

CONSUMO ILÍCITO DE CIGARRILLOS EN EL PERÚ¹

Informe del Componente Cualitativo

Resumen

Este estudio busca aportar evidencia acerca del consumo ilícito de cigarrillos en el Perú. No sólo tenemos que se consumen cigarrillos que no cumplen con las advertencias sanitarias ni pagan los impuestos correspondientes, sino que también es preocupantemente alto el porcentaje de fumadores que consumen cigarrillos sueltos. En parte esto último está vinculado con la cadena de comercialización de cigarrillos por vendedores minoristas y mayoristas, que juegan un rol en el menudeo de la compra y venta de cigarrillos, no siempre de procedencia legal. En este documento particular, se exploran los mecanismos detrás de este menudeo, muchas veces vinculados al comercio informal de subsistencia en Lima, Arequipa y Piura.

“No todas las ventas de cigarrillos son legales, pero de algo hay que vivir”
Vendedor Ambulante Minorista – Piura

“No todo es legal. Se vende bastante contrabando hay en el mercado Silver Elephant, Golden Beach, Caribe, Rave, que son más baratos y el público lo adquiere por su bajo costo sin interesarles la calidad”.
Vendedor Mayorista - Piura

Julio 2020

¹ Documento preparado por Martín Valdivia (jvaldivi@grade.org.pe) y María Cristina Gutiérrez (m.gutierrezc@up.edu.pe). Los autores agradecen el financiamiento de la American Cancer Society (ACS) a través del Acuerdo # 57707.

Contenido

Introducción	3
Metodología: Entrevistas a la cadena comercializadora, de mayoristas a minoristas	5
Aproximación cualitativa.....	5
Diseño de las Herramientas	6
Capacitación	7
Comerciantes involucrados en el seguimiento cualitativo	7
Análisis de la información	8
Resultados	8
1. Los inicios, el tiempo y la dedicación en el rubro de la venta de cigarrillos	9
2. Las marcas de cigarrillos.....	11
2.1 En Mayoristas	11
2.2 En Minoristas.....	12
3. El abastecimiento de cigarrillos y sus condiciones.....	14
3.1 En Mayoristas	14
3.2 En Minoristas.....	15
4. La inversión, las ganancias y las preferencias en la modalidad de ventas de cigarrillos	17
4.1 En Mayoristas	18
4.2 En Minoristas.....	20
5. Conocimiento e Interacción en y con la red de proveedores	22
5.1 En Mayoristas	23
5.2 En Minoristas.....	25
6. Percepciones sobre la ilegalidad en el comercio de cigarrillos en el Perú.....	27
6.1 En Mayoristas	27
6.2 En Minoristas.....	28
Conclusiones	31
Referencias.....	34
Anexos: Formatos de Entrevistas.....	36

Introducción

Con el fin de erradicar el consumo del tabaco a nivel global, diversas son las tácticas diseminadas por los organismos internacionales para contrarrestarlo. El Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco (CMCT OMS), dispone entre sus múltiples recomendaciones reducir la demanda del tabaco a través de medidas fiscales, como el alza de impuestos, así como reducir el suministro ilícito, como el contrabando y la fabricación y falsificación ilícita (OMS, 2003). En esa línea, desde el 2003, los Estados Miembros han venido implementado parcial o totalmente estas recomendaciones. Sin embargo, la Industria Tabacalera ha venido interfiriendo con estas medidas de control, a través de un lobby político para bloquear, modificar o demorar las legislaciones correspondientes (WHO, 2008). Siendo uno de sus principales argumentos que el incremento de impuestos es socialmente regresivo, injusto y conduce a mayores niveles de comercio ilícito e impactos económicamente negativos para los Estados (Smith, Savell y Gilmore, 2012). En ese sentido, se ha evidenciado que los cálculos del consumo ilícito de cigarrillos, realizados en gran parte por la Industria Tabacalera, están sobreestimando la magnitud del problema, impidiendo avanzar en las acciones de control de tabaco (Stoklosa y Ross, 2013; Blecher, 2010).

Recientemente, en América Latina se está construyendo evidencia empírica en Chile (Paraje y Araya, 2017), México (Sáenz de Miera y Reynales, 2019) y Colombia (Llorente y Maldonado, 2018) para contrarrestar los argumentos de la Industria Tabacalera que ponen de manifiesto una sobreestimación del contrabando de tabaco. Asimismo, estos estudios buscan evidenciar a los hacedores de política, cuál es la relación real entre el alza de impuestos al tabaco como medida preventiva y el aumento de contrabando y consumo ilícito del mismo. En ambos casos, a través de una estimación del valor real del mercado ilícito de tabaco.

En la misma línea, la presente propuesta de investigación busca en el caso del Perú sincerar esta relación. Si bien el Perú firmó en el 2004 su compromiso con el CMCT, es recién a partir del 2016 que se ejerce una fuerte legislación concerniente al alza de impuestos hacia los cigarrillos y hacia la colocación de advertencias sanitarias en las cajetillas de los mismos (Euromonitor, 2018). En ese sentido, desde el 2016, se ha venido incrementando fuertemente el Impuesto Selectivo al Consumo, trayendo como consecuencia especulaciones por parte de los portavoces de la Industria Tabacalera. Tras la última alza, en el 2018, la Sociedad Nacional de Industrias, así como la Asociación de Bodegueros, mostraron su descontento ante la medida, argumentado que a raíz de la reciente alza se estima que un 20 % de los cigarrillos consumidos en el Perú serán de procedencia ilícita (Gestión, 2018).

Cabe resaltar que en el Perú se realizan encuestas nacionales (DEVIDA, 2012;2014) para estimar los patrones de consumos del tabaco en fumadores de la capital, no obstante, estas no apuntan a indagar sobre el contrabando o consumo ilícito, por lo que, a la fecha, no se cuenta con información disponible actualizada para contrarrestar los argumentos de la Industria Tabacalera.

Es necesario esclarecer previamente el concepto de ilicitud, con miras a comprender este fenómeno. En el Perú, existe actualmente una Normativa Gráfica del Ministerio de Salud que regula los requerimientos oficiales para la comercialización de las cajetillas de cigarrillos y de otros productos elaborados con tabaco. La primera normativa data del 2011 (RM N° 469-2011/MINSA), y es aquella que se ha empleado para el presente estudio, ya que la segunda normativa recién entro en vigor en el año 2019 (RM N° 654-2019/MINSA), momento en el que

el recojo de información del estudio al que corresponde este informe ya había sido realizado (Ministerio de Salud; 2011; 2019).

La normativa gráfica RM469-2011/MINSA establece que las cajetillas de cigarrillos en el Perú deben seguir los requerimientos que se presentan a continuación:

- Los textos deben estar escritos en una familia tipográfica indicada (Arial Regular y Arial Bold) en mayúsculas.
- La información de componentes cancerígenos “El humo del tabaco contiene más de 4,000 sustancias tóxicas, de las cuales 50 producen cáncer. Entre ellas se encuentran el arsénico, fósforo, cianuro y amoníaco.”
- La Información de La frase preventiva “Prohibida la venta a menores de 18 años”
- Las Advertencias sanitarias (texto y fotografía) deben figurar en ambas caras de la cajetilla.
- El área de la advertencia sanitaria debe cubrir el 50% de cada cara.
- Además, la norma específica la siguiente información: Ejemplos de textos de advertencias sanitarias para cajetillas y envolturas (tipo de letra, tamaño e interlineado), Colores, resolución y otras características para la impresión de las imágenes de advertencia

En ese sentido, todas las cajetillas que no cumplen con la respectiva Normativa Gráfica son consideradas de procedencia ilícita. Asimismo, también se consideran ilícitas: i) las ventas de cigarrillos sueltos (Ley N°28705), en empaques de menos de 5 unidades, y ii) todas las marcas de cajetillas de cigarrillos que no cuentan con las licencias de importación requeridas por la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) para el año en cuestión, y que violan cualquiera de las disposiciones contenidas en la ley. Puntualmente, para el año 2019 las únicas marcas de cigarrillos que tienen registros aduaneros en la SUNAT son las siguientes: Caribe, Hamilton, Inca, Lucky Strike, Marlboro, Modern, Nacional, Pall Mall, Premier, Shuang Xi, Winston, Kent, Liqun, L&M, Double, y Pall Mall cigarrito (ADEX, 2019).

Definidos los marcos de la concepción de ilicitud, el presente estudio de investigación cualitativa buscará responder la siguiente interrogante: **¿Cuáles son los mecanismos de compra y venta de cigarrillos de ilícitos por vendedores ambulantes mayoristas y minoristas?** Cabe mencionarse que esta investigación forma parte de un estudio más amplio que aborda otras interrogantes como: ¿Qué porcentaje de cigarrillos en el Perú son ilícitos, y en específico en las ciudades de Lima, Arequipa y Piura, por estar situadas en los corredores de los mercados fronterizos? ¿Cuáles son los hábitos y patrones de consumos de los fumadores respecto a los cigarrillos ilícitos? y ¿Qué rol juegan los puntos de venta informales en la venta de cigarrillos ilícitos en Lima?

Frente a dichas interrogantes, y tomando en consideración que la medición de actividades ilícitas es compleja (National Research Council and Institute of Medicine, 2015), este estudio buscó abordar una medición con enfoque directo, donde los principales objetivos de la investigación fueron los siguientes:

- Estimar, a nivel de las centralidades de Lima, Piura y Arequipa, el consumo ilícito de cigarrillos en fumadores a través de una encuesta.
- Estimar a nivel de las centralidades de Lima, Piura y Arequipa, el consumo ilícito de cigarrillos, a través del recojo de cajetillas desechadas en las calles, con el fin de comparar los resultados recogidos a través de la encuesta.

- Analizar en Lima, Piura y Arequipa, a nivel de las centralidades, el suministro de cigarrillos ilegales en vendedores informales (específicamente ambulantes)
- Analizar en Lima, a nivel distrital, el suministro de cigarrillos ilegales en vendedores informales (específicamente bodegas).
- Caracterizar a los fumadores que consuman cigarrillos ilícitos en Lima, Piura y Arequipa, de acuerdo con sexo, edad y nivel socioeconómico.
- **Caracterizar la cadena de comercio de cigarrillos ilícitos en las tres ciudades, analizando los mecanismos de compra y venta.**

Las tres ciudades de influencia del estudio Lima, Arequipa y Piura, fueron elegidas por su tamaño poblacional y por su proximidad a las fronteras de Bolivia y Ecuador, lo que las ubica al interior de la red de contrabando marítima y terrestre identificada en estudios previos (Dammert et al., 2017; Vela, 2010; Ødegaard, 2008). Las elecciones de zonas de implementación de la encuesta a fumadores, el recojo de cajetillas en las calles, la recolección de cajetillas de vendedores ambulantes, y las entrevistas al interior de cada ciudad del estudio siguió un criterio de centralidades o puntos de atracción de viajes (González de Olarte y del Pozo, 2012; Moschella, 2015).

El presente informe aborda puntualmente el último objetivo, con miras a comprender hasta cierto punto cuáles son los mecanismos que se desarrollan entre los vendedores mayoristas y los minoristas, para la compra y venta de cigarrillos ilícitos, explorando sus motivaciones.

Metodología: Entrevistas a la cadena comercializadora, de mayoristas a minoristas

[Aproximación cualitativa](#)

La data generada por una investigación cualitativa provee una visión crítica a interrogantes particulares, por lo que en muchos casos va de la mano y se triangula con una investigación cuantitativa, al no tener siempre la capacidad de dar luces sobre data puntual o imposible de ser recogida con herramientas y aproximaciones métricas (Sullivan y Brockington, 2004). Partiendo del supuesto que los métodos de investigación cualitativa son herramientas potentes para la investigación por (i) entender el mundo interactuando con él, (ii) recoger data en contextos naturales, y (iii) explorar y generar teorías, en lugar de probarlas, se decidió incorporar un componente cualitativo exploratorio al estudio basado en entrevistas semi estructuradas, que tenía por objetivo la reconstrucción de la cadena ilegal del comercio de tabaco en las ciudades de Lima, Arequipa y Piura. Para ello, se entrevistaron a vendedores mayoristas y minoristas, que comercializaban cigarrillos lícitos e ilícitos (suelos o en cajetilla), para identificar los mecanismos de compra y venta de la cadena de comercialización de cigarrillos en las tres ciudades.

Diseño de las Herramientas

Para perseguir dicho objetivo se empleó como técnica de recojo de información la entrevista, como interacción verbal “cara a cara”, constituida por preguntas y respuestas orientadas a una temática específica (Oxman, 1998), que permita comprender desde la perspectiva de los sujetos, asuntos relacionados a sus experiencias de vida (Taylor y Bogdan, 1987).

Se construyeron dos guías de entrevistas semi estructuradas similares que abarcaron los diversos temas a indagar y explorar: una guía de entrevista para los vendedores minoristas y una para los vendedores mayoristas. Estas entrevistas fueron aplicadas en las tres ciudades del estudio. Las diferencias entre ambas guías residían en la manera de aproximarse al entrevistado, ya sea si este fuera minorista o mayorista. En el caso de los minoristas, para romper el hielo y poder entrevistarlos se les solicitaba la venta de un cigarrillo suelto (práctica ilícita). Mientras en que el caso de los vendedores mayoristas, se inició la entrevista, sin este tipo de transacción comercial. A continuación, se presentan los ejes de las entrevistas:

Cuadro N°1: Ejes temáticos abordados en las entrevistas²

N° Ejes	Preguntas Específicas
Eje 1 Inicios, tiempo y dedicación al rubro	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ¿Cómo así decidió vender cigarrillos en su negocio? ¿Por qué?
Eje 2 Abastecimiento (quién, cómo, cada cuánto tiempo)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ¿Dónde acude y cómo hace usted para conseguir los cigarrillos para la venta en su negocio? ¿Quién le trae los cigarrillos para que usted los pueda vender? ¿Quién es esta persona? ▪ ¿Cada cuánto tiempo le traen los cigarrillos? ¿Cada cuánto tiempo usted compra cigarrillos a un “tercero”?
Eje 3 Conocimiento del proveedor (quién los abastece a ellos, procedencia de los productos, son legales/confiables, la entrega comprobantes de compra/venta, reclamos/quejas)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ¿Quién abastece al vendedor al que usted le compra cigarrillos para la venta? ¿Quién abastece a su proveedor de cigarrillos? ▪ ¿De dónde provienen los cigarrillos que usted vende? ¿Proviene de algún lugar del Perú? ¿De qué ciudad? ¿Proviene de otros países? ¿De qué países? ▪ ¿Siempre venden la misma marca de cigarrillos? ¿Tiene alguna marca de preferencia para la venta? ¿Por qué? ▪ ¿Su proveedor de cigarrillos le pide exclusividad en alguna marca de cigarrillos? ¿Cuál marca y por qué? ▪ ¿Cuándo usted le compra cigarrillos a su proveedor, este le entrega a un comprobante? ¿Qué pasa si usted le encuentra algún defecto/problema a los cigarrillos que compró para la venta? ▪ ¿Podría contarme sobre algún ejemplo o situación en la que sus clientes se han quejado sobre la calidad de los cigarrillos que vende? ¿Por qué se quejaban o reclamaban? ¿Por qué cree que sucede esto? ▪ ¿En su opinión usted piensa que los cigarrillos que se venden en el Perú son todos legales? ¿Por qué?
Eje 4 Ganancia (quién establece los precios, Precio de compra y Venta)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ¿Los cigarrillos que usted vende los adquiere a consignación/ a crédito? De lo contrario ¿cuánto dinero invierte usted aproximadamente semanalmente/mensualmente en la compra de cigarrillos? ▪ ¿Quién establece los precios de los cigarrillos que usted vende? ¿Su proveedor le sugiere el precio de venta? ¿Cómo lo hace?

² Para ver el detalle de las Guías de Entrevista, ver Anexos.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ¿Usted prefiere vender cigarrillos en cajetilla, en cartón o en caja sellada? ¿Por qué? ¿Con cuál cree que gana más? [Explorar precios/costos]
--	--

Elaboración: Propia

Capacitación

Con el objetivo de preparar adecuadamente a los aplicadores de las entrevistas cualitativas, se seleccionó únicamente a 3 de los 13 encuestadores del equipo de USKAY (equipo encargado de recoger la información cuantitativa para el estudio completo), para que apliquen estos instrumentos. A estas tres personas se les brindó literatura complementaria (Taylor y Bogdan, 1987) con el fin de prepararlos apropiadamente en la realización de entrevistas semiestructuradas a comerciantes minoristas y mayoristas. Asimismo, se trabajó con ellos mediante un taller, casos y ejercicios, así como el intercambio de recomendaciones para la conducción de las entrevistas en campo, pues si bien los encuestadores ya contaban con experiencia en recojo de data cuantitativa, no todos tenían experiencias en el recojo de data cualitativa.

Comerciantes involucrados en el seguimiento cualitativo

Después de que se entabló un contacto sólido con los vendedores informales de bodegas, quioscos, o ambulantes (quiénes brindaron información valiosa para el objetivo de la recolección de las cajetillas de cigarrillos vendidas), se los tomó como informantes claves para las entrevistas cualitativas. Se siguieron dos caminos para la realización de la reconstrucción de la cadena. Se partió simultáneamente desde la base, de los vendedores minoristas de cigarrillos para el consumo directo, y a su vez también se partió desde el pico, es decir de aquellos comerciantes mayoristas que proveen de cigarrillos a los minoristas. Para ello, USKAY seleccionó aleatoriamente a vendedores minoristas de las tres ciudades que tuvieran disposición a brindar información rica sobre cuáles son los mecanismos que siguen para proveerse de cigarrillos para las ventas de sus negocios. Paralelamente, USKAY buscó identificar quiénes eran y dónde se localizaban los vendedores mayoristas en las tres ciudades, para también poder entrevistarlos y conocer cuáles son sus puntos de abastecimiento en el posible mercado del contrabando. De esta manera, se reconstruiría la cadena completa, pues al tratarse de mercancía que no es necesariamente de procedencia lícita, se intuía no sería fácil partir de los minoristas para llegar directamente a los mayoristas.

Al perseguir un objetivo exploratorio de corte cualitativo, dónde no se buscó representatividad estadística, se entrevistaron durante el transcurso de los días de trabajo de campo a 3 vendedores informales minoristas por centralidad (5 centralidades en Lima, 5 centralidades en Arequipa, 5 centralidades en Piura). Asimismo, se entrevistaron a 6 vendedores mayoristas en los principales centros de comercialización de las ciudades de Lima, Arequipa y Piura. En total USKAY realizó 44 entrevistas a vendedores minoristas, y 18 entrevistas a vendedores mayoristas.

Cuadro N°2: Entrevistas a Comerciantes según localidad

Ciudades	Mayoristas	Minoristas
Lima	6 entrevistas realizadas en Ciudad de Dios (San Juan de Miraflores), el Centro de Lima, Los Olivos y el Mercado del Callao.	15 entrevistas realizadas en centralidades: Ovalo Puente Piedra, CC.CC. Mega Plaza; Mercado Central; Miraflores (Parque Kennedy); Ciudad de Dios
Arequipa	6 entrevistas realizadas en el Mercado Altiplano y en el Mercado Barraca.	15 entrevistas realizadas en centralidades del Mercado Altiplano, Mercado Avelino, Mercado San Camilo, Plaza de Armas y CC.CC. Mega Plaza
Piura	6 entrevistas realizadas en el Mercado y en el Mercado Anexo.	14 entrevistas realizadas en: CC.CC. Real Plaza, Plaza de Armas, Terminal Gechisa, Mercado Modelo de Piura, CC.CC. Open Plaza

Elaboración: Propia

Análisis de la información

Se han analizado y sistematizado los apuntes de cada uno de los entrevistadores. Cabe mencionar que únicamente 13 vendedores minoristas de los 44 entrevistados autorizaron la grabación de las entrevistas. Ningún vendedor mayorista autorizó la grabación de la entrevista. Por ello, se ha preferido realizar un análisis en base a los apuntes escritos de cada uno de los entrevistadores. Esta información sistematizada se ha codificado sin la ayuda de software, buscando tendencias con respecto a la información de cada eje temático y localizando los testimonios más claros para poder colocar en el documento.

Resultados

La recolección de las cajetillas de cigarrillos en los vendedores ambulantes - minoristas - de las centralidades de Lima, Arequipa y Piura, como parte de uno de los componentes del estudio, permitió, no solo determinar el porcentaje de venta ilícito, si no también conocer, mediante las entrevistas, los mecanismos de compra y venta de cigarrillos lícitos e ilícitos, en los que están envueltos los vendedores minoristas, así como sus motivaciones para la comercialización de este tipo de productos. A ello se suma que conocerlos de cerca, también ha permitido poder llegar a conocer e identificar a los grandes mayoristas y a los centros de distribución de cigarrillos. En la conducción de entrevistas a los minoristas, estos últimos compartieron detalles e información básica sobre sus proveedores vendedores mayoristas, permitiendo al equipo de investigación conocer dónde se ubican para buscarlos e entrevistarlos, con el objetivo de conocer cómo se encuentran envueltos en la cadena de comercialización.

Si bien la lógica para encontrar a los mayoristas partió de los encuentros con los minoristas, para propósitos del análisis, los resultados presentados partirán desde la óptica de los mayoristas, quiénes se encuentran en el punto intermedio de una cadena monstruosamente grande y

compleja, para luego explicar cómo estos se vinculan directamente con vendedores de menor tamaño y envergadura. Asimismo, el análisis se realizó de manera transversal para las tres ciudades del estudio, Lima, Arequipa y Piura, buscando resaltar las características propias de cada una de las ciudades en cuanto a la compra y venta de cigarrillos, específicamente ilícitos. Cabe recordar que se entrevistaron a un total de 44 minoristas que condujeron a las entrevistas de 18 mayoristas, las cuáles todas tuvieron una duración aproximadamente de 20 a 30 minutos. La brevedad de las entrevistas se debió a que, en la mayoría de los casos, o las preguntas fueron recibidas incómodamente por los vendedores, y por ello quisieron terminar rápidamente las entrevistas, o los entrevistados interactuaban a la par con clientes lo que les impedía dedicarse puntualmente a las preguntas del entrevistador.

Es necesario precisar que, para preservar la seguridad y la confidencialidad de los entrevistados, se ha optado por no revelar la identidad, el género, el nivel etario, o el estado civil de ninguno de los vendedores mayoristas y minoristas, así como tampoco su lugar de residencia. Se los ha clasificado únicamente respecto al lugar en los que se los entrevistó, que, en muchos casos, coincide con las grandes centralidades. A excepción, de algunos centros mayoristas, los cuáles se revelará también a nivel geográfico.

Para poder identificar los mecanismos de compra y venta de cigarrillos ilícitos, en el estudio se han explorado cuatro dimensiones, de corte cualitativo, entre los vendedores mayoristas y los minoristas. En primer lugar, se buscó caracterizar el perfil de los vendedores, es decir el tiempo y la dedicación que tienen en el rubro. En segundo lugar, se buscó conocer las marcas de cigarrillos que venden. En tercer lugar, se buscó ahondar cómo se abastecían en cuanto a cigarrillos para la venta y en qué frecuencia. En cuarto lugar, se buscó conocer acerca de sus inversiones y sus ganancias, vinculadas directamente a sus preferencias en la modalidad de venta de cigarrillos. En quinto lugar, se buscó conocer qué conocimientos generales tenían sobre sus proveedores, y cómo era la relación comercial que tenían con estos últimos. Finalmente, en sexto lugar, se ahondó puntualmente en conocer qué opinión tenían sobre la comercialización de cigarrillos ilícitos, desde sus experiencias personales.

1. Los inicios, el tiempo y la dedicación en el rubro de la venta de cigarrillos

Los vendedores mayoristas y los vendedores minoristas de Lima, Arequipa y Piura tienen perfiles muy similares, con lo que respecta a los motivos por los cuál se iniciaron en la venta de cigarrillos como negocio principal, así como con los años que tienen invertidos en el rubro. En líneas generales se encontró, por un lado, que los mayoristas de las tres ciudades tienen una experiencia de entre cinco a quince años, como vendedores mayoristas de cigarrillos. Ellos se introdujeron al negocio debido a que el cigarro, es un producto complementario, y que va muy bien de la mano con otros productos, ya sea para consumo personal o social, como licores, dulces y golosinas. Los vendedores mayoristas vieron así la oportunidad de vender los cigarros como parte de otros productos complementarios.

“Ya hace 23 años, desde que se apertura el negocio decidí vender cigarrillos, porque es un producto que piden los clientes y cómo yo vendo licores, se complementa con los cigarros” Mayorista – Lima: Los Olivos

“Vendo cigarrillos hace 5 años. Los clientes me pedían que también vendiera cigarros, y la vez los proveedores también me ofrecían. Entonces así decidí” Mayorista- Arequipa: Mercado Altiplano

*“Vendo cigarros hace 18 años, como complemento de mi negocio de Golosinas”
Mayorista- Piura: Mercado Anexo*

Los vendedores mayoristas se localizan en centros de abastecimiento de gran envergadura, dónde se comercializan grandes cantidades de productos. En ese sentido se ha identificado que los principales polos en lo que se encuentran los mayoristas de cigarrillo de Lima son Los Olivos, el Mercado Ciudad de Dios (San Juan de Miraflores), y el Mercado del Callao (Callao). En la ciudad de Arequipa, estos se encuentran en el Mercado del Altiplano y en La Barraca; en el caso de la ciudad de Piura estos se encuentran en el Mercado Anexo, y en el Mercado Central. Es evidente, que pueden existir otros polos adicionales que no han sido explorados para este estudio. Es necesario precisar, y esto se detallará y ahondará más adelante, que parte de los mayoristas entrevistados, mantienen una fuerte relación con la British American Tobacco, empresa tabacalera posicionada en el mercado peruano, y en menor medida con algunos otros grandes distribuidores lícitos e ilícitos, con los cuáles entablan relaciones de transacción comercial en los polos mencionados.

Con respecto a los vendedores minoristas estos se localizan en las centralidades estudiadas, y se ha encontrado al igual que con los mayoristas, que la venta de cigarrillos no es independiente, pues venden a la par golosinas, chicles, refrescos, revistas, o periódicos. Los vendedores minoristas afirman que han incursionado en la venta de cigarrillos, como complemento de los otros productos mencionados, y debido a que sus propios clientes les solicitaban que vendieran cigarrillos, por ser un producto complementario, que va de la mano con otras actividades. Asimismo, han visto la oportunidad de vender cigarrillos, muchas veces sueltos, reconociendo que está prohibido por la ley, a adultos, fuera de restaurantes, discotecas, u otros espacios públicos.

Si bien esta caracterización es un tanto similar a la de los vendedores mayoristas, con la excepción de la venta unitaria, se ha encontrado que los vendedores minoristas entrevistados, llevan vendiendo cigarrillos menos tiempo, es decir de entre uno a cinco años aproximadamente.

*“Vendo hace 8 años cigarros, antes vendía golosinas, pero los clientes me pedían cigarros, ahora vendo cigarros, aunque está prohibido. Arriesgo al vender cigarros”
Minorista – Lima: L01 Centro Histórico*

*“Vendo casi 3 meses, porque me pareció que es lo que los señores necesitan y por qué no pueden fumar dentro de los locales. Y así se me ocurrió vender”
Minorista- Lima: L023 Miraflores*

*Vendo hace 4 años, Inicé vendiendo periódicos y revistas, pero bajo la venta y solo compraban las personas mayores y lo que buscaba el público eran gaseosas, golosinas y cigarros, por lo que tuve que vender cigarrillos e implementar mi kiosco con cigarrillos de diferentes marcas”
Minorista – Arequipa: A053 Mega Plaza*

*“Vendo hace 7 años cigarrillos y golosinas, como ambulante en los conciertos, bailes sociales y ganaba bien. En Piura, vendo hace 2 años cigarrillos”
Minorista- Piura: P011 Real Plaza*

*“Vendo hace 1 año, en el terminal, los pasajeros que llegan compran golosinas y me pedían cigarros por eso decidí vender cigarrillos”
Minorista – Piura P052 Terminal Gechisa*

2. Las marcas de cigarrillos

Las preguntas claves para poder hilar si los productos que venden los vendedores mayoristas y minoristas son de procedencia lícita o ilícita son las siguientes: ¿Qué marcas de cigarrillos venden? Y ¿Cuáles son las marcas que tienen mejor acogida por los clientes? Es necesario recordar, que parte de la definición de licitud en este estudio parte de las características gráficas de las cajetillas en el Perú, así como del ingreso comercial de determinadas marcas autorizadas y registradas por la SUNAT. En efecto, parte de conocer el perfil de ambos tipos de vendedores en el Perú, pasa por conocer su mercadería. En ese sentido se ahondó específicamente en las marcas de preferencia para la venta, así como en posibles acuerdos de exclusividad con algunas de ellas, y en su defecto con algunos distribuidores.

2.1 En Mayoristas

Los vendedores mayoristas de Lima, Arequipa y Piura difieren en las principales marcas que venden al público, y por lo tanto a sus compradores minoristas. En el caso de Lima, todos los mayoristas entrevistados venden aquellas marcas comercializadas por la British American Tobacco: Lucky Strike, Pall Mall, Hamilton, Winston y Premier. Asimismo, mencionan sutilmente que, si bien no tienen acuerdos de exclusividad con los mismos centros de distribución de las propias tabacaleras, venden puntualmente sus productos, por ser los más pedidos.

“Siempre vendo Hamilton, Lucky Strike, Pall Mall, Winston y Premier”. Al ser distribuidores de la BAT no podemos vender otras marcas. La BAT no te pide exclusividad de venta de una marca de cigarrillos, te pide que vendas todos sus productos como Lucky Strike, Pall Mall, Hamilton, Winston y Premier.”

Mayorista – Lima: Lima

“Siempre vendo las mismas marcas: Hamilton, Pall Mall, Lucky Strike. Bueno acá hay cada todo tipo de clientes, y según el precio. Yo no acepto ningún tipo de exclusividad de ninguna marca.”

Mayorista- Lima: Los Olivos

“Siempre vendo Hamilton, Lucky Strike. Es lo que me piden más. Mi proveedor no me pide exclusividad”

Mayorista- Lima: Mercado Ciudad de Dios

Distintos escenarios, se presentan en las ciudades de Arequipa y Piura, que debemos recordar son corredores de fronteras. En ambas ciudades se venden otras marcas de cigarrillos, además de aquellas que están registradas por la SUNAT. En el caso de Arequipa, los mayoristas venden Lucky Strike, Pall Mall, Hamilton, Marlboro y L&M, estos dos últimas comercializadas por Phillip Morris International. No obstante, se ha encontrado que hay una venta de cigarrillos Golden Beach, marca ilícita, que provienen de Desaguadero, Puno, y que tiene gran acogida entre los consumidores por su bajo valor de venta. En el caso de Piura, los mayoristas venden Lucky Strike, Pall Mall, Winston, Premier, Marlboro y L&M, si bien ninguno de los mayoristas piuranos afirmó vender productos de contrabando o “bambas”³, ya que ellos reconocen vender solamente productos de calidad, sí mencionaron el conocimiento de la existencia de otras marcas ilegales en su mercado como Rave, Silver Elephant, Caribe, Carlyle y Golden Beach.

“Desde que empecé a vender cigarrillos, siempre vendo Golden Beach, tengo buena venta, el público lo compra por que es barato. Mi proveedor no me pide exclusividad para la venta de cigarrillos”

Mayorista- Arequipa: Mercado Altiplano

³ Producto falsificado, no original, falso, o de imitación.

“Siempre vendo la misma marca [Golden Beach] desde que empecé a vender cigarrillos. Es más barato y es más pedido por el público. Yo solo empecé a vender Golden Beach. Mi proveedor no me impuso nada”.
Mayorista – Arequipa: Mercado Altiplano

“Siempre vendo las mismas marcas, como Pall Mall, Lucky Strike, Hamilton, L&M y Marlboro y Golden Beach. Las marcas más vendidas son las más baratas, como el Golden Beach y L&M. Yo puedo vender cualquier cigarrillo, no hay exclusividad. Los proveedores me piden que venda los cigarrillos legales y no de contrabando o los bambas. Esto se debe a que la competencia desleal de algunos comerciantes.”
Mayorista- Arequipa: Barraca

“Siempre vendo Pall Mall, Lucky Strike, Hamilton, Winston, Marlboro, L&M y Premier. No tengo preferencia por alguna marca, porque estos productos tienen rápida rotación. Mis dos proveedores no me piden exclusividad, pero si me sugieren que no venda productos de contrabando”.
Mayorista- Piura: Mercado Anexo

“Siempre vendo las mismas marcas, tengo variedad. No tengo marcas de preferencias, todas tienen movimientos (Lucky Strike, Marlboro, Hamilton, Premier). Mi proveedor no pide exclusividad, tengo variedad, el me trae variedad”
Mayorista- Piura: Mercado Central

“Si, siempre vendo la misma marca, Lucky Strike, Hamilton, Premier. Son lo que salen mayormente y los vendedores nos abastecen con estas marcas. Se vende rápido. Mi proveedor no me pide exclusividad, me trae varias marcas.”
Mayorista- Piura: Mercado Anexo

Los mayoristas de Arequipa y Piura, al igual que los de la ciudad de Lima, mencionaron que no mantienen ningún tipo de acuerdos de exclusividad con los grandes centros de distribución de las tabacaleras, importadoras o proveedores, solamente venden puntualmente los productos más pedidos por sus consumidores.

2.2 En Minoristas

Es de interés conocer qué marcas de cigarrillos son las más vendidas por los vendedores minoristas, contrariamente a los mayoristas, que por lo mencionado líneas arriba, se dedican puntualmente a la venta de algunas marcas en particular. Por ello, los entrevistadores, para romper el hielo en el inicio de las entrevistas en profundidad a los minoristas, les solicitaban que les vendieran el cigarro con más “salida”, que además resultaron ser los más económicos. Así fue como se pudieron identificar ciertas tendencias, en cuanto a la venta de cigarrillos lícitos e ilícitos. En la ciudad de Lima se encontró que los vendedores minoristas tienen tendencia a vender sobre todo cigarrillos sueltos, ya de por sí una venta ilícita, de las marcas Hamilton (S/ 1.00 el valor de venta de la unidad) y Pall Mall (S/ 0.80 el valor de venta de la unidad). En el caso de Arequipa, el cigarro que los minoristas más venden es el Golden Beach suelto (S/0.30 el valor de venta de la unidad), y en el caso de Piura el Pall Mall suelto (S/. 0.80 el valor de venta de la unidad). Ahora bien, esto hace referencia solamente a los cigarros más vendidos, más no a todas las otras marcas de cigarrillos que pueden vender, como veremos a continuación.

En el caso de Lima, los minoristas entrevistados venden aquellas marcas comercializadas tanto por la British American Tobacco como por la Phillip Morris International: Lucky Strike, Pall Mall, Hamilton, y Marlboro. No mencionan en ninguna de las entrevistas vender marcas ilícitas.

“Vendo Hamilton, Lucky y Pall Mall. Solo esas marcas. Pero prefiero Hamilton por ser más antigua. No me piden exclusividad”.
Minorista- Lima: L082 Puente Piedra.

“Yo vendo Lucky, Marlboro y Hamilton. Pero el Lucky tiene más venta por que el cliente lo pide por sus sabores. No me piden que venda una marca exclusiva. No hay promociones”
Minorista- Lima: L04 Mega Plaza.

“Siempre vendo Hamilton, Pall Mall, Lucky y Marlboro. Vendo la marca Hamilton porque es más antigua y es de calidad. No me piden exclusividad.”
Minorista- Lima: L042 Mega Plaza

“Siempre vendo Hamilton, Lucky, Pall Mall, ahora vendo más Pall Mall, porque lo consumen más los venezolanos. Vendo el Lucky a S/.1.50, Hamilton, Pall Mall a S/.1.00. No me piden exclusividad los vendedores, solo solo compró”
Minorista- Lima: L01 Centro Histórico

En el caso de Arequipa y Piura, encontramos que los minoristas venden diversas marcas de cigarrillos, algunas de las cuáles también entran en la categoría de ilícitas. Por un lado, los minoristas de Arequipa comentaron vender además de los clásicos Lucky Strike, Pall Mall, Hamilton y Marlboro, también vender Golden Beach y Esse Change, siendo los dos últimos ilícitos, y de bajo costo unitario (entre 0.40 y 0.80 céntimos la unidad), lo que además conlleva a su alta demanda por ciertos sectores de la población. Se mencionó en algunas oportunidades que los compradores de estos tipos de cigarrillos económicos eran los venezolanos. Por el otro lado, los minoristas de Piura comentaron vender además de los clásicos, también vender Caribe, L&M, Premier, Golden Beach, Pine y Carlyle; siendo los tres últimos también ilícitos.

“Depende de la temporada. Se vende más el cigarrillo Lucky Strike, anteriormente se vendía el Hamilton, pero ha subido mucho y bajo las ventas. Hoy vendo Lucky Strike de sabores a S/1.50 soles cada uno. El Hamilton a S/ 1.00 cada uno. El ESSE Change a 0.80 céntimos. El Pall Mall a 0.80 céntimos. Marlboro a 1.20 soles cada uno. Y el Golden Beach a 0.40 céntimos cada uno. Prefiero vender el Lucky Strike por que se vende más por el sabor. El cigarrillo Golden Beach lo consumen mayormente los venezolanos por el bajo costo que tiene ya que cada cajetilla tiene un valor S/. 1.30. “
Minorista- Arequipa: A032 Mercado San Camilo

“Siempre vendo las mismas marcas. El Lucky Strike de sabores a 1.50 cada uno, el normal a 1.40 cada uno, Hamilton a 1.00 cada uno. Pall Mall a 0.80 céntimos, Golden Beach a 0.40 céntimos. Prefiero vender Lucky Strike Blue, sale más rápido por el sabor. Mi proveedor no me pide exclusividad en alguna marca de cigarros. Adquiero lo que necesito la marca y cantidad que necesito (...) El cigarrillo Golden Beach mayormente lo consumen los venezolanos, por el bajo costo. Sale, se vende bien, menos que los cigarrillos Lucky Strike de sabor naranja o mora. “
Minorista- Arequipa: A033 Mercado San Camilo

“Vendo la marca de cigarrillo Lucky Strike Normal a 1.20 la unidad, Lucky strike de sabor a 1.40, y Pall Mall a 0.80 la unidad. El Marlboro a 1.00, Hamilton a 0.90 y Golden Beach a 0.40 la unidad. Prefiero vender Lucky Strike, porque se vende más, especialmente los de sabores, de doble clicks. Ninguno de mis proveedores me pide exclusividad en alguna marca, adquiero lo que necesito para surtir mi quiosco”
Minorista- Arequipa: A05 Plaza de Armas

“Trato de vender las diferentes marcas y prefiero vender cigarrillos Lucky Strike de sabores por que se vende más, especialmente sabor mora. Este cigarrillo lo vendo a 1.50 la unidad y la normal a 1.40 la unidad. El Hamilton a 1.00, Pall Mall la unidad a 0.80 céntimos, el Esse Change a 0.80 céntimos la unidad. Mi proveedor no me vende exclusividad, compro los cigarrillos que deseo, pero si tiene cigarrillos de marcas nuevas me invita a adquirir.”
Minorista- Arequipa: A011

“Siempre vendo Caribe, Hamilton, Golden Beach y Lucky Strike, más se vende Pall Mall porque es barato. Nunca me han propuesto exclusividad en la venta, vendo lo que me ofrecen”.
Piura- Minorista: P041 Plaza de Armas

“Si casi siempre vendo Lucky, Pall Mall, Hamilton, Golden Beach, Carlyle. No me piden exclusividad, solamente que sea puntual con el pago del crédito”
Piura- Minorista: P043 Plaza de Armas

“Vendo Golden Beach, Caribe, Pine y Carlyle.”
Piura- Minorista: P042 Plaza de Armas

“Yo vendo Lucky, Pall Mall, Hamilton, L&M, Caribe y Golden Beach. Lucky y Pall Mall son los cigarros de más venta, el público los prefiere. El Señor X no me pone ninguna condición para la venta”
Piura- Minorista: P011 Real Plaza

“Vendo Premier, Hamilton, Pall Mall, Lucky Strike. El Pall Mall es el que más se vende No me piden exclusividad, soy libre de elegir los cigarros que quiero vender.”
Minorista-Piura: P013 Real Plaza

Al igual que los vendedores mayoristas, en el caso de los vendedores minoristas de Lima, Arequipa y Piura, estos mencionan no mantener ningún tipo de acuerdos de exclusividad con lo que respecta a las diversas marcas lícitas, y también ilícitas que suelen vender. Ellos indican abiertamente que venden a libre elección los productos que quieren, que existen, o los productos que les ofrecen, o que los invitan a “probar” sus proveedores, sin tener ninguna atadura hacia algunas marcas en particular.

3. El abastecimiento de cigarrillos y sus condiciones

¿Cómo se abastecen los vendedores mayoristas y minoristas de cigarrillos? Las diferencias entre los mayoristas y los minoristas difieren evidentemente con respecto a este punto. En estas diferencias encontramos trazos de procesos y transacciones, tanto legales como ilegales con diversos proveedores. Por ello, en esta sección detallaremos quiénes son los proveedores para mayoristas, y para minoristas.

3.1 En Mayoristas

En el caso de los mayoristas, se ha encontrado, en la totalidad de las entrevistas conducidas en las tres ciudades, que los proveedores de los mayoristas son tres: la British American Tobacco - directamente, un distribuidor representante de la Phillip Morris International, y un distribuidor representante de Golden Beach. No se encontraron más detalles sobre otros proveedores. No obstante, la conducción de entrevistas nos ha permitido extrapolar que la cadena de distribución es enorme, y que los mayoristas a los que se ha tenido acceso mediante este estudio pertenecen prácticamente a los últimos eslabones de esta.

En el caso de Lima, se encontró que los mayoristas son abastecidos periódicamente de dos maneras posibles, ya sea recibiendo la visita de los distribuidores, o ya sea que los mayoristas los visitan directamente, lo que nos lleva a pensar cuántos otros intermediarios existen. Se han encontrado mayoristas que son visitados directamente por la British American Tobacco de manera directa, quiénes les distribuyen los cajones de cigarrillos, que contienen paquetes en Lucky Strike, Hamilton y Pall Mall; pero también se han encontrado mayoristas que acuden directamente a distribuidoras de la British American Tobacco, como por ejemplo la distribuidora JANDY SAC. En ambos casos, las visitas para el abastecimiento son regulares, cada dos o tres semanas. Cabe mencionarse que los mayoristas de Lima entrevistados no hicieron mención a los productos de la Phillip Morris International, ni a ningún distribuidor que les surta estos últimos.

En el caso de Arequipa, encontramos nuevamente el mismo patrón, en el cuál la misma British American Tobacco visita a los mayoristas y les hace entrega periódicamente, semana a semana, sus productos. No obstante, para esta ciudad, sí hemos encontrado que los mayoristas hacen referencia a otras dos distribuidoras que los visitan: Phillip Morris International y un proveedor

del cuál no se tuvo muchos detalles que provee de cigarrillos Golden Beach puntualmente, y por lo tanto de manera ilícita.

Para el caso de Piura, ocurre lo mismo que en Arequipa, la British American Tobacco y un distribuidor de Phillip Morris International, Alvarez Bolh SRL, distribuyen semanal o quincenalmente a los mayoristas los productos. Cabe precisar, que en Piura los mayoristas enfatizaron que existían otros distribuidores de cigarrillos “bambas” que ofrecían regularmente la venta de estos productos, pero comentaron no comprar productos de contrabando o adulterados, ya que estos no poseen ninguna garantía, y ellos ya tienen un prestigio ganado y establecido.

“Compro directo a la Fabrica British, me traen los cigarros cada 15 días. Compro Hamilton, Lucky Strike, Pall Mall. Pido de Lucky Strike 12 cajones. Cada caja tiene 50 paquetes.”
Mayorista – Lima: Mercado Ciudad de Dios

“Viene un proveedor directamente de la British, y abastece quincenal o mensualmente. Los productos de la BAT son legales. Abastece las marcas Lucky Strike, Hamilton y Pall Mall”.
Mayorista – Lima: Los Olivos

“Acudo a comprar en la empresa, American Tobaco, JandY. Compro semanal Hamilton, Lucky Strike. Todas las presentaciones”
Mayorista – Lima: Mercado Ciudad de Dios

“Me vende el vendedor de la BAT, me visita y le compro Lucky Strike, Hamilton, Pall Mall, También compro a la Phillip Morris, L&M y Marlboro. La BAT y Phillip Morris me vende cada 2 semanas. También compro a un vendedor de Golden Beach”
Mayorista- Arequipa: La Barraca

“Tengo la visita del vendedor de la British American Tobacco mensualmente, al igual que de la Phillip Morris. No recuerdo sus nombres. Vienen mensualmente solo les compro a ellos.”
Mayorista- Arequipa: Barraca

“Hay vendedores de la British American Tobacco y la Phillip Morris que me ofrecen en el mercado. Pero solo tengo un vendedor de cigarrillos al que le compro Golden Beach. Mi proveedor viene mensual”.
Mayorista- Arequipa: Mercado Altiplano

“Vienen un vendedor de la BAT y me ofrece cigarros al crédito. Me trae cigarros cada 7 días. Me visitan lunes y me traen el martes.”
Mayorista- Piura: Mercado

“Vienen a visitarme vendedores de la British American Tobaco. Y Alvarez Bolh {Distribuidor} me trae Marlboro de Phillip Morris. Me visitan los lunes y los martes entrega pedidos. Yo compro cada 15 días. Pago al crédito anterior y me dejan la mercadería”
Mayorista- Piura: Mercado 2

“La British American Tobacco me provee de Lucky Strike, Pall Mall y Hamilton. Y la Phillip Morris me provee de L&M y Marlboro. Yo no compro cigarros a terceros porque no me parece correcto el comercio ilegal de los cigarrillos”
Mayorista- Piura: Mercado Anexo

3.2 En Minoristas

El abastecimiento de los minoristas difiere mucho, del de los mayoristas, debido a que los minoristas adquieren sus cigarrillos para la venta bajo distintas modalidades, ya sea acudiendo ellos mismos a los mayoristas en determinados espacios de comercio, ya sea acudiendo a tiendas de autoservicios, minimarkets, supermercados, o ya sea que son visitados por algún proveedor que les hace llegar los productos. Estas tres modalidades se han podido observar con

frecuencia en las tres ciudades del estudio. De igual manera la frecuencia para el abastecimiento de cigarrillos entre minoristas es más constante, los minoristas compran con regularidad cigarrillos para la venta, ya sea diario, interdiario, o semanal, dependiendo mucho de la propia demanda de sus clientes consumidores.

En el caso de Lima, se ha encontrado que los minoristas son quienes compran directamente sus cajetillas de cigarrillos, y las adquieren ya sea en centros mayoritarios como mercados, pero también en supermercados (Plaza Vea), y minimarkets (Tambo, Listo). Intuimos así que los minoristas que compran cigarrillos en cadenas o supermercados son de procedencia lícita, y ninguno menciona directamente comprar cigarrillos ilícitos. Asimismo, encontramos que la frecuencia para el abastecimiento es un tanto irregular, dependiendo de cada uno de los minoristas, pero en general, encontramos que compran varias veces por semana.

“Acudo al Mercado Huamantanga (Puente Piedra), puerta 3. El puesto está al costado de la Feria Escolar, y me atiende un abuelito de lentes. Compró cada dos semanas, voy al mismo lugar por costumbre y está cerca de mi quiosco”.

Minorista- Lima: L08 Puente Piedra

“Compró cigarros en los supermercados dentro de Mega Plaza. Me acuerdo a la caja y pido que me vengan las cajetillas. También compró en el Mercado Unicachi, el cual se encuentra en distrito de COMAS. Dentro de este mercado está la sección de venta de descartables, ahí los consigo. El costo de las cajetillas es casi igual en los lugares en los que compró. Compró cada 2 o 3 días. Depende del avance de la venta de cigarros. Si alguna marca se me acaba voy y compró”

Minorista- Lima: L041 Mega Plaza

“Compró en el mercado que está en Huandoy con Naranjal en la sección golosinas [SMP], también en el Mercado de Productores que se encuentra en la Universitaria. Pero últimamente estoy comprando en “Tambo” está más barato, 2 soles menos. Por ejemplo, la cajetilla Hamilton lo venden a S/12 y en el mercado a S/ 16”

Minorista- Lima: L042 Mega Plaza

“Compró en Tambo, Listo, cualquier Bodega. Lucky compró a s/8.50 la cajetilla de cigarrillos. Todos los días vendo cigarros, hay días que puedo comprar y a cinco cajetillas. Hay días bajos que puede ser 2 cajetillas”.

Minorista- Lima: L023 Miraflores

“Compró en el mercado Ciudad de dios. A veces me ofrecen mercadería robada, pero yo no compró. No sé cómo se llaman, ni quienes son los dueños. Compró cada dos días, compró Pall Mall, Lucky Strike, Hamilton”

Minorista- Lima: L073 Ciudad de Dios

En los casos de Arequipa y Piura, los minoristas, adquieren sus productos de diversos proveedores, lícitos, pero también ilícitos. En ambas ciudades vemos que los minoristas acuden a los centros mayoristas de las ciudades para adquirir sus cigarrillos (en Arequipa, al Mercado San Camilo, la Barraca, Feria del Altiplano, y en el caso de Piura, al Mercado Anexo), pero también indican comprar en grifos, establecimientos de servicios, cadenas de supermercados (Plaza Veá) así como recibir la distribución de productos directamente, como de proveedores de la British American Tobacco, o de los distribuidores ilícitos de Golden Beach u otras marcas ilícitas. En estos casos, también la frecuencia de adquisición de los cigarrillos es menos espaciada y más continua, los minoristas indican comprar cigarrillos o ser abastecidos con más regularidad, de manera interdiaria, o semanal.

“Los cigarrillos para la venta en mi quiosco los adquiero en las tiendas del Jr. Piérola por el mercado San Camilo, donde los precios de los cigarrillos es casi igual que al frente del Centro Comercial la Barraca. Los cigarrillos que compró son Hamilton a 12 soles la cajetilla, Lucky Strike de sabor a 17 soles, y 12 soles el Pall Mall, el Golden Beach a 1.30 la cajetilla, el EESSE a 6.00 la cajetilla de 20 unidades cada uno. No adquiero cigarrillos a terceros, lo adquiero

*todo en las tiendas del Jr. Piérola, por el Mercado San Camilo”
Minorista- Arequipa: A032 San Camilo*

*“Los consigo en la calle Piérola por el Mercado San Camilo donde venden también golosinas. Adquiero los cigarrillos de las marcas Lucky Strike sabores a 17 soles, Hamilton a 12 soles, Pall Mall a 11 soles y el Lucky Strike normal a 16 soles. No compro cigarrillos a terceros, solo los adquiero en la calle Piérola, en el Mercado San Camilo”
Minorista- Arequipa: A033 San Camilo*

*“Desde que inicié vendiendo la empresa de la BAT, mediante su vendedor me provee los cigarrillos de marca Lucky Strike de diferentes sabores. Me visita cada semana, pero cada 3 días, o como vaya vendiendo los cigarrillos, los adquiero en el Jr. 28 de Julio Frente al Centro Comercial la Barraca, las demás marcas como el Marlboro cajetilla de 20 unidades a 15 soles, el Pall Mall cajetilla de 20 unidades a 11 soles, el Hamilton cajetilla de 20 unidades a 12 soles, el Golden Beach cajetilla de 10 unidades a 2.00 soles, el L&M cajetilla de 10 unidades a 5.50 soles. El Lucky Strike lo adquiero del vendedor a 16 soles el normal y a 17 soles de sabores mora y Naranja. El vendedor de la BAT me trae cada semana y le pago al contado por un valor de 100 a 120 soles, solo los cigarrillos que salen más de la marca Lucky Strike. El vendedor de la BAT solo vende el Lucky Strike, no vende otra marca”
Minorista- Arequipa: A05 Mega Plaza*

*“Para conseguir los cigarrillos voy al mercado los Incas en la Feria del Altiplano, adquiero los cigarrillos en las tiendas mayoristas cada tres o cuatro días como vaya vendiendo. (...) No compro cigarrillos a terceros, solo compro yo o mi esposa en el mercado los incas, mercado feria del altiplano”.
Minorista- Arequipa: A013 Mercado Altiplano*

*“Cada 14 días me visita la British y me ofrece el vendedor Lucky, Pall Mall y Hamilton. Y También compro a terceros Golden Beach y otros cigarros”
Minorista-Piura: P041 Plaza de Armas*

*“Todos los días compro en el grifo que está cruzando la pista. Cuando puedo compro mis cigarrillos a terceros, son más baratos, pero mi venta es más lenta. Compro Golden Beach, Caribbean, Pine y Carlyle”:
Minorista-Piura: P042 Plaza de Armas*

*“Compro los cigarrillos en el Mercado Anexo, compro en el puesto de Sr. Eber. Voy a comprar al contado hace 5 días aproximadamente”
Minorista-Piura: P011 Real Plaza*

*Compro en plaza vea, en el Mercado Anexo en la tienda del Señor Odar, compro cada tres días, no compro a terceros porque hay muchos cigarros bamba”
Minorista-Piura: P013 Real Plaza*

Como se expresa en parte en los testimonios presentados líneas arriba, los vendedores mayoristas y minoristas también comentaron sus inversiones y ganancias, por lo que se volvió crucial profundizar en esta temática, para conocerlos y entenderlos mejor.

4. La inversión, las ganancias y las preferencias en la modalidad de ventas de cigarrillos

Al ya conocer quiénes son los vendedores mayoristas y minoristas, así como conocer qué marcas de cigarrillos venden, con qué frecuencia y cómo se abastecen para las ventas, se hizo también conocer cómo es que los vendedores venden los cigarrillos, qué preferencias tienen en la modalidad de venta, así como cuánto invierten en sus compras para la obtención de sus ganancias. Fueron dos los resultados. En las tres ciudades, en el caso de los mayoristas, se encontró que estos solo se dedican exclusivamente a la venta por mayoreo, invirtiendo grandes cantidades de dinero; mientras que, en el caso de los minoristas, el total de los entrevistados informaron preferir y vender cigarrillos de manera unitaria, es decir cigarrillos sueltos, ya que de esta forma obtienen mejores ganancias, aunque saben que la venta unitaria es considerada

ilícita en el Perú. Evidentemente, encontramos que la inversión entre los minoristas es muy inferior a la de los mayoristas. Si bien los comerciantes en cada una de las ciudades del estudio tienen sus propias características, en algunos casos se ha encontrado información puntual sobre las ganancias sobre los cigarrillos de procedencia ilícita.

4.1 En Mayoristas

En el caso de los mayoristas de Lima, se encontró que los vendedores prefieren en general preservar la confidencialidad de su inversión. En algunas de las entrevistas algunos de los mayoristas mencionaron invertir grandes sumas de dinero. Manteniendo en mente que existe una red mucho más compleja que aquella de los entrevistados, los mayoristas afirmaron invertir de manera quincenal, mensual y semestral, desde S/5, 000, S/. 10, 000, S/. 120, 000 soles, hasta aquellos que tienen compras millonarias y optan por mantener su privacidad y no brindar mayores detalles. Estas grandes compras las hacen directamente con sus proveedores, pudiendo ser la British American Tobacco, u otros. Asimismo, comentaron que en general sus compras son al crédito, es decir que los proveedores les entregan los cigarrillos y a la siguiente entrega de mercadería les pagan sobre el pedido anterior.

“Adquiero mis cigarrillos a crédito, quincenal aproximadamente, S/120.000”

Mayorista- Lima: Mercado Ciudad de Dios

“JANDY SAC adquiere cigarrillos de la BAT cada 6 meses, cada vez que llegan de Chile al crédito, el monto que pagan es información que maneja el área contable, son muchos millones que no puedo precisar con cantidad”

Mayorista- Lima: LiMA

“Los adquiero de las dos formas, al contado y al crédito. De las dos formas la trabajo. No puedo decirle cada cuanto invierto por razones de seguridad. Ese ya es un tema confidencial”.

Mayorista- Lima: Los Olivos

“Exactamente cuánto invierto semanalmente no puedo decirle, más o menos un aproximado de 5,000 a 10, 000.”

Mayorista Lima: Los Olivos 2

“Compro mis cigarrillos semanalmente, el monto que invierto no le puedo decir”.

Mayorista Lima: San Juan de Miraflores- Mercado Ciudad de Dios

Frente a este mecanismo, se consultó a los mayoristas, si sus proveedores les establecían sus precios de venta, a lo que respondieron que en general sus proveedores, les sugerían los precios de venta, más no los establecían de manera obligatoria. Mencionaron que los precios se veían influenciados directamente por el Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) en el Perú. En algunos casos comentaron que los proveedores les indicaban que podían subir los precios en S/.0.20 céntimos por cajetilla. Finalmente, en el caso de Lima, se indagó entre los mayoristas cómo preferían realizar sus ventas, es decir bajo qué modalidad, si preferían vender paquetes, cajetillas, o cigarrillos sueltos. La totalidad de mayoristas comentó que preferían realizar ventas por paquetes o cajetillas, al generarse un mayor ingreso, evitando la venta de cigarrillos sueltos.

“La empresa JANDY SAC vende los cigarrillos a un solo precio, no varía, así el cliente compre una cajetilla y un paquete, o muchos paquetes. La ganancia es lo mismo. Pero vender por paquetes genera un ingreso mayor”

Mayorista- Lima: Lima

“Yo vendo en cajetillas, en paquetes. Vendo en cajetillas por que sale bastante. Vender por unidad me quita tiempo, prefiero vender por cajetillas.”
Mayorista- Lima: Los olivos

“Mayormente por cajetillas, me genera más ganancias por cajetillas. No vendo por unidad”
Mayorista -Lima: Los Olivos 2.

“Vendo por cajetillas, porque rota más rápido. Hay un margen de ganancia mínimo. También se vende por cartón. Pero más se vende por cajetillas”.
Mayorista-Lima: Callao

Los mayoristas de Arequipa y Piura, al igual que los mayoristas de Lima, realizan inversiones de grandes sumas, aunque en estos casos de manera mucho más moderada. Invierten desde S/2,000, S/4,000, S/ 8,000 hasta S/16,000 en algunos casos. En ambas ciudades los mayoristas fueron un poco más transparentes en sus inversiones, en comparación con los mayoristas de Lima. En líneas generales, comentaron que les compraban cigarrillos también a los distribuidores de la British American Tobacco, pero también de la Phillip Morris. En estos dos casos, nos comentaron que las ventas también eran al crédito. No obstante, como se ha precisado, es en Arequipa y Piura, donde puntualmente encontramos ventas de cigarrillos ilícitos. Así, los mayoristas de estas ciudades indicaron que en el caso de los cigarrillos ilícitos, como por ejemplo Golden Beach, estos no se compran al crédito, si no al contado; y la inversión de este producto es menor. En este caso, el distribuidor los visita regularmente y el pago es contra entrega.

“Los adquiero al contado mensualmente, pago aproximadamente S/. 1, 800 Soles”
Mayorista- Arequipa: Mercado Altiplano

“Toda mi compra es al crédito, los lunes me visita el vendedor de la BAT y cancelo el crédito de la semana anterior, hago mi pedido y al instante me entregan los cigarrillos de crédito. Aproximadamente pago S/. 4,800 soles semanal.”
Mayorista- Arequipa: Mercado Altiplano 2

“Los cigarrillos de la Phillip Morris y la BAT los adquiero al crédito. El Golden Beach los adquiero al contado. Al crédito pago aproximadamente s/4, 000 soles a la BAT cada 2 semanas y a la Phillip Morris S/.1, 500 Soles. Y Al contado aproximadamente S/440.00 quincenalmente. “
Mayorista- Arequipa: La Barraca

“Compro un cajón. Aproximadamente invierto S/12. 000. Pago mi crédito, y me dejan otra mercadería”.
Mayorista- Piura: Mercado

“Los cigarrillos los adquiero al crédito, de la British y Phillip Morris. Al Primero pago mensualmente aproximadamente 12, 000 Soles, y al segundo 4, 000 soles. Aproximadamente cada mes”
Mayorista- Piura: Mercado Anexo

“Los compro al crédito. Pago un crédito y me dejan par aun próximo pago mis paquetes. Aproximadamente al mes pago entre 12, 000 a 16, 000 soles en cigarrillos”
Mayorista- Piura: Mercado 2

“Yo compro semanal, una caja de cigarrillos por un valor de 12, 000 soles”
Mayorista- Piura: Mercado 3.

Al igual que en los mayoristas de Lima, los mayoristas de Arequipa y Piura establecen directamente sus precios de venta, con las sugerencias de los proveedores. En el caso de la British American Tobacco, les entregan periódicamente una cartilla de precios, que puede ir variando. En el caso de otros tipos de cigarrillos, como por ejemplo el Golden Beach, los mayoristas comentaron que los precios los establecían de acuerdo con los precios del mercado,

y de su competencia. Finalmente, se indagó entre los mayoristas cómo preferían realizar sus ventas, es decir bajo qué modalidad, si preferían vender paquetes, cajetillas, o cigarrillos sueltos. La totalidad de mayoristas comentó que preferían realizar ventas por paquetes o cajetillas, al generarse un mayor ingreso, evitando la venta de cigarrillos sueltos.

*“Prefiero vender cigarrillos en plancha, porque así vendo más rápido los cigarrillos y así aumenta mi ganancia. La plancha es de 10 cajetillas de 20 unidades de cigarrillos” [Cartón]
Mayorista- Arequipa: Mercado Altiplano*

*“Vendo más por cajetillas, pero prefiero vender por paquetes porque así termino más rápido con la venta de mis cigarrillos. El paquete contiene 10 cajetillas de 20 unidades a S/13.80 cada uno.”
Mayorista- Arequipa: Mercado Altiplano 2*

*“Vendo mayormente por cajetillas, y el Golden Beach por Paquete a S/13. 00 cada paquete contiene 10 cajetillas de 20 unidades de cigarrillos”
Mayorista- Arequipa: La Barraca*

*“Prefiero vender cigarrillos en planchas, aumenta mis ganancias. Las planchas de 10 cajetillas y las cajetillas de 20 unidades”
Mayorista- Arequipa: Mercado Altiplano 3*

*“Prefiero vender cigarrillos en cajetillas por que gano más que vender por cartones. Pero la ganancia es mínima solo céntimos. Pero me permite vender mis golosinas, si no los clientes se irían a otros puestos.”
Mayorista- Piura: Mercado Anexo*

*“Solo vendo por cajetillas por que gano más y muy pocos compran por paquete. El público compra por cajetillas y los vendedores ambulantes de quioscos y minoristas, compran poco, compran para surtir su venta de golosinas”
Mayorista- Piura: Mercado Anexo 2*

*“Solo vendo por cajetillas, nada por unidad”
Mayorista- Piura: Mercado 2*

4.2 En Minoristas

Los minoristas de las tres ciudades, a diferencia de los mayoristas, se abastecen frecuentemente, ya sea de manera interdiaria o semanal, y, por lo tanto, los gastos de inversión son menores, y al contado. En ese sentido, ninguno de los minoristas afirmó comprar los cigarrillos para la venta al crédito, sus inversiones son al contado y en montos pequeños, oscilando alrededor de los S/60, S/100, S/120 soles, en las tres ciudades.

Algunos de los minoristas detallaron la composición de sus inversiones, es decir que detallaron cuántas cajetillas y de qué marcas suelen comprar para luego ellos revender los productos. En líneas generales, los minoristas de las tres ciudades compran cigarrillos de las marcas Lucky y Hamilton o Pall Mall, y en los casos de Arequipa y Piura compran además cajetillas de Golden Beach, Esse, u otras marcas. A continuación, presentamos el Cuadro N°3 en el que se identifica de manera transversal las inversiones. Cada minorista, gasta un total determinado de manera semanal, y combina la compra de diversas marcas de cigarrillos, para vender así productos de manera surtida.

Cuadro N°3: Inversiones y Adquisición de Marcas de cigarrillos en Vendedores Minoristas

	Lima	Arequipa	Piura
Promedio de Inversión	Inversión Semanal de S/24 a S/165 Soles	Inversión Semanal/Quincenal de S/40 a S/200 Soles	Inversión Semanal/Quincenal de S/90 a S/300 Soles
Detalle de los Productos Comprados	<ul style="list-style-type: none"> Lucky Strike S/56- S/160 Hamilton S/26- S/80 	<ul style="list-style-type: none"> Lucky Strike S/35 -80 Lucky Strike Mora S/34-68 Hamilton S/ 12 Pall Mall S/ 22 - 33 Kent S/26 Esse S/18 Golden Beach S/6 L&M S/11 	<ul style="list-style-type: none"> Pall Mall S/ 22 - 33 Lucky Strike S/ 35 -80

Fuente: GRADE, Elaboración: Propia

“Yo compro los cigarrillos, los compro por cajetilla. El Pall Mall lo compro a S/.10.20. El Lucky lo compro a S/16.00, vendo poquito, porque nos ponen multa por vender cigarrillos”.
 Minorista- Lima: Centro Histórico

“Yo compro todos los días cigarrillos, por ejemplo, hoy compre 8 cajetillas de Lucky Strike a S/.56.00 más 4 cajetillas de Hamilton a S/.6.50, algo de S/40 a S/100. A veces un poquito más. Los fines de semana se levanta más. Los viernes y sábado es S/120 a S/140, de lunes a jueves S/ 80 a S/90”
 Minorista- Lima: Miraflores

“Adquiero al contado, invierto a la semana 150 soles aproximadamente, compro cajetillas de cigarrillos que voy vendiendo para reponer mi stock. Esta semana compré 05 cajetillas de Lucky Strike a 12 soles cada una, 60 soles, 02 cajetillas de Hamilton a 12 soles, 24 soles, 3 cajetillas de Lucky Strike sabor a 17 soles, 34 soles, 02 cajetillas Pall mall a 11 soles, 22 soles y el ESSE 03 cajetillas a 6 soles cada una, 18 soles”
 Minorista- Arequipa: Mercado San Camilo

“Los cigarrillos los adquiero al contado. Invierto 120 soles al mes. Compro 4 cajetillas de cigarrillos Lucky Strike Sabores a 17 soles cada una, 2 cajetillas de Hamilton cada una a 12 soles y 2 cajetillas de Pall Mall a 11 cada una”
 Minorista- Arequipa: Mercado San Camilo

“Los cigarrillos que vendo lo adquiero al contado invirtiendo cada semana 100 a 120 soles, y cada tres días invierto 60 soles más o menos. Compro Lucky normal 02 cajetillas, 16 soles cada una, 32 soles total. Lucky Strike de sabores 05 cajetillas, 17 soles cada una, 80 soles; y cada 3 días cigarrillos Pall Mall 02 cajetillas, 11 soles cada una, total 22 soles; 01 cajetilla de Hamilton a 12 soles, 03 cajetillas de Golden Beach a 2 soles, 6 soles total; y cigarrillos L&M 02 cajetillas cada una a 5.50, total 11 soles. Están son compras aproximadas que varían cada semana. (...) Los cigarrillos Golden Beach los adquiero en el mismo lugar donde compro los demás cigarrillos (Frente al Centro Comercial La Barraca) de 10 unidades me cuesta 2 soles la cajetilla. Este cigarrillo en calidad es mucho mejor que el otro Golden Beach que cuesta la cajetilla 20 unidades 1.30 y no solo lo adquieren los clientes venezolanos, sino también los peruanos. Conozco la calidad, porque mis clientes me indican que debo comprar de esa marca, pero de esa calidad, la de 2 soles la cajetilla de 10 cigarrillos.”
 Minorista- Arequipa: Mega Plaza

“Los adquiero al contado invirtiendo de 150 a 200 soles semanales aproximadamente, compré esta semana 04 cajetillas Hamilton a 12 soles cada una (48 soles), 02 cajetillas cigarrillos Lucky Strike normal a 16 soles cada una (32 soles), 05 cajetillas de Lucky Strike sabor a 17 soles cada una (85 soles), 02 cajetillas de Pall Mall a 11 soles cada una (22 soles) y 05 cajetillas de cigarrillos de Golden Beach 1.30 cada una (6.50 soles)”
 Minorista-Arequipa: Mega Plaza

“Compro todo al contado, compro cada 2 semanas aproximadamente, 170 soles”
 Minorista-Piura: P052 Terminal Gechisa

*“Compro al contado 35 soles a la semana porque vendo poco”
Minorista-Piura: P053 Terminal Gechisa*

Los minoristas de las tres ciudades, al igual que los mayoristas, establecen sus propios precios de venta, acorde al mercado y a las oportunidades de venta (hay mayores ventas en horarios nocturnos que diurnos, o en espacios sociales o públicos como discotecas, bares), sin tener algún tipo de compromiso o exclusividad con alguno de sus proveedores. Indican no aumentar mucho el precio de venta, porque sus ventas son pocas, y, sobre todo, porque venden cigarrillos de manera suelta, por unidades, ya que esto les genera muchas más ganancias, pudiendo ganar entre S/ 10 a S/15 soles con la venta por ejemplo de una cajetilla de Lucky Strike que tiene un costo de S/17 soles aproximadamente. Adicionalmente, vender cigarrillos sueltos les permite tener una mejor rotación de productos. Y finalmente, como tercer argumento, afirman que venden por unidades, porque sus clientes consumidores se los solicitan continuamente. No obstante, los minoristas están al tanto que la venta de cigarrillos sueltos en el Perú, que no vienen en paquetes de menos de 5 cigarrillos, es ilícita. Por lo tanto, no solo son ilícitas algunos de los cigarrillos de marca que venden (Golden Beach, Esse, Carlyle, etc.), si no que también la modalidad en la venta unitaria es considerada ilícita.

“Prefiero vender por cajetilla por que sale más rápido el producto y veo más rápido mi plata en cambio por unidad demora”

Minorista- Lima: L07 Ciudad de Dios.

“Prefiero vender por unidad, porque más rápido sale los cigarros”

Minorista- Lima: L02 Miraflores.

“Prefiero vender sueltos, porque me dejan un margen de ganancia”

Minorista- Lima: L012 Centro Histórico.

“No vendo por cajetillas porque no pagan el precio, prefiero vender el cigarrillo suelto ya que no más, adquiero la cajetilla de Lucky Strike Mora a S/ 17.00 soles, pero cuando la vendo por unidad a S/1.60 cada uno me sale por la cajetilla S/ 32.00 soles, teniendo una ganancia de S/15.00 por cajetilla”

Minorista- Arequipa: A03 Mercado San Camilo

“No vendo cajetillas, prefiero vender cigarrillos sueltos, gano más. Con el Lucky por ejemplo lo compro a 17 soles, y vende 1.50 cada uno, llegando a vender la cajetilla a 30 soles, teniendo una utilidad de 13 soles por cajetilla”

Minorista- Arequipa: A011 Mercado Altiplano.

“prefiero vender cigarros en unidades, debido a que tengo una mejor ganancia que si lo vendo por cajetilla”

Minorista- Piura: P042 Mercado Modelo.

“Vendo cigarrillos por unidad porque la gente no compra por cajetillas y vendiendo por unidad obtengo mayores ganancias”

Minorista-Piura: P051 Terminal Gechisa

5. Conocimiento e Interacción en y con la red de proveedores

Parte del propósito de realizar un componente cualitativo dentro del estudio de contrabando de cigarrillos ilícitos en el Perú, que abarca diversas mediciones, era poder identificar y conocer al detalle la cadena de comerciantes de cigarrillos, a nivel macro y micro, para esclarecer qué roles juegan en el consumo ilícito. No obstante, tras la realización de las entrevistas tanto a mayoristas, como a minoristas, no se ha logrado el cumplimiento del objetivo en su totalidad, en el sentido de que nuestros entrevistados, son los últimos eslabones de la cadena, donde

existe una red compleja con diversos actores, que juegan en el campo de la legalidad y de la ilegalidad. Por lo tanto, no se ha podido conocer al detalle los entretnejidos sociales de esta red.

Sin perder el intento, durante las entrevistas a los mayoristas y minoristas, se buscó indagar preguntas que brindaran luces sobre las relaciones que tienen con los proveedores que los abastecen, y cómo se podrían calificar estas relaciones en base a la licitud o ilicitud. Puntualmente se buscó conocer si tenían conocimiento de los proveedores, de la procedencia de los cigarrillos, si los mismos les entregaban comprobantes de compra venta, o si asumían los reclamos en base a posibles fallas, defectos en calidad de los cigarrillos.

5.1 En Mayoristas

Se indagó entre los mayoristas quiénes eran sus puntos de contacto, proveedores, para el abastecimiento de cigarrillos. En líneas generales se encontró en las tres ciudades del estudio, que la información brindada es escasa, poco detallada y en algunos casos nula. Los mayoristas no brindaron detalles específicos de quiénes los abastecían, por lo que no se pudo conocer quiénes eran los otros puntos articulados de la red, y en específico de la red ilícita. Puntualmente, para el caso de Lima, los mayoristas simplemente comentaron que los cigarrillos que ellos vendían eran distribuidos por la British American Tobacco, mediante JANDI SAC una empresa distribuidora, y de proveniencia chilena. No hicieron mención alguna a los distribuidores de Phillip Morris Internacional. Por el contrario, entre los mayoristas de Arequipa y Piura, si encontramos otro tipo de información. En Arequipa, no todos los mayoristas estuvieron dispuestos a brindar información al equipo de investigación. Los que estuvieron dispuestos a colaborar con las entrevistas, indicaron que sus proveedores son de tres tipos, los que los abastecen con cigarrillos de las marcas de la British American Tobacco, de la Phillip Morris Internacional, y que por lo tanto provienen de Lima, o en su defecto de Chile según ellos, y los que los abastecen de cigarrillos de otras marcas, que vienen de Puno – Desaguadero, zona fronteriza entre el Perú y Bolivia. Estas diferenciaciones son importantes, porque los mismos mayoristas arequipeños comentan que en el caso de los proveedores que les venden cigarrillos de Puno, estos no les entregan comprobante de venta, contrariamente a lo que sucede con las compras a los proveedores de la British American Tobacco y de la Phillip Morris Internacional. En el caso de Piura, los proveedores también comentaron que los productos de la British American Tobacco provienen de Chile, pero que, en el caso de los productos de la Phillip Morris Internacional, desconocen de dónde provienen. Los mayoristas piuranos no mencionaron comprar cigarrillos personalmente a proveedores que vinieran de los puntos de frontera con Colombia y Ecuador.

*“Los cigarrillos se compran en Chile de la Lima BAT de Chile, y la BAT del Perú distribuye a nivel nacional a todo el Perú (ilegible) al área asignada a JANDI SAC”
Mayorista- Lima: Lima*

*“JANDI SAC vende cigarrillos que son fabricados en Chile, y son traídos al Perú por la BAT del Perú”
Mayorista – Lima: Lima*

*“Provienen de Chile, porque allá esta la sede principal de la British. La mayoría son chilenos”
Mayorista- Lima: Los Olivos*

*“La empresa que me vende es JANDY SAC y sé que ellos trabajan directamente con British porque eso es lo que me ha mencionado el vendedor”.
Mayorista- Lima: Los Olivos 2*

*“El vendedor de cigarrillos Golden Beach los adquiere en Desaguadero (Puno)
Mayorista- Arequipa: Mercado Altiplano*

*“El vendedor de los cigarrillos de la British es abastecido por la misma tabacalera BAT”
Mayorista- Arequipa: Mercado Altiplano 2*

*“Los productos de la BAT y de Phillip Morris son legales. Son de la tabacalera y le entregan factura. El Golden Beach lo compro sin comprobante, es reventa”
Mayorista- Arequipa: Barraca*

*“Mi proveedor me trae de Desaguadero”
Mayorista – Arequipa: Mercado Altiplano 3*

*“Los productos de la British American Tobacco, todos vienen de Lima, y son productos peruanos”
Mayorista- Arequipa: Mercado Altiplano 2*

*“El Hamilton lo traen de Lima al igual que el Pall Mall, Lucky Strike, Marlboro y L&M. El Golden lo traen de Desaguadero Puno. Todos los productos son peruanos”
Mayorista- Arequipa: La Barraca*

*“Mis cigarros provienen de la misma British American Tobacco y de la Phillip Morris, son chilenos”.
Mayorista – Arequipa: La Barraca 2.*

*Compro directamente al vendedor de la British que son las importadoras directas de los fabricantes de la British American Tobacco y de la Phillip Morris”
Mayorista – Piura: Mercado Anexo.*

*“El vendedor me trae los productos directos de la British. Todos estos productos son legales. Me dan comprobantes de pago y los cigarrillos son originales”
Mayorista – Piura: Mercado Anexo 2*

*“Es un vendedor de la misma empresa. Sé que los cigarrillos se fabrican en Chile, el Pall Mall, Lucky, Hamilton y Winston, por la British. Pero desconozco donde se fabrica el L&M.”
Mayorista- Piura: Mercado Anexo*

*“No sé el país de origen, pero sé que son productos lícitos porque compro directo de la British American Tabaco”
Mayorista- Piura: Mercado*

*“Compro al vendedor de la misma empresa, que son los fabricantes. El señor nos comenta que vienen de Chile”
Mayorista- Piura: Mercado 2*

*“Los cigarrillos los traen desde Lima, pero son importados de Chile”
Mayorista- Piura: Mercado 3*

Consultar si las transacciones comerciales se realizaban con la entrega de comprobantes de compra y venta, como por ejemplo boletas o facturas, permitiría averiguar si estas tenían carácter lícito o ilícito. Se encontró que, a la totalidad de mayoristas entrevistados en Lima y Piura, sus proveedores les entregan alguno de estos dos tipos de comprobante. No obstante, en el caso de Arequipa, se encontró que a los mayoristas que vendían cigarrillos de diversos proveedores, incluidos los que provenían de Desaguadero Puno, no se les entregaban comprobantes de pago. Por ello se puede inferir que estos productos son de carácter ilícito, y hasta quizás de contrabando.

Asimismo, se consultó entre los mayoristas sobre la calidad de sus productos, y cómo respondían sus proveedores frente a posibles quejas o reclamos respecto a la calidad o fallas de los cigarrillos. Los mayoristas de las tres ciudades comentaron que en general nunca habían tenido problemas con respecto a la calidad de los cigarrillos que les entregaban sus proveedores, a lo mucho en algunos casos si las cajetillas se encontraban abolladas en el momento de la compra, estos les solicitaban a los proveedores que se las intercambiarán, y lo hacían sin problema responsabilizándose. Asimismo, los mayoristas comentaron que sus clientes nunca se habían quejado de la calidad de los cigarrillos que vendían, haciendo hincapié que ellos vendían productos de calidad, y eran conocidos entre sus clientes por este aspecto, como lo detallaremos más adelante en el último apartado (6).

5.2 En Minoristas

Los mayoristas se abastecen mediante proveedores de mayor envergadura, que se encuentran directamente relacionados con las empresas tabacaleras u otros proveedores, de los cuáles se desconoce su información primaria. Cuando se realizaron las entrevistas a los mayoristas, con excepción de algunos mayoristas arequipeños, estos comentaron que no compraban o vendían productos ilícitos; los minoristas contaron otra historia. Estos últimos comentaron, evidentemente, que sus proveedores eran los mayoristas entrevistados. Se puede inferir, por lo tanto, que a ellos sí les compraban cigarrillos de características ilícitas para luego revenderlos. No obstante, comentaron que no sabían quiénes abastecían a sus proveedores, los mayoristas. En breve, fue muy poca la información que se pudo recoger sobre este aspecto.

En el caso de Lima, los minoristas indicaron no saber quiénes abastecían a sus proveedores, los mayoristas localizados en Ciudad de Dios, Los Olivos, Callao, Lima. Solo mencionaron que creían que los abastecían directamente las tabacaleras. De igual manera, mencionaron que tampoco conocían la procedencia de los cigarros, intuían que eran importados y que venían de otros países como Chile, Bolivia, Argentina, Ecuador, Venezuela. Algunos minoristas afirmaron que parte de sus productos eran nacionales, como el Lucky Strike o el Pall Mall, y otros importados. En líneas generales las narrativas encontradas fueron dispares, conllevando a una interrogante respecto a los cigarrillos “nacionales”, debido a que en el Perú no tenemos tabacaleras o producción nacional de tabaco.

“No sé de dónde provienen, pero he escuchado que son de Bolivia y Chile”

Minorista- Lima: L083 Puente Piedra

“Mira mayormente el Lucky es nacional. Hay Lucky nacional y Lucky importado. Se diferencia en la cajetilla. Importado viene de Chile, Venezuela, Ecuador. Pero más entra de Bolivia. El proveedor trae de Bolivia”.

Minorista- Lima: L022 Miraflores

“Creo que son americanos, el Lucky Strike es americano. Pall Mall es peruano”

Minorista- Lima: L07 Ciudad de Dios

En el caso de Arequipa y Piura, los minoristas también comentaron no saber quiénes abastecían a sus proveedores mayoristas, intuían nuevamente, que los abastecían directamente las tabacaleras, la British American Tobacco, y otras no determinadas, pudiendo ser proveedores lícitos como no ilícitos. Vale la pena recordar que los minoristas, compraban a proveedores mayoristas, pero también esporádicamente compraban cigarrillos en establecimientos comerciales como tiendas de autoservicio, minimarkets o supermercados, lo que dificulta realizar un seguimiento más fino a los actores de este tejido social. Respecto a la procedencia de los cigarrillos, los minoristas de Piura indicaron no conocer con claridad de dónde procedían los cigarrillos que vendían, creían que venían principalmente de Lima, mientras que los

minoristas de Arequipa brindaron una información más rica, indicando que los cigarrillos provenían de diversos lugares, como de Chile, Colombia, Bolivia, pero que también había cigarrillos de procedencia nacional.

Así, en ambas ciudades, encontramos nuevamente narrativas similares a las de los minoristas de Lima. La primera narrativa es acerca de los cigarrillos nacionales, poco clara, en cuál no se logra determinar a qué cigarrillos nacionales hacen referencia los minoristas. La segunda narrativa, antagónica, es respecto a los minoristas que afirman comprar cigarrillos de procedencia lícita ya sean nacionales o importados, y los minoristas que desconocen si los cigarrillos son lícitos o no.

“Desconozco de dónde vienen los cigarrillos que vendo, sé que algunas marcas ingresan de Bolivia y son los cigarrillos importados, pero yo trato solo de vender los cigarrillos que adquiero al frente del centro comercial La Barraca”

Minorista – Arequipa: A03 Mercado San Camilo

“Los cigarrillos que vendo son nacionales los importan, y los otros vienen de Bolivia. Los importan de Chile, Colombia, Argentina los nacionales”

Minorista- Arequipa: A032 Mercado San Camilo

“No sé de dónde proviene, sé que los cigarrillos Golden Beach vienen de Juliaca – Perú del resto no sé”

Minorista- Arequipa: A033 Mercado San Camilo

“Los cigarrillos que vendo provienen de Chile, Colombia y Perú. Esto sale en la cajetilla. Por ejemplo, el L&M proviene de Colombia, el Pall Mall de Chile, así como el Lucky Strike. Los cigarrillos también los traen de Desaguadero-Bolivia, pero eso no comercializo en mi quiosco”

Minorista- Arequipa: A05 Mega Plaza

“No sé de dónde provienen los cigarrillos, pero creo que los llevan desde Lima”

Minorista- Piura: P041 Plaza de Armas

“No sé el origen del cigarro que vendo, no conozco de qué país son”

Minorista- Piura: P012 Real Plaza

No puedo precisar el origen de los cigarros, desconozco qué países fabrican, pero sé que van desde Lima”

Minorista- Piura: P053 Terminal Gechisa

“El Lucky, Hamilton y Pall Mall son de origen peruano y lo llevan de Lima a Piura”

Minorista – Piura: P021 Mercado Modelo

Al igual que a los mayoristas, a los minoristas de las tres ciudades se les preguntó respecto a la entrega de comprobantes de compra y venta, boletas o facturas; que permitiera brindar indicios de si se venden productos de carácter lícito o ilícito. En general sobre este punto, la información no fue tan concluyente. Se encontraron minoristas a los que sí les entregaban comprobantes de venta, sobre todo a aquellos que compraban cigarrillos de las marcas de British American Tobacco, pero también otros a los que no les entregaban comprobantes o simplemente les entregaban notas de venta (sin valor tributario), como en la compra de cigarrillos de Golden Beach en Arequipa. Frente a esto, se infiere que parte de los productos que se comercializan, en los cuáles no se brindan necesariamente un comprobante de pago, podrían considerarse como productos de características ilícitas.

Respecto a la calidad de los productos, entre los minoristas se consultó sobre posibles defectos, o fallas entre los productos, que permitieran inferir que son productos con características ilícitas. En general, se encontró que los minoristas que compran directamente a los mayoristas que tienen vinculación con la British American Tobacco, nunca han tenido problemas sobre la calidad

de los productos vendidos. Si en algún momento se les entregaban las cajetillas abolladas, los proveedores mayoristas se las intercambiaban. No obstante, se ha encontrado algunos pocos minoristas que comentaron que en algunas ocasiones sus clientes directos se quejaron de la calidad de los cigarrillos adquiridos, ya sea por el sabor o el color de los cigarrillos. Esto les sucedió sobre todo con las marcas Golden Beach, pero también con las marcas Pall Mall. Frente a estos escenarios, los minoristas comentaron haber cambiado de proveedor, con el fin de no volver a tener este tipo de percances con su clientela.

6. Percepciones sobre la ilegalidad en el comercio de cigarrillos en el Perú

Preguntar directamente a los mayoristas y minoristas, de las tres ciudades, si incurren en la venta de cigarrillos ilícitos, o si están directamente vinculados con este tipo de acciones, evidentemente no era posible de realizar. Este tipo de indagaciones puede levantar alertas y sospechas entre los comerciantes, pudiendo conllevar a la negativa de participar como entrevistados dentro del estudio. Por ello, no fue posible realizar este tipo de indagaciones; más si se realizaron sutilmente preguntas con un alcance similar. En concreto, se consultó entre los comerciantes mayoristas y minoristas, si todos los cigarrillos que se vendían en el Perú eran de procedencia lícita, con el fin de poder conocer sus percepciones de la legalidad, y los límites finos entre lo que ellos consideran como lícito o ilícito.

6.1 En Mayoristas

Los discursos entre los mayoristas de las tres ciudades son bastantes claros, en el Perú no todos los cigarrillos son lícitos, hay cigarrillos de contrabando y hay cigarrillos “bambas”. Los cigarrillos de contrabando son aquellos que ingresan por los puntos de frontera en Ecuador, Colombia y Bolivia, lo que permite que ingresen otras marcas que no están reconocidas por la SUNAT. No obstante, se encuentra de común acuerdo que los cigarrillos de contrabando pueden ser ilícitos, pudiendo preservar su calidad. Esto último, debido a que en el Perú también se encuentran cigarrillos ilícitos en el país denominados “bambas”, es decir adulterados, falsificados y de mala calidad. ¿Por qué hay cigarrillos ilícitos en el Perú? Para los mayoristas, en parte, esto se debe a que los cigarrillos en el Perú tienen un alto costo, y existen marcas ilícitas más baratas. Incluso algunos mayoristas resaltaron que el Impuesto Selectivo al Consumo también juega un rol en esta problemática.

“Además de los cigarrillos de venta lícita, también hay cigarrillos “bamba” y de contrabando, hay de todo en el mercado peruano. Hacen encuestas cada 3 meses para ver que tanto ha ingresado el contrabando. Las marcas encontradas son Euro, River, Rave, Golden Beach, Silver Elephant. Son las marcas más comunes encontradas en la calle. Con exactitud no sabe por dónde ingresan estos cigarrillos”.
Mayorista- Lima: Lima

“No todos los cigarrillos que se venden en el Perú son legales. También entra bastante contrabando y también la bamba. Bambean las marcas Hamilton. Yo directamente compro de la empresa. Tengo un solo proveedor. Conozco cigarrillos de contrabando como el Golden Beach. Lo sé por qué decomisan bastante toneladas de contrabando. Lo sé por la televisión y donde hago compras de mis otros productos”
Mayorista- Lima: Los olivos 2

“No todos son legales. Vienen cigarrillos importados de Bolivia, más que todo Lucky”
Mayorista- Lima: Callao.

“En Perú no todos son legales, los nacionales como el Hamilton, Pall Mall, y Lucky Strike son legales porque son de mejor calidad. El Carlyle, Pine y el Carnival es ilegal y no lo compro para la venta, solo trabajo con Golden Beach”
Mayorista- Arequipa: Mercado Altiplano

“No todos son legales. Hay más baratos y no son de buena calidad. Se nota la diferencia. Yo solo vendo Golden Beach. Mis clientes saben la calidad que vendo”.
Mayorista- Arequipa: Mercado Altiplano 3

“No todos son legales. Hay vendedores desconocidos que vienen a ofrecer, pero no les compro porque son de mala calidad, “Bambas” y no quiero perder clientela. Por ser baratos, no son de buena calidad”
Mayorista- Arequipa: La Barraca 2.

“No todos los productos que se venden en Perú son lícitos. Hay productos de origen ilícito y de contrabando, colombianos y ecuatorianos. Más baratos, pero de baja calidad, así tenemos al Lucky, Rave, etc.”
Mayorista- Piura: Mercado Anexo

“No todos los cigarrillos en el Perú son legales. En Piura se venden cigarrillos de contrabando de Colombia y Ecuador. Hay de la marca Lucky, Hamilton, Pall Mall Baratos y de pésima calidad. Esto sucede por los altos impuestos al cigarrillo nacional”
Mayorista- Piura: Mercado Anexo 2

“No todo es legal. Se vende bastante contrabando hay en el mercado Silver Elephant, Golden Beach, Caribe, Rave, que son más baratos y el público lo adquiere por su bajo costo sin interesarles la calidad”.
Mayorista- Piura: Mercado 3

Entre los cigarrillos ilícitos, los mayoristas de Lima, Arequipa y Piura enunciaron conocer las siguientes marcas que circulan en el mercado peruano: Golden Beach, Silver Elephant, Rave, Carlyle, Pine, Carnival, Euro y River. Estos son adquiridos en general por el público consumidor por su bajo valor de venta. Pero también mencionaron que había cigarrillos bambas, adulterados, de las marcas Pall Mall, Lucky Strike, Hamilton, y por lo tanto de mala calidad.

Ahora bien, es necesario esclarecer algunos conceptos encontrados entre los mayoristas, que permiten de cierta manera entender la justificación de sus ventas ilícitas. Si bien ningún mayorista afirmó vender cigarrillos ilícitos explícitamente, si mencionaron vender en algunos casos, y sobre todo en Arequipa, cigarrillos de la marca Golden Beach, entregados por un proveedor que les vende productos de calidad. No obstante, ellos transmiten la idea de que, en algunos casos, ilícito es equivalente a mala calidad, por lo tanto, justifican indirecta e inconscientemente que la venta de Golden Beach no recaería en la categoría de cigarrillos ilícitos por ser un producto de calidad, a diferencia de otros productos que no lo son. Paralelamente, los mayoristas, también hacen una distinción entre cigarrillos importados y nacionales, vinculados al concepto de calidad y licitud, donde no queda claro, si para ellos los cigarrillos importados de Ecuador, Colombia o Bolivia son de buena calidad, o no, y si además se les considera lícitos o ilícitos. Así, como tampoco queda claro si los cigarrillos nacionales son aquellos que se venden lícitamente en el Perú, o si son aquellos a los que se les atribuye la característica de ser bambas. Estas equivalencias discursivas, deberán ser profundizadas y exploradas con mayor detenimiento en un próximo seguimiento cualitativo.

6.2 En Minoristas

Entre los minoristas de Lima, Arequipa y Piura, encontramos un discurso muy similar al de los mayoristas respecto a la licitud e ilicitud de cigarrillos en el Perú. En líneas generales, los minoristas también consideran que en el Perú existen cigarrillos que son ilícitos, y hasta algunos estimaron que alrededor que entre el 25 y 50 % de cigarrillos son ilícitos. Mencionaron las

siguientes marcas de cigarrillos como ilícitas: Golden Beach, Carlyle, entre otros; pero también Lucky Strike y Hamilton. En breve, todo lo que ingresa por contrabando. Asimismo, identificaron que hay cigarrillos que son de contrabando, y que en algunas ocasiones son de menor calidad, sobre todo aquellos que vienen de países como Bolivia, Ecuador, Colombia, Paraguay. Para los minoristas, esta situación ocurre, en gran parte, debido a que los cigarrillos en el Perú tienen un alto valor comercial, por el Impuesto Selectivo al Consumo, y atribuyen que por estas razones los cigarrillos de contrabando de otros países como Bolivia, Ecuador, y Colombia, ingresan a territorio peruano, y ello los vuelva automáticamente más asequibles para el consumidor, al ser vendidos a un menor precio.

Los minoristas reconocen que existen entonces cigarrillos ilícitos, por contrabando, pero también ilícitos por ser “bambas”, adulterados. Incluso en las tres ciudades del estudio se han encontrado experiencias en las cuáles un “tercer actor” desconocido, de esta compleja red social, los ha invitado a vender productos bambas, explicándoles como venderlos. Por ejemplo, diversos minoristas explicaron que este tercer actor, les ofreció vender productos bambas, indicándoles que debían combinar los cigarrillos lícitos de los ilícitos (“bambas”) en una cajetilla. No obstante, la totalidad de minoristas afirmó no vender productos “bambas” (al ser de muy mala calidad, a nivel del sabor, del olor y de la textura).

“No todos son legales, he escuchado a otras personas que hacen bamba los cigarros.”

Minorista- Lima: L08 Puente Piedra

“Si debe ser, que no todos legales. Alguna vez vinieron en moto lineal unos señores y me ofrecieron la cajetilla de Hamilton a S/5 pero su empaque estaba todo opaco, también me ofrecieron el Lucky y la cajetilla estaba a S/10 soles, pero el diseño de la cajetilla era áspera. Rechacé el ofrecimiento, pero insistían en que les compre a ellos, me dieron la idea de que combine los cigarros”

Minorista- Lima: L041 Mega Plaza

“No creo que todos son legales, porque no todos dan comprobante de pago. En los mercados me dan nota de pedido y yo exijo la boleta”

Minorista- Lima: L042 Mega Plaza.

“No creo que todo sea legal en el Perú, porque hay cigarros bamba, no sé qué marca, me han ofrecido, pero nunca he comprado, porque tengo clientes que trabajan en la RENIEC, del Ministerio, son clientes A”

Minorista- Lima: L012 Centro Histórico

“No, no creo, mayormente la gente se mete al contrabando, el mayorista prefiere comprar contrabando por que el cigarro es caro. Por eso va a ganar más clientes. Porque vende más barato y la gente busca el precio más cómodo”

Minorista- Lima: L07 Ciudad de Dios

“No todos son legales. Usted sabe que también hay bamba, la gente conoce cuando son bamba. No recuerdo que marca. Antes venían a ofrecer, pero yo no compro, es barato, pero yo no compro. Compró en el mercado porque son garantía”

Minorista- Lima: L072 Ciudad de Dios

“Los cigarros que se venden no son legales. Los cigarrillos que se venden en el Perú son cigarrillos importados que vienen de Chile y Bolivia, además que el gobierno pide mucho impuesto por eso ya que no ingresa los cigarrillos legales. El mercado está lleno de importados”

Minorista- Arequipa: A03 Mercado San Camilo

“El 50% de cigarrillos que se venden en el Perú son legales y el otro 50% es importado. Estos importados son amargos y horribles. Cuando adquiero los cigarrillos en las tiendas mayoristas, más de 02 cajetillas por marca, ellos los mezclan con los cigarrillos importados, ya que es casi igual la cajetilla y te lo venden bajando un sol o dos soles. A veces uno no se da cuenta y lo compra, por eso cuando adquiero pido que sean cigarrillos originales. ”

Minorista- Arequipa: A032 Mercado San Camilo

“No son legales los cigarrillos que se venden en Perú. Vienen de Bolivia los importados y es mucho más barato. Los legales cuestan caro por los impuestos que pagan”
Minorista- Arequipa: A033 Mercado San Camilo

“Algunos cigarrillos que se venden en el Perú son legales y algunos son importados de mala calidad, esto me comento el vendedor de la BAT”
Minorista- Arequipa: A05 Mega Plaza

“No todos los cigarrillos que se venden en el Perú son legales, hay muchos importados que son cigarrillos falsos que no tributan y no pagan impuestos. Estos cigarrillos son de mala calidad y tienen un precio barato”
Minorista- Arequipa: A052 Mega Plaza

“No todos los cigarrillos son legales en el Perú, existen cigarrillos de procedencia lícito y falsas que ingresan por Bolivia, para no pagar impuestos”
Minorista- Arequipa: A053 Mega Plaza

“Los cigarrillos en el Perú son legales por que pagan impuestos los mayoristas, pero también existen los importado que vienen de Bolivia”
Minorista- Arequipa: A011 Mercado Altiplano

“En todas partes sucede lo mismo, venta de productos de contrabando, en el Perú es más caro que en el Ecuador”
Minorista- Piura: P041 Plaza de Armas

“No todos [las ventas de cigarrillos] son legales, pero de algo hay que vivir”
Minorista- Piura: P042 Plaza de Armas

“Hay de todo, nacionales, y de contrabando, como los cigarros ecuatorianos y colombianos”
Minorista- Piura: P043 Plaza de Armas

“No todos son legales, debido a los impuestos altos que se paga por el cigarrillo, se produce el contrabando, por eso no todos los cigarrillos son de procedencia legal”
Minorista- Piura: P011 Real Plaza

“No todos son legales, porque hay ecuatorianos y colombianos que entran al Perú de contrabando”
Minorista- Piura: P013 Real Plaza

“De ninguna manera, se vende de todo un poco, hay contrabando y “bambas” porque el cigarro paga mucho impuesto y en otros países como el Ecuador y Colombia son más baratos”
Minorista- Piura: P051 Terminal Gechisa

“No hay de la marca Lucky, Pall Mall y Hamilton ecuatoriano más barato, pero de menor calidad, también hay de contrabando como el Golden Beach y el Carlyle”
Minorista- Piura: P052 Terminal Gechisa

“Hay cigarros de contrabando, de diferentes marcas, porque son más baratos en los países vecinos y entran al mercado nacional de manera ilegal a menor precio”
Minorista- Piura: P053 Terminal Gechisa

“No ocurre eso, siempre ha habido contrabando, ingresan de manera ilegal el Lucky Paraguayo, Hamilton Ecuatoriano, Carlyle y Golden Beach”
Minorista- Piura: P021 Mercado Modelo

Otro punto interesante para resaltar entre los minoristas es que ellos comentan que un argumento más para afirmar que en el Perú no todos los cigarrillos son lícitos, es respecto a la entrega y recepción de comprobantes de pago, cómo se explico en el punto anterior. No todos los mayoristas brindan comprobantes de pago a los vendedores minoristas. Ello implica que existe evasión de impuestos por parte de algunos vendedores, un comportamiento de naturaleza ilícita.

Finalmente, entre los minoristas, al igual que con los mayoristas, se encuentran similitudes interesantes al interior de sus discursos respecto a la conceptualización de importado, nacional, legal e ilegal. Los minoristas, indican que existen productos legales, y productos importados, que provienen por ejemplo de Ecuador o Bolivia. A estos productos importados, no los categorizan necesariamente como productos ilícitos, aunque algunos les denominan directamente de contrabando. Esto último permite inferir que indirectamente buen parte de los minoristas si venden cigarrillos de contrabando, aduciendo que en realidad lo que realmente importa, es que están vendiendo productos de buena calidad, y no productos adulterados o falsificados.

Conclusiones

El consumo ilícito de tabaco es complejo de entender y estimar únicamente de una manera cuantitativa. La complementariedad de las técnicas cualitativas, mediante la conducción de entrevistas semi estructuradas, brinda luces sobre aspectos no necesariamente trazables mediante encuestas u otro tipo de mediciones directas. El componente cualitativo en el estudio ha permitido entender de cerca no solo el consumo ilícito de cigarrillos en el Perú en las ciudades de Lima, Arequipa y Piura, sino también los mecanismos de compra y venta de cigarrillos ilícitos, llevados a cabo por vendedores mayoristas, pero también vendedores minoristas - informales y ambulantes.

En este estudio, el consumo ilícito de cigarrillos se ha definido como el consumo de marcas de cigarrillos que no están alineadas a la normativa gráfica del año 2011 sobre advertencias sanitarias reglamentada por el Ministerio de Salud del Perú, así como también por aquellas marcas de cigarrillos que no están registradas ante la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria en el año 2019, y finalmente como toda venta de cigarrillos que no está acorde a la Ley N°28705.

Los resultados cualitativos no pretenden ser generalizables a nivel de todo el país, ni tener resultados significativos, pero sí pretenden brindar información testimonial sobre los roles que juegan los mayoristas y los minoristas dentro de un entretejido social difícil de categorizar, cuantificar y entender. No se ha podido encontrar cómo funciona en su totalidad la red de consumo ilícito, quiénes son los actores que la operan, su valorización o cómo se naturaliza en el Perú. No obstante, sí se ha encontrado información valiosa y puntual sobre quiénes son los mayoristas y minoristas, dónde se localizan, cuánto invierten y/o ganan, qué tipos y marcas de cigarrillos venden, cuál es su proveniencia, quiénes son sus proveedores, y qué opinión tienen sobre los cigarrillos ilícitos en el Perú. La información recogida ha permitido el entendimiento de algunos aspectos del área temática, pero no de todos, dejando en claro que la agenda de investigación debe ser enriquecida continuamente.

En breve, se ha encontrado que en las tres ciudades los mayoristas se encuentran en grandes polos comerciales, sobre todo en grandes mercados. En Lima, ellos se encuentran en Los Olivos, Ciudad de Dios, Centro de Lima o Mercado del Callao; en Arequipa se encuentran en la Feria La Barraca o el Mercado del Altiplano; y en el caso de Piura se encuentran en el Mercado Anexo o Central. Mientras que los minoristas, en general se encuentran en las centralidades de las ciudades, espacios que tienen alto tránsito y movilidad social. Tanto los mayoristas, como los minoristas, tienen perfiles similares en cuanto a la dedicación en el rubro de ventas de cigarrillos. Venden cigarrillos lícitos e ilícitos, pero también otro tipo de productos que acompañan este

consumo, como bebidas, golosinas, dulces y revistas. Asimismo, aquellos que son vendedores mayoristas tienen muchos más años en el rubro, que los minoristas. No obstante, se ha encontrado que los entrevistados forman parte de un entretejido social de mayor envergadura. Esto se percibe por los montos de inversión de los mayoristas, y también de los minoristas; se han encontrado diferencias muy dispares entre los mismos mayoristas, como entre los mismos minoristas. Inversiones semanales o quincenales entre los minoristas de S/. 20.00 a S/.300 soles, mientras que entre los mayoristas hay inversiones quincenales o mensuales desde S/.2,000 hasta S/. 120, 000 soles a más. Esto conlleva a concluir que existe una gran cadena de eslabones, donde nuestros entrevistados se ubican prácticamente en las últimas posiciones, y esto se acentúa más si el análisis se realiza por ciudades. En Lima se encontraron mayores inversiones que en las ciudades de provincia, Arequipa y Piura, a pesar de que estas dos últimas ciudades pertenecen a los corredores fronterizos y podrían tener grandes inversiones de cigarrillos ilícitos, pero aun así pareciera que es la ciudad de Lima en dónde se realizan las mayores inversiones.

Tras la realización del recojo de información, se ha confirmado que en el Perú existe un consumo ilícito de cigarrillos que se evidencia bajo dos ópticas. En primer lugar, mediante el análisis de las marcas de cigarrillos reportadas como vendidas por los mayoristas y los minoristas. Se encontró que los comerciantes vendían cigarrillos lícitos pertenecientes a las marcas de la British American Tobacco y de la Phillip Morris International: Lucky Strike y sus derivados, Hamilton, Pall Mall, Winston, Marlboro. Pero también mencionaron vender otras marcas, como Golden Beach, Euro, Ducal, Next, River, Silver Elephant, Rave, Richmond. Estas últimas cumplen con las características que las identifican como ilícitas. En el análisis por ciudades, y por orden de importancia, se encontró que son las ciudades de Arequipa y Piura, las que tienen mayores ventas de marcas cigarrillos ilícitos. En la ciudad de Lima, prácticamente no se reportaron este tipo de ventas ni entre los mayoristas ni entre los minoristas. Este resultado es concluyente con los resultados de los otros componentes del estudio, donde en Arequipa se encuentra un mayor consumo y venta de cigarrillos ilícitos. En segundo lugar, el consumo ilícito se manifiesta sobre la modalidad de consumo. Si bien los mayoristas solo venden cigarrillos por paquetes o cajetillas, los minoristas, que son vendedores informales y ambulantes, venden cigarrillos sueltos por unidad. Están al tanto que es un acto ilícito, pero lo hacen bajo esta modalidad porque sus ganancias en la venta de cigarrillos por unidad son mayores, contrariamente a si vendieran cigarrillos únicamente por cajetillas. La venta ilícita se amalgama en una venta de subsistencia informal.

Respecto a la proveniencia de los cigarrillos vendido, los mayoristas, juegan un rol importante, al ser el nexo con los minoristas. Se ha corroborado que los minoristas compran los cigarrillos a los mayoristas entrevistados. No obstante, no se ha encontrado información puntual sobre quiénes son los distribuidores o proveedores de los mayoristas en las tres ciudades. Se hace mención que son distribuidores grandes directamente vinculados a la British American Tobacco y a la Phillip Morris International. Adicionalmente, en los casos de Arequipa y Piura, se mencionan que existen otro tipo de proveedores, que entregan los cigarros de las marcas ilícitas y a los que se les paga directamente contra entrega. Estos “otros” proveedores, venden productos ilícitos muchas veces de contrabando que ingresan por los corredores de frontera de Bolivia y Ecuador.

Así, en realidad en términos de licitud el problema no solo es la venta de marcas ilícitas que no cumplen con las normativas sanitarias y tributarias, sino que también el gran problema es la venta de cigarrillos sueltos, comercializados en gran medida por los vendedores minoristas, debido a que esto les permite generar ganancias para su día a día. Si estos productos tienen

acogida en el mercado y son consumidos frecuentemente, es debido a que son vendidos a bajos precios. Los entrevistados mayoristas y minoristas aducen que el consumo ilícito en el Perú surge a raíz del alto Impuesto Selectivo al Consumo, pero durante las entrevistas del estudio no se ha encontrado una línea argumentativa sólida para sustentar esta idea, ya que no se expusieron mayores detalles, haciendo frágil el argumento.

Ahora bien, también se encontró en el estudio información inconclusa sobre la existencia de cigarrillos *bambas*, falsificados, que son también categorizados por lo tanto como ilícitos. Los entrevistados comentaron que había cigarrillos *bambas* de las marcas Lucky Strike, Pall Mall, Hamilton y Golden Beach. No obstante, no se cuenta con suficiente información acerca de quién produce o de dónde provienen este tipo de cigarrillos el Perú, quedando pendiente una exploración más profunda sobre este aspecto.

Finalmente, se concluye que, en el Perú, existe consumo ilícito de cigarrillos, cigarrillos de contrabando, cigarrillos bambas y también cigarrillos al menudeo. Los mayoristas y minoristas no afirman estar inmersos conscientemente en esta red ilícita, pero si la conocen muy de cerca y en muchos casos al vender cigarrillos ilícitos, so pretexto que son productos de calidad, y no bambas, no reconocen ser parte de ella, cuando sí lo son.

Esta primera exploración cualitativa ha dejado diversas interrogantes, que deberán ser examinadas a futuro para comprender en profundidad el tejido y la red de actores que existe alrededor del consumo y la venta ilícita de cigarrillos en el Perú. Ejemplo de ellas son ¿Quiénes son los otros proveedores de cigarrillos de contrabando que están directamente vinculados a los puntos de frontera en Bolivia y Ecuador? ¿Cuáles son las características y el volumen de esta mercadería? ¿Cuáles son las características de la compra y venta de cigarrillos *bambas* en el Perú? ¿Qué indicios se tienen sobre la producción nacional de cigarrillos *bambas* en el Perú? Puntualmente, se sugiere la ampliación de la agenda de investigación, para cerrar los vacíos de información encontrados en los discursos, en algunas ocasiones, contradictorios, y muy reservados entre los mayoristas y los minoristas de Lima, Arequipa y Piura.

Cerrar estas futuras brechas, permitirá que el Estado Peruano cuente con mayores recursos y evidencia empírica periódica, que le permita eliminar el comercio ilícito de productos de tabaco, compromiso alineado al artículo N°15 del Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco (CMCT OMS), en el cuál se necesitarán adoptar las medidas necesarias para realizar un seguimiento del comercio transfronterizo, con el fin de decomisar todos los productos de tabaco de contrabando y falsificados, y promover medidas de vigilancia continua.

Referencias

ASOCIACION DE EXPORTADORES ADEX (2019) Recuperado de: <http://www.adexdatatrade.com/>

Blecher, E. (2010) A mountain or a molehill: is the illicit trade in cigarettes undermining tobacco control policy in South Africa? *Trends in Organized Crime*, 13: 299-315

DEVIDA – Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas (2012) *Encuesta Nacional de Consumo de Drogas en Población General de Lima Metropolitana – 2010*, Lima: DEVIDA

DEVIDA – Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas (2014) *I Estudio sobre prevención y consumo de drogas en la población general de Lima Metropolitana y el Callao – 2013*, Lima: DEVIDA

Euromonitor International (2018) *Tobacco in Peru – Analysis Country Report July 2017*, Retrieved from <http://www.euromonitor.com/>

Gestión (2018) *SNI sobre alza de ISC a cigarrillos: no bajará el consumo y crecerá el contrabando*, Recuperado de <https://gestion.pe/economia/sni-alza-isc-cigarrillos-bajara-consumo-crecera-contrabando-233369>

González de Olarte, E. y del Pozo J.M. (2012) Lima, una ciudad policéntrica. Un análisis a partir de la localización del empleo, *Investigaciones Regionales*, 23: 29-52

Llorente, B. y Maldonado, N. (2018) Telling the evidence – based truth about illicit trade in Colombia, The Tobacco Atlas, Retrieved from <https://tobaccoatlas.org/2018/06/24/telling-the-evidence-based-truth-about-illicit-trade-in-colombia/>

Ministerio de Salud (2011) *NORMATIVA GRÁFICA PARA EL USO Y APLICACIÓN DE LAS ADVERTENCIAS SANITARIAS EN ENVASES, PUBLIDAD DE CIGARRILLOS Y DE OTROS PRODUCTOS HECHOS CON TABACO* (RM N° 469-2011/MINSA) Recuperado de: <https://www.gob.pe/institucion/minsa/normas-legales/243544-469-2011-minsa>

Ministerio de Salud (2019) *NORMATIVA GRÁFICA REGULACIÓN GRÁFICA PARA EL USO Y APLICACIÓN DE LAS ADVERTENCIAS SANITARIAS EN ENVASES, PUBLIDAD DE CIGARRILLOS Y DE OTROS PRODUCTOS HECHOS CON TABACO* (RM N° 654-2019/MINSA) Recuperado de: <https://www.gob.pe/institucion/minsa/normas-legales/285323-654-2019-minsa>

Moschella, P. (2014) La planificación urbana en el desarrollo de centralidades en Lima Metropolitana, *Memorias del VIII Congreso Internacional de Ordenamiento Territorial y Ecológico 2014* (pp. 317-333), Lima: Sociedad Geográfica de Lima.

National Research Council and Institute of Medicine (2015) *Understanding the U.S. Illicit Tobacco Market: Characteristics, Policy Context, and Lessons from International Experiences*, Washington D.C.:The National Academies Press

Organización Mundial de la Salud (2003) *Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco*, Ginebra: OMS.

Oxman, C. (1998) *La entrevista de investigación en Ciencias Sociales*, Buenos Aires: Eudeba.

Paraje, G. y Araya, D. (2017) *Informe Final Estudio sobre Hábitos de Consumo de Cigarrillos en el Gran Santiago*, Manuscrito no publicado, Escuela de Negocios, Universidad Adolfo Ibañez, Chile

Sáez de Miera, B. y Reynales, L. (2019) *El consumo de cigarrillos ilícitos en México Una estimación robusta y transparente para apoyar la toma de decisiones*, Atlanta: American Cancer Society

Smith, K. E., E. Savell, y A. Gilmore (2012) What is known about tobacco industry efforts to influence tobacco tax? A systematic review of empirical studies, *Tobacco Control*, 1-10.

Sullivan, Sian and Brockington, D. (2004) *Qualitative methods in globalisation studies: or, saying something about the world without counting or inventing it*. Working Paper. Centre for the Study of Globalisation and Regionalisation, Coventry, UK

Stoklosa, M. y Ross, H. (2013) Contrasting academic and tobacco industry estimates of illicit cigarette trade: evidence from Warsaw, Poland, *Tobacco Control*, 0:1-5.

Taylor, S. y Bogdan, R. (1987) *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*, Barcelona: Editorial Paidós

World Health Organization (2008) *Tobacco Industry interference with tobacco control*, Geneva: WHO Press

Anexos: Formatos de Entrevistas

VENDEDOR MAYORISTA (SEGUNDA ETAPA)
COMPONENTE CUALITATIVO – CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DE CIGARRILLOS:

DÍA: _____		MES: _____		AÑO: _____	
Nombre Encuestador				Nombre Supervisor	
Ciudad	LIM	AQP	PIU	Distrito	N° _____
				Centralidad	N° _____
Dirección y/o Referencia:					
Hora de inicio:					
Hora de fin:					

REALIZAR ENTREVISTA DESPUÉS DE HABER PRE IDENTIFICADO LOS VENDEDORES MAYORISTAS, A TRAVÉS DE LOS VENDEDORES MINORISTAS.

VENDEDOR MAYORISTA: ES TODO AQUEL VENDEDOR QUE COMPRA CIGARRILLOS A UN FABRICANTE O A OTRO MAYORISTA O INTERMEDIARIO EN GRANDES CANTIDADES. POSTERIORMENTE, VENDE A UN MINORISTA EN CANTIDADES MÁS PEQUEÑAS.

Instrucciones:

1. Saludar cordialmente al vendedor(a)
2. Presentarse con Nombre y Apellido
3. Indicarle que actualmente viene visitando a los principales comerciantes de la zona que venden cigarrillos, ya que se encuentra haciendo un estudio de marketing sobre las principales marcas de cigarrillos que se venden actualmente en el Perú. El estudio lo está realizado con la institución **GRUPO DE ANÁLISIS PARA EL DESARROLLO, dónde la participación es confidencial y anónima.**
4. Solicitarle si estuviese dispuesto(a) a responder algunas preguntas breves para el estudio. **Confirmar el consentimiento verbal. De ser posible grabar la entrevista, confirmando previamente la autorización de la grabación.**

[si el vendedor se niega a dar la entrevista, intentar nuevamente los días siguientes, en otros horarios y quizás con otro representante de ventas de la comercializadora]

5. **Iniciar las preguntas. Tomar notas para recordar a detalle la información recogida en la entrevista.**

Eje 1: Indagar Inicios, tiempo y dedicación al rubro de venta de cigarrillos

1. ¿Hace cuánto tiempo vende cigarrillos?
2. ¿Cómo así decidió vender cigarrillos en su negocio? ¿Por qué?

Eje 2: Indagar Abastecimiento de productos (quién, cómo, cada cuánto tiempo)

3. ¿Dónde acude y cómo hace usted para conseguir los cigarrillos para la venta en su negocio? O ¿Quién le trae los cigarrillos para que usted los pueda vender? ¿Quién es esta persona?
(indagar sobre el proveedor(es))

4. ¿Cada cuánto tiempo le traen los cigarrillos? O ¿Cada cuánto tiempo usted compra cigarrillos a un “tercero”?

Eje 3: Indagar Conocimiento del proveedor (quién abastece, procedencia de los productos, diferencias entre los productos, legalidad, comprobantes de compra/venta)

5. ¿Quién abastece al vendedor al que usted le compra cigarrillos para la venta? O ¿Quién abastece a su proveedor de cigarrillos?

6. ¿De dónde provienen los cigarrillos que usted vende? ¿Provienen de algún lugar del Perú? ¿De qué ciudad? ¿Provienen de otros países? ¿Qué países?

7. ¿Siempre venden la misma marca de cigarrillos? ¿Tiene alguna marca de preferencia para la venta? ¿Por qué?

8. ¿Su proveedor de cigarrillos le pide exclusividad en alguna marca de cigarrillos? ¿Cuál marca y por qué?

9. ¿Cuándo usted le compra cigarrillos a su proveedor, este le entrega a un comprobante? ¿Qué pasa si usted le encuentra algún defecto/problema a los cigarrillos que compró para la venta?

10. ¿Podría contarme sobre algún ejemplo o situación en la que sus clientes se han quejado sobre la calidad de los cigarrillos que vende? ¿Por qué se quejaban o reclamaban? ¿Por qué cree que sucede esto?

11. ¿En su opinión usted piensa que los cigarrillos que se venden en el Perú son todos legales? ¿Por qué?

Eje 4: Indagar Ganancias (establecimiento de precios, precios de compra y venta)

12. ¿Los cigarrillos que usted vende los adquiere a consignación/ a crédito? De lo contrario ¿cuánto dinero invierte usted aproximadamente semanalmente/mensualmente en la compra de cigarrillos?

(Consignación: contactar a un proveedor que te permite mantener el producto en la tienda y pagar sólo por lo que vendas, devolviendo el posible excedente sin costos)

13. ¿Quién establece los precios de los cigarrillos que usted vende? ¿Su proveedor le sugiere el precio de venta? ¿Cómo lo hace?

14. ¿Usted prefiere vender cigarrillos en cajetilla, en cartón o en caja sellada? ¿Por qué? ¿Con cuál cree que gana más? [Explorar precios/costos]

Agradecer la participación del entrevistado. Reconocer lo valioso de su tiempo y haber colaborado con nuestro estudio.

HOJA ADICIONAL PARA APUNTAR RESPUESTAS.

ATENCIÓN: Antes de anotar respuestas, indicar el número de pregunta que está siendo respondido.

VENDEDOR MINORISTA (PRIMERA ETAPA)
COMPONENTE CUALITATIVO – CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DE CIGARRILLOS:

DÍA: _____		MES: _____		AÑO: _____		
Nombre Encuestador				Nombre Supervisor		
Ciudad	LIM	AQP	PIU	Distrito	N° _____	Punto de Venta N°: _____
				Centralidad	N° _____	
Dirección y/o Referencia:						
Hora de inicio:						
Hora de fin:						

VENDEDOR MINORISTA: ES TODO VENDEDOR QUE VENDE CIGARRILLOS DE MANERA AMBULANTE O EN QUIOSCOS. SE INSTALA EN LAS CALLES DE LAS ACERAS MÁS TRANSITADAS Y/O TAMBIÉN PUEDE DEAMBULAR SIN NECESIDAD DE UN LOCAL ESPECÍFICO

Instrucciones:

6. Saludar cordialmente al vendedor(a) y solicitarle que:
 Le venda un cigarrillo suelto, el más económico y el más vendido a criterio del vendedor. Anotar:
 Marca: _____ Precio: _____
[Si no le quiere vender, o le indica que no vende cigarrillos sueltos, continúe con el procedimiento, sin ponerse nervioso(a)]
7. Presentarse con Nombre y Apellido
8. Indicarle que actualmente viene visitando a todos los vendedores ambulantes de la zona que venden cigarrillos, ya que se encuentra haciendo un estudio de marketing sobre las principales marcas de cigarrillos que se venden actualmente en el Perú. El estudio lo está realizado con la institución **GRUPO DE ANÁLISIS PARA EL DESARROLLO**, dónde la participación es confidencial y anónima.
9. Solicitarle si estuviese dispuesto(a) a responder algunas preguntas breves para el estudio. **Confirmar el consentimiento verbal. De ser posible grabar la entrevista, confirmando previamente la autorización de la grabación.**
10. Iniciar las preguntas. Tomar notas para recordar a detalle la información recogida en la entrevista.

Eje 1: Indagar Inicios, tiempo y dedicación al rubro de venta de cigarrillos

15. ¿Hace cuánto tiempo vende cigarrillos?

16. ¿Cómo así decidió vender cigarrillos en su negocio? ¿Por qué?

Eje 2: Indagar Abastecimiento de productos (quién, cómo, cada cuánto tiempo)

17. ¿Dónde acude y cómo hace usted para conseguir los cigarrillos para la venta en su negocio? O ¿Quién le trae los cigarrillos para que usted los pueda vender? ¿Quién es esta persona?

(indagar sobre el proveedor(es))

18. ¿Cada cuánto tiempo le traen los cigarrillos? O ¿Cada cuánto tiempo usted compra cigarrillos a un “tercero”?

Eje 3: Indagar Conocimiento del proveedor (quién abastece, procedencia de los productos, diferencias entre los productos, legalidad, comprobantes de compra/venta)

19. ¿Quién abastece al vendedor al que usted le compra cigarrillos para la venta? O ¿Quién abastece a su proveedor de cigarrillos?

20. ¿De dónde provienen los cigarrillos que usted vende? ¿Provienen de algún lugar del Perú? ¿De qué ciudad? ¿Provienen de otros países? ¿Qué países?

21. ¿Siempre venden la misma marca de cigarrillos? ¿Tiene alguna marca de preferencia para la venta? ¿Por qué?

22. ¿Su proveedor de cigarrillos le pide exclusividad en alguna marca de cigarrillos? ¿Cuál marca y por qué?

23. ¿Cuándo usted le compra cigarrillos a su proveedor, este le entrega a un comprobante? ¿Qué pasa si usted le encuentra algún defecto/problema a los cigarrillos que compró para la venta? [Explorar]

24. ¿Podría contarme sobre algún ejemplo o situación en la que sus clientes se han quejado sobre la calidad de los cigarrillos que vende? ¿Por qué se quejaban o reclamaban? ¿Por qué cree que sucede esto?

25. ¿En su opinión usted piensa que los cigarrillos que se venden en el Perú son todos legales? ¿Por qué?

Eje 4: Indagar Ganancias (establecimiento de precios, precios de compra y venta)

26. ¿Los cigarrillos que usted vende los adquiere a consignación/ a crédito? De lo contrario ¿cuánto dinero invierte usted semanalmente/mensualmente en la compra de cigarrillos?

(Consignación: contactar a un proveedor que te permite mantener el producto en la tienda y pagar sólo por lo que vendas, devolviendo el posible excedente sin costos)

27. ¿Quién establece los precios de los cigarrillos que usted vende? ¿Su proveedor le sugiere el precio de venta? ¿Cómo lo hace?

28. ¿Usted prefiere vender cigarrillos sueltos o en cajetilla? ¿Por qué? ¿Con cuál cree que gana más? [Explorar precios/costos]

Agradecer la participación del entrevistado. Reconocer lo valioso de su tiempo y haber colaborado con nuestro estudio.

HOJA ADICIONAL APUNTAR RESPUESTAS.

ATENCIÓN: Antes de anotar respuestas, indicar el número de pregunta que está siendo respondido.