

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

ANEXO 2

SISTEMA DE MERCADEO DE FRUTAS Y VEGETALES, Y PLANIFICACIÓN DEL MERCADO MAYORISTA



ANEXO 2
SISTEMA DE MERCADEO DE FRUTAS Y VEGETALES, Y
PLANIFICACION DEL MERCADO MAYORISTA

CONTENIDO

1	POLÍTICA DE DESARROLLO REGIONAL.....	A.2-1
1.1	Tendencia de desarrollo económico en el Depto. de Santa Cruz.....	A.2-1
1.2	Política gubernamental en el desarrollo agrícola.....	A.2-1
2	SITUACION RECIENTE DEL SISTEMA DE MERCADEO DE FRUTAS Y VEGETALES.....	A.2-2
2.1	Oferta y demanda.....	A.2-2
2.2	Origen y destino de frutas y vegetales.....	A.2-2
2.3	Volumen entrante de frutas y vegetales al Mercado Abasto.....	A.2-3
2.4	Mecanismo de Precios.....	A.2-4
2.5	Tendencia de Precios Diaria en el Mercado Abasto.....	A.2-5
2.6	Costo de Transporte.....	A.2-6
2.7	Comparación con el Precio Internacional.....	A.2-7
2.8	Estandarización del Peso.....	A.2-8
2.9	Requerimientos para la Participación en el MERCOSUR.....	A.2-8
2.10	Investigación de las instalaciones de cámaras frías.....	A.2-9
2.11	Sistema de Información de Mercadeo.....	A.2-11
3	CONDICIONES EXISTENTES EN EL MERCADO MAYORISTA DE FRUTAS Y VEGETALES EN SANTA CRUZ.....	A.2-13
3.1	Perfil General del Mercado en la Ciudad de Santa Cruz en 1998.....	A.2-13
3.2	Volumen de Mercadeo y Rutas del Mercado Abasto.....	A.2-13
3.3	Historia del Desarrollo de Mercado.....	A.2-13
3.4	Ley y Regulaciones del Mercado.....	A.2-14
3.5	Organización/ Institución de Mercadeo Agrícola Relacionada.....	A.2-17
3.6	Organización/ Institución de Manejo del Mercado Abasto.....	A.2-18
3.7	Instalaciones/Infraestructura y Operación/Mantenimiento del Mercado Abasto en la etapa del E/F en el año 1998.....	A.2-20
3.8	Implementación de las Leyes y Regulaciones de las Operaciones y Manejo en el Mercado Abasto.....	A.2-22
3.9	Problemas y Temas en el Sistema de Mercadeo de Frutas y Vegetales.....	A.2-22
4	PLAN DE DESARROLLO DEL NUEVO MERCADO MAYORISTA.....	A.2-26
4.1	Selección del Lugar para el Nuevo Mercado Mayorista.....	A.2-26
4.2	Perfil del Plan de Desarrollo del Nuevo Mercado Mayorista.....	A.2-33
4.3	Perfil del Plan de Desarrollo del Mercado Abasto.....	A.2-41
4.4	Plan de Manejo y Operación.....	A.2-42
5	PLANES PROPUESTOS PARA LA CAPACITACION Y ASISTENCIA TECNICA POR OPERACION Y MANEJO DEL NUEVA MERCADO MAYORISTA Y MERCADO ABASTO.....	A.2-57
5.1	Capacitación.....	A.2-57
5.2	Asistencia Técnica.....	A.2-60

6	PLAN DE IMPLEMENTACION GLOBAL	A.2-65
6.1	Etapa de Coordinación Preliminar.....	A.2-65
6.2	Etapa Preparatoria	A.2-65
6.3	Etapa de Implementación.....	A.2-65

ANEXO 2

Sistema de Mercadeo de Frutas y Vegetales, y Planificación del Mercado Mayorista

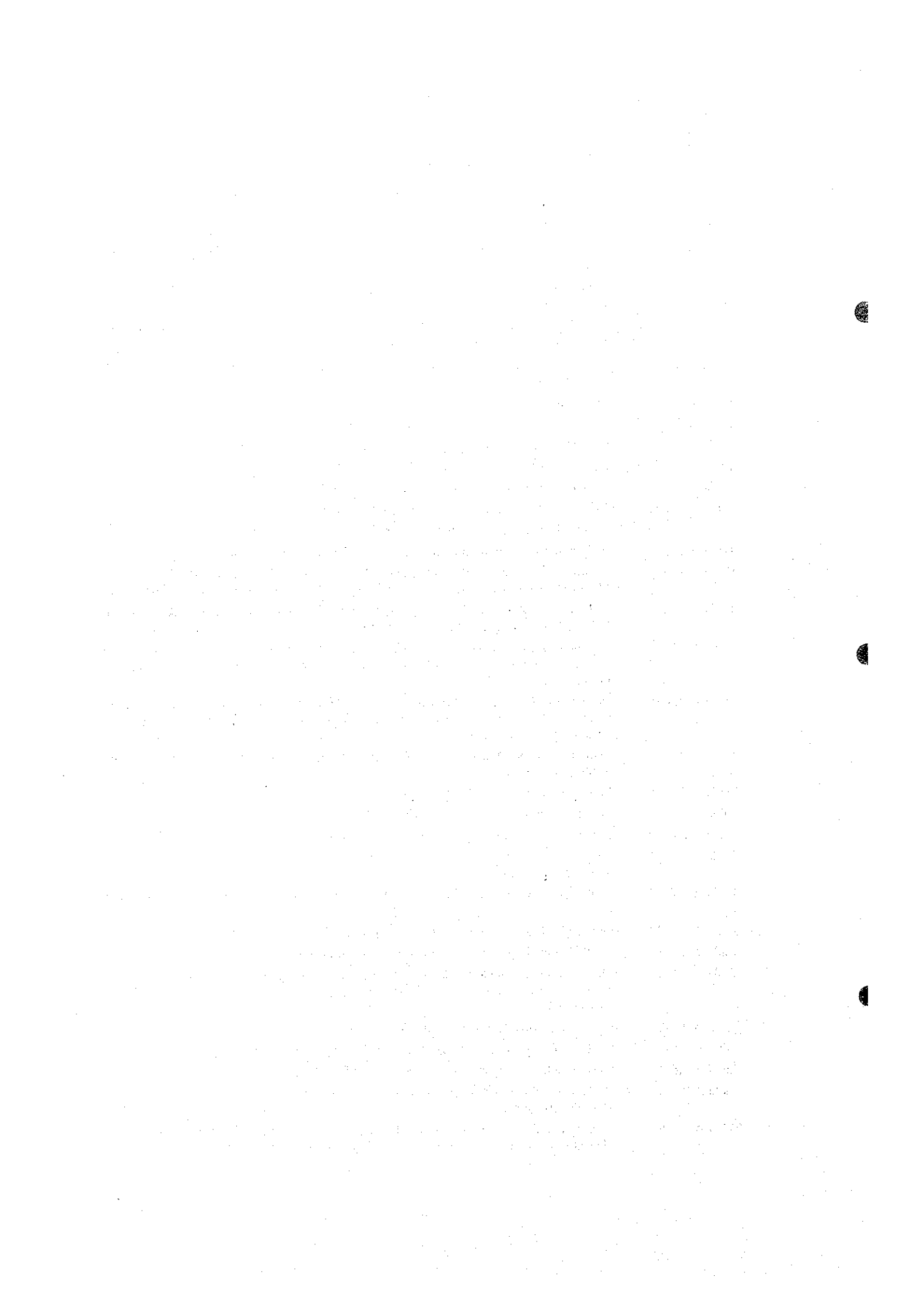
LISTA DE FIGURAS

- Figura A.2.2-1 Origen/ Destino (O/D) y Volumen de Mercadeo de Frutas y Vegetales para el Departamento de Santa Cruz en el Año 1998
- Figura A.2.2-2 Precio de Granja de la Papa
- Figura A.2.2-3 Precio de Granja del Tomate
- Figura A.2.2-4 Cambio Mensual en el Precio al por Mayor de la Papa
- Figura A.2.2-5 Cambio Mensual en el Precio al por Mayor del Tomate
- Figura A.2.2-6 Cambios en los Rateos de Venta de Productos en un Día en el Abasto
- Figura A.2.2-7 Cambio en el Precio al por Mayor en un Día en el Abasto
- Figura A.2.2-8 Costo de Transporte por Distancias
- Figura A.2.3-1 Volumen de Manipulación de Frutas y Vegetales por Ruta de Mercadeo a Través del Mercado Abasto para Consumo en la Ciudad de Santa Cruz en Año 1993
- Figura A.2.3-2 Volumen de Manipulación de Frutas y Vegetales por Ruta de Mercadeo a Través del Mercado Abasto para Consumo en la Ciudad de Santa Cruz en Año 1998
- Figura A.2.4-1 Localización de las Alternativas de los Lugares del Proyecto para el Nuevo Mercado Mayorista
- Figura A.2.4-2 Localización de los Posibles Lugares para el Nuevo Mercado Mayorista en la U.V. 189 y en el Distrito Vecindante
- Figura A.2.4-3 Nuevo Sistema de Mercadeo de Frutas y Vegetales en el año 2010 (ton)
- Figura A.2.4-4 Origen/ Destino (O/D) y Volumen de Mercadeo de Frutas y Vegetales para el Departamento de Santa Cruz en el Año 2010
- Figura A.2.4-5 Volumen de Mercadeo a Través del Nuevo Mercado Mayorista y del Mercado Abasto Minorista en el Año 2000 (Ton)
- Figura A.2.4-6 Volumen de Mercadeo a Través del Nuevo Mercado Mayorista y del Mercado Abasto Minorista en el Año 2005 (Ton)
- Figura A.2.4-7 Volumen de Mercadeo a Través del Nuevo Mercado Mayorista y del Mercado Abasto Minorista en el Año 2010 (Ton)
- Figura A.2.4-8 Volumen de Manipulación de Frutas y Vegetales por Ruta de Mercadeo a Través del Mercado Abasto para Consumo en la Ciudad de Santa Cruz en el Año 2005 y 2010
- Figura A.2.4-9 Perfil del Sistema de Información de Mercado
- Figura A.2.4-10 Plan Reorganizativo de las Secciones de Venta en el Mercado Minorista Abasto
- Figura A.2.4-11 Organización Propuesta para la Coordinación e Implementación del Proyecto
- Figura A.2.4-12 Organización Propuesta para el Nuevo Mercado Mayorista
- Figura A.2.4-13 Organización Propuesta para el Mercado Minorista Abasto
- Figura A.2.6-1 Proceso de Implementación del Proyecto

LISTA DE TABLAS

Tabla A.2.2-1	Población por Provincia en el Departamento de Santa Cruz
Tabla A.2.2-2	Oferta y Demanda de Frutas y Vegetales en el Departamento Santa Cruz (1994)
Tabla A.2.2-3	Oferta y Demanda de Tuberculos en el Departamento Santa Cruz (1994)
Tabla A.2.2-4	Oferta y Demanda de Vegetales en el Departamento Santa Cruz (1994)
Tabla A.2.2-5	Oferta y Demanda de Frutas en el Departamento Santa Cruz (1994)
Tabla A.2.2-6	Oferta y Demanda de Frutas y Vegetales en el Departamento Santa Cruz (1998)
Tabla A.2.2-7	Oferta y Demanda de Tuberculos en el Departamento Santa Cruz (1998)
Tabla A.2.2-8	Oferta y Demanda de Vegetales en el Departamento Santa Cruz (1998)
Tabla A.2.2-9	Oferta y Demanda de Frutas en el Departamento Santa Cruz (1998)
Tabla A.2.2-10	Producción de Frutas y Vegetales en Bolivia
Tabla A.2.2-11	Origen/ Destino de Frutas y Vegetales en el Departamento Santa Cruz (1994)
Tabla A.2.2-12	Origen/ Destino de Tuberculos en el Departamento Santa Cruz (1994)
Tabla A.2.2-13	Origen/ Destino de Vegetales en el Departamento Santa Cruz (1994)
Tabla A.2.2-14	Origen/ Destino de Frutas en el Departamento Santa Cruz (1994)
Tabla A.2.2-15	Origen/ Destino de Frutas y Vegetales en el Departamento Santa Cruz (1998)
Tabla A.2.2-16	Origen/ Destino de Tuberculos en el Departamento Santa Cruz (1998)
Tabla A.2.2-17	Origen/ Destino de Vegetales en el Departamento Santa Cruz (1998)
Tabla A.2.2-18	Origen/ Destino de Frutas en el Departamento Santa Cruz (1998)
Tabla A.2.2-19	Lista de Mercados Publicos en la Ciudad de Santa Cruz (Hasta Agosto del Año 1998)
Tabla A.2.2-20	Lista de Supermercados en Santa Cruz (Hasta Agosto del Año 1998)
Tabla A.2.2-21	Lista de Hoteles en Santa Cruz
Tabla A.2.2-22	Variación Estacionaria del Volumen Entrante de Productos al Abasto
Tabla A.2.2-23	Rateo de la Capacidad de los Camiones Entrantes al Abasto
Tabla A.2.2-24	Capacidad de los Camiones Entrantes por su Origen
Tabla A.2.2-25	Distribución de los Productos Entrantes al Abasto
Tabla A.2.2-26	Distribución de los Productos de los Mayoristas en el Abasto
Tabla A.2.2-27	Precio de la Papa en el Potrero en el Area de los Valles
Tabla A.2.2-28	Cambio de Precio Mensual para la Papa (1er Grado)
Tabla A.2.2-29	Fluctuación en el Precio al por Mayor de las Frutas y Vegetales en Santa Cruz (Jun. 1996 – Dic. 1997)
Tabla A.2.2-30	Fluctuación del Precio del Tomate y de la Papa en el Mercado de Cochabamba
Tabla A.2.2-31	Fluctuación del Precio al por Mayor de las Frutas y Vegetales en La Paz (Desde enero de 1997 a abril de 1998)
Tabla A.2.2-32	Precio del Tomate en el Potrero en el Area de los Valles
Tabla A.2.2-33	Cambio Mensual en el Precio del Tomate
Tabla A.2.2-34	Numero de Camiones que Ingresan al Abasto por Hora
Tabla A.2.2-35	Numero de Camiones que Ingresan por Origen al Abasto por Hora
Tabla A.2.2-36	Capacidad de los Camiones que Ingresan al Abasto Desde la Media Noche a las 6A.M. por Area
Tabla A.2.2-37	Costo de Transporte Desde el Area de Producción en el Valle
Tabla A.2.2-38	Costos de Transporte para Largas Distancias
Tabla A.2.2-39	Precios al por Mayor en las Principales Ciudades de Bolivia
Tabla A.2.2-40	Cantidad de Producción y Productividad de Papa y Tomate de los Países del MERCOSUR y del Pacto Andino
Tabla A.2.2-41	Precio de Frutas y Vegetales en el Mercado Central, Buenos Aires, Argentina en el Año 1998
Tabla A.2.2-42	Precio al por Mayor de Frutas y Vegetales en Brasil
Tabla A.2.2-43	Lista de Pesticidas Prohibidos y Uso de Pesticidas Restringidos
Tabla A.2.2-44	Temperatura Óptima para el Almacenaje en Frio y para la Vida de la Cascara de la Fruta

Tabla A.2.2-45	Temperatura Óptima para el Almacenaje en Frio y para la Vida de la Cascara de los Vegetales
Tabla A.2.3-1	Historia del Manejo del Mercado Abasto antes de 1994
Tabla A.2.3-2	Cambio de Institución, Infraestructura e Instalaciones en el Mercado Abasto desde el Año 1994 al Año 1998
Tabla A.2.3-3	Base Legal y Estatus del Sistema de Manejo Existente en el Mercado Abasto
Tabla A.2.4-1	Perfil de las Condiciones para las Alternativas del Lugar del Proyecto del Nuevo Mercado Mayorista
Tabla A.2.4-2	Evaluación de los Lugares Alternativos para el Nuevo Mercado Mayorista (Tabla Resumida)
Tabla A.2.4-3	Criterios para la Selección del Lugar/ Evaluación de los Lugares Alternativos del Proyecto para el Nuevo Mercado Mayorista en Santa Cruz
Tabla A.2.4-4	Lugares Posibles para el Nuevo Mercado Mayorista en la UV 189 y Distrito Vecindante
Tabla A.2.4-5	Estimación del Incremento en la Población
Tabla A.2.4-6	Oferta/ Demanda de las Frutas y Vegetales (2000)
Tabla A.2.4-7	Oferta/ Demanda de las Frutas y Vegetales (2005)
Tabla A.2.4-8	Oferta/ Demanda de las Frutas y Vegetales (2010)
Tabla A.2.4-9	Origen/ Destino de las Frutas y Vegetales (2000)
Tabla A.2.4-10	Origen/ Destino de las Frutas y Vegetales (2005)
Tabla A.2.4-11	Origen/ Destino de las Frutas y Vegetales (2010)
Tabla A.2.4-12	Estimación del Volumen de Mercadeo en el Nuevo Mercado Mayorista
Tabla A.2.4-13	Volumen de Mercadeo de Frutas/Vegetales al Usar la Cuota Existente de Comercio Mayorista del Mercado Abasto por Mercado por Origen por Productos en el año 2005
Tabla A.2.4-14	Volumen de Mercadeo de Frutas/Vegetales al Usar la Cuota Existente de Comercio Mayorista del Mercado Abasto por Mercado por Origen por Productos en el año 2010
Tabla A.2.4-15	Volumen de Mercadeo de Frutas/Vegetales al Usar la Cuota del Comercio Mayorista después de la Introducción del Nuevo Mercado Mayorista por Mercado por Origen por Productos en el año 2005
Tabla A.2.4-16	Volumen de Mercadeo de Frutas/Vegetales al Usar la Cuota del Comercio Mayorista después de la Introducción del Nuevo Mercado Mayorista por Mercado por Origen por Productos en el año 2010
Tabla A.2.4-17	Estimación de la Transferencia de Comerciantes Quenes Operan como Mayoristas en el Mercado Abasto
Tabla A.2.4-18	Ingreso y Gastos de los Mayoristas Existentes
Tabla A.2.4-19	Punto de Equilibrio de los Mayoristas
Tabla A.2.4-20	Reglas y Regulaciones Propuestas para Mercados Mayoristas
Tabla A.2.4-21	Las Características de las Tres Opciones para el Cuerpo de Manejo del Nuevo Mercado Mayorista
Tabla A.2.4-22	Evaluación de las Tres Opciones para el Cuerpo de Manejo del Nuevo Mercado Mayorista
Tabla A.2.4-23	Operación/ Mantenimiento Propuestos para el Nuevo Mercado Mayorista
Tabla A.2.5-1	Costo Estimado para Entrenamiento y Asistencia Técnica
Tabla A.2.6-1	Plan de Implementación del Proyecto, Entrenamiento y Asistencia Técnica para el Nuevo Mercado Mayorista, El Mercado Abasto y los Centros de Acopio y Distribución
Tabla A.2.6-2	Ingreso y Gastos del Nuevo Mercado Mayorista
Tabla A.2.6-3	Punto de Equilibrio de los Myoristas en el Nuevo Mercado Mayorista
Tabla A.2.6-4	Ingreso Neto de Mayoristas en el NMM (2005, 2010)
Tabla A.2.6-5	Declaración de Utilidades y Flujo de Caja para el Cuerpo de Manejo de Nuevo Mercado Mayorista
Tabla A.2.6-6	Declaración de Utilidades y Flujo de Caja para el Cuerpo de Manejo de Nuevo Mercado Mayorista (Renta Aumentada para Cubrir Depreciación)



ANEXO 2 SISTEMA DE MERCADEO DE FRUTAS Y VEGETALES, Y PLANIFICACION DEL MERCADO MAYORISTA

1 POLÍTICA DE DESARROLLO REGIONAL

1.1 Tendencia de desarrollo económico en el Depto. de Santa Cruz

En 1950, la contribución de Santa Cruz en el PIB de la nación era de apenas 5%. En el presente se ha incrementado a 30% y ahora ocupa el primer lugar entre los departamentos del país. La contribución al PIB en Santa Cruz se deriva de los productos no tradicionales.

La historia del desarrollo puede calificarse en las dos etapas siguientes. La 1er etapa fue de 1954 a mediados de 1970. Durante este tiempo, la promoción se centró en los productos de la agricultura regional tales como el arroz, caña de azúcar, algodón y maíz. La 2da etapa comenzó desde los mediados de 1970 y apuntaba al crecimiento externo de los productos agrícolas. Desafortunadamente, hubo un tiempo de inestabilidad económica y política que perturbó el desarrollo entre 1978 a 1985. Solo desde 1985, se implementó una nueva política económica en la cual se tomaron en cuenta la promoción a las exportaciones de productos no tradicionales tales como el azúcar, algodón, muebles de madera, grano de soya, girasol y sus derivados.

1.2 Política gubernamental en el desarrollo agrícola

Desde que se estableció el gobierno de Banzer en 1997, el plan del desarrollo agrícola todavía está bajo preparación en el gobierno central. La política solo se puede ver en el Plan de Acción 1997 – 2002 que fue publicado en diciembre de 1997. Esta dice que la política gubernamental se enfocará en la equidad (aliviar la pobreza), oportunidad (ajustes en la injusticia social), dignidad (contramedidas en el tema de las drogas) y edificación institucional (reconstrucción de la justicia). Respecto al mercadeo de productos agrícolas, el gobierno se encuentra revisando la ampliación para la base imponible, el mejoramiento para el sistema de administración y la modernización de las oficinas de aduanas. Estos temas deberán ser importantes para el mejoramiento del ingreso financiero. El ordenamiento de la infraestructura y la unificación del manejo es el próximo tema para poder conectar el área de producción con el área de consumo, a través del cual el plan de desarrollo rural sería viable y además llevaría a la modernización del sistema agrícola y a la disminución de la pobreza. En esta categoría del plan, se involucraría al mejoramiento de la comercialización de frutas y vegetales.

Debido a la política de descentralización del gobierno central, cada prefectura se vuelve responsable de su desarrollo regional.

La prioridad del plan de desarrollo se ha establecido por la prefectura de Santa Cruz como sigue:

- Inversión en infraestructura de caminos, para estar libre de problemas de transporte y para lograr un corredor internacional para las exportaciones.
- Mejoramiento de la infraestructura del micro riego para agricultores de pequeña escala en el área de los valles.
- Mejoramiento de la infraestructura de drenaje y del sistema de control de inundaciones para los agricultores coloniales del área norte de tierras bajas

- Fortalecimiento de los servicios de apoyo básicos para el desarrollo de la agricultura y la industria a través de la modernización y la explotación de la tecnología.

2 SITUACION RECIENTE DEL SISTEMA DE MERCADEO DE FRUTAS Y VEGETALES

2.1 Oferta y demanda

La demanda de vegetales y frutas esta creciendo y si consideramos el consumo per capita en la fecha del estudio del Plan Maestro, que era de 314 kg/ año, la cantidad demandada sería de 520,000 toneladas en el Departamento. De esta cantidad más del 55% se consumió en la ciudad de Santa Cruz. La única excepción fue vista en el área de los valles como Vallegrande, Florida, y Caballero, donde la población esta decreciendo lentamente año tras año. De acuerdo a esto la demanda en el área de los valles está decreciendo comparada con la fecha del estudio del Plan Maestro en 1994 (refiérase a la Tabla A.2.2-1).

La oferta de frutas y vegetales del departamento se ha incrementado moderadamente en papas, tomate y banano, mientras que la yuca y el plátano no se ha incrementado. Algunas legumbres del área de los valles tienen buena reputación por su calidad, estas son destinadas a mercados en La Paz. En relación al volumen de oferta, los productos en las Tierras Bajas ocupan una porción mucho mayor que aquellos del área de los valles, en especial en frutas como los cítricos y piñas. Estos productos son también comercializados en otros departamentos, pero no se exportan. La oferta y demanda de frutas y legumbres ha sido resumida en tablas, mostrando los saldos en 1994 y 1998 (Ver Tabla A.2.2-2 al 9).

2.2 Origen y destino de frutas y vegetales

Como se muestra claramente en la figura (ver Tabla A.2.2-10), la producción de papa y banana en el departamento de Santa Cruz no abastece para la cantidad demandada. Estos productos necesitan ser traídos de otros lugares del país. El consumo per capita de papa en Bolivia fue de alrededor 50 kg en 1996. El departamento de Santa Cruz necesita alrededor de 83,000 toneladas de papa para su consumo, mientras que su producción apenas alcanzó las 63,000 toneladas en 1996/97. Por el contrario, el tomate y la yuca han sido producidos en cantidades suficientes en el departamento. Estos productos deberían buscar mercados fuera del departamento.

El origen y destino de frutas y vegetales ha sido resumido en las tablas (Ver Tablas A.2.2-11 al 18). Alrededor del 90% de los productos consumidos en Santa Cruz han sido comercializados en el Mercado Abasto. El resto es comercializado directamente desde los productores al mercado minorista (ver Tabla A.2.2-19), incluyendo supermercados, así como a hoteles de primera categoría para satisfacer sus especificaciones de calidad. Existen 18 supermercados y 19 hoteles de 4 y 5 estrellas en la ciudad (ver tablas A.2.2-20 y 21). Estos prefieren no comprar frutas y vegetales del Mercado Abasto existente, para evitar problemas sanitarios.

2.3 Volumen entrante de frutas y vegetales al Mercado Abasto.

El volumen entrante de frutas y vegetales al Mercado Abasto ha sido analizado al contar el número de camiones que llegan al igual que preguntando a los conductores de los camiones sobre su producto cargado, cantidad y origen. El análisis se hizo en agosto de 1998 en la primera etapa de la investigación para los primeros 7 días y en noviembre de 1998 en la segunda fase del estudio por solo dos días. La figura en el caso de noviembre se calculó como 7 días equivalentes para la conveniencia de la comparación. El resultado se presenta resumido en la Tabla A.2.2-22.

En agosto, el volumen entrante fue de 3,230 ton en total de los cuales las bananas, papas y cebollas eran los productos dominantes. Mientras que en noviembre, el volumen entrante era de 2,700 ton en total, entre los cuales la papa, banana y tomate eran dominantes. Aparentemente, existe variación estacionaria en las fluctuaciones de los productos entrantes. En noviembre es la temporada de banana (incluyendo plátano) mientras que la cebolla ya está fuera de temporada. El origen principal de la banana es el Depto. de Cochabamba.

La diferencia significativa entre agosto y noviembre se mostró en la papa. Debido a la sequía en el altiplano, área de mayor producción de papas del país, la producción doméstica se redujo lo que permitió la importación de papas del Argentina. En noviembre de 1998, la papa importada ocupó al rededor del 80% de la papa en el mercado. El precio de la papa importada es mas barato que aquel de la papa doméstica.

En noviembre, el 65.3% del producto entrante al Mercado Abasto eran productos de afuera del departamento. Esto significa que el producto que proviene del departamento se ha aminorado a un 34.5% de 44.1% observado en el estudio durante agosto. El fenómeno parece temporal debido a la disminución de la producción por la sequía como también por el factor estacional. No parece necesaria la revisión de las figuras de demanda y oferta preparadas durante el estudio de agosto de 1998.

El porcentaje de la capacidad de los camiones entrantes al Mercado Abasto fue de 50.0: 19.4: 16.7: 13.9 para menos de 5 ton, de 5 a 10 ton, 10 a 20 ton y de 20 a 30 ton respectivamente. Este es casi el mismo porcentaje que el obtenido en agosto. Hablando en general, el producto del área de los valles viene en camiones pequeños y en camiones grandes los provenientes de fuera del departamento, incluyendo los productos importados. (Vea la Tabla A.2.2-23)

Respecto al origen de los camiones, el número más grande proviene desde fuera del Depto. de Santa Cruz, seguido por el área de los valles, los de las importaciones y los de las tierras bajas respectivamente. (Ver la Tabla A.2.2-24)

La distribución de los productos entrantes al Mercado Abasto puede ser clasificada como lo muestra la Tabla A.2.2-25. El 93% del producto entrante al Mercado Abasto ha sido manipulado por comerciantes. Su composición es como sigue: 65.5% para los mayoristas del Abasto, 18.1% para los minoristas del Abasto y 9.1% para los minoristas de otros mercados. Se ha observado una diferencia significativa en los volúmenes manipulados por los minoristas ya que se incrementaron de 7.5% en 1994 a 18.1% en 1998. La razón de esto se debe al aumento desordenado de pequeños minoristas en el Mercado Abasto, lo cual trae caos en el mercado. El volumen manipulado por el consumidor público y por los supermercados ha disminuido a 7% del volumen total de 14% en 1994. Los mayoristas venden el 53.2% a los minoristas del Abasto, 21.3% a los minoristas de otros mercados y un 21.2% al consumidor público. (Vea la Tabla A.2.2-26) El volumen vendido al

consumidor público se ha incrementado a 21.2% comparando con el estudio de 1994, el cual era de 11.3%. Esto es consecuencia del aumento en el número de pequeños minoristas en el mercado.

2.4 Mecanismo de Precios

El precio de mercado de frutas y vegetales está determinado por la interacción de la demanda y de la oferta. Ya que la demanda es estable por el fuerte poder adquisitivo en la región, debido al mayor nivel de ingreso entre los departamentos del país, la situación de la oferta debería ser un factor limitante para el establecimiento de precios y su fluctuación. Debido al pobre sistema de riego y de administración agrícola en el área de producción, la situación de la oferta de frutas y vegetales es inestable en Bolivia. El mecanismo de precios debe ser clarificado, enfocándose en productos principales como la papa y el tomate.

(1) La Papa

Normalmente, el precio al por mayor de papa estaba entre Bs. 1.0 y Bs. 2.0/kg (Bs. 12 a 23/arroba) y se mantuvo a un precio mucho menor de julio a septiembre de 1997. A principios de 1998 el precio aumentó de Bs. 2.5 a 3.0/kg y se estabilizó a mitad de año. El precio del productor en ese tiempo era de Bs. 1.12/kg en promedio para los agricultores del área de los valles (ver Tabla A.2.2-27). Otro estudio efectuado en el área de producción reveló que el ingreso neto de los productores para la papa era de US\$200/ton que equivale a Bs. 1.21/kg. En general el precio de la papa se ha mantenido estable y bajando un poco a mediados de la primera fase del estudio durante los meses de julio y septiembre de 1998 (ver Tabla A.2.2-28). Durante esta primera fase, la papa importada de Argentina estuvo presente en el mercado a un precio más barato que la papa doméstica y su presencia era de casi 35% de la papa en el mercado.

Se descubrió que la proporción de ocupación de papa Argentina alcanzó más de 70% en la segunda fase del estudio llevado a cabo en noviembre del 1998. Esto debido a la menor producción de papa doméstica por la sequía en el Altiplano, área de mayor producción de papa en Bolivia. El precio al por mayor de papa doméstica estaba en Bs. 30/arroba / Bs. 2.61/kg, mientras que el precio de la papa importada era simplemente de Bs. 15/arroba, Bs. 1.30/kg incluso contando el transporte desde Argentina. Esta situación de precio es casi la misma en Santa Cruz y Cochabamba.

La fluctuación del precio de la papa está resumida en la Tabla A.2.2-29. En Santa Cruz, la proporción del precio máximo y mínimo fue 2.71 para los datos recopilados en los 2 últimos años. La fluctuación en Cochabamba fue similar a la de Santa Cruz mientras que los precios de La Paz en el mismo período fueron menores (vea Tabla A.2.2-30 y 2.2-31).

La fluctuación de precios de frutas importadas desde Argentina como las manzanas, es bastante pequeña en las tres ciudades estudiadas. Esto se atribuye a las entregas controladas por los comerciantes que están bien familiarizados con el mercado.

(2) Tomate

El precio al por mayor de tomate en 1997 estaba entre Bs. 1.0 a 1.5/kg en el mercado. Pero fue más de Bs. 2.5/kg de agosto a octubre de 1998. El precio en el potrero de esta época alcanzó en promedio los Bs. 0.74/kg para el área de los valles. Cada agricultor entonces se dedicó a sembrar tomate lo que resultó en un exceso de producción. El precio

al por mayor presente en el Abasto a noviembre de 1998 fue de menos de Bs.1.0/kg. Otro estudio llevado a cabo en el área de producción reveló que el ingreso neto de los productores derivado del tomate fue de US\$ 135/ton equivalente a Bs. 0.74/Kg

El tomate es el típico artículo que muestra fluctuación severa en su precio en el mercado de Santa Cruz. La proporción de precio máximo y mínimo mostró 8.45 durante 1996 a 1997 como se observa en la Tabla A.2.2-29. Los agricultores han reconocido que el tomate es un producto riesgoso. El transporte desde el área del valle normalmente cuesta Bs.4 a 5/caja Bs.0.2 a 0.25/kg. Es necesario mejorar el sistema de manejo de las huertas para evitar fluctuaciones severas en el precio.

En Cochabamba y La Paz, el precio del tomate no fluctúa tanto comparado con el de Santa Cruz. Se estiman muchas razones para esto. Una de las razones principales proviene de la existencia de entregas controladas por parte de los mayoristas de Cochabamba o de otros departamentos, debido a que Cochabamba y La Paz no son áreas de producción de tomate, siendo necesario transportar el producto desde otros departamentos, principalmente de Santa Cruz. La segunda razón se relaciona con la existencia de una zona comercial más amplia. El mercado de Cochabamba incluye la distribución a La Paz y Oruro. Su población urbana es el doble de la de Santa Cruz. Como una prueba, los productores de la Provincia Caballero, como los de Comarapa y Saipina prefieren enviar sus productos a Cochabamba que a Santa Cruz, debido a su gran mercado y mejor accesibilidad. Del taller realizado en Comarapa se obtuvo que los comerciantes y transportistas de Cochabamba han entregado a los agricultores de estas áreas garantías en la recolección de sus productos. Esta es una razón adicional de porque los agricultores de Comarapa y Saipina venden sus productos a los mercados de Cochabamba aunque los precios sean menores que en Santa Cruz.

2.5 Tendencia de Precios Diaria en el Mercado Abasto

Durante la segunda fase del estudio, la medición de la tendencia de los precios diaria del Mercado Abasto se realizó con respecto a los camiones entrantes al mercado. La medición se realizó con los mayoristas y minoristas de los productos típicos el día 20 y 21 de noviembre de 1998, cada 3 horas, empezando desde las 5.00 a.m. hasta a las 8.00 p.m. El resultado se resume a continuación:

(1) Tiempo de entrada de camiones al Abasto

La mayoría de los camiones que entran al Abasto desde las afueras del departamento lo hacen por la noche hasta temprano en la mañana. Los camiones que entran durante el día son pequeños y transportan tamaño que viene del área de los valles y Cochabamba (ver Tablas A.2.2-34 al 36).

(2) Precio y Volumen de Venta

Hasta la tarde, los mayoristas de papas domésticas e importadas llegan a vender casi toda su canasta a un precio constante. Sin embargo los mayoristas de tomate sufren del exceso de productos entrantes. Ellos pueden vender solamente el 70% de sus productos hasta la tarde sin ninguno recargo. Los mayoristas de Banana se encuentran en situación parecida a los de tomate. En la tarde, ellos tienen que rebajar el precio mas abajo del precio de compra. Los mayoristas de otras hortalizas como lechuga, zanahoria y pimentón gozan de un buen negocio pues pueden vender todos sus productos en muy poco tiempo y con

recargo del 10 al 20%. A nivel mayorista, las pérdidas de productos son muy pocas (ver Figuras).

Los minoristas de la papa pueden llegar a vender sus productos aumentando Bs.2 de recargo por cada arroba (Bs.0.17/kg) y nunca disminuyen el precio de venta. Actualmente, el precio está en Bs.28/arroba lo que corresponde a Bs2,5/kg. Los minoristas de tomates tienen problemas parecidos al de los mayoristas, pero hacen buen negocio vendiendo por kilo. Los minoristas de plátano tienen que rebajar el precio abajo del precio de compra antes de la media noche, debido a que llegan nuevos productos a esa hora. Los minoristas de lechuga también tienen que rebajar los precios en la tarde porque el producto se degenera naturalmente. El margen de los vendedores no es claro porque utilizan diferentes unidades de peso cuando compran y cuando venden.

Se observó pérdidas en los productos de los minoristas de: 4 a 8 unidades de papa/arroba, 0,5 kg por caja de 20kg de tomate, 0,5 de canasta por cada 4 canastas de lechuga, 0,5 de bolsa por 30 bolsas de pimentón.

2.6 Costo de Transporte

El transporte de fruta y verdura se lleva a cabo por camiones, la vía férrea no se utiliza debido a que ninguna red se estableció en el país y además por la inconveniencia del sistema de carga y descarga derivado del embalaje incompleto.

El costo de transporte desde las principales áreas de producción hasta Santa Cruz se ha resumido en la Tabla A.2.2-37. La asociación de camioneros decide el costo a través del peso y por artículo. El tomate y la verdura generalmente requieren un costo más alto que la papa porque estas necesitan más espacio para la caja de madera y una gravedad específica más ligera.

Los datos más confiables provienen de Comarapa donde la distancia a Santa Cruz y a Cochabamba es casi la misma (240 Km). El costo de transporte para la papa es de Bs.6/QQ (Bs. 129/ton.) y Bs.3,5/caja (Bs 175/ton) para tomate.

Aproximadamente 25% de la papa del mercado de Cochabamba se ha enviado a Santa Cruz por camión de 480 QQ= 22.3 toneladas. El costo de transporte a Santa Cruz es de Bs.10/QQ que corresponde a Bs 108/ton (nota:QQ quiere decir quintal, 46,5 kg). El tomate nunca ha sido transportado a Santa Cruz desde Cochabamba por su naturaleza frágil.

Con respecto a la papa importada de Argentina, el costo de transporte por camión de 500 QQ desde la frontera a Cochabamba es Bs 15/QQ (Bs.323/ton). La distancia de la frontera (Yacuiba) a Cochabamba es de 1,026 km. El costo de transporte de la frontera a Santa Cruz es de Bs 140/ton, para la distancia de 564 km (ver Tabla A.2.2-38). El costo de transporte de larga distancia para la papa puede resumirse como sigue:

Se debe hacer notar que el costo de transporte es uno de los factores limitantes a la hora de decidir el precio de mercado de las frutas y vegetales, aunque no es el único. La capacidad de compra también se relaciona al precio de los productos. El precio de la papa es más bien barato y estable en Cochabamba y La Paz, que aquel que se presenta en Santa Cruz debido a que estas ciudades se encuentran en el área de producción. El precio de los tomates también se presenta más barato y estable en las ciudades de mayor elevación que en Santa Cruz. Aunque Santa Cruz este localizada en el área de producción del tomate, algunas veces el precio se torna barato sin embargo las fluctuaciones en el precio son

considerables (ver Tablas A.2.2-39). Esta situación proviene del pobre manejo agrícola y de los embarques no controlados por parte de los agricultores. Es extraño además encontrar que el precio de las frutas cítricas es estable y menor en La Paz que aquel presente en Santa Cruz que se localiza en el centro del área de producción.

2.7 Comparación con el Precio Internacional

Se recolectó el precio al por mayor de frutas y vegetales en el mercado de Buenos Aires (Argentina) y Sao Paulo (Brasil) para la comparación de los precios con los productos Bolivianos. El precio de Buenos Aires muestra un promedio mensual durante enero a septiembre de 1998 y el precio de Sao Paulo muestra el de noviembre del 1998. Para la conveniencia de la comparación, la conversión del dinero boliviano equivalente se ha calculado por cada artículo.

(1) Argentina

El precio de la papa nunca alcanza el equivalente a Bs.1.0/kg. Normalmente es Bs.0.5 a 0.8/kg. Hay buena competitividad del precio de la papa Argentina aunque esto incluye el costo de transporte cuando el precio de la papa boliviana sube a Bs.1.5/kg (ver Tabla A.2.2-40). La diferencia de precio proviene de las cantidades de producción y de la diferencia en la productividad, como se muestra en la Tabla A.2.2-40. Aparentemente, estos índices para la papa boliviana son mucho menores que aquéllos de Argentina o Brasil.

El precio del tomate fue el más bajo en febrero (Bs.1.5/kg) y fue el más alto en agosto (Bs.4.7/kg). La proporción máximo y mínimo es de 2.70 lo que significa un precio bastante estable. Puede que existan oportunidades de exportar el tomate en invierno al Argentina. Para esto es inevitable mejorar el sistema de empaque además de la inspección fitosanitaria. El precio de la cebolla y de la zanahoria es casi similar a aquéllos en Bolivia por lo que no existe oportunidad de importarlos o exportarlos.

El precio de la banana que va de Bs2.02 a 3.5/kg es estable a lo largo del año. El precio más alto aparece en agosto. No hay ningún dato del precio disponible en términos de peso en el mercado de Bolivia. El sistema internacional debe adaptarse en terminos de peso. Existen manchas negras en la cascara del Plátano que dificulta su comercialización internacional.

El precio de los cítricos que va de Bs.1.18 a 1.85/kg también es estable durante el año. No hay datos de precio disponible en los términos de peso en Bolivia. El precio de mercado en Bolivia está entre Bs. 8 a 10 por 25 unidades. Eso se estima como Bs.1.8 por 2.0/kg. No se presenta competitividad en el precio de los cítricos bolivianos.

El precio de la piña es más alto de abril a junio ya que va de Bs.5.04 a 5.38/kg. No hay datos de precio disponible en términos de peso en Bolivia. El rango va de Bs.280 a 435 por 100 unidades dependiendo de la variedad. Puede existir competitividad del precio en la estación del invierno en la piña boliviana de gran tamaño.

El precio del durazno subió rápidamente a Bs.30/kg en agosto y septiembre. No hay datos de precio disponible en los términos de peso en Bolivia. El precio es de Bs.45 a Bs. 57/arroba. Puede aparecer competitividad en el precio cuando se resuelvan los problemas de empaque. (Refiérase a la Tabla A.2.2-41).

(2) Brasil

El precio de papa al por mayor en Sao Paulo es menor que Bs.1.0/kg casi igual que en Buenos Aires. La distancia de transporte desde Sao Paulo hasta Santa Cruz es aproximadamente 4 veces más larga que aquella desde Argentina. Esta es la razón por la cual la papa Brasileña nunca llega a Bolivia.

Los precios del tomate, cebolla y zanahoria son casi similares a aquellos de Bolivia. No hay oportunidad en ambos para importar y exportar.

Entre las frutas, solo el precio de la piña parece ser ligeramente mas alto que el de Bolivia. Podría aparecer la oportunidad de exportación cuando se resuelvan los problemas de empaque. (Refiérase a la Tabla A.2.2-42).

2.8 Estandarización del Peso

Cada transacción se hace en base a un sistema de peso tradicional como: bolsa, canasta, racimo, caja, arroba, quintal, docena y unidad. Algunas veces "bolsa" quiere decir varios quintales o arroba además se usan diferente maneras de empaque como bolsa y canasta para el mismo producto. Los comerciantes de banana (incluyendo el plátano) adquieren el producto en racimos y los venden por docenas. La lechuga también es adquirida por canastas y vendida por unidad. Es difícil comparar con el sistema métrico y clarificar el tamaño del margen entre transacciones. Esto revierte en una desventaja para los vendedores. El sistema de peso actual en Bolivia esta muy atrasada en comparación al sistema estandar internacional por lo que deberá ser mejorado con urgencia. Esto además es inevitable como contramedida para la participación de Bolivia en el MERCOSUR. La necesidad de mejorar el sistema métrico usado ha sido referida como uno de los temas en el Plan de Acción del Presidente Banzer (1997 al 2002). No ha habido acción en cuanto a este plan hasta ahora.

2.9 Requerimientos para la Participación en el MERCOSUR

La inspección sanitaria de frutas y vegetales es un gran problema para que Bolivia pueda participar en el MERCOSUR. En 1998 la sección de agricultura y ganadería de la prefectura empezó un proyecto titulado "Servicio Integrado para la Agricultura e Higienización del Ganado en el Departamento de Santa Cruz". El proyecto tiene planeado instalar 11 puntos de control para la inspección sanitaria lo que requerirá de US\$12 millones en 5 años y en parte será manejado por los servicios que extienden certificados sanitarios para la exportación e importación. En 1998, su asignación presupuestaria fue de apenas US\$300,000.

En enero del 1999, otra sección de la prefectura, el Depto. de Promoción de la Exportación, mostró un plan llamado "Estudio de aplicación de un centro de acopio para la promoción de la exportación". Este estudio comprende temas desde tecnología de producción hasta el mercadeo internacional enfocando principalmente en la higienización y la calidad. El presupuesto para este estudio se estima en Bs.216,000 unos US\$38,000. Se hace necesaria una cercana cooperación entre agricultores, comerciantes y oficiales del gobierno relacionados con la higienización y comercio. En la documentación del proyecto no se presentan datos acerca de si este se llevará a cabo por el Depto. de Agricultura y Ganado.

No sólo la inspección fito-zoosanitaria sino también los residuos de pesticidas son de interés profundo para el comercio al nivel mundial. El comité de la OMS/ FAO han preparado normas internacionales para el límite máximo de residuos de varios productos incluyendo frutas, vegetales, carne y leche. La entrevista con los oficiales del CIAT ha revelado que esta institución tiene la tarea de experimentar la eficacia de los pesticidas y autorizar su uso en el campo (ver Tabla A.2.2-43), pero no hay ningún laboratorio en Bolivia para hacer análisis de la cantidad de residuos pesticidas para alimentos, incluyendo fruta y verdura. El funcionario de Depto. de Control y Prevención está intentando obtener del Gobierno Central el presupuesto, pero hasta ahora lo consigue.

Pueden encontrarse muchos planes y proyectos para la higienización de frutas y vegetales en miras de fortalecer las actividades de exportación de los productos de Santa Cruz. Pero no se observa coordinación ni cooperación alguna entre el gobierno central y la prefectura, ni dentro de esta última. Cada sección tiene su propio plan y proyecto, lo que puede causar un gran desgaste de presupuesto y de recurso humano.

2.10 Investigación de las instalaciones de cámaras frías

Existen peticiones por parte de agricultores y mayoristas en contar con una cámara frigorífica en el mercado mayorista público para las frutas y vegetales. En el presente, existen unas cuantas compañías de refrigeración privadas en Santa Cruz que preservan las frutas importadas desde el Argentina. La investigación se llevó a cabo como se muestra a continuación.

1) Suposiciones para la operación y manejo de las cámaras frías

Aspectos técnicos

- Se requiere de lavar y esterilizar antes de almacenar para prevenir enfermedad de infección.
- Se requiere de una operación de pre enfriado.
- Se requiere de cubrir con papel película de polietileno para prevenir la evaporación de agua.
- Cada instalación tiene su propia temperatura específica para el almacenaje al frío (vea las Tablas A.2.2-44 y 45)
- Algunos tipos de frutas no pueden ser almacenadas en la misma cámara debido a la evolución de gases.

Aspectos económicos

- La suministración de agua y de electricidad debe de ser estable.
- Los productos de alto valor comercial deberán de ser seleccionados para su almacenaje efectivo.
- Los usuarios deberán pagar los costos de depreciación y operación durante el año.

Juzgando por la situación actual del Mercado Abasto en Santa Cruz, no se puede concebir que los productos serán lavados, esterilizados y cubiertos previo a su almacenaje en frío debido al incompleto sistema de empaque y además no hay quien se haga responsable de estos procedimientos necesarios de manipuleo. La capacidad técnica hace racionalizar que la instalación de una cámara fría es un tema ridículo aún antes de hablar de la carga económica que deberán soportar los usuarios.

Mas aun, en el pasado existió una cámara fría en el Mercado Abasto cuando este se construyó la cual fue donada por Argentina. Sin embargo, esta instalación ha desaparecido del mercado y nunca se opero. La elucidación de la evidencia deberá ser inevitable si la contraparte Boliviana espera hacer la reinstalación de una cámara fría en un mercado publico.

2) El Caso del Frigorífico Santa Cruz

Frigorífico Santa Cruz es una compañía privada localizada en el Parque Industrial de Santa Cruz. Ellos importan manzanas desde Argentina y las almacenan en sus cámaras antes de entregarlas al mercado. La cantidad de manzanas importadas es de 1,000 cajas (1 caja contiene 20 Kg) por entrega y en un año se esperan unas 48 a 50 entregas. Se utiliza un camión refrigerado para el transporte desde el Argentina. La temporada pico de cosecha para las manzanas en Argentina es marzo, pero ellos pueden mantener los precios estables durante el año debido a la buena tecnología de pos cosecha y a las instalaciones en el país. Se usan cajas de cartón y de madera para el transporte y almacenaje. Cuando importan, entregan a MACA el certificado de inspección fitosanitaria y pagan su tarifa. El índice de operación para la cámara fría se presenta a continuación:

- Capacidad de cámara fría: 10m x 10m x 5m (500 m³) con refrigerador de 15 HP. Pueden almacenar 6,000 cajas que equivalen a 120 ton de manzana (1 caja de manzanas cuesta Bs.100)
- Tarifa de alquiler de cámara fría: US\$ 1,000/mes = US\$ 12,000/año. Este costo es similar al costo de depreciación. (Han pasado 18 años desde que se estableció.)
- Costo de funcionamiento: US\$ 800/mes incluyendo electricidad, agua, mano de obra y partes.
- Costo de operación requerido: US\$ 1,000 + US\$ 800 = US\$ 1,800/mes = Bs. 10,116
- Soporte de la operación de almacenaje en frío para la manzana importada.

Costo de Operación / Precio comercial de productos almacenados = Bs. 10,116/ Bs. 600,000 = 1.68% (1 mes). Esto significa que el costo de la manzana se incrementará en un 1.68% cuando se almacene en una cámara fría por un mes.

3) Estudio del caso en que se usara una cámara fría similar a la del Frigorífico Santa Cruz.

Se han seleccionado frutas y vegetales típicas para el estudio del caso. El porcentaje de incremento en los costos se ha calculado cuando se han almacenado productos a un precio de mercado mas bien barato. El volumen de producto almacenado es de 120 ton respectivamente.

	Tomate	Durazno	Piña	Mandarina
Temperatura preferible para su almacenaje al frío	12 – 13°C	0°C	10 – 13°C	4 – 6°C
Vida de la cascara	1 – 2 W	2 – 4 W	2 – 4 W	4 – 6 M
Costo de operación para un mes de almacenaje	Bs.10,116	Bs.10,116	Bs.10,116	Bs.10,116
Precio de mercado cuando se almacenó	Bs.12/caja	Bs.45/arrob ^a	Bs.200/100 piezas	Bs.12/100 piezas
Valor comercial del producto almacenado	Bs.72,000	Bs.470,000	Bs.240,000	Bs.144,000
Porcentaje de incremento en el costo	14%	2.15%	4.2%	7.0%

- El valor comercial del tomate es barato y se convierte en alto con el porcentaje de incremento en costo derivado de su almacenaje. La extensión de la vida de la cascara también es corta. El tomate no es apropiado para almacenarlo en frío.
- El valor comercial del durazno es el mas alto entre las frutas producidas en Santa Cruz. El porcentaje de incremento en costo es casi el mismo que el de las manzanas importadas del Argentina. El problema es el poco tiempo de vida de la cascara. Un mercadeo efectivo se haría inevitable.
- La piña es la única fruta que se exporta desde Santa Cruz, aunque su cantidad ha ido disminuyendo año a año debido a los problemas de embalaje y alto costo de transporte.
- Es difícil juzgar el efecto positivo del almacenaje en frío de las mandarinas. La cooperativa Japonesa en San Juan se encuentra experimentando con el almacenaje de la mandarina en depósitos localizados en áreas de gran altitud. La temperatura ambiente es de unos 10°C todo el año.

2.11 Sistema de Información de Mercadeo

Actualmente existen dos sistemas de información de mercadeo. Uno de ellos es utilizado por una organización privada que transporta productos a la ciudad de Santa Cruz. El otro es de uso masivo, e incluye el periódico, radio y televisión. La información transmitida por estos medios solo incluye el precio de los productos y no el volumen comercializado.

(1) Sistema de uso privado

Los productores de gran escala que poseen linea telefónica pueden obtener información de precios de los mayoristas del Mercado Abasto, antes de enviar sus productos a Santa Cruz. Los productores pequeños sin teléfono pueden optar por el tradicional sistema de información transmitido por productores, intermediarios o camioneros (transportistas). Estos individuos frecuentan la ciudad constantemente para vender sus productos en el Mercado Abasto, al retornar a la zona de producción proveen la información de precios del mercado. Este es un sistema común encontrado en el Departamento de Santa Cruz.

(2) Sistema publico

Actualmente, temprano en la mañana CAO recolecta información diaria de precios no muy completa de los mercados Abasto, Ramada y los Pozos. La información recolectada se difunde diariamente en la "Radio Santa Cruz" de 5 a.m. a 6 a.m. y cada 2 o 3 días en el periódico "El Mundo". El citado programa radial es una fuente de información de precios muy importante para los productores.

De acuerdo a la encuesta socioeconómica, 86% de los hogares campesinos en el área de producción poseen una radio. La información de mercadeo comunicada por radio es útil para los productores. Sin embargo, esta información es insuficiente al no proveer precios de cierre y volúmenes entrantes. Hasta hace poco, ASOFRUT recolectaba datos de precios pero debido a su situación económica no pudo continuar haciéndolo. El Gobierno Municipal obtiene irregularmente información de precios y volúmenes comercializados en el Mercado Abasto, pero esta no es compilada, procesada ni publicada. La CAO planea establecer una red de información que comunique La Paz, Cochabamba y Tarija.

3 CONDICIONES EXISTENTES EN EL MERCADO MAYORISTA DE FRUTAS Y VEGETALES EN SANTA CRUZ

3.1 Perfil General del Mercado en la Ciudad de Santa Cruz en 1998

Existen dos mercados mayoristas de frutas y vegetales en la Ciudad de Santa Cruz. El primero es el Mercado Abasto donde se comercia todo tipo de frutas y vegetales y el segundo es el Mercado Mutualista donde solo se comercian frutas. Ambos mercados poseen funciones de mayoreo y menudeo. Por otra parte en la Ciudad de Santa Cruz existían 32 mercados municipales hasta 1998. Estos mercados son mercados de menudeo y en ellos se manipula una amplia gama de productos que incluye frutas y vegetales. A parte de estos mercados, en el presente existen 18 supermercados en la Ciudad. El volumen total de consumo de frutas y vegetales en la Ciudad de Santa Cruz fue de 287×10^3 ton en el año 1998, de los cuales aproximadamente el 90% (258×10^3 ton) se mercadea a través del Mercado Abasto. El restante 29×10^3 ton (10%) se comercia a través del Mercado Mutualista y otros mercados.

3.2 Volumen de Mercadeo y Rutas del Mercado Abasto

El volumen total de frutas y vegetales que ingresa al Mercado Abasto fue de 258×10^3 ton en 1998. De este volumen, solo el 7%, 18×10^3 ton/ año fue vendido directamente a los consumidores. Los restantes 240×10^3 ton/ año (93%) se manejaron a través de los comerciantes (mayoristas, minoristas e intermediarios). Por ende, sería justo decir que el Mercado Abasto ya no es un mercado campesino sino mas bien un mercado municipal.

La mayoría de los volúmenes entrantes se comercializan a través de los mayoristas (170×10^3 ton/ año, 66%). Los mayoristas venden 90×10^3 ton/ año (35%) y 34×10^3 ton/ año (13%) a los minoristas del Mercado Abasto y a los de otros mercados respectivamente. Además los mayoristas también tienen ventas directas a los consumidores de unas 36×10^3 ton/ año (14%), que es casi igual al volumen que se les vende a los minoristas de otros mercados. El restante volumen que ya es pequeño, se vende a los grandes consumidores tales como los supermercados o sale afuera de Santa Cruz. Este volumen es de 7×10^3 ton/ año (3%) y 3×10^3 ton/ año (1%).

Los productores hacen una venta directa de 47×10^3 ton/ año (18%) y de 23×10^3 ton/ año (9%) a los minoristas del Mercado Abasto y a aquellos de otros mercados respectivamente, que es menos que el volumen transado por los mayoristas. En las Figuras A.2.3-1 y 2, se muestra el volumen de mercadeo y las cuotas en el Mercado Abasto, de la ruta de mercadeo en el año 1998.

3.3 Historia del Desarrollo de Mercado

En la etapa inicial del desarrollo histórico de los mercados de frutas y vegetales de Bolivia (en los comienzos de los años 1980s), MACA estableció varios mercados campesinos a través de procedimientos legales con el fin de que los agricultores vendan sus frutas y vegetales directamente al consumidor. Varios años después de la introducción de dichos mercados campesinos, los mercados municipales fueron autorizados legalmente por los gobiernos municipales de acuerdo a las leyes y regulaciones municipales. En estos mercados municipales, todos los productos, no solo las frutas y vegetales, eran manipulados por los mayoristas y minoristas. El Mercado Abasto se compone de un

mercado campesino y de un mercado municipal. Inicialmente los agricultores eran el partido que lideraba el mercado campesino. Sin embargo los agricultores fueron gradualmente excluidos del Mercado Abasto, debido a que el número de comerciantes, no solo de frutas y vegetales, fue creciendo año tras año, lo que hizo que el espacio para la venta directa de los campesinos se vuelva cada vez menor. La política de descentralización que rige actualmente en el gobierno Boliviano, fue una fuerza adicional que golpeó la influencia de los agricultores en el mercado campesino del Mercado Abasto. (Tabla A.2.3-1).

3.4 Ley y Regulaciones del Mercado

A continuación se muestran las regulaciones y leyes en el desarrollo y manejo /operación de los mercados campesinos, mercados municipales y del Mercado Abasto.

(1) Ley / Regulaciones en el Mercado antes de la etapa del P/M en el año 1994

1) Mercados Campesinos

a) Decreto Supremo No. 17921 de 1981

Este Decreto, autoriza a MACA adquirir un crédito del Banco Central de Bolivia con el objetivo de construir y equipar mercados campesinos a ser instalados en cada capital de departamento. El número total de Mercados serán 15 (quince).

b) Decreto Supremo No. 18057 de 1981

Este Decreto modifica el anterior señalando que el Gobierno Municipal será el encargado de la ejecución/implementación del mencionado Proyecto.

c) Decreto Supremo No. 18245 de 1981

Este Decreto, autoriza a MACA a delegar la administración de estos Mercados a uno de sus organismos dependientes, el que estará a cargo de la retención de los recursos generados por el Mercado, los mismos que servirán para pagar el crédito. Si este dinero fuera insuficiente, el mencionado agente debitará de una de las cuentas del Tesoro General de la Nación. MACA presupuestará estas entradas de acuerdo al plan de pago del crédito.

d) Resolución Ministerial No. 548/81 de 1981

Esta Resolución, autoriza a la Dirección Nacional de Mercadeo Agropecuario (DNMA), entidad dependiente de MACA, a implementar las funciones de organización y administración para las actividades del Proyecto de Mercados Campesinos en aspectos técnicos relacionados a la supervisión y contrato general.

e) Decreto Supremo No. 20015 & 20427 de 1984

Estos Decretos dictan/autorizan que los Mercados Campesinos construidos en las Capitales de Departamentos, se trasladaran de MACA a la Federación de Campesinos, de tal forma que estos últimos se encarguen de la construcción y comiencen sus operaciones en coordinación con MACA.

Los Mercados Campesinos en La Paz, Cochabamba, Oruro, Potosí, Sucre y Tarija serían transferidos a sus respectivas Federaciones Campesinas Departamentales.

f) Decreto Supremo No. 20136 de 1984

Este Decreto, apunta al establecimiento del Comité Administrativo Departamental para los Mercados Campesinos. Este Comité está compuesto por miembros representantes de: Federación Sindical Unica de Trabajadores Campesinos de Santa Cruz (FSUTCSC), Corporación Agraria Campesina (CORACA), MACA, Corporación Regional de Desarrollo y el Gobierno Municipal. Se otorga el poder de decisión a: FSUTCSC y CORACA.

g) Decreto Supremo No. 21493 de 1987

Este Decreto señala que el Comité de Administración Departamental se reorganiza en los Consejos Regionales de Abastecimiento y Mercadeo Agropecuario (CRAMA). Los miembros de CRAMA son: MACA, Corporación de Desarrollo Regional, Gobierno Municipal, FSUTCSC y la Asociación de Productores.

2) Mercados Municipales

Ley Orgánica de Municipalidades del 10 de Enero de 1985

El Gobierno Municipal estará a cargo de la construcción, administración y mantenimiento de los mercados municipales

3) Mercado Abasto

a) Regulaciones acerca de la administración del Mercado Abasto por CRAMA, 1987

Las regulaciones acerca de la administración del Mercado Abasto fueron planeadas por CRAMA, y concretamente solo una regulación se refiere/dirige a la función y administración de la estructura del mercado campesino Abasto.

Esta regulación se dirige/enfoca en los siguientes puntos: administración y organización, comité administrativo, recolección y anuncio de la información de mercadeo, registro de usuarios, criterios de selección para los usuarios, inspección de los productos, sistemas de ventas, formas de pagos y reglas a ser formuladas como la entrada, circulación y parqueo de vehículos, sistemas de cobros para los usuarios, la utilización de las instalaciones y la prohibición/penalización,... etc.

Este plan de regulaciones implica solo al mercado campesino Abasto, no obstante, no se ha aplicado e implementado hasta el momento.

b) Ordenanza Municipal No. 21/90

De acuerdo a esta Ordenanza y considerando la necesidad de un mercado campesino y/o un mercado mayorista así como la urgente necesidad de un apropiado plan de programación, organización e implementación del mercado municipal, el Consejo Municipal dictó las políticas generales para los mercados municipales, que se citan a continuación:

- implementación de un plan piloto para el traslado/relocalización de los comerciantes (no solo de productos agrícolas, sino también otros productos) del Mercado Abasto a la UV 30 y 54.
- la planificación y coordinación conjunta con las diferentes asociaciones y cooperativas.
- la función de los mercados campesinos y/o mayoristas.
- investigación de un sistema de abastecimiento para los productos y la construcción del mercado.
- comunicación de las políticas del mercado al público en general.

(2) Ley / Regulaciones en el Mercado, en la etapa del E/F del año 1998

Después de la etapa del P/M de 1994, no ha aparecido ley nueva/ regulaciones en lo que concierne a mercado a nivel departamental y nacional, a excepción de la Ley de Descentralización.

1) Descentralización Administrativa, Ley No. 1654 de 1995

a) El Gobierno Central confiere a la Prefectura algunos poderes entre los que se cuentan:

- Programas para trabajos municipales.
- Otras cuestiones relacionadas al Gobierno Municipal.
- Canalizar requerimientos entre los Gobiernos Municipales
- Dictaminar resoluciones administrativas, contratos y acuerdos, delegar y descentralizar tareas administrativas.

b) El Gobierno Central confiere los poderes siguientes al Consejo Departamental:

- Realizar acuerdos interinstitucionales.
- Promover la coordinación con Gobiernos Municipales y otras instituciones dentro de su jurisdicción.

Después de la Ley de Descentralización no es necesario un Decreto Supremo como el No. 21493 para el establecimiento de CRAMA, pues una Resolución Prefectural establecida por el Consejo Departamental es suficiente para el establecimiento de una institución similar a CRAMA.

2) Mercados Municipales

a) Resolución Municipal No. 360/95 de 1995

Aprueba la aplicación del Sistema de Usufructo para la "Asociación de Comerciantes 15 de Febrero", en el mercado La Ramada.

b) Resolución Municipal No. 160/96 de 1996

División de una parte del nuevo edificio del mercado Mutualista construido por el Gobierno Municipal para la Asociación "Trece de Agosto"

3) Mercado Abasto

a) Expansión del área de parqueo por medio de la Ordenanza Municipal No. 55/95 de 1995

Esta Ordenanza autoriza la expropiación de un bien con la extensión de 12.108 mts². Este lugar se encuentra en los alrededores del Mercado Abasto (Pirai) y será usado para la expansión y ordenamiento del mencionado mercado. Esta Ordenanza fue implementada. El mencionado Bien público actualmente está siendo usado como un área de parqueo para camiones grandes que transportan frutas (bananas, cítricos, etc.) y como asentamiento de varios puestos para mayoristas y minoristas.

- b) Preparación de las regulaciones del Mercado Abasto (mercado mayorista campesino)

El Comité de Coordinación y Seguimiento del P/M ha preparado y realizado algunos reglamentos para el Mercado Abasto realizadas por CRAMA y tiene planeado una regulación preliminar para la administración de los mercados mayoristas a fines de agosto de 1998, el cual ya ha sido transmitido al Consejo Municipal para su revisión el 27 de agosto de 1998.

El contenido principal de esta regulación trata del comité de dirección, estructura del cuerpo director, recolección y distribución de información de mercado, registro de usuarios, inspección de productos, sistema de ventas, formas de pago y reglas a ser formuladas con respecto al ingreso, circulación y parqueo de vehículos, sistema de cobro para los usuarios, utilización de las instalaciones y prohibiciones/penalidades, etc. Con respecto al procedimiento legal de la regulación del Mercado Abasto, esta regulación no se estableció en concordancia con la ley por lo que el Comité Coordinadora y el Gobierno Municipal se encuentran investigando para autorizar su carácter legal.

3.5 Organización/ Institución de Mercadeo Agrícola Relacionada

- (1) Organización/ Institución Relacionada en la etapa del P/M de 1994.

El resumen de las organizaciones relacionadas al mercadeo de frutas y vegetales:

- 1) El Gobierno Central

Las funciones del MACA se han traspasado al SNAG del Ministerio de Desarrollo de Recursos Humanos que se hizo cargo del manejo de las políticas agrícolas. Bajo el control del SNAG, surgió el CIAT y se adhirió a la promoción agrícola aparte de la investigación que la UPRA de Cordecruz había ejecutado en los años pasados.

- 2) Gobiernos Locales

- a) Gobiernos Locales: Básicamente, la ejecución de proyectos se traspasó a los Gobiernos Municipales, colaborados por CORDECruz. El Gobierno Municipal de Santa Cruz se hizo cargo de la construcción, administración y mantenimiento de los mercados municipales.
- b) CORDECruz: Esta institución se hizo cargo de la elaboración de proyectos de desarrollo, desde su planificación hasta su ejecución final, en toda el área del departamento de Santa Cruz. Cordecruz estaba limitada a la difusión y debía ajustarse a los lineamientos de los créditos o ayuda internacional.

3) ASOFRUT

ASOFRUT otorga la asistencia técnica, la mejora de calidad, producción e información sobre mercado.

(2) Organización/ Institución Relacionada en la etapa del E/F en el año 1998

1) Gobierno Central

SNAG fue convertido en MACA considerando la importancia de la producción y mercado de los productos agrícolas.

2) Gobierno Local

CORDECRUZ se transformó en Prefectura Departamental de Santa Cruz de acuerdo a la política de descentralización de 1995.

3.6 Organización/ Institución de Manejo del Mercado Abasto

(1) Organización/ Institución de Manejo en la etapa del P/M en el año 1994 (refiérase a la Tabla A.2.3-2)

- a) Una ordenanza municipal del Gobierno Municipal de Santa Cruz decidió el lugar de construcción del Mercado Abasto en el año 1978, pero no fue hasta el año 1983 que la construcción del Mercado Abasto se acordó por medio de un acuerdo interinstitucional entre MACA y el Gobierno Municipal. Se acordó por ambas partes que la construcción este localizada entre el 3er Anillo y la Avenida Piraí. Para tener una mejor operación, se acordó en tener solo una administración para las instalaciones y servicios del mercado completo, sujeta a regulaciones especiales. En el año 1983, se construyeron dos edificios en el interior del lugar del Mercado Abasto con fondos de Argentina.
- b) En 1987, CRAMA se estableció en Santa Cruz como la organización en el cargo de gestión del Mercado Abasto. Los miembros de CRAMA son: Corporación Regional de Desarrollo de Santa Cruz (CORDECRUZ), MACA, FSUTCSC y ASOFRUT.
- c) Debido a la solicitud hecha por CRAMA en el año 1990, la estructura básica dentro del Mercado Abasto fue desarrollada/consolidada por el Fondo social de Emergencia (FSE) de Bolivia, la Corporación de Desarrollo Regional de Santa Cruz (CORDECRUZ) y el Gobierno Municipal.
- d) En el año 1990, el Gobierno Municipal de Santa Cruz aprobó que la Cooperativa 2 de Junio construya una edificación dentro del Mercado Abasto por medio del sistema de USUFRUCTO. Desde entonces el Mercado Campesino y el Municipal han existido legalmente codo a codo dentro del Mercado Abasto.
- e) Las actividades de CRAMA duraron hasta 1990. La dirección/manejo del Mercado Abasto se ha detenido en la actualidad debido a la existencia de desacuerdos políticos concernientes a intereses individuales.
- f) El Mercado Abasto era operado y manejado por el Gobierno Municipal y tres organizaciones privadas (FSUTCSC, ASPROA, Cooperativa 2 de Junio).

- (2) Organización/institución administrativa en la etapa del E/F en el año 1998 (refiérase a la Tabla A.2.3-2)

Debido a que CRAMA ya no estaba activa, la ley nacional que la estableció, se invalidó con la introducción de la Ley de Descentralización.

- 1) Establecimiento de un nuevo comité en lugar de CRAMA
 - El Comité de administración del Mercado Abasto fue creado en Julio de 1995 por un acuerdo interinstitucional de organizaciones importantes. No obstante este Comité no tenía carácter legal y desapareció al final del mismo año debido a la oposición de asociaciones de campesinos/trabajadores.
 - El Comité de seguimiento del Plan Maestro fue establecido por un acuerdo interinstitucional en reemplazo del Comité de O&M del Mercado Abasto en 1996. Este Comité tampoco tenía carácter legal. Después de eso, el mencionado Comité se transformó en el nuevo Comité de Seguimiento y Coordinación del Plan Maestro. Este Comité fue establecido por un acuerdo interinstitucional en noviembre de 1997. Los miembros de este Comité están compuestos por representantes de la Prefectura Departamental, Gobierno Municipal, CAO, ASOFRUT y FSUTCSC. Igualmente este comité aún no tiene carácter legal.
- 2) FSUTCSC y ASPROA se dividieron en siete asociaciones debido a sus malos manejos por la corrupción y discordias políticas. FSUTCSC ya no posee gran poder como antes, y solo una asociación está afiliada a este, mientras que las otras pertenecen a la Central Obrera Boliviana (COB). Para 1998, existen ocho organizaciones de usuarios; Cooperativa 2 de Junio, Asociación 19 de Marzo, ASOPROCA, ASPROA, ACPAMA, 24 de Septiembre, AIPPA y ASOPROCE. Cada organización maneja y opera su propia área del mercadeo.
- 3) Comité de Coordinación y Seguimiento del Plan Maestro

Los objetivos y funciones del mencionado comité se muestran a continuación:

 - a) Objetivo
 - Concertar las acciones y tareas necesarias para implementar el Plan Maestro en todas sus etapas;
 - Comprometer y asegurar recursos financieros materiales y humanos necesarios para este fin;
 - Formular las bases administrativas y operativas para el cumplimiento de las obligaciones y compromisos que permitan llevar adelante el funcionamiento de los sistemas que recomienden el estudio de factibilidad y el diseño final.
 - b) Función

Las instituciones participantes del presente convenio desempeñarán los siguientes roles:

i) Prefectura Departamental

Oficiará como institución contraparte directa de todos los estudios y la construcción de las obras en coordinación con la Alcaldía.

ii) Gobierno Municipal

Oficiará de contraparte en lo referente al reordenamiento del Mercado Abasto financiando todos los gastos de mejoramiento de su infraestructura. Preparará la reglamentación necesaria para el ordenamiento y funcionamiento del actual sistema de comercialización mayorista. Se compromete a dotar el terreno necesario y suficiente para la construcción del nuevo mercado según el diseño inicial y las ampliaciones futuras. Apoyará con toda la información necesaria para elaborar los diseños de construcción, normas, reglamentos, planos y fiscalización para las obras.

iii) CAO, ASOFRUT

Apoyarán a los equipos técnicos de la Contraparte de la Prefectura y de la Alcaldía en todo lo referente a la coordinación de las actividades a desarrollar en las diferentes instancias, gestiones de financiamiento, selección de terrenos en provincias para la construcción de los centros de acopio y apoyo técnico con personal para casos de emergencia. Al igual que las otras instituciones participantes del convenio, formarán parte del Comité Regional de Coordinación del Plan Maestro, supervisando todas las actividades que se desarrollen.

iv) FSUTSCS

Cumplirá las funciones de apoyo al trabajo que desarrollen los equipos técnicos de la Prefectura y de la Alcaldía, facilitando los trabajos de reordenamiento del Mercado Abasto, apoyando las disposiciones legales aprobadas por el Gobierno Municipal. También instruirán a sus asociados en provincias, el apoyo a los comités provinciales en todo lo referente a la puesta en marcha del nuevo sistema de comercialización construcción de centros de acopio, organización para el acopio, clasificación y despacho de productos, etc.

3.7 Instalaciones/Infraestructura y Operación/ Mantenimiento del Mercado Abasto en la etapa del E/F en el año 1998

(1) Instalaciones e infraestructuras (refiérase a la Tabla A.2.3-2)

1) Expansión del Area de Parqueo

El Gobierno Municipal estableció el área de parqueo para vehículos pesados en los alrededores del Mercado Abasto. Unos 10 camiones/día han utilizado esta área de parqueo. Esta medida ha sido efectiva para mitigar la congestión de tráfico vehicular del Mercado Abasto.

2) Las Instalaciones

En 1994, el edificio de la Cooperativa estaba en construcción y se completó en 1995. Su área de suelo aumentó de 7000 m² a 14000 m², y el número de secciones aumentó de 220 a 482. La mayoría de las secciones han sido

alquiladas a comerciantes tales como los mayoristas de tomate, abarroteros, vendedores de flores y vendedores de comestibles. En el edificio de la Cooperativa, los consumidores se han incrementado significativamente entre el año 1994 y el año 1998. En 1998, el número aumentó a 12 galpones. Además se pueden encontrar muchos puestos rústicos.

3) Infraestructura

a) Mejoramiento de la infraestructura básica

La infraestructura se ha mejorado basada en el Plan Maestro. El Gobierno Municipal rehabilitó la infraestructura al pavimentar algunas áreas dentro del mercado y el canal de desagüe que cubre el mercado a lo largo del 3rd anillo interno/ avenida Piraí. Este canal cubierto es útil para los peatones y se usa como área de estacionamiento para el consumidor y los taxis. El Gobierno Municipal invirtió US\$ 301.000 para estas rehabilitaciones.

b) Area de estacionamiento

Antes había espacios para estacionar cerca de 90 camiones. Ahora esos espacios disminuyeron a aproximadamente 50 camiones debido a la ocupación de los pasillos por minoristas pequeños.

c) Patio de basura

En 1994, existía un área de basura localizada en la esquina suroeste del mercado. En 1998, esta área se ocupó por tiendas de los comerciantes bananeros. De ahí que el área de basura esta dividida en tres espacios a lo largo de la avenida fuera del mercado.

4) Utilización de las instalaciones.

La Cooperativa 2 de Junio tenía su propio edificio en el mercado y se extendió mas en 1996.

La FSUTCSC y ASPROA ocuparon dos edificios principales cada uno y los utilizaron como puestos de venta para sus miembros en 1994. En 1998, la FSUTCSC no posee más poder influyente y su edificio es ocupado por la Asociación 19 de Marzo, ex-miembro de la FSUTCSC.

5) Número de puestos dentro del mercado

Aproximadamente 1300 puestos existían dentro del mercado entero en 1994. En 1998, el número ha aumentado a aproximadamente 2300. No hay más espacio para los nuevos comerciantes.

(2) Operación y mantenimiento

1) Operación y Mantenimiento por el Gobierno Municipal

El Gobierno Municipal carece de recursos humanos y financieros suficientes para llevar a cabo las tareas de mantenimiento del Mercado Abasto, establecidas por la Ley Municipal. Las tareas se mantienen iguales en 1998 como en 1994, y estas son: seguridad, control de precio y peso, control de circulación de vehículos, control sanitario, mediación de conflictos y recolección de basura.

En 1994, el Gobierno Municipal no hacía cobros por la entrada y parqueo de camiones, cosa que no ha cambiado en 1998.

El cobro para los comerciantes era Bs. 1 en 1994. A partir de 1996, se dejó de recolectar este cobro y permanece como tal en 1998.

Según el Director de Industria y Comercio, del Gobierno Municipal, que está a cargo de la administración del Mercado Abasto, está en consideración actual la recolección de una cuota anual a los comerciantes.

2) Operación y Mantenimiento por usuarios

Por otro parte las organizaciones de usuarios operan y manejan sus zonas. Sus tareas permanecen iguales en 1998 como en 1994, y ellas son: seguridad, limpieza, control de parqueo vehicular, mediación de conflictos y mantenimiento.

En 1994, los miembros de las organizaciones de usuarios pagaban Bs. 0.5 por día como socios. A partir de 1998, el cargo diario es Bs. 0.5 ~1, dependiendo de la magnitud de las organizaciones. Las organizaciones más grandes tienden a poseer mejores instalaciones que exigen mayor costo de mantenimiento. Desde 1994, las organizaciones de usuarios no cobraban por el ingreso de los camiones, actualmente se cobra Bs. 0.5 ~ 1 por día (los vehículos más grandes pagan más) por estacionar en su área.

3.8 Implementación de las Leyes y Regulaciones de las Operaciones y Manejo en el Mercado Abasto

Las leyes y regulaciones del mercado mayorista han sido en su mayoría inefectivas o parcialmente implementadas en el Mercado Abasto como lo muestra la Tabla A.2.3-3. Solo las regulaciones o leyes para el sistema de transacciones en las negociaciones directas, control de seguridad, mediación de conflictos y recolección de basura han sido efectivas. Se han implementado parcialmente regulaciones y leyes en la recolección de información de mercado, días de operación, control de precios y peso, control del ingreso, circulación, parqueo de vehículos y control sanitario. Las leyes y regulaciones importantes sobre la calificación y registro de los usuarios, el sistema de tarifas y la estandarización de los productos jamás fueron efectivas en años pasados.

3.9 Problemas y Temas en el Sistema de Mercadeo de Frutas y Vegetales

(1) Volumen Manejado en el Mercado Abasto

Al revisar la oferta, demanda y el volumen de entrada de productos, existe una tendencia a que el porcentaje del volumen de productos traídos desde afuera del departamento sea relativamente mayor en comparación al volumen de productos del interior del departamento. Además, se espera que esta tendencia aumente rápidamente una vez que Bolivia ingrese al MERCOSUR.

Aproximadamente un 90 por ciento del volumen de consumo de la Ciudad de Santa Cruz es manejado por el Mercado Abasto. No existe un mercado mayorista eficiente capaz de manejar este elevado porcentaje de distribución.

(2) Transacciones Comerciales en el Mercado Abasto

En la actualidad, la mayor parte de los productos entregados al Mercado Abasto son manejados por comerciantes. Según el P/M implementado en 1994, era una práctica común para los agricultores transportar y vender sus productos directamente en el Mercado. Sin embargo, con la promulgación de la Ley de Descentralización en 1995, la competitividad minorista de los agricultores de las áreas de producción disminuyó, también disminuyeron sus ventajas de acceso al mercado en correlación con la rápida urbanización. El mercado se ha visto atestado debido a un incremento en el número de vendedores informales (la mayoría son vendedores ambulantes). Todos estos factores han contribuido a una retirada de la ciudad de las actividades de mercadeo de los agricultores. La creciente mezcla de mayoristas, minoristas y comerciantes en el Mercado Abasto se ha convertido en un problema grave y ha complicado bastante los esfuerzos para mejorar la eficiencia en las operaciones mayoristas.

(3) Establecimiento de un Mecanismo de Fijación de Precios

El precio mayorista de productos en la Ciudad de Santa Cruz es más alto que el precio mayorista en otras áreas de Bolivia y es propenso a fluctuaciones extremas de temporada. Además, el precio mayorista es mucho más alto en Bolivia que en los países vecinos. Esto se debe a la escala más pequeña en las operaciones de las parcelas productoras que no logran igualar la creciente demanda por una mayor producción. Con la excepción de algunos cultivos, esto también es una señal de una disminución en el porcentaje de autosuficiencia de algunas operaciones agrícolas. El margen de ganancia de los mayoristas en el Mercado Abasto es fijo y no está sujeto a las fluctuaciones de precios. Esto se debe a una distorsión en la competencia mayorista.

(4) La Carga de los Costos del Transporte

El porcentaje del costo del transporte en el precio del producto desde el lugar de producción hasta el lugar de consumo es alto (en especial para productos que requieren un empaque rápido para mantener su frescura). La racionalización de las operaciones de transporte es un tema importante. El costo del transporte tonelada/km disminuye sucesivamente según la distancia y existe una tendencia de que las distancias de transporte se incrementen según los productos, incluyendo a los productos traídos de afuera del departamento.

(5) Contramedidas para Mejorar la Competitividad Internacional

Además de los temas de producción explicados en la sección "Temas y Necesidades de Desarrollo en la Producción", también hace falta un sistema legal y organizativo en el área de mercadeo.

El mercadeo se caracteriza por factores como pequeñas transacciones, la dificultad de asegurar un abastecimiento estable de productos, una falta de fijación de precios, competitiva, etc. Las transacciones de productos dependen de técnicas de control de calidad tradicionales y se emplean diversas unidades de peso. Resulta entonces esencial que la calidad y las unidades de peso sean estandarizadas.

Los conocimientos básicos de aspectos legales y organizativos del mercadeo de productos por parte del personal del gobierno, agricultores y comerciantes son inadecuados y en el pasado no han logrado obtener suficiente experiencia en estas áreas. La capacitación e instrucción adecuadas para el personal relevante son esenciales para mejorar la competitividad internacional al implementar un sistema sistemático y organizado de

mercadeo, y al establecer un uso comunitario de las instalaciones de producción y mercadeo. Junto con estas actividades de instrucción y capacitación, también se necesita un sistema de inspección para los productos importados y exportados.

(6) Condiciones Socioeconómicas

Aunque el nivel de ingresos promedio de los agricultores que producen cultivos es mayor que el ingreso promedio del ciudadano boliviano, la desigualdad de ingresos entre agricultores es grande, debido a las diferencias en la escala de las operaciones agrícolas. Además, la escala de las operaciones de los comerciantes es pequeña y la diferencia en el nivel de ingresos entre agricultores y comerciantes es mínima. Un tema importante es racionalizar el sistema de mercadeo en los lugares de producción y también el sistema de consumo al organizar a los pequeños agricultores y comerciantes.

Las razones principales de por qué los intentos de organizar a los agricultores y comerciantes no han tenido éxito son la desconfianza de los agricultores/comerciantes en las partes responsables de manejar la organización, el manejo poco claro del sistema financiero y la falta de conocimientos técnicos acerca de manejo organizativo.

INGRESO DE LOS AGRICULTORES EN EL AREA DE LOS VALLES (1998)

Unidad: Bs.1000

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	promed
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

Observación: 1) "Estudio socioeconómico" (Agosto 1998) para el Estudio de Factibilidad
 2) (1)Mairana (2)Samaipata (3)Pampa Grande (4)Comarapa (5)San Isidoro (6)Saipina (7)Vallegrande
 3) Pequeña escala (<2.0ha) mediana escala (2.0 - 5.0ha) gran escala (5.0ha)
 4) Basado en los datos de ASOHFRUT respecto a las área cultivadas y regadas del Area de los Valles

Ingreso de los Agricultores/Comerciantes y sus Gastos Domésticos (1998) unidad: Bs.

	Ingreso Anual			Gastos Domésticos		
	Promedio	Min.	Max.	Promedio	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.

(7) Sistema Legal y Operaciones en el Mercado Abasto

El Mercado Abasto es un mercado urbano (mercado público) y un mercado campesino establecido conforme a una ordenanza municipal de Santa Cruz basada en la ley del MACA. Al integrar estos dos tipos diferentes de mercados en una entidad, se ha creado una confusión tanto legal como operativa. Varias veces en el pasado, se realizaron intentos por redactar un sistema legal que administre las operaciones del mercado, pero nunca fue implementado. Además CRAMA, el comité operativo poco efectivo que supervisaba al Mercado Abasto, inevitablemente desapareció después de la promulgación de la Ley de Descentralización. Como resultado, el Mercado Abasto ha continuado existiendo como un mercado sin reglamentación y segmentado, que opera según los intereses de los diversos grupos de usuarios.

4 PLAN DE DESARROLLO DEL NUEVO MERCADO MAYORISTA Y MERCADO ABASTO

4.1 Selección del Lugar para el Nuevo Mercado Mayorista

Se ha adoptado la metodología (métodos de ranking de criterios) que identifica el carácter de cada lugar del proyecto, en base a varios criterios para seleccionar solo un lugar para el Nuevo Mercado Mayorista.

4.1.1 Selección del Area

(1) Lugares Posibles para el Proyecto

1) Lugar propuesto por el Gobierno Municipal en el Plan Maestro de 1994

Respecto al lugar propuesto en el año 1994 por el Gobierno Municipal para el Nuevo Mercado Mayorista (a 13 kilómetros sudeste del centro de la ciudad y a lo largo de la Ruta 4), se ha dado que desde julio de 1998, un inversionista privado ha empezado trabajos de preparación del terreno para su proyecto de viviendas que incluye además un mercado campesino para frutas y vegetales.

2) Sitio propuesto de proyecto por la Consejo del Plan Regulador del Gobierno Municipal en 1998

A mediados de Agosto 1998, el Consejo del Plan Regulador del Gobierno Municipal propuso la UV 189 (área residencial: 8 Km sudeste del centro de la ciudad) como el único lugar posible para el proyecto.

3) Lugares Propuestos Posibles

Como se dijo anteriormente, los siguientes dos lugares fueron seleccionados para ser evaluados como la alternativa para el lugar del proyecto del Nuevo Mercado Mayorista en la Fase 1 del Estudio.

Lugar Propuesto No. 1: U.V. 189 (área residencial) que encara tanto la Ruta 4 como el limite Sur - Oeste de la ciudad (a 8 kilómetros Sur - Oeste del centro de la Ciudad de Santa Cruz)

Lugar Propuesto No. 2: Lugar en la Ciudad de La Guardia (lugar propuesto por el Plan Maestro de 1995, sobre la Ruta 4 y a 13 kilómetros Sur - Oeste del centro de la Ciudad de Santa Cruz)

La ubicación de estos dos lugares propuestos se muestra en la Figura A.2.4-1. El área total, las condiciones y la infraestructura presentes en los alrededores de estas dos alternativas se muestran en la Tabla A.2.4-1.

(2) Criterio y evaluación de la selección del lugar

Se prepararon doce (12) ítemes de criterios de selección (incluyendo varios ítemes de sub-criterio) mostrados a continuación para la selección del lugar.

1) Posición del desarrollo del Nuevo Mercado Mayorista

La posición de cada lugar alternativo será identificada en la estructura de los planes de desarrollo departamental, como sigue:

- i) PDM de la Ciudad de Santa Cruz
- ii) PDM de la Prefectura de Santa Cruz
- iii) Lineamiento del Plan de Desarrollo Metropolitano de la Prefectura de Santa Cruz

2) Accesibilidad para los proveedores de productos

La accesibilidad desde las principales rutas de entrada ej. Ruta 4 (Area Oeste de los Valles), Ruta 7 & Ruta 9 Norte (San Juan / área de tierras bajas), Ruta 7 y Ruta 9 Norte (Cochabamba), Ruta 4 Este (Región de Cotoca) y Ruta 9 Sur & 6 (Argentina / Paraguay); son evaluadas en sub-criterios desde el punto de vista del proveedor de productos al igual que la accesibilidad al sistema férreo para el Brasil.

3) Accesibilidad para los usuarios del mercado mayorista en el área de consumo (para comerciantes moradores y minoristas en Santa Cruz)

La proximidad a Santa Cruz y la accesibilidad del sistema de transporte publico para los comerciantes moradores, deben ser evaluados en los sub-criterios.

4) Habilidad de manejo/ mantenimiento de las instalaciones por parte del Gobierno Municipal

El Equipo de Estudio, determinó evaluar la habilidad de manejo del Gobierno Municipal como una institución de mantenimiento a la cual el lugar del proyecto pertenece; debido a que existe una gran posibilidad de que el método de mantenimiento de una Comisión Metropolitana tal como CRAMA, no funcione en el mercado mayorista.

Por ende en los sub-criterios se evalúa la habilidad financiera, la organización y su recurso humano, así como la experiencia en proyectos similares del Gobierno Municipal.

5) Habilidad de manejo de los usuarios de la organización:

La habilidad de operación de la organización, dependerá de sus miembros dominantes. De acuerdo con la habilidad de coordinación/organización, las habilidades financieras y de manejo serán evaluadas en los sub-criterios al anticipar los miembros dominantes (asociaciones de campesinos, compañías privadas, comerciantes mayoristas, asociaciones de supermercados, .. etc.)

Es necesario considerar en concreto el siguiente ítem.

- En el caso de la UV189, los comerciantes de gran escala y las asociaciones de supermercados supuestamente se unirán a la operación como miembros dominantes adicionalmente a los mayoristas calificados elegidos entre aquellos que actualmente utilizan el Mercado Abasto.

- En el caso del lugar en la ciudad de La Guardia, los agricultores de pequeña escala serán los miembros dominantes y estos organizarían el manejo del Nuevo Mercado Mayorista.
- 6) Sustentabilidad:
- En los sub-criterios se evalúa la inestabilidad y/o dificultades en la coordinación en la relación entre el Gobierno Municipal, organizaciones de usuarios y usuarios.
 - La sustentabilidad que consiste en la experiencia de la institución de mantenimiento es también evaluada.
- 7) Condición del lugar
- En los sub-criterios se evalúa las condiciones de infraestructura que incluyen servicios públicos para cada lugar de proyecto.
- 8) Adquisición de terrenos, etc.:
- En los sub-criterios se evalúan las dificultades en la adquisición de terrenos, la necesidad de la preparación a gran escala de terrenos y la necesidad de los trabajos de preparación para la infraestructura.
- Es necesario considerar los siguientes ítemes:
- En caso de la UV189, es necesario considerar que el gobierno municipal debe tomar la iniciativa de expropiar los terrenos privados, preparar el presupuesto necesario y cambiar la zona planificada existente de un área residencial a un área adecuada para un mercado mayorista.
- 9) Vinculación con proyectos relacionados:
- Es necesario evaluar la presencia/influencia de la vinculación con otros proyectos privados que hacen relación con la comercialización de productos agrícolas.
 - En el caso de la UV189 y del lugar en la ciudad de La Guardia, es necesario considerar el vínculo existente con proyectos privados para mantener condiciones de mercadeo competitivos al reducir el control monopolístico del sector privado.
- 10) Asesoría de Impacto Ambiental:
- Es necesario considerar las condiciones futuras del Mercado Abasto existente, como las del Nuevo Mercado Mayorista.
- a) Impacto Social
- El impacto social que se dará en las personas relacionadas deberá ser evaluado en los sub-criterios. Las principales personas relacionadas se anticipan a continuación :
- Personas en el área de producción: pequeños campesinos, mujeres vinculadas con el transporte en pequeña escala, agricultores de gran escala, agricultores Japones-Bolivianos en San Juan, transportistas, intermediarios.

- Personas en el área de consumo: comerciantes, comerciantes importadores/exportadores, intermediarios, minoristas, consumidores, habitantes vecinos.

b) Impacto Ambiental

En los sub-criterios se evalúan los impactos en la contaminación acústica, contaminación del aire, contaminación del agua, contaminación del suelo y problemas de basura/polvo.

11) Evaluación del proyecto:

Para la evaluación del proyecto, es necesario llevar a cabo evaluaciones económicas y financieras, y evaluaciones de la redistribución del ingreso entre los beneficiarios hacia la organización de manejo y usuarios. La organización de manejo significa el Gobierno Municipal. Por otra parte, "usuarios" incluyen cooperativas de operación y sindicatos de transporte.

- En el caso de la UV189, se necesitará la inversión de fondos públicos para las instalaciones.

12) Transferencia efectiva de tecnología:

Es necesario evaluar si es que la transferencia tecnológica a las personas relacionadas mencionadas en el criterio-j (sin contar a los habitantes vecinos) se dará efectivamente o no. Dependerá de la localización del lugar y de los participantes (usuarios de las instalaciones).

(3) Prioridad del lugar propuesto

Los resultados de la categorización de prioridades para cada lugar se muestran en las Tablas A.2.4-2 ~ 2.4-3.

1) Características generales

El resultado de "Posición del desarrollo del Nuevo Mercado Mayorista" muestra que solo el lugar en la Ciudad de La Guardia obtuvo el puntaje más alto y refleja el hecho de que no existe posición alguna sobre el Nuevo Mercado Mayorista en el PDM de la Ciudad de Santa Cruz y en el de la Prefectura, sin embargo solo el Lineamiento del Plan Metropolitano enfatiza la necesidad de una fuerte relación entre Santa Cruz y La Guardia.

En el resultado de "Accesibilidad para los abastecedores de productos", ambos UV189 y la ciudad de La Guardia tuvieron puntuación alta.

El resultado de "Accesibilidad de los usuarios del mercado mayorista en el área de consumo", muestra que solo el lugar en la Ciudad de La Guardia tiene poca accesibilidad debido a su lejanía para los usuarios de la Ciudad de Santa Cruz.

El resultado de "Habilidad de manejo del mantenimiento de las instalaciones del Gobierno Municipal" muestra la extremadamente baja capacidad de La Ciudad de La Guardia donde está localizado un lugar del proyecto y refleja la diferencia existente entre gobiernos municipales de La Guardia y Santa Cruz.

El resultado de "Habilidad de manejo de los usuarios", muestra una gran diferencia en el puntaje. Esto refleja los hechos que se presentan a continuación:

En el caso de la UV 189, varios miembros que poseen la habilidad para el trabajo de la operación serán seleccionados para ser miembros de la organización.

En el resultado de "Sustentabilidad", el puntaje de la ciudad de La Guardia es bajo. Esto refleja la inestabilidad del cuerpo de operación.

En el resultado de "Condiciones del Lugar" no existe diferencia entre los dos lugares.

En el resultado de "Adquisición de terrenos" solo el lugar en la Ciudad de La Guardia mostró un puntaje extremadamente alto. Esto refleja la facilidad existente en la adquisición de terrenos en el lugar privado y la dificultad de esta operación en el otro.

En el resultado de "Vinculación con proyectos relacionados" ambos sitios muestran el puntaje mas alto debido a que en este caso en especial, se requiere de la coordinación cuidadosa del sector privado.

En el resultado de "Asesoramiento de Impacto Ambiental", ambos sitios muestran consistentemente puntajes medianos - altos.

En el resultado de "Evaluación del proyecto", el puntaje de la U.V. 189 es levemente mayor debido a sus altos puntajes comparativos tanto en la evaluación económica como en la evaluación de equidad.

En el resultado de "Transferencia efectiva de tecnología", el lugar en la Ciudad de La Guardia mostró un puntaje extremadamente bajo debido a su lejanía de las personas relacionadas quienes son principalmente los moradores de la ciudad de Santa Cruz, como era de esperarse.

2) Lugar para el proyecto que puede recomendarse

Tomando en consideración el ranking de cada sitio en los criterios, y tomando atención especial a "Accesibilidad para los usuarios", "Habilidad de manejo del gobierno municipal y de las organizaciones de usuarios" y "Sustentabilidad", la UV 189 de la ciudad de Santa Cruz es supuestamente el lugar a ser recomendado.

4.1.2 Decisión del Lugar para Nuevo Mercado Mayorista

En la reunión oficial de 30 de Octubre de 1998 de la Fase II del Estudio, el Plan Regulador mostró dos alternativas en la UV 189 de la ciudad de Santa Cruz (Lote A y Lote B mostrados a continuación) como los posibles lugares para el Nuevo Mercado Mayorista. En un principio, el Equipo de Estudio recomendó el Lote A a la Dirección de Desarrollo Sostenible (de aquí en adelante DSD) debido a que este lote encara directamente a la Ruta 4 por ende es muy conveniente para los usuarios. Sin embargo la DSD esperaba que se hubiera elegido el Lote B debido principalmente a que se preveía confusión en el trafico de la Ruta 4, para el caso del Lote A. Por ende, la DSD, el Plan Regulador y el Equipo de Estudio JICA discutieron este tema intensamente para llegar a la

conclusión que el Lote B era preferible. Después de dicho acuerdo entre las 3 partes, el lugar se cambió del Lote B al Lote C justo antes del establecimiento de la ordenanza por el Consejo Municipal de la ciudad de Santa Cruz, el 8 de Diciembre de 1998.

Todos los lotes alternativos mencionados son vecindantes y se localizan a unos 8 Km sudoeste del centro de la Ciudad de Santa Cruz, cerca de la Ruta 4 (Carretera Antigua a Cochabamba). Las características generales de estas alternativas se muestran a continuación (refiérase a la Figura A.2.4-2 y a la Tabla 2.4-4)

Lote A: Este lugar encara de frente a la Ruta 4, se localiza en el lado norte de esta vía principal (U.V. 189). El área total de terreno es de aproximadamente 13.5 ha. En esta alternativa existen muchas instalaciones (restaurantes, pequeñas tiendas, talleres mecánicos, casas quintas bien mantenidas, silos para cereales, y almacenes para apilar madera, etc.).

Lote B: Este lugar está localizado a aproximadamente a 400 m sudeste de la Ruta 4, al lado del Colegio Santa Cruz International School (U.V. 189), y encara una calle proyectada desde la Ruta 4. Su área total de terreno es de aproximadamente 9 ha. En el lugar se encuentran esparcidos varias viviendas primarias de ladrillo, tejerías, una pulpería, y una granja avícola.

Lote C: El Lote C está aproximadamente 1.4 Km. sudeste de la Ruta 4 (ZAPU Distrito-10, a lado de la U.V. 189), y encara una calle proyectada de la Ruta 4. El área total de terreno es de aproximadamente 10.7 ha. Casi toda el área del lugar está cubierta por pasto y además posee undulaciones. El lugar se usa parcialmente con fines agrícolas y en él además existen tejerías. En la frontera nordeste del lugar existe una diferencia del nivel de terreno de aproximadamente 1.5 m

El esquema del proceso de la determinación del terreno para el Nuevo Mercado Mayorista se muestra a continuación.

Oct. 30, 1998 La DSD y el Equipo de Estudio solicitaron al representante del Alcalde Municipal autorizar el lugar del proyecto para el Nuevo Mercado Mayorista. Por otra parte, el Plan Regulador mostró/explicó que poseían 2 lugares alternativos (Lote A y Lote B) en la U.V. 189. El representante del Alcalde Municipal acordó la autorización del lugar del proyecto, y se refirió a la necesidad de establecer una ordenanza para cambio de uso de suelo y expropiación para el lugar del proyecto. Este día el Prefecto del Departamento de Santa Cruz y el Alcalde Municipal aprobaron oficialmente que el estudio de factibilidad para el Nuevo Mercado Mayorista podía ser llevado a cabo en la U.V. 189 de la Ciudad de Santa Cruz, como parte de la minuta del Informe Intermedio del Estudio.

Nov. 10, 1998 La DSD y el Equipo de Estudio solicitaron al Presidente del Consejo Municipal realizar los arreglos de los procedimientos legales (cambio de uso de suelo o expropiación de terreno) para poder realizar los estudios topográficos de suelo y agua en el lugar. El Presidente del Consejo Municipal pidió a la DSD y al Equipo de Estudio los documentos formales sobre la localización específica del lugar y la recomendación de cual lugar era preferible. A estas alturas, el Equipo de Estudio tenía la opinión de que el Lote A era el mejor lugar para el Nuevo Mercado Mayorista debido a que encara directamente a la Ruta 4, lo que lo hace muy conveniente para su operación y para los usuarios.

- Nov. 11, 1998 La DSD envió una carta formal de recomendación al Presidente del Consejo Municipal. En esta carta el Lote B era recomendado.
- Nov. 17, 1998 La DSD solicitó a la sección de Obras Mayores de la Municipalidad datos específicos de los trabajos llevados a cabo en la Ruta 4 y sobre cual lugar es preferible considerando las condiciones futuras del tráfico en la Ruta 4.
- Nov. 23, 1998 La DSD recibió la carta formal enviada por Obras Mayores de la Municipalidad. Esta explicaba que el lugar preferible era el Lote B.
- Nov. 25, 1998 El Plan Regulador, la DSD y el Equipo de Estudio JICA confirmaron que el Lote B es preferible al Lote A para el Nuevo Mercado Mayorista, debido a que se preveían los atascamientos en el tráfico causados por el flujo de los camiones de alto tonelaje hacia/desde el lugar y el asentamiento ilegal de vendedores ambulantes en los alrededores. Otro posible problema lo representaba el flujo de aguas servidas del mercado mayorista hacia el sistema de drenaje de la Ruta 4 para el caso del Lote B. Por otra parte, la DSD, el Plan Regulador y el Equipo de Estudio confirmaron la necesidad de construir calles de acceso desde la Ruta 4 al lugar. Estas deberán ser realizado por la parte Boliviana en el caso que se proceda con el Lote B. El Plan Regulador y la DSD entendieron que era necesario y urgente obtener la Ordenanza del Concejo Municipal para dar inicio a los procedimientos legales para la preparación del terreno con el objeto de que el Estudio pueda continuar.
- Nov. 27, 1998 La DSD y el Equipo de Estudio solicitaron al Presidente y a la Comisión de Mercado del Concejo Municipal autorizar tempranamente al Lote B y establecer las ordenanzas necesarias.
- Nov. 30, 1998 La DSD y el Equipo de Estudio solicitaron a la Comisión de Planificación Urbana del Concejo Municipal la autorización temprana del Lote B y establecer las ordenanzas necesarias.
- Dic. 1, 1998 La Oficina Matriz de JICA en Santa Cruz y el Equipo de Estudio pidieron al Prefecto del Departamento de Santa Cruz realizar las diligencias requeridas para la autorización del lugar y para el establecimiento de las ordenanzas. El Prefecto solicita al Alcalde Municipal y al Presidente del Concejo Municipal la autorización temprana del Lote B y establecer las ordenanzas necesarias.
- Dic. 2, 1998 El Concejo Municipal confirmó que el procedimiento legal necesario a ser realizado por el Alcalde Municipal para el acuerdo entre la DSD y el Equipo de Estudio firmado el 4 de diciembre de 1997, no estaba terminado. Por ende, el Concejo Municipal no pudo realizar la autorización del lugar/establecimiento de las ordenanzas en este día.
- Dic. 3, 1998 La DSD, el Plan Regulador y el Concejero del Alcalde Municipal solicitaron al Equipo de Estudio que acepte el nuevo Lote C como lugar para el Nuevo Mercado Mayorista considerando las dificultades predecibles respecto a la expropiación de terrenos en el Lote B. El Equipo de Estudio accedió a esta solicitud con la condición de que el

Gobierno Municipal se comprometa a construir las calles proyectadas desde la Ruta 4 y el Octavo Anillo.

- Dic. 4, 1998 El Concejo Municipal autorizó el Lote C como el lugar para el Nuevo Mercado Mayorista. Pero respecto a su localización detallada específica, solicitaron al Plan Regulador que reconfirme/realice la determinación final para el 8 de diciembre de 1998.
- Dic. 5, 1998 El Plan Regulador confirmó que el Lote C no está localizado en la U.V. 189, si no más bien en la ZAPU Distrito 10, y tomó la decisión final de que este sería el lugar para el Nuevo Mercado Mayorista.
- Dic. 7, 1998 El Plan Regulador informó la determinación explicada anteriormente a la DSD y al Concejo Municipal. Al recibir esta información, el Concejo enmendó la localización del lugar para el Nuevo Mercado Mayorista y empezaron con la preparación de las ordenanzas.
- Dic. 8, 1998 El Concejo Municipal estableció la ordenanza respecto a la expropiación y al cambio de uso de suelo para el Lote C como el lugar para el Nuevo Mercado Mayorista.

Los procedimientos explicados consumieron mucho esfuerzo y tiempo para llevarse a cabo. En un principio parecía que el Gobierno de la Prefectura Departamental y el Gobierno Municipal se oponían uno al otro. Sin embargo ya al final de estos procedimientos el Gobierno de la Prefectura Departamental, el Gobierno Municipal y el Concejo Municipal parecen haber congeniado al respecto.

El lugar para el Nuevo Mercado Mayorista de la U.V. 189 de la Ciudad de Santa Cruz fue aprobado por la parte Boliviana como parte de la minuta del Informe Intermedio del Estudio. Por ende se hace necesario clarificar en la minuta del Informe de Progreso 2 que se cambió el lugar del Nuevo Mercado Mayorista de la U.V. 189 a la ZAPU (al lado a de la U.V. 189)

4.2 Perfil del Plan de Desarrollo del Nuevo Mercado Mayorista

4.2.1 Concepto Básico de Desarrollo

(1) Objetivos

El Mercado Abasto existente, se compone tanto de un Mercado Campesino como de un Mercado Municipal que poseen diferentes antecedentes legales con funciones de mercado mayorista y minorista. Este mercado ha sido operado por cuerpos plurales de dirección/manejo, lo cual ha ocasionado complicaciones en sus operaciones.

Los objetivos de desarrollo del Nuevo Mercado Mayorista, son los de mejorar la eficiencia de las funciones mayoristas al separar las funciones mayoristas y minoristas, y luego establecer un cuerpo de dirección sistemático que posea reglas y reglamentos efectivos.

(2) Concepto de Desarrollo

Se desarrollará el Nuevo Mercado Mayorista que conecte las zonas de producción del departamento de Santa Cruz y las zonas proveedoras de fuera del Departamento con la

zona de consumo, cuyo centro es Santa Cruz Este mercado mayorista debe ser eficiente y justo para todos los usuarios. El proyecto basado en el plan de desarrollo siguiente debe ser realizado en torno a este objetivo de desarrollo.

- 1) La comercialización de frutas y vegetales para satisfacer las necesidades de los consumidores (El manejo de frutas y vegetales con los estándares apropiados de calidad desde su origen).
- 2) El incremento de una función mayorista eficiente y el beneficio de muchos usuarios en el mercado a través de la separación de las actividades mayoristas y minoristas
- 3) Hacer eficiente la función mayorista debido al mejoramiento cualitativo de las frutas y vegetales.
- 4) Calificación de los mayoristas e igualdad de la oportunidad de participación.
- 5) Formalización del sector informal de usuarios en el actual Mercado Abasto (emisión de licencia)
- 6) Desarrollo de una ley/regulación en el rango de lo posible
- 7) Obtención del consenso entre los gobiernos prefectural y municipal.

4.2.2 Balance de Oferta/Demanda de Frutas y Vegetales.

(1) Suposiciones para Proyecciones Futuras

Se debe estimar la población, para así cuantificar la demanda El porcentaje de incremento de la población en el Departamento de Santa Cruz es actualmente de 3.15% por año. Este porcentaje ha sido usado para estimar la población del Departamento, la cual será de 1,813,029 en el año 2000, de 2,052,492 en el año 2005 y de 2,396,778 en el año 2010. Al aplicar la figura del consumo per capita, que es de 314 Kg per capita año, la demanda de frutas y vegetales será de 569×10^3 ton en el año 2000, de 644×10^3 ton en el año 2005 y de 752×10^3 ton en el año 2010. Se estima que la demanda total del Departamento se incrementará en un 150 % de la demanda actual.

Se ha estimado que el porcentaje de crecimiento de la población en la Provincia A. Ibañez y en la Ciudad de Santa Cruz, es mayor al del Departamento, este porcentaje fue de 4.36% el 1996 y de 4.32% el 1997. Se ha realizado la suposición que este porcentaje será de un 4.30 % hasta el año 2000, de un 4.0% entre los años 2001 y 2005, y de un 3.5% entre los años 2006 y 2010. Estas estimaciones están resumidas en la Tabla A.2.4-5. La población en la Ciudad de Santa Cruz será de 1,438,979 en el año 2010, y la demanda de frutas y vegetales será de 451×10^3 t; lo que representa un 157 % más que la demanda actual.

La oferta de frutas y vegetales del área de los valles, se mantendrá al nivel actual para el año 2000, pero después se incrementará gradualmente conforme se construyan las instalaciones de riego, con lo que iría aumentando a 127×10^3 t (1.53 % incremento por año) en el año 2005 y a 145×10^3 t (2.36 % incremento por año) en el año 2010. La cuota de frutas ocupará gran parte del incremento.

La tendencia futura en la cantidad de oferta del área de las tierras bajas no esta tan clara. Esto se debe a que en la actualidad, la mayor parte de la tierra cultivable en el área esta

siendo usada para el cultivo a gran escala de caña de azúcar, grano de soja, arroz y maíz. Aparte de estos cultivos industriales, también se siembra bastante yuca y plátano, debido a que son cultivos empleados en la dieta tradicional. Muy poca tierra se usa para el cultivo de vegetales como el tomate o para la producción de cítricos. De estadísticas pasadas se tiene que la producción de plátano no se está incrementando, sino más bien se mantiene estable mientras que la producción de yuca aumentó ligeramente. La colonia Japonesa en San Juan, tiene la política de incrementar la producción de cítricos como un cultivo alternativo de ingreso.

En la Colonia no se tiene ningún plan de expansión en instalaciones de riego como es el caso del área de los valles por lo que se estima que el incremento de la producción será menor. Se espera una cantidad de producción para el año 2000 de 362×10^3 t, y de 380×10^3 ton (5 % de incremento) en el año 2005 y de 418×10^3 t (10 % de incremento) en el año 2010.

La cantidad de importación en la actualidad es de unas 10×10^3 ton por año compuesta en su mayoría por papas Argentinas y algunas manzanas Chilenas Esta cantidad se ha estimado para aumentar gradualmente desde el año 2000.

(2) Oferta y Demanda

La situación de oferta y demanda de frutas y vegetales en el Departamento de Santa Cruz se resume en las Tablas A.2.4-6, 7 y 8 respectivamente. El volumen de entrada de frutas y vegetales a la Ciudad de Santa Cruz se incrementará gradualmente.

4.2.3 Origen y Destino de Frutas y Vegetales

Se presume que la producción incrementada de frutas y vegetales se consumirá principalmente en el Departamento y en la Ciudad de Santa Cruz. Pero es justo decir que una gran parte de los productos producidos en las tierras bajas deberían tener su mercado afuera del Departamento, tales como la yuca y el plátano.

No obstante, el volumen de llegada desde fuera del Departamento hacia la Ciudad de Santa Cruz se incrementará rápidamente. Se ha estimado que el volumen total entrante al Departamento aumentará a 666×10^3 t en el año 2000, a 703×10^3 t en el 2005 y a 802×10^3 ton en el año 2010, comparado con el volumen existente que es de 617×10^3 t. Esto significa que la Ciudad ocupará un lugar muy importante en el comercio de frutas y vegetales. Las estimaciones se muestran en las Tablas A.2.4-9, 10 y 11.

4.2.4 Escala y Funciones de Nuevo Mercado Mayorista

(1) Nuevo Sistema de Mercadeo del Nuevo Mercado Mayorista

El nuevo sistema de mercadeo de frutas y vegetales se muestra en la Figura A.2.4-3 y 4.

La función mayorista será separada del actual Mercado Abasto en Santa Cruz y se establecerá un Nuevo Mercado Mayorista. El Abasto será refaccionado como un mercado minorista. Los productores de los Valles serán calificados para convertirse en mayoristas en el Nuevo Mercado Mayorista, formando cooperativas para recolectar y transportar sus productos a través de los centros de acopio y distribución al Nuevo Mercado Mayorista. El acopio y distribución de los productos de los valles, se hará a través de 7 centros de acopio/distribución. Las organizaciones campesinas que usen estos centros podrán asegurar su lugar de venta en el Nuevo Mercado Mayorista.

Se tomarán en consideración como mayoristas a nuevos grupos objetivo que no eran usuarios del actual Abasto, además de mejorar el sistema tradicional de mercadeo. Entre los grupos mencionados, las cooperativas agrícolas de los llanos (CAISY y CAICO) y la asociación de supermercados, han expresado su deseo de participar en el Nuevo Mercado Mayorista. El uso del Nuevo Mercado Mayorista, del sistema de acopio/distribución y la transferencia de tecnología para la operación del mercado apoyarán al desarrollo del área de producción. Esto contribuye a establecer un sistema de mercadeo de frutas y vegetales internacionalmente competitivo, incluyendo el mejoramiento de la calidad para la participación de Bolivia en el MERCOSUR. Productores de pequeña escala, individuales o grupales, obtendrán también una oportunidad para vender sus productos a los consumidores finales.

(2) Proyección del Volumen de Mercadeo a través del Nuevo Mercado Mayorista y el actual Mercado Abasto

Suposiciones

- Diez por ciento del volumen comercializado total no pasará por el Nuevo Mercado Mayorista y el Mercado Abasto, pues será distribuido directamente a otros mercados.
- Los productos provenientes de fuera del departamento de Santa Cruz serán transportados principalmente al Nuevo Mercado Mayorista.
- El volumen restante se dividirá entre el Nuevo Mercado Mayorista y el Mercado Abasto como parte del volumen de ingreso del área de los valles y llanos principalmente.

Del volumen total de frutas y vegetales comercializado actualmente en el Mercado Abasto, 61% es comercializado al por mayor del cual 52% es comercializados por mayoristas y el 9% por venta directa de los campesinos. El restante 39% es vendido al menudeo por mayoristas, minoristas y campesinos, y se espera que sea el porcentaje comercializado en el Abasto después del establecimiento del Nuevo Mercado Mayorista. Se mantendrán en adelante el volumen transferido al Nuevo Mercado Mayorista y el volumen menudeado restante en el actual Abasto.

Los mayoristas del NMM no solo estarán compuestos de aquellos transferidos del Mercado Abasto existente pues también podrán participar como mayoristas las organizaciones de pequeños y grandes agricultores y las asociaciones de supermercados. Subsecuentemente el volumen manipulado por los mayoristas de frutas y vegetales se incrementará de un 61% en la actualidad a un 70% en el futuro gracias a la transferencia de la función mayorista desde el Mercado Abasto al NMM.

Los volúmenes de mercadeo a través del NMM y del Mercado Minorista Abasto para los años 2000, 2005 y 2010 se muestran en las Figuras 3-5 ~ 3-7 y en la Tabla 3-15. De acuerdo a estas figuras y tabla, los volúmenes de mercadeo a través del NMM se estiman en 205×10^3 , 239×10^3 , y 284×10^3 t/año en 2000, 2005 y 2010 respectivamente. Se estimaron los volúmenes de mercadeo por origen de los productos principales a través del Nuevo Mercado Mayorista, Mercado Abasto y otros mercados en el 2005 y 2010. Los resultados de dicha estimación se muestran en las Tablas A.2.4-13 ~ A.2.4-16.

Por otro lado, los productos manejados en el Mercado Abasto llegarán a la suma de 103×10^3 t/año en el 2005 y 122×10^3 t/año en el 2010, procedentes de los valles y llanos

Cruceños y de fuera del Departamento. Estas cantidades se acercan al 50% del volumen total que ingresa al Nuevo Mercado Mayorista. 40% del volumen total que ingresa al mercado minorista Abasto, provendrá de los llanos Cruceños y 35% de fuera del Departamento. No ingresará producto alguno proveniente de otros países. Los productos originarios de los valles Cruceños totalizarán un 25% del volumen total entrante.

El destino y volumen de los productos que salen del Nuevo Mercado Mayorista se muestran en las Figuras A.2.4-8. Cerca del 60% del volumen manejado en el Nuevo Mercado Mayorista será transportado al mercado minorista Abasto y 35% a otros mercados. El 3% restante será vendido a los grandes consumidores/supermercados y 1% será llevado fuera del Departamento.

4.2.5 Sistema de Información de Mercadeo

(1) Objetivo

El objetivo al establecer el sistema de información es de recolectar y proveer información del Nueva Mercado Mayorista para los productores a través de los Centros de Acopia y Distribución u otros canales.

(2) Perfil del Sistema de Información de Mercadeo

Contenido de la información de mercadeo: Se necesitará recolectar y preparar la siguiente información/datos de mercadeo.

- 1) Precios mínimos y máximos por producto y grado.
 - 2) Cantidad de información (Cantidad comercializada y su origen).
 - 3) Tendencia de precios y de cantidad comercializada.
- (3) Destinos de Información Enviada**
- 1) Centro de Acopio y Distribución dentro del área de producción en el Departamento de Santa Cruz.
 - 2) Productores individuales, asociación de productores dentro y fuera del Departamento de Santa Cruz
 - 3) mayoristas dentro del mercado

(4) Modo de Transmisión

Internet fax, teléfono, publicación a través del boletín de información y radio.

(5) Método de Análisis y Procesamiento de Datos

Se introducirá el sistema de computación. El plan del sistema de información de mercado se muestra en la Fig A.2.4-9.