

ECONOMÍA DE LA VENTA DE DROGA EN EL ÚLTIMO ESCALÓN

DAVID ROMERO

Sumario

1. Introducción. 2. El mercado. 2.1. Entrada en el mercado. 3. Financiación. 4. Aprovisionamiento. 5. Gestión de stocks. 5.1. Ventajas de grandes stocks. 5.2. Desventajas de grandes stocks. 6. Comercialización. 6.1. Política de producto. 6.2. Política de precio. 6.3. Distribución física del producto. 6.4. Técnicas de venta. 7. Gestión. 8. Motivos para dejar el trapicheo. 9. Conclusiones. Bibliografía. Glosario.

1. Introducción

Tradicionalmente la economía ha eludido el estudio de las actividades que llevan la etiqueta de la ilegalidad. A la criminología le ocurre lo contrario. Esta acotación «administrativa» del objeto de estudio impide un mejor análisis de la venta de droga ilegal. Nosotros vamos a tratarla con las herramientas que nos proporcionan ambas ciencias. Esto es, desde la perspectiva económica, pero introduciendo una variable nueva, la ilegalidad, que consideraremos una restricción propia del método productivo.

El comercio de droga, como cualquier otra actividad económica, ofrece oportunidades de empleo a quienes conozcan el medio. En este comercio intervienen productores y distribuidores, que en su mayoría

no pertenecen a ninguna empresa con estructura jerárquica. Este conjunto de agentes carece de la homogeneidad que ésta requiere: no existe obligación alguna de trabajar con una persona determinada, ni tampoco una política de distribución común. Los flujos de comunicación entre vendedores también discurren de un modo diferente. Muchas veces la mercancía va cambiando, adulterándose, a medida que pasa por los diversos escalones de la red comercial. Hablamos de productos distintos, gestionados por empresarios distintos.

En la parte alta de la pirámide de distribución, en la que cada transacción implica grandes volúmenes de droga, sí nos encontramos con organizaciones que responden a las características del crimen organizado; pero no en los niveles que nosotros vamos a estudiar. En el nivel minorista hablamos de «empresas unipersonales», mercaderes independientes, comisionistas, que comparten una misma red. El minorista es el único responsable de la actividad económica que realiza, y sobre el que recaen las consecuencias legales que ésta pudiera tener. Al igual que ocurre con otros empleos, muchos la ven como una solución temporal a sus problemas económicos, y no aspiran a dedicarse a ella profesionalmente. También la mayoría de los que participan en el negocio se quedan pobres, mientras sólo unos pocos se enriquecen.

Los costes de transacción en los mercados ilegales son muy altos. Éstos deben compensar los riesgos, la clandestinidad, las dificultades del transporte y las ineficientes redes de distribución. Un kilo de haschís puede costar tres o cuatro veces más en España que comprado directamente a un cultivador marroquí. Pero en el caso de las prendas de vestir o de los objetos ornamentales provenientes de Marruecos, el margen de beneficio para el importador puede ser aún mayor.

En este estudio nos proponemos ahondar en el funcionamiento de la venta de droga al detalle en una ciudad del sur de España. En particular, pretendemos conocer si el tráfico de droga es una carrera atractiva en comparación con otros modos de vida convencionales.

Para la obtención de datos, la técnica empleada ha sido la entrevista en profundidad. Realizamos entrevistas a diez vendedores con diferentes trayectorias delictivas y laborales, localizados en la escena callejera y a través de referencias. El entrevistador es considerado de confianza. También hemos extraído datos de un trabajo de campo más amplio llevado a cabo en un estudio sobre alternativas laborales a la delincuencia común (Romero, 2002). La mayoría de las entrevistas fueron grabadas. Otras, transcritas de inmediato. De éstas hemos incluido sólo fragmentos pequeños. Para facilitar la comprensión, al final del estudio hemos glosado el vocabulario usado por los vendedores, mezcla de dialecto andaluz y jerga callejera.

Llamamos minorista a la persona que vende droga en pequeñas cantidades. Las drogas ilegales que más presencia tienen en la calle son: el haschís, la cocaína y el MDMA («éxtasis»). Respecto a estas drogas, consideramos minorista medio al que vende semanalmente alrededor de 250 g de haschís, 10 g de cocaína, o 50 pastillas.

2. El mercado

Atendiendo a las cantidades de droga que manejan las personas implicadas en el tráfico de drogas nos hallamos ante cinco niveles básicos en la red: productores, importadores, mayoristas, minoristas (detallistas) y consumidores.

Esta estructura es en realidad bastante flexible: la cantidad de niveles en la red puede verse multiplicada con la aparición de numerosos intermediarios en cada escalón. Por supuesto, también las posiciones que ocupan las personas en un determinado canal de distribución son intercambiables o incluso suprimibles. Así, nos podemos encontrar con productores que son a la vez detallistas. Éste es el caso de algunos cultivadores de marihuana que venden su producción. Una planta de *cannabis sativa* cultivada en maceta y bien cuidada puede producir hasta 300 g, cuyo valor de mercado ronda los 1.100 euros (alrededor de 4 euros el gramo). Pero la gran mayoría de estos productores se quedan la cosecha exclusivamente para el autoconsumo, pues no es fácil encontrar marihuana, y además así les sale gratis. Prueba de la proliferación de pequeños productores de *maría* está en el negocio floreciente de las recientemente implantadas tiendas de semillas y productos destinados al cultivo. Por otra parte, hallamos mayoristas que también venden pequeñas cantidades en fiestas o a conocidos. Tal es el caso de nuestro entrevistado Pipo (22 años), que compró 5.000 pastillas que posteriormente distribuyó en cantidades que fueron desde las 3 a las 600 unidades. Son asimismo numerosos los minoristas que se convierten en mayoristas «por un contacto de suerte». Como más adelante veremos, éste es un mercado especialmente atento a la oportunidad.

2.1. Entrada en el mercado

El de las drogas es un mercado de fácil acceso. En primer lugar, porque no es necesaria ninguna cualificación ni experiencia laboral. En

segundo lugar, porque es de enorme extensión, lo que facilita a los futuros vendedores ir estableciendo contactos en una red en la que casi siempre entran desde el puesto de consumidor. En el momento en que los consumidores aúnan esfuerzos para comprar cantidades más grandes y obtener mejores precios, están obteniendo también mucha información acerca del puesto de vendedor. Desde esa posición de compradores irán conociendo el funcionamiento del sistema y aprendiendo las técnicas de venta que con ellos emplean.

La elección del producto a vender está condicionada por varios factores que difieren en importancia según el vendedor. Éstos son principalmente: los patrones de consumo propios y del entorno, el conocimiento que se tenga sobre el mercado de la sustancia, y el beneficio que ésta reporte. También pueden aparecer motivaciones personales.

—**Y qué, la gente cómo ve que tú pases *jas*...**

—*¿Jas?* El *hashí*... viendo lo que hay, el *hashí* es lo de menos, ¿no? Peor son los que venden ahí arriba *paquetillas*.

—**¿Paquetillas?**

—Sí, *paquetillas*, las *paquetillas*, coño... la... el *caballo*, los *shiné*...

—**¡Ah!**

—Ésos sí son peor... A mí me da asco... Mi padre es que estuvo *liao* con eso...

(Juancho, 25 años. Trabajador ocasional de la construcción.
Minorista habitual de *haschís* en la calle)

Otras razones atienden a la propia seguridad del vendedor.

—**Pero *jas* a una *fiesta* no lleváis... [para vender]**

—*¿Jas?* No, porque... abulta mucho.

—**Claro...**

—Mucho espacio. Mira, pero si lo llevas lo puedes vender caro. Porque hay gente que busca muchas veces *chocolate*... Pero no es *normá*, no es *normá*... ni *coca* tampoco es un buen negocio... *Pastillas*, *tripi*, *speed*, y cosas de esas...

(López, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de *pastillas* en fiestas)

La mayoría de los vendedores de una determinada droga la consumen —no implica abuso—, o al menos la han consumido. Esta proximidad también facilita la supervivencia comercial: tienes que entender de lo que vendes, tanto para tratar con clientes como con proveedores, en un oscuro mercado en el que las garantías no son habituales.

No obstante, Pipo, a los 15 años —entonces ladrón habitual—, entró en el mercado vendiendo haschís, droga que nunca había consumido y que aún hoy sigue sin consumir. Tras intervenir en pequeñas operaciones como intermediario, trasladó con un amigo 1,5 kg de haschís a otra ciudad en la que tenía un contacto. Su amigo sí fumaba haschís y probó el que iban a vender. Confiaba en el vendedor porque era amigo de su padre. No se consumió la operación porque el comprador consideró que era de muy mala calidad y lo tuvo que llevar de vuelta. El material lo había comprado a crédito y se lo devolvió sin problemas a la persona que se lo había vendido. Hoy Pipo cree que efectivamente aquel haschís era malo. Él no lo sabía, pero afirma que el comprador debería haber supuesto que por aquel precio «*mú* bueno no podía ser...».

La carrera de traficante suele comenzar por el puesto de detallista. Existe sin embargo un paso previo generalizado que podríamos denominar, haciendo analogía a la carrera comercial convencional, «representante». Se trata de la persona que realiza operaciones como intermediario, aproximando a vendedor y comprador, pero sin ponerlos en contacto. A diferencia del minorista, «el representante» no considera la mercancía como suya y no le suele ocultar al comprador su procedencia. Supuestamente esta función la realiza de modo no profesional, esto es, como «favor». Este modo de operar está fomentado por consumidores esporádicos, sin contactos, o voluntariamente ajenos al entorno de la venta de droga, que delegan en un conocido la compra de la mercancía. Cuanto menor es la proximidad afectiva entre representante y cliente, mayor es la probabilidad de que a este último se le incremente el precio real de la droga o se le sise parte de ésta. Esta situación de desconocimiento del sector por parte del comprador es a veces aprovechada por «el representante», que irá iniciándose paulatinamente en la carrera de minorista a medida que vaya descubriendo los beneficios que le reporta actuar como intermediario. Así, si termina siéndole requerida una demanda regular, puede que «el representante» decida negociar con el proveedor, con el fin de tener provisiones con que atender por sí mismo a sus conocidos, ahora clientes. Éstos suelen ser compañeros de trabajo, de estudios, vecinos, etc.

La entrada en el mercado de la droga no difiere mucho de cualquier mercado perteneciente a la economía sumergida de un país: total ausencia de trabas administrativas e impuestos legales. Tampoco existen los impuestos ilegales de tipo coactivo. A nivel minorista, la amenaza de nuevos competidores no es tenida en cuenta por la multitud de jóvenes que están dentro del negocio. Como en otros sectores comerciales, la competencia es menos dura entre los minoristas, porque, aun siendo numerosísimos, son prácticamente irrelevantes unos para otros. Tienen menos poder de influir sobre los precios y por tanto sobre el negocio de los demás. La diferencia con el comercio legal es que a la competencia se la conoce mucho menos, debido a la discreción que requiere la actividad.

Los minoristas que se conocen guardan aparentemente buenas relaciones entre sí, e incluso algunos se tratan con relativa frecuencia. Es muy común que dos vendedores se suministren recíprocamente de diferentes sustancias, e incluso que se intercambien productos —usualmente, pastillas y haschís—. De este modo los minoristas consiguen buenos precios y evitan atracos o chivatazos.

—**Bueno, ¿y con la competencia qué tal relación hay?**

—L.: Nunca... a mí nunca me han *veníó* ha robar. Y eso que roban mucho, pero a mí, yo qué sé... siempre he *tenío contactillos*, ¿me *entiende*’ o qué? Me han visto con unos y con otros...

—**Claro... Pero ¿y en la calle?**

—D.: Bueno, yo veo que hay una buena relación. Como *to’s* son amigos no hay problema.

(López, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de pastillas en fiestas)

(Diana, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de haschís y de pastillas en fiestas)

Sí es cierto que observamos una mayor rivalidad en el minorista «a pie de calle», esto es, en la venta a desconocidos. Ahí es donde hemos presenciado las tácticas más competitivas para quitar el cliente al vendedor de al lado, pero raramente una disputa entre vendedores que se conozcan que acabe de forma violenta. En cambio, en este nivel de venta, la irrupción de un nuevo competidor en la misma zona sí suele provocar una reacción más agresiva por parte de los ya establecidos. Así, las expectativas sobre la reacción de los competidores —el miedo— disuade a muchos de vender en la calle.

—¿Y te has *plantea'o* vender en La Rosita a desconocidos, como los de la playa?

—Qué va, compadre, eso ya es vender mucho. Y no vas a llegar ahí a quitarles los clientes a esa gente... *pa'* estar *to'l* día a palos...

(López, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de pastillas en fiestas)

En cambio, a medida que el volumen de negocio aumenta, también lo hace la violencia y las estrategias para eliminar la competencia. Hay que tener en cuenta que en los niveles más altos es más fácil conocer a los competidores, que son muchos menos, y ahí la pérdida de un cliente que se pasa a la competencia es la pérdida de mucho más dinero. No son pocos los minoristas que aseguran conocer a algún traficante que supuestamente colabora con la policía a cambio de impunidad. Conocemos el caso concreto de un semimayorista al que muchas personas de ambientes distintos coinciden en señalar como *chota* (chivato). La mayoría sostiene argumentos muy parecidos para justificar tal acusación: esta persona mantiene un nivel de vida bastante alto, tiene un coche lujoso y muy llamativo, no trabaja, desarrolla su actividad profusamente y con poca discreción, y nunca ha tenido problemas con la policía. Lo cierto es que en el pueblo donde vive es elevadísima la cantidad de gente que conoce su ocupación.

3. Financiación

La actividad económica del minorista es una sucesión de proyectos de financiación y posterior inversión en droga. Esta inversión se presenta como un negocio atractivo para alguien que tenga dinero en el momento preciso. Así, aparecen de continuo en el mercado detallistas ocasionales que deciden emprender el negocio, o que estaban esperando a tener dinero para hacerlo. Cabe mencionar que, si bien un empleo retira de la delincuencia a muchos jóvenes, al menos temporalmente (Romero, 2002), en algunos casos proporciona los medios para poder vender. Esto es posible encontrarlo en el mercado de pastillas de éxtasis. Tal es el caso de Mayte (22 años), que vende esporádicamente en fiestas *dance*, cuya actividad se desarrolla en fin de semana.

—¿Tú cuando has *esta'o* currando has hecho menos *movidas*?

—No. Es que con ese dinero es con lo que he hecho algo... ¿entiendes?

—Aaaah, ya...

—Empecé a *currar pa'* mis cosillas, y cuando me vi con un dinero... Es que así me salía mejor, no tenía que cogerlas *fiás*...

(*Mayte, 22 años. Estudiante. Minorista ocasional de pastillas en fiestas*)

Quien desee entrar en el mercado y no posea el efectivo suficiente para proveerse, deberá contar con la confianza de un mayorista que permita la mercancía fiada.

—Y tú, las que *pillas* [las pastillas], ¿siempre las *pillas fiás*?

—L.: Pues normalmente sí porque no tengo *pasta pa'* pagar tanta cantidad... Porque a lo mejor... *cojo* 100 pastillas, y a lo mejor me salen por... 100.000 *pelas* (600 euros) a lo mejor, por poner un ejemplo..., y yo no tengo 100.000 *pelas pa'* pagar al tío *del tirón*. Las voy vendiendo yo, las vendo yo, y ya tengo al tío *pa'* pagarle...

—Y la primera vez que *pillas fiao*, tiene que ser a alguien de confianza, ¿no?

—D.: Sí, tiene que ser alguien conocido, si no...

—L.: Por lo menos que te haya visto unas cuantas veces, que sepa dónde vives, quién eres y eso... No puedes llegar a un tío y, mira, déjame *fiao*, y el otro: ¿qué dices?

(*López, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de pastillas en fiestas*)

(*Diana, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de haschís y de pastillas en fiestas*)

Para acceder al crédito del mayorista, puede bastar el demostrarle un volumen de venta suficiente y constante. En cualquier caso, a este nivel no son frecuentes los métodos violentos de cobro. Parece que, si es moderada la cantidad, las deudas impagadas son asumidas por el mayorista como parte cotidiana de su actividad comercial, y se conforma con no volver a fiar mercancía a su cliente. En concreto, a nuestro entrevistado y mayorista ocasional Pipo, tres meses después de haber agotado la partida de 5.000 pastillas que compró en otra ciudad,

aún le deben entre 1.200 y 1800 euros (no tiene clara la cuantía exacta) tres minoristas. Sus métodos de cobro se limitan a insistentes llamadas en las que dice no haber llegado aún a las amenazas explícitas.

—¿Y os preocupa tener negocios con un tío que venda bastante, con uno que tenga mucho negocio?

—¿Que se cabree porque no le pagues?

—Bueno, sí... [...]

—No, no. A los que hemos *pillao fiao*, al que le he *pillao fiao*... sabía que no tenía mucha confianza con él, pero sabía que no iba a tener ningún problema si no le pago, porque... mira, le he *tenío* esperando cuatro veces, que... que le he *cogío* así seguidas... y le he *tenío* esperando dos veces dos o tres semanas, y qué va... ni se ha *quejao*, ni ha dicho *na'*... [...] Hombre, te preocupas por pagarle, porque ya estás con la presión... Yo... yo me cabreo mucho, ¿me *entiende'* o qué? Porque a lo mejor me veo que ya tengo que pagarle al tío, ¿me *entiende'* o qué? Y que *na'* más que tengo la mitad del dinero, y que lo otro a lo mejor me lo deben 20 personas. Y estoy a lo mejor con un cabreo impresionante, porque tengo que pagarle al tío, tengo que llamarle, y eso, que quedas mal, ¿me *entiende'* o qué? Porque le llamas y le dices: pues mira compadre, que no tengo...

(López, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de pastillas en fiestas)

El sistema de crédito en el mercado de pastillas funciona de modo distinto al de otras drogas. Debido al mayor número de mayoristas y detallistas ocasionales y a que el flujo de ventas es más inconstante, por estar muy condicionado a la celebración de grandes fiestas, la confianza necesaria no se consigue siempre a través del negocio. Sin embargo, está extendida por parte de los mayoristas la práctica de fiar. Esto parece debido a la menor disponibilidad de efectivo de los detallistas de pastillas, cuya media de edad ronda los 20 años (Gamella y Roldán, 1997). Por otra parte, un comprimido de MDMA con un determinado grabado, tamaño, forma y color es fácil de identificar y seguir la pista por la policía. Por ello el mayorista ocasional operará eventualmente y se esforzará en desposeerse físicamente de las pastillas en el menor tiempo posible. Pensamos que esto último contribuye a las mayores facilidades de crédito que da.

La financiación ajena tiene un coste muy elevado para el detallista. Los intereses se los repercute el mayorista a través de un incremento

en el precio de la droga, en una cuantía que varía acorde al mayorista, el detallista, y sus respectivos poderes de negociación. Pero podemos estimar el tipo de interés medio entre el 10% y el 15%, dándose los tipos más bajos en el mercado de pastillas. Teniendo en cuenta que el plazo de devolución del dinero es de un mes como media, comprenderemos que hablamos de un tipo altísimo (el límite habitual en la banca es un 10% anual, y aquí nos situamos entre un 120% y un 180% anual). Detrás de este tipo de interés se encuentra la necesidad del mayorista de compensar el riesgo de impago, que aumenta con la posibilidad de detención de su cliente y con las propias características del producto: su adictividad y el alejamiento de la realidad que produce. Uno de nuestros entrevistados nos hablaba en este sentido de algunos minoristas que «*comen* mucho y *pagan poco*».

—**Dices que *pillas* 100 a 100 talegos (600 euros), *fiás*. ¿Y al contado?**

—*Un pelín más baratas, un pelín más baratas.*

—**¿Y cuánto?**

—Pues 20 duros (60 céntimos de euro) más te pueden cobrar a lo mejor [por cada una] [10% de interés]. Y según a quién se las *pilles*; si yo *pillo* al que se las tengo que *pillar*, que no tengo mucha confianza... porque es más bien de emergencia, *¡pa' tene'*! Porque yo voy a una *fiesta* y me da coraje pagar 10 euros por una pastilla. Me llevo mis 60 mías, que aunque no sean mías, las vendo, me saco dinero y me las *como* gratis, ¿entiendes?

—**Claro.**

—Si no... Si voy *pelao*, voy dentro y tengo que comprarlas, que me van a salir más caras seguro.

(López, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de pastillas en fiestas)

La autofinanciación tiene, como ya hemos visto, dos ventajas claras: por un lado permite suministrarse en cualquier momento, permitiendo así mayor libertad de acción y mayor aprovechamiento de las oportunidades, y, por otro, es una fuente de recursos financieros «gratis». Sin embargo, pagar al contado tiene algún inconveniente: a veces lleva a hacer inversiones «poco rentables». Los que hacen uso de la financiación ajena evitan muchos fraudes por el simple hecho de que nadie fía mala mercancía, pues sabe que no la va a cobrar. No obstante, algunos mayoristas fían partidas malas de droga a precios bajísimos a minoristas conscientes de su mala calidad. Para el mayorista,

éste puede ser el único medio de vender la droga mala, y para el detallista, el único medio de poder vender sin invertir un dinero del que carece. Éste es el caso de muchos vendedores «a pie de calle», que venden intentando hacer pasar esa droga por buena.

La financiación de la distribución es una técnica de venta para el mayorista, mientras que el detallista fía casi como favor. El minorista financia menos, y menos en la calle. Sabe que está indefenso contra los impagos debido a su menor potencial de coacción, y que el cliente bajo los efectos de la droga es muy dado a consumir despreocupándose de cómo o cuándo pagará. Además, las deudas son más difíciles de cobrar, ya que las cantidades son pequeñas y a veces es más cómodo y barato olvidarlas. Aun así, en muchas ocasiones no puede negarse a fiar a sus conocidos. Y aquí, una nueva desventaja: mientras que el mayorista repercute altos intereses al detallista, éste financia «gratis» al cliente. Le costaría mucho convencer al consumidor, ajeno a esos negocios, de que tiene que subirle el precio por el crédito recibido.

—Y vosotros... al vender... ¿vendéis fiao, o las pirulas no se fían?

—L.: En la calle sí...

—D.: A los amigos sí, pero en las *fiestas* no...

—L.: Y en la calle sí...

—D.: A los amigos...

—L.: Y a los que no son tan amigos... Porque te llegan... ah, venga, no sé qué, yo te las voy a pagar, no sé qué... No, tío, no... Venga, que yo te lo voy a pagar, y no sé qué... *To' empastillao*...

—D.: Y pocos pagan, la verdad...

—L.: Mira, vender en la calle es una ruina... Pastillas es una ruina. Porque te vas a quedar sin un duro y te vas a quedar *arruinao*.

—D.: Lo mejor en la calle es el *chocolate*, porque si no...

(López, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de pastillas en fiestas)

(Diana, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de haschís y de pastillas en fiestas)

4. Aprovisionamiento

Estar bien abastecido es una cuestión de suerte en muchas ocasiones. Es lo normal cambiar de mayorista en el momento en que se conoce a uno de mayor envergadura y que ofrezca mejores precios. Al nuevo mayorista se le puede conocer a través de un cliente, de un amigo, de una fiesta *dance*, de la cárcel, etc. Pipo contactó con el importador —o tal vez intermediario de un fabricante nacional— que le suministró las 5.000 pastillas a través de un conocido. Una vez decidido a hacer una compra grande de pastillas, habló con mucha gente para acceder a la persona adecuada. Dado que en su ciudad esto era difícil, telefonó a algunos conocidos de otros lugares. Uno de éstos le proporcionó el teléfono de esa persona, y gracias a sus referencias no tuvo mayor problema para conseguir su confianza.

En un mundo en que las transacciones comerciales por vía informática crecen de manera exponencial, también es posible conocer a un buen proveedor a través de Internet. Mencionemos los resultados obtenidos en el buscador Google en español al introducir como palabra clave las siguientes: Marihuana: 38.900 en 0,06 seg.; Cocaína: 47.600 en 0,27 seg.; MDMA: 2.210 en 0,14 seg. Obviamente, la gran mayoría de estas páginas no tienen relación directa con el tráfico ilícito de sustancias psicoactivas. Son páginas dedicadas a suministrar información sobre drogas ilegales, cuyos foros y *chats* se convierten en puntos de encuentro entre consumidores. En un pequeño porcentaje algunas también se convierten en encuentros de compradores y vendedores de diferentes niveles. En un foro en español en el que algunos usuarios intercambian información sobre diversas sustancias psicoactivas, presenciamos la incursión de un mayorista de pastillas con el siguiente encabezamiento: «Some good MDMA pils here for sale!!»¹. En el contenido del mensaje detallaba lo siguiente: «Hi guys some good MDMA pills for sale direct from Amsterdam. Only from 100 pieces and up. Only serious reactions to: [e-mail]»². Los receptores idóneos de este mensaje son los importadores-mayoristas o incluso importadores-minoristas españoles, dada la cantidad mínima de que hablaba el exportador holandés. Sólo hemos visto una oferta tan explícita en lo referido a las pastillas proveniente de un vendedor español. En el mismo foro. Su encabezamiento era el siguiente: «Vendo pastillas y cocaína a buen precio». El mensaje detallaba: «Si estáis interesados escri-

¹ «¡¡Pastillas buenas de MDMA aquí a la venta!!».

² «Hola, tíos, venta directa desde Amsterdam de pastillas buenas. Sólo de 100 unidades para arriba. Sólo respuestas serias a: [dirección de correo electrónico]».

birme a [dirección de correo electrónico]». Hemos observado también algunas ofertas más solapadas. Por supuesto, el mercado a través de Internet no está exento de control policial. Nos resultó interesante la advertencia que hacía el responsable de una WEB dedicada en exclusiva al cannabis:

Mensaje para las asombrosamente disimuladas y bien organizadas fuerzas de seguridad del Estado: que se dediquen a perseguir el delito y se dejen de enviarme mensajes para ver si me pillan camelleando. No vendo marihuana. No vendo hachís. No vendo drogas. Sólo recopilo información y la expongo.

Respecto a la fase de aprovisionamiento en el mercado de pastillas, haremos alguna consideración aparte. Holanda, país del que provenía la primera oferta electrónica que hemos mencionado, es el principal productor de esta droga y el país donde el control policial de la producción es más relajado (Gamella y Roldán, 1997). Es sabido que el mercado español de pastillas es subsidiario del inglés y del holandés, en lo que Gamella y Roldán han denominado «mercado común europeo del éxtasis». No obstante, hay que reseñar que los minoristas de drogas ilegales raramente conocen su procedencia real. Uno de nuestros entrevistados asegura tener constancia visual del establecimiento de un laboratorio clandestino en la región, y en la calle son muchos los que hablan de la abundancia de «pastillas caseras». Pero esto contrasta con la escasez de desmantelamientos de laboratorios clandestinos por parte de la policía. Lo que sí es cierto es que producir drogas de síntesis química a pequeña escala es bastante asequible: la inversión no es grande; conseguir los precursores en pequeñas cantidades no llama mucho la atención —hay que tener en cuenta que los «caminos» para llegar al MDMA son muy variados, y cada vez se innova más para eludir su control policial—; no se requiere de mucho espacio físico, y el proceso no presenta excesivas dificultades para un químico medio. Algunas de las fórmulas de la síntesis química del MDMA las hemos visto expuestas en páginas WEB especializadas. Es posible que la producción nacional, que hasta el momento ha estado menos extendida que la importación de países con mayor experiencia y que producen a costes más bajos, esté aumentado paulatinamente. Parece indicarlo la gran cantidad de imitaciones de una pastilla buena, importada, que aparecen en el mercado al poco tiempo aprovechándose del prestigio de la primera. Pero ofrecen menor calidad. Así, los consumidores expertos aprenden a distinguir pastillas pertenecientes a tandas distintas, que sólo varían ligeramente en el color o en el tamaño, tienen

la misma marca y reciben la misma denominación. Bajo el nombre de «pastillas caseras», los consumidores también incluyen los fraudes con pastillas compuestas básicamente por anfetamina u otras drogas que se pretenden hacer pasar por MDMA.

En el mercado de drogas ilegales, más que en ningún otro, existe alta asimetría en la información que reciben los agentes. Tanto consumidores como minoristas querrían tener un buen *punto* (contacto) a quien comprar, y los vendedores, buenos clientes a los que vender. Pero cuanto más pública sea la actividad de un vendedor, mayores posibilidades tendrá de vender, y de ser detenido. La propia seguridad será causa de los altos costes de información del sector. Sirva de ejemplo que, hace pocos meses, Pipo vendía un lote de 100 pastillas fiadas a alrededor de 4 euros la unidad, mientras que López, un lote de la misma cantidad, y calidad similar, lo compraba fiado a 6 euros la unidad.

Un riesgo que atañe al minorista en la fase de aprovisionamiento, y de forma notable al poco experimentado, es el comprar mala mercancía. Son muy comunes las estafas a los detallistas más jóvenes, sobre todo a los de haschís. Hay que tener en cuenta que el haschís «atonta», y un mayorista experimentado puede valerse bien de esta circunstancia. En el mercado de haschís se estafa con producto de pésima calidad, muy seco, o incluso mojado —el que fue arrojado al mar desde las lanchas y posteriormente rescatado por pescadores, buceadores o bañistas—.

Tener un buen *punto* no sólo es conveniente por razones de economicidad y seguridad; también por la ventaja de tener un suministro constante. Ahí es donde entra en juego la seriedad del mayorista, la envergadura de su negocio, o simplemente sus ganas de vender. La desventaja de tener un punto que nunca falle, es decir, que lleve mucho tiempo pasando (vendiendo), es la mayor probabilidad de verse implicado en problemas legales por su culpa, ya que es un blanco más probable para la policía. Sin embargo, como más arriba hemos visto, esto parece no ser tenido en cuenta por los minoristas, que suelen anteponer el ánimo de lucro a la seguridad.

5. Gestión de stocks

El stock es el conjunto de mercancías «en almacén» acumulados en espera de ser vendidos. Existen fuerzas contrapuestas en la determinación del volumen de droga óptimo en inventario.

5.1. *Ventajas de grandes stocks*

La droga presenta una relación precio-volumen alta, lo que permite el fácil almacenaje de cantidades relativamente grandes. La principal ventaja de comprar cantidades altas es acceder a los descuentos que ofrecen los mayoristas. Para conseguir un descuento del 40% en el precio del haschís, un minorista habrá de comprar al menos 6 veces más de lo habitual, lo que implica hacer un desembolso 3,6 veces mayor. Si compra pastillas o cocaína necesitará hacer desembolsos todavía mayores, comprando hasta 10 veces más de cantidad. La razón de los mayores descuentos por cantidad que se ofrecen en el mercado del haschís puede radicar en la gran diferencia de la relación volumen-precio con respecto a las otras dos drogas. Da la impresión de que existe un mecanismo en el mercado que intenta compensar al vendedor que tiene que esconder mucho volumen de droga. Lo que sí está claro es que acceder a los descuentos supone un notable desembolso de efectivo que el detallista raramente se puede permitir, teniendo en cuenta que a tales niveles de compra (compras del mayorista) no existen las mismas facilidades de crédito que para el último escalón. Obviamente, una vez más, los descuentos varían mucho dependiendo del mayorista y el minorista.

En el currículum delictivo de Luis (17 años) figuran cinco ciclomotores robados y una intermediación en una venta de cocaína, en cantidad considerable: 10 gramos. Esto ocurrió hace un año, cuando él trabajaba de camarero en un restaurante en la playa. Unos clientes italianos a los que estaba sirviendo y con los que había congeniado, al terminar de cenar le preguntaron si les podía conseguir cocaína para la noche siguiente. Al instante Luis pensó en Arturo, traficante de su localidad, y preguntó qué cantidad. Cuando se la dijeron, se negó, argumentando que 10 gramos era demasiado para él. Uno de los italianos le mostró 100.000 pesetas (600 euros) y le dijo que aún le podía dar 10.000 (60 euros) más para asegurarse de que todos quedaran contentos. Él sabía que se podía sacar mucho dinero por vender 10 gramos a 11.000 pesetas (66 euros) la unidad, sabiendo que uno sólo le costaba normalmente 10.000 pesetas (60 euros). Pero él iba a comprar bastante más [el precio habitual de 1 g de cocaína para un conocido es 8.000 pesetas (48 euros)]. Al día siguiente fue a buscar a Arturo y éste le dio los 10 gramos fiados a 90.000 pesetas (541 euros), lo que a Luis le pareció un precio abusivo, pero aceptó. Ahora se da cuenta de que Arturo «*triumfó, el hijoputa*». Y, efectivamente, el mayorista hizo un gran negocio, teniendo en cuenta que vendió a Luis 10 veces más cantidad de una venta media (1 g), y sólo le hizo un 10% de descuento. Por la noche llevó la cocaína a los italianos, y a petición de ellos les tuvo que acom-

pañar a una fiesta, a modo de garantía, y estar allí toda la noche. Eso no le importó porque consumió con ellos y se lo pasó muy bien. Quedaron contentos, y por la mañana lo llevaron a su casa. A pesar de esta experiencia satisfactoria, al día siguiente el grupo de italianos fue a buscarle para comprarle haschís, pero él ya no quiso hacer ninguna operación más por parecerle «ya demasiado lío».

Otra ventaja de las compras grandes es el ahorro de costes fijos, aquellos cuyo montante es independiente de la cantidad comprada, como son: la gasolina del transporte —en los mercados ilegales lo usual es que el minorista se desplace a recoger la mercancía de manos del mayorista—, las llamadas de teléfono y el tiempo.

—Y qué... ¿mucho gasto de móvil? ¿Cuántas tarjetas *pules*?

—D.: Pues yo he *llega'o*... Cuando vendía [haschís] y eso... una *pechá*... como... 7.000 (42 euros), 10.000 pesetas (60 euros) al día... *Na'* más que de teléfono...

—¿Al día?

—L.: Es que eso era *basto*, compadre, eso era *basto*...

—D.: Era *basto*... Y llamadas cada tres segundos... Cuelgo, voy a dejar el teléfono... y ya tengo que cogerlo otra vez...

—L.: Millones de llamadas... El teléfono lo odio, compadre...

—D.: [...] No, en serio, que el teléfono es una ruina...

—L.: Eso sí, cada *viajecillo* que te estás haciendo, 10 eurillos...

—D.: La verdad es que vender y eso te hartas...

—L.: Te hartas, pero como te sacas un dinero...

—D.: Te hartas porque... es que... o te lo fumas *to'*, y luego tienes que estar *to'l* día pendiente al teléfono, *to'l* día no sé qué, *to'l* día no sé cuánto...

(López, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de pastillas en fiestas)

(Diana, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de haschís y de pastillas en fiestas)

Tener una elevada cantidad de droga almacenada evita los inconvenientes de la ruptura de stock. El coste de ruptura de stock es el perjuicio sufrido por quedarse sin mercancía para vender. Puede ser alto, si el minorista pierde un cliente que se va a la competencia, pero no suele ser grave, a no ser que su inconstancia en el suministro sea sistemática. Esto es así porque, al funcionar el mercado con partidas

importadas que a veces no llegan, es frecuente el desabastecimiento y la rotación de clientes por distintos minoristas. De todas maneras, un detallista, por muy deteriorada que tenga su imagen en este sentido, es frecuente que reciba en cualquier momento la llamada de ex clientes probando suerte, deseosos de comprar, cuando sus actuales vendedores fallan.

Tener suministro constante es una estrategia competitiva de primer orden, una ventaja que diferencia del resto de los vendedores. Para no quedarse sin material que vender, el minorista ha de gestionar el stock atendiendo a tres variables: la financiación, la disponibilidad del mayorista y la demanda. Ya hemos tratado las dos primeras. La demanda, cuyo comportamiento sólo se conoce en términos de probabilidad, deberá calcularla el detallista por su propia intuición y experiencia. Por supuesto, es clave la información, ya que la demanda viene determinada en gran parte por el poder adquisitivo y por los propios gustos de los clientes, variables a las que ha de estar muy atento. Igualmente ha de prestar atención al entorno. Así, es notado por todos los detallistas que se vende mucho más en vacaciones, especialmente en Navidades, en los días previos a grandes fiestas *dance*, etc.

—D.: [...] Y los fines de semana es cuando más vendes. Tú un fin de semana, pues... hasta 200 *gramo'*...

—L.: Y los domingos, los domingos es cuando más vendes... porque los domingos *to'l* mundo se queda sin *chocolate*... pero *to'l* mundo... [...] Ahora es cuando van a empezar a traerme kilos [de haschís]... a lo mejor. La próxima semana me van a traer un kilo. Y si es así, pues mira, un kilito cada tres semanas, un kilito al mes...

—**Pero has *esta'o* vendiendo hasta ahora, ¿no?**

—L.: *Chocolate* no, pastillas.

—**Aaah...**

—L.: 100, 200... normalmente. En fiestas... Y si es un fin de semana tranquilito, que no voy a ir a ninguna fiesta ni *na'*, 60 o así. Pero si hay fiesta, llevarse 100, 200... unas cuantas.

—**Y cuando está tranquilita la cosa, se vende menos que...**

—L.: Ahí va, cuando no hay ninguna fiesta cojo menos, porque muchas veces también... a lo mejor no las cojo pagando *del tirón*. *Cojo fiás*, y *pa'* qué quiero tantas. *Cojo* 60, que son las que sé que voy a poder vender. Y ya las vendo tranquilito...

—**Y en fiestas...**

—L.: En fiestas las máximas que se puedan. Allí todas, porque te las van a comprar todas.

—**Y qué es lo máximo que se puede vender en una fiesta...**

—L.: ¡En una fiesta? No haaay límite. Mira, si tú te vas de fiesta, y después de *after*, puedes vender... 500. Pero *basto*, *basto*, una cosa *basta*... [...] En el [...] vendimos... 200, y en las tres últimas horas ya no nos quedaba *na'*.

—**¿Cuántos erais?**

—L.: Pues ese día éramos unos cuantos, éramooooos... cinco. Pero es que ese fin de semana éramos muchos. Mira, el otro día Jose vendió... ¿cuántas vendió?

—D.: 150.

—L.: 150 en dos horas...Él solo. En dos horas. En dos horas... Pero bueno, es que también es en la que entras... Hay fiestas que están *petáisimas* de drogas, y no te compran ni una. Y a lo mejor hay fiestas que... hay mucha gente, pero como hay tanta gente, pues *to's* compran. Y te hinchas de vender...

—**Y las famosas sobre todo...**

—D.: *Ahí va.*

(López, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de pastillas en fiestas)

(Diana, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de haschís y de pastillas en fiestas)

Con el fin de lograr alguna de las ventajas de hacer compras grandes, tales como el abaratamiento de costes fijos —por ejemplo, del transporte cuando hay que desplazarse a otra ciudad— y variables —precio—, así como por razones de seguridad —evitar posibles atracos—, es usual que pequeños mayoristas o minoristas se agrupen para aprovisionarse.

Pipo comenzó a planear la compra de pastillas con un conocido suyo, minorista habitual de haschís y cocaína y esporádico de pastillas, que también quería comprar una gran cantidad. Una vez que consiguió un buen contacto, decidieron comprar 5.000 pastillas cada uno. Viajaron a la ciudad del vendedor, en compañía de dos amigos, realizaron la compra y volvieron en el mismo día.

5.2. Desventajas de grandes stocks

Por otra parte, a la hora de comprar cantidades más grandes nos encontramos costes de posesión, en el caso de que el minorista tarde mucho en vender lo comprado.

Caducidad. De las drogas que tratamos, la que más deterioro sufre con el tiempo es el haschís, que se seca rápido y pierde calidad. La que menos, el éxtasis. Una bajada en la calidad es muy posible que repercuta en menores ingresos o en pérdida de imagen.

Consecuencias legales. Ante una detención o un registro, lógicamente éstas serán más graves para el minorista cuanto mayor cantidad posea. Es decir, a mayor cantidad, sentencia más dura. Sin embargo, hemos comprobado que ésta es una cuestión de la que se suelen despreocupar bastante los vendedores, a excepción de los que ya han tenido problemas policiales serios, que esconden bien la droga cuando es mucha.

Inmovilización financiera. El tener dinero invertido en droga almacenada que no está generando ingresos imposibilita aprovechar mejores oportunidades de inversión.

Disponibilidad. Para el vendedor que además es consumidor, tener mucha cantidad supone una tentación que puede traducirse en *pulir* más de la cuenta, con la consiguiente acumulación de deudas.

—Cuando tienes *pirulas* o *jas*, aumentas el consumo simplemente por tener, ¿no?

—L.: Claaaro... je, je...

—D.: Hombré. Pues ya ves...

—L.: Eso es normal...

—D.: Yo a lo mejor tengo *pirulas*... Si consumes a veces no vendes nada y te lo fumas todo, o te lo *comes* todo...

—L.: *Ahí va*... Mira, si tienes... si yo tengo *pirulas*, y a lo mejor llevo dos semanas sin *meterme na'*, pero a lo mejor estoy *to' aburrí'o* y tengo aquí una bolsa de *pirulas*... Y... venga, ¿una *pirulilla*? No. Pero al final, se *empastilla* uno y, venga, tú otra, y no sé qué... Lo que pasa siempre... Y con el *chocolate*, tengas o no tengas, el consumo va a ser siempre el mismo... *a jierro*... [...] Mínimo son 5 euros diarios. Y más ahora en verano, porque cuando no estoy en vacaciones a lo mejor no fumo, porque tengo que estudiar, pero ya ves...

(López, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de pastillas en fiestas)

(Diana, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de haschís y de pastillas en fiestas)

6. Comercialización

Entramos ahora en la parte más conocida de la actividad del traficante: la distribución. Es la que le encuadra en el sector terciario de la economía, que comprende las actividades profesionales de prestación de servicios mediante las cuales se satisfacen necesidades humanas. Aquí es donde se hacen más visibles las fuerzas de la competencia. Para luchar contra estas fuerzas deberá aplicar su esfuerzo comercial en cuatro áreas principales: la política de producto, la política de precio, la distribución física y las técnicas de venta.

6.1. Política de producto

La política de producto es clave dentro de una política de diferenciación. El vendedor sabe que a mayor calidad de la droga, más se va a correr la voz, y más rápido la va a vender. No es fácil para el consumidor conseguir una buena mercancía.

—L.: Si tienes *mierda*, es mejor no venderlo. Porque se van a enterar que es *mierda*, y... no lo vendes. Si tú tienes por ejemplo...

—D.: Y después te creas la fama de...

—L.: *Ahí va*. Cuando nosotros teníamos la *paleta*... no pasábamos *na'*, porque *pa'* qué vas a pasar *paleta*... *pa'* qué vas a decir qué tenemos *chocolate* si vamos a pasar *paleta*... ¿Entiendes? Una cosa que esté buena, sí, porque *to'l* mundo te la va a comprar...

—[...] **¿Y vosotros tenéis algún cliente fiel?**

—L.: ¿Qué?

—**Algún cliente que os pille siempre a vosotros...**

—L.: Cuando tenemos *chocolate* o tenemos cualquier cosa nos *pillan* siempre a nosotros... todos los que conocemos... porque saben que es mejor que lo que le va a dar cualquier otro. Y cuando decimos: tenemos *chocolate*, todo el mundo nos *enchufa* a nosotros... o que cualquiera tiene.. o que otro tiene... *coca*, pues todos a él *coca*... que otro tiene pastillas, pues todos a él...

—D.: Claro...

—L.: Porque como somos entre nosotros... sabemos que no nos vamos a *hacer el gato* y que va a estar bueno. *Ahí va*, porque hay más confianza... Venga, déjame que lo pruebe... a ver... pues toma.

—D.: Y cuando prueban algo y está *corta'o* o cualquier cosa pues entonces no van a volver a *enchufar*...

(López, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de pastillas en fiestas)

(Diana, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de haschís y de pastillas en fiestas)

El consumidor se acostumbra rápido a la buena calidad y la prefiere, aun siendo más cara. Prueba de ello la tenemos en el mercado del haschís, que nos muestra lo que el marketing llama «ciclo de vida de un producto». Hace alrededor de 10 años comenzó a entrar en España haschís marroquí de mayor calidad. Se trataba del polen que suelta la planta en un primer y leve vareo, que después es prensado y empaquetado acorde a la manera de importarlo: en forma de placas de entre 100 y 250 g; de huevos (conocidos como «bellotas») de entre 5 y 15 g que eran tragados por hombres y mujeres correo; o de huevos de alrededor de 50 g que eran traídos por las mujeres correo. La mayor accesibilidad provocó paulatinamente la casi retirada del mercado del haschís *apaleao*, que se obtiene después de dar muchos palos (golpes con la vara) a la planta para sacar toda la resina, que cuanto más adherida está, menos potente y de peor sabor es. Este haschís, los minoristas lo adquirirían en placas de 250 g que también recibían el nombre de «cuarto», «ficha» o «paleta». El polen bueno cuesta el doble, pero hoy día sólo compra *apaleao* el que tiene muchas ganas de consumir y no puede comprar otra cosa. Los únicos minoristas que venden actualmente este haschís son los que están a pie de calle. Lo venden precisamente a los que no tienen más remedio que comprárselo a ellos, muchas veces son turistas o consumidores novatos a los que cobran precios exorbitantes. Otras estafas se llevan a cabo en ocasiones con materiales distintos al haschís que, bien envueltos, se asemejan en el color y textura —por ejemplo, pastillas de Avecrem—. Este último engaño sólo lo llevan a cabo quienes podemos calificar como estafadores itinerantes, mejor que como minoristas de una sustancia que no poseen.

La influencia que pueda tener el vendedor sobre la calidad del producto varía según la droga. La cocaína es fácil de adulterar, el haschís, laborioso, y las pastillas, muy difíciles. Por tanto, no es difícil imaginar que el consumidor de cocaína recibe un producto por término medio bastante adulterado, si atendemos a la cantidad de manos por las que pasa. Existe, sin embargo, un discurso común al detallista de cocaína acerca de la pureza de su mercancía, expresada en porcentajes imposibles.

Al cliente sólo le queda atender a su experiencia como consumidor para identificar la calidad del producto. A los compradores de pastillas les resulta más fácil hacerlo, pues el formato de éstas permite hacer visible la marca del producto mediante un grabado o una forma peculiar. Esta marca es el origen del nombre con que se las conoce: «tapones azules», «euros», «f-f», «ovaladas amarillas»... Así, un consumidor avezado rechazará una oferta de «mitshubisis», porque reconocerá una pastilla de calidad, pero demasiado antigua y posiblemente «caducada». No obstante, las marcas cada vez representan menos garantías debido al creciente número de imitaciones, como más arriba hemos visto. En la época antes mencionada del haschís *apaleao*, los importadores grababan las placas con un cuño peculiar, que daba nombre al «chocolate de la moneda», «de la estrella», etc., muy apreciado entonces por los minoristas. Actualmente algunos minoristas de cocaína hablan de un determinado sello en las placas en que esta droga viene prensada, que a ellos les da mucha confianza.

En los mercados ilegales no abundan las garantías. Las disputas por cuestiones de calidad entre mayorista y detallista se arreglan pactando unas mejores condiciones para un siguiente pedido. Cuando aparecen las reclamaciones, la cuestión se resuelve a favor del mayorista, que, por lo general, intimida más. Existe un coste relacionado con la calidad del producto, y es la seguridad del vendedor. Si el consumidor comprueba que lo que éste le ha vendido es malo, o así lo interpreta, puede reaccionar violentamente contra él. Esto último es más probable en los usuarios de cocaína o de éxtasis cuando ya están bajo los efectos de dicha droga.

—¿Y riesgo que no sea legal? Es decir, el riesgo de los clientes [...].

—Bueno, eso sí... porque... la última vez que estuve vendiendo *cápsulas*... fui con una amiga mía y su novio, un amigo mío, bueno, me vino un tío: ¿tú tienes?, no sé qué... Y yo...pues no sé, ¿qué es lo que quieres tú? Porque está gente ya van a *cien*. Ah, pues esto... Sí, espérate un momento... y yo me iba, me escondía así... Lo sacaba de donde fuera y se lo daba. Y el tío venía así, *mu'* nervioso: Mira, pero esto estará bueno, porque como no esté bueno, no sé qué... Y como vaya *con esa cabeza*, se coma lo que se coma no le va a salir bien. Y digo: éste va a venir dentro de media hora a buscarme. Y digo: miraaa, tranquilízate, compadre, que es que prefiero ni dártela, porque es que *paso, paso*...

Y al final el tío: *na', na'*, venga, que te lo voy a comprar... y dar-me él 20 talegos, y yo darle dos cositas o tres... y después toda la

noche mirando, en plan: ojalá no aparezca. Porque en verdad a mí no me va a pasar *na'*, porque... sé con quién voy... Sé que los que van conmigo en un momento *dao* dan la cara por mí. Pero a mí eso tampoco me gusta...

(*Mayte, 22 años. Estudiante. Minorista ocasional de pastillas en fiestas*)

Un fenómeno que se produce con relación a la calidad del producto, es lo que en economía se llama «externalidad del mercado». La mala calidad de los productos de algunos vendedores desanima las ventas de otros. Esto ocurre por los elevados costes de información que existen en este mercado clandestino. Para un consumidor, sobre todo de drogas de síntesis, es muy difícil conocer de antemano la calidad y fiabilidad de lo que va a consumir. Una importante externalidad apareció en el mercado de pastillas tras la alarma social desatada tras las dos muertes acaecidas en una macro-fiesta en la primavera de 2002. Se presume que los dos jóvenes murieron por la combinación de éxtasis con otras drogas. Nuestros entrevistados minoristas coinciden en que las ventas se redujeron mucho durante unas semanas. En el mismo sentido se manifiesta Pipo, nuestro entrevistado mayorista ocasional. Pero parece que en realidad la bajada de la demanda fue momentánea y en gran parte debida a la reducción del número de fiestas tras aquel suceso, pues, pasado un mes, la demanda se recuperó totalmente. No parece que a los consumidores les afectaran mucho aquellas muertes. Así, Pipo nos cuenta cómo algunos de sus amigos bromeaban diciéndole: «Estas pastillas están *de muerte*, ¿eh?, están *de muerte...*». Él sostiene que sus pastillas no eran malas, argumentando: «Yo he *sío* el primero que *me he hinshao...*» —las noches que «salía de fiesta» se llegaba a *comer* hasta 15 pastillas—.

6.2. Política de precio

A nivel detallista, debido al gran número de competidores, el vendedor tiene poco margen de maniobra sobre el precio. Dados unos costes y una calidad, decide un precio que se adapte lo más posible al mercado. Si este precio no le deja un beneficio convincente, puede subirlo sin que el cliente se percate, mediante el pesado. Es raro que el consumidor pese la mercancía que le dan. Las diferencias con la cantidad pactada se sitúan alrededor del 10%, o más, dependiendo del cliente. Pero elevar demasiado el precio, de forma directa o encubier-

ta, en un mercado donde la fidelidad no es común, lleva al usuario a buscar otro minorista. O incluso otra droga. Es asimismo destacable el alto poder de negociación del consumidor, que es joven y de poco presupuesto, y más cuando gasta mucho dinero en tal producto. Pero la demanda de droga se vuelve más elástica en ciertos momentos, bajo circunstancias que aumentan la urgencia del consumo. El cliente está dispuesto a pagar más, por ejemplo, en una noche de fin de semana, sobre todo si ya ha consumido. Los mayores incrementos de precio se producen en los mercados de cocaína y de pastillas, drogas que crean gran ansiedad por consumir.

—**Y a cuánto se venden... A *talego quini* (9 euros), ¿no?**

—L.: Las pastillas las puedes vender muy caras... en una fiesta las puedes llegar a vender a 15 euros, a un tonto... Precio normal, a 10 euros...

—D.: Héctor las estuvo vendiendo.. que las compró él a 5 euros y las vendió a 15 euros... en la fiesta.

—L.: A 10 euros te las compran normalmente, a 10 euros te las compran. Y si no eso... como muy baratas a 8 euros. Y... en la calle... a *talego y medio*... Sí, a 10 euros también... 8, 9... Es que, según a quién se lo vendas, porque a lo mejor tú le dices a uno 10 euros y te dice: ¿tú qué estás diciendo? Y a lo mejor se lo dices a otro, y te dice ah, pues vale. [...]. Lo malo de las fiestas es cuando a lo mejor te llega uno y... ¡Oye!...¿Quieres diez? Vale, a ti viene bien porque vas a soltar diez, pero ya no se las puedes vender a 10 euros. Entonces tienes que descontar un poquillo, ¿me entiendes?

—**¿A cuánto?**

—L.: Si vendes ya, por ejemplo... si te compra diez pues ya a lo mejor le regalas una... o le descuentas... *Le hace' ofertilla' ¿m'entiende'?* Según el tío que sea le haces *ofertilla'*. O si el tío te lo pide, porque a lo mejor te dice: diez. Y tú dices: a 10 euros. Y el tío: venga, vale, toma. Y está tan *empastillao* que ni lo piensa. Pero otros son más listos; dices: diez. Y el tío: 10 euros, compadreee... pero si te he *comprao* diez *del tirón*... y después te voy a venir a comprar... Pues venga, te descuento. Según, según... Pero vamos, que hay gente que va a las fiestas de *agarrao*, y dice: a 10 euros, las que me compran, y vendo *una pechá* también. Porque a lo mejor llega y dice: ¿a 10 euros? Y dice: no... A 10 euros, compres las que me compres... y el tío: ah, no sé qué... me voy. Pero a los 5 minutos... además son los que te llegan y te dicen: ah, dame, dame... no sé qué... Que se harten de buscar, o porque las otras sean peo-

res... como lleves pastillas buenas y las prueben y estén buenas, buenas, va a empezar a ir gente como locos...

—[...] **¿Y en la calle *pirulas* se venden?**

—L.: Pero tienes que venderlas más barato. Porque no es una fiesta. Tú en la fiesta cobras meterlas dentro... Fuera no...

—**Y en la calle no ganas tanto como en las fiestas...**

—L.: *Ahí va*. Y quien se va a *empastillar* en la calle es un tío que ya se ha *empastillao* muchas veces, y ya sabe lo que cuestan las pastillas, porque uno que está tan normal en su casa y no se ha *empastillao* nunca, no va a decir voy a *empastillarme*; tiene que ser una fiesta. *Ahí va...* y los que ya toman pastillas los días de diario son gente que se *empastilla* a menudo, y ya te llegan y... Mira, 10 euros. ¿Tú estás *chalo*? ¡Voy a comprar yo a 10 euros...! Hasta luego, hasta luego...

(López, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de pastillas en fiestas)

(Diana, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de haschís y de pastillas en fiestas)

La capacidad que tiene el detallista para fijar los precios se ve muy mermada cuando los clientes son amigos, que se sienten con más fuerzas para pedir un descuento, al ser el producto ilegal. Esto reduce bastante los ingresos del que es generoso.

—**¿Hasta dónde se llega a bajar el precio a un colega?**

—L.: Hasta el punto de que no te ganes ni un duro. Por lo menos yo... je, je...

—D.: Hasta que no te ganes nada...

—L.: Hasta que le pierdes dinero y *to'*, fíjate lo que te digo... Con eso te lo digo *to'*...

—D.: Lo peor, vaya...

—**A colegas de toda la vida...**

—L.: Por supuesto.

—D.: Hombre... y a un colega así... pues también. Hay que comportarse, que tampoco vas a ser...

(López, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de pastillas en fiestas)

(Diana, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de haschís y de pastillas en fiestas)

6.3. *Distribución física del producto*

Atendiendo a quién va dirigida la oferta, encontramos en la distribución al por menor dos tipos de vendedores: el que vende «desde casa» y el que vende en la calle.

El que vende desde casa es, sin duda, el más abundante, pero el que pasa más desapercibido. Compagina la venta con los estudios, o incluso con el trabajo. Vende fundamentalmente a conocidos, a través del teléfono móvil, con el que acuerda las citas. Si tiene suerte podrá suministrar en su lugar de trabajo, que, además de resultarle cómodo, puede que le aporte clientes de un cierto poder adquisitivo y ajenos al mundo de la droga. Como sólo vende a amigos o a conocidos, minimiza el riesgo de ser descubierto, a no ser, claro, que el lugar de encuentro habitual sea la propia casa y el flujo de ventas sea grande. Vender en la casa se convierte siempre en un *coñazo*, pues algunos clientes acaban omitiendo el paso de la llamada y presentándose en la casa en momentos inoportunos. Una forma de evitar esto es quedando en otros lugares; pero se traduce en costes de tiempo y dinero (la gasolina en los que tienen moto o coche). De todos modos, cuando un minorista vende «desde casa», el concepto de «cliente conocido» acaba ampliándose a los conocidos por referencias de terceros.

—[...] Como me pasa últimamente; a lo mejor estoy tan tranquilo y me llama uno que no conozco: Mira, ¿tienes *pirulas*? Y no sé qué... Que son conocidos de un conocido. O me llama uno: Mira, que no sé quién me ha dicho que te llame... ¿Tú eres *coleguita* de no sé quién? Sí... ¿Pues tú eres López? Sí. ¿Pues tienes *chocolate*? Sí. Pues venga, dame dos *taleguillos*. Y ya al día siguiente me llama a mi casa... Y así, pues ese otro se lo dice a otro colega y así...

(López, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de pastillas en fiestas)

Para el minorista «a pie de calle» la venta se convierte casi en su profesión, pues, por cuestión de tiempo y disponibilidad, no suele ser compatible con un empleo. El más abundante en la calle es con diferencia el de haschís. Suele desarrollar su actividad en su lugar habitual de reunión, y por ello casi siempre acompañado. Está más cómodo y no tiene que desplazarse, y además vende bastante más, pues su actividad es más pública. Pero también más peligrosa. El riesgo de ser atracado es muy superior.

—Estaba yo allí, en [...] Me iba a subir ya *pa'* casa... y la mala suerte que no quedaba nadie allí... y llegó esta gente en el coche, se bajaron y empezaron allí *de colegeo*, como que iban a comprar... ¿sabes?... y ya ves, *iban hasta las cejas*... Y llega el chaval éste, el Kiko, y me pone un *bardeo* en el cuello ¿no? Y venga, sube al coche. Y yo *pa'* colmo iba *to' fumao*... iba en el coche *acojonao*... Me subieron allí a la [...], y ¡venga, no sé cuánto!... me lo quitaron *to'* los hijos de puta.

—**¿Qué te quitaron? ¿Cuánto llevabas?**

—¿Cuánto llevaba? Pues 40 talegos (240 euros) que me acababa de dar un *nota* que me debía *pasta* y una *postura*... Menos mal que sólo me quedaba eso... y una *postura* de 12 g.

(Coco, 24 años. Estudiante. Ex minorista habitual de haschís y ocasional de cocaína y pastillas)

Es frecuente que exista por motivos de seguridad, sobre todo en el mercado de pastillas, una colaboración en el propio entorno basada en el intercambio de favores.

—**¿Y siempre habéis *esta'o* vendiendo juntos, en las fiestas?**

—Sí. *Contra* más vendamos *mejo'*. *C'aro*. *Contra* más vendamos *mejo'*. ¡Mira! Eh tú, no sé qué... ¿tú tienes pastillas? Sí, mi colega tiene, ahí está.

(López, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de pastillas en fiestas)

—[...] Porque en verdad a mí no me va a pasar *na'*, porque... sé con quién voy... Sé que los que van conmigo en un momento *da'o* dan la cara por mí. Pero a mí eso tampoco me gusta...

(Mayte, 22 años. Estudiante. Minorista ocasional de pastillas en fiestas)

Sin embargo los minoristas «desde casa» ven muy baja la probabilidad de ser atracados.

—**¿Y no te preocupa que te puedan *dar un palo*?**

—Pssché... Es que a mí no me pueden *dar un palo*. Al que le darían un palo es al que me lo pasa a mí, que es el que tiene más. Pa' qué me van a *dar un palo* a mí...

(Pani, 18 años. Trabajador ocasional de la construcción y la hostelería. Minorista habitual de marijuana)

Efectivamente, los minoristas de calle y los mayoristas son los que mayor riesgo tienen de ser atracados. Sobre todo estos últimos, pues los que roban a los traficantes prefieren dar palos gordos que merezcan la pena.

—De los delitos que ves ahora, ¿cuál te parece a ti más fácil?

—Fácil... pues... robarle... quitarle la droga a los traficantes, *pisha*, ¿no? [sonríe]. Que a ti no te van a denunciar, ¿no? No van a ir a los guardias, ¿no?... eso seguro... Y es más fácil, porque al menos no van a estar detrás...

—Bueno, eso los guardias...

—Ya, pero bueno, es más fácil ¿no?... Aquí *to'r mundo es güeno*, ¿eh?, *to'r mundo es güeno*.

(Juancho, 25 años. Trabajador ocasional de la construcción. Minorista habitual de haschís en la calle)

Lo más habitual para robar a un mayorista es seguir la pista al minorista hasta dar con él y asaltarle, normalmente con algún arma de fuego.

—[...] Con la gente esta que tuve la *movida* allí, me acuerdo que en la gasolinera... Iba yo un día con el coche de mi hermana y me encontré a uno de ellos... a los dos... Total que llegaron... ¿Qué pasa, no sé qué? Yo... porque en verdad me intimidaban un poco, porque el chaval este, el Kiko, por ejemplo, es un chaval así, grande, y *to' colgao*, y el otro era un... un *desgraciao*. [...] Y ellos: ¡¡Que tú estás pasando, no sé qué, que tú tienes *chocolate*!! Y yo: Yo no tengo *chocolate*. ¡Que a mí *ma'n disho* que tú tienes! ¿Quieres que haga una llamada y me entere si tú tienes? Y el tío empezó a rebotarse un poco y empezó a *pincharme*: ¿Quién te está *pasando* el

chocolate? Me da igual, ¿quién te está *pasando*? ¡Como que el chaval sabía quién me lo *pasaba*! No te lo voy a decir. ¿No te lo voy a decir? Venga, ve *pa'llá* con el *coshe*. Yo no voy *pa'* ningún *lao*. Y el chaval, como que comenzó a alterarse, porque yo no entraba donde él quería. ¡Que te voy a quitar el *coshe*! [...] El chaval se empezó a *sulfurar*, total que en una de esas... porque no cedía, porque el tío quería que yo llamara a un *nota* que pasaba *chocolate*... ¡Que ya no me *pasaba*!

—**Pa' ir a volcarle...**

—¡Claro! Para que después fueran a por él, pero no por mí, porque ellos sabían quién era, pero querían pillarle de alguna manera. [...] Se me echó así *p'adelante*, como para *vacilarme*, yo me eché *pa'trás*, y él me... me *endiñó* un gancho. Y yo me quedé quieto. Porque un tío de la facultad da igual, pero un tío que está así *to'l día*: *pum-pum, pum-pum, pum-pum*...

—**No conviene pegarte...**

—Sí, no interesa... ¿Pues qué pasa? Pues que te llevas el *gancho* y fuera. Te lo quitas de en medio.

(Coco, 24 años. Estudiante. Ex minorista habitual de haschís y ocasional de cocaína y pastillas)

También es frecuente que un mayorista acuerde una cita con un cliente que ha conocido a través de referencias, o incluso con el que ya ha tratado una vez anterior, y luego éste le robe la mercancía y tal vez dinero. Ése fue el caso del socio de Pipo en la compra de pastillas. Tres meses después de la última compra, Manolo volvió a llamar al mismo proveedor, concertando una compra de 7.000 pastillas. Manolo viajó en compañía de dos amigos, y, a punta de pistola, le robaron las pastillas y el coche, que posteriormente abandonaron. Aun en el caso de que el atracado pueda localizar al atracador o atracadores, no suele tomar medidas por miedo a una gente más violenta que él. En cambio, si lo robado es mucho y el mayorista es poderoso, la reacción puede llegar hasta a acarrear alguna muerte.

Para el detallista existe un riesgo mayor que el de ser atracado, y es el riesgo de ser detenido. Este riesgo supone a veces un alto coste en términos de estrés. El que actúa en la calle es un blanco relativamente fácil para la policía una vez detectado, debido a su propensión a vender a desconocidos. En teoría la policía centra sus esfuerzos en los mayoristas, pero los que terminan en la cárcel con condenas de cuatro años son los pequeños distribuidores. El entorno del minorista también colabora con él haciendo labores de vigilancia ante la amenaza policial, o de ocultación de la mercancía.

No obstante, las precauciones tomadas para evitar detenciones se limitan casi siempre a una mínima discreción. En las llamadas telefónicas se utiliza un lenguaje en clave que suele ser fácilmente descifrable, y en los mensajes de texto SMS son raras las restricciones de información. La policía necesita orden judicial, previamente solicitada ante sospecha documentada, para intervenir líneas de teléfono. Pero existen opiniones diversas acerca de si este formalismo legal es siempre respetado.

A Manolo, estando en una fiesta vendiendo pastillas, se le acercó un joven bastante drogado que le compró diez. Establaron conversación y, una vez adquirida la confianza, el joven, que era de una provincia cercana, le preguntó si era posible comprar 1.000 pastillas. Manolo le dio su teléfono y quedaron en hablar a lo largo de la semana. De este modo el joven le llamó y acordaron realizar la transacción en una ciudad a medio camino para ambos. Cuando Manolo acudió a la cita, fue detenido con las pastillas en compañía de dos amigos. En un registro posterior la policía encontró otra gran cantidad de pastillas en su casa. Manolo se halla actualmente en prisión provisional.

—[...] Y era un chaval así como tú, y era *madero*...

—**Hombre, pero a quién se le ocurre...**

—Pues a mí me hubiera *engañao*... ¿A ti no? No sé... Un tío así, normal... que tú lo ves... y *to' empastillao*... y que te compra *una pila* pastillas... Bueno, a mí me hubiera *engañao* también...

(Pipo, 22 años. Trabajador de la construcción. En una ocasión mayorista de pastillas)

6.4. Técnicas de venta

Una campaña de publicidad no es la técnica más conveniente para un vendedor de drogas ilegales, pero existen otras dos técnicas muy extendidas y discretas: la promoción directa y el regalo de muestras.

Los detallistas «a pie de calle» son los que con más profusión emplean la técnica de promoción directa, esto es, el discurso, y algunas veces tanto más cuanto peor es la calidad del producto.

—**¿Y os gusta dar, cuando vendéis, al cliente un buen servicio, o estáis a vender y ya está, porque es un *coñazo*?**

—L.: Qué va, simpático siempre, hombre. Si *contra* más simpático seas mejor, porque si el tío ve que eres un gilipollas, simplemente porque eres un gilipollas no te compra más, ¿me *entiende* o qué? Tú tienes que llegar y ser *enrollao*... aunque le estés *haciendo el gatazo*... aunque le estés *haciendo el mayor gato*... Ven-ga, vamos a hacernos un *porrillo*... ja, ja... Y ya el tío se va contento porque ha *esta'o* hablando contigo... No vas a ser un *esabo-río*...

—D.: Pasarlo siempre hay que pasarlo bien... si es un cliente fijo, ahí, *to'* los días, pues...

—L.: Tienes que comportarte con él...

—D.: Hay que comportarse... Por cojones...

—L.: Tienes que pensar... joder, compadre... si a ti un tío te está *enchufando to'* los días y le sigues dando la misma mierda *to'* los días, *pos*... se cabrea...

(López, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de pastillas en fiestas)

(Diana, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de haschís y de pastillas en fiestas)

—¿Crees que vales *pa'* esto?

—Pues en verdad... como *tengo mano pa'* la gente... que te puedes *trajinar* un poquillo a la gente, tío... Si lo ves que se está enfadando, empiezas: Pero hombre, ¿te *va' a mosqueá*? Venga, *hace-mo'* otro trato... Valer sí valgo, pero cada vez tengo menos ganas.

(Mayte, 22 años. Estudiante. Minorista ocasional de pastillas en fiestas)

Los detallistas «desde casa» parecen más partidarios del regalo de muestras o de la invitación, pero en este caso no como garantía de calidad, sino para promover futuras compras. Esta técnica es bastante corriente en los vendedores de haschís, cuyo formato permite una sencilla dosificación. Se ve menos con las pastillas, que quedan inútiles para la venta si se extrae una muestra. Estas muestras se habrán de considerar un coste adicional de la distribución.

—Y si un desconocido os dice de probar, ¿le dais a probar?

—Pues según qué sea... Si es *chocolate*, sí. Vamos a ver el *cho-colate*... venga, hazte un porro... si vas a *pillar* cantidad, venga,

pruébalo... Y encima al ver que estás más *enrollao*, mientras estás hablando... pues ya el tío..., venga, dame una *posturilla*..., dos *taleguillos*..., venga, perfecto... Y ya está... Y como tampoco... cuando vendemos entre nosotros, vendemos casi siempre a los conocidos de los conocidos, nunca te vas a ir a un tío que no conozcas en la vida, que si te *pill*a uno, es el amigo de otro amigo mío...

(López, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de pastillas en fiestas)

En las drogas que requieren pesado, esto es, en la cocaína y el hashís, podemos también considerar otra forma de promoción, común a ambos tipos de detallista pero especialmente en los «a pie de calle»: la forma de empaquetado. Es muy elaborada en algunos vendedores, que hacen por estirar lo más posible la mercancía y que de este modo le parezca mayor cantidad al cliente.

Una circunstancia común a los dos tipos de detallistas es el consumo como parte cotidiana de la actividad comercial. Desde luego, esto puede ser percibido por cada vendedor de diferente manera, dependiendo de su grado de consumo habitual. Pero es obvio que en algún momento el vendedor habrá de consumir sin apetecerle, por el mero hecho de dar confianza al comprador, es decir, por vender.

7. Gestión

Gestionar, administrar, significa, según la definición clásica del economista Fayol: prever, organizar, dirigir, coordinar y controlar. De tal actividad dependerá en gran parte el éxito de la empresa. Pero el empresario del nivel minorista tiene un serio inconveniente para que estas cinco subactividades se desarrollen con normalidad, y es el propio producto que vende. Su ilegalidad, y los efectos que produce su consumo en el cliente y en el propio vendedor, provocan un entorno de gran inestabilidad, incertidumbre y mala gestión. Ello provoca en ocasiones la pérdida de control sobre el negocio. Por ejemplo, existe la costumbre de invitar a los amigos, que de otro modo verían excesivamente tacaño a su amigo vendedor, del que piensan que está obteniendo un dinero fácil. En el mercado de éxtasis, y por la propia dinámica de la diversión y el consumo en las fiestas, la práctica de invitar a cachos de pastilla es muy frecuente. Cuando el minorista es generoso y sobre todo cuando está *puesto* de su droga, se vuelve muy propenso a invitar. Éste

es un coste de difícil cuantificación y que a veces se convierte en muy elevado.

La competencia está en el centro del éxito o el fracaso de la empresa; de ahí que la competitividad sea una característica personal que influye en la buena gestión, y por tanto en la probabilidad de éxito en la carrera de vendedor. En esto coincide con los vendedores de productos legales y los delincuentes contra la propiedad (Romero, 2002).

8. Motivos para dejar el trapicheo

La motivación más frecuente de una persona para vender droga es la económica. La venta de pastillas en *fiestas* se ve particularmente atractiva porque permite obtener una buena cifra en poco tiempo.

—Entonces tú lo que más has hecho es trapichear...

—Algún trapicheo que otro, y algunos más grandes que otros... y así...

—Con *jas*, con *farlopa*...

—Con *jachís* sobre todo y con MDA de ese... y yo qué sé, *rollos* de esos, de verme que como me saliera bien la cosa una noche yo podía ganar 50 ó 60.000 pesetas (300 o 360 euros).

—Ajá...

—Que quieras que no, se te *hacían los ojos bolillas*, ¿sabes lo que te digo?

—Claro... En fiestas sobre todo, ¿no?

—Pero eso me vi un poco *empujá'* a hacerlo también. Porque estaba *agobiá'* porque debía dinero... pero debía de una tontería realmente... de haberme *hinchao* de comprar en Navidades y haber *pedío pretao* a una persona... y ahora le tengo que devolver 20.000 pesetas (120 euros)... Y digo, bueno, pues si me sale bien el golpe, 20 (120 euros) que le devuelvo y otras 20 que me quedo yo... Pero yo qué sé, en plan que si una noche me *príngo* un poquillo, me tiro un fin de semana o un mes como a mi me dé la gana.

(Mayte, 22 años. Estudiante. Minorista ocasional de pastillas en fiestas)

Otras veces la motivación económica va ligada al sostenimiento del propio consumo. Pero al fomentarse éste por la disponibilidad sobre más mercancía, se rebajan considerablemente los ingresos de la actividad.

—¿Y habéis *calculao* lo que se gana... quitando lo que os gastáis... que si gasolina, que si teléfono...?

—L.: Ya... Es que según como se haga. Es que como nunca estamos vendiendo en serio, en serio, en serio... de coger y *pillar* una cantidad *toas* las semanas, *¿m'entiende'* o qué?, de venderlo *to'* bien y *to'*... siempre... *Enchufamos* mucho... y vendemos así... más que *na' pa'* consumir, *¿m'entiende'* o qué? En realidad... se le gana dinero, pero... se llama... se llama dinero de subsistencia, porque tienes dinero que te entra *pa'* comprarte tus tabaquillos, *pa'* comprarte tus tonterías, *pa'* comprarte tus drogas, *pa' comerte* algo que te apetezca...

—D.: Que te puedes ganar hasta la mitad. Si *pillas* las cosas baratas y buenas, puedes ganar... el doble... o sea, el doble, pero...

—L.: Nunca vas a sacar el dinero *del tirón*. [...] En realidad, se gana más de lo que tú... de lo que tú pagas. Si tú haces las cuentas, ganas más. Pero como te lo gastas *to'* tan rápido...

(López, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de pastillas en fiestas)

(Diana, 17 años. Estudiante. Minorista ocasional de haschís y de pastillas en fiestas)

—**¿Tú calculaste alguna vez, por casualidad, un promedio, o algo, de lo que te sacabas? Vamos, lo que ganabas normalmente...**

—Es que todo es... esto es... es muy... no depende de ti. Es que depende de la gente que te venga.

—**Ya, pero vamos, un cálculo, así, aproximado...**

—Sí, bueno... si estás en la calle vendiendo ganas mucho. Si no estás en la calle vendiendo sacas menos, ¿no? Pero, ¿qué puedes sacar? Por ejemplo... divide... al mes podías sacar..., como mucho, al volumen que yo vendía... podías sacar como mucho... [pausa larga] 40 *talegos* (240 euros), 50 (300 euros) al mes... [...] Claro, todo depende. Si estás en la calle sacas mucho más. O sea, estando en la calle *punteando*, teniendo una clientela, como continua... sacas mucho más... puedes sacar perfectamente 150 (900 euros), para arriba...

—¿Tú has *saca'o* alguna vez tanto?

—Yo sí he *sacao* pelas... Pero te digo... me lo *comía* ¿entiendes? *To'* lo que sacaba me lo *comía*...

(Coco, 24 años. Estudiante. Ex minorista habitual de haschís y ocasional de cocaína y pastillas)

Consuma mucho o no, el minorista sabe que sus beneficios son pocos e irregulares. La alternativa al tráfico de drogas más considerada por los minoristas es el trabajo legal. Las dos ventajas que la mayoría observan en un empleo conciernen a la seguridad y a los ingresos fijos.

—¿Cómo ganas más *pasta*, currando en la obra o vendiendo *maría*?

—Hombre, currando, compadre, no se puede comparar... Pero vamos, que ahora estoy comiendo *to'* los días con lo que tengo del mes *pasa'o*... [con los ahorros de haber estado vendiendo]

—[...] Bueno... ¿Y de currar legalmente, de tener un empleo, que es lo que más te *mola*? Respecto a trapichear...

—¿Cómo que un empleo...?

—Sí, de currar... qué es lo que más te gusta...

—El trabajo que ya te he *disho*, la obra...

—No, no, no... Digo que qué cosas son las que te *molan* de currar, ahora mismo, legalmente... en vez de estar *pasando maría*...

—Aaaah... ¡la pasta!

—La *pasta* es lo que más te *mola*...

—¡*Hombre!* Ése va a ser mi futuro, o sea que no voy a pensar en... Se trata de que hay que aprender el oficio. Así poquito a poquito... pero bueno, tampoco hay *bullá*...

—O sea que...

—*Temporá'*...

—¿Qué?

—*Temporá'*...

—¿Temporal, no?

Claro... Cuando esté un poquito *más grande* me meto en la oficina.

(Pani, 18 años. Trabajador ocasional de la construcción y la hostelería. Minorista habitual de marijuana)

—**¿Qué ventaja le ves a trabajar?**

—Vivir tranquilo, vivir tranquilo... Que te pueden pillar en cualquier momento... No estar con un nudo en el estómago *to'r* día.

(*Mayte, 22 años. Estudiante. Minorista ocasional de pastillas en fiestas*)

—**¿Y qué prefieres: currar o trapichear?**

—No, hombre... Trapichear... trapichear es secundario... es *pa'* poder fumar [haschís]. Yo no me voy a dedicar a eso. [...] A mí no me gusta estar *to'l* día detrás de la gente... y es que tienes que estar *to'l* día así, compadre. Y eso no es vivir... Y no ganas *na'*... *Pa'* ganar tienes que vender cantidades *mu'* grandes. Y eso es más peligroso, compadre...

(*López, hace 9 meses: 16 años. Estudiante. Minorista ocasional de marijuana*)

—**¿Y qué es lo que más te mola de currar legalmente?**

—Joder, pues que no estás infringiendo nada, ¿no? No te estás jugando tu libertad, estás ganando dinero sin jugarle la libertad... y que... joder.. vale, que con las drogas puedes sacar mucho dinero, pero a un nivel muy alto: a lo mejor vendiendo kilos, o... trayendo *del moro* cosas, o... llevando droga de un sitio a otro... ¿no? *Peroooo*... así es como ganas de verdad dinero. De la otra manera no veas si tendrías que estar todos los días *punteando y pico de posturas*, sin gastar nada, para ganar un sueldo guapo, ¿no? *Peroooo*, yo pienso que el que es camello, y quiere ser camello toda su vida, es que es un poco gilipollas, ¿no? [...] Y sobre todo que en la droga te mueves en un ambiente muy *chungo*. ¡Les da igual pegarte tres tiros y quitártelo todo! [...] Tiene muchos riesgos, tío: puedes perderlo, tienes que tirarlo en un momento *dao*...

—**[...] ¿Qué tendría que pasar *pa'* que volviesses otra vez a...?**

—¿A trapichear? Pero es que no voy a volver. No pasaría nada... Yo no voy a volver a trapichear... Es que no me... no me... no...

—**No te apetece un carajo...**

—No, tío... Son etapas, es lo que te he dicho antes... son etapas... y que... que eres más chaval y tal y dices: ah, pues voy a sacar dinero de aquí. No le ves riesgos, ¿no? Y como que cada año que pasas tienes más en tu vida, ¿no? Coges más información, vives más cosas, ¿no?, te cultivas tú a ti mismo, ¿no?, creces ¿no? Y como que si... pierdes... si pasa algo, pierdes más... cada vez que

pasa... te planteas que si quieres perder eso que tienes, que cada vez es más grande, ¿no?... Y yo en verdad no quiero *pasar* porque no me quiero jugar mi libertad.

(Coco, 24 años. Estudiante. Ex minorista habitual de haschís y ocasional de cocaína y pastillas)

Como vemos, el minorista «desde casa», que suele ser el más cualificado académica y laboralmente, es el que más se plantea la venta de droga como una actividad secundaria y propia de una etapa pasajera de su vida. Por eso, y porque los riesgos le parecen más bajos, antepone el afán de lucro al afán de seguridad cuando se decanta en sus preferencias por un empleo convencional. Es consciente de muchos de los inconvenientes del trapicheo, y le parecen mal remunerados en comparación con algún empleo al que podría aspirar.

Por otra parte, el minorista «a pie de calle», debido al mayor número de clientes, puede llegar a ganar lo mismo que con un empleo; pero necesita más seguridad y estabilidad.

—**¿Qué te mola más de tener un curro?**

—Hombre, que estás en lo tuyo... Como un ciudadano, ¿no? Tener tu familia, tu *coshe*, tus cositas...

—**[...] ¿Qué se gana más dinero, currando o trapicheando?**

—Currando y *trapisheando*... Hombre, si puedes hacer las dos cosas..., ¿no?

—**[...] Y si ganases lo mismo currando que trapicheando...**

—¿Pues no te he dicho? Yo quiero currar, y cotizar... Que aquí no estás cotizando. Porque ahora estás aquí y no tienes *na'*... Si a mí me gusta trabajar... Con un buen sueldo *pa'* qué vas a pringarte, ¿no?, ¿eh? ¿Tú que dices?, ¿no?

—**[...] ¿Si legalizasen el *jachís* qué harías?**

—Pues trabajar, ¿qué iba a hacer? Lo que todos...

(Miki, 27 años. Parado. Minorista habitual de haschís en la calle)

Un ejemplo de alternativa asequible para él es el trabajo en la construcción, pero, en parte por los costes de información del sector, no es fácil el acceso (Romero, 2002). Además, aunque los salarios sean altos, la contratación es temporal, y en ocasiones por días, lo que, unido a la

dureza del trabajo, convierte al trapicheo en la calle en una salida cómoda para algunos.

—[...] Ahora sólo cogen gente *pa'* tres, *pa'* cuatro días... [refiriéndose al trabajo en la construcción]. Y vas *pa'llí* y te pagan una mierda... Y eso a mí no me interesa.

—[...] **Y cómo se saca más [dinero]: trapicheando o currando ahí en la obra...**

—*Trapisheando* sacas más, sacas más... [Él ha calculado anteriormente que un peón de albañil, que es su puesto cuando trabaja, gana 900 euros].

—**¿Y si ganases lo mismo, exactamente lo mismo, que harías: currar o trapichear?**

—¿Lo mismo? *Trapishear*.

—**¿Por qué?**

—Pues ya ves... En la obra acabas *to'* los días *deslomao*, llegas a casa *deslomao*...

(Juancho, 25 años. Trabajador ocasional de la construcción.
Minorista habitual de haschís en la calle)

Por último, aunque el trabajo legal no tenga por qué ser una alternativa al tráfico, pues ambos se pueden compaginar, sí es cierto que el mero hecho de trabajar, como mínimo, reduce la venta de droga. En un estudio anterior comprobamos que lo mismo ocurre con la delincuencia contra la propiedad (Romero, 2002). Esto tiene una justificación muy simple: trabajar quita tiempo y energía para delinquir.

—Yyy... **¿este mes que llevas currando...**

—Tres semanas.

—**Bueno, tres semanas... ¿has esta'o vendiendo?**

—¡Qué va! Si es que *paso*... si es que llego a las 9 *reventa'o*... Llego, me *dusho*, ceno... me fumo mi *canutito*... y es que *paso* de estar *pa'quí*, *pa'llá*, vamos... Estoy *pasando un kilo*... Ahora le he *dejao* lo que me quedaba al López y... Me he *quedao* con algo *pa'* mí... *pa' fumá'*... y éste está ahora vendiendo mi *maría*. ¡Y se lo fuma *to'* el cabrón! Se lo fuma *to'*... Pero bueno...

(Pani, 18 años. Trabajador ocasional de la construcción y la hostelería. Minorista habitual de marijuana)

9. Conclusiones

Uno de los principales objetivos de nuestro estudio era saber si el tráfico de drogas a pequeña escala es una carrera atractiva, comparado con otros modos de vida. Ahora podemos decir que no lo es. La ilegalidad convierte esta actividad en poco ventajosa para el minorista y, sobre todo, muy poco segura. Podemos considerar escasos los ingresos del vendedor si atendemos al buen número de costes, horas dedicadas a la venta y grandes inconvenientes: alto riesgo penal, alto riesgo de ser víctima de estafas, robos y agresiones, clandestinidad fiscal, etiquetamiento social e indefensión ante cualquier delito o simplemente impago. Otros inconvenientes técnicos son: suministro inconstante, ausencia de garantías, descuentos pequeños en las compras, intereses abusivos por parte del mayorista, financiación gratis al cliente, etc.

Sin embargo, a pesar de tan altos costes, muchas más personas de las que tendemos a pensar están involucradas en el tráfico de drogas. Según las encuestas, el 31,5% de los españoles entre 14 y 18 años han fumado cannabis, y el 19,4% lo fuman con cierta regularidad. En cambio no sabemos cuántos de ellos participan en la venta, puesto que eso no se pregunta. Un detallista discreto que suministra a su círculo de amigos puede bastarse con 15 clientes. Es lógico pensar que una considerable parte de los usuarios de drogas ilegales ha estado en algún momento involucrada en la venta.

La mayoría de la gente asocia el tráfico a la venta callejera, la actividad más visible. Pero la mayoría de la droga es distribuida a pequeña escala con base en el domicilio, o en entornos cerrados, como fiestas *dance*. Este modo de vender es más seguro. Cualquier joven de cualquier condición social puede ser traficante. En contra de lo que se tiende a pensar, los que trafican no suelen ser individuos con firmes trayectorias delictivas. Según las estadísticas judiciales, de los inculcados por delitos contra la salud pública, tres de cada cuatro no tienen antecedentes penales (Muñoz, Garrido, García, 2002). El tráfico a pequeña escala suele ser una actividad temporal más que una carrera; un trabajo a tiempo parcial que se puede compatibilizar con los estudios o un empleo. El dilema está en si expandir el negocio, y convertir la venta en más arriesgada. Mientras unos pocos se convierten en mayoristas, la mayor parte de los minoristas se retiran con el tiempo. Pero siempre habrá quienes estén dispuestos a comenzar a vender. ¿Cómo es posible que tantos jóvenes trafiquen, con todas sus desventajas?

Desde el punto de vista económico, está claro que existe una demanda muy grande de un producto, la droga, y ella genera abundantes oportunidades de obtener algún beneficio. Como cualquier mercado, el de la droga funciona con elementos «auto sustituibles»: en el momento en que la demanda se vea insatisfecha, por ejemplo por el control policial y los arrestos, surgirán nuevas oportunidades para personas deseosas de aprovecharlas y que aumentarán el gran número de las ya implicadas en el mercado. Estas personas siguen patrones comunes a otras muchas que realizan actividades comerciales convencionales. La diferencia está en la ilegalidad del producto.

—¿Las técnicas que usabas *pa'* vender las has aprendido o lo has hecho a tu aire?

—Yo en verdad lo he hecho como yo he visto. No he aprendido de nadie, se puede decir. Yo es que... yo siempre he *pensao* que... que el *jachís*... Tú eres un comerciante... tú of reces un producto como el que ofrece manzanas, o peras, o lo que sea. Entonces lo primero que tienes que hacer es darle un buen servicio a los clientes que tienes, o sea, no puedes *dejarles tirados*, no puedes, no puedes... no sé, tienes que mirar por ellos. ¿Por qué? Porque ellos son los que te están comprando tus productos, ¿no? Entonces... yo nunca lo he *considera'o* como una droga... que estaba haciendo daño por vendérselos... ¿no? Si no, era como el que vende manzanas... ¿Que te gusta el precio? Bien, pues ahora está el precio a 500 (500 pesetas, 3 euros) el gramo, pues ahora está a 550 (3,30 euros) porque me ha *costao* más cara, ahora está a 450 (2,70 euros)... ¿Entiendes? Como un producto. Si te gusta, bien; si no, pues lo dejas.[...] Y además lo decía bien claro: pues esto está bien, esto está mal... Yo les decía la verdad, yo *no me rallaba*.

(Coco, 24 años. Estudiante. Ex minorista habitual de haschís y ocasional de cocaína y pastillas)

La ilegalidad del producto tiene un coste en forma de miles de jóvenes, tanto vendedores como clientes, que entran en un mercado en el que tienen un riesgo bastante alto de ser víctimas de delitos. Algunos comienzan a vender para financiarse y disponer de la droga que consumen —cara y difícil de conseguir por ser ilegal— e incrementan el consumo, en parte por la mayor disponibilidad y en parte como garantía de calidad al cliente. En conclusión, el minorista de drogas dedica mucha energía a una actividad que tarde o temprano le causará problemas. Aun en el caso de que sus ingresos sean

suficientes, está empleando mucho tiempo en la parafernalia del consumo, y se aparta del estudio o el trabajo, vías que le ofrecen mejores perspectivas.

Algunos piensan que regularizar la venta de ciertas drogas evitaría gran parte del problema. Hablamos de una distribución controlada, no de libre disponibilidad. Ello traería mayores garantías sanitarias para el amplio sector de población que consume, y reduciría los daños causados por fraudes, robos o la familiarización del cliente con el entorno delictivo. Las medidas restrictivas y punitivas a veces no consiguen sino incrementar los problemas. Por ejemplo, si con el fin de disminuir el consumo de pastillas en fiestas exclusivamente se aumentan las medidas de seguridad, se reducirá el consumo dentro de la fiesta, pero subirá, además del precio, la violencia y la estafa. Y finalmente subirá el número de fiestas privadas o clandestinas, donde el consumo será todavía mayor, pero no alarmará a la opinión pública. Otra ventaja de una hipotética regularización de las drogas sería la reducción del consumo de miles de jóvenes que se drogan mucho porque venden, o porque acumulan mucha droga cuando encuentran un buen distribuidor. También es posible que muchos jóvenes que se sienten fascinados por la droga precisamente por lo fascinante de lo prohibido, pierdan su interés en ella.

Otros muchos se muestran preocupados por las consecuencias que tendría para el resto de la población la despenalización de la droga. Habitualmente mayor disponibilidad significa mayor consumo. Tal y como señala Stangeland, hasta hace pocos años el helado en el sur de España era vendido sólo en verano. Ahora se puede comprar durante todo el año en casi cada establecimiento. Y es indudable que la demanda se ha disparado a causa de esta mayor disponibilidad. Otro argumento en contra de la legalización es que, si una prescripción médica u otro tipo de formalidad es requerido para comprar drogas «legalizadas», inevitablemente surgirá un mercado paralelo e ilegal. Piénsese en la actual extensión del mercado negro de tabaco o cedés.

Sin embargo, no siempre una mayor disponibilidad da como resultado más consumo. En Marruecos, principal productor mundial de haschís, el consumo es bastante menor que en España. En nuestro país, la liberalización de la pornografía supuso un corto auge de la demanda, y un posterior decaimiento. Tal vez la consideración de un bien como «tabú» frene en alguna medida la expansión de la demanda en caso de legalización. En cualquier caso, este potencial de expansión creemos que es distinto para cada producto. Así, no nos parece que la legalización del haschís traiga aparejado mucho más consumo que el actual, sabiendo que hoy éste ya es muy grande, y cualquier joven tie-

ne a su alrededor amigos consumidores que suponen tentación y suministro fácil. Pero no sabemos qué ocurriría con otras drogas.

El propósito de las políticas sobre drogas debería ser la reducción de daños, evaluando los causados por el consumo, por un lado, y los causados por el control, por otro. El resultado de ese balance debería llevar a elaborar leyes que perjudicasen lo menos posible a la población. El problema es que actualmente no tenemos el suficiente conocimiento para calcular esos daños. Ni para conocer cómo se comportaría la demanda de drogas ante cambios legislativos. Las opiniones suelen estar más basadas en actitudes generales que en estudios empíricos. Por ello creemos necesarios estudios específicos sobre la dinámica de los mercados locales de droga, sobre los factores que promueven o inhiben la demanda popular, y, sobre todo, un debate sereno y abierto.

Bibliografía

- GAMELLA, J. F., y ROLDÁN, A. A. (1997): *Drogas de síntesis en España. Patrones y tendencias de adquisición y consumo*. Plan Nacional sobre Drogas, Ministerio del Interior, Madrid.
- MUÑOZ, J.; GARRIDO, M. J., y GARCÍA, S. (2002): «Las drogas en la delincuencia: su tratamiento en la Administración de Justicia», *Boletín Criminológico*, n° 62, IAIC, Málaga.
- PLAN NACIONAL SOBRE DROGAS (2002): *Informe n° 5*, julio 2002, Ministerio del Interior, Madrid.
- ROMERO, D. (2002): «Empleo y delincuencia común en Málaga», *Boletín Criminológico* n° 59, IAIC, Málaga.
- STANGELAND, P., y ROMERO, D. D. (2002): «A shady business does not lead to a sunny life: The economy of street level drug dealing». Ponencia presentada en la Conferencia de la Sociedad Europea de Criminología, el 7 de septiembre del 2002 en Toledo.
- SUÁREZ, A. (1995): *Economía de la Empresa*, Pirámide, Madrid.

Glosario

- a cien*, muy alterado
a jierro, a lo bestia
after, discoteca que abre por la mañana
agarrao, tacaño
ahí va, exacto
bardeo, navaja
basto, a lo bestia, una barbaridad
bullá, prisa. También pelea
caballo, heroína
canutito, canuto, porro, cigarro de haschís
cápsulas, MDMA
chalamo, chalado, loco
chocolate, haschís
chota, chivato, delator
chungo, malo
coger (droga), comprar
comer (droga), consumir
con esa cabeza, con esas ideas
contra, cuanto
cortao, cortado, adulterado
dar un palo, atracar, robar
de colegao, amistosamente
dejar tirao (a alguien), dejarle tirado, fallarle
del moro, de Marruecos
del tirón, de una vez
deslomao, deslomado, con la espalda destrozada
enchufar, comprar (droga)
endiñar, golpear
enrollao, simpático. También generoso
esaborío, desaborido, soso, antipático
están de muerte, están «para morirse» de buenas
estuvo liao, estuvo enganchado
farlopa, cocaína
fiao, fiado, a crédito
fiesta, rave, macrofiesta con música
dance
golpe, delito
hacer el gato, engañar
hacerse los ojos bolillas, hacerse la boca agua
ir hasta las cejas, ir muy puesto, ir muy drogado
jas, haschís
lío, ajetreo
maría, marijuana
me da coraje, me da rabia
me he hinshao, he consumido mucho
me lo comía (el dinero), me lo gastaba en droga
molar, gustar
movida, jaleo, pelea. También trapicheo
no me rallaba, no me agobiaba
nota, tío, chaval
paleta, placa de «apaleao»
palos, golpes
paquetillas, cajas de cerillas (con heroína)
pasando un kilo, despreocupándose muchísimo
pasar, vender (droga). También, no querer
pasta, dinero
pelao, sin dinero
pelas, pesetas, dinero
petaísimas, muy llenas
pillar, comprar droga
pincharme, agobiarme, sonsacarme
pirulas, pastillas de éxtasis
pisha, picha, tío, chaval
pos, pues
pringarse, mancharse (del delito)
puesto, drogado, colocado
pulir, consumir, agotar

pum-pum, onomatopeya de los puñetazos
punteando, vendiendo haschís en piezas pequeñas
punto, contacto, vendedor de droga
rebotarse, cabrearse
rollos, cosas
shiné, chiné, cigarro de heroína
sin meterme na', sin consumir nada
speed, anfetamina en polvo
sulfurarse, cabrearse
talego quini, mil quinientas pesetas (9 euros)
talego, antiguo billete de mil pesetas (6 euros)

tengo mano, tengo habilidad
to' colgao, muy loco
to' fumao, muy fumado, colocado de haschís
to'r mundo es güeno, todo el mundo es bueno
trajinar (a la gente), manejar
tripi, LSD en un trozo pequeño de papel secante
una pechá, muchísimo
una pila, un montón
una posturilla, postura, pieza de haschís
volcar, atracar a un traficante
y pico, muchas