

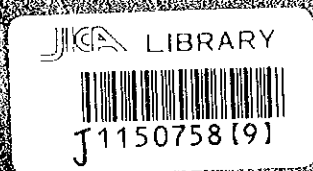
AGENCIA DE COOPERACION INTERNACIONAL DEL JAPON

LA DIRECCION DEPARTAMENTAL DE
DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA PREFECTURA DEL
DEPARTAMENTO DE SANTA CRUZ
GOBIERNO DE LA REPUBLICA DE BOLIVIA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD
PARA EL MEJORAMIENTO DEL SISTEMA DE MERCADERO AGRICOLA
EN
SANTA CRUZ

INFORME PRINCIPAL

JUNIO 1999



SYSTEM SCIENCE CONSULTANTS INC.
NIPPON KOEI CO. LTD.

APA
JR
99-16

AGENCIA DE COOPERACION INTERNACIONAL DEL JAPON

**LA DIRECCION DEPARTAMENTAL DE
DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA PREFECTURA DEL
DEPARTAMENTO DE SANTA CRUZ
GOBIERNO DE LA REPUBLICA DE BOLIVIA**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD
PARA EL MEJORAMIENTO DEL SISTEMA DE MERCADEO AGRICOLA
EN
SANTA CRUZ**

INFORME PRINCIPAL

JUNIO 1999

**SYSTEM SCIENCE CONSULTANTS INC.
NIPPON KOEI CO., LTD.**

CONTENIDO DE INFORME FINAL

INFORME PRINCIPAL

ANEXOS:

- Anexo 1 Producción, Acopio y Distribución de Frutas y Vegetales, y Plan de Desarrollo para los Centros de Acopio y Distribución de Productos
- Anexo 2 Sistema de Mercadeo de Frutas y Vegetales, y Planificación del Mercado Mayorista
- Anexo 3 Construcción Consensual sobre el Perfil de los Proyectos Objetivo
- Anexo 4 Diseño de Instalaciones para Centros de Acopio y Distribución de Productos y Nuevo Mercado Mayorista
- Anexo 5 Estimación y Evaluación del Costo del Proyecto
- Anexo 6 Encuesta Socioeconómica
- Anexo 7 Instituciones y Organizaciones



1150758 [9]

PREFACIO

Respondiendo a la petición del Gobierno de la República de Bolivia, el Gobierno del Japón ha decidido conducir un Estudio de Factibilidad para el Mejoramiento del Sistema de Mercado Agrícola en Santa Cruz el cual ha sido confiado a la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA).

JICA envió a Bolivia un equipo de estudio encabezado por el Señor Tateo Kusano, System Science Consultants Inc. Este equipo estuvo en Bolivia en tres oportunidades entre julio de 1998 y marzo de 1999.

El equipo sostuvo reuniones con los oficiales concernientes del Gobierno de la República de Bolivia y condujo estudios de campo en el área de estudio. Después de que el equipo regresó al Japón, se continuó con los estudios y se preparó el presente informe.

Espero que este informe contribuya a la promoción del proyecto y para realzar las relaciones de amistad entre nuestros dos países.

Deseo expresar mi más profunda apreciación a los oficiales concernientes del Gobierno de la República de Bolivia por la cercana cooperación extendida a equipo.

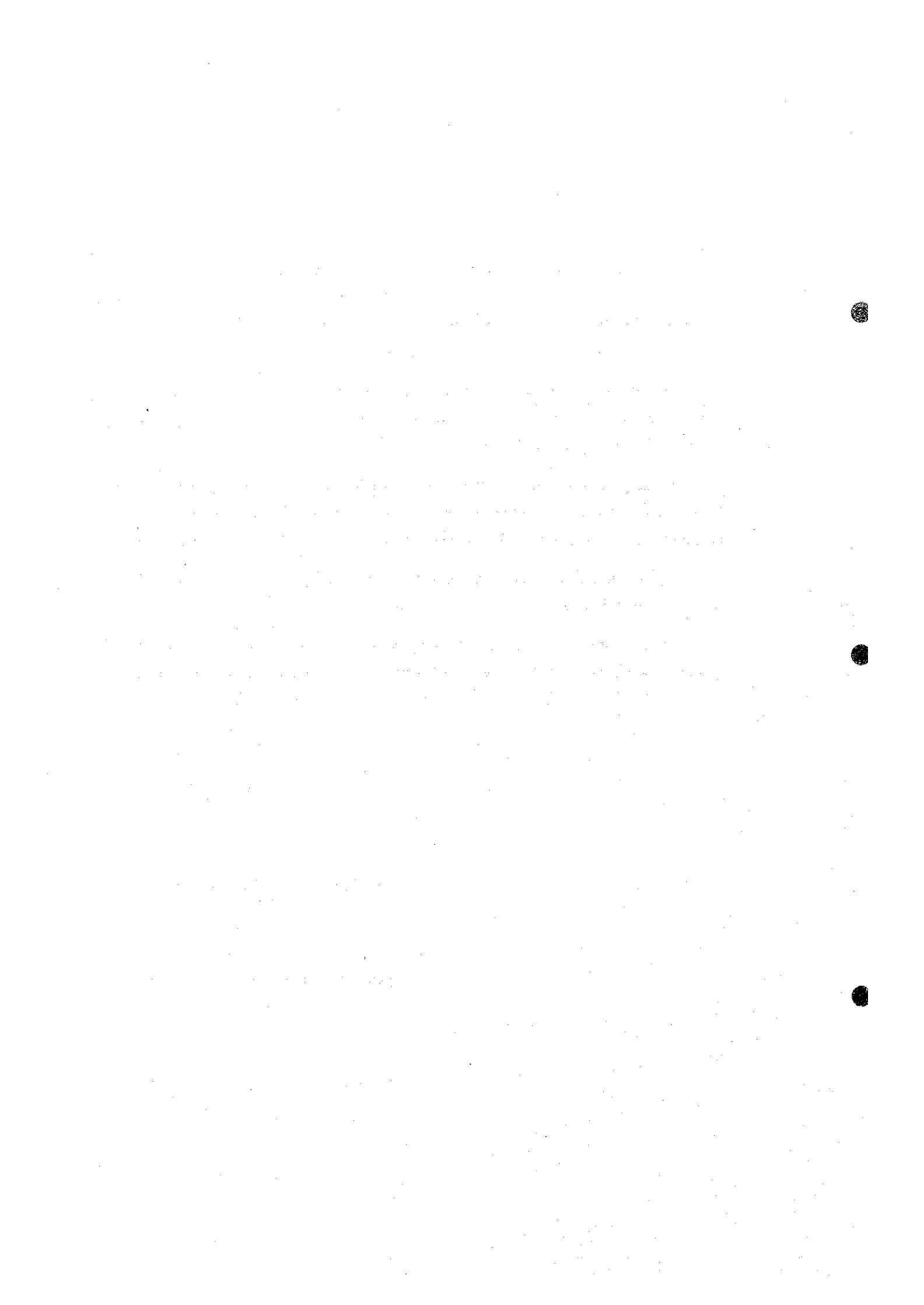
Junio 1999



Kimio Fujita

Presidente

Agencia de Cooperación Internacional del
Japón



Junio 1999

Señor Kimio Fujita
Presidente
Agencia de Cooperación Internacional del Japón
Tokio, Japón

Carta de Remisión

Nos complace entregarles el informe del Estudio de Factibilidad para el Mejoramiento del Sistema de Mercadeo Agrícola en Santa Cruz, Bolivia.

El informe contiene los resultados del trabajo e investigación llevados a cabo por el Equipo de Estudio desde junio de 1998 a mayo de 1999, con el consejo y asistencia de los oficiales y contrapartes Japoneses y Bolivianos.

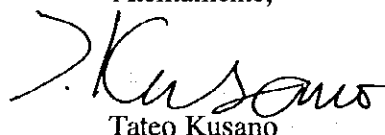
Se investigaron las condiciones actuales, problemas y necesidades de desarrollo del mercadeo de las frutas y vegetales en los lugares de producción y consumo en la Prefectura de Santa Cruz. En base a los hallazgos de dichas investigaciones, el Equipo de Estudio propuso un proyecto de mejoramiento para un sistema en red de mercadeo de frutas y vegetales ampliado, que vincule estrechamente las áreas de producción con el área de consumo.

El proyecto incluye Centros de Acopio y Distribución en las áreas de producción, un Nuevo Mercado Mayorista y el mejoramiento del Mercado Abasto existente en el área de consumo. Los componentes del proyecto no solo comprenden instalaciones y equipos sino también leyes/regulaciones, sistemas de organización, operación y manejo, capacitación y asistencia tecnológica, un sistema y plan de implementación del proyecto, un plan para la obtención monetaria y consideraciones de preservación del medio ambiente. Se condujo una evaluación de factibilidad para confirmar la viabilidad del proyecto.

Se espera que el proyecto contribuya con el mejoramiento del mercadeo de frutas y vegetales en la Prefectura de Santa Cruz, siendo los beneficiarios los productores, mayoristas, comerciantes de pequeña escala (principalmente mujeres), transportistas y los consumidores comunes dentro y fuera de la Prefectura de Santa Cruz.

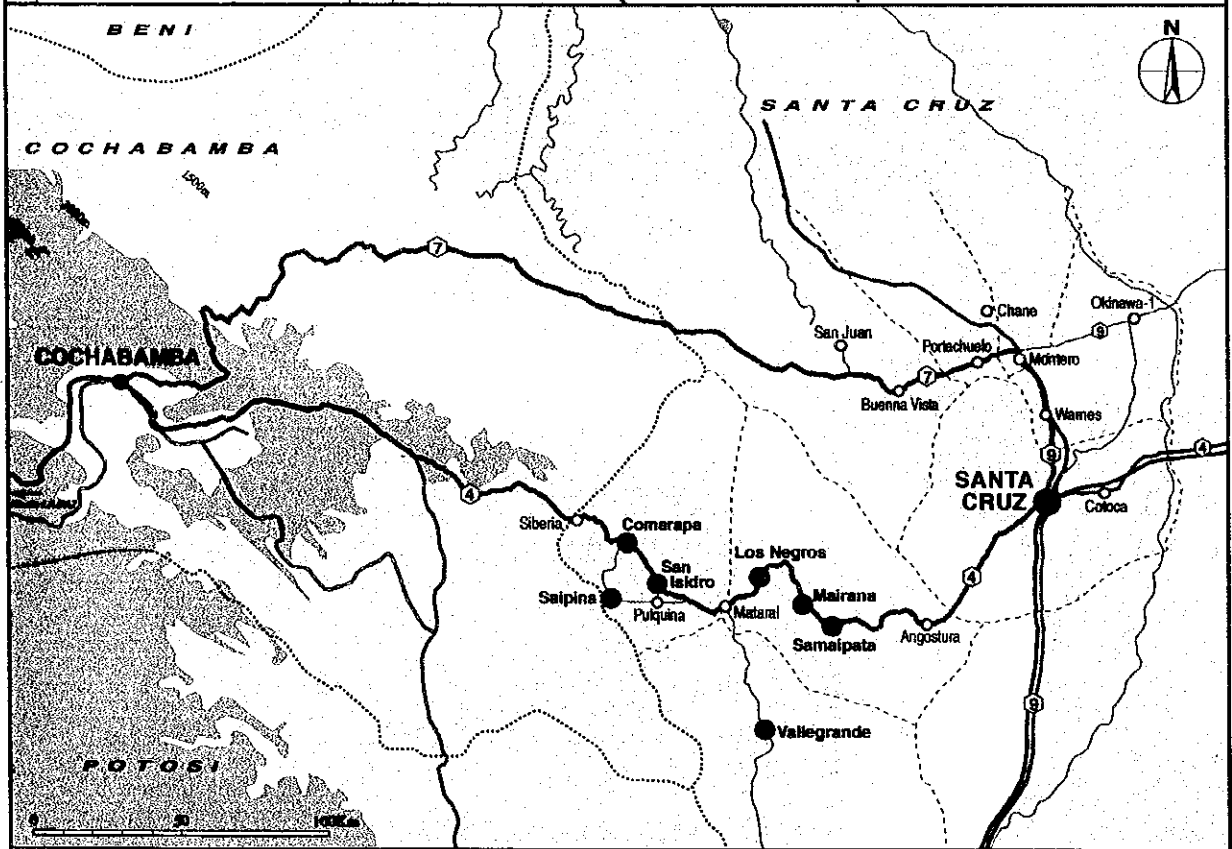
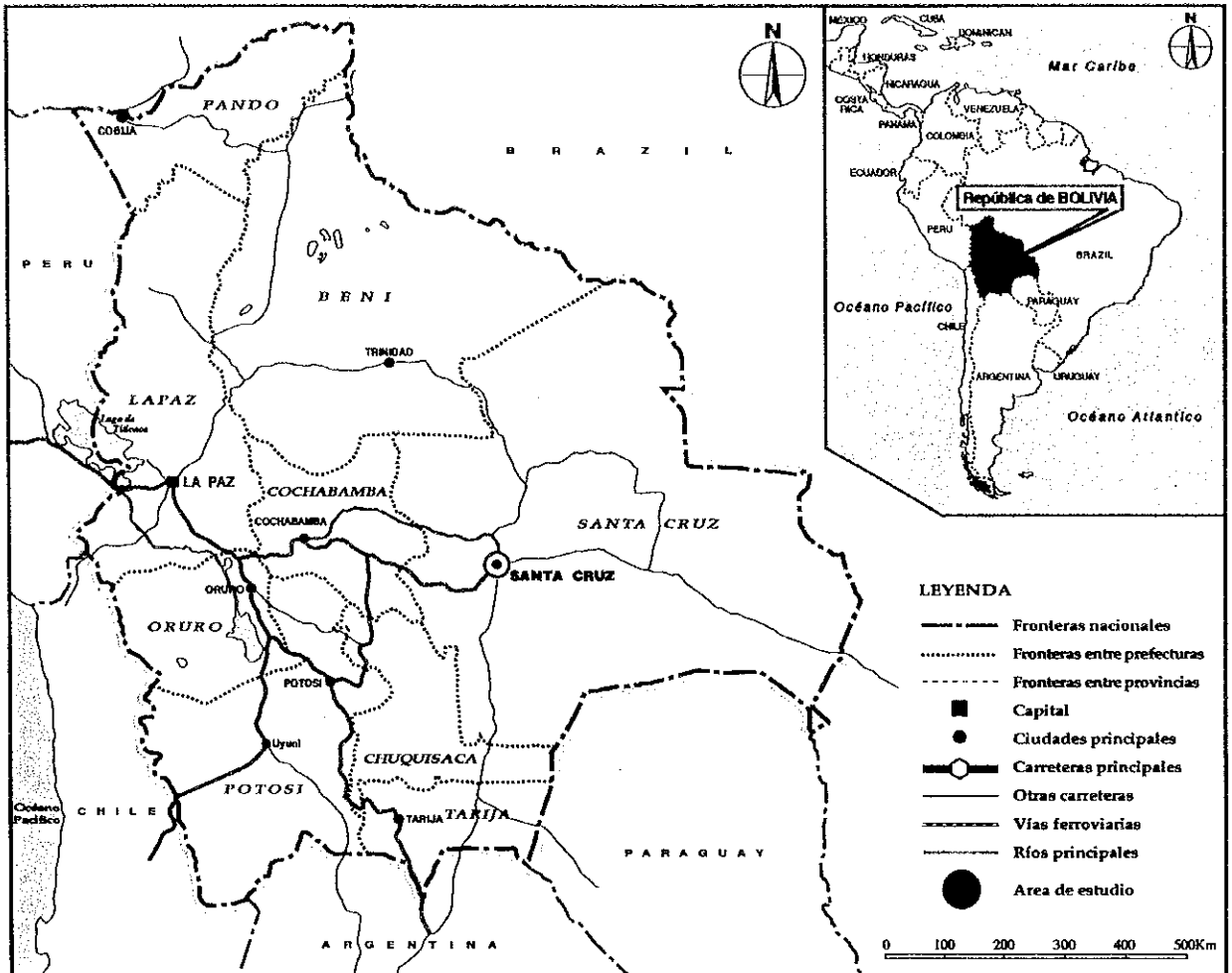
Deseamos expresar nuestra más profunda apreciación y gratitud hacia el personal involucrado de nuestra Agencia en las oficinas de La Paz y Santa Cruz, a la Embajada del Japón en La Paz, al Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto y al Ministerio de Agricultura, Bosques y Pesca. También deseamos expresar nuestros sinceros agradecimientos a los oficiales concernientes del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, a los del Vice-Ministerio de Inversión Pública y Financiamiento Externo, a la Dirección de Desarrollo Sostenible de la Prefectura del Departamento de Santa Cruz y a los gobiernos municipales de la Ciudad de Santa Cruz y de las áreas de los Valles de la Prefectura de Santa Cruz, por la cercana cooperación y asistencia extendidas al equipo durante el estudio.

Atentamente,

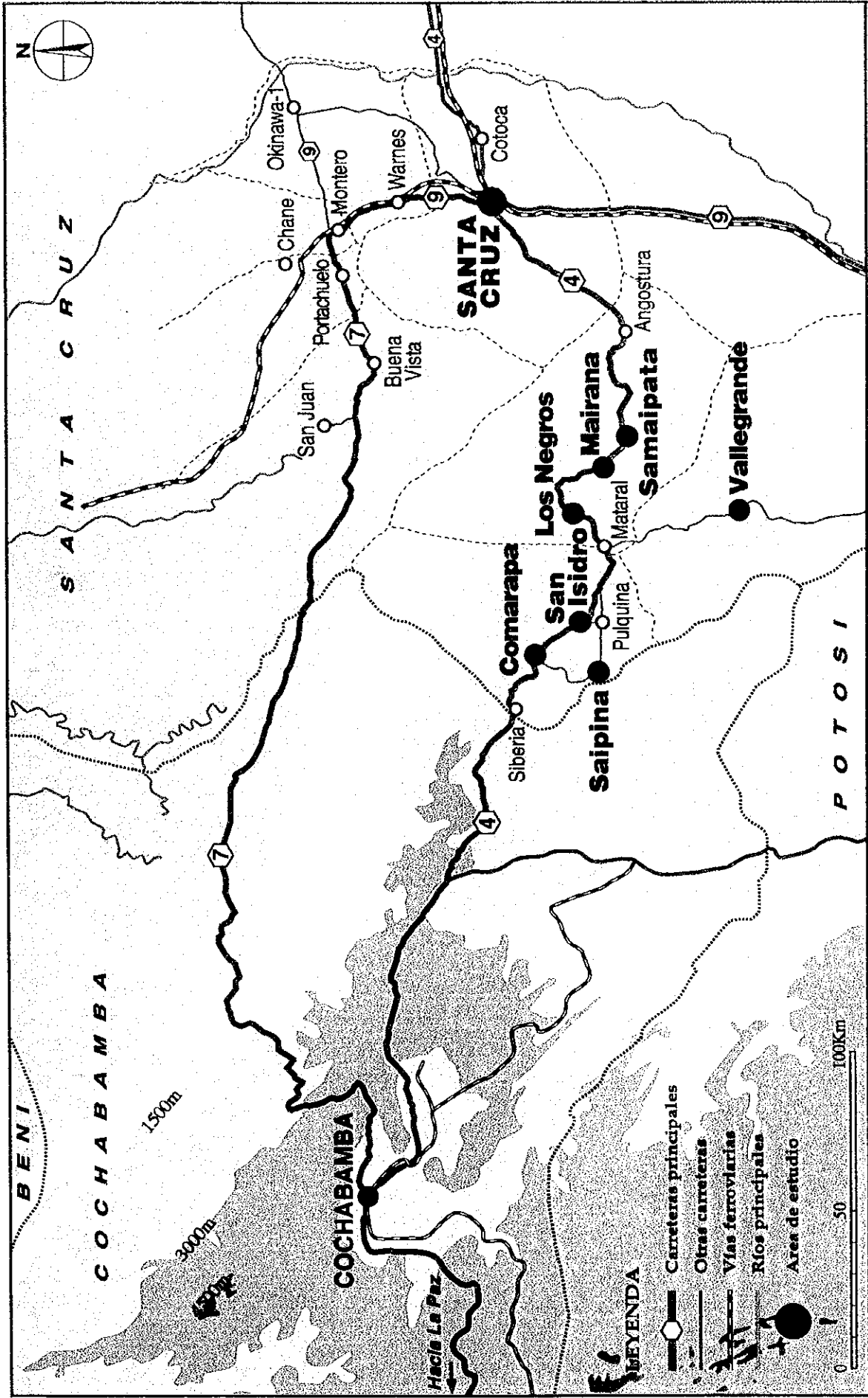


Tateo Kusano

Líder del Equipo para el Estudio de
Factibilidad para el Mejoramiento del Sistema
de Mercadeo Agrícola en Santa Cruz

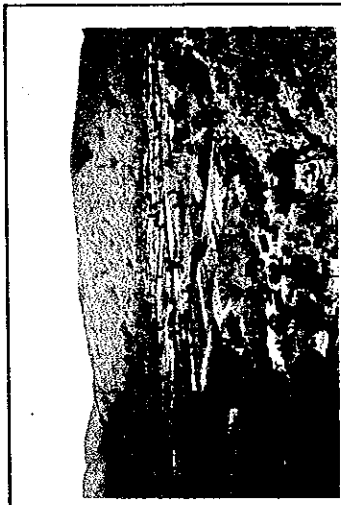


MAPA DEL AREA DE ESTUDIO



MAPA DETALLADO DEL AREA DE ESTUDIO

«EL AREA PRINCIPAL DE PRODUCCIÓN DE HORTALIZAS Y FRUTAS EN LA PREFECTURA DE SANTA CRUZ [AREA DE VALLES]»



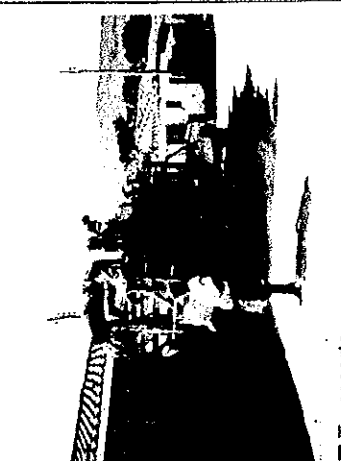
■ Area de producción principal en el área de valle (Los Negros)



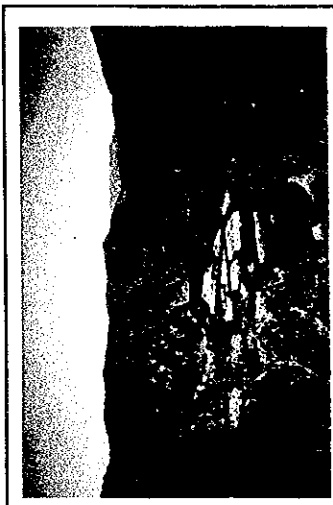
■ Camino principal en el área de producción



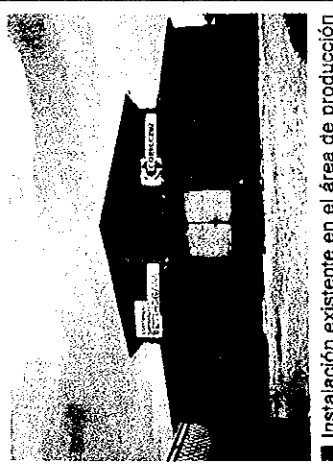
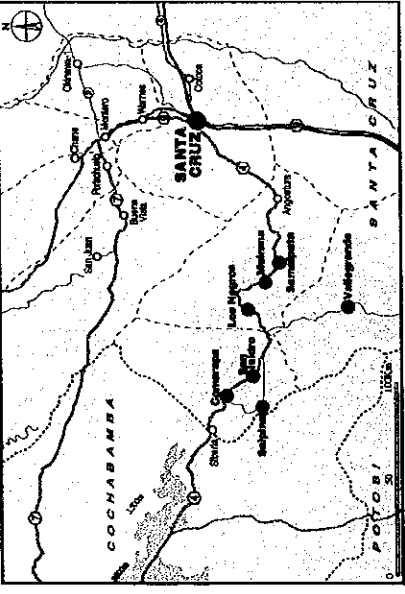
■ Transporte



■ Transporte



■ Area de producción principal en el área del valle (Comarapa)



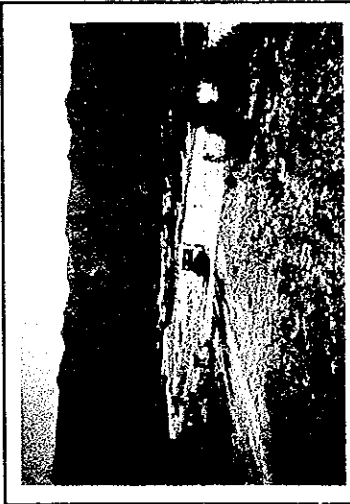
■ Instalación existente en el área de producción (San Isidro)



■ Cosecha de patata



■ Cosecha y clasificación de tomate



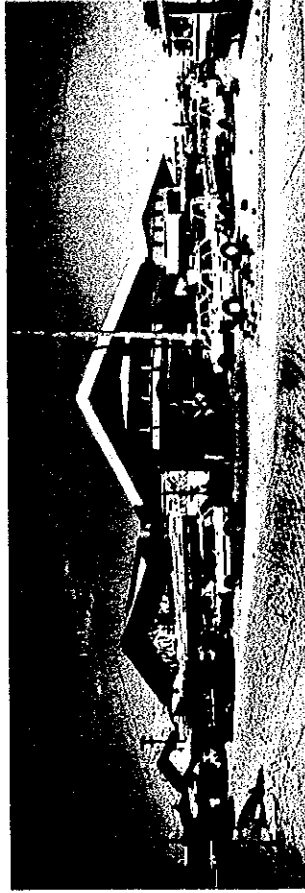
■ Camino de acceso sin pavimentar en granjas



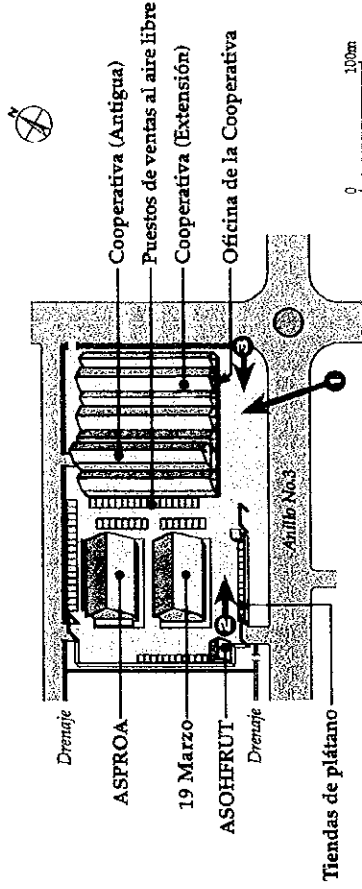
■ Interior

«ÁREA DE CONSUMO · CIUDAD DE SANTA CRUZ [MERCADO ABASTO - 1]»

MERCADO ABASTO EN 1998



1 ■ El edificio a la derecha fue extendido por la Cooperativa.



Plano de Ubicación de Mercado Abasto en 1998

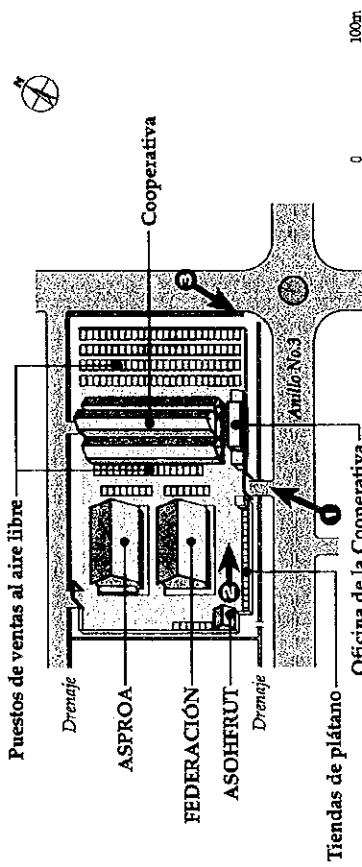


2 ■ El camino después de la rehabilitación. 3 ■ El drenaje después de la rehabilitación.

MERCADO ABASTO EN LA ETAPA DE ESTUDIO DEL PLAN MAESTRO EN 1994



1 ■ Situación de la entrada principal. El edificio a la derecha fue construido por la cooperativa.



Plano de Ubicación del Mercado Abasto en 1994



2 ■ La condición fangosa del camino sin pavimentar después de una lluvia. 3 ■ Drenaje alrededor del mercado.

«ÁREA DE CONSUMO · CIUDAD DE SANTA CRUZ [MERCADO ABASTO - 2]»



1 ■ Edificio administrado por ASPROA



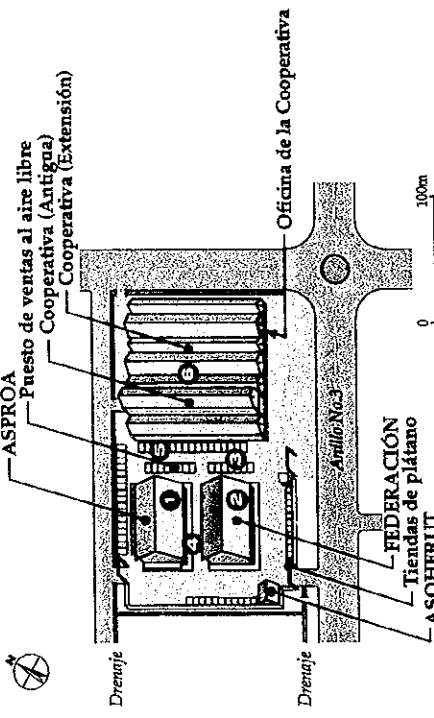
4 ■ Las cebollas vendidas desde el camión



6 ■ El edificio construido por la Cooperativa Multiactiva 2 de Junio



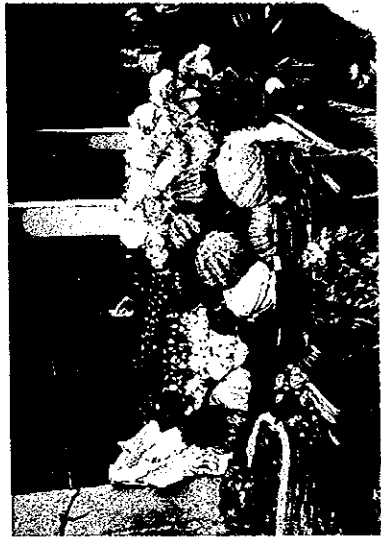
2 ■ Edificio administrado por FEDERACION UNICA



El Plano de Ubicación del Mercado Abasto en 1998



3 ■ Puestos de venta al aire libre



5 ■ Puestos de venta de hortalizas



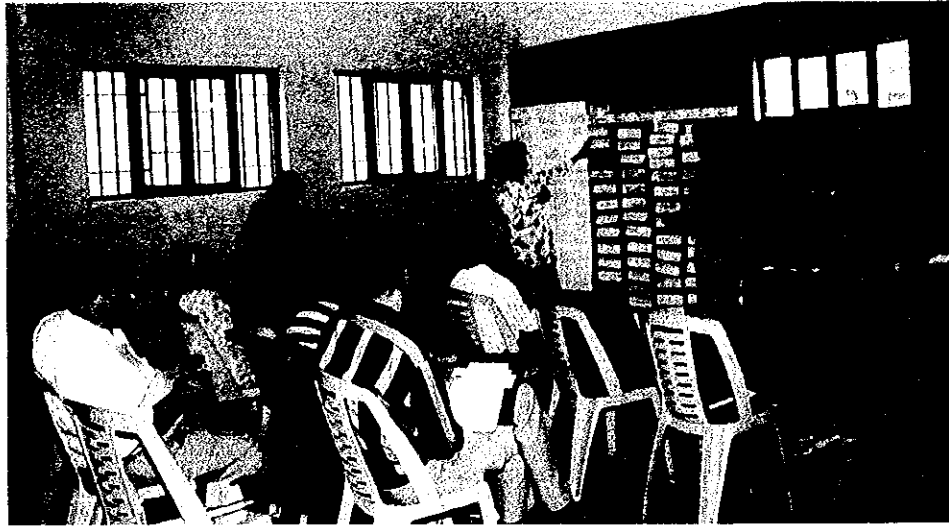
5 ■ La escena de congestión



6 ■ Existen también tiendas de abarrotes

《ESTABLECIMIENTO DEL CONSENSO》

(1) Talleres



En Comarapa



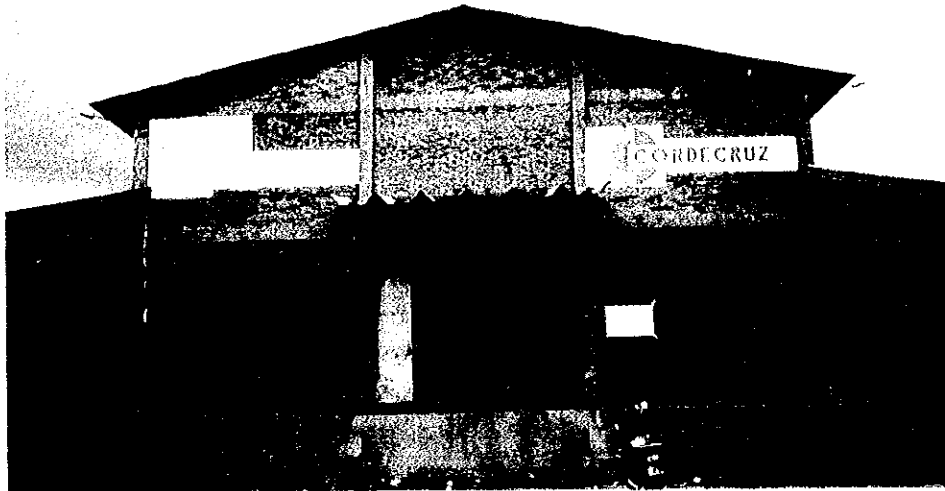
Mayoristas en Santa Cruz



Minoristas en Santa Cruz

《ESTABLECIMIENTO DEL CONSENSO》

(2) Demostración de Acopio Colectivo y Envío



PETHOSAM



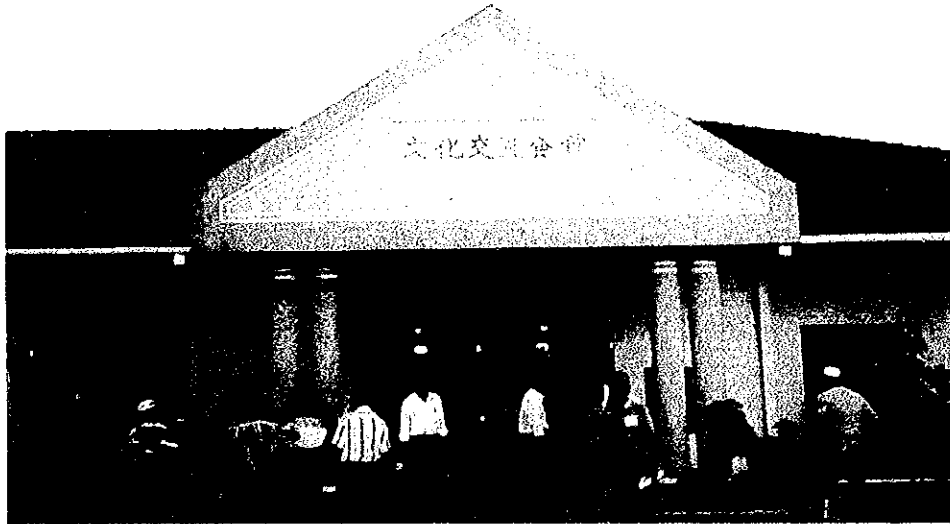
Selección



Mercado Abasto

《ESTABLECIMIENTO DEL CONSENSO》

(3) Tour de Estudio



CAISY



Conferencia



Observación

RESUMEN

1 Introducción

1.1 Antecedentes del Estudio

El gobierno de Bolivia ha realizado reformas al sistema de mercadeo de frutas y vegetales como un tema prioritario entre las reformas estructurales radicales de los sectores agrícolas, con el objeto de brindar asistencia a los productores de pequeña escala y a las mujeres rurales minoristas.

"El Plan Maestro para el Mejoramiento del Sistema de Mercadeo Agrícola en Santa Cruz" (P/M, fue completado en el año 1995) se enfocó en la implementación de reformas y mejoras al sistema de mercadeo de frutas y vegetales en el Departamento de Santa Cruz, el área agrícola más grande de Bolivia y fue formulado con la cooperación del gobierno Japonés.

En abril de 1996, el gobierno Boliviano solicitó la cooperación técnica del gobierno Japonés basado en una propuesta que derivó de este proyecto y de un Estudio de Factibilidad en el establecimiento de instalaciones, instituciones y organizaciones para el mejoramiento del sistema de mercadeo agrícola. Basado en esta petición, el gobierno Japonés despachó un equipo para el estudio preliminar en noviembre de 1997. El S/W se firmó entre los dos países el 4 de diciembre de 1997. El estudio a gran escala realizado por el Equipo de Estudio comenzó en junio de 1998.

1.2 Objetivo

Se formulará un plan factible y apropiado para el mejoramiento del sistema de mercadeo de frutas y vegetales que apuntará al Departamento de Santa Cruz. También se implementará la transferencia tecnológica a la contraparte Boliviana en los procedimientos/aproximaciones de la planificación del proyecto.

1.3 Perfil del Estudio

El Estudio clarifica la posibilidad de mejorar el sistema de mercadeo de frutas y vegetales, a través de la investigación de temas que apremian del sistema tradicional de mercadeo de frutas y vegetales, y de sus cambios desde la etapa del Plan Maestro (1994) al presente (1998). Adicionalmente, se dio forma a un perfil del Proyecto para resolver estos problemas en cuestión. El Equipo de Estudio obtuvo el consenso del personal relevante de la Prefectura y de las municipalidades, organizaciones de apoyo como también de los representantes de los usuarios a través de una serie de discusiones y de Tours de Estudio/ demostraciones para la transferencia tecnológica. Los resultados se reflejan en la revisión del perfil del Proyecto. Basado en este perfil, se examinó la factibilidad del Proyecto propuesto. Subsecuentemente se hicieron recomendaciones sobre las medidas a ser adoptadas por la parte Boliviana.

1.4 Procedimiento del Estudio

El Estudio fue implementado en dos fases. En la Fase I (junio a octubre de 1998), se analizaron las condiciones existentes pertenecientes a la producción, mercadeo, consumo y exportaciones de frutas y vegetales en los conceptos básicos como también el perfil del proyecto de mejoramiento. En la Fase II (octubre de 1998 a mayo de 1999), fueron

formulados planes para el mejoramiento del acopio y distribución de frutas y vegetales, el diseño del mercado mayorista, propuestas para fortalecer la estructura organizacional, junto con los planes de implementación y evaluación. Se preparó el Borrador del Informe Final (DF/R) que incluye los resultados de la Fase I y II del Estudio, el cual fue explicado y discutido en Bolivia. En base a los comentarios recibidos de la parte Boliviana, el Equipo de Estudio revisó el DF/R para finalizar el Informe Final. El JICA entregó este informe final a la parte Boliviana en junio de 1999.

2 Correlación con Esquemas Superiores

La política nacional de agricultura del gobierno Boliviano está en sus etapas finales de preparación. Seguido de la promulgación de la Ley de Descentralización de 1995, la Prefectura del Departamento de Santa Cruz y cada municipalidad (Ciudad de Santa Cruz y otras municipalidades) empezaron a trabajar en medidas regionales y de planificación urbana que se encuentran actualmente en su etapa final. El Proyecto para el Mejoramiento del Sistema de Mercadeo Agrícola propuesto en este Estudio será incluido en estos planes prioritarios.

3 Condiciones en el Mercadeo de Frutas y Vegetales

3.1 Condiciones de Mercadeo en el Lugar de Producción

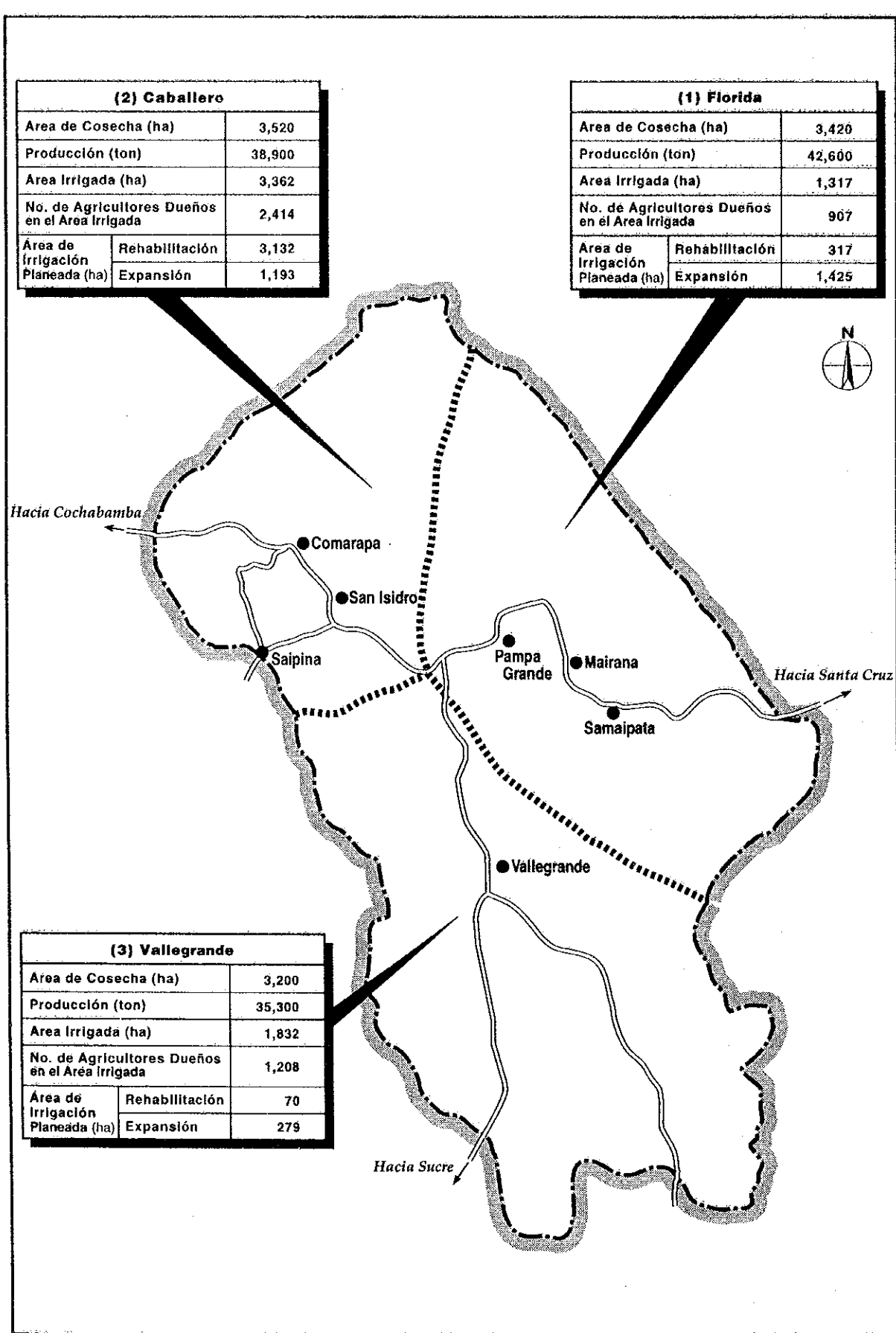
Las áreas de producción de frutas y vegetales del Departamento de Santa Cruz se dividen básicamente en Área de los Valles y Tierras Bajas/LLanos. En el año 1998, el área de los valles compuesta de las Provincias Florida, Caballero y Vallegrande produjo un poco menos de 120,000t de frutas y vegetales. El total de áreas cultivadas alcanza las 10,000ha, de las cuales más de 6,500ha están bajo riego. El número de viviendas agrícolas que poseen tierras regadas son más de 4,500 (la porción por provincia se muestra en la Fig. R-1). No se ha creado un sistema cooperativo de acopio y distribución de productos por parte de los agricultores en las áreas de cultivo.

En el pasado, hubo intentos de establecer cooperativas pero el resultado no tuvo éxito debido a la falta de conocimiento organizacional respecto a sistemas cooperativos de distribución y por el bajo nivel de confianza de los agricultores hacia las organizaciones en general. Adicionalmente, existe la falta de un sistema planificado de producción, de una oferta de producto estable y métodos que garanticen la calidad del producto y que se mantenga con las tendencias y demandas del mercado. Con el fin de resolver estos puntos, se vuelve esencial el acceso mejorado a la capacitación substantiva y a la información de mercado (transporte y telecomunicaciones de información). La asociación de Bolivia con el MERCOSUR ha sido anticipada en un futuro próximo, por ende, se necesita con urgencia de la transferencia tecnológica a los agricultores en áreas como la producción, mercadeo y distribución cooperativa como medidas de fortalecimiento de la competitividad internacional de mercado.

3.2 Condiciones de Mercadeo en el Lugar de Consumo

La Ciudad de Santa Cruz cuya población llegará al millón en un futuro cercano, está igualando su volumen de consumo con el crecimiento poblacional. La demanda estructural de productos se ha diversificado como se demostró en los patrones de compra del consumidor y está surgiendo una creciente inclinación hacia productos de mejor

calidad como lo demuestra el incremento de nuevos supermercados. Adicionalmente, los orígenes de los productos han crecido y alcanzan amplias áreas incluyendo el abastecimiento desde países vecinos (refiérase a la Fig. R-2) La tendencia a la internacionalización y crecimiento de las funciones de los mercados mayoristas ha sido obvia y rápida. Sin embargo, los requerimientos de las instalaciones existentes del mercado mayorista y de sus operaciones se han encontrado con muchos problemas debido a la inhabilidad de encarar estas demandas diversificadas y ampliadas. La transferencia de la función mayorista del Mercado Abasto es un tema imprescindible, así como también establecer leyes/ regulaciones y organizaciones para el mercado mayorista, implementar la transferencia tecnológica relevante al personal del gobierno local respecto al manejo del mercado mayorista y calificar a los mayoristas (usuarios del mercado mayorista) respecto al manejo/ uso de las instalaciones. Se necesita transformar al actual Mercado Abasto, en un mercado minorista efectivo. Se espera que los minoristas y productores de pequeña escala que realizan ventas directas, en su mayoría usuarias femeninas del Mercado Abasto, se beneficien considerablemente del mejoramiento en la eficiencia del uso del Mercado a través de la reducción de la congestión y al simplificarse las funciones de mercadeo.

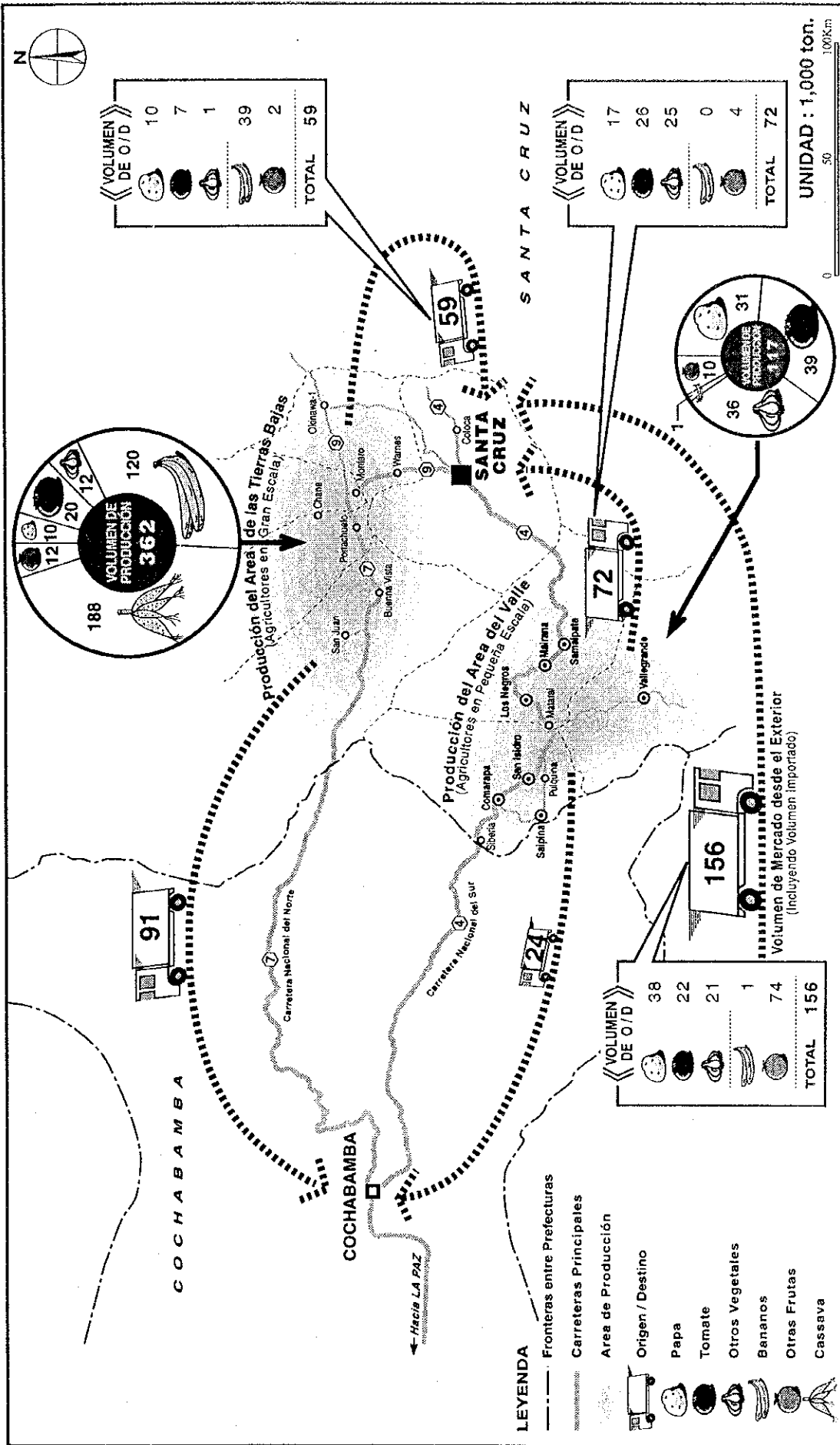


(2) Caballero		
Área de Cosecha (ha)		3,520
Producción (ton)		38,900
Área Irrigada (ha)		3,362
No. de Agricultores Dueños en el Área Irrigada		2,414
Área de Irrigación Planeada (ha)	Rehabilitación	3,132
	Expansión	1,193

(1) Florida		
Área de Cosecha (ha)		3,420
Producción (ton)		42,600
Área Irrigada (ha)		1,317
No. de Agricultores Dueños en el Área Irrigada		907
Área de Irrigación Planeada (ha)	Rehabilitación	317
	Expansión	1,425

(3) Vallegrande		
Área de Cosecha (ha)		3,200
Producción (ton)		35,300
Área Irrigada (ha)		1,832
No. de Agricultores Dueños en el Área Irrigada		1,208
Área de Irrigación Planeada (ha)	Rehabilitación	70
	Expansión	279

Figura R-1 Área Cultivada, Volumen de Producción, Área de Riego, Número de Agricultores Propietarios en Áreas Regadas y Área Planeada de Riego de Frutas y Vegetales en el Área de los Valles del Departamento de Santa Cruz (1998)



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL MEJORAMIENTO DEL SISTEMA DE MERCADERO AGRICOLA EN SANTA CRUZ REPUBLICA DE BOLIVIA AGENCIA DE COOPERACION INTERNACIONAL DEL JAPON (JICA)

Figura R-2 Origen/ Destino (O/D) y Volumen de Mercado de Frutas y Vegetales para el Departamento de Santa Cruz en el Año 1998

4 Temas en el Mercadeo de Frutas y Vegetales

4.1 Temas de las Areas de Producción

- (1) Sistema de asesoramiento inadecuado para las áreas de producción en los Valles

En el área de los valles, se ha formado un sistema de producción y de mercadeo de frutas y vegetales tradicional basado en el individualismo de los agricultores a través de sus esfuerzos de auto ayuda. Un inadecuado sistema de asesoramiento gubernamental en la tecnología de producción y mercadeo, ha atrasado el desarrollo del sistema de acopio y distribución cooperativo y la producción planificada de frutas y vegetales. Esto ha alejado la seriedad que repercute la racionalización y modernización de un sistema de mercadeo de frutas y vegetales.

- (2) Mejoras atrasadas al sistema de mercadeo en las tierras bajas

Las tierras bajas/llanos son el centro de las operaciones de gran escala de productos cultivados para la exportación. La producción para el mercado domestico se cultiva por agricultores auto suficientes o como una actividad económica suplementaria. Subsecuentemente, ha quedado sin desarrollarse un sistema de mercadeo para los productos. Respondiendo a la competencia internacional de los países miembros del MERCOSUR en recientes años los agricultores de gran escala de las tierras bajas han empezado a mejorar su productividad lo que a derivado en una disminución de sus costos de producción, racionalización de la distribución y operaciones de mercadeo. Además han implementado reformas a través de todo el proceso de producción de productos agrícolas que incluye la producción para el consumo. Tanto las cooperativas de los agricultores Japoneses como otras cooperativas, han adoptado el tema de la racionalización de las funciones mayoristas para mejorar el sistema de mercadeo agrícola, con el fin de colocar producciones de gran volumen que incluyan frutas cítricas.

- (3) Falta de un Sistema de Control de Calidad

Los agricultores están usando un gran numero de pesticidas para el control de enfermedades y pestes lo que se ha convertido en un tema delicado en términos de salud e higiene medio ambiental, tanto para los agricultores como para los consumidores. Cada agricultor cultiva su producto en su parcela y usa los métodos tradicionales de cosecha, selección y empaque basándose en su propia experiencia lo que en consecuencia hace que los esfuerzos para encarar el mejoramiento en la calidad de los productos se encuentren con numerosos obstáculos. Debido a que no existe un sistema de control de calidad/ inspección por parte del gobierno, no es posible garantizar que los productos alcancen los estándares internacionales que requiere el MERCOSUR y los países vecinos. Adicionalmente, existe un gran volumen de ingreso de productos a bajos precios provenientes de países vecinos debido a los altos precios inducidos por la baja productividad y la falta de un sistema de inspección y control de calidad para los productos importados (incluyendo un sistema de inspección

sistema de inspección fitosanitario), lo cual afecta las actividades de producción de los agricultores de pequeña escala.

(4) Falta de un Sistema de Información

Los agricultores no poseen acceso a información consistente respecto a los volúmenes de productos que ingresan al mercado mayorista, precios al por mayor y condiciones de cada lugar de producción, lo que ha derivado en que los precios se eleven en gran medida emergiendo de la baja producción y de los costos de deshacerse de la sobre producción además de disipar recursos escasos. Esto también es uno de los principales factores que subrayan el bajo ingreso de los agricultores y los costos aumentados que deben pagar los consumidores.

4.2 Temas de los Lugares de Consumo

(1) Ausencia de un mercado mayorista que maneje el volumen comercializado de frutas y vegetales

Revisando la oferta y demanda, y los volúmenes entrantes de productos, existe la tendencia que a se expanda el porcentaje del volumen importado de los países vecinos y el volumen entrante desde fuera del Departamento. Mas aún, se espera que esta tendencia aumente rápidamente siguiendo la participación de Bolivia en el MERCOSUR. (refiérase a la Tabla R-1)

Tabla R-1 Variación Estacional del Flujo del Volumen de Productos al Abasto (1998)

Producto	Fase I del Estudio agosto 1998					Fase II del Estudio noviembre 1998				
	Valle	Llano	Afuera de SC	Import	Total	Valle	Llano	Afuera de SC	Import	Total
Tubérculos	209	155	78	240	682	197	0	63	791	1,051
					(21.1%)					(39.1%)
Vegetales	545	231	712	0	1,488	346	20	205	0	571
					(46.1%)					(21.2%)
Frutas	20	263	774	4	1,061	76	293	694	6	1,069
					(32.8%)					(39.7%)
Total	774	649	1,564	244	3,231	619	313	962	797	2,691
	(24.0%)	(20.1%)	(48.4%)	(7.6%)	(100%)	(22.9%)	(11.6%)	(35.7%)	(29.6%)	(100%)

Obsecración: Los datos de la Fase II del Estudio se han multiplicado por 3.5 para el volumen de ingreso de 2 días. Los datos de la Fase I del Estudio son para el volumen entrante de los sucesivos 7 días.

Fuente: Equipo de Estudio JICA, noviembre y agosto de 1998

Aproximadamente el 90 por ciento del volumen de consumo de la Ciudad de Santa Cruz se manipula a través del Mercado Abasto. No existe un mercado mayorista específico tan eficiente como para ser capaz de manejar una tasa de distribución tan alta.

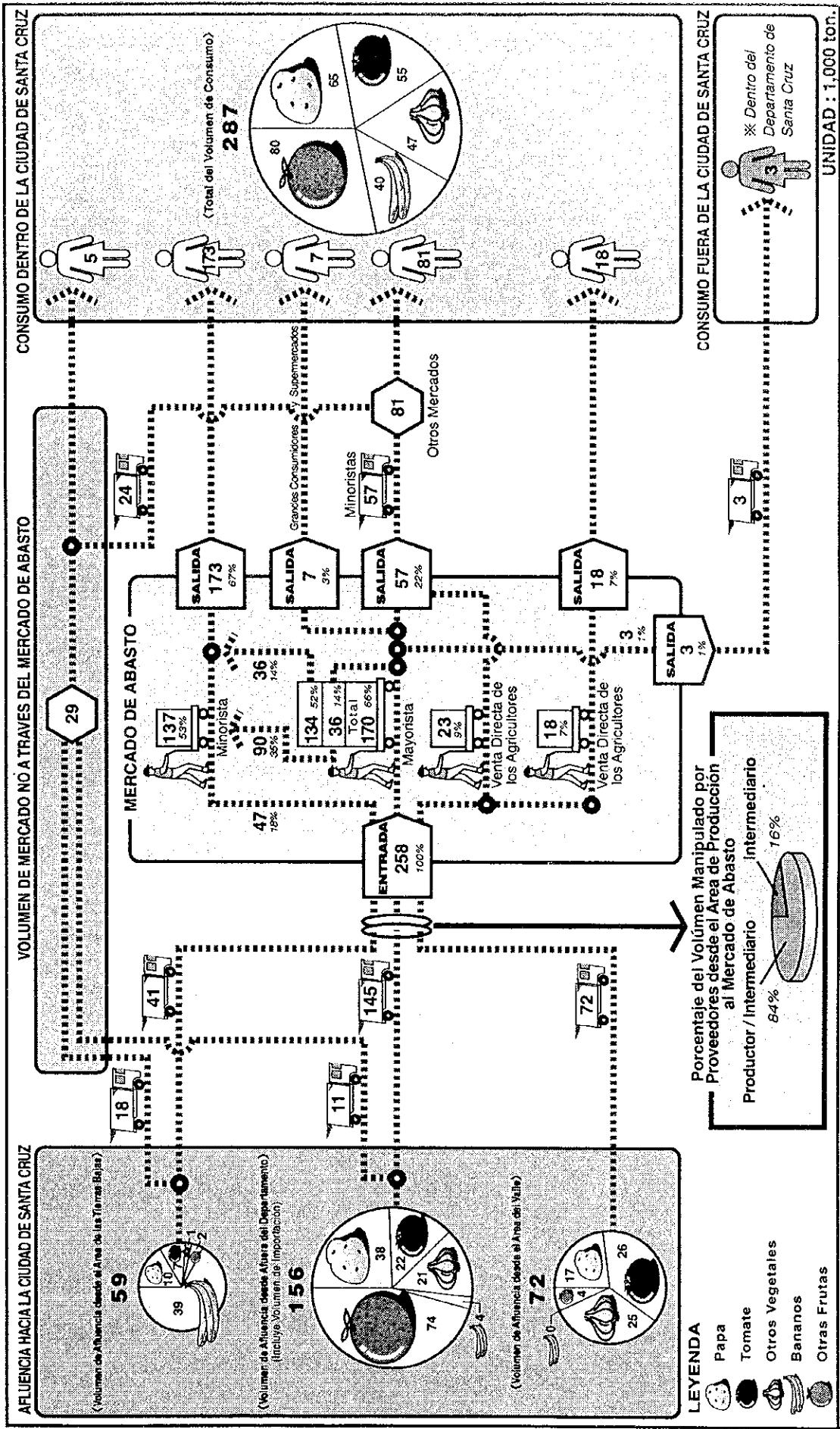
(2) Transacción de negocios compleja y Eficiencia del Mercado Abasto

Como lo muestra la Fig. R-3, en el año 1998 unas 258,000t de frutas y vegetales fueron traídas al Mercado Abasto por productores e intermediarios. El porcentaje de compradores se divide en: mayoristas 66%, minoristas 18% y el resto (16%) es vendido directamente por los productores que trajeron el

producto. La mitad del volumen comprado por los mayoristas se comercializa a los minoristas del Mercado Abasto, resultando en que los minoristas del Abasto manipulan el 53% del total del volumen entrante. Esto ilustra el estado de confusión imperante en debido a que se llevan acabo actividades mayoristas y minoristas a la vez.

En 1993/94 cuando se realizó el Estudio del P/M, la mayor parte de los productos que ingresaban a Mercado Abasto eran traídos por los productores, la venta directa por parte de los productores también era más común. En la actualidad la mayor parte de las frutas y vegetales que ingresa al Mercado Abasto se manejan por comerciantes como se describió anteriormente, lo que demuestra una declinación en las ventas directas por parte de los productores en los últimos 5 años (refiérase a las Figuras 2-8 y 2-9 en el Informe Principal).

Esta declinación substancial en las ventas directas por parte de los productores fue causada por la disminución en la competitividad de sus ventas debido a que el establecimiento de la Ley de Descentralización en 1995, les restringió el acceso conveniente al Mercado Abasto y resultó en una urbanización progresiva y una congestión vehicular agravada por el creciente numero de comerciantes del sector informal (en su mayoría minoristas de pequeña escala). Adicionalmente y después que la Ley de Descentralización se hizo efectiva, el caótico y confuso sistema de comercio del Mercado Abasto que abarca el mayoreo y el menudeo alejó aún más la realización de una actividad mayorista efectiva.



ESTUDIO DE FACILIDAD PARA EL MEJORAMIENTO DEL SISTEMA DE MERCADERO AGRICOLA EN SANTA CRUZ REPUBLICA DE BOLIVIA AGENCIA DE COOPERACION INTERNACIONAL DEL JAPON (JICA)

Figura R-3 Volumen de Manipulación de Frutas y Vegetales por Ruta de Mercado a Través del Mercado Abasto para Consumo en la Ciudad de Santa Cruz en el Año 1998

- (3) Ausencia de una ley/regulación y de un cuerpo de manejo/operación del Mercado Abasto

El Mercado Abasto es un mercado municipal (mercado público) establecido de acuerdo a una ordenanza de la Alcaldía de Santa Cruz y a la vez un mercado campesino basado en la ley del antiguo Ministerio de Asuntos Campesinos y Agropecuarios (MACA). La integración de estos tipos similares de mercados en una misma entidad ha creado confusión legal y operacional. En el pasado se probó realizar varias veces un borrador de las regulaciones para su manejo/operación, sin embargo nunca fueron efectivas. Mas aún, CRAMA que fue el comité de manejo inefectivo del Mercado Abasto, inevitablemente colapsó seguido de la promulgación de la Ley de Descentralización. Como resultado de todo esto, el Mercado Abasto ha continuado existiendo como un mercado segmentado y sin regulaciones que opera de acuerdo a los intereses de varios grupos de usuarios.

4.3 Temas Comunes de los Lugares de Producción y Consumo

- (1) Productores y Comerciantes de Pequeña Escala

Aunque el número de muestras era limitado, bajo el estudio se condujo una investigación sobre el nivel de ingreso de los productores y comerciantes del área de los valles (intermediarios envueltos en el comercio desde el área de los valles al Mercado Abasto, minoristas y mayoristas del Abasto). Los resultados se describen a continuación.

Aunque el nivel promedio de ingreso de los agricultores relacionados con la producción de frutas y vegetales es mayor que el ingreso del ciudadano Boliviano promedio, las discrepancias entre los ingresos de los mismos agricultores son grandes, debido a las diferencias existentes en las escalas de las operaciones agrícolas. (Como lo muestra la Tabla R-2 donde se visualiza el ingreso por tamaño de huerto/potrero perteneciente a productores del área de los valles, el productor de gran escala gana en promedio Bs. 69,000/año casi tres veces el promedio que gana un productor de pequeña escala que es de Bs. 24,000) Mas aún, la Tabla R-3 muestra que la escala de operación de los comerciantes es pequeña y la diferencia en el nivel de ingreso entre agricultores y comerciantes es mínima. Los ingresos y gastos de los intermediarios son similares a los de los productores de mediana escala, aquellos de los minoristas del Abasto son también parecidos a los de los productores de pequeña escala y por último los de los mayoristas con los de los productores de mediana escala.

Tabla R-2 Ingreso de los Agricultores en el Area de los Valles (1998)
unidad: Bs.10³

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	Promedio
Pequeña Escala	12	23	26	20	25	24	40	24
Mediana Escala	17	14	54	41	63	56	31	40
Gran Escala	36	37	56	73	117	52	52	69
Promedio	22	24	40	54	59	32	32	42

Observaciones:

- 1 Obtenido del estudio de factibilidad "Estudio Socioeconómico" (implementado en agosto de 1998)
- 2 (1) Mairana (2) Samaipata (3) Pampa Grande (4) Comarapa (5) San Isidro (6) Saipina (7) Vallegrande
- 3 Pequeños agricultores (<2.0ha), agricultores medianos (2.0-5.0ha), grandes agricultores (>5.0ha)

Tabla R-3 Ingreso de los Agricultores/ Comerciantes y sus Gastos Domésticos (1998)

	Ingreso Anual			Gastos Domésticos		
	Promed	Min.	Max.	Promed	Min.	Max.
1 Productor						
(1) gran escala	69,280	36,915	117,144	30,658	11,560	50,039
(2) mediana escala	39,546	13,966	63,277	15,302	9,408	22,684
(3) pequeña escala	24,251	12,007	40,204	12,727	6,989	26,880
2 Intermediario (Pequeña escala por lugar y residencia)						
(1) Ciudad de S.C.	33,950	9,600	100,000	22,489	5,250	53,160
(2) Area Rural	32,590	8,000	75,000	22,093	13,360	47,440
3 Minorista (operando en el Abasto)	18,857	-	-	11,207	6,400	18,100
4 Mayoristas (operando en negocios contiguos al Abasto)	18,800	-	-	15,456	10,560	22,160

Observaciones:

- 1 Obtenido del estudio de factibilidad "Estudio Socioeconómico" (implementado en agosto de 1998)
- 2 Las figuras para los ingresos/ gastos anuales indican el valor promedio, máximo y mínimo para cada grupo objetivo.

(2) Falta de Organizaciones Agrícolas y de Comerciantes

Un punto importante es el de organizar un sistema moderno de mercadeo tanto en los lugares de producción como de consumo debido a que existen operaciones pequeñas de acopio y distribución, además de un sistema de mercadeo realizado por grupos pequeños de agricultores individuales y comerciantes.

En otras palabras, se vuelve una tarea urgente la racionalización del sistema de mercadeo tanto en las áreas de consumo como de producción, a través de la organización en grupos de productores y comerciantes de pequeña escala.

Las principales razones de por qué los intentos de organizar a los agricultores y comerciantes no han tenido éxito hacen razón con la desconfianza hacia las partes responsables del manejo de la organización, el poco claro manejo del

sistema financiero y la falta de conocimientos técnicos en el manejo organizacional

(3) Ineficiente mecanismo de precios

Los precios al por mayor de frutas y vegetales en la Ciudad Santa Cruz son mayores a los precios al por mayor de otras áreas de Bolivia y son muy propensos a las fluctuaciones estacionarias extremas. Adicionalmente, el precio al por mayor es más elevado en Bolivia que en los países vecinos. Esto se debe a la ausencia de un sistema de producción planificado, como también a la escala más pequeña de producción agrícola, insuficiente para alcanzar la creciente demanda con la excepción de algunos cultivos. Esto también es un indicativo de la declinante tasa de autosuficiencia de la producción departamental. El margen de ganancia de los mayoristas del Mercado Abasto es fijo y no se ve sujeto a las fluctuaciones de precio debido a la falta de competencia entre los mayoristas.

(4) Porción considerable del costo de transporte en el precio

El porcentaje del costo de transporte en el precio del producto desde el lugar de producción hasta el lugar de consumo es elevado (especialmente para las frutas y vegetales que requieren de un empaque rápido para mantenerse frescas). La racionalización de las operaciones de transporte es un tema importante. El costo de transporte por ton/ kilómetro se aminora sucesivamente de acuerdo a la distancia y existe una tendencia a que aumente la trayectoria en el transporte de largas distancias, incluyendo las importaciones.

(5) Baja competitividad internacional

Adicionalmente a los temas de producción explicados en la sección de "Temas y Necesidades de Desarrollo en la Producción", en el área de mercadeo está haciendo falta un sistema organizacional y legal.

El mercadeo se caracteriza por factores tales como las pequeñas transacciones, dificultad en la aseguranza de una oferta estable de productos, la falta de precios competitivos, etc. Las transacciones de los productos carecen de un sistema de control de calidad y dependen de varias unidades de medida tradicionales para el pesaje. Es esencial que el sistema de control de calidad y la unidad de pesaje se estandaricen.

El conocimiento básico en los aspectos legales y organizacionales del mercadeo por parte del personal de gobierno, agricultores y comerciantes es inadecuado y en el pasado no han podido adquirir experiencia suficientes en esta área. La capacitación adecuada y el asesoramiento para el personal relevante son temas esenciales para mejorar la competitividad internacional al implementar un sistema de mercadeo sistemático y organizado, y al establecer un uso comunal de las instalaciones de producción y mercadeo. Conjuntamente con estas actividades se necesita además un sistema de inspección fitosanitaria para los productos importados y exportados.

(6) Desarrollo inadecuado del sistema de finanzas público y de la banca relevante

Sistema de prestamos: Con la excepción de ciertas áreas designadas, no existiría un sistema de crédito informal. Aunque existen sistemas de créditos

formales tales como FINDESA S.A.M., FDC, Cooperativa de Ahorro y Crédito "La Merced" LTDA, BOLINVEST, ASOFRUT, ONG, etc. el uso que le dan los agricultores es mínimo, debido a las políticas de altas tasas de interés guiadas por el ajuste estructural del FMI y por la restricción de acceso de los agricultores organizados.

- Ingresos y gastos de cuerpos autónomos: Aunque se cuenta con una parte de las finanzas públicas del Departamento de Santa Cruz y de la Ciudad de Santa Cruz para cubrir los costos operativos y de negocios, no existe el uso de recursos financieros para el mejoramiento del sistema de mercadeo de frutas y vegetales.

4.4 Estableciendo el Consenso

En cada etapa del estudio se obtuvo el consenso del personal de gobierno. Durante la Fase II del Proyecto, se puso énfasis en la obtención de consenso en el personal relevante. Para promover la participación activa de los grupos objetivo de usuarios en el Proyecto y su diseño se realizaron las siguientes actividades: se sostuvieron reuniones para entregar explicaciones resumidas del Proyecto, se hicieron talleres utilizando el método PCM, se llevaron a cabo tours de estudio que apuntaban a aumentar la conciencia del Proyecto en los agricultores y se hicieron demostraciones de las actividades de las cooperativas de los agricultores para el acopio y distribución de productos. A continuación se presenta un resumen de los puntos de vista expresados por los grupos objetivos. Estos puntos de vista fueron incorporados en la planificación y diseño del Proyecto.

- (1) La escala de operación de los agricultores y de los mayoristas es pequeña, por lo que deberá ser guiada hacia su expansión y modernización en el futuro.
- (2) La operación del Proyecto debería llevarse a cabo por las organizaciones de usuarios.
- (3) Se deberá establecer un sistema de operación fácil para el usuario y un manejo confiable.

5 Concepto de Desarrollo del Proyecto

5.1 Necesidades de Desarrollo del Proyecto

Las necesidades para el mejoramiento del sistema de mercadeo de frutas y vegetales en el Departamento de Santa Cruz se resumen a continuación en respuesta a los ítems presentados en "Temas en el Mercadeo de Frutas y Vegetales" del capítulo anterior.

- (1) Necesidades de desarrollo en el área de producción
 - 1) Establecimiento del sistema de asesoramiento para la producción en el área de los valles
 - 2) Promoción para el mejoramiento del sistema de mercadeo en las tierras bajas
 - 3) Desarrollo de un sistema de control de calidad
 - 4) Desarrollo de un sistema de información de mercado

- (2) Necesidades de desarrollo en el área de consumo
 - 1) Desarrollo de un Nuevo Mercado Mayorista (NMM) para manipular los volúmenes comercializados de frutas y vegetales
 - 2) Desarrollo de transacciones de negocios eficientes en el Mercado Abasto
 - 3) Establecimiento de leyes/regulaciones y cuerpo de manejo/operación en el Mercado Abasto
- (3) Necesidades comunes de desarrollo
 - 1) Incremento en la escala de negocios de los productores y comerciantes
 - 2) Establecimiento de las organizaciones de productores y comerciantes
 - 3) Establecimiento de un mecanismo apropiado de precios
 - 4) Reducción de la porción del costo de transporte en el precio
 - 5) Mejora en la competitividad internacional
 - 6) Promoción de las políticas respecto a la banca relevante y el sistema público de finanzas

Los ítemes presentados arriba representan necesidades urgentes que deben ser tomadas en consideración por todos los usuarios del sistema de mercadeo de frutas y vegetales (productores, intermediarios, mayoristas, minoristas y consumidores).

5.2 Concepto del Proyecto

El sistema de mercadeo de frutas y vegetales es un sistema en red ampliamente esparcido que abarca desde la etapa de producción en el área de producción al consumo en el área de consumo. El objetivo del Proyecto es el de mejorar este sistema de mercadeo en red de manera que sea entendido y comprendido.

La implementación de la transferencia tecnológica al personal relevante (personal del gobierno que promueve el proyecto, representantes de agencias de apoyo y usuarios) a través de la implementación del Proyecto, ayudará a desarrollar los lugares de producción y así racionalizar el proceso de producción completo, su mercadeo y consumo. El Proyecto permitirá la creación de un sistema de mercadeo de frutas y vegetales el cual mejorará la calidad de los productos además de promover la competitividad internacional en conjunto con la participación de Bolivia en el MERCOSUR.

El proyecto se presenta en la Figura S-4. Se crearán centros de acopio y distribución (A/D) en las principales áreas de producción de los valles y se desarrollará un sistema cooperativo de acopio y distribución. En el área de consumo de la Ciudad de Santa Cruz se separará la función mayorista del Mercado Abasto existente y se establecerá un Nuevo Mercado Mayorista (NMM). El actual Mercado Abasto solo funcionará como un mercado minorista. Los agricultores de los valles acopiarán y distribuirán sus productos vía los centros cooperativos de acopio y distribución hacia el Nuevo Mercado Mayorista (esto dependerá en la organización exitosa de los agricultores). Las actividades de acopio y distribución en el área de los valles se desarrollarán en siete centros. Las organizaciones de los agricultores que utilicen estos centros comunales de acopio y distribución se les dará prioridad para que obtengan puestos de ventas en el Nuevo Mercado Mayorista (con

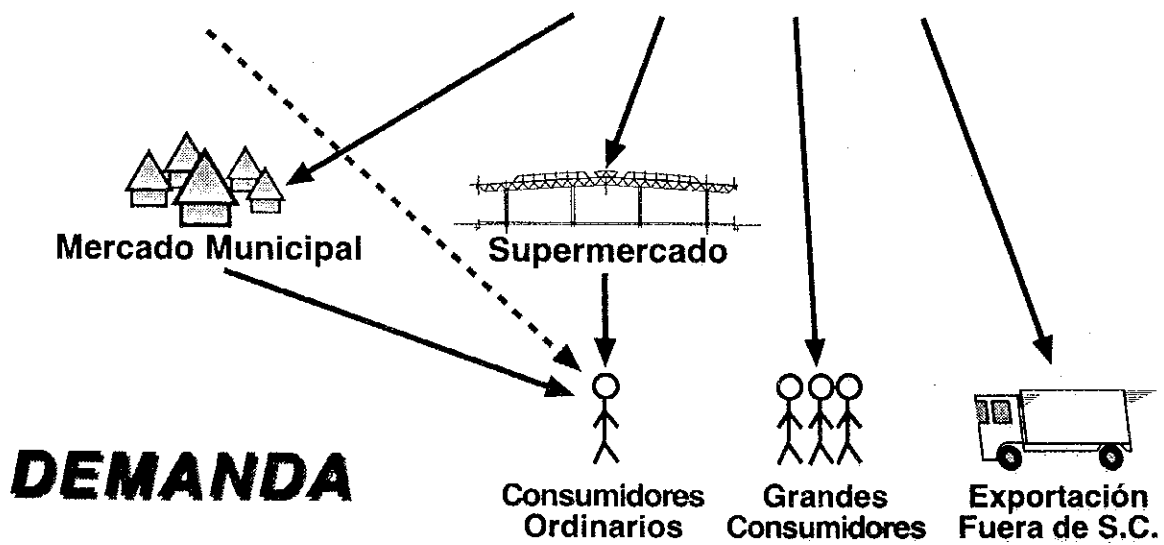
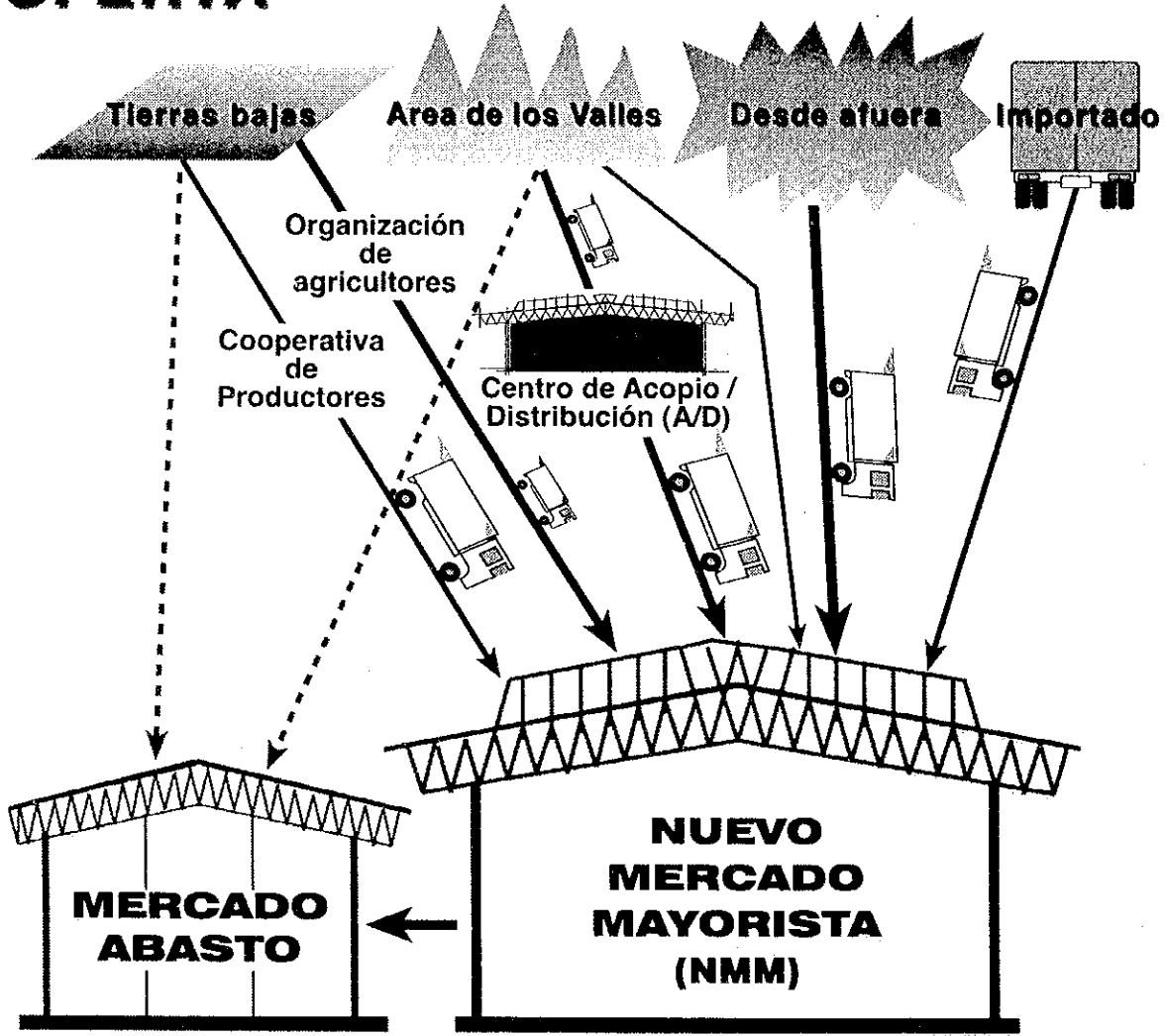
la condición de que califiquen como mayoristas para poder participar). Los lugares de producción y consumo estarán conectados por un amplio sistema enlazado de mercadeo que incluirá información de los volúmenes y precios de los productos, como también de las funciones de mercadeo de frutas y vegetales.

Conjuntamente a las mejoras al sistema tradicional de mercadeo, se crearán además nuevos beneficios para nuevos grupos objetivo sin utilizar el actual Mercado Abasto. Algunos de los grupos objetivos señalados son las cooperativas agrícolas de las tierras bajas (CAISY, CAICO) que deseen utilizar el mercado mayorista, las Asociaciones de Supermercados y los nuevos grupos de agricultores que deseen organizarse para poder participar en las actividades mayoristas.

Los siguientes nuevos beneficios serán creados por el Proyecto para los pequeños comerciantes que son principalmente mujeres y para los pequeños agricultores que son incapaces de utilizar el Nuevo Mercado Mayorista directamente.

- (1) El cambio de los mayoristas al Nuevo Mercado Mayorista desde el Mercado Abasto existente, mejorará la eficiencia de sus actividades minoristas y entregará oportunidades crecientes para la actividad minorista directa realizada por agricultores y pequeños comerciantes del sector informal.
- (2) Debido a la asistencia de firmas privadas, ONGs y de países donantes, los agricultores no se verán limitados a utilizar solamente el mercado campesino mejorado si no que también podrán participar de las actividades mayoristas al vender sus productos a los mayoristas en el Nuevo Mercado Mayorista, por ende se les dará una oportunidad creciente de elevar sus ingresos.
- (3) El cambio de los mayoristas desde el Mercado Abasto existente al Nuevo Mercado Mayorista permitirá a los agricultores acortar perdidas en tiempo (costo de oportunidad) generadas por el proceso de mercadeo completo que incluye la cosecha, el transporte y las actividades minoristas en el actual Mercado Abasto.
- (4) La aliviación de las actividades de mercadeo caóticas y del atestamiento del Mercado Abasto existente elevará la eficiencia de las actividades de mercadeo de los pequeños comerciantes (mujeres) que tradicionalmente han sido las que han conducido las pequeñas transacciones.

OFERTA



DEMANDA

Figura R-4 Concepto de Proyecto Propuesto
(Nuevo Sistema de Mercadeo de Frutas y Vegetales)

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL MEJORAMIENTO DEL
SISTEMA DE MERCADEO AGRICOLA EN SANTA CRUZ
REPUBLICA DE BOLIVIA
AGENCIA DE COOPERACION INTERNACIONAL DEL JAPON (JICA)