

**CUADRO D-39**

**ENCUESTA SOBRE EXISTENCIA DE MAQUINARIA AGRICOLA E  
INFRAESTRUCTURA POR CANTONES**

Número	<input type="text"/>	Fecha	_____
1)	Nombre de la localidad	_____	_____
2)	Nombre del encuestado	_____	_____
3)	Número de telefono	_____	_____
4)	Maquinaria Agrícola	_____	_____
		Número	
	a) Tractor		
	Grande	_____	
	Mediano	_____	
	Pequeño	_____	
	Arado	_____	
	Rastra	_____	
	b) Motocultor	_____	
	b) Cosechadora		
	Autopropulsada	_____	
	Remolque	_____	
	c) Trilladora	_____	
	d) Secadora	_____	
	e) Pulverizador para agroquímicos		
	Con tractor	_____	
	Manual	_____	
	f) Bomba de riego	_____	
5)	Infraestructura		
	a) Instalación de riego		
	Especies ( represa, toma de agua, etc. )	_____	
	Número	_____	
	Longitud vía fluvial	_____	

b) Número de instituciones para acopio de productos agrícolas \_\_\_\_\_

c) Número de almacenes de productos agrícolas \_\_\_\_\_

d) Porcentaje de familias que cuentan con energía eléctrica \_\_\_\_\_

e) Porcentaje de familias que cuentan con teléfono \_\_\_\_\_

f) Porcentaje de familias que cuentan con:

- 1. Agua Potable \_\_\_\_\_
- 2. Agua de río \_\_\_\_\_
- 3. Agua de pozo \_\_\_\_\_

g) Educación	Numero	Numero de maestros
Kindergarten	_____	_____
Ciclo basico	_____	_____
Ciclo intermedio	_____	_____
Ciclo medio	_____	_____
Escuela tecnica	_____	_____
Tecnico superior	_____	_____

h) Salud	Numero	Camas	Medicos
Hospitales	_____	_____	_____
Postas Sanitarias	_____	_____	_____
Farmacias	_____		

**CUESTIONARIO PARA LOS CONDUCTORES DE LOS VEHICULOS  
QUE INGRESAN AL MERCADO ABASTO**

**FECHA:** \_\_\_\_\_

NOMBRE DEL ENTREVISTADOR : \_\_\_\_\_

HORA DE LLEGADA : \_\_\_\_\_

No DE PLACA DEL CAMION: \_\_\_\_\_

LUGAR DE ORIGEN DEL VEHICULO \_\_\_\_\_

**1.- CAPACIDAD DEL VEHICULO**

CAPACIDAD DE CARGA  CARGA ACTUAL

**2.- Donde cargó el producto ?**

Departamento  Provincia  Localidad

**3.- Generalmente cuántas veces por semana transporta productos a este mercado ?**

a) 1 a 2 veces  b) 3 a 5 veces

c) 6 a 7 veces  c) Otros

**4.- ¿ Quién es el propietario de este vehículo ?**

1.- Productor  2. Intermediario

3.- Transportista

**5.- ¿ Quién es el dueño del producto ?**

a) Productor  b) Intermediario

c) Transportista

**6.- ¿ Qué tipo de producto y qué cantidad ha transportado Ud hoy aquí ?  
( Llenar el cuadro )**

**7.- Transporta Ud algún producto en su viaje de regreso ?**

SI  NO

Si su respuesta es afirmativa :

**¿ Qué tipo de producto y en qué cantidad lo transporta Ud en su viaje de regreso ?**

---



---

**8.- Si Ud viene del interior que ruta utiliza para llegar a Santa Cruz ?**

a) Carretera Antigua  b) Carretera norte

PRODUCTO	SAMAI PATA	LOS NEGROS	MAIRANA	VALLEG.	COMARAPA	SPINISIDRO	SAIPINA	COTOCA	ANGOST	COLONIA	YAPACANI	OTROS	CBEA	ORURO	POTOSI	TARIJA	SUCRE	OTROS	TOTAL	
T1 Papa hol																				
T2 Papa harino																				
T3 Yuca																				
T4 Camote																				
T5 Papa liza																				
V1 Tomate																				
V2 Lechuga																				
V3 Repollo																				
V4 Poroto																				
V5 Vainita																				
V6 Arveja																				
V7 Choclo																				
V8 Zanahoria																				
V9 Cebolla																				
V10 Zapallo																				
V11 Pimenton																				
V12 Achoccha																				
V13 Locoto																				
V14 Acelga																				
F1 Guineo																				
F2 Pomelo																				
F3 Papaya																				
F4 Pina																				
F5 Sandia																				
F6 Durazno																				
F7 Ciruelo																				
F8 Melon																				
F9 Platano																				
F10 Frutilla																				

CONVERSION UNITS FOR HORTICULTURAL PRODUCTS

Product Names		Purchasing Unit		Indiv.# per Unit	Kg. Equiv.
Spanish	English	Spanish	English		
ACELGA	Swiss Chard	AMARROS	Bunch		1.095
ACELGA CHINA	Chinese Chard ???	UNIDADES	Piece		4
ACHOJCHA	who knows	ARROBAS	25 lbs.		11.5
ACHOJCHILLA	who cares	DOCENAS	dozen		4.667
AJI AMARILLO	Yellow Hot Pepper	KGS	Kg		1
AJI AMARILLO SECO	Dried Yellow Hot Pep.	KGS	Kg		1
AJI ROJO SECO	Dried Red Hot Pepper	KGS	Kg		1
AJO	Garlic	QUINTAL	100 lbs.		46
ALBAHACA	Sweet Basil	KGS	Kg		1
APIO	Celery	BOLSAS	Sack		70
ARVEJA	Green Pea	ARROBAS	25 lbs.		11.5
BERENJENA	Eggplant	BOLSAS	Sack		30
BERRO	Watercress	KGS	Kg		1
BROCOLI	Broccoli	AMARROS	Bunch	(1)	0.5
BRUSELAS	Brussel Sprouts	KGS	Kg		1
CAMOTE	Sweet Potato/Yam	CARGA/BOLSA	Load/Sack		100
CAROTE		CAJAS	Box		15
CEBOLLA	Red Onion	BOLSA	Sack	(2)	100
CEBOLLA BLANCA	White Onion	BOLSA	Sack		100
CEBOLLA EN HOJA	Green Onion	BOLSA	Sack		100
CEBOLLITA CAMBA	Local Small Onion	AMARROS	Bunch	(3)	0.3
CHOCLO CAMBA	Local Corn (in ears)	UNIDADES	Piece		0.33
CHOCLO KOLLA	Highland Corn (ears)	UNIDADES	Piece		0.56
CIRUELO	Plum	CAJAS	Box		10
COCO	Coconut	KGS	Kg		1
COLIFLOR	Cauliflower	CANASTAS	Basket	(4)	67
CULANTRO	Coriander	AMARROS	Bunch		0.15
DURAZNO CHILENO	Chilean Peach	CAJAS	Box		20
DURAZNO CRIOLLO	Local Peach	CAJAS	Box		25
ESPINACA	Spinach	ARROBAS	25 lbs.		11.5
GUAYABA	Guava	KGS	Kg		1
GUINEO	Finger Banana	UNIDADES	Pieces	100/raic*	0.09
HABA	Lima/Broad Bean	ARROBAS	25 lbs.		11.5
HIERBA BUENA	Mint/Peppermint	AMARROS	Bunch		0.4
JOCO		UNIDADES	Piece		7
KIWI	Kiwi	CAJAS	Box		20
LACAYOTE		BOLSA	Sack		70
LECHUGA CHERA		CANASTAS	Basket		27
LECHUGA BLANCA	White Lettuce	CANASTAS	Basket	60 head *	30
LECHUGA ESCAROLA	Endive Lettuce	CANASTAS	Basket		27
LECHUGA NEGRA	Dark Lettuce	CANASTAS	Basket		30
LIMA	Sweet Lima	UNIDADES	Piece		0.15
LIMON	Lemon (Green)	UNIDADES	Piece		0.12
LIMON REAL (PERU)	Peruvian Lemon	KGS	Kg		1
LOCOTO	Hot Pepper Variety	QUINTALES	100 lbs.		46
MANDARINA	Mandarin Orange	UNIDADES	Piece		0.13
		BOLSA	Sack		40
MANGA	Mango	UNIDADES	Piece		0.25
MANZANA CHILENA	Chilean Apple	CAJAS	Box	100 pcs.*	20
MANZANA CRIOLLA	Local Apple	ARROBAS	25 lbs.		11.5
MANZANA VERDE	Green Apple	CAJAS	Box		20
MANZANILLA	Camomile	AMARROS	Bunch		0.25
MARACUYA	Passion Fruit	KILOS	Kg		1
MELON BRASILEIRO	Brazilian Melon	KILOS	Kg		1
NABO LARGO	Long Turnip	AMARROS	Bunch		1.1
NABO REDONDO	Round Turnip	KG	Kg		1

Product Names		Purchasing Unit		Indiv.# per Unit	Kg. Equiv.
Spanish	English	Spanish	English		
NARANJA	Orange	UNIDADES	Piece	12u./Kg *	0.16
OCA		CARGA	Load		100
OREGANO	Oregano	KG	Kg		1
PALMITO	Heart of Palm	KGS	Kg		1
PALTA	Avocado	UNIDADES	Piece		0.33
PAPA HOLANDESA	Dutch Potato	CARGA/BOLSA	Load/Sack		105
PAPA WAICHA	Local Potato	CARGA/BOLSA	Load/Sack		105
PAPALISA		CARGA	Load		100
PAPAYA	Papaya	CAJAS	Box	16 pcs.*	12
PAPAYA HAWAIANA	Hawaiian Papaya	CAJAS	Box		22
PEPINILLO	Gherkin/Pickle Cuc.	KGS	Kg		1
PEPINO	Cucumber	ARROBAS	25 lbs.		11.5
		BOLSA	50 lbs.		23
PERA	Pear	KGS	Kg		1
PERA CHILENA	Chilean Pear	KGS	Kg		1
PEREJIL	Parsley	AMARROS	Bunch	(5)	0.444
PIMENTON ROJO/VERDE	Rd/Grn Sweet Pepper	BOLSA	Sack		20
		CANASTA	Basket	*	25
		DOCENA	Dozen	*	1
PIÑA	Pineapple	UNIDADES	Piece		1.5
PLATANO DE FREIR	Plantain	RACIMOS	Stalk	90 pcs.*	1.20
PLATANO OLOROSO	Dessert Banana	CAJAS	Box		16
POMELO	Grapefruit	UNIDADES	Piece		0.4
PUERRO	Leek	KGS	Kg		1
QUIRQUINA		AMARROS	Bunch		0.25
RABANO	Radish	AMARROS	Bunch		0.5
REMOLACHA	Beet	CARGAS	Load		100
REPOLLO	Cabbage	UNIDADES	Piece		2
REPOLLO MORADO	Red Cabbage	UNIDADES	Piece		0.4
SANDIA	Watermelon	UNIDADES	Piece		2.5
TOMATE	Tomato	CAJAS	Box		21
TOMATE MANZANO	Apple Tomato	CAJAS	Box		20
TORONJIL		AMARROS	Bunch		0.3
TUNA	Cactus Fruit	CAJAS	Box		23
UVA	Grape	CAJAS	Box	17 bunch*	20
VAINITA	String Bean	ARROBAS	25 lbs.		11.5
		BOLSA	Sack		34.5
YUCA	Yuca/Cassava	CARGA/BOLSA	Load/Sack	(6)	100
ZANAHORIA	Carrot	CARGA/BOLSA	Load/Sack	(7)	100
ZAPALLO	Squash	CAJA	Box		20
ZAPALLITO CAMBA	Local Small Squash	BOLSAS	Sack		70
ZAPALLITO NEGRO	Black Small Squash	BOLSA	Sack		70
ZAPALLITO PERUANO	Peruvian Squash	QUINTALES	100 lbs.		46
---OTROS---	---OTHERS---				
HUEVOS	Eggs	UNIDADES	Piece		0.06
ECHE	Milk	LITROS	Liter		1.03

Notes: (1) ASOHFRUT uses 1 Kg/bunch of broccoli

(2) ASOHFRUT uses 75 kg./sack of onions from Oruro (100 Kg from Cbba)

(3) ASOHFRUT uses 0.4-0.5 Kg/bunch of green onions

(4) ASOHFRUT uses 30-32 Kg/sack of cauliflower

(5) ASOHFRUT uses 1 Kg/bunch of parsley

(6) ASOHFRUT uses 46 Kg/sack of Chapare yuca (103 Kg from elsewhere)

(7) ASOHFRUT uses 105 Kg/sack of carrots from Cochabamba, 75-80 Kg/sack from Oruro and 85-90 Kg/sack from Santa Cruz

\* Used in IICA Report

## Frutas

Ciruelo Chileno o Peruano	1 caja	= 180 - 200 unidades
Ciruelo Paceño	1 bolsa	= 3.000 unidades
Damasco grande	1 caja	= 3.000 unidades
Damasco mediano	1 caja	= 1.500 unidades
Durazno tarijeño	1 caja	= 2 arrobas
Frutilla	1 caja	= 1 kilogramo
Guineo	1 racimo gde.	= 80 - 100 unidades
Guineo	1 racimo peq.	= 30 - 50 unidades
Manzana Cochabamba	1 caja	= 180 unidades
Manzana Argentina	1 caja	= 7100, 113, 125, 1 y 198 unidades
Melón	1 caja	= 180 unidades
Papaya	1 caja	= 14 unidades
Pera argentina	1 caja	= 100 - 110 unidades
Plátano Chapare	1 racimo	= 70 - 80 unidades
Plátano oloroso	1 chipa	= 41 manos
	41 manos	= 600 - 700 unidades
Tuna Cochabamba	1 canasta	= 250 - 300 unidades
Uva tarijeña	1 caja	= 2 arrobas y 6 libras
Uva argentina	1 caja	= 18 kilogramos
Uva chilena	1 caja	= 1 arroba y 21 libras

## Hortalizas

Acelga	1 amarro	= 15 unidades
Achojcha	1 canasta	= 2,5 arrobas
Arveja blanca petipoá	1 bolsa peq.	= 2 arrobas
	1 bolsa gde.	= 8 arrobas
Coliflor	1 canasta	= 25 - 30 unidades
Lechuga Carolita	1 canasta	= 3 arrobas
Lechuga blanca	1 canasta	= 2 arrobas
Lechuga morada	1 canasta	= 2 arrobas
Pepino	1 bolsa	= 8 arrobas
Pimentón	1 bolsa	= 2,5 arrobas
Rábano	1 amarro	= 10 unidades
Tomate manzana	1 caja	= 22 kilogramos
Tomate pera	1 caja	= 18 kilogramos
Berenjena	1 bolsa	= 8 docenas
Vainita	1 bolsa	= 6 arrobas

**CUADRO D-41 CUESTIONARIO PARA EL DUEÑO DEL PRODUCTO QUE INGRESA  
EN CAMION AL MERCADO ABASTO**

FECHA : \_\_\_\_\_

NOMBRE DEL ENTREVISTADOR : \_\_\_\_\_

HORA DE LLEGADA : \_\_\_\_\_

NOMBRE DEL DUEÑO : \_\_\_\_\_

No DE LA PLACA DEL CAMION : \_\_\_\_\_

DIRECCION : \_\_\_\_\_

Departamento  Provincia  Localidad **1.- INFORMACION ECONOMICA**

Qué función desempeña Ud en el área de producción ?

1.- Productor  Intermediario 3. Transportista 

2.- A qué clase de organización pertenece Ud ?

1.- Federación  2. ASPROA  3. Otros 

3.- Dónde cargó Ud el producto ? \_\_\_\_\_

4.- Qué tipo de producto y qué cantidad trajo Ud ?  
(Llenar el cuadro adjunto)**5.- TIPO DE TRANSACCION**1) Compró Ud el producto ? SI  NO Si la respuesta es afirmativa :  
Cuál fue la forma de pago ?1.-Pago contra entrega  2.-Pago posterior a la venta Cuántos días después ? 

2.- Otros productores le encargan a Ud sus productos ?

SI  NO 

Cuál es la forma de pago de estos productores ?

A comision  Tarifa fija 

6.- A quién usualmente vende Ud y cuál es el volumen promedio de ventas ?

a) Mayorista Abasto  Vol. \_\_\_\_\_b) Minorista Abasto  Vol. \_\_\_\_\_



IP \_\_\_\_\_

- c) Mayorista de otro mercado  Vol. \_\_\_\_\_
- d) Minorista de otro mercado  Vol. \_\_\_\_\_
- e) Grandes consumidores  Vol. \_\_\_\_\_
- f) Consumidor  Vol. \_\_\_\_\_
- g) Mayorista de otra ciudad  Vol. \_\_\_\_\_
- h) Minorista de otra ciudad  Vol. \_\_\_\_\_

7.- Generalmente le vende a los mismos clientes ?  
(Clientes fijos)

SI

NO

Si su respuesta es afirmativa :

¿Cuál es la forma de pago de estos clientes ?

1) Pago contra entrega

2) Pago posterior a la venta del producto

Cuántos días después ?

8.- Recibe Ud algún tipo de financiamiento de parte de los mayoristas del mercado Abasto ?

SI

NO

En que condiciones \_\_\_\_\_

**CUADRO D-42 CUESTIONARIO PARA LOS CONDUCTORES DE LOS VEHICULOS  
QUE SALEN DEL MERCADO ABASTO**

FECHA : \_\_\_\_\_

NOMBRE DEL ENTREVISTADOR : \_\_\_\_\_

HORA DE SALIDA : \_\_\_\_\_

Nº DE PLACA DEL CAMION : \_\_\_\_\_

NOMBRE DEL CONDUCTOR : \_\_\_\_\_

LUGAR DE ORIGEN DEL  
VEHICULO \_\_\_\_\_

1.- CAPACIDAD DEL VEHICULO

<b>CAMION :</b>	CAPACIDAD DE CARGA	<input type="text"/>	<b>JEEP</b>	<input type="text"/>
	CAPACIDAD ACTUAL	<input type="text"/>	<b>TAXI</b>	<input type="text"/>

2.- Donde descarga el producto ?

Dentro de la ciudad  \_\_\_\_\_

Fuera de la ciudad  \_\_\_\_\_

3.- Qué tipo de producto y qué cantidad transporta Ud ?  
( Llenar el cuadro )

4.- Si Ud transporta algún producto fuera de la ciudad de Santa Cruz ,trae algo en su viaje de regreso ?

SI

NO

Si su respuesta es afirmativa :

Qué tipo de producto y qué cantidad transporta ?

---

---

SO \_\_\_\_\_

**CUADRO D-43 CUESTIONARIO PARA EL DUEÑO DEL PRODUCTO QUE SALE  
DEL MERCADO ABASTO**

FECHA : \_\_\_\_\_

NOMBRE DEL ENTREVISTADOR : \_\_\_\_\_

HORA DE SALIDA : \_\_\_\_\_

Nº DE PLACA DEL VEHICULO : \_\_\_\_\_

NOMBRE DEL DUEÑO DEL PRODUCTO : \_\_\_\_\_

DIRECCION : \_\_\_\_\_

**1.- INFORMACION ECONOMICA**

Qué función desempeña Ud en el mercado del producto ?

1.- Intermediario  Minorista

2.- A quién le compró Ud. estos productos en el mercado Abasto ?

1.-Productor  2. Intermediario

3.- Minorista

3.- Dónde descarga Ud. estos productos ? \_\_\_\_\_

4.- Qué tipo de producto y qué cantidad transporta Ud ?  
(Llenar el cuadro adjunto)

**5.- TIPO DE TRANSACCION**

1) Usualmente le compra el al mismo vendedor ?

SI  NO

Si la respuesta es afirmativa :  
Cuál fue la forma de pago ?

1.-Pago contra entrega  2.-Pago posterior a la venta

Cuántos días después ?

DESTINO DE LOS PRODUCTOS

PRODUCTO	LOS POZOS	RAMADA	1ro MAYO	MUTUA LISTA											MONTERO	WARNES	YAPACANI	MINERO	TOTAL	
Papa Hol																				
Papa Mar																				
Yuca																				
Papaliza																				
Camote																				
Tomate																				
Lechuga																				
Repollo																				
Poroto																				
Vainita																				
Arveja																				
Choclo																				
Zanahoria																				
Cebolla																				
Zapallo																				
Pimenton																				
Achoccha																				
Locoto																				
Acalga																				
Guineo																				
Pomelo																				
Papaya																				
Pina																				
Sandia																				
Durazno																				
Cirueto																				
Melon																				
Platano																				
Fruitle																				

CUADRO D-44 Cuestionario para el Comerciante Mayorista en el Abasto Pirai

PHASE II  
AT-1

Nombre del Comerciante : \_\_\_\_\_

Dirección (ciudad o pueblo) : \_\_\_\_\_

Nombre del Encuestador : \_\_\_\_\_

1. ¿Es Ud. miembro de la Cooperativa Multiactiva '2 de Junio ABASTO LTDA.' y/o de la Federación Unica ?

(1 ) Cooperativa  Si      2) Federacion  Si

2. ¿Es Ud. miembro de algún Sindicato?

Si       No

Si la respuesta es afirmativa : Nombre \_\_\_\_\_

3. ¿Que tipo de productos comercializa Ud.?

( 1 ) Tuberculos  Producto principal \_\_\_\_\_

( 2 ) Vegetales  Producto principal \_\_\_\_\_

( 3 ) Frutas  Producto principal \_\_\_\_\_

4. ¿Que función o funciones cumple Ud. en la comercialización del producto?

( 1 ) Productor

(2) Intermediario( Mayorista )

( 3 ) Transportista

( 4 ) Minorista

5. ¿Cuántas veces a la semana compra Ud. productos y qué cantidad de productos compra Ud. por vez?

(1) \_\_\_\_\_ veces por semana

(2) Nombre del Producto \_\_\_\_\_, Volúmen: \_\_\_\_\_ QQ, bolsas, (d), Cajas

Nombre del Producto \_\_\_\_\_, Volúmen: \_\_\_\_\_ QQ, bolsas, (d), Cajas

Nombre del Producto \_\_\_\_\_, Volúmen: \_\_\_\_\_ QQ, bolsas, (d), Cajas

Si es plátano y guineo : plátano oloroso  plátano de freir  Guineo

(3) ¿Qué % del producto le queda a Ud el domingo por la noche ?

6. Generalmente ¿a quién le compra Ud. el producto?

(1) Productor  %

(2) Intermediario  %

(3) Transportista( le encarga el productor )  %

7. ¿Que forma de pago emplea Ud. con su proveedor?

(1) en efectivo contra entrega

(2) en efectivo posterior a la venta

¿ Cuántos días después ?

(3) parte en efectivo contra entrega y parte después de la venta

8. ¿Tiene Ud. un proveedor fijo?

Si  No

Si su respuesta es afirmativa, ¿le brinda Ud. financiamiento a su proveedor?

Si  No

Si la respuesta es afirmativa :

En que forma :

a) Dinero  b) Quimicos

c) Semillas  d) Otros

En que forma este le devolvería ?

Tendría Ud la obligación de venderle a la misma persona ?

Si

No

9. Generalmente ¿a quién le vende Ud.?

(1) Intermediario de otro mercado en la ciudad de Santa Cruz.  % Mercado: \_\_\_\_\_

(2) Minoristas que venden en el Abasto  %

(3) Minoristas de otros mercados  % Mercado: \_\_\_\_\_

(4) Intermediarios de otros pueblos dentro del dpto.  % Ciudad : \_\_\_\_\_  
Depart. \_\_\_\_\_

(5) Intermediarios de fuera del departamento de Sta Cruz.  % Ciudad: \_\_\_\_\_

(6) Consumidor común  %

(7) Grandes consumidores  % \_\_\_\_\_

a. Ejercito  b. Hospital  c. Hoteles

d. Universidades  e. Restaurantes

10. ¿Que forma de pago emplean sus clientes?

(1) en efectivo contra entrega

(2) en efectivo posterior a la venta del producto

¿ Cuántos días después ?

(3) parte en efectivo contra entrega y parte después de la venta

11. ¿Tiene Ud. clientes fijos?

Si  No

Si su respuesta es afirmativa, ¿financia Ud. a sus clientes?

Si  No

Si su respuesta es afirmativa, por favor proporcionar detalles.

---

12. Forma de comunicación

¿ Qué tipo de comunicación mantiene Ud. con el productor ?

(1) Teléfono Ud llama  el productor llama

(2) Le comunica la fecha del proximo envio de productos

(3) Envía un mensaje con productores amigos

(4) Otros



**13.- CUESTIONARIO PARA UN MERCADO NUEVO.-**

1.- Con referencia a un mercado nuevo ( un centro de recolección y distribución / mercado mayorista ).

Usted sabe que el mercado Abasto está ahora muy congestionado con productores, intermediarios, mayoristas y minoristas y no se podrá enfrentar un incremento en la demanda debido al rápido crecimiento de población en la ciudad de Santa Cruz dentro de 5 años.

También el gobierno boliviano está planeando construir un nuevo mercado público en Santa Cruz como un centro nuevo de recolección, distribución/mercado mayorista.

Si se construye un nuevo mercado público,

1) Los productores e intermediarios pueden transportar sus productos y venderlos a mayoristas en un nuevo mercado público.

2.-Si ellos no pueden vender todos sus productos ,pueden vender el resto a los consumidores.

3.- Los revendedores pueden venir al nuevo mercado público y comprar sus productos de los mayoristas de los mayoristas y productores e intermediarios.Sin embargo, a ellos les estará prohibido vender al consumidor en este mercado nuevo.

Bien,intenta usted transportar su producto a un nuevo mercado público considerando el asunto arriba mencionado?.

Si  No

Si la respuesta es : No  
Porqué ?

---

---

---

2.- Con referencia a la ubicación del nuevo mercado público.Parece ser que hay varios lugares alternativos.

¿ Dónde espera usted que sería el nuevo lugar ?

---

CUADRO D-45 Cuestionario para el Comerciante Mayorista de otros mercados excepto Abasto Pirai

PHASE II  
AT-1

Nombre del mercado : \_\_\_\_\_  
Nombre del Comerciante : \_\_\_\_\_  
Dirección (ciudad o pueblo) : \_\_\_\_\_  
Nombre del Encuestador : \_\_\_\_\_

1. ¿Es Ud. miembro de la Asociación ?

(1) Si  2) No

2. ¿Es Ud. miembro de algún Sindicato?

Si  No

Si la respuesta es afirmativa : Nombre \_\_\_\_\_

3. ¿Que tipo de productos comercializa Ud.?

(1) Tuberculos  Producto principal \_\_\_\_\_

(2) Vegetales  Producto principal \_\_\_\_\_

(3) Frutas  Producto principal \_\_\_\_\_

4. ¿Que función o funciones cumple Ud. en la comercialización del producto?

(1) Productor

(2) Intermediario( Mayorista )

(3) Transportista

(4) Minorista

5. ¿Cuántas veces a la semana compra Ud. productos y qué cantidad de productos compra Ud. por vez?

(1) \_\_\_\_\_ veces por semana

(2) Nombre del Producto \_\_\_\_\_, Volúmen: \_\_\_\_\_ QQ, bolsas, @, Cajas

Nombre del Producto \_\_\_\_\_, Volúmen: \_\_\_\_\_ QQ, bolsas, @, Cajas

Nombre del Producto \_\_\_\_\_, Volúmen: \_\_\_\_\_ QQ, bolsas, @, Cajas

Si es plátano y guineo : plátano oloroso  plátano de freir  Guineo

(3) ¿Qué % del producto le queda a Ud el domingo por la noche ?

---

6. Generalmente ¿a quién le compra Ud. el producto?

(1) Productor  %

(2) Intermediario  %

(3) Transportista( le encarga el productor )  %

7. ¿Que forma de pago emplea Ud. con su proveedor?

(1) en efectivo contra entrega

(2) en efectivo posterior a la venta

¿ Cuántos días después ? \_\_\_\_\_

(3) parte en efectivo contra entrega y parte después de la venta

8. ¿Tiene Ud. un proveedor fijo?

Si  No

Si su respuesta es afirmativa, ¿le brinda Ud. financiamiento a su proveedor?

Si  No

Si la respuesta es afirmativa :

En que forma :

- a) Dinero  b) Quimicos   
c) Semillas  d) Otros

En qué forma este le devolvería ?

---

Tendría Ud la obligación de venderle a la misma persona ?

Si

No

9. Generalmente ¿a quién le vende Ud.?

(1) Intermediario de otro mercado en la ciudad de Santa Cruz  % Mercado: \_\_\_\_\_

(2) Minoristas que venden en el Abasto  %

(3) Minoristas de otros mercados  % Mercado: \_\_\_\_\_

(4) Intermediarios de otros pueblos dentro del dpto.  % Ciudad : \_\_\_\_\_  
Depart.

(5) Intermediarios de fuera del departamento de Sta Cruz.  % Ciudad: \_\_\_\_\_

(6) Consumidor común  %

(7) Grandes consumidores  % \_\_\_\_\_

a. Ejercito  b. Hospital  c. Hoteles

d. Universidades  e. Restaurantes

10. ¿Que forma de pago emplean sus clientes?

(1) en efectivo contra entrega

(2) en efectivo posterior a la venta del producto

¿ Cuántos días después ? \_\_\_\_\_

(3) parte en efectivo contra entrega y parte después de la venta

11. ¿Tiene Ud. clientes fijos?

Si  No

Si su respuesta es afirmativa, ¿financia Ud. a sus clientes?

Si  No

Si su respuesta es afirmativa, por favor proporcionar detalles.

---



---

12. Forma de comunicación

¿ Qué tipo de comunicación mantiene Ud. con el productor ?

(1) Teléfono Ud llama  el productor llama

(2) Le comunica la fecha del proximo envio de productos

(3) Envía un mensaje con productores amigos

(4) Otros \_\_\_\_\_

13.- CUESTIONARIO PARA UN MERCADO NUEVO.-

1.- Con referencia a un mercado nuevo ( un centro de recolección y distribución / mercado mayorista ).

Usted sabe que el mercado Abasto está ahora muy congestionado con productores, intermediarios, mayoristas y minoristas y no se podrá enfrentar un incremento en la demanda debido al rápido crecimiento de población en la ciudad de Santa Cruz dentro de 5 años.

También el gobierno boliviano está planeando construir un nuevo mercado público en Santa Cruz como un centro nuevo de recolección, distribución/mercado mayorista.

Si se construye un nuevo mercado público,

1) Los productores e intermediarios pueden transportar sus productos y venderlos a mayoristas en un nuevo mercado público.

2.-Si ellos no pueden vender todos sus productos ,pueden vender el resto a los consumidores.

3.- Los revendedores pueden venir al nuevo mercado público y comprar sus productos de los mayoristas de los mayoristas y productores e intermediarios.Sin embargo, a ellos les estará prohibido vender al consumidor en este mercado nuevo.

Bien,intenta usted transportar su producto a un nuevo mercado público considerando el asunto arriba mencionado?.

Si  No

Si la respuesta es : No  
Porqué ?

---



---



---

2.- Con referencia a la ubicación del nuevo mercado público.Parece ser que hay varios lugares alternativos.

¿ Dónde espera usted que sería el nuevo lugar ?

---

14.- ¿ Vendió o compró cítricos en la última cosecha ?

1) Si  2) No

Si la respuesta es afirmativa :

1) Cuántas veces por semana compró productos y que cantidad ?

1)  veces por semana

(2) Nombre del Producto \_\_\_\_\_, Volúmen: \_\_\_\_\_ QQ, bolsas, @, Cajas

Nombre del Producto \_\_\_\_\_, Volúmen: \_\_\_\_\_ QQ, bolsas, @, Cajas

Nombre del Producto \_\_\_\_\_, Volúmen: \_\_\_\_\_ QQ, bolsas, @, Cajas

(3) Y acerca de la temporada ?

Marzo, abril, mayo, junio, julio.

2) Generalmente ¿ a quién le compra el producto y qué % Ud compró ?

(1) Productor

(2) Intermediario

(3) Transportista( le encarga el productor )

3) ¿ De dónde Ud compró el producto y qué porcentaje compró ?

1) Chapare  Canton \_\_\_\_\_  %

2) Yapacaní  Canton \_\_\_\_\_  %

3) Otros

Provincia Canton \_\_\_\_\_  %

4) ¿ Usted fue cada vez al área de producción a comprar el producto ?

1) Si  2) No

16. Forma de pago al proveedor :

(1 ) en efectivo contra entrega

(2 )en efectivo posterior a la venta

¿ Cuántos días después ? \_\_\_\_\_

(3)parte en efectivo contra entrega y parte después de la venta

17. Proveedores fijos y tipo de financiamiento :

¿Tiene Ud. un proveedor fijo?

Si  No

Si su respuesta es afirmativa, ¿le brinda Ud. financiamiento a su proveedor?

Si  No

Si la respuesta es afirmativa :

En que forma :

a) Dinero  b) Químicos

c) Semillas  d) Otros

En qué forma este le devolvería ?

---

Tendría Ud la obligación de venderle a la misma persona ?

Si  No



18. Generalmente ¿a quién le vende Ud.?

- (1) Intermediario de otro mercado en la ciudad de Santa Cruz  % Mercado: \_\_\_\_\_
- (2) Minoristas que venden en el Abasto  %
- (3) Minoristas de otros mercados  % Mercado: \_\_\_\_\_
- (4) Intermediarios de otros pueblos dentro del dpto.  % Ciudad : \_\_\_\_\_  
Depart. \_\_\_\_\_
- (5) Intermediarios de fuera del departamento de Sta Cruz.  % Ciudad: \_\_\_\_\_
- (6) Consumidor común  %
- (7) Grandes consumidores  % \_\_\_\_\_

## Cuestionario para Comerciantes en Mercados Minoristas

R-1

Nombre del mercado: \_\_\_\_\_ Fecha \_\_\_\_\_

Nombre del encuestador : \_\_\_\_\_

1. el encuestador debe tomar nota de la ubicación del puesto de venta del comerciante minorista

- (1) dentro del galpón del mercado
- (2) dentro del predio del mercado pero no dentro del galpón
- (3) en las calles adyacentes al mercado

2. (Si acaso el comerciante minorista ocupa un lugar en la calle;)  
¿Por qué no alquila usted un puesto dentro del galpón del mercado?

3. (si acaso el comerciante minorista ocupa un puesto dentro del galpón del mercado;)

- (1) alquila este puesto  (2) es propietario de este puesto

¿Cuánto paga por el alquiler de este puesto? \_\_\_\_\_

4. ¿Que tipo de productos vende usted?

- (1) Tubérculos  Producto principal: \_\_\_\_\_
- (2) Vegetales  Producto principal: \_\_\_\_\_
- (3) Frutas  Producto principal: \_\_\_\_\_

5. Generalmente, ¿a quién le compra usted sus productos?

- (1) productor en el Abasto  %
- (2) mayorista en el Abasto  %
- (3) Mayorista en este mercado  %

6. ¿Cuántas veces a la semana y que volumen de productos compra usted?

- (1) \_\_\_\_\_ veces por semana
- (2) Nombre del producto: \_\_\_\_\_; Volumen: \_\_\_\_\_ QQ, bolsas, cajas, @
- Nombre del producto: \_\_\_\_\_; Volumen: \_\_\_\_\_ QQ, bolsas, cajas, @
- Nombre del producto: \_\_\_\_\_; Volumen: \_\_\_\_\_ QQ, bolsas, cajas, @

7. ¿Que forma de pago emplea usted con su proveedor?

- (1) en efectivo contra entrega
- (2) en efectivo posterior a la venta del producto  \_\_\_\_\_ días después
- (3) otras  (especificar) \_\_\_\_\_

8. ¿Tiene usted un proveedor fijo?

- (1) Sí  (2) No

(Si la respuesta es afirmativa) su proveedor,

¿lo financia a Ud.? (1) Sí  (2) No

**CUADRO D-47 CUESTIONARIO PARA PEQUEÑOS PUESTOS DE FRUTAS**

Nombre del Encuestador.....

Fecha.....

Localización del Puesto.....

1. Ud. compra frutas directamente del área de producción sin pasar por el Mercado Abasto?

Si  No

2. De quién compra la fruta?

1. Productor \_\_\_\_\_ %

2. Intermediario \_\_\_\_\_ %

3. Cuantas veces y qué volumen compra por semana?

ACTUALMENTE:

	VECES POR SEMANA	VOLUMEN (UNIDAD)	TOTAL (UNIDAD)
F1 GUINEO			
F2 POMELO			
F3 PAPAYA			
F4 PIÑA			
F5 SANDIA			
F6 DURAZNO			
F7 CIRUELO			
F8 MELON			
F9 PLATANO			
F10 FRUTILLA			

4. LA ULTIMA TEMPORADA DE CITRICOS

	VECES POR SEMANA	VOLUMEN UNIDAD	TOTAL UNIDAD
F11 NARANJA			
F12 MANDARINA			
F13 POMELO			
F14 LIMON			
F15 PIÑA			

**ANEXO E**

**ESTUDIO DE MERCADO INFRAESTRUCTURA**

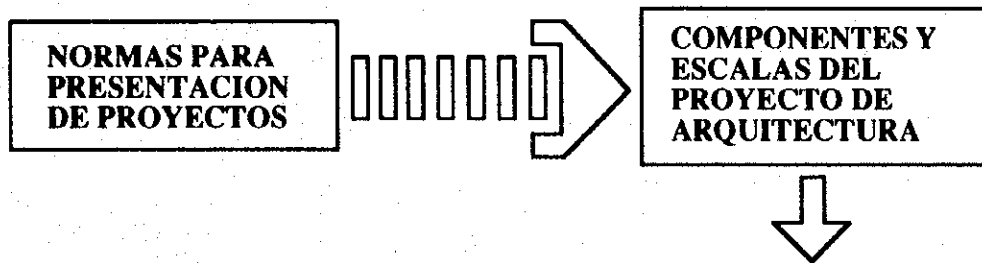
## LISTA DE FIGURAS

	Pagina
FIGURA E-1 Componentes y Escalas del Proyecto de Arquitectura.....	E-1
FIGURA E-2 Instancias para la Realizacion de Proyectos .....	E-2
FIGURA E-3 Organismos Responsables se Relacionen Entre si Como Sigue .....	E-3
FIGURA E-4 Diseño de Saipina.....	E-4
FIGURA E-5 Diseño de San Isidro .....	E-5
FIGURA E-6 Diseño de San Juan del Potrero.....	E-6

## LISTA DE CUADROS

	Pagina
CUADRO E-1	Comparaciones Poblacionales y de Densidad en los diferentes Departamentos ..... E-7
CUADRO E-2	Características del Desarrollo Urbano en Santa Cruz de la Sierra Crecimiento 1943 - 1991 ..... E-8
CUADRO E-3	Sectores Prioritarios de Planificación "Conceptos Estrategicos Globales" (1989)..... E-9
CUADRO E-4	Flujo de Estrategias para establecer de Plan de Desarrollo Urbano..... E-10
CUADRO E-5	Aspectos Relevantes en la Ciudad de Santa Cruz entre los años 1943 hacia el 2000 ..... E-11
CUADRO E-6	Condiciones Advertidas Mediante Simple Observación en Relación al Proyecto ..... E-13
CUADRO E-7	Programas de Desarrollo Urbano..... E-14
CUADRO E-8	Cantidad de Puestos de Venta..... E-15
CUADRO E-9	Disposición para la Adquisición ..... E-15

## Disposiciones para la Elaboración de Proyectos

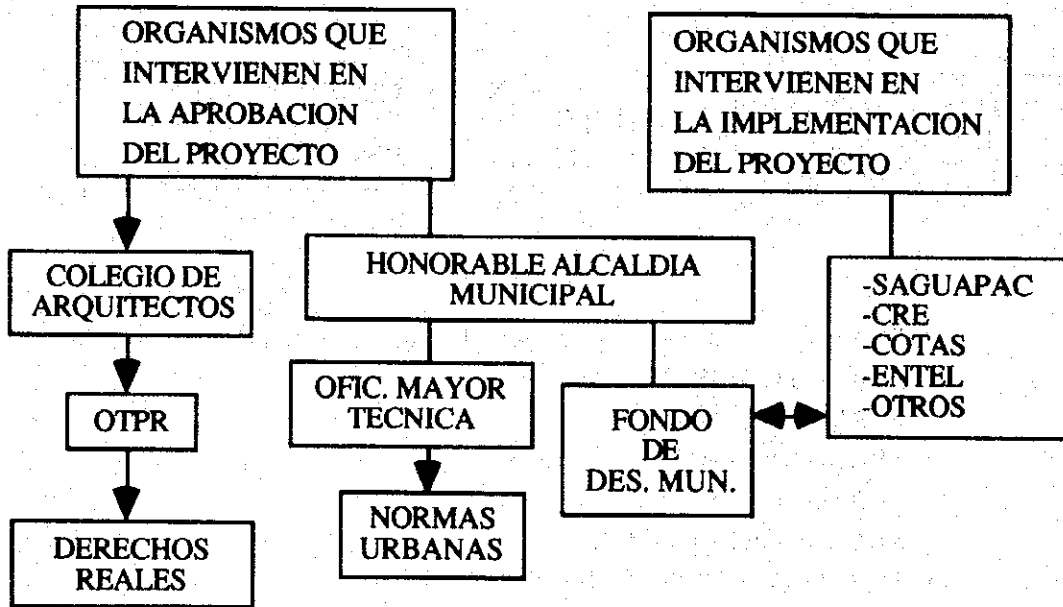


- Todo proyecto de arquitectura deberá contener los siguientes elementos:
- PLANO DE UBICACION
- PLANO DE SITIO
- PLANO DE PLANTA
- PLANOS DE CORTE
- PLANOS DE FACHADA
- INFORMACIONES COMPLEMENTARIAS
  - Superficie cubierta
  - Superficie total de construcción
- PROYECTOS DE INGENIERIA
  - Proyecto de instalación eléctrica
  - Proyecto de instalación hidráulica - sanitaria
  - Calculo estructural
  - Otros.

FIGURA E-1 Componentes y Escalas del Proyecto de Arquitectura



## INSTANCIAS PARA LA REALIZACION DE PROYECTOS



### (3) Disposiciones Adm. y Control de Edificación

#### 1) Edificación de Proyecto Nueva Edificación Completa.

Todo proyecto que disponga de una nueva superficie 001 superior a 100 m, y con una altura en basamento o torre por encima de 12,50 mts.

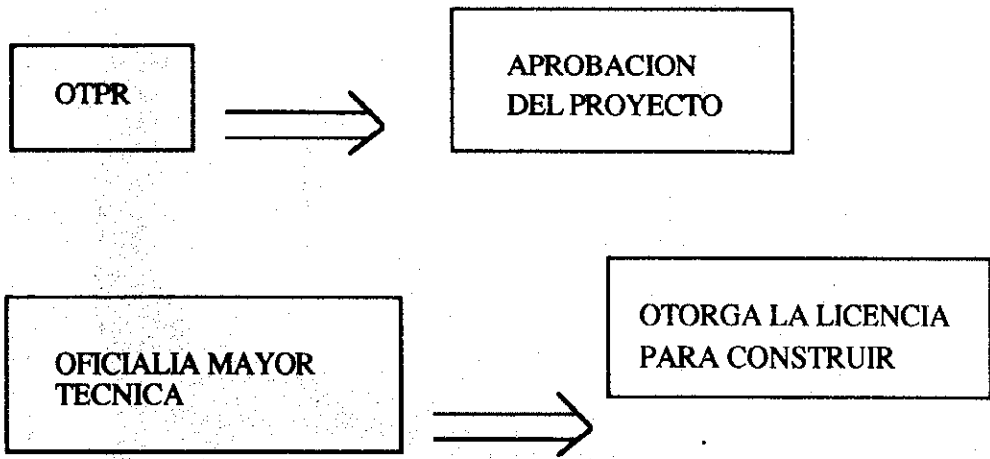
#### 2) Nuevos Edificios

Art.77

Toda solicitud de licencia para la construcción de nuevos edificios independientemente de su categoría y fuera del Centro Histórico deberá acompañar los siguientes documentos;

- Doc, detallado y firmado por el propietario dirigido a Oficina Técnica Plan Regulador solicitando:
- Certificado de uso de suelo
- Fotocopia de las escrituras de propiedad cuando se trate de una edificación de uso público o social, en área de equipamiento primario u otra de dominio municipal, se debe acompañar el documento que acredite el derecho de usufructo otorgado por la Alcaldía Municipal, inscrito en Derechos Reales.
- 4 copias del proyecto de arquitectura en las escalas y según las normas del código de construcción.
- Proyecto de cálculo estructural, sanitario, eléctrico y otros complementarios.

FIGURA E-2 Instancias para la Realización de Proyectos



ORGANISMOS DE APOYO

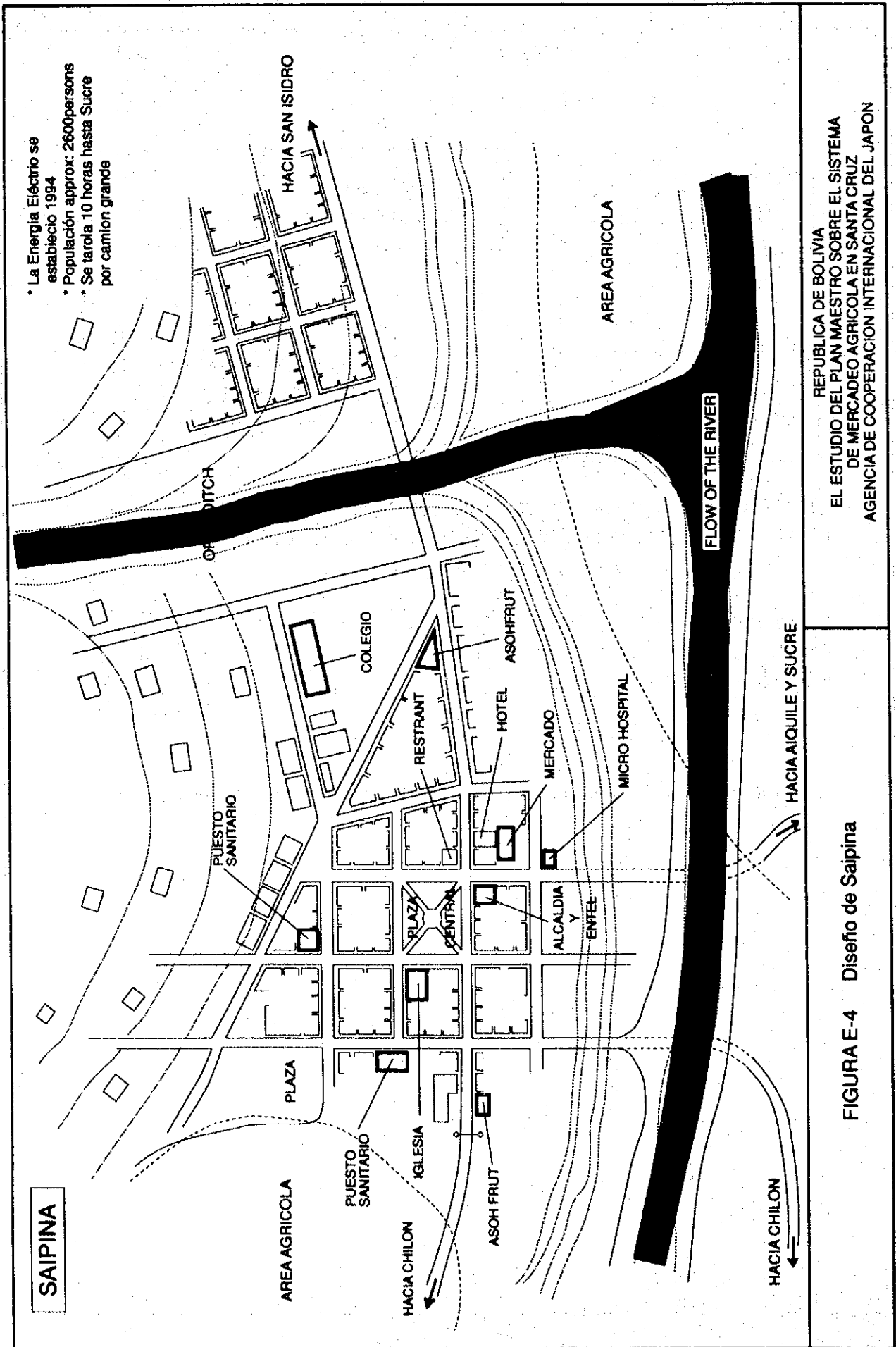
JUNTA DE CONTROL DE CONSTRUCCION  
 JUNTA DEL CENTRO HISTORICO-JUCEHI  
 COMISION DE CENSURA ESTETICA

ORGANISMO DE CONTROL Y DE OTROS

POLICIA DE OBRAS  
 TRIBUNAL DE APELACIONES

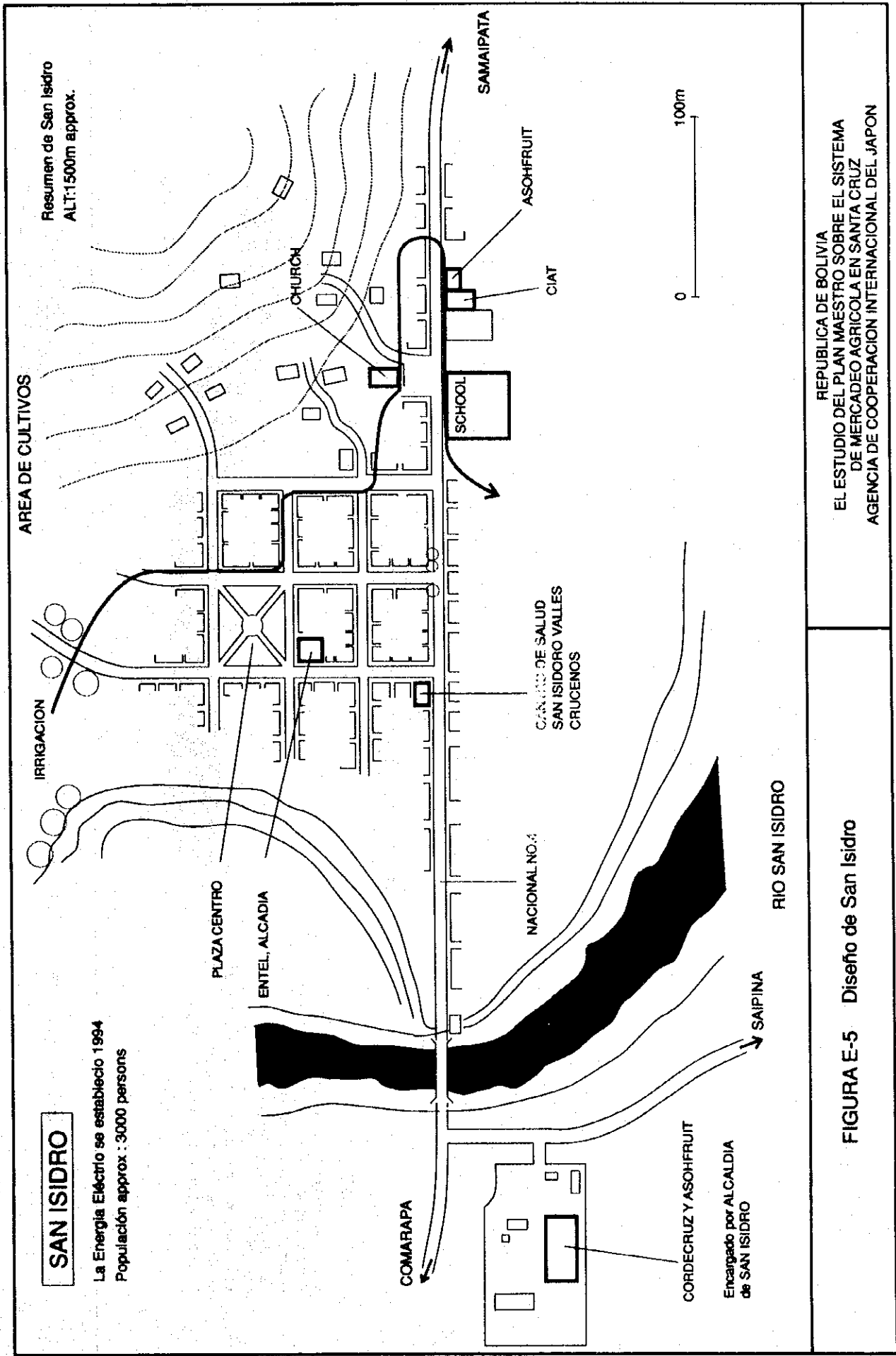
Rep.Col.Arq.  
 Rep.Soc.Ing.  
 Rep.Col.Abg.

FIGURA E-3 Organismos Responsables se Relacionen Entre si Como Sigue



REPUBLICA DE BOLIVIA  
 EL ESTUDIO DEL PLAN MAESTRO SOBRE EL SISTEMA  
 DE MERCADERO AGRICOLA EN SANTA CRUZ  
 AGENCIA DE COOPERACION INTERNACIONAL DEL JAPON

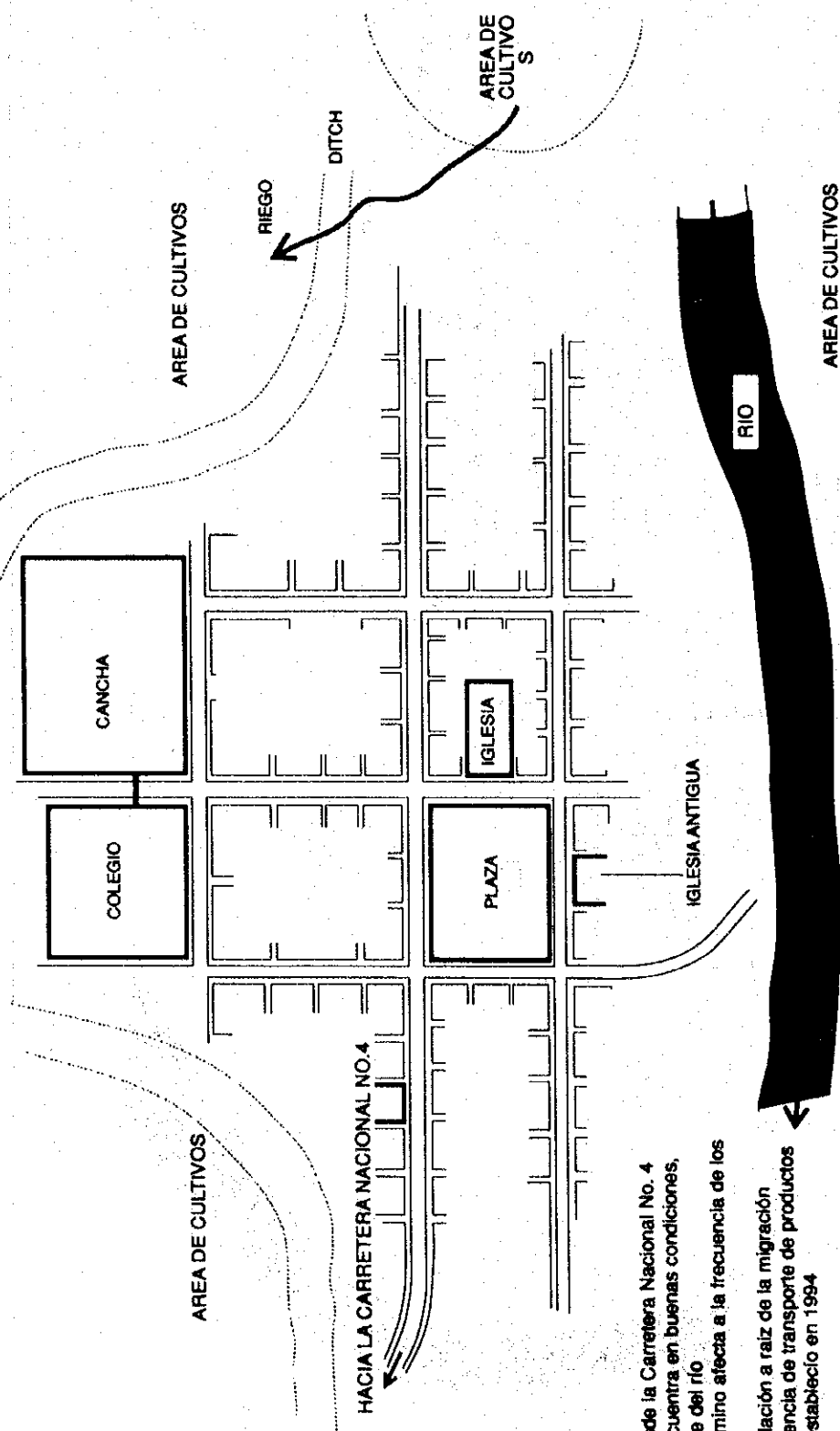
FIGURA E-4 Diseño de Saipina



REPUBLICA DE BOLIVIA  
 EL ESTUDIO DEL PLAN MAESTRO SOBRE EL SISTEMA  
 DE MERCADERO AGRICOLA EN SANTA CRUZ  
 AGENCIA DE COOPERACION INTERNACIONAL DEL JAPON

FIGURA E-5 Diseño de San Isidro

**SAN JUAN DEL POTRERO**



**(PUNTO DE VISTA)**

- El camino de ingreso desde la Carretera Nacional No. 4 hasta el pueblo no se encuentra en buenas condiciones, especialmente en el cruce del río
- La mala condición del camino afecta a la frecuencia de los productos
- La disminución de la población a raíz de la migración también afecta a la frecuencia de transporte de productos
- La Energía Eléctrica se estableció en 1994

**FIGURA E-6** Diseño de San Juan del Potrero

REPUBLICA DE BOLIVIA  
 EL ESTUDIO DEL PLAN MAESTRO SOBRE EL SISTEMA  
 DE MERCADERO AGRICOLA EN SANTA CRUZ  
 AGENCIA DE COOPERACION INTERNACIONAL DEL JAPON

**CUADRO E-1 Comparaciones Poblacionales y de Densidad  
en los diferentes Departamentamentos**

Departamentos	Población	Superficie en Km <sup>2</sup>	Densidad por Km <sup>2</sup>	Población en Capitales	d/a %	Tasa de crecimiento anual %
	a	b	c	d	e	f
<b>Chuquisaca</b>	451,722	51,542	8.77	130,952	28.9	1.47
<b>La Paz</b>	1,833,122	133,985	14.05	711,036	38.8	1.60
<b>Cochabamba</b>	1,093,625	55,631	19.66	512,064	46.8	2.66
<b>Oruro</b>	338,893	53,588	6.32	183,194	54.0	0.56
<b>Potosí</b>	645,817	118,218	5.46	112,291	17.3	0.12
<b>Tarija</b>	290,851	37,623	7.73	90,115	31.0	2.81
<b>Santa Cruz</b>	1,351,191	370,621	3.65	694,616	42.1	4.10
<b>Beni</b>	251,390	213,564	1.18	56,918	22.6	2.56
<b>Pando</b>	37,795	63,827	0.59	9,978	26.4	0.58
<b>( Total )</b>	6,344,396	1,098,581	5.78	-----	34.2%	2.03 %
					Promedio	Promedio Nacional

Fuente : INE, 1993

**CUADRO E-2 Características del Desarrollo Urbano en Santa Cruz de la Sierra Crecimiento 1943 - 1991**

<b>Año</b>	<b>AREA (ha.)</b>	<b>POBLACION (Habitantes)</b>	<b>DENSIDAD (Habitantes/ha)</b>
<b>1943</b>	251	37,968	151
<b>1959</b>	486	60,645	125
<b>1969</b>	1,355	115,185	85
<b>1976</b>	4,800	245,683	53
<b>1988</b>	9,500	570,335	60
<b>1991</b>	14,728	673,000	46
<b>1992</b>	14,728	697,270	-

Fuente: Características Sociales y Demográficas de la Población . Cap. II  
La Población de Santa Cruz de la Sierra. 1988  
Plan de Desarrollo Urbano, Gobierno Municipal, 1994.

CUADRO E-3 Sectores Prioritarios de Planificación "Conceptos Estratégicos Globales" (1989)

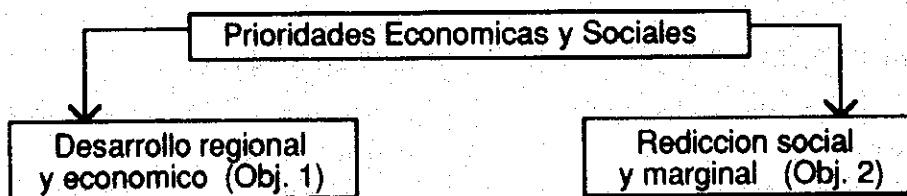
<p><b><u>Sectores prioritarios :</u></b></p> <p><b>1. Prioridades de los sectores productivos</b></p> <p>a. Agrícola e industrial</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Orientación de crecimiento del mercado interno.</li> <li>• Potencial de exportación</li> </ul> <p>b. Pequeña Industria</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Orientación del crecimiento del mercado interno.</li> <li>• Potencial de generación de empleo.</li> </ul> <p>c. Hidrocarburos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Potenciar la exportación</li> <li>• Generación de desarrollo de recursos naturales.</li> </ul> <p>d. Minerales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La colonización y su efecto</li> <li>• Potencial de exportación</li> </ul>	<p><b><u>Sector prioritario :</u></b></p> <p><b>1. Prioridades de los sectores productivos</b></p> <p>a. Desarrollo de agricultores</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generación de trabajo autónomo</li> <li>• Producción de alimentos para el mercado interno.</li> </ul> <p>b. Industria nacional y artesanías.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generación de trabajo autónomo</li> <li>• Proveer al mercado interno</li> </ul> <p>c. Pequeños negocios internos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generación de trabajo autónomo</li> <li>• Proveer al mercado interno</li> </ul> <p>d. Trabajo público y servicios</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generación de empleo</li> <li>• Mejorar los estándares de vida en las áreas urbanas</li> </ul>
<p><b><u>2. Apoyo a 2 áreas y sectores prioritarios</u></b></p> <p>a. Servicio y estructura de transporte.</p> <p>b. Electricidad</p> <p>c. Educación, formación y capacitación de técnicas y tareas</p>	<p><b><u>2. Apoyar sectores prioritarios</u></b></p> <p>a. Programas de salud preventiva</p> <p>b. Educación y capacitación</p> <p>c. Transporte urbano</p> <p>d. Caminos de acceso a áreas agrícolas.</p>

Fuente : Corporación Regional de Desarrollo de Santa Cruz, departamento de Planificación "Conceptos Estratégicos Globales" (1989)

\* La matriz de la siguiente página muestra las actividades y etapas de desarrollo urbano en Santa Cruz de la Sierra.



CUADRO E-4 Flujo de Estrategias para establecer de Plande Desarrollo Urbano



<p><b><u>Crecimiento económico regional basado en :</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Incremento de participación en la producción nacional de mercado interno.</li> <li>2. Incremento de la participación de Santa Cruz en la exportaciones nacionales.</li> <li>3. Dotar de mayor participación y creación capacidad del sector empleo.</li> </ol>	<p><b><u>Satisfacción de necesidades básicas basadas en :</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Demandar condiciones de creación para satisfacer necesidades básicas, mediante la generación de empleo.           <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover empleo autónomo tanto en áreas rurales como urbanas.</li> <li>• Generación de empleo tanto públicos como privados</li> </ul> </li> <li>2. Dotar de servicios básicos e infraestructura.</li> </ol>
--	--

CUADRO E-5 Aspectos Relevantes en la Ciudad de Santa Cruz entre los años 1943 hacia el 2000

Año	Desp	Aspectos Generales en la República de Bolivia	Población	Area de la Ciudad ha.	Nº de Vehículos	Aspectos Relacionados con el Mercado en Santa Cruz	Mercados Públicos
1943		Políticas Relevantes?	37,968	251 ha		• Creación del Departamento de Santa Cruz Decreto Sup. de 1826	
1952		• Revolución Nacional: - Reforma Agraria - Voto universal - Ref. Educativa	60,645	486		Instalacion del primer ingenio azucarero en Bolivia/ Guabira  Conclusion red de oleoductos : - Camiri- CBBA - Camiri SC - SC Arica - Chile	• 1946 : El Mercado Sucre fue construido en el centro de la ciudad , dentro del 1er. anillo.
Ø						Se aprueba el impuesto sobre produccion de Petroleo(regalias del 11%)	
1970			115,185	1,355		Inicio de pavimentacion en la ciudad (1969) Construccion del ferrocarril Brz. Arg. Construccion carretera Cbba./ SC.	
Ø						Llegada de los primeros colonizadores Japoneses y Menonitas)	
1976			254,683	4,800		Auge de la produccion azucarera y de arroz	
1978						* Desarrollo Hidrocarburifero * Creación de CORDECRUZ - Desarrollo de infraestructura en el Departamento.	• 1978: HAM decide la ubicacion de un nuevo mercado municipal en el 3er anillo en el la faja de equipamiento terciario (actual Mercado Abasto).
Ø							
?		Incremento del PIB en aprox. + 4.5 %					
1980		* Baja del precio de los minerales (1981)					• Financiamiento Argentino para la construcción de 2 galpones para el Mercado Abasto.
Ø							
Ø		* Agudización Inflacionaria (11,749%) 82 Inauguración aeropuerto internacional de Viru Viru.( 1984)				• FERIA CRUZ proyecto de una ONG.	
Ø		* Ley General (21493) año 1984					
Ø		• Participación campesina.					
Ø		* Transferencia de los mercados a la "FSUTC" y CORACA.					
Ø		* Reforzar actividades de mercados.					
Ø							
Ø							
1988		• Ley General (21060) año 1985 - Política de libre comercio - Periodo de austeridad - Otros			63,181	HAM : ( LEY ORGANICA DE MUNICIPALIDAD) - Jurisdicción y competencia del Gobierno Municipal. - Construcción, administración y mantenimiento de mercados.	
1989		• Ley General (21660) año 1989 - Fondos especiales destinados a la reactivacion economica. • Estabilización inflacionaria (15 ~ 20 %) 1989	570,335	9,500	66,878		

CUADRO E-5 Aspectos Relevantes en la Ciudad de Santa Cruz entre los años 1943 hacia el 2000

Año	Desp	Aspectos Generales en la República de Bolivia	Población	Área de la Ciudad ha.	Nº de Vehículos	Aspectos Relacionados con el Mercado en Santa Cruz	Mercados Públicos
1990					71,556	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación del CRAMA                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Función consultiva con fines administrativos en el mercado Abasto.</li> </ul> </li> <li>• HAM / OM (21/90)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura básica fue construida con los siguientes fondos :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fondo Social de Emergencia</li> <li>- Cordecruz</li> <li>- Alcaldía</li> <li>- Otros fondos</li> </ul> </li> </ul>
1991			673,000	14,728		<ul style="list-style-type: none"> <li>-Mejora de las actividades de mercado.</li> <li>-Plan Piloto para Vendedores Ambulantes.</li> <li>- Mejora del Mercado Campesino.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayo 1991: Se celebra el acuerdo para la construcción del nuevo mercado.</li> </ul>
1992			697,270	14,728			
1993							
1994						<p>HAM: El plan de desarrollo urbano fue establecido.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Año objetivo o meta de la implementaron actual año 2000.</li> <li>-Actual política de desarrollo urbano basada en al Ley de Participación Popular /1551.</li> <li>- Necesidad de establecer políticas generales de mercado en Santa Cruz.</li> </ul>	<p>Plan Piloto ( Mercado) fue construido en las UV. 38 y UV. 54.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Junio 1994 Muchas medidas se tomaron por grupos individuales ademas de la Alcaldía en el mercado Abasto, tale como : Puentes e iluminación.</li> <li>•Julio 1994 un nuevo edificio es construido en el mercado Abasto, por la cooperativa para ser usado en calidad de usufructo.</li> </ul>
1995							
1996						<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejorar el sistema de mercado</li> <li>- Modificación de la OM 21/90</li> <li>-Terrenos en mercado cedidos como usufructo.</li> </ul>	
1997						<ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisión el proyecto del Mercado Abasto para convertirlo en un autentico mercado mayorista.</li> </ul>	
1998						<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crear en la Intendencia Municipal un departamento de relaciones humanas y defensa al consumidor.</li> </ul>	
1999							
2000							

CUADRO E-6 Condiciones Advertidas Mediante Simple Observación en Relación al Proyecto.

	<b>CONDICIONES EXISTENTES</b>	<b>OBSERVACIONES &amp; PROYECTOS AFINES</b>
Vías	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lado este del tercer anillo se encuentra pavimentado.</li> <li>- El tercer anillo no tiene la capacidad para tráfico pesado.</li> <li>- El cuarto anillo no está conectado a las vías 4 y 9, las que darían el chance de conectar los tráficos del norte y sur.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un segmento del tercer anillo no ha sido pavimentado por HAM.</li> <li>* Es necesario el contar con vías que soporten tráfico pesado.</li> <li>- Existe planificación de HAM, respecto a su construcción en la gestión 1995.</li> <li>* Este será un acceso efectivo y absorbería el tráfico pesado.</li> </ul>
Drenajes Pluviales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El zona oeste cuenta con servicio de alcantarillado.</li> <li>- El zona este cuenta con pozos sépticos y carece de sistema de flujo de aguas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Existe la necesidad de mejorar y cambiar el sistema canales abiertos, por motivos sanitarios en esta área.</li> </ul>
Aguas Servidas	Sistema bajo características que se tornan deficientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Es importante que el mercado mantenga buenas condiciones sanitarias.</li> </ul>
Energía Eléctrica	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Existente</li> <li>- Reciente incremento de iluminación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- CRE proveedor de energía eléctrica y abastece por el momento.</li> </ul>
Telefonía	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Existente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicio de telefonía dado por COTAS</li> </ul>
Comodidades Básicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La mayor parte de los alrededores del Mercado Abasto no están pavimentados.</li> <li>- Al interior del mercado se tiene pavimento o loseta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dada la carencia de pavimento, se forman barriales especialmente en época de lluvia.</li> <li>- En días de viento, todos los artículos son cubierto de tierra.</li> </ul>
Alumbrado Servicios Sanitarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prácticamente es suficiente para un edificio de esas características.</li> <li>- La construcción antigua no abastece.</li> <li>- Abastecimiento de agua es muy deficiente la igual que el sistema de desagüe.</li> <li>- La capacidad de condiciones de los sanitarios nos son adecuados y no suficiente para el número de personas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alumbrado es necesario para hacer la selección en horario nocturno, y otra clase y trabajos necesarios.</li> <li>- Se deberán considerar medidas en lo referente a adecuados servicios sanitarios.</li> <li>- Zonificación deberá ser considerada dada la necesidad de vender diferentes artículos.</li> </ul>
Área de Desperdicios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Existe un área de depósito de basura transitorio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Es necesario incorporar mejoras para el depósito de desperdicios.</li> </ul>
Tráfico	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El tráfico tanto de vehículos como de peatones es muy desordenado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ajustes al interior del mercado son requeridos en términos de lograr actividades seguras para las personas.</li> </ul>
Parqueo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No existe un área específica para vehículos grandes o pequeños. A ello su suma el gran número de vendedores asentados por doquier.</li> <li>- Las calles circundantes son usadas para este efecto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Este parecería ser un problema genérico en los mercados, dado el inadecuado manejo de estos.</li> <li>- Para mejorar este aspecto se deberá establecer lineamientos de manejo y organización que permitan establecer un sistema de parqueo adecuado.</li> </ul>

## CUADRO E-7 Programas de Desarrollo Urbano

Objetivos	Políticas	Programas, Proyectos y/o Acciones						
		Título	Descripción	Estado Presente	Etapas de desarrollo	Programa de activ.	Institución encargada	Fondos
Garantizar el aprovisionamiento de alimentos y condiciones sanitarias.	Política A	Creación de Depat. de Mercados en la O.M.T.	Reglamento de manejo y funcionamiento de Mercados	Identif.	Estudio	1994	G.M.	
		Constr. de módulos distritales	Descongestionamiento de mercados Transferir vendedores ambulantes a mercados distritales	Proyecto	Ejecucion	1994	G.M.	
	Política B	Cambiar mercados tradicionales	Const. Centros Comerciales en Los Pozos y Barrio Lindo	Proyecto	Ejecucion	1994	G.M.	
	Política C	Revisión Proyecto Mercado Abasto	Elab. nuevos proyectos incorporando al sector privado	Identif.	Ajuste	1994	G.M.	
		Mejorar Infraest. de Mercados	Mejorar los sanitarios y servicios complementarios	Identif.	Ajuste	1994	O.T.P.R. G.M.	
	Política D	Fortalecer la Intendencia	Entrenar a oficiales en relaciones publicas	Proyecto	Estudio	1994	G.M.	
	Política E	Proyecto de Mercados Temporales	Reducir precios y apoyar proyectos de mercados temporales (U.N. Feriacruz)	Proyecto	Ejecucion	Permanente	G.M. Feriacruz	
	Política F	Modificación O.M. 21/90	Eliminación Mercados de Barrio	Proyecto	Ejecucion	1994	HAM I consejo	
		Relocalizar área de equipamiento terciario	Plan Maestro de Mercados (distrital y urbana zonif.)	Identificado	Proyecto	1994	O.T.P.R.	
		Mercado Central	Estudio de factibilidad de Mercado Mayorista	Estudio	Ejecucion	1994	G.M.	

Estrategia : Prover de infraestructura relocalizar a los vendedores ambulantes y convertir a los mercados tradicionales en centro comerciales privados.

Leyenda : G. M.: Gobierno Municipal

O.M. : Ordenanza Municipal

Fuente : Plan de Desarrollo Urbano 1994, Santa Cruz de la Sierra

CUADRO E-8 Cantidad de Puestos de Venta

Numero de puestos	Estratificación
5-20	A
21-50	B
51-100	C
101-200	D
201-350	E
351-600	F
601-1000	G
1001 - y mas	H

CUADRO-9 Disposición para la Adquisición

Materiales	Procedencia	Calidad	Disponibilidad local
• Cemento	Nacional	•	•
• Ladrillo	Nacional	•	•
• Losetas	Nacional	•	•
• Piedra	Nacional	•	•
• Losas	Nacional	•	•
• Madera	Nacional	•	•
• Mueblería	Nacional	•	•
• Acero	Imp. Brasil/Argentina	•	X
• Tubería PVC	Nacional	•	X
• Material de Cubierta	Nacional	Δ	Δ
• Pintura	Importada	•	Δ
• Quincallería	Importada	Δ	Δ
• Pilote de acero	Importado	Δ	X
• Pilote de concreto	Nacional	Δ	Δ
• Cables eléctricos	Nacional	•	Δ
• Inst. de medición elect.	Mayormente Importado	•	X
• Maquinaria	Mayormente Importado	•	X

**ANEXO F**

**INSTITUCION Y ORGANIZACION**

## ANEXO F

### INSTITUCION Y ORGANIZACION

1. LEY DE PARTICIPACION POPULAR. LEY NO. 1551. LEY DE 20 DE ABRIL DE 1994..... F-1
2. LEY DE CAPITALIZACION. LEY NO. 1554. LEY DE 21 DE MARZO DE 1994..... F-3
3. MANEJO DE MERCADOS..... F-4
4. FINDESA..... F-6
5. CONTRATODE FINANCIAMIENTO PARA LA CONSTRUCCION DE UN MERCADO CAMPESINO EN ASCENSION DE GUARAYOS. CONTRATO ENTRE FDC (FONDO DE DESARROLLO CAMPESINO) Y CORDECruz..... F-7
6. ORGANIZACION DE TRABAJADORES CAMPESINOS..... F-8



## LISTA DE FIGURAS

	Pagina
FIGURA F-1 Organigrama del Centro de Mercado en la Provincia Florida, Año 2000.....	F-12
FIGURA F-2 Organigrama del Centro de Mercado en la Provincia Caballero, Año 2000.....	F-13
FIGURA F-3 Organigrama del Centro de Mercado en la Provincia Vallegrande, Año 2000.....	F-14
FIGURA F-4 Organigrama del Centro de Mercado en el Area Consumo, Año 2000.....	F-15

**1. LEY DE PARTICIPACION POPULAR. LEY NO. 1551.  
LEY DE 20 DE ABRIL DE 1994**

**Título I  
De la Participación Popular  
Capítulo I  
Del Alcance de la Participación Popular**

**Artículo 1.- (Objetos).** La presente Ley reconoce, promueve y consolida el proceso de Participación Popular articulando a las comunidades indígenas, campesinas y urbanas, en la vida jurídica, política y económica del país. Procura mejorar la calidad de vida de la mujer y el hombre boliviano, con una más justa distribución y mejor administración de los recursos públicos. fortalece los instrumentos políticos y económicos necesario para perfeccionar la democracia representativa, facilitando la participación ciudadana y garantizando la igualdad de oportunidades en los niveles de representación ciudadana y garantizando la igualdad de oportunidades en los niveles de representación a mujeres y hombres.

**Artículo 2.- (Alcance).** Para lograr los objetivos señalados en el artículo 1:

- a) Reconoce personalidad jurídica a las Organizaciones de Base, urbanas y rurales, y las relaciona con los órganos públicos.
- b) Delimita como jurisdicción territorial del Gobierno Municipal, a la Sección de Provincia. Amplía competencias e incrementa recursos en favor de los Gobiernos Municipales, y les transiere la infraestructura física de educación, salud, deportes, caminos vecinales, micro-riego, con la obligación de administrarla, mantenerla y renovarla.
- c) Establece el principio de distribución igualitaria por habitante, de los recursos de participación tributaria asignados y transferidos a los Departamentos a través de los municipios y universidades correspondientes, buscando corregir los desequilibrios históricos existentes entre las áreas urbanas y rurales.
- d) Reordena las atribuciones y competencias de los órganos públicos para que actúen en el marco de los derechos y deberes reconocidos en la presente Ley.

**Título IV  
Capítulo II  
Corporaciones Regionales de Desarrollo**

**Artículo 28.-** Créase las Corporaciones Regionales de Desarrollo en cada uno de los Departamentos de la República, para el ejercicio de los fines establecidos en el presente capítulo.

El Poder Ejecutivo reglamentará su organización y su funcionamiento.

**Artículo 29.- (Fondo Compensatorio Departamental)**

En favor de los departamentos que estén por debajo del promedio nacional de regalías departamentales por habitante, se establece na compensación presupuestaria anual a cargo del Tesoo General de la Nación, por un monto que permita alcanzar este promedio.

**Artículo 30.- (Corporaciones Regionales de Desarrollo)**

- I. Las regalías departamentales, y los recursos de los Fondos Compensatorios por Regalías establecidas en el presente Capítulo, serán administradas por las Corporaciones Regionales de Desarrollo para los siguientes ines:
  - a) La planificación de carácter regional, subregiona y micro-regional en cordinación con los Gobiernos Municipales del Departamento y el Ministerio de Desarrollo sostenible y Medio Ambiente.
  - b) La inversión para la infraestructura ffsica, en el campo social, ambiental, servicios básicos y de articulación vial, concurrente con el Gobierno Nacional y/o con los Gobiernos Municipales en los casos que corresponda.
  - c) El fortalecimiento de la capacidad de gestión y prestación de servicios administrativos en favor de los Gobiernos Munisipales.
- II. Las corporaciones no podrán realizar transferencias de recursos a terceros, excepto para proyectos en materia de cultura, investigación e impacto productivo, que cuenten con financiamiento nacional o internacional.
- III. Las corporaciones utilizarán preferentemente los recursos que administran, como contraparte financiera para la obtención de nuevos recursos destinados al mejor ejercicio de sus atribuciones.
- IV. Las Corporaciones no podrán asignar más de un 15% de sus ingresos para atender sus gastos de funcionamiento.

**Artículo 31.- (directorio de la Corporación).**

- I. El directorio de las Corporaciones de Desarrollo queda conformado de la siguiente manera:
  - a) El Presidente Ejecutivo, designado conforme a la Constitución Política del Estado.
  - b) Tres ciudadanos, elegidos por los Alcaldes de Sección de Provincia del Departamento.

- c) Tres representantes del Poder Ejecutivo propuestos por el Consejo Nacional de Desarrollo Sostenible y designados por Resolución Suprema.
  - d) El Presidente del Comité Civico Departamental.
  - e) El Secretario Ejecutivo de la Federación Departamental de Campesinos.
  - f) El Presidente de la Federación Departamental de Juntas Vecinales
  - g) Concurrirá, al Directorio el Gerente General, con derecho a voz, designado por el Directorio a través de un Concurso de Méritos
- II. Los Directores asumirán responsabilidad personal, solidaria e ilimitada sobre los actos de administración en que intervengan.
- III. Los directores designados no podrán desempeñar actividades financieras, empresariales o comerciales relacionadas con la Corporación, y tendrán la responsabilidad de informar convenientemente a sus mandantes con una frecuencia no mayor de un mes.

**2. LEY DE CAPITALIZACION. LEY NO. 1544. LEY DE 21 DE MARZO DE 1994.**

**Capítulo I**  
**De la constitución de las Sociedades de Economía Mixta**

**Artículo Uno.-** Autorízase al Poder Ejecutivo a aportar los activos y/o derechos de las empresas públicas, para la integración del capital pagado en la constitución de nuevas sociedades de economía mixta.

A los trabajadores bolivianos de cada una de estas empresas públicas, se les propondrá suscribir acciones para la constitución de la respectiva sociedad de economía mixta, hasta el monto de sus beneficios sociales.

**Artículo Dos.-** Autorizanse y apruébanse los acuerdos requeridos para la conversión en sociedades de economía mixta, de acuerdo a disposiciones en vigencia, de Yacimientos Petrolíferos fiscales Bolivianos (YPFB), Empresa Nacional de Electricidad (ENDE), Empresa Nacional de Telecomunicaciones (ENTEL), Empresa Nacional de Ferrocarriles (ENFE), y Empresa Metalúrgica Vinto, que especifiquen como aportes del Estado el valor en libros del patrimonio de dichas empresas.

Las sociedades de economía mixta a que se refiere este artículo constituirán domicilio en la República de Bolivia.

### 3. MANEJO DE MERCADOS

- 1) ACUERDO ENTRE:  
EL MINISTERIO DE TRABAJO del GOBIERNO DE BOLIVIA  
Y  
LA CENTRAL OBRERA BOLIVIANA  
6 DE MAYO DE 1994

La SNAG dentro de la política de producción agropecuaria será la encargada de definir y aplicar las políticas y estrategias de comercialización e industrialización de productos agropecuarios. La SNAG participará acívemente en el desarrollo del programa en lo relativo a la generación de proyectos y posibilidad de inanciamiento de los mismos que serán canalizados a través de las instituciones correspondientes, tomando en consideración directrices básicas sobre la promoción y participación activa de los pequeños productores a través de sus organizaciones matrices. Aprovechamiento del potencial altiplánico, articulación de la producción con procesos de comercialización e industrialización y usar las donaciones como un instrumento de fomento y no como restrictivo en la producción.

Para encarar una acción de Corto Plazo a nivel regional y local, previo inventario de Mercados Campesinos se viabilizará la variedad de sistemas de administración y funcionamiento a cargo de organización de productores (a nivel de federaciones únicas) que garanticen capacidad de gestión.

Los CRAMAS serán los encargados de coordinar y articular el sistema.

En el marco de sus atribuciones, el FDC propiciará la formulación y presentación de proyectos a través de sus normas y procedimientos y financiará a Fondo Perdido mercados campesinos, centros de acopio, asociaciones comunales, micro-industriales, talleres artesanales, cooperativas y grupos productivos, así como la capacitación de recursos humanos. El FDC proporcionará guías de perfiles de proyectos.<sup>4</sup>

- 2) Decreto Supremo No. 21493

**VICTOR PAZ ESTENSORO**  
**PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPUBLICA**

CONSIDERANDO:

Que por decreto supremo No. 20136 de fecha 5 de abril de 1984 se crearon Las Junas Directivas Departamentales de los Mercados Campesinos de forma congestionaria y con participación campesina mayoritaria, integradas por representantes de la Federación Sindical Unica de Trabajadores Campesinos de Bolivia, de la Corporación Agropecuaria Campesina CORACA, del Ministerio de Asuntos Campesinos y Agropecuarios, de la corporación de Desarrollo y de la H. Alcaldía Municipal, otorgando todo el poder de decisión a las dos primeras instituciones mencionadas.

Que mediante decretos supremos 20015 de enero de 1984 y 20427 de 20 de agosto de 1984 se autorizó la entrega de los mercados campesinos y sus instalaciones de los distritos de La Paz, Cochabamba, Oruro, Potosí, Sucre y Tarija a las Federaciones Departamentales Campesinas, sin que aquellas hubieran sido concluidas, hecho que produjo grave distorsión en la ejecución del proyecto, ocasionando perjuicios al sector productor y de la población consumidora.

Que ninguna institución estatal o privada asumió la responsabilidad de continuar con la complementación de obras y la respectiva puesta en marcha de los referidos mercados campesinos, con el peligro de su acelerado deterioro y pérdida total de la inversión realizada a nivel nacional, por lo que se hace necesario implantar un modelo organizativo regional de abastecimiento y mercadeo agropecuario.

## EL CONSEJO DE MINISTROS

DECRETA:

**Artículo 1.-** Se dispone la organización y funcionamiento de los Consejos Regionales de Abastecimiento y Mercadeo Agropecuario, en sustitución de las Juntas Directivas Departamentales de los Mercados Campesinos constituidos por decreto supremo 20136 del 5 de abril de 1984, los mismos que estarán conformados por representantes del más alto nivel del Ministerio de Asuntos Campesinos y Agropecuarios, Corporaciones Regionales de Desarrollo, H. Alcaldías Municipales, Organizaciones Campesinas, Asociaciones de Productores y otras entidades de acuerdo a las características institucionales y necesidades regionales de cada departamento.

**Artículo 2.-** Cada Consejo Regional de Abastecimiento y Mercadeo Agropecuario es responsable de asegurar la conclusión de las obras, que permitan a plazo inmediato el funcionamiento de los mercados campesinos, su manejo, supervisión y control de su administración y operación.

**Artículo 3.-** Las actividades de los Consejos Regionales de Abastecimiento y Mercadeo Agropecuario, se regirán mediante estatutos y normas reglamentarias que se elaborarán para el adecuado funcionamiento y operación del sistema de mercados agropecuarios, rurales y urbanos; para lo cual cada Consejo Regional designará al gerente o director ejecutivo para el manejo técnico y administrativo correspondiente.

**Artículo 4.-** Los Consejos Regionales de Abastecimiento y Mercadeo Agropecuario, estarán vinculados efectivamente mediante un sistema nacional, regional y provincial a la organización y operación de centros rurales de acopio primario de la producción a través de los mecanismos institucionales existentes para el efecto.

**Artículo 5.-** La infraestructura física, equipamiento y otros de los mercados mayoristas, mercados campesinos o de productores, se traspasarán bajo inventario al patrimonio de los Consejos Regionales de Abastecimiento y Mercadeo Agropecuario, con intervención de la Dirección de Bienes del Estado.

**Artículo 6.-** Abrógense los decretos supremos No. 20015 del 31 de enero de 1984, 20136 de 5 de abril de 1984 y 20427 de 10 de agosto de 1984.

Los señores Ministros de Estado en los Despachos de Planeamiento y Coordinación y Asuntos Campesinos y Agropecuarios quedan encargados de la ejecución y cumplimiento del presente decreto supremo.

#### **4. FINDESA**

### **ESTATUTO DE LA FINANCIERA DE DESARROLLO DE SANTA CRUZ S.A.M.**

**Artículo 2.- (Objetivos)** FINDESA S.A.M. tendrá por objeto orientar los recursos que sean necesarios para ejecutar programas y proyectos que interesan al desarrollo regional, con sujeción a los planes y programas globales de orden económico, financiero, industrial y agropecuario que sean aprobados.

Para tales finalidades podrá:

1. Coadyuvar al desarrollo económico y social de la región en forma sostenida para el crecimiento permanente de la producción e incremento de los niveles de empleo, de conformidad a los planes nacionales y regionales de desarrollo.
2. Participar en el financiamiento de inversiones que se efectúen en obras de infraestructura física, económica y social básicas.
3. Desarrollar, fomentar y equipar industrias, empresas artesanales, de servicios, actividades agropecuarias, agro industriales y mineras.
4. Reorganizar, racionalizar y transformar empresas radicadas en la región.

#### **Artículo 3.- (Funciones y Atribuciones)**

Para cumplir con los objetivos mencionados en el artículo anterior, FINDES S.A.M. tendrá las siguientes funciones:

- a) Asistir a la creación, ampliación y modernización de las empresas y actividades productivas de la región.

- b) Promocionar, facilitar y fomentar la participación de capital privado, nacional o extranjero, en el establecimiento de empresas y actividades productivas regionales.
- c) Estimular y ampliar la participación de la inversión pública, privada y mixta de carácter regional.
- d) Dinamizar y ampliar el marco de acción del mercado de capitales en la región y el país.
- e) Ejecutar financiamientos bajo la modalidad de préstamos a mediano y largo plazo.
- f) Ejecutar financiamientos bajo la modalidad de participaciones en el capital social de las empresas productivas a través de la compra de acciones o cualquier otra forma de participación expresamente autorizada por disposiciones legales.
- g) Patrocinar y suscribir la emisión de todo tipo de acciones o valores previa autorización de la Comisión Nacional de Valores.
- h) Otorgar avales o Garantías en contratos de préstamos y gestionar recursos financieros provenientes de refinanciamiento del Banco Central, de otras fuentes internas o externas especializadas en el fomento de desarrollo económico y social de conformidad a la legislación vigente.
- i) Asistir a las empresas productivas en problemas de carácter técnico, financiero o administrativo.
- j) Transerir tecnologías.
- k) Otras funciones expresamente autorizadas por el Banco Central.

**5. CONTRATODE FINANCIAMIENTO PARA LA CONSTRUCCION DE UN MERCADO CAMPESINO EN ASCENSION DE GUARAYOS. CONTRATO ENTRE FDC (FONDO DE DESARROLLO CAMPESINO) Y CORDECruz**

**RESUMEN**

**1. Descripción General del Proyecto**

- El objetivo de este proyecto es el de construir 6 Mercados Campesinos con una extensión construida de 44m<sup>2</sup>.
- Uno de los mercados tendrá una extensión construida de 835.5m<sup>2</sup>.  
La estructura del mercado servirá a los emrcados campesinos.



## 2. Situación Actual

- Los pequeños agricultores tienen que vender sus productos en las calles y parques por la falta de infraestructura.
- Ellos son intermediarios en los lugares donde los productores deberían estar vendiendo sus productos. Al mismo tiempo, este sistema disminuye el flujo de dinero.

## BENEFICIOS SOCIALES Y ECONOMICOS DEL PROYECTO

- Este proveerá la infraestructura adecuada para la venta de los productos agrícolas directamente al consumidor.
- Proveerá mejores condiciones sanitarias en beneficio de la salud de la población.
- Ayudará a evitar intermediarios.
- Los agricultores tendrán más acceso al flujo de dinero lo que mejorará las posibilidades de conseguir mejores precios y calidad para los productos.
- La venta directa de los productos bajará los precios en la canasta familiar.

## 6. ORGANIZACION DE TRABAJADORES CAMPESINOS

### 1) Federación Única de Trabajadores Campesinos de Satma Cruz

#### a) Objetivos

La federación única de Trabajadores campesinos ha sido organizada para asistir a la membresía de la federación como respuesta a sus múltiples necesidades en las diferentes comunidades. Esta federación asegurará condiciones ventajosas para el uso de mercados campesinos por parte de los miembros de la misma.

#### b) Función

- Reivindicación sindical mediante el apoyo en la obtención de títulos de propiedad de tierras adquiridas como consecuencia de la reforma agraria.
- El sindicato dotará de servicios básicos tales como: rehabilitación caminera, educación y mejoras en salud.

- CORACA proveerá de apoyo institucional así como también actuara como brazo económico capacitando y entrenando a los agricultores en aspectos técnicos.

c) Organización

Los trabajadores campesinos cuentan con sindicatos organizados a nivel comunal son supervisados por la Federación Única de Trabajadores Campesinos del departamento de Santa Cruz como se sigue:

insert flow chart

d) Calificación y administración

Para ser miembro del sindicato se deberá tener 16/17 años o ser casada en el caso de las mujeres. Cada miembro deberá aportar mensualmente con la suma de 0.50 centavos de Boliviano. Este dinero cobrado en forma mensual será usado para ser puesto a un fondo para cubrir el salario de EL Dirigente sindical y gastos inherentes a representaciones sindicales en las diferentes reuniones y asambleas. El dinero sobrante será utilizado en mejoras de infraestructura así como en futuras nuevas edificaciones.

2) Coraca

CORACA fue creada a raíz de una resolución suprema del 23 de abril de 1984 aprobada como tal el 1ro. de julio de 1983. El propósito principal de esta organización es mejorar las condiciones de vida de los trabajadores campesinos, dotándoles de servicios básicos promoviendo el mejor uso de los recursos naturales, para el incremento productivo del sector agropecuario y desarrollar mejor sistema de organización de los productores así como incrementar la producción agrícola.

CORACA como tal depende de la CSUTCB (Confederación Sindical Única de Trabajadores de Bolivia).

La organización central de CORACA tiene como domicilio la ciudad de La Paz con sus respectivas sub-centrales en el resto de la República de Bolivia.

a) Objetivos

- Mejorar las condiciones de vida de los Trabajadores Campesinos

- Mejorar el sistema existente de producción
- Mejorar el uso de los recursos naturales
- Dotar de servicios básicos a los trabajadores Campesinos
- Promoción e implementación de programas de desarrollo en áreas de producción por parte del gobierno
- Desarrollo de nuevos y mejores sistemas de organización de producción, para satisfacer demanda domestica de alimentos y generar excedentes para la exportación.
- Formación de adecuados canales de crédito.

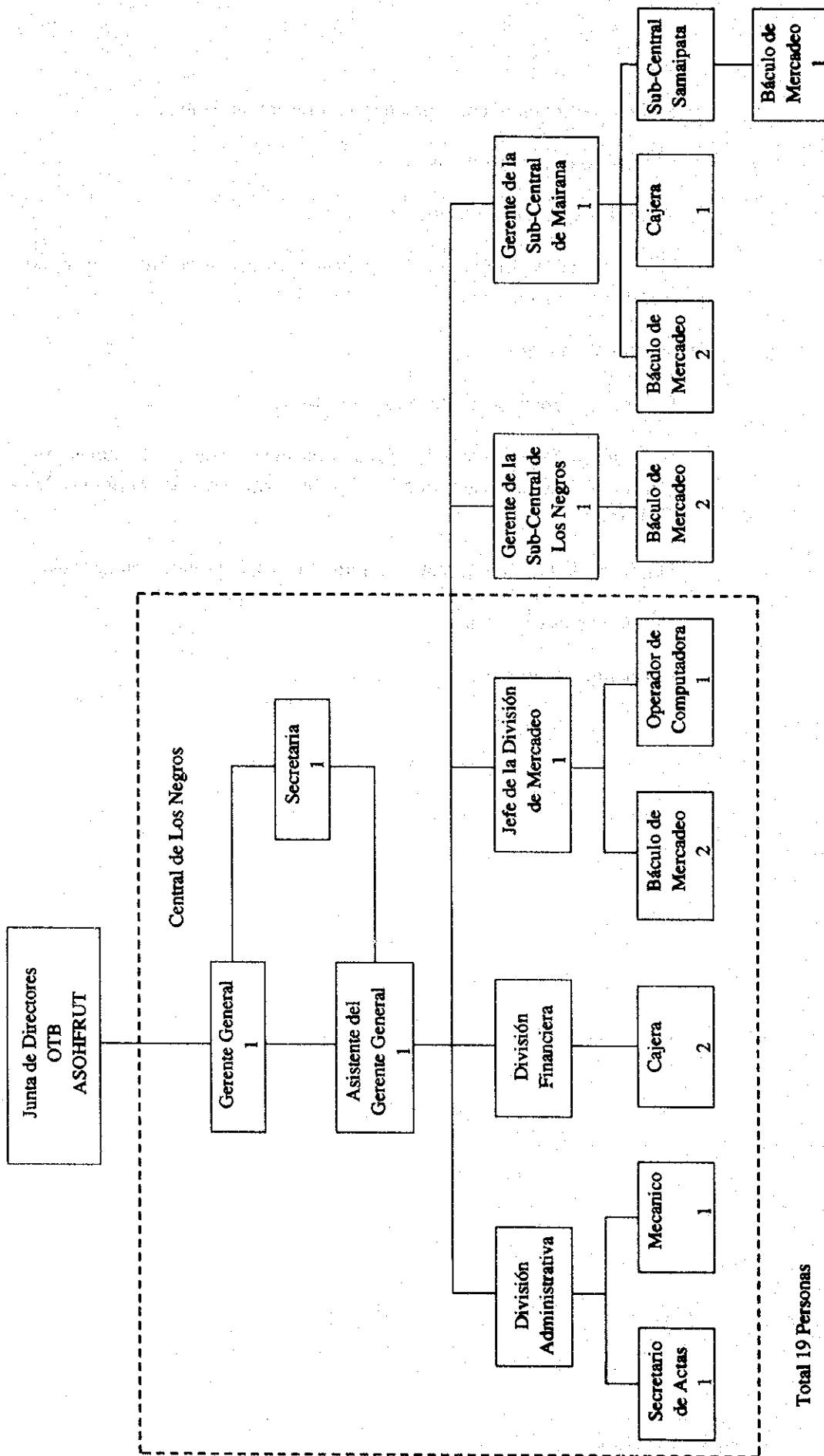
b) Estrategias

- Financiar crédito rural para campesinos organizados bajo condiciones de mejora para el desarrollo agrícola, forestal y agropecuario.
- Dotar de insumos, semillas, herramientas y maquinaria a los mejores precios.
- Asesoramiento y apoyo técnico así como manejo agrícola.
- Acopio, almacenaje, transporte y distribución de los productos con el fin de garantizar precios justos para los productores así como eliminar intermediación e intermediarios.
- Comercialización de productos para lograr mejores ingresos para los agricultores.  
Regulación de precios basados en los costos de producción.
- Importación y exportación de productos así como insumos agrícolas, mediante la eliminación domestica y transnacional de intermediarios así como de las agencias internacionales que controlan los mercados y centros de comercialización.
- Seguro contra desastres naturales y garantizar la producción al agricultor.
- Implementación de encuestas de suelos, uso de tecnología y optima localización para la agricultura.
- Desarrollar nuevas áreas con el fin de preservar la flora y fauna para varios usos.

- Mejorar la tecnología para obtener mejores rendimientos.
- Desarrollo de la agro-industria.
- Refaccionar y construir infraestructura.
- Promocionar y apoyar nuevas colonizaciones y asentamientos con planificada organización.

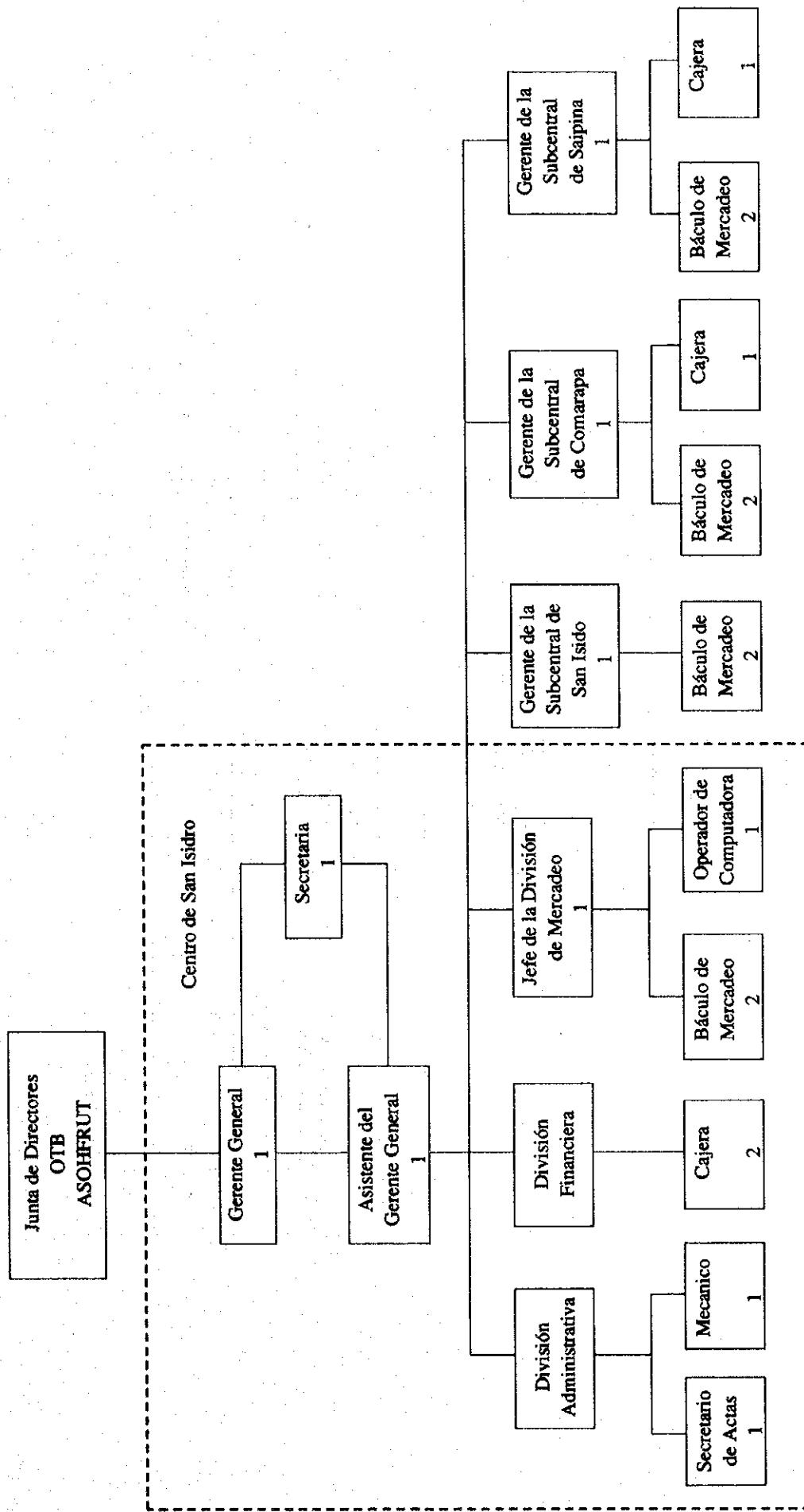
c) **Calificación de miembros**

- Federación Única de Trabajadores de Bolivia.
- Federación Departamental, Federaciones especiales, Provincias, Sub-centrales, Sindicatos agrarios y todas las organizaciones agrícolas de la CSUTCB.
- Unidades de familias asociadas o individuales de producción agrícola.
- Comunicades campesinas.
- Cooperativas agrícolas.



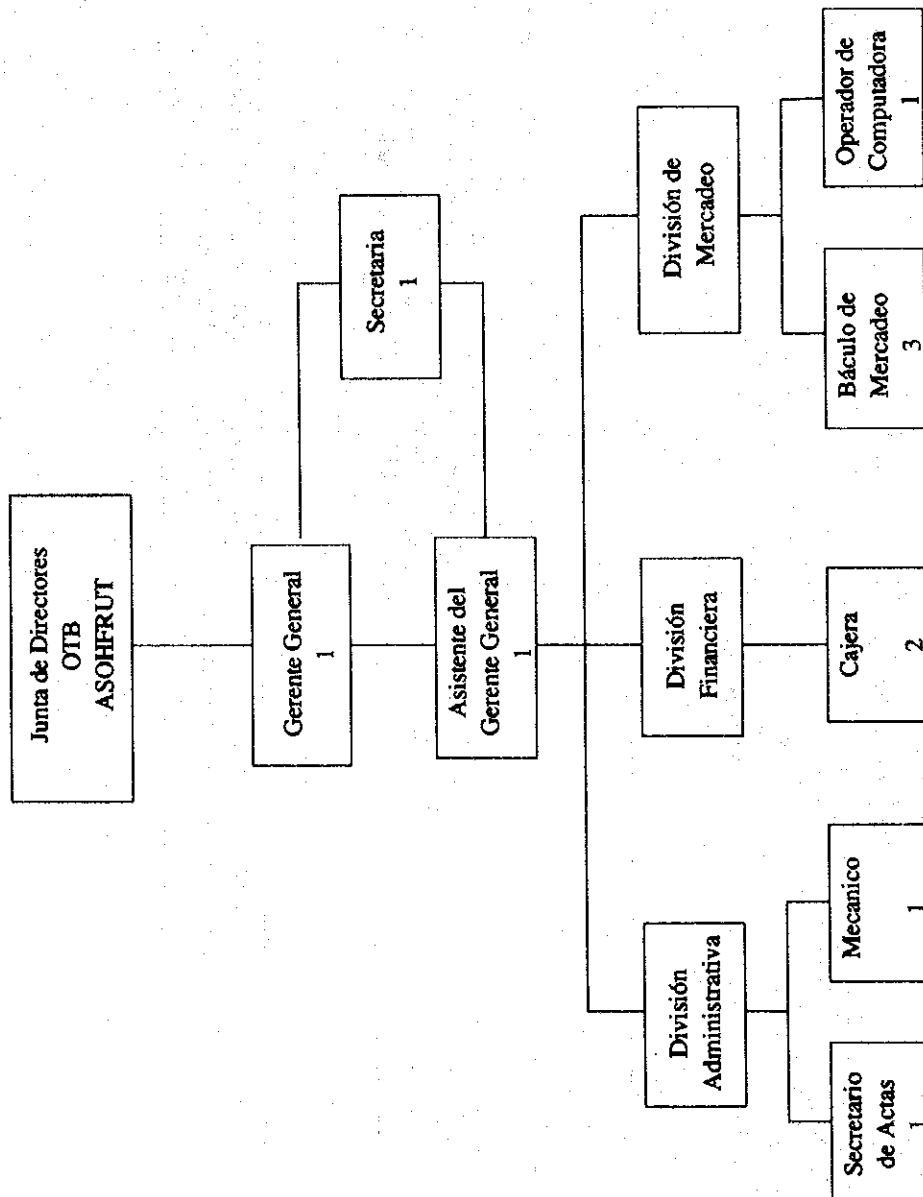
Total 19 Personas

Fig. F-1 Organigrama del Centro de Mercadeo en la Provincia Florida, Año 2000



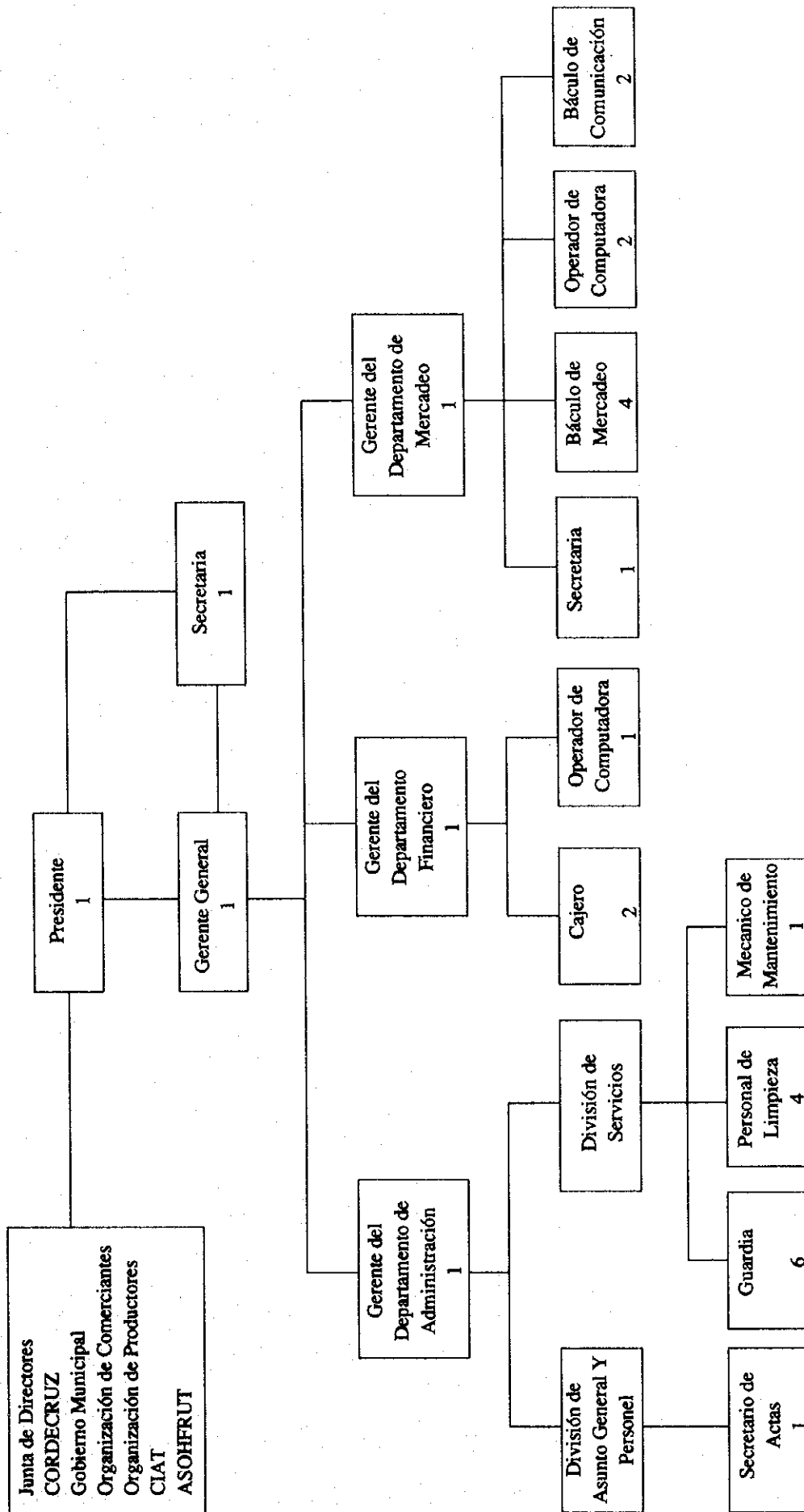
Total 22 Personas

Fig. F-2 Organigrama del Centro de Mercado en el Area de Producción de la Provincia Caballero, Año 2000



Total 11 Personas

Fig. F-3 Organigrama de un Centro de Mercado en la Provincia Vallegrande, Año 2000



Total 30 Personas

Fig. F-4 Organigrama de un Centro de Mercadeo en el Area de Consumo, Año 2000