento hipertrofiado de los servicios.

b. Estructura y Evolución de los Establecimientos Minoristas Pequeños de Propiedad de las Personas Naturales.

El Comercio Minorista es desarrollado por diferentes tipos de empresas algunas de las cuales son: personas naturales, sociedad colectiva, sociedad encomandita, sociedad encomandita de responsabilidad limitada, sociedad anónima, cooperativa estatal. De las señaladas la persona natural, la misma que se define como la empresa de propiedad de una sola persona, quien tiene la iniciativa en el manejo y la dirección de la misma, siendo su responsabilidad ilimitada, representa la abrumadora mayoría tanto en el minorista grande como en el minorista pequeño.

En el cuadro VI-4 se describe las formas empresariales existentes en el año 1973 en ambos estratos del comercio minorista. Allí se constata que la persona natural representa el 97.4 y 36.7% en el minorista pequeño y grande respectivamente. Situación que no debe haber disminuido en los años subsiguientes.

Más bien es de esperarse que haya aumentado por la crisis económica de los años 1975 - 1978. Y particularmente por la recesión de la industria que produce para el mercado interno, que hasta la actualidad no ha logrado superar la recesión.

Esta composición, según formas empresariales a un nivel más desagregado se presenta en el cuadro VI-5. Las características de esta composición a este nivel

CUADRO No VI-2

ESTRUCTURA Y EVOLUCION DE LOS ESTABLECIMIENTOS
COMERCIALES †

ESTRATOS DE COMERCIO	1963		1973		CREC. 73/63
	ESTAB.	%	ESTAB.	%	
Comercio Minorista	3,583	5.8	4,210	3.9	17.4
Comercio Minorista	58,439	94.2	103,010	96.1	76.3
-De la 4 PO	56,076	90.4	99,638	92.9	77.6
-De 5 a más PO	2,363	3.8	3,372	3.2	42.6

FUENTE: Censos Nacionales Económicos 1963 y 1973 (Tomado del "Diagnóstico Preliminar del Sector Comercio"
+ No Incluye Kioskos ni puestos de mercado.

CUADRO No VI-3

ESTRUCTURA DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES SEGUN
CLASIFICACIÓN PERUANA DEL SECTOR †

CPSC	1976	1977	1978	1979
1. Agrop. y Pesq. no indus.	33,601	41,296	48,135	52,941
2. Silvicultura	646	806	926	1,018
3. Manufact. de Cons. Inmed.	103,388	129,003	148,107	162,892
4. Manufact. de Uso Duradero	38,770	48,376	55,540	61,085
5. Insumo Repuestos y Accs.	10,339	12,900	14,811	16,811
6. Bienes de Capital	2,585	3,225	3,703	4,072
7. Otros	1,938	2,419	2,777	3,054
T O T A L	191,268	238,655	273,999	301,351

FUENTE: Registro Comercial, 1980 SEC MICTI
+ Incluyen kioskos y Puestos de Mercados.

CUADRO No VI-4

ESTRUCTURA EMPRESARIAL EN EL COMERCIO MINORISTA

1973

FORMAS EMPRESARIALES	COM MIN < 5 PO		COM MIN ≥ 5 PO		T O T A L	
	Estab.	%	Estab.	%	Estab.	%
Persona Natural	97,015	97.4	1,238	36.7	98,253	95.4
Empresa Estatal	16	n.s	17	0.5	33	n.s
Sociedad Colectiva	210	0.2	52	1.5	262	0.3
Sociedad Anónima	1,650	1.7	1,741	51.7	3,391	3.3
Sociedad en Comandita	13	n.s	7	0.2	20	n.s
Soc. Com. Resp. Ltda.	457	0.5	200	5.9	657	0.6
Cooperativa	162	0.1	64	1.9	226	0.2
Empresa de Otros Tipos	115	0.1	53	1.6	168	0.2
	99,638	100.0	3,372	100.0	1,009	42.7

FUENTE: II Censos Nacionales Económicos 1974 - Comercio

CUADRO No VI-5

NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS POR CIU Y TAMAÑO DE LOS ESTABLECIMIENTOS
SEGUN FORMAS EMPRESARIALES AÑO 1973

FORMA EMPRESARIAL	6201	6202	6203	6204	6205	6206	6207	6208	6209
	Establecimientos con una a cuatro personas ocupadas								
Establecimientos con cinco o más personas ocupadas									
Persona Natural	78,782	1,920	5,349	1,585	1,643	654	908	627	5,547
	146	179	186	87	107	89	192	36	216
Empresa Estatal	7	2	-	-	-	-	2	-	5
	10	2	1	-	-	-	1	-	3
-Sociedad Colectiva	95	6	28	11	17	2	11	4	36
	3	4	8	7	7	7	6	-	10
Sociedad Anónima	193	35	450	273	137	106	24	45	387
	108	61	300	310	157	266	99	55	385
Soc. en Comandita	3	-	-	1	8	-	-	-	1
	-	-	1	3	-	-	1	-	2
Soc. Com. Resp. Ltda	68	4	99	67	45	44	11	15	104
	15	4	30	30	27	32	12	9	41

	6201	6202	6203	6204	6205	6206	6207	6208	6209
	Establecimientos con una a 4 personas ocupadas								
	Establecimientos con cinco o más personas ocupadas								
Cooperativa	107	3	7	7	-	5	10	6	17
	34	-	3	1	-	1	11	11	3
Empresa de Otro tipo	24	3	11	2	2	7	2	1	63
	6	3	8	6	2	1	9	4	14
T O T A L	79,279	1,973	5,944	1,946	1,852	818	968	698	6,160
	322	253	537	444	300	396	331	115	674

FUENTE: II Censos Nacionales Económicos 1974 - Comercio.

es similar al ya señalado y no requiere de más comentario por la elocuencia del cuadro.

Solamente con mantenerse aproximada, aún que sea por debajo de su participación en el año 1973, los establecimientos de personas naturales del comercio minorista pequeño, estarán contribuyendo a fijar márgenes comerciales más altos, en el comercio minorista pequeño y por tanto en el margen comercial global y en el CD respectivo.

Finalmente habiéndose probado los mayores márgenes comerciales de los establecimientos de personas naturales y el peso abrumador de estos establecimientos respecto de las otras formas empresariales conjuntamente con la extraordinaria evolución de los mismos, se considera que la hipótesis esta comprobada es decir se ha probado la relación causal del predominio de dichos establecimientos de escaso nivel tecnológico los elevados costos de distribución, aún que no aparece así en todos los casos entre otros factores por el control y regulación de precios.

C A P I T U L O V I I
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Conclusiones.

- a. Los Costos de Distribución (CD) en la economía peruana en la década recién transcurrida, calculadas principalmente con información del año 1973, representa en promedio el 0.2040 tanto por uno del Valor (en precios de productor) de los bienes nacionales e importados ofertados. El análisis de los CD al nivel de las grandes actividades económicas (grandes divisiones de la CIIU) productoras de bienes - nos muestran que, por encima de dicho promedio está el CD medio de los productos de la Agricultura, Caza, Silvicultura y Pesca (incluye la actividad - pecuaria) y en el extremo opuesto casi con un CD nulo el CD de los productos provenientes de la explotación de Minas y Canteras, mientras que a un nivel intermedio y muy próximo al promedio nacional - el CD del conjunto de las Industrias Manufactureras.

- b. A un nivel intermedio de agregación de actividades económicas (divisiones de la CIIU), contamos que, - los CD de estas actividades se enmarcan apróximadamente en la conclusión general anterior. La diferencia estriba en los CD de industrias específicas que ostentan niveles equiparables al de Agricultura, Caza, Silvicultura y Pesca. Otra constatación a - este nivel de observación es el hecho que al inte - rior de las grandes actividades los CD presentan di - ferencias significativas, como por ejemplo el de A - gricultura 0.2699 y pesca 0.4489.

- c. Un análisis más detallado al nivel de los sectores comprendidos en las Tablas Insumo-Producto de la economía peruana del año 1973 con el objeto de precisar más concretamente los CD de productos homogéneos correspondientes a actividades homogéneas, permite comprobar lo sostenido en a y b. Así mismo descubre mayores diferencias entre los CD sectoriales, los mismos que se pueden agrupar según sus montos en : muy altos, altos, medios y bajos. El primer grupo esta comprendido de mayor a menor CD, por Calzado, Prendas de Vestir, Pesca, Cultivos Permanentes (frutas), Muebles y Têxtilés y el segundo por Bebidas, Cultivos Alimenticios, Madera, Ganadería de carne (carne), productos metálicos, Productos de minerales metálicos y Productos plásticos. Los CD medios aproximadamente de estos grupos son: 0.4500 y 0.3200 respectivamente.
- d. Aún al nivel anterior, es decir sectorial global, - se ocultan diferencias importantes cuando no se consideran los CD según el destino de utilización de los productos, al punto que un agrupamiento de estos semejantes al del punto "C" produciría grupos relativamente diferenciados a los correspondientes de dicho punto. En general los C^u de productos destinados a la demanda final son de mayor magnitud que los de la demanda intermedia. Igualmente entre, los componentes de la demanda final es el consumo privado el que presenta el mayor CD.
- e, Los CD del Consumo privado (CD) merecen atención especial por su impacto directo en la economía familiar y más aún, por los elevados montos que presentan en nuestro país, agravando más la ya deteriorada economía familiar. Los CDCF más elevados sobrepasan el 0.5 tanto por uno. Mención particular requieren los productos de la pesca con 1.8968 y los

Agrícolas alimenticios comercializados (excluye los autoconsumidos en las economías de subsistencia ya que en ellos no interviene la distribución) con CD desde 0.5 a 1 91 tanto por uno, los cuales con sus excesivos CD, manifiestan los graves problemas que en su distribución existen.

- f. Los factores que normal e inevitablemente en las actuales condiciones del desarrollo tecnológico explican los elevados CD, aún que no siempre totalmente son:
- i. La Concentración geográfica de la oferta por un lado y de la demanda por el otro, como en el caso de los productos alimenticios (Agrícolas, pesqueros y manufacturados).
 - ii. El carácter perecedero de los productos, como los agrícolas y pesqueros.
 - iii. La desproporción del peso respecto del valor, tales como la madera aserrada y productos de minerales no metálicos.
 - iv. La selección y preparación requerida por los bienes en la etapa de la distribución, como los productos frágiles manufacturados.
 - v. La desproporción de los gastos en Transporte respecto del valor de los bienes distribuidos, como en el caso de muchos productos agrícolas.
 - vi. El número de agentes comerciales que requieren los bienes para su distribución por ejemplo, los bienes de consumo requieren adicionalmente de la intervención de comerciantes minoristas.

- g. Los elevados excedentes de Explotación (EE) que obtienen, principalmente los mayoristas, son en la mayor parte de los casos la causa más importante en la formación de altos o muy altos CD. El EE medio en el Comercio mayorista es de 80.4% del Valor Agregado (VA), los (EE) más elevados sobrepasan el 85%. Las proporciones ex orbitantes que presentan los EE del Comercio mayorista son evidentes. Esta hipóte - sis queda plenamente confirmada si comparamos di - chos EE con el EE medio manufacturero que representa en el año 1973 solo el 39.4% y más aún si tenemos en cuenta que el VA del comercio mayorista es superior que el VA de manufactura; 80% y 50% respecto del VBP respectivo. En el comercio minorista grande ocurre una situación más moderada, siendo el EE medio de 61.4%.
- h. Los elevados EE comerciales se producen en condicio - nes de oligopolización en las diferentes ramas del - comercio, no tanto como producto de la competencia - desarrolla entre los comerciantes sino más bien por la falta de dicha competencia ya sea con productos - de origen nacional como con importados. Entre otros factores que explican esta situación pueden señalarse el tamaño pequeño de los establecimientos comercia - les y la excesiva protección arancelaria que primó en la década pasada. Conjuntamente con estos la presencia homogénea del capital extranjero, en el - comercio, acentuó más su carácter oligopolico.
- i. En la comercialización de ciertos productos existe - una excesiva intermediación de agentes comerciales, constituyendo canales de comercialización largos innecesariamente. Lo cual significa una irracional utilización de los recursos sociales (materiales, hu - ma os y financieros) para la producción de un mismo servicio, con el agravante de que encarece el CD. Es

te fenómeno se presenta principalmente en la comercialización de los productos agrícolas.

- j. La exclusividad en el Comercio Mayorista por la presencia del "distribuidor exclusivo" es casi inexistente para los grupos de productos planteados en el problema de la presente investigación. Sin embargo este tipo de empresa por su carácter monopólico tiende a encarecer los CD en los escasos casos detectados.
- k. En el caso de los productos alimenticios manufacturados existe excesiva intermediación comercial y exclusividad en el Comercio Mayorista. Estos canales de comercialización por tanto están estructurados de una forma inevitable para encarecer los CD. Sin embargo la mayor parte de dichos productos no ostentan altos CD y no fueron por tanto objeto de la investigación. Lo cual puede estar significando de que ^{en} el nivel del Comercio Mayorista se están produciendo CD excesivos, esta hipótesis está respaldada por el hecho de que sus EE son elevados, lo que implica que en el nivel minorista se estarían generando bajos CD.
- l. Las diferentes formas de infraestructura de la distribución, analizadas en el presente estudio son insuficientes en relación a la oferta de los bienes que lo requieren. En consecuencia tales insuficiencias repercuten sobre los CD, encareciéndolos.

Los productos afectados por esta situación son los productos agrícolas y los manufacturados (alimenticios, de higiene y prendas de vestir) y las principales infraestructuras involucradas; los almacenes, centros de acopio y la red vial.

- m. Un hecho generalizado en el estrato más pequeño del comercio minorista es la predominancia de los establecimientos de escaso nivel tecnológico cuya forma

empresarial más común es la persona natural, los cuales operan con mayores costos (en 6 de los 8 grupos comerciales), producen en consecuencia altos costos de comercialización y encarecen los CD, no solo de los productos planteados en la problemática sino incluso de aquellos productos considerados con CD justos. En el 25% del valor de los bienes comercializados en el nivel minorista se presenta el encarecimiento de los CD originados por este factor.

- n. El mayor costo de Comercialización que presentan dichos establecimientos superan al de sus similares - del Comercio Minorista grande (en 7 de 8 grupos comerciales) e inclusive al de las empresas sociedades anónimas y al del conjunto de establecimientos que comercializan los mismos productos (en 5 de 8 grupos en ambos casos). Todo ello reafirma el impacto encarecedor sobre los CD de tales establecimientos.
- o. El carácter atrasado y dependiente del sector Distribución y más concretamente del sector Comercio queda evidenciado por: la oligopolización en las diferentes ramas comerciales debido a la escasa competencia existente; la existencia de circuitos de comercialización irracionales; el bajo nivel tecnológico principalmente del Comercio Minorista; la insuficiencia de la infraestructura de distribución y la participación hegemónica del capital extranjero mediante empresas extranjeras o participando, asociado con el capital nacional. Además debe considerarse un hecho evidente la vinculación dependiente del sector Comercio al mercado mundial de bienes, puesto tanto los comerciantes-importadores como comerciantes exportadores concretan rentablemente sus actividades por dicha vinculación.
- p. La existencia de elevados CD impacta negativamente, sobre el ahorro de las familias directa o indirecta -

mente. Lo que reviste gravedad en circunstancias que el país logra bajos niveles de ahorro nacional y afronta estructuralmente una considerable brecha de ahorro - inversión, con las consecuencias ya conocidas de que no existen los recursos financieros necesarios para financiar el desarrollo nacional y generar empleos.

- q. Los elevados CD son en un proceso inflacionario , propagadores significativos de la inflación, al reproducir proporcionalmente los incrementos de - precios de producción en sus nuevos CD. Con esta práctica pretenden mantener sus niveles de rentabilidad y protegerse de la inflación.

2. Recomendaciones

- a. Mantener los sistemas de precios controlados y de precios regulados para los productos esenciales en el consumo de la población y en el consumo de las actividades productivas, con el objetivo de tener manejo directa o indirectamente de los respectivos márgenes comerciales.
- b. Prohibición de las "Distribuidoras Exclusivas", la misma que tendría base legal en la Constitución de la República al prohibir los monopolios. (artículo 133)
- c. Constitución de empresas públicas comercializadoras no monopolísticas que intervenga en el mercado en competencia con la empresa privada, siendo uno de sus objetivos contribuir a la formación de márgenes comerciales justos. Experiencia en pequeña escala la proporciona ENCI en relación a papas y frijoles.
- d. Creación de mercados mayoristas en Lima Metropolitana, al tiempo que mejorarían el abastecimiento de productos alimenticios de tipo agrícola permitirían romper la oligopolización y por ende los elevados CD.
- e. Que el organismo central gubernamental correspondiente (hoy Dirección Superior de Comercio - MEFC) determine el tamaño de los canales de comercialización en primer lugar para los productos cuyos precios están sujetos a control y regulación de precios, y en segundo lugar para cada una de las ramas comerciales existentes en el país.
- f. Normar la generación de utilidades comerciales y del transporte. En promedio podría establecerse que el excedente de explotación de estas

actividades no exceda del 50% del valor agregado, cuando se justifiquen elevados EE.

- g. Incrementar la inversión pública en infraestructura de distribución (Centros de Acopio, - Almacenes y Carreteras principalmente) con el objetivo de abastecer o hacer más eficiente el abastecimiento en las regiones consumidoras. - Uno de cuyos efectos sería la reducción de los costos de comercialización y de transporte.
- h. Dentro del mediano plazo, reestructurar la estructura empresarial del sub-sector comercio minorista; en lo jurídico y en el tamaño de las empresas y establecimientos. Promoviendo en primer término la constitución de empresas grandes (supermercados, tal vez hipermercados, etc) y, la constitución o conversión de los pequeños establecimientos particularmente los de formas personas naturales, a cuando menos sociedades colectivas. En relación a esto último uno de los instrumentos de esta política sería la de fijar dimensiones especiales mínimas para el funcionamiento del pequeño comercio.
- i. Mantener los aranceles por debajo de los del año 1973, sin poner crisis a la industria interna, es decir garantizando un nivel razonable de protección y de competencia entre los productos nacionales e importados
- j. No permitir la constitución de empresas comerciales con hegemonía del capital extranjero, - es conveniente que estos participen en un máximo de 30% del capital social pagado.

k. En la aplicación de las recomendaciones comprendidas en los items "a" a "j" es indispensable la intervención activa y permanente del estado, la misma que, para que sea efectiva debe basarse en la planificación económica. Precisamente los elevados CD detectados, se han producido libremente o casi libremente en los mercados por la acción de oferentes y demandantes, en los que si hubo intervención estatal esta fue minoritaria. La explicación de por que los mercados no han contribuido a formar CD justos está en que los mercados no son perfectos, Precisamente en el sector distribución se presenta esta situación ; alta oligopolización de las distintas ramas comerciales.

- l. Reforzar la oficina encargada de los estudios de precios y márgenes comerciales y la Dirección de Comercio Interior. La primera para que cumpla más integralmente su función y la segunda por que se encargaría de un conjunto de estudios económicos de base que se señalan en los siguientes puntos.
- ll. Realizar un diagnóstico integral del sector - distribución teniendo en cuenta los diferentes sub sectores (comercio mayorista, comercio minorista, comercio ambulatorio, transporte de carga empresarial, transporte de carga - independiente, etc) y los principales giros, centrandó la atención en las características de la actividad, magnitud de su producción y costos y vinculación con el sector financiero. Este estudio constituiría una base de importancia para el nuevo estudio de los costos de distribución en nuestra economía.
- m. Iniciar un nuevo cálculo de los CD_1 , que actualice y profundice la investigación que aquí se presenta. Por la amplitud, y carencia de buena parte de información, es conveniente que se constituya un equipo de investigadores para que asuman convenientemente las múltiples tareas - que este estudio plantea.
- n. Participar en la coordinación de usuarios de los resultados de la próxima encuesta de hogares que implementará el Instituto Nacional de Estadística a fin que se garantice información consistente de precios y cantidades útiles para el cálculo de los CD_1 . Esta sería una fuen

te de información extraordinaria ya que se realiza cada cinco años y podría ser de suma importancia.

- o. Establecer coordinaciones con los diferentes organos estadísticos del Sistema Estadístico Nacional con el objeto de que se proporcione continuamente información oportuna y confiable de precios de productor y de comprador en lo posible.
- p. Aplicar la metodología basada en los índices de Paasche implementada en el presente estudio en el cálculo de los CD_i .
- q. Aplicar la metodología señalada en el ítem 6 del capítulo 2 del presente trabajo para medir el valor de la producción del sector distribución y del sector comercio.
- r. Fortalecer los órganos y mecanismos del estado de lucha contra el acaparamiento y especulación que se originan por el desabastecimiento y los ajustes periódicos de precios, los mismos que terminan incrementando los márgenes de comercialización.
- s. Promover la formación de comites de vecinos para la fiscalización de los precios de los productos comercializados en la zona respectiva. - De la misma forma constituir comites de control de los trabajadores en las empresas públicas comerciales para garantizar una buena gestión y - por consiguiente que la empresa logre márgenes comerciales más justos en el mercado correspondiente.

t. Para verificar el cálculo de los CD_i , es conveniente desarrollar el estudio de los gastos en transporte de carga (fletes principalmente terrestres) de los principales productos agrícolas, pesqueros y manufacturados. Estudios similares, a nivel de productos no existen en el país, los existentes son estimados y corresponden globalmente al transporte de carga.

A N E X O

METODOLOGIA DE CALCULO DE LOS FACTORES DE DISTRIBUCION

La implementación de la presente investigación no se hubiera concretado, ni iniciado, de no ser por el cálculo realizado de los costos de distribución de los distintos componentes de la demanda final. El tiempo y trabajo empleado en su cálculo sumado a los de la demanda intermedia fue algo más del 50% de los totales empleados en la investigación hasta el momento de concluir el primer borrador. Por todo ello, esta fase de la investigación tiene una importancia particular y decisiva en el proceso investigador.

La referida fase de investigación tiene dos características básicas, la implementación de una metodología que constituye un aporte del presente trabajo y la utilización de diversas fuentes de información que han dado lugar a un vasto flujo de información.

El período de referencia de los CD es el año 1973. Este año fue elegido por su relativa abundancia de información de precios, especialmente de los censos económicos. Por similar razón, se elaboraron las Tablas Insumo-Producto de la Economía Peruana en dicho año, la misma que constituyó en el presente trabajo fuente de datos y fuente de aspectos metodológicos.

En el Item 1 del presente anexo se detalla la relación completa de los diversos sectores "i" considerados para la medición de los CD y FD, a los cuales se ha hecho referencia ya, de manera genérica o específica a lo largo del trabajo. En el item 2 se complementa la exposición de la metodología de los CD. La metodología básica de los CD fue ya expuesta en el item 9 del capítulo 1. Dentro de los aspectos metodológicos específicos que aquí se abordan están los procedimientos de cálculo, los criterios metodológicos, la conformación y cobertura de las muestras, las fuentes de información priorizadas y las fuentes metodológicas, y la consistenciación de los resultados.

Por las relaciones funcionales que existen entre los CD y FD, los aspectos metodológicos específicos de los CD están referidos al de los FD.

1. Sectorialización de la Economía Peruana

La Sectorialización de la economía, utilizada en el presente trabajo, corresponde a la sectorialización de las TIPs la cual se hizo de acuerdo a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU) revisión No.2. De los 53 sectores que allí se consideran y que figuran en el Cuadro No. A-1, se han tomado los que ostentan CD, es decir los sectores productores de bienes materiales desplazables, los cuales ascienden a 41 sectores.

Dichos sectores corresponden a las actividades : Agricultura, Caza, Silvicultura, Pesca, Minas y Canteras e Industrias Manufactureras, Se excluyen por consiguiente el sector construcción y los sectores de servicios tales como, los servicios que se prestan a las empresas (procesamiento de datos, estudios técnicos y arquitectónicos, etc.) y los servicios personales, sociales y comunales. Igualmente, se excluye de la actividad Agricultura a los "servicios agrícolas" Sector No.6, precisamente por que los servicios no poseen CD.

CUADRO No. A-1

SECTORES DE LA ECONOMIA PERUANA . SEGUN LAS TIP DEL AÑO

1 9 7 3

No. de Sector	Nombre del Sector	Abreviatura	CIU Rev. 2
A. Sectores Productores de Bienes Materiales.			
1	Cultivos Industriales	CULTIND	1110 +
2	Cultivos Alimenticios	CULTALI	1110 +
3	Cultivos Permanentes	CULTPER	1110 +
4	Ganadería de Carne	GANCARN	1110 +
5	Productos derivados de Ganadería	PRODGAN	1110 +
6	Servicios Agrícolas	SERAGRI	1120
7	Silvicultura, Caza y Madera	SICAMAD	1210 - 1220 - 1130
8	Pesca	PESCA	1301 - 1302
9	Producción de Petróleo Crudo	PETRO	2200
10	Extracción de Minerales Metálicos	MIMETAL	2301 -2301
11	Explotación de Minas de Carbón y Extracción de Otros Minerales	MINOMET	2100 - 290
12	Fabricación de Productos Lácteos	PRODLAC	3112
13	Elaboración de Pescados Crustáceos y Otros Productos Marinos	PRODPES	3114
14	Fabricación de Harina de Pescado	HARIPES	3115 +
15	Refinería de Azúcar	AZUCAR	3118
16	Otras Industrias Alimenticias	OTRALI	311 - 3113 - 3115 + 3116 - 3117 - 3119 - 3121
17	Elaboración de alimentos preparados para animales	ALIANI	3122

No. de Sector	Nombre del Sector	Abreviatura	CIU Rev. 2
18	Industria de Bebidas	BEBIDAS	313
19	Industria de Tabaco	TABACO	3140
20	Fabricación de T�xtiles	TEXTIL	321
21	Fabricación de Prendas de Vestir exp. Calzado	ROPA	3220
22	Industria de Cuero y Prod. de Caucho o de Plástico	CUERO	3240
23	Fabricación de Calzado excepto el de caucho o de plástico	CALZADO	3240
24	Industria de Madera y Prod. de Maderas de Corcho exp. Muebles	MADERA	331
25	Fabricación de Muebles y Accesorios Exp. los que son principalmente metálicos	MUEBLES	3320
26	Fabricación de Papel y Prod. de Papel	PAPELES	341
27	Impr. Editor. e Industrias Conexas	IMPRESA	3420
28	Fabricación de Productos Químicos exp. Abonos	QUIMICA	3511 -3512
29	Fabricación de Resinas Sintéticas y Fibras Artificiales	FIBRART	3513
30	Fabricación de otros Productos Químicos	OTRQUIM	352
31	Refinería de Petróleo	REFIPET	3530 - 3540
32	Fabricación de Productos de Caucho	CAUCHO	355
33	Fabricación de Productos Plásticos N.E.P.	PLASTIC	3560
34	Fabricación de Productos Mineros no Metálicos	CEMENTO	3610 - 3620- 369

No. de Sector	Nombre del Sector	Abreviatura	CIIU Rev. 2
35	Industrias Básicas de Hierro y Acero	ACERO	3710
36	Industrias Básicas de Metales no ferrosos	BASNOFE	3720
37	Fabricación de Productos Metálicos exp. Máquina y Equipo	PRODMET	3811-3812- 3813-3819
38	Construcción de Máquinaria no Eléctrica	MAQNOEL	382
39	Construcción de Máq. Eléctrica	MAQUEL	383
40	Construcción de Material de Transporte	MAQTRAN	384
41	Otras Industrias Manufactureras	OTRIMAN	3901-3902- 3903- 3909- 3851 -3852- 3853
42	Industrias Artesanales	ARTESAN	
B. Sectores Productores de Servicios			
43	Elect. Suminis. de Agua y Vapor	ELEAGUA	4101 -4102 4103 -4200
44	Construcción (1)	CONSTRU	5000
45	Comercio	COMERCI	6100 -6200
46	Transp. Almac. y Comunic.	TRANSPO	711 -712- 713 -710- 720
47	Establecimientos Financieros , Seg. Bs. Inm.	BANCOS	8101 -8102- 8200 -8310
48	Comisión Imputada (Fila) Industria Ficticia (Columna)	COMIMP IND.FIC.	
49	Vivienda	VIVEND	8310 +
50	Educación Privada y Pública	EDUCACI	9310

No. de Sector	Nombre del Sector	Abreviatura	CIU Rev.
51	Salud Privada y Pública	SALUD	9331
52	Administración Pública y Defensa	ADMIDEF	9320 -9100 9420 + 9490
53	Servicios Diversos	SERVDIV	63 -8103- 83 -9332- 9350 -939- 92 - 94+ 95 -96

+ Comprende una parte de la CIU.

(1) No corresponde a este grupo el Sector Construcción.

2. Cálculo de los Factores de Distribución

a. Demanda Intermedia

Los $FDDI_i$ se calcularon aplicando los índices Paasche a una muestra de productos de tamaño N , tal como figura en la relación No. 3 (Veáse ítem 9 del capítulo 1). Estas muestras están conformadas por los productos con mayor VC_{ij} , de manera que se obtenga la máxima cobertura posible trabajando con una cantidad operativa de productos. Para ello se fijó un VC_{ij} mínimo aceptable en la muestra.

La determinación de la muestra se logró en dos fases. La primera, consistió en seleccionar todos los productos mayores al VC_{ij} mínimo, con unidad de medida (UM), y que estuvieran bien determinados. Se partió de la relación de principales insumos nacionales registrados en el Censo Económico de Manufactura, que ascendían a más de 3,000 productos insumidos.

La segunda fase, partía de esta primera selección y mantenía en la muestra únicamente los productos con precios de comprador y productor consistentes. Utilizándose para salvar las inconsistencias de precios, PC_{ij} y PP_{ij} alternativos, de las fuentes de segunda prioridad.

Se adoptó como criterio de consistencia que la relación de los PC_{ij} / PP_{ij} principalmente de los productos manufacturados fuera mayor a 1 y menor de 1.5. Esta relación fue más flexible en el caso de los productos agropecuarios y mineros no metálicos.

Las coberturas de las muestras, sin embargo, no se lograron muy buenas, debido a las limitaciones de las fuentes de información estadística. Pocas muestras sobre pasaron el 30% del valor de la DI a PC. Las restantes variaron entre el 10 y 30%. El total de productos que finalmente las conformaron muestras fueron aproximadamente de 400.

Para alcanzar los objetivos de la presente Tesis, los CDDI se han estudiado desde la perspectiva de las filas que proporcionan las TIP. La única excepción a este procedimiento general se produjo en la fase inicial de la formación de las muestras para el cálculo de los FDDI de cada sector. En efecto, la información de precios y cantidades de comprador de diversos insumos importantes (VC_{ij} y PC_{ij}) están dispersos en varios sectores-columna. Así por ejemplo, las llantas de automóviles aparecen como productos insumidos en diversos sectores, cada cual proporcionando información de cantidades y de precios que no coinciden necesariamente. Como la información requerida era la cantidad de llantas de automóviles destinadas a demanda intermedia y el precio promedio correspondiente, en el conjunto de la economía, fue necesario consolidar los valores de las llantas insumidas (VC_{ij}) y las cantidades (Q_{ij}) que se presentan en los diferentes sectores-columnas y luego obtener el precio promedio ($P_i = \frac{\sum_{j=1}^{J_i} VC_{ij}}{\sum_{j=1}^{J_i} Q_{ij}}$).

Respecto de la información utilizada, de los sectores columna, cabe señalar dos cuestiones. Primero los cálculos iniciales se realizaron con información del Censo Económico de Manufactura, la más importante por su cobertura, y con información de diversas fuentes de otros sectores (Petróleo, Minería, Electricidad y Agua y Construcción). No se cubría pues los sectores Agropecuario y los Servicios por no disponer de información, lo cual venía a sumar una nueva limitación, de poca importancia, a las muestras sectoriales. Los primeros cálculos con ellos obtenidos presentaron algunas discrepancias con sus respectivos FD_{ij} que mediante ajustes y consistencias de los FD_{ij} se logró el cálculo definitivo. Esto fue posible en el proceso de elaboración de las TIP. Véase en el punto 4 del presente capítulo.

Segundo. Las informaciones utilizadas corresponden sólo a los de origen nacional. Los insumos importados no convenían considerarse por no contarse con sus "PP". Tomar en vez de ello, los precios CIF implicaba obtener FD distorcionados porque incluiría en el CD de la DI importada, los derechos de importación que con creces sobrepasaría el 50% de dichos CD. Por esta razón y por lo pequeño del componente importado de la DI, se supuso que FD de la DI nacional eran aproximados al $FDDI_i$. Lo que significaba descartar la validez de los FD de la DI importada de las TIP para los fines del presente trabajo.

b. Consumo Privado y Formación Bruta de Capital Fijo

Los $FDCP_i$ y $FDFBK_i$ igualmente se calcularon con la fórmula de los índices de Paasche como se indica en la relación No.5 (Véase ítem 9 del Capítulo 1). Estos cálculos a diferencia de los $FDDI_i$ se realizaron al margen del Proyecto de Elaboración

Tabla Insumo-Producto que implementa el INP. De allí que el trabajo haya sido más manual, personal y laborioso.

Se utilizó como fuentes de información el Censo Económico de Comercio (estrato Comercio minorista con 5 ó más personas ocupadas) y la Encuesta Nacional de Alimentos (ENCA, estrato I de Lima Metropolitana) para las variables VC_{ij} , PC_{ij} , y QC_{ij} . Los PP_{ij} se obtuvieron de los Anuarios (Estadísticas Sectoriales).

Los criterios de selección de los productos para la conformación de las muestras son similares al de las DI. Difiere únicamente en que la relación PC_{ij}/PP_{ij} es mayor de 1.15 y menor de 2.0. Las excepciones son para los productos agropecuarios, pesqueros y ciertos productos industriales tales como la leche, cigarros, azúcar, etc. Para los cuales se hizo flexible los topes máximos y mínimos.

Se partió de una relación de 1172 productos, con destino al CP y FBKF, y de 350 de las fuentes señaladas respectivamente. Finalmente, la muestra alcanzó aproximadamente 220 productos. La cobertura sectorial en general, fue por limitaciones estadísticas; alrededor del 15%. La que fue superada con el análisis cualitativo.

Los PC_{ij} de las fuentes señaladas corresponden a productos nacionales e importados, son en cierto modo un precio promedio de lo correspondiente a ambos tipos de productos. Pero en tanto que en general son mayormente productos nacionales, se ha supuesto que los PC_{ij} son de productos nacionales. Consecuencia de este supuesto y del hecho de que no existe información en valores de productor de las importaciones, se adoptó el supuesto que los CD resultantes de los productos nacionales son aproximadas a los CD de los productos nacionales e importados del CP y de la FBKF.

Es necesario señalar que este supuesto es válido en la década pasada dada las restricciones a las importaciones que limitaba el flujo de las importaciones e inclusive de los márgenes comerciales de los importadores.

Mención especial requiere aquí el tratamiento de los CD de los productos que son objeto de comercialización y autoconsumo en las áreas urbanas y rurales respectivamente. (Autoconsumo lo que los productores destinan a su propio consumo). El FD de este último es la unidad. Y los coeficientes de ponderación, la proporción de las cantidades consumidas de tales productos en las áreas urbanas y rurales. (Véase Cuadro No. II-A).

Por otro lado, un supuesto importante respecto de los FDFBK_F, inicialmente calculados con la información muestral, es su grado de aplicabilidad al respectivo FBK_F. Este supuesto se plantea en tanto que todos los bienes destinados a FBK_F no pasan por los establecimientos comerciales. Ciertas transacciones son del fabricante al fabricante. Es el caso de las máquinas y equipo, en el que el CD puede ser nulo o simplemente equivalente al MT.

El grado de aplicabilidad (porcentual) se estimó por un lado en base a una encuesta sobre márgenes de distribución de maquinaria y equipo, que implementó el Instituto Nacional de Planificación para los años 1965-1968 y por el otro, en base a los criterios de técnicos del Instituto Nacional de Planificación, Instituto Nacional de Estadística y el Banco Central de Reserva del Perú, cuyos trabajos estaban relacionados con la FBK_F. Para los productos que se transan directamente se asumió un CD de cero, ya que los MT que hubieran no representan cifras significativas.

c. Variación de Existencia

Este FD_i se calculó como promedio ponderado de los FD estimados para cada uno de los grupos de productos que componen la VE sectorial.

Los grupos que componen la VE son

- a. Los productos de la empresa (terminados y en proceso);
- b. Productos no de la empresa (materias primas, combustibles y lubricantes, repuestos y envases y empaques).
- c. Mercaderías en poder de los establecimientos comerciales.

Para el cálculo de la VE_i , el tercer grupo señalado se redistribuyó entre productos para DI es decir en cualquiera de las formas de VE del grupo "b" y en productos para el consumo privado. Por lo anterior, en el cálculo propiamente dicho, el grupo referido estuvo constituido únicamente por productos de consumo privado.

A los grupos señalados, se le estimó un FD , en base a la información existente para el DI_i y CP_i , aplicando la fórmula de Paasche. Luego ponderando cada uno por su peso en la VEN , como se indica a continuación, se obtuvo el $FDVE_i$.

$$FD VE_i = FDGA \times WGA + FDGB \times WGB + FDGC \times WGC$$

Donde :

GA, GB, GC son los grupos de productos señalados de la VE_i .

$$FDGA = FD PT_i \times WPT_i + FDPP_i \times WPP_i = 1$$

$$FDGB = FDMP_i \times WMP_i + FDCL_i \times WCL_i + FDR_i \times WR_i + FDEE_i \times WEE_i$$

$$FDGC_i = FDCP_i$$

Mejorar dichos cálculos resulta casi un imposible por la escasa información disponible. Más aún, afrontar dicha tarea no tenía mayor trascendencia, por la escasa importancia que tiene en la DF (en general, aproximadamente es menos del 5%).

d. Exportaciones

Estos FD se calculan con los Índices Paasche tal como se señala en la relación No. 5 (Véase ítem 9 del Capítulo 1). Los VC_{ij} , PC_{ij} y QC_{ij} , en este caso, representan los valores y precios FOB, y la cantidad exportada respectivamente. La fuente de información de estas variables está constituida por la Estadística de Comercio Exterior 1973.

Estos FD se tomaron de las TIP del año 1973 elaboradas por el INP. Al igual en el cálculo de los FD de la DI y CP se utilizaron los mismos criterios de selección para la formación de las muestras. Con excepción del criterio "mayor VC_{ij} ", pues se trató en principio de trabajar con todo el universo por no ser tan grande el número de productos exportados.

Para los sectores que no se pudo calcular su respectivo FD por no disponerse de los correspondientes PP, se utilizó información directa de las empresas como en el caso de los sectores Minerales Metálicos y Harina y Aceite de Pescado. Y para los sectores en que esta alternativa no fue viable se le asignaron FD promedios.

Las coberturas de estas muestras en relación al valor FOB de las exportaciones varía marcadamente desde menos de 10% a más de 94%. Las muestras estuvieron integradas por 200 productos.

Finalmente, ciertos sectores hicieron ajustes a los FDE_i inicialmente calculados, por que algunos productos no incluidos en la muestra tenían FD igual a 1 (CD nulos). El ajuste consistía en suponer en base a información referencial el "grado de aplicabilidad" del FDE muestral en el valor de exportación sectorial, este procedimiento es similar al descrito para la FBKF. (Véase ítem 2b del presente Anexo).

3. Principales Fuentes de Información y de Aspectos Metodológicos

a. Fuentes de Información

Las fuentes de información para los VC_{ij} , PC_{ij} y QC_{ij} y su prioridad fueron :

- II Censos Económicos Nacionales de Manufactura. (Capítulos de Materias Primas, Combustibles y Lubricantes, Envases y Empaques y Repuestos). Primera Prioridad.
- Información estadística de Empresas. Primera Prioridad.
- II Censo Económicos Nacionales de Comercio (Estratos Comercio al por mayor y Comercio al por menor con 5 ó más personas ocupadas. Capítulos Principales giros). Segunda y Primera prioridad respectivamente.
- Encuesta Nacional de Consumo de Alimentos (ENCA), primera prioridad.

Las fuentes de información para las variables VP_{ij} y PP_{ij} fueron:

- Estadística Industrial 1972 y 1973, primera prioridad.

- Estadística Agropecuaria, 1972 y 1973. Primera Prioridad.
- II Censos Económicos Nacionales Manufactura. Segunda Prioridad.
- Estadística Pesquera, 1972 y 1973. Primera Prioridad.
- Estadística Minera, 1973. Primera Prioridad.
- Estadística Petrolera, 1973. Segunda Prioridad.
- Información Estadística, contable y Presupuesto de la Empresa Petróleos del Perú (PETRO-PERU), 1973. Primera Prioridad.

Otras Fuentes de Información fueron :

- Las TIP de la economía peruana del año 1969 y 1973.
- Las Resoluciones Ministeriales No. 094-77-CO/CI y No. 279-80-ICTI-CO/CI, sobre márgenes comerciales.

b. Fuentes Metodológicas

- Introducción al Estudio de los Flujos Económicos, Víctor Palomino.
- Un Sistema de Cuentas Nacionales, Naciones Unidas.
- Modelos Inter-Industriales de la Economía Peruana, Tabla Insumo-Producto 1968, INP.
- Los Costos de Distribución en España, 1970, IRESKO- I-INVECTIVA.

c. Limitaciones de las Fuentes de Información

Las limitaciones más importantes fueron :

- Relativa suficiencia de información consistente sobre PC, QC y VC en los sectores Manufactureros y escasa en

otros como en los Agropecuarios y Servicios, los cuales se subsanaron con información de Segunda Prioridad, precisos criterios de selección y, la consistencia de resultados.

- PP_{ij} y PC_{ij} no comparables por corresponder a Unidades de Medida (UM) diferentes. Se desecharon tales datos, pero si eran importantes se utilizaban otras fuentes.
- Los PC, QC y VC de los Censos de Comercio corresponden a productos nacionales e importados, no están separados. Los supuestos adoptados figuran en ítem 2b del presente Anexo.

4. Consistencia de los Factores de Distribución

La consistencia de los FD se hizo a dos niveles :

Primero a nivel de los FDDI, y segundo a nivel del CD total monetario de la economía.

El primero consistía en evaluar la consistencia entre los $FDDI_i$ y los $FDDI_{ij}$ correspondiente a las transacciones más importantes de la DI_i . Esto era factible al calcular un FD promedio (FD_{ir}) para el resto de transacciones de menos importancia que no ostentaban $FDDI_{ij}$.

Mediante la siguiente relación :

$$FD_{ir} = \frac{DIPC_i - \sum_{j=1}^n DIPC_{ij}}{DIPP_i - \sum_{j=1}^n DIPP_{ij}}$$

Donde :

$FDDI_i$ - Factor de distribución de la demanda intermedia del sector "i".

- FDD_{ij} - Factor de distribución de la demanda intermedia del casillero "j" del sector-fila "i", correspondiente a las transacciones más importantes.
- FDir - Factor de distribución promedio de las transacciones "j" menos importantes del sector-fila i.
- DIPC_i - DI del sector valorada a precios de comprador.
- DIPP_i - DI del sector valorada a precios de productor.
- DIPC_{ij} - DI del casillero "j" del sector-fila "i" valorado a precios de comprador.
- DIPP_{ij} - DI del casillero "j" del sector-fila "i" valorada a precios de productor.
- N Número de casilleros importantes que ostentan FDD_{ij}.

El criterio de consistencia era de que los FD_{ir} obtenidos debían ser aproximados al $FDDI_i$ o menores de 1.5. Este criterio era básico en tanto el FD_{ir} es altamente sensible a las mínimas variaciones del $FDDI_{ir}$. Cualquiera discrepancia a veces mínima podría arrojar FD_{ir} negativos, menores de uno o mucho mayores de 1.5 tales como p.e. 2.3, 48, 121 ó más, como efectivamente se produjeron, los cuales indicaban la existencia de FD sesgados.

Una segunda forma dentro de este nivel de consistencia es evaluar los resultados en las Tablas en valores de productor. Cualquier inconsistencia en esta tabla habría la posibilidad de que estaba en parte o totalmente originada por posibles errores en los cálculos de los $FDDI$ o $FDDI_{ij}$, pese a la consistencia que ellos presentaban.

El segundo nivel de consistencia considera que la agregación de todos los CD. (en unidades monetarias) debía ser igual a la DT del sector Distribución, la cual está comprendida en la DT del sector Comercio de las TIP's del año 1973. Es decir que

$\sum_{i=1}^n$ CD. = DT de los servicios comerciales + la mayor parte del VBP del transporte de carga = DT de Comercio que aparece en TIP's del año 1973 - los derechos de importación.

La comprobación cuantitativa de la misma en el anexo estadístico Cuadro No. A-2.

BIBLIOGRAFIA

- Amin, Samir
- Ministerio de Comercio
- Instituto Nacional de Planificación
- La Acumulación en Escala Mundial, Edit. Siglo XXI, 1975.
 - Diagnósticos Preliminar de Comercio Interior, OSP, Lima, Diciembre 1977.
 - Informe Final sobre el Proyecto Asesoramiento para la Elaboración de una Metodología para el Establecimiento de Márgenes de Comercialización, DGCI, Lima, Setiembre 1976.
 - Modelos Interindustriales de la Economía Peruana Tabla Insumo-Producto 1968, Lima, 1972.
 - Relaciones Interindustriales de la Economía Peruana Tabla Insumo-Producto 1969. Lima, 1973.
 - Tablas Insumo-Producto de la Economía Peruana - Año 1973. Lima, Julio 1980.
 - Estructura de Consumo de Alimentos a 1990, Informe No 82-77/INP-APE-UPI

- Documentos de Trabajo del Proyecto Tablas Insumo - Producto para la Economía Peruana : Año 1973.
 - . Sector Comercio
 - . Aspectos Metodológicos del Sector Comercio
 - . Sector Transporte Almacenamiento y Comunicaciones
 - . Aspectos Metodológicos del Sector Transporte - Almacenamiento y Comunicaciones.
- Sistemas, Listados Productos y Precios Concernientes al Sector Alimentación, Mimeo.
Lima, s/f.

Instituto Nacional de Estadística
(antes ONE)

Cuentas Nacionales del Perú 1950-1978,
Lima, Mayo 1979.

Documentos de los II Censos Nacionales Económicos 1974. Comercio.

- Manual de Conceptos y Definiciones del Censo de Comercio.

Manual de Conceptos y Definiciones del Censo de Comercio

- . Manual del Empadronador
- . Cédulas del Censo de Comercio.

Metodología del Índice de Precios del Mayorista, Dirección de Planificación Estadística, Documento para discusión, Noviembre 1975.

Ministerio Industria, Comercio, Turismo e Integración.

- Comercio
 - Resolución Ministerial No 094-77-CO/CI, Lima, Febrero 1977 (sobre márgenes comerciales).
 - Resolución Ministerial No 279-80-ICTI-CO/CI, Lima, Abril 1980 (sobre márgenes comerciales)
- Naciones Unidas
 - Un Sistema de Cuentas Nacionales, Nueva York, 1970 (Serie F No 2, Rev. 3).
 - Problemas y Análisis de las Tablas Insumo - Producto, Nueva York, 1974 (Serie, F No 14, Rev.1)
- Organización de los Estados Americanos
 - Índice de la Clasificación Industrial Internacional - Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU), Washington, 1976.
- Palomino Chincay, Victor
 - Introducción al Estudio de Flujos Económicos, Mimeo, Lima, s/f.

- Alcaide Guindo, Julio,
- "Los Costos de Distribución en España" en Información Comercial Española, Ministerio de Comercio, No 510 Madrid 1976.
- Triolaire, Guy
- Costos de Distribución y Formación de los Precios 1ra. Edición en Español, Barcelona.

ANEXO No 3

FUENTES BASICAS DE INFORMACION

Instituto Nacional de
Estadística.
(antes ONE)

- Cuentas Nacionales del Perú
1950 - 1978,
Lima Mayo 1979.
- II Censos Económicos Nacio-
nales Año 1974. (Referido -
al año 1973):
 - . Comercio (Mayorista y Mi-
norista grande)
 - . Kioskos y Puestos de mer-
cado
 - . Cuadros Suplementarios -
del Censo de Comercio.
 - . Cuadros Suplementarios -
del Censo de Manufactura
- I Censo de Vendedores Ambu-
lantes. Lima Metropolitana
Año 1976.
- Índice de Precios al Consu-
midor, Lima Metropolitana .
Base año 1973. Año 1976.

Instituto Nacional de
Planificación

- Tablas Insumo-Producto de
la Economía Peruana Año
1973, Lima, Julio 1980.

Ministerio de Agricul-
tura.

- Encuesta Nacional de Consu-
mo de Alimentos (ENCA). Li
ma Metropolitana, Lima, Mar
zo 1974.

- Ministerio de Alimentación**
- Estadística Agropecuaria 1972, Lima.
 - Estadística Agropecuaria 1973, Lima.
- Ministerio de Energía y Minas.**
- Anuario de Minería del Perú Año 1973. Lima.
- Ministerio de Industria y Turismo**
- Estadística Industrial - 1972, Lima.
 - Estadística Industrial - 1973, Lima.
- Ministerio de Industria Turismo e Integración.**
- Oficina de Racionalización Informática y Estadística de Comercio
 - Encuesta Anual de Comercio Mayorista Lima Metropolitana - Año 1976 - Lima, Enero 1978
- Ministerio de Pesquería**
- Anuario Estadístico Pesquero Año 1972.
 - Anuario Estadístico Pesquero Año 1973.
- Petroleos del Perú (PETRO-PERU)**
- Boletín Estadístico 1970 1974.
 - Estados Financieros Año 1973.
 - Presupuestos Operativos Ejecutados 1973.

A N E X O N o . 4

C U Á D R O S E S T A D I S T I C O S

CUADRO 01

CUADRO 02

CUADRO 03

CUADRO 04

C U A D R O No AE - 2

LOS COSTOS DE DISTRIBUCION DE LA ECONOMIA

PERUANA AÑO - 1973

(En Millones de Soles)

Sector	CD _i de Productos Nacionales	Sector	CD _i de Productos Nacionales
1	479.47	22	444.27
2	8 486.48	23	1 197.28
3	2 410.75	24	860.54
4	3 822.98	25	873.69
5	1 648.26	26	1 313.61
6	- -	27	966.30
7	713.17	28	488.82
8	1 763.73	29	303.74
9	- -	30	2 232.56
10	319.67	31	1 092.33
11	469.04	32	431.96
12	562.47	33	1 071.30
13	262.79	34	2 018.21
14	195.19	35	854.54
15	520.97	36	656.60
16	4 489.39	37	2 363.22
17	325.55	38	963.07
18	3 841.76	39	1 338.98
19	58.49	40	1 507.06
20	9 871.08	41	798.41
21	2 037.08	42	2 762.26
		- CD de Import.	10 422.8
		- Total CD	77 657.78
		- CD TOTAL-TIP	74 404.00
		- CD TOTAL CON AJUSTE NUESTRO	75 404.00
		- Error	2 253.78
		- Porcentaje - de error	2.9%

FUENTE: Los Costos de Distribución del Cuadro No II-I y Tablas Insumo Producto de la Economía Peruana año 1973.

ELABORACION Nuestra.

CUADRO 05

CUADRO 06

C U A D R O No AE - 5

CONCENTRACION DEL VBP DEL COMERCIO AL POR MAYOR
SEGUN GRUPO CIIU

CIIU	DESCRIPCION	TOTAL ESTAB.	ESTAB. Q. CONCENTRAN ACTIVIDAD.		
			CANTID.	% CANT.	% VBP EN CIIU
6101	Materias Primas Agr.	262	5	1.91	77.17
6102	Min. Met. Prod. Quím.	191	6	3.12	55.63
6103	Mad. Mat. Const.	137	4	2.92	32.30
6104	Maq. Mat. P. Ind.	276	6	2.17	41.42
6105	Art. Ferret. y Elect.	217	7	3.23	50.77
6106	Muebles y Acc. P. Hog.	25	1	4.00	27.67
6107	Text y Prendas Vestir	368	10	2.72	30.84
6108	Alim. Beb. y Tab.	2,234	10	0.45	41.37
6109	Comercio Mayor Nep	500	8	1.6	46.20

FUENTE : II Censos Nacionales Económicos 1974. Comercio

ELABORACION : Nuestra

C U A D R O No AE - 6

CONCENTRACION DEL VBP DEL COMERCIO MINORISTA
CON 5 ó MAS PERSONAS OCUPADAS SEGUN GRUPO CIIU

CIIU	DESCRIPCION	TOTAL CIIU	ESTAB. Q. CONCENTRAN ACTIVIDAD.		
			CANT.	% CANT.	% VBP EN CIIU
6201	Abaceria	322	7	2.17	20.71
6202	Farmacia	353	5	1.42	13.09
6203	Text. Vest. y Calz.	537	5	0.93	26.85
6204	Muebles y Acc. P.Hogar	444	7	1.58	27.77
6205	Ferreterías	300	6	2.00	23.67
6206	Autom. y Motocicletas	396	8	2.02	19.60
6207	Estac. de Gasolina	331	9	2.72	19.40
6208	Almacen y Bazares	115	7	6.09	58.21
6209	Comercio Menor Nep.	674	9	1.34	22.51

FUENTE · II Censos Nacionales Económicos 1974. Comercio
ELABORACION : Nuestra

CUADRO 07

CUADRO 08

CUADRO 09

CUADRO 10

CUADRO 11

CUADRO No AE - 9
 VINCULACION DEL CAPITAL EXTRANJERO CON LAS
 PRINCIPALES EMPRESAS COMERCIALES

No	RAZON SOCIAL Y GRUPO CIIU	RELACION CON EL CAPITAL EXTRANJERO	ORDEN DE IMPORTANCIA EN EL GRUPO
	6101 Materias Primas Agrícolas		
1	La Fabril S.A.	Extranjera	1°
2	Calixto Mostert S.A	Part.Cap.Ext.	2°
3	H. Molsen and Co. S.A	Extranjera	14°
	6102 Minerales Metales Prod.Químicos		
4	Gulf del Perú S.A	Extranjera	2°
5	Mauricio Mochschila & S.A	Extranjera	4°
6	Hoeschst Peruana S.A	Extranjera	5°
7	Distribuidora Citeco S.A	Extranjera	7°
8	Bayer Químicas Unidas S.A	Extranjera	10°
9	Dow Química Peruana S.A	Extranjera	11°

No	RAZON SOCIAL Y GRUPO CIIU	RELACION CON EL CAPITAL - EXTRANJERO	ORDEN DE IMPOR- TANCIA EN EL GRUPO
	6104 Maq.Material para Industrias Comercio y Vehículos		
10	Enrique Ferreyros & Cía. S.A	Part.Cap.Ext.	1 ^o
11	Cía. Good Year del Perú S.A	Extranjera	2 ^o
12	Volvo Distribuidora S.A	Extranjera	3 ^o
13	Mit Sui del Perú S.A	Extranjera	5 ^o
14	Cía. Sudamericana SKF S.A	Extranjera	8 ^o
15	Fiat Perú S.A	Extranjera	9 ^o
16	Sperry Rand Peruana S.A	Extranjera	11 ^o
	6105 Artículos de Ferretería y Eléctricos		
17	Philips Peruana S.A	Extranjera	1 ^o
18	Matsushita Electric del Perú	Extranjera	3 ^o
	6107 Géneros Textiles y Prendas de Vestir		
19	Lanificio del Perú S.A	Part.Cap.Ext.	3 ^o

No	RAZON SOCIAL Y GRUPO CIIU	RELACION CON EL CAPITAL - EXTRANJERO	ORDEN DE IMPOR- TANCIA EN EL GRUPO
	6108 Alimentos, Bebidas y Tabaco		
20	Cía. Peruana de Alimentos S.A PERULAC	Extranjero	2 ^o
21	G.W. Yichang & Cía S.A	Part.Cap.Ext.	4 ^o
22	Coca Cola Interamericana Co.	Extranjera	6 ^o
23	La Fabril S.A	Extranjera	17 ^o
	6109 Comercio por Mayor NEP		
24	Richard O. Custer S.A	Part.Cap.Ext.	2 ^o
25	Kodak Peruana Ltda.	Extranjera	6 ^o
26	Merck Peruana S.A	Extranjera	12 ^o
27	Cynamid Peruana S.A	Extranjera	13 ^o
28	Cía Nacional Relojera S.A	Part.Cap.Ext.	16 ^o
29	C. Itoh Co. Ltda.	Extranjera	18 ^o
	6201 Abacerías		
30	Monterrey S.A	Extranjera	1 ^o
31	Monterrey S.A (Otro Extab.)	Extranjera	4 ^o

No	RAZON SOCIAL Y GRUPO CIIU	RELACION CON EL CAPITAL - EXTRANJERO	ORDEN DE IMPOSICION EN EL GRUPO
32	6203 Textiles, Vestidos y Calzado Sears Peruana del Perú S.A	Extranjera	2°
33	6204 Muebles y Accesorios para el Hogar. Singer Peruana S.A	Part.Cap.Ext.	2°
34	Internacional Machinery Co. S.A	Part.Cap.Ext.	4°
35	Distribuidora Electrolux S.A	Extranjera	7°
36	6205 Ferreterías Gramil Comercial S.A	Extranjera	1°
37	6206 Automóviles y Motocicletas Automotores San Jorge S.A	Extranjera	2°
38	6208 Almacenes y Bazares Sears Roebuck del Perú S.A	Extranjera	2°
39	Tiendas Ind.Asociadas S.A (Tía S.A)	Extranjera	5°

Nº	RAZON SOCIAL Y GRUPO CIIU	RELACION CON EL CAPITAL - EXTRANJERO	ORDEN DE IMPORTANCIA EN EL GRUPO
	6209 Comercio por Mayor NEP		
40	Grolier del Perú S.A	Extranjera	4º
41	NCR del Perú S.A	Extranjera	5º
42	Atlas Copco Peruana S.A	Extranjera	6º
43	Ascensores Schindler del Perú S.A	Extranjera	8º
44	Impex S.A	Extranjera	9º

FUENTES : II CENSOS NACIONALES ECONOMICOS 1974 - COMERCIO , INE
- Estructuras de Producción y Capital Industrial , INP 1975.
- Diagnóstico Preliminar del Comercio Interior , OSP . 1977.

ELABORACION : NUESTRA.

CUADRO 12

CUADRO 13

CUADRO 14