

DINÁMICAS DE COMERCIALIZACIÓN EL SISTEMA ALIMENTARIO EN LA PAZ Y EL ALTO

9 de julio del 2015

Autores:

Susana Barrero

Felix Braulio

Carolina Ilaya

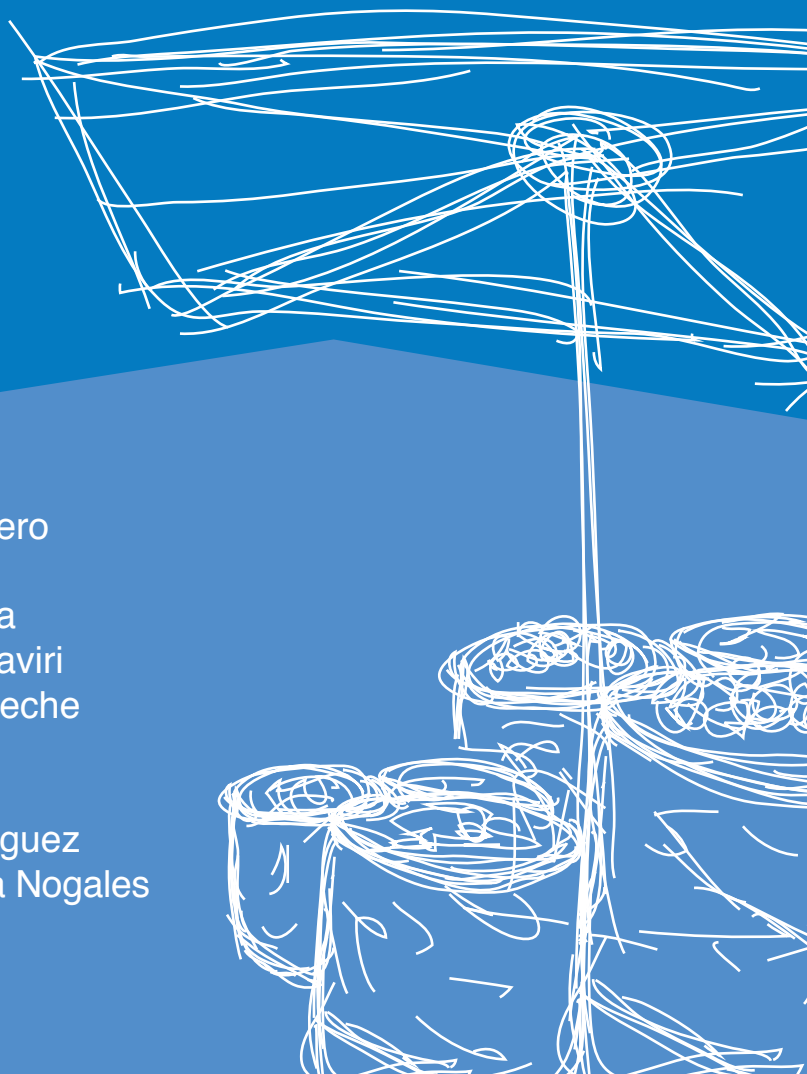
Richard Canaviri

Javier Thellaeche

Editores:

Cecilia Rodriguez

María Teresa Nogales

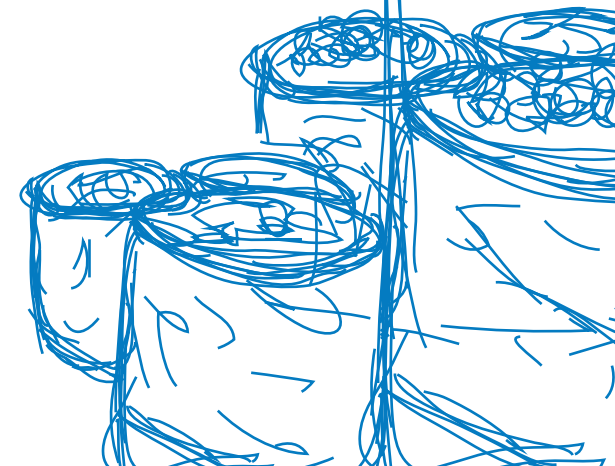


DINÁMICAS DE COMERCIALIZACIÓN EL SISTEMA ALIMENTARIO EN LA PAZ Y EL ALTO

9 de julio del 2015

Autores:
Susana Barrero
Felix Braulio
Carolina Ilaya
Richard Canaviri
Javier Thellaeche

Editores:
Cecilia Rodriguez
María Teresa Nogales



INTRODUCCIÓN

Los sistemas de distribución y comercialización de alimentos básicos en las ciudades de La Paz y El Alto en Bolivia presentan características concretas, influenciadas por diversas variables relacionadas con el contexto geográfico y sociocultural, lo que genera una dinámica compleja.

El presente estudio pretende visibilizar y analizar las características concretas de estas cadenas de comercialización de alimentos básicos, partiendo de una mirada integral de las dinámicas que se desarrollan. Para estos fines, se buscó caracterizar los sistemas de distribución y los sistemas de comercialización (tanto al por mayor como al por menor) en los principales puntos de abastecimiento. También se buscó identificar algunas tendencias de consumo, con especial énfasis en la influencia de la capacidad adquisitiva del consumidor.

Se comenzará presentando una introducción general del sistema alimentario en Bolivia, con miras a explicar el contexto y la fundamentación del estudio. Posteriormente se expone la información obtenida mediante la investigación y se detallan los factores globales y locales que influyen en el sistema alimentario. Finalmente, se presentan las conclusiones del estudio.

Objetivos del estudio

El estudio centra su atención en las dinámicas sociales de comercialización del sistema alimentario de las ciudades de La Paz y El Alto, buscando describir el comportamiento de este sistema, desde que el alimento ingresa a la ciudad hasta que éste es consumido.

De manera más específica, se diferencian cuatro objetivos, interrelacionados unos con otros:

- I. Identificar las principales vías y espacios de distribución y comercialización de alimentos básicos así como sus actores principales.
- II. Comprender las relaciones entre los actores del sistema alimentario en la interacción productor/distribuidor-comerciante/consumidor.
- III. Visibilizar y resaltar la problemática en las cadenas de suministro de alimento básico en las ciudades de La Paz y El Alto.
- IV. Reivindicar la importancia de la participación responsable del Estado y los gobiernos municipales en la planificación y gestión de políticas y normativas acerca de los sistemas de comercialización de los alimentos básicos de la canasta familiar.

Metodología

Para el acopio, sistematización y análisis de los datos recolectados mediante el estudio se utilizaron diferentes técnicas que responden al carácter sociológico-cualitativo de la investigación. Las herramientas utilizadas fueron diseñadas para facilitar el acercamiento a actores y su participación.

Los instrumentos aplicados fueron:

- **Investigación bibliográfica:** se analizó la información y los datos de otros estudios e investigaciones relacionados a la temática de la comercialización de alimentos en las ciudades de La Paz y El Alto, para entender el contexto general a través de diferentes perspectivas de la realidad estudiada.

- **Observación directa asistemática:** acercamiento a los actores de los sistemas estudiados para entender las dinámicas del mercado atendiendo a los detalles.
- **Observación semi-sistemática:** registros diseñados a priori, planificando el orden y tiempo de observación, atendiendo a las conductas y actividades de los vendedores y compradores de los mercados y aspectos concretos de este intercambio.
- **Entrevistas semi-estructuradas:** aplicación de cuestionario de preguntas abiertas a comerciantes para comprender las características de sus dinámicas de comercialización, obteniendo información de primera mano basada en la experiencia real del entrevistado.
- **Análisis de la información:** en base a la estructuración y sistematización de los datos registrados y clasificados para dar cuerpo al contenido del estudio.
- **Reflexión interna:** socialización y puesta en común de los resultados del análisis con el equipo de la investigación para la elaboración final del estudio y la identificación de las conclusiones alcanzadas.

Fundamentación

En los últimos años, la discusión sobre la temática de la producción agrícola ha estado relacionada con la política, la migración y, entre otros, el cambio climático. Sin embargo, la producción agrícola, y sus temas derivados, como la comercialización de los alimentos, temática que se trata en este estudio, es una problemática que aun tiene muchos componentes que no han sido suficientemente profundizados. Por ello, es importante continuar realizando investigaciones en la materia, no solo por su carácter social, sino también por su relación al bienestar de la ciudadanía.

Existe la necesidad de contar con adecuados y suficientes niveles de producción de alimentos, sistemas de transporte y comercialización que cubran las necesidades de la población. Por ello, la producción no puede quedarse en el marco de una producción coyuntural sino que debe basarse en la sostenibilidad. De igual manera, la planificación territorial debe realizarse contemplando la adopción de sistemas

logísticos para garantizar fluidez y eficiencia de los sistemas alimentarios del país. La participación coordinada del Estado, gobiernos municipales y de la sociedad en su conjunto es indispensable para lograr éste propósito.

Los productores y comerciantes de alimentos de primera necesidad se caracterizan por ser un sector económico y social importante en la maquinaria social ya que satisfacen las necesidades alimentarias básicas de los ciudadanos. Entender los procesos y dinámicas que regulan la relación entre unos y otros es importante para aportar conocimiento a procesos que buscan mejorar las condiciones de estos sectores.

En Bolivia, el comercio informal de alimentos básicos ocupa un lugar importante entre los medios de abastecimiento, sobre todo en los sectores de menos recursos económicos. Las relaciones económicas, sociales, culturales y simbólicas que lo caracterizan mantienen, a lo largo del tiempo, muchos elementos de informalidad tradicional, pero al mismo tiempo responde a variables modernas del mercado.

Por la complejidad de este sistema, surge la necesidad de explorar los componentes de la cadena de comercialización. Esto para posteriormente elaborar un abanico de propuestas teórico-metodológicas, basadas en la investigación, que puedan facilitar y orientar la creación de políticas públicas (municipales, departamentales y nacionales). Las políticas deberán estar orientadas a promover la producción, comercialización y disponibilidad de los alimentos de la canasta básica familiar de manera estable, eficiente y sostenible.

Con este tipo de planteamientos se podrá ir forjando oportunidades para garantizar el derecho a la alimentación, misma que está enmarcada en la Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, en los artículos que se detallan a continuación.

Artículo 16 (Inciso I).- Toda persona tiene derecho al agua y a la alimentación. **(Inciso II)** El Estado tiene la obligación de garantizar la seguridad alimentaria, a través de una alimentación sana, adecuada y suficiente para toda la población.

Artículo 47 (Inciso II).- Las trabajadoras y los trabajadores de pequeñas unidades productivas urbanas o rurales, por cuenta

propia, y gremialistas en general, gozarán por parte del Estado de un régimen de protección especial, mediante una política de intercambio comercial equitativo y de precios justos para sus productos, así como la asignación preferente de recursos económicos financieros para incentivar su producción.

Artículo 405.- El desarrollo rural integral sustentable es parte fundamental de las políticas económicas del Estado, que priorizará sus acciones para el fomento de todos los emprendimientos económicos comunitarios y del conjunto de los actores rurales, con énfasis en la seguridad y en la soberanía alimentaria, a través de:

5. El incremento sostenido y sustentable de la productividad agrícola, pecuaria, manufacturera, agroindustrial y turística, así como su capacidad de competencia comercial.
6. La articulación y complementariedad interna de las estructuras de producción agropecuaria e industrial.
7. El logro de mejores condiciones de intercambio económico del sector productivo rural en relación con el resto de la economía boliviana.
8. La significación y el respeto de las comunidades indígena originario campesinas en todas las dimensiones de su vida.
9. El fortalecimiento de la economía de los pequeños productores agropecuarios, de la economía familiar y comunitaria.

Artículo 408.- El Estado determinará estímulos en beneficio de los pequeños y medianos productores con el objetivo de compensar las desventajas del intercambio inequitativo entre los productos agrícolas y pecuarios con el resto de la economía.

Contexto: las ciudades de La Paz y El Alto

La ciudad de **La Paz** fue fundada el 20 de octubre de 1548 por Alonso de Mendoza en la localidad de Laja, como parte del Corregimiento de La Paz, y para servir como punto de descanso para viajeros que transitaban entre Potosí y Cuzco. Tiene una superficie de 133.985 km², con una altura de

3.650 msnm. Según el último Censo Nacional de Población y Vivienda 2012, La Paz cuenta con una población de 764.617 habitantes ⁽ⁱ⁾.

La ciudad de **El Alto** es una de las más jóvenes de Bolivia, elevada a rango de ciudad en septiembre de 1988. Se encuentra a una altura de 4.080 msnm., limitando al norte con Zongo, al sur con Viacha, al este con la ciudad de La Paz, al sureste con Achocalla y al oeste con Laja. Su superficie territorial son 1.042 km², es parte de la aglomeración urbana más grande del país, conectándose con Desaguadero, Copacabana, Viacha, Achacachi y poblaciones ubicadas a lo largo de las carreteras de conexión con países limítrofes.

Según el Censo de 2012, El Alto cuenta con una población de 848.840 habitantes y se caracteriza por ser lugar de asentamiento para migrantes de otras ciudades y provincias de Bolivia, principalmente de las áreas rurales. Es conocida por sus grandes congestionamientos vehiculares, principalmente en el sector de la Ceja por la que circulan cada día cerca de 300.000 personas rumbo a sus trabajos en La Paz, en comparación con las 10.000 personas que suben a El Alto.

La zona de Villa Dolores, por su ubicación estratégica entre la Ceja de El Alto, la carretera a Oruro, la avenida Max Fernández y la avenida 9 de Abril de La Paz, se ha convertido en un área de alto movimiento vial y económico. La presencia de la feria de alimentos ha posibilitado su desarrollo acelerado. Esta ocupa una gran área en El Alto y funciona prácticamente los siete días de la semana. Esta feria domina, en gran parte, el intercambio comercial de alimentos de las ciudades de El Alto y La Paz.

En ambas ciudades, también existe una amplia gama de mercados zonales y ferias -complementarias a los mercados dominantes- que se diversifican en función a su tamaño y dimensión; características sociales; tipos, oferta y origen de productos; formas de comercialización; organización sindical; y relacionamiento con consumidores.

1. EL SISTEMA ALIMENTARIO EN BOLIVIA

En los subtítulos siguientes se desarrolla una descripción general sobre el funcionamiento y dinámicas de los principales mercados de La Paz y El Alto. Esto para facilitar la comprensión de los procesos que se describirán en el siguiente título, referido al análisis de la información recabada a través de la investigación que se llevó a cabo.

1.1. Los mercados

Se describen a continuación los principales mercados y sus características, centrándose en los mercados mayoristas y minoristas más tradicionales. Se excluyen de este análisis a mercados de menor envergadura, cadenas de supermercados y tiendas de barrio.

En la ciudad de El Alto existen 3 mercados mayoristas y 36 mercados minoristas. Esta ciudad cuenta con 380 asociaciones de ferias de mercado de diferentes barrios. En La Paz existen 4 mercados mayoristas y 42 minoristas.

En El Alto, la mayoría del comercio minorista se desarrolla en ferias barriales con una frecuencia de dos a tres días a la semana, ofreciendo un acceso a alimentos directo, rápido y barato. Entre las ferias de alimentos más concurridas se encuentran la de Zona Pacajes, Avenida Litoral, Ex-Tranca Río Seco, Villa Dolores, Villa Adela y San Roque.

En los mercados mayoristas la presentación de los alimentos está directamente relacionada con el precio del producto. Es decir, los comerciantes venden sus alimentos en diferentes formatos de presentación en función de su precio. Los comerciantes mayoristas generalmente utilizan “cargas” (sacos plásticos cosidos en la abertura o yutes con volumen variable), “latas” (recipientes metálicos de 20 litros usados para la venta de alcohol), o “cajas” (recipientes de madera de 1 metro cúbico). Estas medidas no determinan ni el peso ni la cantidad de unidades, únicamente el volumen del producto. La razón de esta particularidad es la agilidad de venta que permiten estos formatos; los alimentos son vendidos en los mismos recipientes que facilitan los productores en las comunidades de origen y se limita la venta a compradores con mayor poder adquisitivo.

En los mercados minoristas, donde el consumidor sí puede comprar en pequeñas cantidades a expensas de un costo mayor, se utilizan medidas de peso más convencionales, como el kilo o la libra. Existen también otras formas de venta al raleo. Uno de ellos son los “montones” en los que los alimentos del mismo tamaño se presentan en grupos con un peso determinado. El volumen es el mismo entre los montones pero se pueden encontrar grupos con pocos productos de gran tamaño y grupos con muchos productos de menor tamaño. Algunos alimentos que se venden de esta manera son las zanahorias, la cebolla, el pimiento y el locoto. También se puede comprar en “bolsas”, envases de plástico llenados previamente con una cantidad determinada de alimento. Generalmente este envase se utiliza para los productos más delicados como la hoja de espinaca o acelga. Otra medida menos utilizada por su falta de practicidad y alta variabilidad es la “mano”, la cantidad máxima que puede contener el consumidor en su palma. Actualmente se utiliza casi exclusivamente para hierbas aromáticas como la quirquiña o la hierbabuena.

En estos mercados el incremento del precio de venta es directamente proporcional a la cantidad de intermediarios que existan. En la feria de Villa Dolores una caja de 130/150 unidades de tomate perita de tamaño mediano cuesta entre 40 y 60 Bs (0,30 Bs por unidad). En el puesto de un comerciante minorista, una libra del mismo producto, conteniendo aproximadamente 5 unidades, alcanza los 3 Bs. Esto supone un incremento del

100% del precio inicial, debido al costo del transporte y la compensación por merma del producto. Comprando el mismo tomate en un supermercado de alguna de las cadenas que existen en el país, el precio por unidad se eleva a 1,70 Bs, lo que supone un incremento en el precio final del 500%.

Para poder comercializar sus productos los comerciantes permanentes de El Alto deben asumir responsabilidades tributarias con el municipio, costeadando el pago de patentes normados en la ordenanza municipal 170/2008. La categoría A de esta ordenanza corresponde a las zonas más cercanas a La Ceja, siendo el monto de 20 Bs al año. Las zonas de la categoría B pagan 13 Bs. y de la categoría C, que contempla los sectores más periféricos de la urbe, el monto es de solo 6 Bs.

En ambas ciudades la participación del gobierno local se limita a la fiscalización y el control del peso de los alimentos, la verificación de la inocuidad de los mismos y el cobro de la patente municipal. Para que un comerciante de La Paz utilice un espacio público debe pagar un impuesto de 2 Bs. al día o 60 Bs. al mes. Sin embargo, el poco personal y la escasa capacidad fiscalizadora de los gobiernos municipales limitan estas formas de control a los mercados con mayor afluencia y a las calles principales de estos mercados.

1.2. El poder adquisitivo

El mayor poder adquisitivo en Bolivia es, en gran parte, resultado de políticas de Estado y de las reivindicaciones de movimientos y sectores sociales. Estas políticas están principalmente orientadas a garantizar que todas las personas puedan cubrir el costo de su canasta básica familiar. Entre los años 2005 y 2015 el salario mínimo nacional se incrementó sustancialmente, de 440 Bs. a 1.656 Bs. al mes ⁽ⁱⁱⁱ⁾. A pesar de este incremento, la población de bajos recursos económicos aun no puede cubrir sus necesidades básicas, ya que la cantidad de alimentos que compra con el salario mínimo nacional aun es el mismo de hace 10 años, debido a la inflación de los precios de los alimentos. En La Paz, 2 de cada 6 personas están en condición de pobreza y 1 de cada 6 se encuentra en condición de pobreza extrema ⁽ⁱⁱⁱⁱ⁾.

La ciudad de El Alto tiene una mancha urbana de alto crecimiento, donde el comercio y la industria mueven miles

de millones de bolivianos al año. A pesar de ello los beneficios efectivos aún no llegan a la totalidad de la población. La Población Económicamente Activa (PEA) alcanza cerca de 350 mil personas y solamente el 51% de esa cifra tiene un ingreso fijo y acceso a seguridad social. La tasa de desempleo en esta ciudad es la más alta del país y la pobreza afecta al 66,9% de la población. Sus calles albergan el comercio informal más grande del país ^(iv).

Esta ciudad tiene una alta cantidad de personas asalariadas que se dedican a la actividad económica de fabricación de muebles, industria manufacturera y textil. En estos rubros la relación de género es de 4,7% de mujeres frente a un 25% de varones. El resto de la PEA es cuentapropista (emprendedores o pequeños empresarios informales) y las mujeres ocupan un mayor porcentaje (con un 60%) como vendedoras de mercados y ferias, gremiales de venta de abarrotes, carnes, verduras, legumbres y fruta. Este sector económico informal ocupa el 69,7% de la PEA suponiendo más del 80% del total de empleos ^(v).

Existe un desarrollo significativo de la micro y pequeña empresa, que concentran casi la tercera parte de las empresas del país pero contribuyen poco al Producto Interno Bruto (PIB). Las microempresas alteñas operan en los rubros de corte y confección, producción de calzados, orfebrería, tejidos en lana natural y acrílica, carpintería, metalmecánica, fundición y otros, comercializando sus productos en mercados locales, nacionales y fronterizos ^(vi). La industria manufacturera es la actividad que muestra mayor crecimiento (14,7% anual) y que ha logrado un incremento notable de puestos de trabajo en un 346%. Esta industria funciona en condiciones precarias, con mano de obra que carece de seguridad y de beneficios sociales.

La ciudad de La Paz tiene una conformación espacial característica por su topografía, la estructura vial fragmentada, y las dificultades de conexión que existe entre barrios. Todo ello complica y aumenta los costos de los alimentos, influyendo en el poder adquisitivo de las personas.

La PEA de la ciudad de La Paz es del 52,5%. La población ocupada laboralmente alcanza 94,7% de esta población. En consecuencia la población desocupada representa el 6,3% y hay una tasa de cesantía de personas con empleo del 5,2%.

El 47% son mujeres, pero con bajo nivel de calificación, compuesta especialmente por trabajadoras del hogar.

1.3. La canasta básica familiar

La canasta básica familiar está integrada por un conjunto de alimentos básicos en cantidades apropiadas y suficientes para satisfacer al menos las necesidades energéticas y proteicas de las personas. La demanda por los insumos que componen la canasta es la más alta entre todos los alimentos y cualquier cambio en sus precios afectan el comportamiento económico de la ciudadanía. El sector de extrema pobreza boliviana gasta entre el 70% y el 80% de su ingreso en alimentación ^(vii). A pesar de que en 2010 Bolivia fue declarada un país de renta media por el Banco Mundial, y que desde el 2006 la pobreza extrema disminuyó en un 18%, el porcentaje de la población que vive en extrema pobreza sigue siendo alto. Sus reducidos ingresos no le permiten cubrir el costo de una canasta básica familiar y, según el economista Riveros Gámez, *“el ascenso de los precios de los alimentos actúa como un impuesto regresivo, que ahonda las disparidades en los niveles de vida y recae en mayor magnitud en las personas de escasos recursos”* ^(viii).

Al tratarse de alimentos básicos, los precios de los insumos de la canasta básica familiar tienen cierto grado de regulación por los gobiernos. Sin embargo, el precio de la harina de trigo (base para la elaboración del pan) se incrementó en 2015 y a pesar de las protestas por parte de los consumidores y entidades gubernamentales, el sector panadero aprobó un incremento de 40 a 50 centavos de boliviano por unidad de pan. Como respuesta paliativa, se redujo la provisión de harina subvencionada por parte del gobierno pero la ciudadanía se ha visto afectada de todas maneras por el incremento de precio de este alimento básico ^(ix).

La canasta básica familiar está influenciada también por la migración campo-ciudad que, de año en año, ocasiona que se vayan desalojando las áreas rurales y bajen los niveles de producción de alimentos locales. A su vez, la población migrante pasa de ser productora a ser consumidora, lo que engrosa la población demandante de alimentos (potencialmente desocupada).

Cuadro 1.- Precios de los alimentos en cinco mercados de la ciudad de La Paz (expresado en bolivianos).

Principales productos de la canasta familiar	Mercado El Tejar		Mercado Rodríguez		Mercado Sopocachi		Mercado Yungas		Mercado Villa Fátima	
	20 feb.	4 may.	20 feb.	4 may.	20 feb.	4 may.	20 feb.	4 may.	20 feb.	4 may.
Papa (arroba)	42 - 45	35 - 42	35 - 45	30 - 45	45 - 48,5	35 - 55	48 - 50	40 - 50	45 - 50	40 - 50
Tomate (libra)	3,50	1,5 - 2	3 - 4	2	3 - 5	2 - 3,5	3,5 - 4	2 - 2,5	3 - 4	2,5
Cebolla (libra)	1,50 - 2	2	2	1,5 - 2	2 - 2,5	2 - 2,5	2	1,5 - 2	2	2
Zanahoria (cuarta arroba)	8 - 9	6 - 7	8 - 10	5 - 6	9 - 10	7 - 8,5	10	8	10 - 12	8 - 10
Morrón (libra)	4 - 5	5	3,5 - 5	4 - 5	4 - 5	5 - 5,5	4	5	3,5 - 5	4
Arveja (libra)	5	5	5 - 6	4 - 5	5	5 - 5,5	5 - 6	4 - 5	5 - 6	5 - 6
Haba (libra)	2	2	2 - 2,5	2	2 - 3	2 - 3,5	2 - 2,5	2 - 2,5	2 - 2,5	2
Vainita (libra)	4	4 - 5	3 - 4	3,5 - 4	4	4 - 6	4	4	3 - 4	4
Zapallo (libra)	1 - 1,50	2	1 - 2	1,5 - 2	1,5 - 2	1,5 - 2	1,5	2	1,5 - 2	2
Nabo (libra)	2	2	2 - 2,5	2	2	2	2	2	2	2
Pollo (kilo)	16,5 - 17	12,5 - 13	16,5 - 17	13 - 13,5	16,8 - 17,2	13,5 - 15	16 - 18	12 - 12,5	16 - 17	12
Carne de res, pulpa corriente (kilo)	36 - 40	36 - 38	28 - 40	34 - 36	40	38 - 42	26 - 42	30 - 40	38 - 40	36

Fuente: "De 12 artículos de la canasta familiar, 5 bajaron de precio". Periódico La Razón. 05/05/15. Bolivia.

Entre los meses de febrero a mayo de 2015 se evidenció una variación de precios en algunos productos de la canasta básica familiar en 5 mercados del municipio de La Paz (ver Cuadro 1). De 12 alimentos 7 mantienen el mismo precio y 5 disminuyen. La tendencia en el tiempo es el incremento de los precios.

Se hace notar que las diferencias de precio entre los mercados están relacionadas con muchas variables: el Mercado Sopocachi y el Mercado Yungas son los más costosos, mientras que el Mercado Rodríguez y la Cancha El Tejar son los más económicos. Esta característica refleja el poder adquisitivo del ciudadano que consume ahí, la accesibilidad vial de los mercados y la cantidad de intermediarios con los que operan.

2. DESARROLLO DEL ESTUDIO

A lo largo de los siguientes subtítulos se expone, de forma descriptiva, la información recabada a través de la presente investigación mediante las herramientas e instrumentos enumerados en la metodología del estudio. De igual manera se desarrolla un análisis crítico-valorativo de los datos recolectados y se describe el flujo que siguen los alimentos desde su producción hasta su llegada a los puntos de venta. Se analizan las relaciones identificadas entre los actores del rubro con un enfoque en las diversas modalidades de comercialización que utilizan los comerciantes, incluyendo vías alternativas de venta.

2.1. Mercados estudiados

Villa Dolores

El Mercado de Villa Dolores está ubicado entre las calles 5 y 11 de El Alto, transversales a la Avenida Panorámica y la Avenida Antofagasta del barrio con el mismo nombre.

Este mercado es, probablemente, el punto de venta más importante de las ciudades de La Paz y El Alto, localizándose en uno de los primeros distritos que se fundó en la ciudad, el 14 de Septiembre de 1940. El barrio cuenta con 1.087 manzanos o cuadras y se caracteriza por su alta actividad comercial en la que participan aproximadamente 2.000

vendedores y 3.000 consumidores de ambas ciudades. Las actividades económicas del barrio mueven al menos medio millón de bolivianos al día ^(x). Su importancia radica en su ubicación estratégica, un punto medio entre diferentes vías de ingreso a la ciudad y la vía principal de conexión con La Paz.

El sector de venta mayorista en el Mercado de Villa Dolores tiene mecanismos de venta específicos. Los camiones con alimentos se posicionan en espacios reservados para ello y la venta desde estos camiones se realiza utilizando medidas de volumen y no de cantidad y principalmente en torno a la comercialización de fruta (mandarina, naranja) y verdura (zanahoria, choclo). Cargas, latas, chipas o gangochos llenos de alimentos son comprados por comerciantes en horarios y fechas específicas ya que la actividad de estos mayoristas con camión se limita a ciertos días de la semana. Los comerciantes eligen esta modalidad de comercialización ya que supone una venta segura y rápida de una gran cantidad de producto.

Villa Fátima

El Mercado de Villa Fátima se encuentra próximo a la salida hacia los Yungas y a la Avenida Periférica, vía de ingreso a la ciudad de La Paz desde el norte. Este mercado abastece de alimento a varios barrios vecinos.

La infraestructura original del mercado es un recinto cerrado de propiedad municipal y tiene las características de un mercado típico. Sin embargo, las instalaciones se encuentran abandonadas y funcionan solo como depósito. Los comerciantes prefieren situarse en las calles adyacentes para la comercialización de los alimentos, a pesar del clima o la necesidad de dejar sus puestos amarrados de forma precaria por la noche.

Anteriormente, el mercado se dedicaba principalmente a la venta mayorista de alimentos provenientes de Yungas, Alto Beni y el norte paceño. En la actualidad se caracteriza por una mayor presencia de comerciantes minoristas ya que los camiones que abastecen a la ciudad pasan de largo este mercado y toman la Avenida Periférica para dirigirse a Villa Dolores o a la Cancha El Tejar. Esta tendencia ha convertido a Villa Fátima en un mercado zonal.

La oferta de verdura de Villa Fátima proviene en su mayoría del Mercado Rodríguez, la fruta de la Cancha El Tejar y otros alimentos que llegan desde Chile o Perú. Los productos llegan al mercado a temprana hora de la mañana desde los puntos de venta al por mayor, transportados en taxis o en pequeñas camionetas.

El año 2011, el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, junto a la Dirección de Tránsito de la Policía Departamental, presentó el proyecto "Centralidad Urbana Villa Fátima" para el reordenamiento vehicular y la reubicación de los vendedores callejeros del mercado. El proyecto contemplaba una propuesta vial que implicaba la prohibición de estacionamiento de camiones mayoristas en la recientemente habilitada Terminal Terrestre Minasa y una propuesta arquitectónica que prometía la instalación de paneles móviles para generar sombra, puestos de venta con diseño específico y pasos a nivel peatonales. Los comerciantes del mercado de Villa Fátima hicieron llegar su voto resolutivo rechazando la medida, a pesar de que ya existían recursos económicos asignados, y paralizaron el proyecto.

Mercado Rodríguez

El Mercado Rodríguez se encuentra en pleno barrio de San Pedro, en el corazón de la ciudad de La Paz y se caracteriza por una afluencia masiva de personas, ya sean compradores (principalmente amas de casa) o vendedores (mayoristas y minoristas).

El mercado está muy bien comunicado y conectado con otras áreas de la ciudad por la confluencia de diferentes líneas de transporte que llegan directamente al mercado o a zonas cercanas como el Puente Abaroa, barrio Chijini, Max Paredes, Linares o Venancio Burgoa. Para minimizar el congestionamiento vehicular, y debido a la falta de estacionamientos, no está permitido el parqueo de camiones con productos después de las 06:00 horas de la mañana. La descarga de productos se realiza después de las 20:00 horas de la noche, generalmente los jueves. A partir del viernes por la noche y durante todo el fin de semana las calles circundantes al mercado se cierran al tráfico vehicular.

Los alimentos que pueden encontrarse en el Mercado Rodríguez provienen generalmente de los mercados de Villa Dolores, la

Cancha El Tejar y otras localidades del sur de la ciudad. Se puede encontrar carne, verduras y fruta, carbón, ropa usada, ollas y, entre otros, antigüedades. No existe un orden en la distribución de los puestos de venta, con tres excepciones; una calle está dedicada exclusivamente a la venta de papa, el cercano Mercado Belén comercializa únicamente hortalizas y en las instalaciones cerradas del mercado solamente se vende carne.

El costo de los productos depende entre otras cosas de la hora de venta, (cuanto más temprana sea la compra más económico será su valor) y de la presentación de venta del producto. A medida que pasa el día, el precio de los productos va aumentando y la forma de venta va cambiando (de venta al por mayor se pasa a venta al por menor).

Al igual que en el Mercado de Villa Fátima, los comerciantes del Mercado Rodríguez se han opuesto tenazmente al proyecto de construcción de una gran infraestructura, propuesto por la alcaldía y la junta vecinal del sector ^(xi). El proyecto incluía la conexión de las instalaciones del Mercado Rodríguez con las del Mercado Belén y el Mercado Amapala a través de pasos a nivel peatonales, estacionamientos y áreas de recreación en altura.

Cancha El Tejar

La Cancha El Tejar se ubica en la zona El Tejar, cerca del Cementerio General y la Avenida 9 de Abril, con conexión a la ciudad de El Alto. Es una zona con un costo de vivienda elevado, en gran parte relacionado a la presencia de paradas de transporte interprovincial.

Es un mercado sin infraestructura que goza de buen acceso vial y que se encuentra en una zona altamente comercial. La venta de alimentos se realiza en la calle, tras la llegada de los camiones que transportan los alimentos. Las ventas son al por mayor, por cajones y yutes. La fruta, como mandarina y naranja criollas, es vendida en cajones llenos de una cantidad exacta, de un tamaño predeterminado, de producto.

Los productores o comerciantes que venden sus alimentos en este mercado trasladan los productos en camión desde las comunidades de origen, haciendo ellos el viaje en bus. Cuando los camiones llegan a la ciudad, los vendedores reconocen

sus cajas por las marcas de pintura de color sobre ellas. La mayoría de los comerciantes utilizan tambos o casas cercanas para almacenar los productos antes de la venta.

En este mercado se comercializa principalmente fruta de Alto Beni, desde las calles Reyes Cardona y Cuzco hasta la Avenida Héroes de Pacífico. Otros alimentos provienen de Yungas, Sorata y Sapahaqui, de productores locales que no tienen puesto fijo en el mercado. También se encuentra carne (res, cerdo y pollo), pescado, tubérculos y hortalizas. Todos los alimentos que se encuentran en este mercado presumen de buena calidad, fresca y bajo costo al gozar el lugar de buen acceso para su abastecimiento.

Los consumidores son mayormente amas de casa que viven en la zona y comerciantes minoristas que se abastecen de productos para su reventa en otros mercados.

2.2. Actores entrevistados

A continuación, se presenta una descripción de los 7 tipos de comerciantes que se investigaron en el estudio. Las diferencias entre sus formas de comercialización y su papel en los mercados permiten generar una fotografía del sistema de comercialización de las ciudades de El Alto y La Paz.

- **Camioneros productores:** venden alimentos de producción propia al por mayor. Utilizan camiones de su propiedad para movilizar alimentos entre sus comunidades y venderlos en los mercados.
- **Camioneros intermediarios:** compran alimentos en comunidades productoras y los venden al por mayor desde los camiones en que los transportan.
- **Mayoristas con puesto fijo:** comercializan fruta, tubérculos o verduras contando con infraestructura de recepción y almacenamiento de alimentos. Venden productos provenientes de los departamentos de La Paz, Cochabamba, Santa Cruz o de los países de Chile y Perú.
- **Minoristas productores con puesto fijo:** venden hortalizas a precio reducido del sector de Río Abajo, El Palomar, Mecapaca y otras localidades del departamento de La Paz.

Tienen puesto fijo en la calle por el que pagan patente de la alcaldía en función de su procedencia y asociación.

- **Minoristas no productores con puesto fijo:** adquieren alimentos de los vendedores mayoristas con puesto fijo o de sus camiones. Revenden estos alimentos en sus propios puestos situados en calles aledañas u otros mercados.
- **Minoristas con puesto en la calle:** compran a los comerciantes mayoristas de camión, sean estos productores o intermediarios, para vender al detalle o menudeo en la calle, sin infraestructura.
- **Minoristas de otros mercados:** compran alimentos al por mayor y los trasladan para su reventa a otros mercados pequeños o ferias. En estos espacios los alimentos son comprados tanto por consumidores como por otros comerciantes que los trasladan a otros puntos de venta.

Cuadro 2: Ubicación de los tipos de comerciantes en los mercados.

	FERIA VILLA DOLORES	MERCADO RODRIGUEZ	CANCHA EL TEJAR	MERCADO VILLA FÁTIMA
Camioneros productores	X		X	
Camioneros intermediarios	X	X	X	
Mayoristas con puesto fijo	X	X	X	
Minoristas productores con puesto fijo	X	X		
Minoristas no productores con puesto fijo	X	X	X	X
Minoristas con puesto en la calle	X	X	X	X
Minoristas de otros mercados				X

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del estudio.

2.3. El flujo de los alimentos

Producción

La producción de alimentos en el país tiene dos tendencias: la primera es la agricultura familiar campesina, que se basa en cultivos de pequeña escala, más sostenibles, venta de excedentes después del autoconsumo y poca superficie de tierra. La segunda es la agroindustria, de grandes extensiones de tierra, uso intensivo de agroquímicos, semillas transgénicas y menor sostenibilidad. Las oleaginosas y cereales cultivados por la agroindustria se destinan principalmente a biocombustibles y alimentación de ganado, por lo que la población de las ciudades de El Alto y La Paz consume más alimentos de la agricultura familiar campesina.

Existe también una alta tendencia a la importación de alimentos. El Departamento de La Paz importa el 60% de alimentos que consume ^(xiii) y existe una fuerte incidencia del contrabando de países vecinos. Las ineficientes políticas de control del contrabando y de apoyo al sector productor, reduce progresivamente la posibilidad del país de cultivar suficientes alimentos para su demanda interna.

La producción de alimentos en el país se divide, de manera general, por zonas. El Altiplano Norte y Sur producen tubérculos y cereales, los valles y cabeceras de valle producen frutas y hortalizas. En los Yungas y el Chapare se producen cítricos y en las llanuras orientales se producen leguminosas, cereales y ganado.

Transporte e ingreso a la ciudad

La red de transporte nacional y departamental permite el traslado de carga pesada desde los lugares de producción hasta las ferias y/o mercados de las ciudades. En Bolivia, debido a la deficiente estructura de caminos, no se diferencian las vías para transporte pesado de las de automóviles livianos; ambos deben compartir los mismos caminos aunque en algunos casos se diferencia el horario de uso. Es común que el transporte pesado circule en horarios de la noche y madrugada debido a la velocidad con la que avanzan, las restricciones de circulación que existen para este tipo de

transporte en áreas urbanas y la facilidad de ingreso a la ciudad en esa franja horaria.

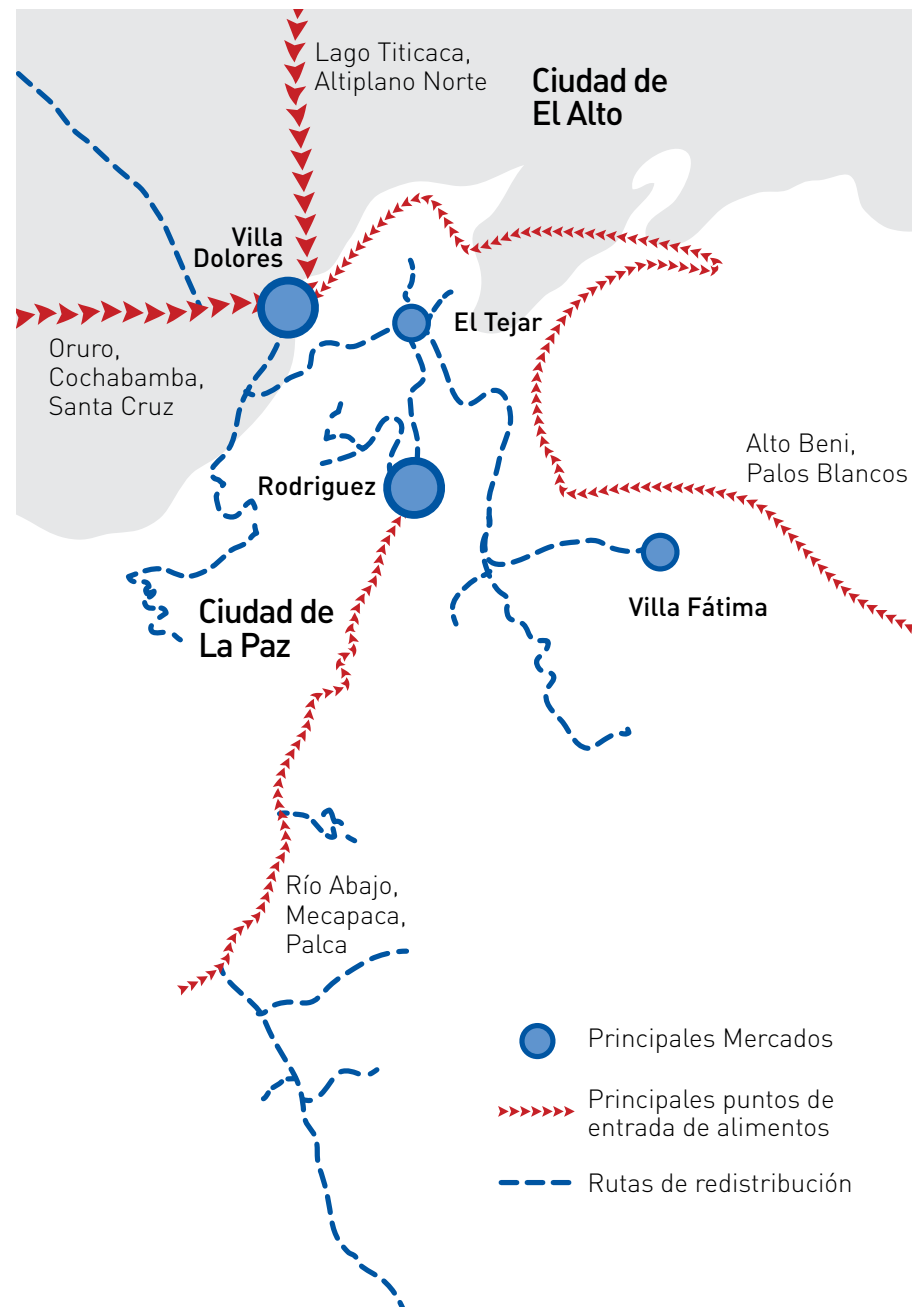
La ciudad de El Alto es un punto estratégico para el transporte de la producción agrícola y para el abastecimiento de la ciudad de La Paz. Desde El Alto se accede a la carretera que lleva a los puertos de Ilo (Perú) y Arica (Chile), también se conecta con Oruro a través de la doble vía pasando por la Avenida 6 de Marzo y existe conexión para los valles de Luribay, Caracoto y Sapahaqui, llegando hasta Cochabamba. Por la Avenida Juan Pablo II Carretera Panamericana se accede a Desaguadero, Copacabana y los valles departamentales, incluyendo Sorata y Achacachi.

Los puntos de entrada de La Paz colindan con El Alto por lo que es necesario pasar primero por ella para llegar a la ciudad. La avenida 9 de Abril, la avenida Naciones Unidas (camino antiguo) y la avenida Max Fernández son puntos de entrada que permiten que los alimentos lleguen a El Tejar. La avenida Costanera, en el sur, es por donde se desplaza el transporte proveniente de Palca, los valles del Illimani, Mecapaca, Río Abajo y El Palomar. La mayoría de estos alimentos terminan en el mercado Rodríguez.

Ambas entradas a la ciudad no cuentan con vías de circulación especializadas para el transporte pesado y poseen pocos carriles para el volumen de automóviles que las utilizan. La mayor parte de los alimentos que se consumen en La Paz ingresan por El Alto, lo que reduce la independencia de abastecimiento de la ciudad. Este escenario es consecuencia de la escasa planificación urbana en ambas ciudades.

Las carreteras cumplen el papel de permitir el abastecimiento de alimentos a La Paz y El Alto y permitir la exportación a otras ciudades o servir de puente para otras regiones. Se envían abarrotes al norte del país y comerciantes de productos como el aceite y el azúcar, insumos elaborados en el sur del país, utilizan a La Paz como punto intermedio en su paso hacia el norte.

Figura 1.- Flujo de alimentos en las ciudades de La Paz y El Alto para los cuatro mercados estudiados



Fuente: Elaboración propia en base a información de Google Maps, 2015

Vías de abastecimiento del comercio minorista

La relación entre las áreas de producción de alimentos y sus áreas de comercialización tiene que ver con la red de carreteras y caminos por las que se transportan éstos productos. Ésta relación genera puntos estratégicos de conexión espacial-territorial entre las ciudades estudiadas y los lugares donde se cultivan alimentos.

La distribución de los alimentos en el territorio depende mucho de las condiciones de compra-venta por parte de las dinámicas internas entre comerciantes. La demanda de alimentos y las relaciones entre comerciantes mayoristas y minoristas es un factor decisivo de este comercio. Si el comerciante no encuentra beneficios en el proceso puede optar por dejar de abastecer una zona, lo que puede causar que existan vecindarios con poco acceso a alimentos y mayores índices de inseguridad alimentaria.

En la ciudad de El Alto un punto importante de confluencia es el sector de Villa Dolores, donde se encuentra la feria del mismo nombre. En esta zona se desarrolla una red de conexiones internas hacia otras zonas de la ciudad alteña. Los días martes y viernes los comerciantes llevan sus productos desde el mercado hacia otras ferias de barrio. La vía Alto Norte es una de las conexiones más importantes y permite el abastecimiento de siete ferias barriales: Ex-Tranca de Río Seco, Mercado Campesino de Villa Tunari, Mercado El Carmen en Río Seco, la Feria de San Luis Charapaqui, Mercado Villa Adela, Mercado de Santa Rosa y Mercado de Ciudad Satélite.

En la ciudad de La Paz los mercados y ferias de barrio se abastecen principalmente de Villa Dolores. Los comerciantes que provienen del norte del departamento de La Paz, Alto Beni y Yungas, ingresan a la ciudad por La Cumbre, se dirigen hacia la Avenida Periférica y abastecen a la Cancha El Tejar y al Mercado Rodríguez. A pesar de que el mercado de Villa Fátima está de paso muy pocos comerciantes hacen parada ahí, como ya se ha explicado en apartados anteriores. El horario de desplazamiento es un factor esencial ya que el transporte debe cruzar la ciudad, de un extremo a otro, razón por la que se aprovecha el horario

nocturno y de madrugada, favoreciendo la circulación vehicular y permitiendo estacionamientos temporales que en otros horarios sería imposible.

Una vez en el Mercado Rodríguez y la Cancha El Tejar el traslado de los alimentos a otros puntos de venta se realiza en medios de transporte más pequeños debido a la restricción vehicular y la necesidad de manejar volúmenes menores. Son trasladados a Miraflores, Cruce de Villas y Pampahasi a través de la Avenida Esteban Arce y la Avenida Ciudad del Niño. Los mercados Strongest y Bolívar son aprovisionados a través de la Avenida Buenos Aires y la Jaimes Freyre. El Mercado Sopocachi se abastece siguiendo la Avenida Sanchez Lima. Los mercados y ferias de la Zona Sur de la ciudad reciben alimentos de Villa Dolores y otros que entran por la Avenida Costanera. Las ferias itinerantes de Obrajés, Alto Obrajés y Calacoto (que se realizan los días martes, viernes y sábado) reciben sus productos principalmente del Mercado Rodríguez aunque también llegan del sector Illimani, Palca y Río Abajo.

Primeros lugares de venta

Después de que los alimentos llegan a la ciudad de El Alto estos son comercializados en mercados mayoristas como Villa Dolores. Los precios dependen de múltiples variables como el origen, el horario, la cantidad de intermediarios involucrados, la presentación y la calidad de los productos.

Cuadro 3.- Venta mayorista en camiones en el Mercado de Villa Dolores.

PRODUCTO	FORMA DE VENTA	ORIGEN	PRECIO
Cebolla con cola	Carga	Cochabamba	60-70
Cebolla roja cabeza	Carga	Cochabamba	30
Cebolla verde	Lata	La Paz (Provincia Aroma)	55
Cebolla cabeza	Cargas	Oruro	160
Zanahoria	Lata	Cochabamba (Cliza)	15

Fuente: Cuadro de elaboración propia en base a datos recolectados para el estudio.

Como se puede observar en el Cuadro 3, el precio de venta de cebolla en camión es más caro si ésta proviene de Oruro. Este incremento de precio se debe a una mayor calidad de producto y a un relacionamiento mejor entre comerciantes. Como se ha observado en apartados anteriores, las variaciones en el precio pueden depender también, además del origen, de la calidad del producto y de la demanda.

Cuadro 4.- Venta mayorista en puesto fijo en el Mercado de Villa Dolores.

PRODUCTO	FORMA DE VENTA	ORIGEN	PRECIO
Cebolla roja	Lata	Cochabamba	30
Cebolla blanca	Lata	Perú	20
Zanahoria	Cargas	Oruro	70
Papa pala	Cargas	Perú	300
Papa waycha	Cargas	La Paz (Patacamaya)	270
Papa waycha	Cargas	La Paz (Achocalla)	250
Papa	Cargas	Sucre	250
Oca	Arroba	La Paz (Achocalla)	30
Camote	Arroba	Perú	35

Fuente: Cuadro de elaboración propia en base a datos recolectados para el estudio.

Los alimentos vendidos en puestos fijos son traídos generalmente desde lugares más lejanos, incluyendo otros departamentos u otros países. La papa es el ejemplo más representativo; puede llegar de Patacamaya a 270 Bs. por carga, de Achocalla a 250 Bs. por carga o del Perú a 300 Bs. por carga. La diferencia de precio se debe principalmente a la calidad y la variedad del producto. El hecho de que estos alimentos provengan de lugares más alejados al puesto de venta obliga a los comerciantes a disponer de un espacio fijo donde guardarlos, un espacio de venta reservado en la calle o mercado y un depósito cercano. Además de la obligación de pagar la patente del gobierno municipal, los costos de transporte y almacenamiento provocan que los precios de venta al consumidor sean más elevados. Estos gastos, sin embargo, también permiten que la venta se realice durante más horas del día y no solo en la madrugada, como en el caso de venta directa desde los camiones.

Cuadro 5.- Venta minorista del sector hortalizas en el Mercado Rodríguez.

PRODUCTO	FORMA DE VENTA	ORIGEN	PRECIO
Tomate	Caja	La Paz (Provincia Loayza)	60
Lechuga	25 Unidades	La Paz (Illimani)	45
Quirquiña	Amarro	Cochabamba	15
Arveja	Arroba	La Paz (Achocalla)	60-80
Haba	Arroba	La Paz (Illimani)	32
Perejil	Amarro	La Paz (Illimani)	4
Choclo	25 Unidades	La Paz (Palca)	20
Pepino	25 Unidades	La Paz (Palca)	25
Locoto	Arroba	La Paz (Palca)	90

Fuente: Cuadro de elaboración propia en base a datos recolectados para el estudio.

Los comerciantes minoristas y productores que venden hortalizas al raleo en puestos callejeros o mercados generalmente traen sus productos de comunidades cercanas que cuentan con buenos caminos (Illimani, Palca o Achocalla de la provincia de La Paz y otros departamentos incluyendo Cochabamba). La venta es por peso o unidades (lo que supone un aumento en el precio de venta de las hortalizas) y los volúmenes son menores. Los compradores son principalmente amas de casa y restaurantes pequeños. El beneficio de contar con un puesto fijo permite incrementar el tiempo de venta y el volumen del producto.

Cuadro 6.- Venta minorista del sector frutas en la Cancha El Tejar

PRODUCTO	FORMA DE VENTA	ORIGEN	PRECIO
Pacay	100 Unidades	La Paz (Loayza/Luribay)	45 grandes 70 pequeños
Uva	Caja	La Paz (Loayza/Luribay)	130
Peramota Sinka	Caja	La Paz (Loayza/Sapahaqui)	450 grandes 380 pequeños
Peramota	100 Unidades	La Paz (Loayza)	100
Durazno	100 Unidades	La Paz (Loayza)	42
Mandarina Injerto	100 Unidades	Cochabamba (Chapare)	30

Fuente: Cuadro de elaboración propia en base a datos recolectados para el estudio.

Los comerciantes productores de fruta manifiestan patrones diferentes de comercialización. La fragilidad y carácter perecedero de sus productos condicionan los métodos de venta. La presentación y venta de las frutas se realiza en cajas (uva, pera) o por unidad (cítricos, manzana). A mayor distancia del punto de venta mayor será el precio final. Por ejemplo, 100 unidades de mandarina injerto cuestan 100 Bs. en El Alto, 7,5 Bs. más económico que en el Mercado Rodríguez según los datos obtenidos. El origen de la fruta también determina el precio final de venta. La fruta de Alto Beni y los Yungas es comparativamente más económica que la fruta del Chapare, probablemente debido a que el precio de la tierra es mayor en el Chapare por la alta demanda de plantaciones de coca. Otro factor que afecta el precio es la estacionalidad. Los cítricos que se cosechan en invierno son más baratos en comparación al resto del año, diferencia conocida y aceptada por los consumidores (pues el concepto de estacionalidad está muy arraigado en las prácticas alimenticias de la población, lo que favorece la sostenibilidad del sistema).

2.4. Formas convencionales de comercialización

La comercialización de alimentos en los mercados y ferias que se han descrito en este estudio no se reduce a una simple transacción económica sino que tiene complejas influencias culturales y sociales. Por ejemplo, que la mayoría de las consumidoras sean mujeres favorece una comunicación horizontal con las vendedoras, del mismo género.

Un elemento cultural básico que influye en gran medida en el proceso de compra-venta es el regateo, la negociación en la oferta y la demanda para tratar de establecer un precio de conveniencia para ambas partes. Dependiendo del sector de comercialización, el uso del idioma Aymará es utilizado como instrumento para consolidar los lazos de confianza entre vendedor y consumidor, lo que puede suponer una mejora en el precio final.

En este sentido se entiende la importancia del lenguaje en las transacciones. Por ejemplo, la palabra "casera" (que denota confianza en la relación vendedor-comprador), o el pedir una "yapa" (término popular que significa un incremento no cobrado, es decir, regalado por el comerciante en relación a la cantidad o volumen de la compra) son ejemplos del por qué el lenguaje juega un papel importante en las dinámicas sociales de la comercialización de alimentos.

La compra regular a un mismo comerciante ("casero") permite consolidar una relación de confianza entre ambos actores, generando beneficios para ambos. El comprador puede adquirir mayor cantidad de alimento a precio reducido y el vendedor se asegura un cliente fijo.

*"Cómprame casera, te voy a vender baratito.
Productora directa siempre soy. Ven, ven casera
mira tan linda cebolla y zanahoria he traído..."*

Mayorista productora del Mercado de Villa Dolores.

Los comerciantes tratan de captar la atención del consumidor a través de la exposición de sus productos, resaltando la estética y calidad de estos. Los mejores productos se ofrecen en primera línea o en la superficie de las cajas o montones, mostrando que los alimentos se encuentran en buenas condiciones y que no se encuentran dañados, aplastados o agusanados.

Vías tradicionales de venta

Las vías tradicionales de comercialización se refieren a aquellas formas de interacción comercial que siempre han existido y continuarán existiendo y que están arraigadas a componentes sociales y culturales.

El carácter socio-cultural de las dinámicas de compra-venta de alimentos básicos se evidencia claramente en las relaciones entre los diferentes actores del proceso, explicado brevemente en el apartado anterior. Las asociaciones de comerciantes, los vínculos entre productores y transportistas, la interacción entre vendedores minoristas y consumidores son todas expresiones de la comercialización local, mismas que están arraigadas en la cultura popular y que se han convertido en una expresión de la sociedad.

A través de este relacionamiento con grupos sociales, comerciales e incluso religiosos, los comerciantes se aseguran las herramientas sociopolíticas que les permiten conservar los rasgos de informalidad que los caracterizan y generar capacidades de adaptación a los cambios del

mercado ^[xiii]. Las redes sociales alternativas que desarrollan les dan un respaldo económico, social y logístico, permitiendo que se alejen del sistema capitalista convencional.

En este rubro los actos sociales son de gran relevancia. Un carnicero puede llegar a gastar hasta la mitad de sus ingresos en ciertos periodos del año para celebrar eventos sociales y religiosos como bautizos, quitapenas, fines de año, recepciones, fraternidades, prestes y fiestas patronales. En estos eventos se tejen relaciones de reciprocidad obligada entre los individuos, lo que va generando nuevas posibilidades comerciales y un sentimiento de deuda por parte de los invitados hacia el oferente del evento ^[xiv].

De acuerdo a su origen etimológico (commercium; con.-conjunto y merx.-mercancía), la palabra “comerciante” se refiere a la persona que compra y vende mercancía. En el contexto de nuestro estudio, el comerciante es, en la mayoría de los casos, un intermediario entre el productor del área rural y el consumidor de la ciudad.

Existen dos grandes grupos de comerciantes tradicionales, los mayoristas, que manejan grandes volúmenes de alimentos, y los minoristas, que venden al raleo al consumidor. La principal diferencia entre unos y otros radica en las cantidades y volúmenes de venta y los montos económicos de las transacciones. Mediante este estudio, se identifican siete tipos de comerciantes listados a continuación.

Comerciantes mayoristas con camión

Los comerciantes mayoristas que cuentan con un capital económico mayor pueden permitirse tener un camión de propiedad privada, para movilizarse por diferentes localidades productoras en busca de productos a costo reducido que posteriormente serán vendidos en las ciudades con la ayuda de familiares.

Estos comerciantes son conocidos también como “acopiadores”, entendiendo el término acopio como la acumulación de una gran cantidad de algo. Generalmente cuentan con un lugar de venta fijo (ya sea un puesto en el mercado o un estacionamiento para el camión) lo que les obliga a afiliarse a alguna asociación de comerciantes para

garantizar la legalidad de su actividad comercial y, por lo tanto, mayor permanencia en el puesto de venta.

Como ya se ha explicado anteriormente, estas personas venden directamente desde su camión, parqueado en el lugar adjudicado para ello. El tiempo de estadía depende de lo que tarde en vender toda la mercancía y de las restricciones viales de las ciudades. Por este motivo, los mayoristas con camión prefieren asistir a ferias o mercados que cuenten con espacios suficientes y estratégicos para el estacionamiento o donde no exista un control riguroso de tránsito.

La venta se realiza en latas o cargas (para alimentos como la zanahoria, la cebolla, la papa o los cítricos) y en cajas (para el tomate, la uva o los limones). Los mayoristas con camión suelen trabajar por temporadas, comercializando alimentos de estación. En épocas de poca producción muchos se dedican a brindar otros servicios de transporte o alquilan sus camiones para servicios no alimentarios.

En numerosas ocasiones estos comerciantes acopian cantidades extra de producto que suelen vender antes de llegar a los mercados, en las comunidades de paso. En promedio, el comerciante mayorista con camión invierte tres días a la semana en la movilización de sus productos y su mayor gasto económico es en combustible.

El “riesgo de traslado” incide en el costo final del producto; entre estos riesgos se encuentran los posibles accidentes que puedan ocurrir por falla mecánica o humana, la imposibilidad de llegar a destino por bloqueos y el estado de las carreteras. Estos factores pueden provocar grandes pérdidas al comerciante en caso de que los alimentos se echen a perder. Por esto, son pocos los comerciantes que asumen estos tipos de riesgo.

“Parte del tomate es mío. La uva del valle de Tarija he comprado (...) A veces me contratan, pero en general yo compro del valle y traigo los productos de temporada”.

Mayorista del Mercado de Villa Dolores.

Comerciante mayorista sin camión

Al no contar con transporte propio, el comerciante mayorista sin camión necesita alquilar el vehículo en el que transportará lo que venderá en la ciudad. Frecuentemente el presupuesto del comerciante se destina, casi en su totalidad, al pago a los productores de estos alimentos en las comunidades de acopio. El costo de un camión es alto, por lo que suelen asociarse varios mayoristas para pagar conjuntamente el flete del camión y compartir los costos del viaje.

Los comerciantes mayoristas, con o sin camión, corren el riesgo de no vender sus productos rápidamente una vez en la ciudad, en especial por las grandes cantidades que manejan. Para subsanar las pérdidas económicas recurren al "remate", la venta a precio de costo para prevenir que éste se descomponga mientras está en su posesión.

La venta en camión se realiza solamente en lugares determinados. La adjudicación de estos espacios está vinculada a las relaciones sociales que mantiene el comerciante con otros actores del gremio, la asociación a la que pertenece y los caminos por los que transita para llegar al mercado.

"A veces tengo que botar si se me echa a perder, o a veces lo remato también".

Mayorista productora sin camión del Mercado de Villa Dolores.

Comerciante mayorista productor

El comerciante mayorista productor dispone de una producción propia, más no siempre cuenta con camión para transportarlo a la ciudad. Cuando no es posible afrontar el costo del transporte de manera individual, suelen acopiar alimentos de otros productores de la misma comunidad o de localidades cercanas. La confianza que existe entre estos productores, el vínculo social que mantienen e incluso el parentesco que los une, repercute en mejores precios de compra para los productos y facilidad en el acceso a ellos. Se hace notar que en muchos casos los productores locales son reacios a vender a cualquier comerciante mayorista, especialmente si no se conocen.

"No, no vengo todo el año. Desde diciembre vengo, hasta julio no más. Después helada grave nos afecta. A veces ponemos papa".

Mayorista productora del Mercado de Villa Dolores.

Una particularidad de estos comerciantes es que solo asisten a los mercados o ferias en las estaciones de cosecha de lo que ellos producen. Además de vender al por mayor, ellos también venden al por menor lo que pueda sobrar de su venta al por mayor.

"A la Boquerón llegamos a las 2:00 o 3:00 de la mañana. Ese rato se vende todo al por mayor, por cargas. Vienen las mujeres a dormir para esperarnos. Ellas mismas se bajan las cargas del camión. Yo me hago sobrar una carga nomas para vender dentro del mercado y eso vendo por libras. A las 5:00 o 6:00 de la mañana, ese rato ya no hay nada. Todo se acaba temprano".

Mayorista productora del Mercado Rodríguez.

Se aprecia que la dinámica de venta gira en torno a los horarios. Se empieza a vender en las primeras horas de la mañana a un precio más accesible y se termina vendiendo en los mercados, más tarde, a mayor precio.

"Si quieres vender a precio alto tienes que estar más tiempo en la ciudad y acomodar mejor el producto. Pero si quieres irte rápido, entonces lo vendes más baratito y te vas".

Mayorista productor del Mercado de Villa Dolores.

Comerciante minorista

Los comerciantes minoristas adquieren productos de los comerciantes mayoristas para venderlos al detalle o raleo. Generalmente tienen puestos fijos en los mercados o en las

ferias ya que necesitan quedarse todo el día para vender su mercancía. Sus compradores habituales son amas de casa, dueñas de tiendas de barrio, vendedores ocasionales y otros comerciantes minoristas.

“No me quedo en El Alto, porque aquí (Mercado Rodríguez) vendo más carito y el auto hasta aquí siempre baja y ya nos conoce. Temprano como a las 4:00 de la madrugada ya venimos”.

Productora minorista del Mercado Rodríguez.

Muchos comerciantes minoristas compran productos en Villa Dolores para revenderlos en otros mercados o ferias zonales. El costo del uso de taxis, camionetas o camiones para el transporte de alimentos se incluye en el precio de reventa. La cantidad de producto revendido depende del poder adquisitivo del comerciante, su convenio con el comprador, la distancia entre mercados y el tamaño del automóvil.

“Traigo en taxi no más, ya tenemos nuestros caseros de taxi. El taxi 50 Bs. nos cobra tempranito. Si es más tarde, más caro por la trancadera. En El Tejar la mandarina está a 15 Bs. (por 25 unidades) yo vendo a 18 y a 20 las más grandes”.

Minorista del Mercado Villa Fátima.

Este costo de transporte se traduce en un aumento al precio final de venta que, además del beneficio neto para el comerciante, amortigua también posibles pérdidas o daños al producto y el costo del tiempo invertido en transporte.

Comerciante minorista productor

Estos comerciantes producen pequeñas cantidades de alimentos que venden directamente al consumidor para maximizar su beneficio económico. Movilizan su producto hasta la carretera o puntos de encuentro usando fuerza animal o humana y utilizan minibuses o buses para transportarlo

hasta los mercados. Invierten su tiempo de estadía en el mercado para vender la mayor cantidad de alimentos aunque en ocasiones rematan lo restante al final del día. Tienden a utilizar espacios de venta menos concurridos para reducir la competencia y no pagar patentes.

“A mi lugar no entra el auto. Saco hasta la carretera, en burros, de ahí me recoge la movilidad que contratamos todos los que traemos productos de Achocalla”

Productora minorista del Mercado Rodríguez.

Comerciante minorista distribuidor

Este comerciante no vende al consumidor final sino que se dedica exclusivamente a abastecer a otros comerciantes minoristas, cuentan con transporte propio o alquilado. Este intermediario ayuda a movilizar alimentos entre mercados grandes mayoristas y mercados pequeños barriales, generando ingresos en el proceso.

Los comerciantes minoristas distribuidores tienen un margen de beneficio menor, al no vender directamente al consumidor, pero se benefician del poco tiempo invertido en sus transacciones. Tienen además una relación de dependencia con proveedores mayoristas, transportistas y compradores minoristas. Generalmente se especializan en la venta de alimentos que tienen mayor demanda y compradores garantizados.

“Traigo papa desde El Alto. A veces hay de los camiones y eso también agarro, de altiplano y de Perú y Cochabamba. Del altiplano llevan las que cocinan y las que venden buscan papa barata de Cochabamba y Perú. Eso también agarro yo, porque tengo que surtir. La gente siempre busca barato”.

Minorista del Mercado Max Paredes.

Comerciante minorista ambulante

El comerciante minorista ambulante tiene características similares a los comerciantes minoristas productores, con la diferencia de que compran alimentos, predominantemente fruta, de otros comerciantes minoristas lo que encarece aún más su precio final. Venden en las aceras de la calle o en las plazas sin pagar patente por el espacio. Típicamente transportan sus productos en minibuses o micros al tratarse de un volumen de carga más reducido. Su presencia es ambulante, esporádica e inestable ya que van buscando los lugares más concurridos y los barrios de mayor poder adquisitivo.

Algunos de estos comerciantes realizan sus ventas por la noche, debido a que en este horario hay menos control municipal. Este fenómeno se da únicamente en áreas de alto movimiento comercial, como las calles del Cementerio General, hasta la noche. Su actividad se lleva a cabo principalmente los jueves y viernes. Los comerciantes reservan, ente ellos, de un día para otro los espacios privilegiados para el asentamiento y la venta.

2.5. Alternativas de comercialización directa

En los últimos años se ha evidenciado la intención del gobierno nacional y gobiernos departamentales de promover y fortalecer nuevos mecanismos de comercialización directa, mediante ferias o empresas estatales, que mejoren el acceso a productos básicos, de calidad, por parte de la población. Estas acciones están respaldadas por el Plan Nacional de Desarrollo que indica que *“la soberanía alimentaria requiere... mercados justos y equitativos con el respaldo del gobierno y la sociedad”*^(xv). Así también la Ley N° 144 de Revolución Productiva define que *“el Órgano Ejecutivo Central del Estado y las entidades territoriales autónomas, en coordinación mutua, crearán espacios de intercambio, incluyendo mercados mayoristas y supermercados populares, con el fin de acercar a productores y consumidores, garantizando un precio justo del productor al consumidor”*^(xvi).

Actualmente, las principales iniciativas de comercialización directa son las que se citan a continuación.

Ferias y mercados campesinos

En búsqueda de mayor protagonismo en el rubro y oportunidades para generar mayor equidad en los sistemas de comercialización de alimentos, el gobierno viene promoviendo las **“ferias de precio y peso justo”**, en alianza estratégica con el Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras y productores y comerciantes de alimentos de primera necesidad^(xvii). El objetivo principal de estas ferias es reducir la especulación en los precios y permitir que productores vendan directamente al consumidor, con poca o ninguna participación de intermediarios. Se calcula que los precios de venta se reducen hasta en un 45% respecto a su precio habitual^(xviii). Estas ferias representan un beneficio para el consumidor y una oportunidad de venta para los productores, quienes experimentan de primera mano el relacionamiento directo con el consumidor al tiempo que comercializan sus productos sin intermediarios (lo que les genera mayor ganancia) y obtienen mayor visibilidad y promoción ante la población.

Otra vía alternativa de comercialización relativamente nueva son las **“ferias estacionales”**, resultado de una solicitud por parte de productores para comercializar sus productos en barrios que lo demanden. De esta manera, el GMLP^(xix), el GADLP^(xx) y el MDRT^(xxi) impulsan ferias de productos de temporada, incluyendo cítricos, durazno, papa, pescado y hortalizas. Estas ferias se organizan de manera improvisada e informal entre productores y promotores de la feria, con poco conocimiento del público, sin un calendario o ubicación fijos. Al ser esporádicas, estas ferias no cuentan con una clientela fija, siendo los consumidores habituales de estas ferias transeúntes casuales del barrio donde se organiza el evento.

Existen también los **“Mercados Campesinos”** que son espacios de comercialización directa entre campesinos productores y consumidores urbanos. Estas ferias son una alternativa de venta que permite visibilizar al productor, difundir información sobre los productos y comercializar alimentos frescos sin intermediarios. Los productores que participan en estas ferias suelen ser productores ecológicos y organizaciones de productores y microempresas transformadoras que ofrecen verduras y hortalizas, frutas y derivados, carnes, miel, lácteos, café, infusiones y cereales.

Ejemplos de mercados campesinos en Bolivia son la Eco Feria de Cochabamba, que se realiza una vez a la semana y ofrece productos ecológicos frescos transformados; la Feria de Producto Ecológicos Bio Bolivia, que se realiza una vez al año y se trata de una feria de gran envergadura a la que asisten productores de los nueve departamentos de país, que además ofrece espacios de reflexión acerca de la producción ecológica y el consumo responsable de alimentos; y la micro Feria de OECAs ^(xxii) y microempresas campesinas en la que participan productores del altiplano, valles y trópico cada 15 días cerca de la Terminal de Buses de La Paz. Además, CIOEC ^(xxiii) dispone de una plataforma de comercialización en línea ^(xxiv) que facilita a la ciudadanía el acceso a sus productos y productores.

Vendedores ambulantes

Existen comerciantes que adquieren productos en mercados mayoristas como Villa Dolores o la Cancha El Tejar, las cargan en camionetas, minibuses o taxis y se movilizan por los barrios de la ciudad ofreciéndolos mediante el uso de altavoces. Estos vendedores son, generalmente, comerciantes de fruta que minimizan sus costos al utilizar vehículo propio (a gas natural en lugar de gasolina) y aumentan el precio de venta de los alimentos hasta un 30%. Otro ejemplo interesante es la venta de alimentos que realiza el camión de las Fuerzas Armadas los días miércoles en la calle Montes casi esquina TAM. La papaya cultivada en los cuarteles, por la abundante mano de obra, puede llegar a ser hasta un 40% más económica que en un mercado zonal, por lo que se generan largas colas de compradores.

Comercialización directa

Se entiende la comercialización directa como la venta de alimentos que no utiliza un espacio físico. CIOEC tiene una plataforma de venta en línea ^(xxv) que ofrece productos, de las OECAs asociadas, a través de una página web ^(xxvi). El consumidor puede realizar pedidos grandes o pequeños, de alimentos frescos y transformados, que son entregados a domicilio o en un punto intermedio de recojo, como tiendas de barrio. Las Bio Bolsas Achocalla fue un emprendimiento paceño de alimentos ecológicos así como de alimentos transformados e inusuales. El comprador realizaba su pedido

a través de correo electrónico y la entrega se realizaba a domicilio o en puntos de entrega preestablecidos. Este modelo de comercialización lo utiliza también el restaurante Armonía del barrio de Sopocachi, que semanalmente ofrece los productos orgánicos de sus huertos y que deben ser recogidos posteriormente del restaurante.

Empresas estatales

Las tres empresas estatales que se dedican a la comercialización de alimentos de primera necesidad son la Empresa de Apoyo a la Producción de Alimentos (EMAPA), la Empresa Estatal de Lácteos (LACTEOSBOL) y la Empresa Boliviana de Almendras (EBA). Estas empresas realizan tareas de acopio y comercialización (casi exclusivamente), descuidando acciones necesarias de apoyo técnico y dejando poco claro el papel de los diferentes actores a lo largo de la cadena alimentaria ^(xxvii). La intervención del Estado tiene un efecto positivo en la comercialización de alimentos ya que se pagan mejores precios a los productores, pero también influye sobre la especulación de precios.

2.6. Asociaciones de comerciantes

Una estructura fundamental en el sistema de comercialización de alimentos son las asociaciones de comerciantes. Las vendedoras se encuentran afiliadas a un ente matriz organizado, con estatutos que posibilitan elecciones democráticas para formar una directiva. La asociación tiene como función principal el control interno de sus afiliados incluyendo su distribución y ubicación, el cobro de aportes y la imposición de sanciones ante irregularidades incluyendo la inasistencia a asambleas o convocatorias generales, la ausencia prolongada de puestos o el subalquiler de los mismos. Estas asociaciones pertenecen a las Federaciones Departamentales y Nacionales de Comerciantes, un sector social importante con alta incidencia política, capacidad de gestión y presión. Según Rossana Barragán, investigadora social, *“las vendedoras están organizadas en un sistema de Maestrería, una organización jerárquicamente ordenada por pares”* ^(xxviii).

La participación del comerciante en la asociación le garantiza disponer de lugares privilegiados de venta. En el caso de

mayoristas afiliados estos cuentan con un espacio para su camión y un horario de uso correspondiente. En el caso de minoristas, estos disfrutan de un puesto de venta fijo y los productores reciben un lugar (aunque más pequeño) donde sentarse y exponer sus productos.

Los comerciantes se afilian a las asociaciones en función a la región de la cuál provienen sus productos, al tipo de alimento que comercializan o a la combinación de ambas variables. Por una parte, los sectores o calles de los mercados ofrecen espacios a los comerciantes que provienen de las mismas provincias o comunidades, por ejemplo, el sector Provincia Aroma del Mercado de Villa Dolores, o la calle que aglutina a los productores de Río Abajo, Mecapaca e Illimani en el Mercado Rodríguez. Se resalta que los comerciantes que venden en sectores o calles específicas son generalmente mayoristas y productores. Estos no suelen contar con un puesto físico (mesas o estantes), pero si gozan del espacio reservado para sus actividades. Por otra parte, los minoristas asociados que se especializan en determinados alimentos suelen contar con puestos de venta fijos y de carácter permanente. Sus asociaciones están afiliadas a las Federaciones Nacionales, que provee mesas de venta, tarimas o chiwiñas. Al estar reconocidas en el sector gremial, estas asociaciones tienen la obligación de pagar las patentes correspondientes que impone el gobierno municipal de su ciudad.

Finalmente, existen algunos actores específicos dentro de la dinámica de comercialización, incluyendo transportistas y vendedores en camión, quienes no pertenecen a una asociación gremialista. Al ser independientes, ellos mantienen acuerdos directos con el gobierno municipal correspondiente para establecer puntos de ubicación y de venta. Esta situación especial acarrea restricciones como la limitación de la comercialización en ciertos espacios, lugares, temporadas y horarios y la necesidad de retirarse a las horas pactadas para no entorpecer la fluidez vehicular.

Comerciantes asociados de El Alto

La ciudad de El Alto tiene, probablemente, la mayor cantidad de comerciantes asociados del área metropolitana paceña. Las cuatro asociaciones principales, con mayor hegemonía

y que comercializan al por mayor, están consolidadas en la feria de Villa Dolores ^[xxix]. El resto del territorio alteño cuenta con 36 asociaciones para los 10 distritos en los que está dividida. Algunas de las asociaciones que se identificaron en Villa Dolores a través del estudio fueron la 21 de Septiembre, la 1º de mayo, Corazón de Jesús, Productores de Yapacaní, Productores de Illimani, Productores de Oruro y Productores de Cochabamba.

La mayoría de las asociaciones de comerciantes pertenecientes a mercados zonales o de poca envergadura llevan el nombre de los barrios donde están localizadas y comparten el mismo nombre con la junta de vecinos correspondiente, lo que fortalece el sentido de pertenencia de comerciantes y consumidores, y facilita, además, el reconocimiento de la ubicación de estos mercados por parte de sus usuarios.

Comerciantes asociados de La Paz

La ciudad de La Paz tiene una menor cantidad de comerciantes mayoristas asociados pero su estructura de asociaciones minoristas es igualmente compleja. Existen ocho asociaciones mayoristas consolidadas en relación a la zona donde venden. Algunos representan un sector extenso, como la Asociación Gran Poder, y otros a grupos pequeños, como la Asociación Achocalla. Estas asociaciones se agrupan según los productos que comercializan o su ubicación. De esta manera, la Asociación 20 de Marzo, ubicada en la Cancha El Tejar, se especializa en frutas, mientras que la Asociación Gran Poder Uruguay, también en la Cancha El Tejar, se especializa en tubérculos y granos.

Estas asociaciones de minoristas pueden estar especializadas en determinados productos o en función a su ubicación. A lo largo de los siete distritos de la ciudad existen 80 asociaciones de minoristas que ofrecen casi la totalidad de los alimentos de la canasta básica familiar. Esto le permite al consumidor abastecerse realizando una sola visita al mercado.

Aparentemente existen más asociaciones en la ciudad de La Paz que en El Alto, pero es posible que esto se deba a que algunas asociaciones alteñas escapen al registro y su nombre no figure en las listas oficiales.

3. FACTORES QUE INFLUYEN EN EL SISTEMA ALIMENTARIO

Para terminar el estudio se presenta a continuación una breve descripción de los factores, globales y locales, que afectan e influyen, en diferente medida, en los procesos de comercialización de alimentos investigados y en el sistema alimentario de los bolivianos de manera general.

3.1. Factores globales

Inflación del precio de los alimentos

Entre los factores que inciden más en la inflación del precio de los alimentos está la disminución en la oferta de estos. A menudo las fluctuaciones en la oferta se deben a pérdidas de cosecha, debido a sequías o inundaciones, como también a una disminución de producción comúnmente relacionada a la migración campo-ciudad y la reducción de la población campesina de productores.

Se resalta que una producción nacional limitada aumenta la importación legal de alimentos y del contrabando, factores que se convierten en temas importantes para el país. Perú, Chile y Argentina tienen capacidades productivas y de exportación superiores, resultando en una oferta de alimentos a precios insuperables en relación a productos nacionales. Lugares como Desaguadero, Puerto Acosta y Taraco son los lugares más importantes para el movimiento y contrabando de alimentos

que provienen del Perú ^(xxx). Actualmente, se realizan, de forma periódica, algunos operativos y decomisados en estas zonas, pero se considera que el Estado tiene capacidades limitadas para hacerle frente a este contrabando por lo que resultan ser poco eficientes en relación a la gravedad del problema y el impacto que tiene este sobre los productores nacionales.

Cuadro 7.- Productos decomisados por el Control Operativo Aduanero que ingresaron de contrabando al país.

PRODUCTO	FORMA DE VENTA	CANTIDAD
Cebolla	Caja de madera	680
	Saco	933
Ciruelo	Caja de madera	200
Fruta	Caja de cartón	147
	Caja de madera	1010
Manzana	Caja de cartón	714
	Otro	14
Papa	Bolsa	24
	Bolsa de yute	109
	Saco	960
Tomate	Caja de cartón	350
	Caja de madera	2326
Sandía	Saco	12
	Unidad	18580

Fuente: Periódico La Razón. Revista Investigación y documentos. 09-03-15. Bolivia.

En Bolivia, el contrabando gira en torno tanto a alimentos frescos como a alimentos procesados. El SENASAG informó, el año 2014^(xxxii) que en el Municipio de Guaqui del departamento de La Paz se decomisó y destruyeron 64 toneladas de productos vegetales entre frutas y hortalizas ^(xxxii). De esta manera, un sector muy afectado por el contrabando es la industria vinícola. Se calcula que el daño económico por contrabando de uva fresca asciende a 16 millones de dólares, lo que provoca pérdidas económicas a 14.000 familias de Tarija, Potosí, La Paz, Cochabamba y Santa Cruz.

Otros factores que también influyen en el precio de los alimentos son el costo incurrido por el productor para la compra de semillas; la disponibilidad de agua para el riego y el costo de instalación de sistemas de riego (donde existen); el costo de adquisición y aplicación de abonos químicos, herbicidas e insecticidas; y los costos asociados al uso de maquinaria (en especial si estos tienen que ser alquilados) y de combustible para operar estos. De igual manera se evidencia que el precio final de los alimentos incrementa en relación a los precios de peaje en las carreteras, el pago de patentes por sentaje, el almacenaje de productos perecederos y, entre otros, los costos asociados al traslado de los productos a los mercados y al costo del transporte público. El incremento del salario mínimo nacional de 1.450 a 1.656 Bs en 2015 está también relacionado al incremento en el precio de los alimentos.

Urbanización

Las tasas de crecimiento poblacional a nivel nacional y departamental, son una de las principales variables del cambio en los patrones de demanda de los alimentos. La FAO sostiene que la población mundial aumentó 2,6 veces su número en las últimas cinco décadas, un crecimiento de 78,5 millones de personas cada año. Para el año 2050 se estima que la población mundial alcanzará los 8,9 millones de habitantes, de los cuales un 61% vivirá en áreas urbanas^(xxxiii). Dadas estas tendencias, se proyecta la necesidad de producir un 50% más de alimentos para satisfacer las necesidades alimentarias de las personas.

El desplazamiento migratorio de la población es, como se decía, un tema álgido para la producción agrícola. Hoy, las ciudades se han convertido en paradigma de estilo de vida a seguir. La población de las áreas rurales, en muchos casos, también aspiran a este estilo de vida y optan por cambiar la vida en el campo por la ciudad. Los principales motivos de la migración incluyen la búsqueda de trabajo remunerado y oportunidades educativas, desconfianza en la inversión agrícola y motivos familiares.

En Bolivia, el Censo Nacional de Población y Vivienda 2012 señala que el 67,3% de la población del país habita en áreas urbanas y 32,7% en áreas rurales. Desde 2001, más de un millón y medio de habitantes migraron a ciudades. Si se

observa la tasa anual de crecimiento inter-censal entre los años 2001 y 2012, el ritmo de crecimiento anual registrado en áreas urbanas fue cinco veces mayor que en las áreas rurales, con tasas de crecimiento anual de 2,4% y 0,5% respectivamente. La tasa de crecimiento de la población entre el año 2005 al 2010 fue de 2,1% anual, equivalente a 218 mil habitantes^(xxxiv). Actualmente, El Alto se ha convertido en la segunda urbe más habitada en el país, pasando de 649.958 habitantes en 2001 a 848.840 habitantes en 2012^(xxxv). La Paz cuenta con 764.617 habitantes^(xxxvi).

En resumen, se considera que el fenómeno de la migración impacta la seguridad alimentaria del país al conllevar a mayor cantidad de consumidores netos y a impactar negativamente los niveles productivos de las áreas rurales del país.

3.2. Factores locales

Cambio en las formas de producción

Los patrones productivos están cambiando a la misma velocidad en que acontecen los procesos de urbanización y aumenta la influencia del mercado internacional. Los productores se ven más influenciados por tendencias globales de cultivo y a tener mayor acceso a insumos agropecuarios y maquinaria. Estas tendencias van disminuyendo progresivamente la sustentabilidad de los ecosistemas productivos que, cada vez más, se ven afectados por la contaminación y la erosión, los impactos del monocultivo y el uso de agroquímicos.

A su vez, se evidencia una transición de modelos productivos tradicionales hacia los modernos incluyendo el reemplazo de herramientas manuales de fabricación propia y arado con bueyes por maquinaria agrícola, el cambio en el uso de insumos naturales o preparados artesanales por agroquímicos comprados, la disminución en la generación de semillas propias por la compra de semillas importadas, y entre otros, el abandono de la rotación de cultivos por el monocultivo mecanizado.

Cambio en los patrones de consumo

La influencia de la dieta globalizada afecta tanto a los consumidores urbanos como al campesino productor de

alimentos que vive en las áreas rurales. En todo el país, se evidencia un alejamiento de las dietas tradicionales, caracterizadas por el consumo de alimentos locales, y la adopción masiva de dietas que consisten en alimentos con altas calorías y productos poco nutritivos incluyendo gaseosas y comida rápida (o chatarra). Estos alimentos procesados, son cada vez más disponibles y accesibles para las personas por políticas favorables a su importación (y distribución masiva) y por el incremento del poder adquisitivo de las personas.

Hoy en Bolivia, sorprendentemente, la tasa de obesidad y sobrepeso en mujeres es de 40% y en hombres de 19%^(xxxvii). Paralelamente se registra que un 16% de la población sufre de hambre. Ambos sucesos son síntomas de inseguridad alimentaria y están relacionados con los cambios de patrones de consumo.

Conflictos sociales

La ciudad de La Paz es una de las ciudades más conflictivas del país. Recurrentemente se generan conflictos sociales que afectan el cotidiano vivir de sus habitantes y previenen la libre circulación del transporte (público y privado), incluyendo el transporte de alimentos.

La imposibilidad de circulación para los camiones que trasladan alimentos a la ciudad afecta a productores y comerciantes en relación al tiempo perdido y el deterioro de productos. Los bloqueos prolongados que se realizan en caminos inter-municipales e inter-departamentales son los que más perjudican a los comerciantes. En muchos casos estos comerciantes se ven obligados a desechar los alimentos perecederos que se malogran, generando pérdidas económicas. Estas circunstancias influyen sobre la inflación de los precios de los alimentos, que afecta directa y especialmente a la ciudadanía.

Temporadas de producción de alimentos

A pesar de la tendencia globalizante de demandar los mismos alimentos durante el año entero, en Bolivia aún se mantienen algunos rasgos de una cultura de alimentación por temporadas. Tanto amas de casa como compradores y restaurantes adaptan su dieta a la disponibilidad de

alimentos. Muchos han heredado este comportamiento, otros lo adoptan por el beneficio económico de comprar alimentos de temporada puesto que los productos que están fuera de estación son más costosos.

En Bolivia todavía es difícil encontrar los mismos productos todo el año. Las frutas, en especial, son producidas y consumidas por estaciones por lo que los duraznos se encuentran en el mercado de noviembre a abril, al igual que higos, peras, tunas, mangos, uvas y manzanas criollas. En invierno, de mayo a agosto, los cítricos están más disponibles, además de sandía, piña y melón.

La producción intensiva de verduras en ciertas localidades y regiones, en especial en los valles de Cochabamba y el Altiplano, ha logrado mantener su presencia durante gran parte del año. Los productos que están disponibles durante todo el año generalmente son importados de Chile y Perú incluyendo kiwi, palta, cereza, arándanos y manzanas. En general se puede afirmar que el consumidor boliviano valora más un precio reducido que el origen del producto.

4. CONCLUSIONES

Como resultado de la presente investigación se generan 5 conclusiones sobre la dinámica de la cadena de comercialización de alimentos en las ciudades de La Paz y El Alto.

- Los sistemas de comercialización de alimentos de las ciudades de La Paz y El Alto dependen de una **extensa y compleja red de actores y relaciones sociales** entre estos. A pesar de que existen grupos que se benefician más que otros, el sistema de comercialización está lejos de ser un monopolio controlado por pocos actores.
- Existe una **participación activa de productores** en los mercados estudiados. Si bien los comerciantes mayoristas y minoristas controlan más etapas de la cadena de abastecimiento, muchos productores son capaces de encontrar un espacio físico y el respaldo social e institucional para vender sus productos.
- Existe una **mayor participación de mujeres** en los diferentes tipos de comercialización identificados y caracterizados en este estudio. Las mujeres ocupan, en muchos casos, el rol de productoras, comercializadoras (minoristas y mayoristas) y administradoras de negocios. Los hombres, en cambio, típicamente se dedican a los trabajos de ayudante, cargador y chofer.

- **Los horarios determinan los precios y la logística de venta** de los alimentos. Los mayoristas operan en las madrugadas, comercializando en altos volúmenes y bajos precios. A medida que transcurre el día los alimentos pasan por más intermediarios, son transportados a distintos mercados y son vendidos en menores cantidades a mayores precios.
- **La ubicación del espacio físico dentro del mercado determina las ventajas de venta y el relacionamiento social** que tiene el productor y el comerciante. Los mercados tienen espacios preferenciales, mejor posicionados, que influyen en la capacidad de comercialización y la generación de mejores ingresos. Generalmente los que pertenecen a las asociaciones de comerciantes con mayor influencia se benefician de estos espacios.
- **El transporte de alimentos influye en el tipo de productos comercializados, su precio y origen.** La calidad de caminos y la distancia que recorren los comerciantes determinan la facilidad con que estos movilizan los productos, reduciendo costos y generando, en consecuencia, mayores beneficios para los productores de comunidades más accesibles.

REFERENCIAS

- i Candela, Gemma (7 de agosto, 2013). *La Paz pierde población y El Alto la supera; Santa Cruz crece más*. Periódico La Razón, Bolivia. http://www.la-razon.com/index.php?url=/sociedad/La_Paz-poblacion-El_Alto-Santa_Cruz_0_1883211728.html
- ii Metropolitana la radio del pueblo (30 de diciembre, 2011). *El poder adquisitivo del salario se deterioró*. FMBolivia.TV, Bolivia. <http://www.fmbolivia.tv/%E2%80%99Cel-poder-adquisitivo-del-salario-se-deterioro%E2%80%9D/>
- iii JornadaNet Entra a tu Mundo (6 de marzo, 2014). *El Alto, la segunda ciudad más poblada*. Bolivia. <http://www.jornadanet.com/Opinion/n.php?a=4107>
- iv *Ibid.*
- v UDAPE: Unidad de Análisis de Políticas Sociales y Económicas. Bolivia.
- vi Quiroga, María (2009). *Las identidades en las grandes regiones de Bolivia*. Fundación UNIR Bolivia. Bolivia. http://issuu.com/unirbolivia/docs/fasc_4/33
- vii Zeballos, Hernán (et al.) (2011). *Seguridad alimentaria en Bolivia*. Fundación Milenio. Bolivia. file:///C:/Users/Mariela/Downloads/Coloquio%20econ%C3%B3mico%20No.%2022%20Seguridad%20alimentaria%20en%20Bolivia%20.pdf
- viii *Ibid.*
- ix EMAPA: Empresa de Apoyo a la Producción de Alimentos. Bolivia.
- x 4000Vivir en El Alto (27 de octubre, 2011). *La feria campesina de Villa Dolores es el reflejo del movimiento económico de El Alto*. Bolivia. <http://a4000.blogspot.com/2011/10/la-feria-campesina-de-villa-dolores-es.html>
- xi Junta vecinal de la Zona Belén, Distrito 6 de la Subalcaldía de Cotahuma. La Paz, Bolivia
- xii Instituto Boliviano de Comercio Exterior (2014). *La Paz importa el 60% de alimentos que consume*. La Paz, Bolivia. <http://ibce.org.bo/principalesnoticiasbolivia/noticiasnacionalesdetalle.php?id=46007&idPeriodico=6&fecha=2014-09-04>
- xiii Tassi, Nico (2013). *Hacer plata sin plata. El desborde de los comerciantes populares en Bolivia*. Bolivia.
- xiv *Ibid.*
- xv Villegas, Carlos (2006). *Plan Nacional de Desarrollo: Bolivia digna, soberana, productiva y democrática para Vivir Bien*. Bolivia. <http://www.planificacion.gob.bo/sites/folders/documentos/plan.pdf>
- xvi Estado plurinacional de Bolivia (2011). *Ley No. 144 de Revolución Productiva Agropecuaria -Artículo 19, Inciso IV-*. Constitución Política del Estado. Bolivia. <http://www.ftierra.org/index.php/component/attachments/download/28>
- xvii EABolivia (13 de agosto, 2015). *Feria del precio y peso justo ofrecerá productos más baratos en La Paz*. Bolivia. <http://www.eabolivia.com/economia/19932-feria-del-peso-y-precio-justo-en-la-paz-ofrecera-productos-mas-baratos.html>
- xviii *Ibid.*
- xix Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.
- xx Gobierno Autónomo Departamental de La Paz.
- xxi Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras.
- xxii Organizaciones Económicas Campesinas.
- xxiii Coordinadora de Integración de Organizaciones Económicas Campesinas.
- xxiv Red de Inteligencia de Mercados. <http://rim.cioecbolivia.org/>
- xxv *Ibid.*
- xxvi *Ibid.*
- xxvii Agrónomos y Veterinarios sin Fronteras AVSF (2014). *Las Empresas Públicas de Alimentos, avances, retrocesos y desafíos*. Colección Publicaciones del Proyecto Mercados Campesinos. Bolivia.
- xxviii Barragán, Rossana (2006). *Más allá de lo mestizo, más allá de lo aymara. Organización y representación de clase y etnicidad en La Paz*. Salamanca, España.
- xxix Documento del Observatorio Agroambiental y Productivo (sin fecha). *Mercados en La Paz*. Documento del Observatorio Agroambiental y Productivo del Estado Plurinacional de Bolivia. Bolivia. <http://observatorio.agrobolivia.gob.bo/docuemntos%20oap/menu%20izquierda/Caracterizacion%20mercados/LA%20PAZ.pdf>
- xxx Tassi, Nico (2013). *Hacer plata sin plata. El desborde de los comerciantes populares en Bolivia*. Bolivia.
- xxxi Choque, Marilyn (9 de marzo, 2015). *Al menos 30 alimentos entran de forma ilegal al país por 7 rutas*. Periódico La Razón. Bolivia. http://www.la-razon.com/index.php?url=/suplementos/informe/alimentos-entran-forma-ilegal-rutas_0_2231176900.html
- xxxii Periódico La Razón (9 de marzo, 2015). *Revista Investigación y documentos*. Bolivia.
- xxxiii Kuan Cubillas, Judith (2009). *La crisis alimentaria: retos y oportunidades en los Andes*. Centro Internacional de la Papa. Lima-Perú.
- xxxiv Bolivia Informa (5 de enero, 2014). *El 67,3% de los bolivianos habitan en áreas urbanas y el 32,7% en rurales, según el Censo 2012*. Bolivia. <http://reyquibolivia.blogspot.com/2014/01/el-673-de-los-bolivianos-habitan-en.html>

^{xxxxv} Observatorio Agroambiental y Productivo (sin fecha). *Caracterización de Mercados en el Área Metropolitana – La Paz, Bolivia*. Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras. Bolivia. <http://observatorio.agrobolivia.gob.bo/docuemntos%20oap/menu%20izquierda/Caracterizacion%20mercados/LA%20PAZ.pdf>

^{xxxxvi} Candela, Gemma (7 de agosto, 2013). *La Paz pierde población y El Alto la supera; Santa Cruz crece más*. Periódico La Razón. Bolivia. http://www.la-razon.com/index.php?_url=/sociedad/La_Paz-poblacion-El_Alto-Santa_Cruz_0_1883211728.html

^{xxxxvii} INE Instituto Nacional de Estadística (sin fecha). *Censo Nacional de Población y Vivienda*. Bolivia.

^{xxxxviii} Organización Mundial de la Salud (2015). *Obesity Prevalence* [Archivos de Datos]. <https://apps.who.int/infobase/Indicators.aspx>


Dinámicas de comercialización
El sistema alimentario en La Paz y El Alto

Fundación Alternativas / Fundación Friedrich Ebert / La Paz, Bolivia / 2015

/ Abastecimiento / Alimentos / Transporte / Comerciante / Logística / Mercado / Productor / Reventa



ALTERNATIVAS
Cultivando Comunidades

Fundación Alternativas
Av. 20 de Octubre, Edif. N° 2034, Oficina No. 204
Sopocachi, La Paz, Bolivia
Tel: (+591) 22.419061
www.alternativascc.org
 @Alternativascc

AUTORES:

Susana Barrero, Felix Braulio, Carolina Ilaya,
Richard Canaviri, Javier Thellaeché

EDICIÓN:

Cecilia Rodríguez, María Teresa Nogales

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN:

wok ideas.

Impreso en Bolivia
junio 2016

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

**FRIEDRICH
EBERT
STIFTUNG**

Esta publicación fue posible con el apoyo
financiero de la Fundación Friedrich Ebert



ALTERNATIVAS
Cultivando Comunidades

Para acceder a una versión digital visita:

<http://www.alternativascc.org/es/publicaciones>