

# PERCEPCIONES SECTORIALES DE LA PROPUESTA METROPOLITANA: CENTROS DE ACOPIO

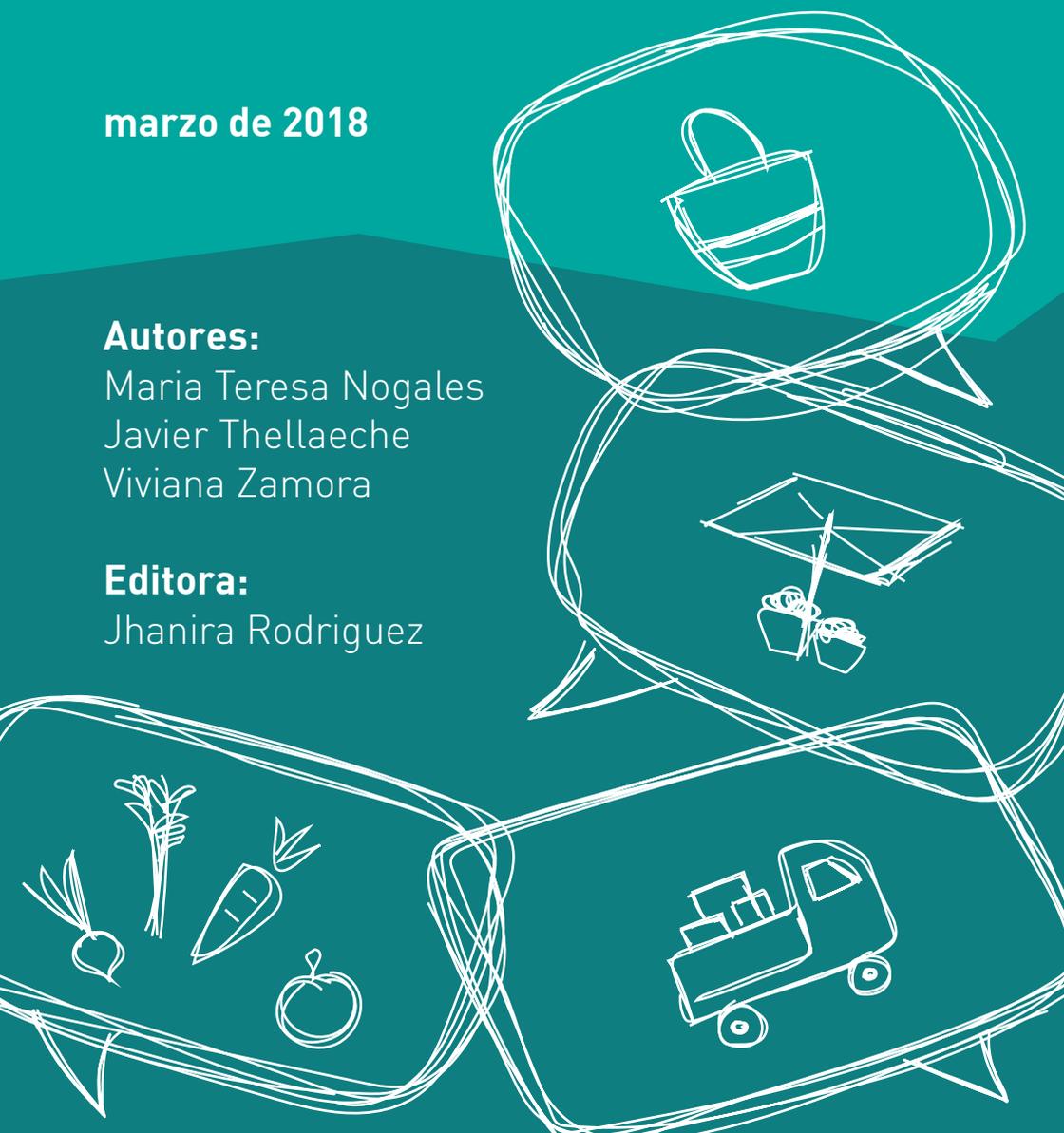
marzo de 2018

## **Autores:**

Maria Teresa Nogales  
Javier Thellaeche  
Viviana Zamora

## **Editora:**

Jhanira Rodriguez



# PERCEPCIONES SECTORIALES DE LA PROPUESTA METROPOLITANA: CENTROS DE ACOPIO

marzo de 2018

## **Autores:**

Maria Teresa Nogales  
Javier Thellaeche  
Viviana Zamora

## **Editora:**

Jhanira Rodriguez



# INTRODUCCIÓN

Los sistemas de abastecimiento de alimentos en las ciudades principales de Bolivia se pueden categorizar, de forma sencilla, entre mercados mayoristas y mercados minoristas. Los mercados son influenciados por diversas variables incluyendo su contexto sociocultural, económico y geográfico; lo que genera una dinámica compleja de funcionamiento. A pesar de la informalidad del sistema y en muchos casos la carencia de infraestructura y condiciones inocuas, estos mercados continúan siendo los lugares más importantes para la adquisición de alimentos.

El año 2015, Fundación Alternativas realizó el estudio *Dinámicas de Comercialización: El sistema alimentario en La Paz y El Alto*. Éste centró su atención en identificar las dinámicas sociales de comercialización de alimentos de ambas ciudades, buscando analizar el comportamiento del sistema, desde que el alimento ingresa a las ciudades hasta que es consumido. El estudio sirvió como un insumo para que el Comité Municipal de Seguridad Alimentaria de La Paz (CMSA LPZ) conduzca un análisis multisectorial del actual sistema de abastecimiento.

Habiendo identificado las fortalezas y las debilidades del sistema de abastecimiento, el CMSA LPZ elaboró la *Propuesta*

*Metropolitana: Centros de Acopio.* Ésta fue presentada tanto a autoridades de diferentes niveles de gobierno como a entidades privadas y financieras en octubre del 2016. La propuesta plantea un sistema logístico de abastecimiento metropolitano a partir de una participación conjunta entre los municipios de la Región Metropolitana de La Paz, el Gobierno Autónomo Departamental de La Paz, empresas privadas, el sector financiero, productores, comerciantes y consumidores. Este sistema de abastecimiento se desarrolla a partir de infraestructuras integrales ubicadas en la periferia de la Región Metropolitana de La Paz que combinan comercio mayorista y minorista, además de ofrecer servicios de valor agregado, parqueo amplio y otros servicios, incluyendo alojamiento para transportistas.

La propuesta se generó con miras a fortalecer el actual sistema de abastecimiento de alimentos frescos, con un enfoque en la comercialización preferencial de la producción nacional. En este sentido, un eje central de la propuesta es que los Centros de Acopio sirvan como un mercado garantizado para productores nacionales que actualmente enfrentan muchas desventajas frente a alimentos importados y de contrabando. Otro eje central es establecer mecanismos de interacción entre el productor y consumidor para canalizar adecuadamente oportunidades de mercado. También propone que los espacios de comercialización se complementen con espacios destinados a servicios de valor agregado con miras a facilitar la transformación de productos frescos, reducir el desperdicio de alimentos, diversificar la oferta e incorporar a emprendedores alimentarios y transformadores dentro del espacio.

La propuesta no busca reemplazar el actual circuito de mercados mayoristas o minoristas (municipales y barriales) sino más bien complementarlo e ir generando una cadena de abastecimiento y redistribución de alimentos que posibilite nuevas conexiones directas entre lo urbano y lo rural, entre productores, intermediarios y consumidores.

Este estudio, *Percepciones Sectoriales de la Propuesta Metropolitana: Centros de Acopio*, recopila las apreciaciones sobre las dinámicas de provisión, abastecimiento de alimentos y tendencias de comercialización de una variedad de actores, específicamente los que se consideran están más vinculados a la temática de abastecimiento. Mediante una serie de entre-

vistas se identificaron prioridades sectoriales y posibles roles para diferentes sectores dentro del modelo de funcionamiento de los Centros de Acopio. El estudio también presenta demandas sectoriales en torno a nuevos modelos de abastecimiento, los principales retos y las perspectivas sociales en torno a sistemas de abastecimiento.

## Objetivos del Estudio

1. Comprender las relaciones actuales y las interacciones que existen entre productor, distribuidor, comerciante y consumidor.
2. Identificar las actuales deficiencias logísticas y de abastecimiento que enfrentan los actores más vinculados al sistema alimentario.
3. Identificar mecanismos para integrar los Centros de Acopio a los actuales sistemas de abastecimiento y comercialización.
4. Recopilar sugerencias y críticas sectoriales sobre la *Propuesta Metropolitana: Centros de Acopio*.

## Metodología

El estudio se realizó aplicando diferentes técnicas cualitativas de investigación. Las herramientas utilizadas fueron diseñadas para facilitar el acercamiento a diferentes actores y garantizar su participación. La metodología aplicada fue:

- **Entrevistas estructuradas:** aplicación de cuestionario de preguntas abiertas a diferentes actores para comprender las diferentes dinámicas de abastecimiento y comercialización y obtener información de primera mano sobre las experiencias del entrevistado.
- **Análisis de la información:** sistematización de las entrevistas realizadas para identificar percepciones similares y divergentes, tendencias, ideas innovadoras y dificultades previstas.
- **Reflexión interna:** análisis de los resultados con el equipo de investigación para la elaboración final del estudio y la identificación de conclusiones.

## Fundamentación

En los últimos años, la discusión sobre la temática de los sistemas alimentarios ha estado relacionada con la política, la migración y el cambio climático, entre otros. Sin embargo, la producción agrícola y la comercialización de los alimentos enfrentan retos que aún no han sido suficientemente tratados, profundizados o resueltos. Por ello, es importante continuar realizando investigaciones en la materia, no solo por su importancia social, sino también por su relación con el bienestar ciudadano y el desarrollo humano y económico.

En años recientes, el Estado Plurinacional ha elaborado y adoptado una serie de leyes para fomentar y fortalecer el sector agrícola, reivindicar los derechos de la Madre Tierra y apoyar a Organizaciones Económicas, Campesinas, Indígena Originarias y Organizaciones Económicas Comunitarias para la integración de la agricultura familiar sustentable y la soberanía alimentaria. A pesar de los esfuerzos y las inversiones realizadas, Bolivia continúa registrando bajos rendimientos agrícolas, en especial en lo vinculado a productos de la canasta básica familiar. A su vez, productores nacionales enfrentan una serie de impedimentos y dificultades para transportar sus productos a mercados urbanos. Uno de los mayores retos es la carencia de infraestructura carretera. La densidad de caminos de Bolivia es una de las más bajas de la región con 0,07 km/km<sup>2</sup> frente al promedio de América Latina de 0,18 km/km<sup>2</sup>. En el país, la Red Vial Fundamental es la vía principal de transporte y se estima que transporta el 95% de los bienes de consumo interno y el 59% de los bienes exportados. Sin embargo, sólo el 11% de esta red está pavimentada, muy por debajo del promedio regional de 39% <sup>(ii)</sup>.

Frente a un sector productivo debilitado y poco competitivo, Bolivia enfrenta la necesidad de importar mayor cantidad de alimentos para satisfacer las necesidades alimentarias de sus habitantes. Actualmente, Bolivia importa alimentos por un valor aproximado de 50 millones de dólares al mes <sup>(iii)</sup> y en años recientes el país ha incrementado la importación de alimentos destinados al consumo en hogar <sup>(iii)</sup>. En los últimos 10 años, el valor acumulado de las importaciones de alimentos y bebidas superó los 5 mil millones de dólares <sup>(iv)</sup>. Se registra que entre los años 2006 y 2016, las importaciones de alimentos se han incrementado en un 155% <sup>(v)</sup>. Esta situación demuestra una

creciente dependencia a mercados extranjeros, lo que debilita la producción nacional y la soberanía alimentaria del país.

Los datos muestran que existe la necesidad de fortalecer la actual dinámica de los sistemas de producción y abastecimiento de alimentos. Para diseñar un sistema agrícola que contribuya a una mejor nutrición, que además sea sostenible y aporte al desarrollo socioeconómico del país, se requiere invertir en la agricultura familiar, campesina e indígena que podría producir más y mejores alimentos para la canasta básica familiar – a diferencia del agronegocio que, a pesar de ocupar mayor territorio y producir en mayores cantidades, produce insumos agrícolas destinados, en gran parte, a la generación de biocombustibles y para la exportación. Complementariamente se debe invertir en infraestructura y servicios de comunicación que generen interconectividad entre lo urbano y lo rural, que permitan que el productor pueda acceder a mercados con facilidad y que le brinden al consumidor mayor acceso a alimentos frescos y nutritivos.

A medida que las áreas urbanas de Bolivia crezcan y se consoliden, es necesario pensar y proponer mecanismos e inversiones que fortalezcan los sistemas locales de abastecimiento y los vuelva más eficientes. Para ello, será necesario desarrollar sistemas de transporte más eficientes, garantizar canales de comercialización para productos locales, reducir el desperdicio de alimentos y entre otros, permitir a los consumidores obtener alimentos de calidad en los volúmenes que requieren.

Nuevas estrategias de abastecimiento, complementarias a las que actualmente existen, deberán ser establecidas en función a las proyecciones de crecimiento urbano. Deberán además estar basadas en la resiliencia y la sostenibilidad del sistema alimentario y deberán promover la participación activa de los diferentes actores. Las estrategias deberán apuntar a beneficiar a la población boliviana, garantizando su derecho a la alimentación. A su vez, deberán estar sustentadas en consensos sectoriales.

## Iniciativas Locales para Fortalecer los Sistemas de Abastecimiento

En años recientes se ha evidenciado un incremento de iniciativas orientadas a fortalecer la producción y comercialización

de alimentos provenientes de la agricultura campesina familiar boliviana. Estas iniciativas surgen tanto del Estado, desde sus diferentes niveles, como de la sociedad civil y entidades de la cooperación internacional. En este apartado destacamos algunas iniciativas que se vienen gestando en y para el departamento de La Paz.

A nivel central, se destaca el proyecto denominado *Circuitos Cortos de Comercialización para el Departamento de La Paz*, encabezado por el Viceministerio de Comercio Interior y Exportaciones, dependiente del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural. La iniciativa tiene como objetivo generar “un modelo económico equitativo para productores y consumidores, que permita masificar la distribución de alimentos estratégicos para el beneficio de la población a peso y precio justo, con énfasis en los pequeños productores; mejorando la infraestructura de mercados”<sup>[vi]</sup>. Para lograr este objetivo el Viceministerio ha dado inicio a la generación de nuevas oportunidades de comercialización para comunidades productoras incluyendo compras públicas, ferias de temporada e itinerantes y mercados campesinos.

Otra iniciativa del nivel central, es el establecimiento de las *Ferias de Precio y Peso Justo* encabezadas por el Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras. Realizadas intermitentemente entre 2013 a 2017, estas tienen el objetivo de “dar una oportunidad de ofrecer productos del productor al consumidor y luchar contra la especulación”<sup>[vii]</sup>. En 2017 se instalaron 59 ferias programadas en nueve departamentos del país<sup>[viii]</sup>. Paralelamente, se ha buscado incrementar la visibilidad de medidas de defensa para los consumidores. El Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor ha establecido puntos de reclamo en diferentes regiones del país que le permiten al consumidor denunciar todo tipo de irregularidades<sup>[ix]</sup>. Su labor también prioriza el control de calidad de los alimentos y precios de venta.

A nivel departamental, el Gobierno Autónomo Departamental de La Paz (GADLP) mediante la Secretaría Departamental de Desarrollo Económico y Transformación Industrial viene conceptualizando un proyecto para el fortalecimiento de cadenas de producción y comercialización de productos primarios provenientes de las diferentes regiones de La Paz. El proyecto, denominado *Mercados de Venta Directa: Del Productor al Con-*

*sumidor*, busca generar oportunidades de comercialización para una variedad de cadenas productivas regionales que están siendo trabajadas actualmente por la Gobernación<sup>[x]</sup>.

A nivel municipal, el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLP) viene desarrollando una serie de iniciativas en el rubro de la comercialización de alimentos de procedencia local. Implementan iniciativas productivas y de comercialización directa mediante varias de sus entidades operativas. Han adoptado un calendario de ferias de temporada e itinerantes que promocionan y fomentan el consumo de diferentes productos frescos de procedencia regional. También ha invertido en proyectos productivos dentro de sus macrodistrictos rurales: Zongo y Hampaturi. El proyecto más destacable y directamente vinculado al fortalecimiento de circuitos cortos es el proyecto *Mercados Campesinos* impulsado por la Dirección de Mercados y Comercio en Vía Pública dependiente de la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico. Estos mercados se integrarían al circuito actual de centros de abasto y tienen como objetivo crear nuevos espacios de comercialización reservados específicamente para productos nacionales.

Paralelamente, el Gobierno Autónomo Municipal de El Alto (GAMEA), mediante la Dirección Municipal de Desarrollo Agropecuario y Seguridad Alimentaria dependiente de la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico, ha adoptado un calendario de ferias de temporada para productos específicos, para así promocionar su consumo. Estas ferias itinerantes se realizan en diferentes distritos a lo largo del año y se enfocan en la comercialización de frutas y verduras nacionales. También existe un calendario de ferias itinerantes dedicadas a productores de municipios cercanos para que estos comercialicen de forma directa en los barrios.

Paralelamente a las iniciativas impulsadas por el sector público, otras entidades también han invertido esfuerzos en generar ideas innovadoras y propuestas para el mejoramiento del actual sistema de comercialización, con un enfoque específico dirigido al fortalecimiento de las bases productivas y comunidades agrícolas del territorio nacional. En el departamento de La Paz, el *Programa Mercados Rurales* impulsada por la organización Swisscontact está centrado en conectar cadenas productivas rurales con mercados de consumo<sup>[xi]</sup>. Así también, la Asociación de Chefs desarrolló una propuesta denominada

*Centros de Compra* que plantea desarrollar espacios de comercialización mayorista exclusivamente para el sector gastronómico<sup>[xii]</sup>. El proyecto también contempla la incorporación de ambientes dedicados a la transformación de alimentos y otras actividades que permitan a gastrónomos probar productos nuevos.

Finalmente, el 2016, mediante un trabajo participativo y multisectorial, el CMSA LPZ elaboró la *Propuesta Metropolitana: Centros de Acopio* que rescata las ideas principales de las demás iniciativas y plantea una visión unificada para garantizar que una mayor cantidad de personas se pueda beneficiar de una innovación en la comercialización de alimentos<sup>[xiii]</sup>.

## 1. ENTREVISTAS SECTORIALES

Para este estudio se llevaron a cabo una serie de entrevistas estructuradas y presenciales con actores protagónicos del sistema alimentario, representantes de sus rubros. Los entrevistados fueron consumidores mayoristas, productores y comerciantes de la red de mercados de la Región Metropolitana de La Paz. En total se realizaron 12 entrevistas con las que se recabó información de primera mano sobre dinámicas de provisión, abastecimiento de alimentos y tendencias de comercialización. También se conversó acerca de sus impresiones y valoraciones de la *Propuesta Metropolitana: Centros de Acopio*.

### 1.1. Consumidores Mayoristas

Bajo la denominación de consumidores mayoristas se llevaron a cabo cuatro entrevistas con personas que por la naturaleza de su negocio realizan compras a mayor escala que un ciudadano de a pie. Se conversó con un ex-gerente de una cadena de supermercados bolivianos, un propietario de una tienda de barrio, una asociación dedicada a la gastronomía nacional y una asociación de chefs. En estas entrevistas, las personas compartieron tendencias sobre cómo ellos y actores similares adquieren alimentos, los retos de abastecimiento que confrontan y las necesidades que tienen para llevar a cabo su trabajo.

A pesar de las diferencias entre los actores consultados, existen similitudes en sus experiencias de provisión de insumos. En relación a los productos que adquieren, los entrevistados indican que lo más importante es la calidad y el precio. En

este sentido, la apariencia y el tamaño son valorados más que la procedencia o el origen de un producto. Estas últimas no juegan un rol determinante el momento de la compra. Para abastecerse de los productos que demandan, estos actores visitan varios mercados ya que un solo centro de abasto no ofrece la variedad requerida. Visitar más de un mercado demanda mayor tiempo e implica un mayor gasto económico en lo que refiere a transporte. Así también, la variabilidad de la oferta afecta a los compradores ya que a medida que van creciendo los negocios crece su necesidad de acceder a insumos de manera estable y confiable. Los mercados mayoristas más frecuentados son Villa Dolores, Mercado Rodríguez y Cancha El Tejar.

En cuanto a cómo mejorar los sistemas de abastecimiento de alimentos, los consumidores entrevistados creen que se deben alcanzar estándares de calidad, establecida de forma conjunta y participativa entre múltiples actores. Para esto deberán existir espacios que faciliten el diálogo entre los diferentes actores del sistema alimentario. También sugieren rescatar precedentes históricos como los tambos y fusionar estos modelos de comercialización con estrategias modernas de mercado.

## 1.2. Asociaciones de Productores

En vista de que el sector productivo tiende a estar organizado en estructuras representativas, se optó por analizar las percepciones del sector a partir de sus dirigentes. Por ello, se entrevistó a representantes de organizaciones que aglutinan y representan al sector. Se conversó con la Dirección Nacional de la Asociación de Organizaciones de Productores Ecológicos de Bolivia (AOPEB), la Confederación Sindical Única de Trabajadores Campesinos de Bolivia "Túpaj Katari" (CSUTCB) y dos actores del Comité Integrador de Organizaciones Económicas Campesinas de Bolivia (CIOEC), el ex director y el actual.

Los entrevistados coinciden en que su sector es el más desprotegido del sistema alimentario y por ello, el más vulnerable ante diferentes situaciones. Dado que no cuentan con la tecnología adecuada, el éxito de sus cosechas queda en muchos casos fuera de su control y expuesto a la situación climática. Por otro lado, consideran que el Estado brinda poco e insuficiente apoyo, en muchos casos por una falta de co-

nocimiento de las necesidades del sector. También coinciden con que el contrabando representa una competencia desleal y el hecho de que aún no existan políticas o acciones efectivas para la protección de la producción nacional los afecta de forma negativa y en muchos casos los obliga a migrar a otros rubros de trabajo.

El sector también se ve afectado por la falta de espacios garantizados para la comercialización de sus productos. En algunos casos esto se debe a una falta de estrategias comerciales desde el sector productivo, la falta de coordinación con el sector gremial o el acaparamiento de espacios de comercialización por otros actores. Además, consideran que es importante mejorar las oportunidades de comercialización para productores nacionales ya que actualmente no logran competir con productos de contrabando y en muchos casos, al tener que bajar el precio de sus productos, no logran cubrir costos de producción.

En cuanto a cómo mejorar los sistemas de abastecimiento de alimentos, los productores consultados indican que lo ideal sería contar con una red de centros de abasto de fácil acceso para que ellos puedan llegar sin dificultad. Estos deberán ofrecer variedad de productos para que los compradores puedan abastecerse en un solo lugar. El éxito de estos centros de abasto estaría sujeto al manejo organizacional y administrativo. Además, un espacio exitoso sería uno que este organizado por turnos para que todos los productores tengan oportunidad de comercializar sus productos. También se deberán adoptar estrategias para proteger la producción nacional, instalando controles que eviten el ingreso de productos de contrabando.

## 1.3. Comerciantes

Para conocer a mayor detalle las dinámicas de comercialización de la actual red de mercados, se entrevistaron a cinco comerciantes de alimentos. Se conversó con una comerciante mayorista del mercado de Villa Dolores, una comerciante productora con tarima<sup>1</sup> afiliada a una asociación de productores de la provincia Aroma, una comerciante sin tarima<sup>2</sup> del Pasaje

<sup>1</sup> Denominación local: Comerciante con infraestructura de venta permanente, puede realizar comercio mayorista y minorista paralelamente.

<sup>2</sup> Denominación local: Comerciante que trabaja sin infraestructura, recibe alimentos de camiones y los revende a otros comerciantes.

Belén dentro del Mercado Rodríguez y una comerciante de abarrotes del Mercado Santiago de Munaypata.

Según las comerciantes entrevistadas, el uso del espacio es una de las variables que más determina cómo funciona un mercado. Existe una demanda alta por puestos y esto requiere que se establezcan horarios para garantizar un funcionamiento eficiente y eficaz. Conseguir puestos de venta es difícil, por lo que deben defenderlos ante otros actores. Todas han demostrado un interés en expandir sus puestos y conseguir otros. Las entrevistadas coinciden en que mantener relaciones positivas con todos los actores involucrados, especialmente sus proveedores, es determinante para ejercer sus actividades comerciales. En muchos casos se mantienen relaciones con comunidades productoras y sus asociaciones. También buscan mantener buenas relaciones con los gobiernos municipales y las autoridades fiscalizadoras de las diferentes asociaciones de comerciantes.

En cuanto a cómo mejorar los sistemas de abastecimiento de alimentos, las comerciantes entrevistadas opinan que para establecer nuevos mercados mayoristas se debe imitar los sistemas de funcionamiento de mercados tradicionales. Nuevos mercados deben estar ubicados en lugares estratégicos con fácil acceso para cocheros<sup>3</sup> y camiones. También deben ofrecer puestos de venta en buenas condiciones, mayor información sobre los productos que compran y venden, e infraestructura básica incluyendo baños, depósitos, opciones de alojamiento y tinglados o techos para proteger a las comerciantes de eventos y condiciones climatológicas.

---

<sup>3</sup> Cochero: Emprendedor que transporta alimentos entre camiones y automóviles con la ayuda de carritos.

## 2. DESARROLLO DEL ESTUDIO

### 2.1 Propuesta Metropolitana: Centros de Acopio

El proyecto Centros de Acopio fue desarrollado originalmente el año 2007 por el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz como un proyecto de ordenamiento vial. Sin embargo, este nunca llegó a ejecutarse. El 2014, a raíz de un análisis del sistema alimentario, el Comité Municipal de Seguridad Alimentaria de La Paz retomó la propuesta y la ajustó según las necesidades planteadas por diferentes sectores. También la planteo a escala metropolitana. El proyecto se incluyó en la Ley Autonómica Municipal N°105 de Seguridad Alimentaria, aprobada en noviembre de 2014 por el Alcalde Luis Revilla. Posteriormente, el CMSA LPZ desarrolló la Propuesta Metropolitana: Centros de Acopio que plantea un modelo de abastecimiento y funcionamiento multisectorial. Este documento fue presentando al público en septiembre de 2016.

La Propuesta Metropolitana: Centros de Acopio propone un sistema logístico de abastecimiento metropolitano que funciona a partir de una participación conjunta entre los municipios de la Región Metropolitana de La Paz. Involucra además una gran diversidad de actores incluyendo el Gobierno Autónomo Departamental de La Paz, empresas privadas, el sector financiero, productores, comerciantes y consumidores. Propone la construcción de infraestructuras integrales para la comercialización mayorista ubicadas en la periferia de la región metropolitana que a su vez están conectadas a la red de mercados municipales y barriales.

# SERVICIOS Y AMBIENTES

## A. COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS

**A1 Comercialización directa de productores.** Espacio preferencial para la compra/venta entre el administrador y productores organizados.

**A3 Comercialización al por menor.** Puestos de venta para la comercialización a pequeña escala para la ciudadanía.

**A4 Movilización de alimentos.** Infraestructura que facilita el movimiento de alimentos entre camiones.

**A2 Comercialización mayorista.** Espacios secundarios utilizados por comerciantes de forma similar a mercados tradicionales.

## B. SERVICIOS DE VALOR AGREGADO

**B1 Procesamiento.** Ambientes especializados para servicios como el empaquetado, ensamblado y transformación.

**B2 Cadena de frío.** Ambientes refrigerados para la manipulación de alimentos fácilmente perecederos.

**B3 Uniformización de producto.** Ambientes dedicados a maduración con gas etileno para frutas y verduras.

**B4 Almacenamiento.** Espacios de almacenamiento de alimentos frescos.

**B5 Transporte y redistribución.** Servicio de movilización de alimentos desde y hacia el Centro de Acopio, ofrecido por la administración o una empresa socia.

## C. SERVICIOS ADICIONALES PARA EL USUARIO

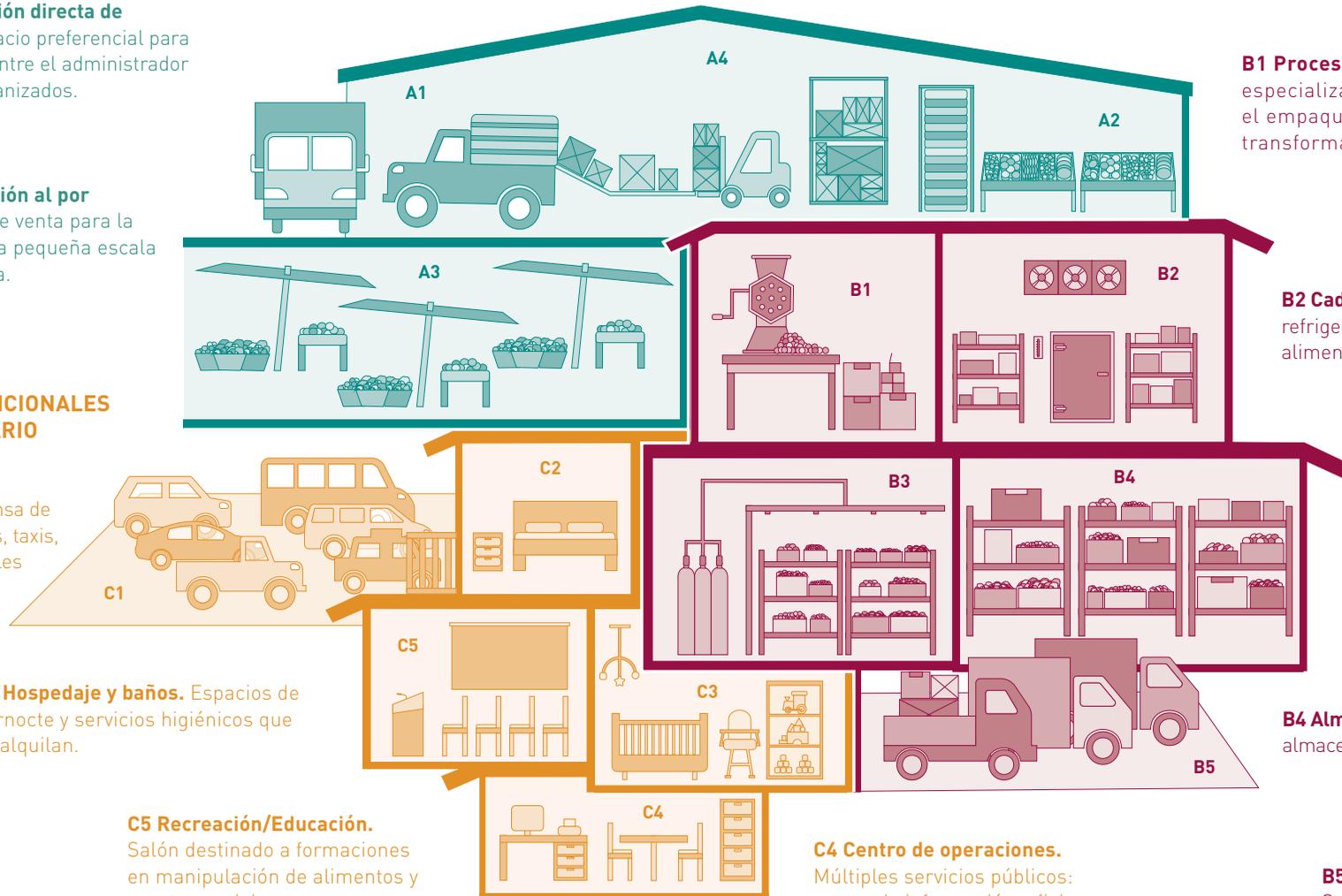
**C1 Parqueo.** Área extensa de parqueo para camiones, taxis, camionetas y automóviles particulares.

**C2 Hospedaje y baños.** Espacios de pernocte y servicios higiénicos que se alquilan.

**C5 Recreación/Educación.** Salón destinado a formaciones en manipulación de alimentos y eventos sociales.

**C3 Guardería.** Espacio seguro para el cuidado de niños.

**C4 Centro de operaciones.** Múltiples servicios públicos: centro de información, oficinas administrativas, defensa al consumidor, apoyo al productor y control de calidad/inocuidad.



Durante el proceso de elaboración de la propuesta, el CMSA LPZ e invitados sectoriales generaron recomendaciones para garantizar la implementación exitosa del proyecto. Recomendaron tener en cuenta que los sistemas de abastecimiento de alimentos en Bolivia no funcionan bajo las mismas normas que mercados formales; por el contrario, dependen de complejas dinámicas sociales y mecanismos de informalidad. Existe una estructura de funcionamiento basada en la experiencia, el diálogo informal entre actores, relaciones sociales y de parentesco y un conocimiento empírico del mercado.

Así también diferentes actores manejan diferentes tipos de información, lo que establece jerarquías entre los involucrados. Los comerciantes, por ejemplo, son quienes tienen mayor conocimiento del sistema y por lo tanto ejercen más cargos de poder. También manejan información valiosa sobre tendencias de mercado, lo que les permite ejercer mejor sus actividades comerciales. Esta información la comparten con sus pares pero generalmente no con productores o consumidores. El productor en cambio, tiene reducido acceso a información de precios y poca certeza de su competencia. Por ello se ve menos empoderado frente a otros actores y dentro los sistemas de abastecimiento.

Todas estas idiosincrasias son importantes y fundamentales al momento de diseñar una propuesta vinculada al sector gremial. Estos factores entre otros son los que determinarán el éxito de la implementación de una Red de Centros de Acopio. Por ello la importancia de recopilar percepciones sectoriales y validar las ideas planteadas desde el CMSA LPZ.

## 2.2 Percepciones Sectoriales de la Propuesta Metropolitana: Centros de Acopio

Los mercados se constituyen en núcleos para el desarrollo de muchas actividades incluyendo aquellas vinculadas a la organización social e intercambios de información, conocimientos y servicios. Estas actividades se dan tanto entre comerciantes como también con y entre clientes. Desde luego la dinámica social y económica de los mercados también rescata tradiciones y costumbres y fusiona lo tradicional con lo contemporáneo.

La sistematización de las entrevistas realizadas, permitieron generar una síntesis de las percepciones respecto a la Propuesta Metropolitana: Centros de Acopio como también res-

catar consensos respecto a los elementos que se consideran esenciales para su implementación.

Un eje central del éxito de cualquier sistema de comercialización, según los entrevistados, es establecer precios competitivos. Por ello, se considera que los Centros de Acopio tendrían que garantizar precios accesibles, a la par de otros mercados mayoristas. Debido a que los precios incrementan a medida que los alimentos pasan por mayor cantidad de intermediarios, los Centros de Acopio podrían evitar ciertos incrementos al tratarse de circuitos cortos de comercialización.

Los entrevistados consideran que los Centros de Acopio deben diferenciarse de otros centros de comercialización de alimentos ofreciendo servicios como parqueo, alojamiento y guarderías. Estos servicios servirían para garantizar la vialidad y generar comodidades para los usuarios. Así también, sugieren que los Centros de Acopio oferten servicios de redistribución y transporte de alimentos, desde y hacia su infraestructura. Estos servicios estarían centrados en generar vínculos directos con mercados barriales y otros compradores mayoristas que podrían optar por recibir productos directamente en su lugar de trabajo y así evitar la necesidad de visitar regularmente estos establecimientos. Estos circuitos cortos también podrían minimizar el ingreso y estacionamiento de camiones pesados en las áreas más congestionadas de la región metropolitana ya que la redistribución y transporte de alimentos se realizaría mediante el uso de transporte pequeño y mediano.

También existen oportunidades para incluir servicios de transformación de alimentos, comercializables a partir de una marca propia establecida por cada Centro de Acopio. Este trabajo se debe realizar en ambientes adecuados y destinados específicamente a esta labor. A tiempo de permitir a pequeños emprendedores sumarse al proyecto, garantiza que los establecimientos ofrezcan productos de valor agregado que a su vez podrían estar centrados en reducir el desperdicio de alimentos frescos a partir de iniciativas de rescate de productos frescos perecederos que se encuentran en una última fase de maduración.

Buscando generar interés y demanda por productos nacionales, en algunos casos poco conocidos o comercializados en mercados barriales, los Centros de Acopio pueden incorporar

oportunidades y espacios demostrativos en la que consumidores tengan la opción de probar un producto novedoso y conocer más sobre este. Estas actividades permitirían visibilizar productos, difundir información y estimular conversaciones o negociaciones entre ofertantes y compradores.

*“Pueden haber puestos de demostración dentro la infraestructura, para probar productos que se comprarán. Esto permite estimular la compra de algunos productos y generar ingresos para mantener el espacio”.*

---

Chef y Consumidor Mayorista

Uno de los desafíos principales de un emprendimiento comercial es garantizar la constancia y la sostenibilidad en la oferta de productos. En el caso de los mercados u otros centros de comercialización de alimentos, se deben prever mecanismos para garantizar la continuidad de una variedad de productos de calidad a lo largo del año. Existe un consenso que los Centros de Acopio deberán identificar productores o asociaciones de productores que puedan cumplir con los volúmenes que serán demandados. Desde luego esto será desafiante debido a que el sector productivo enfrenta muchas dificultades y en muchos casos no cuenta con grandes capitales. Este es un tema que se deberá abordar en diálogos con los actores correspondientes incluyendo entidades del Estado con miras a prever el acompañamiento técnico necesario, financiamiento, tecnología y equipamiento.

*“Podemos cumplir con la demanda pero el problema es la falta de espacios para comercializar. Hay infraestructuras que ni siquiera se están ocupando y están cerrados”.*

---

Productor Agrícola del Departamento de La Paz

Los mercados en Bolivia se constituyen a partir de la participación de muchos actores y se caracterizan por ser espacios de comercialización informal en la que miembros y afiliados están organizados como sector. Las dinámicas de

funcionamiento están determinadas a partir de lo que deciden sus miembros y por ello pueden variar por establecimiento. De igual manera, funcionan a partir de reglas establecidas por las organizaciones gremiales y los requisitos establecidos por el sector público, en especial los gobiernos municipales. Estas entidades deben llevar a cabo, regularmente, inspecciones sanitarias para garantizar condiciones de inocuidad y salubridad. Se considera que el éxito de un proyecto de Centros de Acopio estará sujeto al cumplimiento de los requisitos establecidos por todas las instituciones, formales e informales, que coexisten en el mundo del comercio. El modelo deberá también contemplar las formas y modalidades de organización social y sectorial y las dinámicas que resultan. Las reglas de funcionamiento incluyendo todo lo relacionado a turnos y horarios de venta se deberán acordar mediante la participación y el consenso entre diferentes actores. De igual manera, se deberá evitar replicar situaciones perjudiciales comunes como el acaparamiento de varios puestos de venta e irregularidades relacionadas a la compra y venta ilegal de puestos.

En Bolivia, existen diferentes modelos de mercados mayoristas y barriales. Algunos cuentan con infraestructura típicamente conformada por puestos de venta y comedor popular, otros son al aire libre. En muchos casos los mercados con infraestructura han crecido y hoy se encuentran rodeados de comerciantes con puestos en vías públicas o ambulantes. Comúnmente, se considera que la labor del sector comerciante es sacrificado ya que no percibe beneficios sociales, las personas deben trabajar en condiciones y horarios difíciles, muchas veces a la intemperie, y en muchos casos sufren abusos de autoridades. Por estas razones, un aspecto que deberá caracterizar un proyecto de Centros de Acopio deberá ser la infraestructura, las condiciones y comodidades laborales brindadas a las personas que desempeñan labores en éstas.

*“Los comerciantes nos beneficiaríamos, más cómodos estaríamos. Tendríamos mayores comodidades porque a las 3 ó 4 de la mañana llegamos, ni siquiera tenemos baño”.*

---

Comerciante Mayorista

Los Centros de Acopio deben ser capaces de atraer compradores regulares y mayoristas del sector gastronómico, comerciantes de mercados barriales, dueños y administradores de tiendas barriales, supermercados y otros. Por esto, se deberá garantizar un buen precio, diversidad de productos y ciertos estándares de calidad de productos para así limitar el número de centros de abasto que deben frecuentar las personas para adquirir su canasta básica.

*“Si el lugar junta a varios tipos de productos es un plus.”*

Transformador y Consumidor Mayorista

### 3. RETOS DE IMPLEMENTACIÓN

En este estudio, también se identificaron factores que, según los entrevistados, podrían presentar debilidades y dificultades para la implementación del proyecto. Se considera que estos deben ser tomados en cuenta para minimizar los riesgos y maximizar las oportunidades de éxito de los Centros de Acopio.

- **Falencias en el sistema de administración de un Centro de Acopio.-** El sistema administrativo bajo el cual se rijan los Centros de Acopio deberá contar con normas, procedimientos y reglamentos claros y transparentes para evitar malos entendidos. En especial, las funciones de cada actor deberán estar claramente definidas. El sistema de administración deberá generar confianza y ser legítimo entre los actores. Así también será necesario que la administración quede a cargo de personas con conocimiento y experiencia en sistemas informales de comercialización.
- **Falta de coordinación de las organizaciones y/o conflicto entre partes.-** Deberán existir reglas claras y mecanismos transparentes de coordinación para así evitar dificultades y conflictos respecto al uso del espacio. Posibles conflictos podrían estar vinculados a una desorganización o falta de coordinación referente a derechos y responsabilidades, horarios de uso de espacios, cobros y recaudaciones, entre otros. Estos conflictos se deberán evitar y deben ser consensuadas desde un inicio, con los actores principales, por su capacidad de debilitar el modelo de funcionamiento y el éxito de la iniciativa.

- **Politización de la administración del espacio.-** La administración deberá registrarse por un modelo de negocio eficiente y competitivo. Este modelo no podrá tener orientaciones políticas y su relacionamiento con proveedores, comerciantes y consumidores deberá caracterizarse por lo justo y equitativo, en cumplimiento a leyes nacionales y reglamentos de funcionamiento previamente establecidos. Las normas administrativas deberán evitar que intereses políticos interfieran y generen abusos de poder, que según los entrevistados, son frecuentes en la mayoría de los mercados.
- **Falta de diversidad y estándares de calidad de los productos.-** El éxito de los Centros de Acopio dependerá de la capacidad de garantizar calidad y disponibilidad de productos a lo largo del año, tomando en cuenta que existirán ciertas variaciones según temporadas y estaciones. Sin estas constantes, muchos optarán por continuar adquiriendo de su circuito actual de centros de abasto a pesar de los retos que presenta.
- **Incapacidad de cumplir con volúmenes de producción y comercialización.-** Los Centros de Acopio se han propuesto, principalmente, como un mecanismo de comercialización mayorista. Por ello, se deberá garantizar que productores y comerciantes puedan satisfacer la demanda de ciertos volúmenes por producto. Si se logra garantizar la compra frecuente de compradores mayoristas, estos deberán poder abastecerse de una mayoría de productos requeridos.
- **Mala ubicación o inaccesibilidad.-** Los Centros de Acopio deben estar ubicados en lugares estratégicos de áreas periurbanas (puntos intermedios entre áreas rurales y centros urbanos) con miras a acortar y facilitar la provisión de alimentos provenientes del área rural a tiempo de evitar más congestión vial y el desgaste de la red vial urbana. Empero, los Centros de Acopio deberán ser accesibles, tanto por proveedores como por consumidores, y por ello deberán garantizar un acceso fácil vinculado a la red principal de caminos departamentales y urbanos/metropolitanos.
- **Falta de control de los productos.-** Consolidar una base de clientes constantes dependerá de la calidad y la constancia en la oferta de los Centros de Acopio. La Administración,

en cumplimiento a leyes locales y reglamentos internos, deberá garantizar un estándar de calidad de los productos y, por ello, deberá establecer reglas para proveedores y comerciantes. Así también, los establecimientos deberán generar mecanismos de control con capacidad de garantizar que lo ofertado consista únicamente de productos de procedencia nacional y no de importación o contrabando.

## 4. CONCLUSIONES

Las apreciaciones y percepciones recogidas de este estudio permitieron identificar las prioridades y necesidades de cada uno de los entrevistados.

- **Existe un consentimiento entre consumidores, mayoristas y productores sobre la utilidad de la propuesta Centros de Acopio.** Se lo califica como un proyecto útil que tendría buenos resultados y traería beneficios a todos los sectores.
- **Cada sector involucrado en el sistema de abastecimiento de alimentos tiene necesidades y requerimientos** que responden a la naturaleza y dinámicas de su rubro. Estas se deben considerar en la organización, administración y manejo de los Centros de Acopio.
- **Es necesario fomentar mayor diálogo entre diferentes actores y sectores para establecer un sistema de funcionamiento eficiente.** Se deberán organizar espacios de encuentro para lograr consensos multisectoriales sobre deberes y obligaciones como también sobre el funcionamiento y organización de los Centros de Acopio.
- **A tiempo de valorar e incorporar dinámicas y prácticas tradicionales del actual sistema de comercialización de alimentos,** los Centros de Acopio también deberán incorporar aspectos formales y modernos al diseño de la infraestructura y el modelo de negocio.
- **El éxito del proyecto estará sujeto a diferentes factores** incluyendo los precios, la variedad de la oferta de productos y servicios, constancia en los volúmenes de la oferta e información confiable sobre los productos.
- **Los Centros de Acopio deberán desarrollarse a partir de infraestructuras integrales** que ofrezcan una variedad de productos y servicios de valor agregado. Así también se podrá incluir oficinas para entidades financieras o entidades Estatales que apoyan al sector productivo y emprendedores locales.
- **Los Centros de Acopio deben ubicarse en la periferia de la mancha urbana y estar conectados a varias vías para facilitar su acceso.** La ubicación de las infraestructuras determinará su utilidad. Deberán estar cerca de carreteras vinculadas a la Red Vial Fundamental para facilitar su acceso a productores y transportistas como también vinculadas a las vías principales de la región metropolitana para facilitar su acceso por parte de los consumidores urbanos.

# REFERENCIAS

- i Banco Interamericano de Desarrollo (sin fecha). Bolivia: Road Infrastructure Program to Support Development and Management of the Primary Road Network I (BO-L1095). Propuesta de Prestamo. <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=39238211>
- ii Fundación Jubileo (2016). Bolivia importa alimentos por cerca de \$50 millones cada mes. Reporte. La Paz, Bolivia. <http://www.jubileobolivia.org.bo/publicaciones/articulos/item/433-bolivia-importa-alimentos-por-cerca-de-us-50-millones-cada-mes.html>
- iii Fundación Jubileo (2017). El 2016 se importaron alimentos y bebidas por más de \$US 630 millones. Artículo. La Paz, Bolivia. <http://www.jubileobolivia.org.bo/publicaciones/articulos/item/442-el-2016-se-importaron-alimentos-y-bebidas-por-mas-de-us-630-millones.html>
- iv Ibid.
- v Ibid.
- vi Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural (2017). Pre Foro CIDES: Dinámicas Socio Territoriales en las relaciones rurales y urbanas. Proyecto Circuitos Cortos de Comercialización en el Departamento de La Paz [Presentación PowerPoint]. Pre Foros CIDES - Dinámicas Socio Territoriales en las Relaciones Rurales y Urbanas. Estado Plurinacional de Bolivia.
- vii Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras (2014). 2da Feria del Peso y Precio Justo inicia su ciclo. Boletín Semanal: Agro Noticias. Edición No. 10. Estado Plurinacional de Bolivia. <http://www.ruralytierras.gob.bo/download.php?file=1101a2bb16bdca79dd74a246a8b311dc-ba80de2b>
- viii La Razón Digital (2017). Gobierno reactiva la feria del 'Precio y Peso Justo'. Periódico Digital. La Paz, Bolivia. [http://www.la-razon.com/economia/Gobierno-reactiva-Precio-Peso-Justo\\_0\\_2732726781.html](http://www.la-razon.com/economia/Gobierno-reactiva-Precio-Peso-Justo_0_2732726781.html)
- ix Ministerio de Justicia y Transparencia Institucional (2014). Recuerdan que población puede acudir a puntos de reclamo para hacer prevalecer sus derechos como consumidor y usuario. Nota de Prensa. Estado Plurinacional de Bolivia. <http://justicia.gob.bo/index.php/noticias/notas-de-prensa/1105-recuerdan-que-poblacion-puede-acudir-a-puntos-de-reclamo-para-hacer-prevalecer-sus-derechos-como-consumidor-y-usuario>
- x Gobierno Autónomo Departamental de La Paz (2016). Idea de proyecto: Mercados de Venta Directa: Del Productor al Consumidor. Fortalecimiento de Cadenas de Producción y Comercialización de Productos Primarios de Regiones del Departamento De La Paz. [Presentación PowerPoint]. Secretaría de Desarrollo Económico y Transformación Industrial. La Paz, Bolivia.
- xi Swisscontact (sin fecha). Mercados Rurales. Página web. <http://www.swisscontact.org/es/country/bolivia/home/mercados-rurales.html>
- xii Van Oost, Pierre (6 de diciembre, 2017). Entrevista Personal. Fundación Alternativas. La Paz, Bolivia.
- xiii Fundación Alternativas (2016). Propuesta Metropolitana: Centros de Acopio. Documento. La Paz, Bolivia. <http://www.alternativascc.org/es/research-publications/propuesta-metropolitana-centros-de-acopio>

Percepciones Sectoriales de la Propuesta Metropolitana: Centros de Acopio  
Fundación Alternativas / HIVOS / La Paz, Bolivia / 2018

/ Centros de Acopio / Abastecimiento / Mercado / Alimentos / Percepciones Sectoriales /



**ALTERNATIVAS**  
Cultivando Comunidades

Fundación Alternativas  
Av. 20 de Octubre, Edif. N° 2034, Oficina No. 204  
Sopocachi, La Paz, Bolivia  
Tel: (+591) 2 2419061  
[www.alternativascc.org](http://www.alternativascc.org)  
[@Alternativascc](https://twitter.com/Alternativascc)

## AUTORES:

María Teresa Nogales  
Javier Thellaeche  
Viviana Zamora

## EDITORIA:

Jhanira Rodriguez

## DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN:

**wok**ideas.

Impreso en Bolivia  
Marzo 2018

*Alternativas es una organización sin fines de lucro dedicada a la generación de propuestas sostenibles para garantizar seguridad alimentaria en las ciudades de Bolivia.*



Esta publicación fue posible con el apoyo financiero de HIVOS



**ALTERNATIVAS**  
Cultivando Comunidades

Para acceder a una versión digital visita:

---

[www.alternativascc.org](http://www.alternativascc.org)

