
INTELIGENCIA COMERCIAL

**INFORME DE MERCADO
SECTOR MOLINERO**

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR BOLIVIANO

MERCADO: HARINA DE TRIGO

**Autor: Julieta Flores
Analista de Mercado
y Estrategias de Comercialización**

Noviembre 2016



AGENCIA PARA LA PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES



INTRODUCCIÓN

En la siguiente investigación se busca determinar cuáles son y cómo son afectadas las conductas de los consumidores de harina de trigo en Bolivia.

Por tal motivo, la investigación se divide en tres etapas a fin de ir desde los aspectos generales del país, a las conductas particulares de los consumidores de este producto. De esta manera, las etapas que conforman este informe son:

Condiciones externas al consumidor

- Factores económicos
- Factores políticos y legales
- Factores naturales

Condiciones propias del consumidor

- Factores económicos
- Factores psicológicos

Respuesta del consumidor

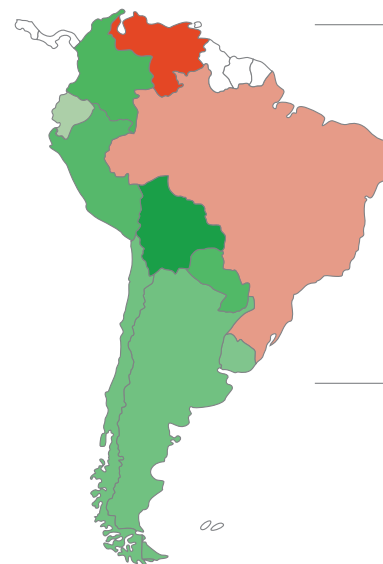
- Elección de producto
 - Motivaciones
 - Oferta
 - Precios
 - Valores de Compras
 - Canales de comunicación
- Elección de lugar de compra



CONDICIONES EXTERNAS AL CONSUMIDOR FACTORES ECONÓMICOS

Situación económica del país.

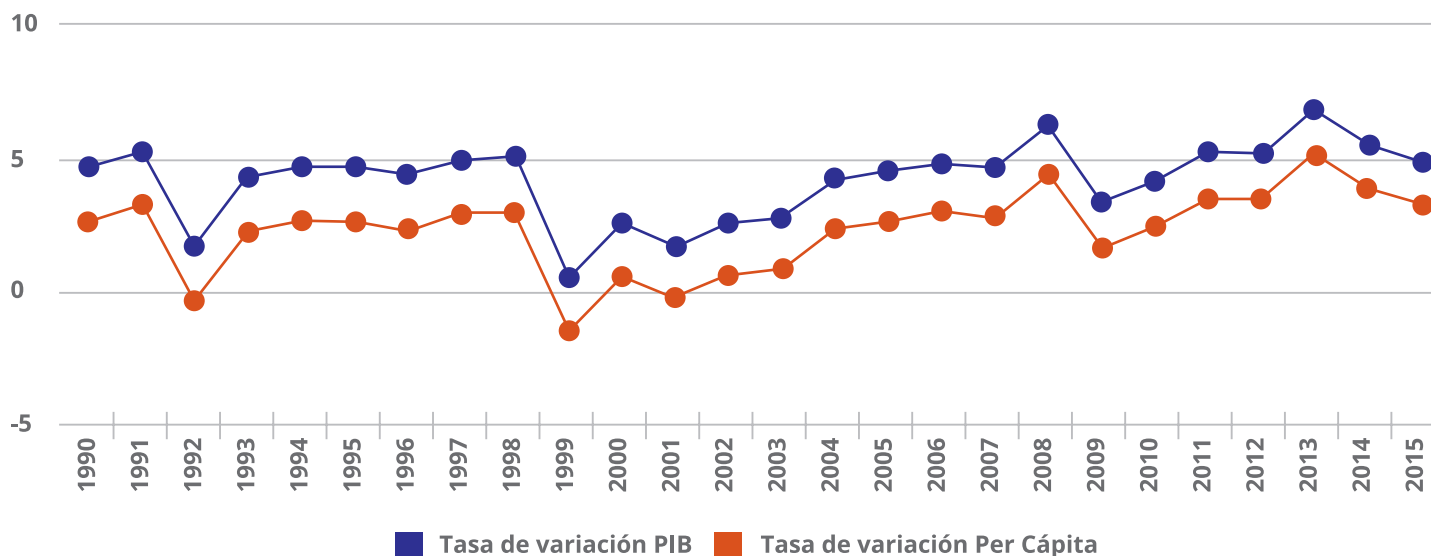
La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) destaca a la economía de Bolivia como la de mayor crecimiento en la región y se espera un cierre del 2016 con una variación del Producto Bruto Interno (PBI) cercano al 4,8%. Mientras que en el extremo opuesto se encuentra Venezuela con una variación estimada del -7,1% .



BOLIVIA	4.8%
COLOMBIA	3.1%
PARAGUAY	2.9%
PERÚ	2.8%
MÉXICO	2.5%
CHILE	2.0%
ARGENTINA	2.0%
URUGUAY	1.5%
ECUADOR	0.4%
BRASIL	-3.5%
VENEZUELA	-7.1%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA EN BASE A INFORMACIÓN DE CEPAL. "ESTUDIO ECONÓMICO DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE 2016".

Evolución PBI y PBI per cápita (1990-2015)



FUENTE: PERFIL NACIONAL ECONÓMICO DEL CENTRO DE ESTADÍSTICAS DE CEPAL.

El crecimiento del PIB de Bolivia registró un promedio superior al 4% entre el 2006 y 2016, al punto de alcanzar sus mayores picos en 2008 (6,2%) y 2013 (6,8%), principalmente empujados por los aumentos de precios de las materias primas en el mercado internacional, las remesas de los trabajadores emigrados y las condonaciones de deuda externa.

A partir de 2016, se registró una desaceleración de la economía. Sin embargo, Bolivia permanece por encima del resultado de la región (estimado 2016: -0,8%).

El precio del petróleo, al cual está ligado el precio del gas natural, y los precios de los metales así como de la soja aumentaron muy fuertemente con relación a los del año 2003. Este ciclo largo de precios duró más o menos 10 años, desde 2004 hasta 2013, aunque el precio del petróleo recién comenzó a caer a mediados de 2014.

Según el economista Pablo Cuba, Bolivia pudo haber crecido mucho más con el boom de materias primas, pero el país tiene una base productiva muy débil. Además, hubo otros factores que dificultaron el crecimiento como el cierre de mercado de Estados Unidos, la caída de otras economías (la venezolana), la apreciación excesiva de la moneda, que desincentiva las exportaciones, y la caída de las remesas (Avendaño, 2016).

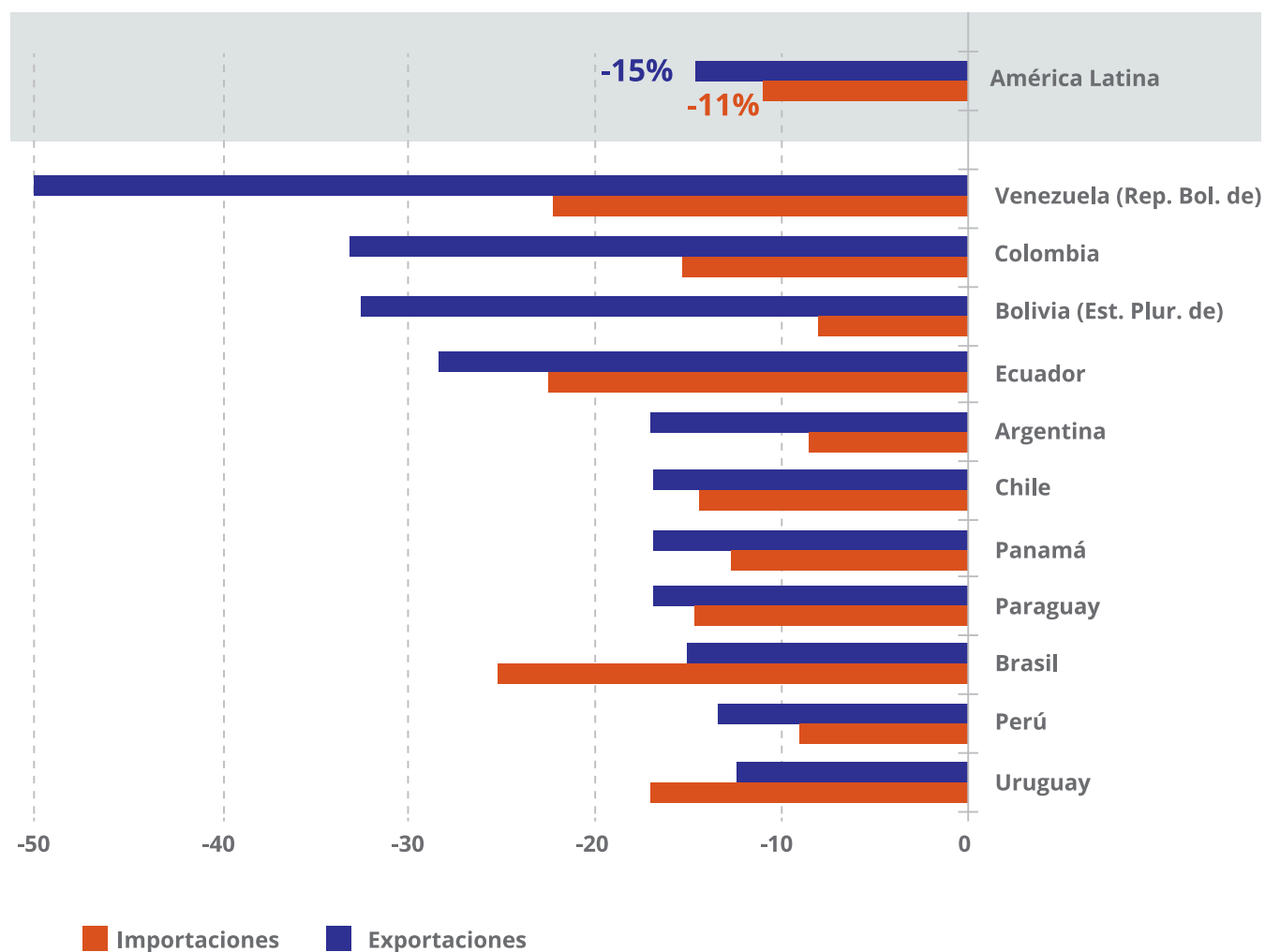
Exportaciones / Importaciones.

Las cifras que muestra la CEPAL indican que las exportaciones y las importaciones de bienes de América Latina disminuyeron marcadamente en 2015 y se espera que sigan cayendo, aunque con menor intensidad, en 2016.

Específicamente para Bolivia, los resultados para 2015 cerraron con una caída de las importaciones cercana al 8%, mientras que las exportaciones superaron el 30%. Por su parte, las cifras generales de América Latina muestran una disminución del 11% de las importaciones y un 15% de las exportaciones.

La situación de Bolivia se explica, principalmente, por la caída del valor de las exportaciones de hidrocarburos que varió en un 30% comparado con el año 2014 (Cepal, 2016).

Variación del valor de las exportaciones e importaciones de bienes respecto a 2015 (en porcentajes)



FUENTE: "ESTUDIO ECONÓMICO DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE 2016". CEPAL.

La distribución por productos de las actividades de importaciones y exportaciones para el año 2015 fue la siguiente:

Principales productos de exportación según participación en el total		
Gas natural	46.2%	(2015)
Mineral de zinc y sus concentrados	10.6%	(2015)
Minerales y concentrados de minerales argentíferos, platiníferos y metales del grupo platino	7.2%	(2015)
Tortas y harinas de semillas oleaginosas y otros residuos de aciete vegetal	6.4%	(2015)

FUENTE: PERFIL NACIONAL ECONÓMICO DEL CENTRO DE ESTADÍSTICAS DE CEPAL.

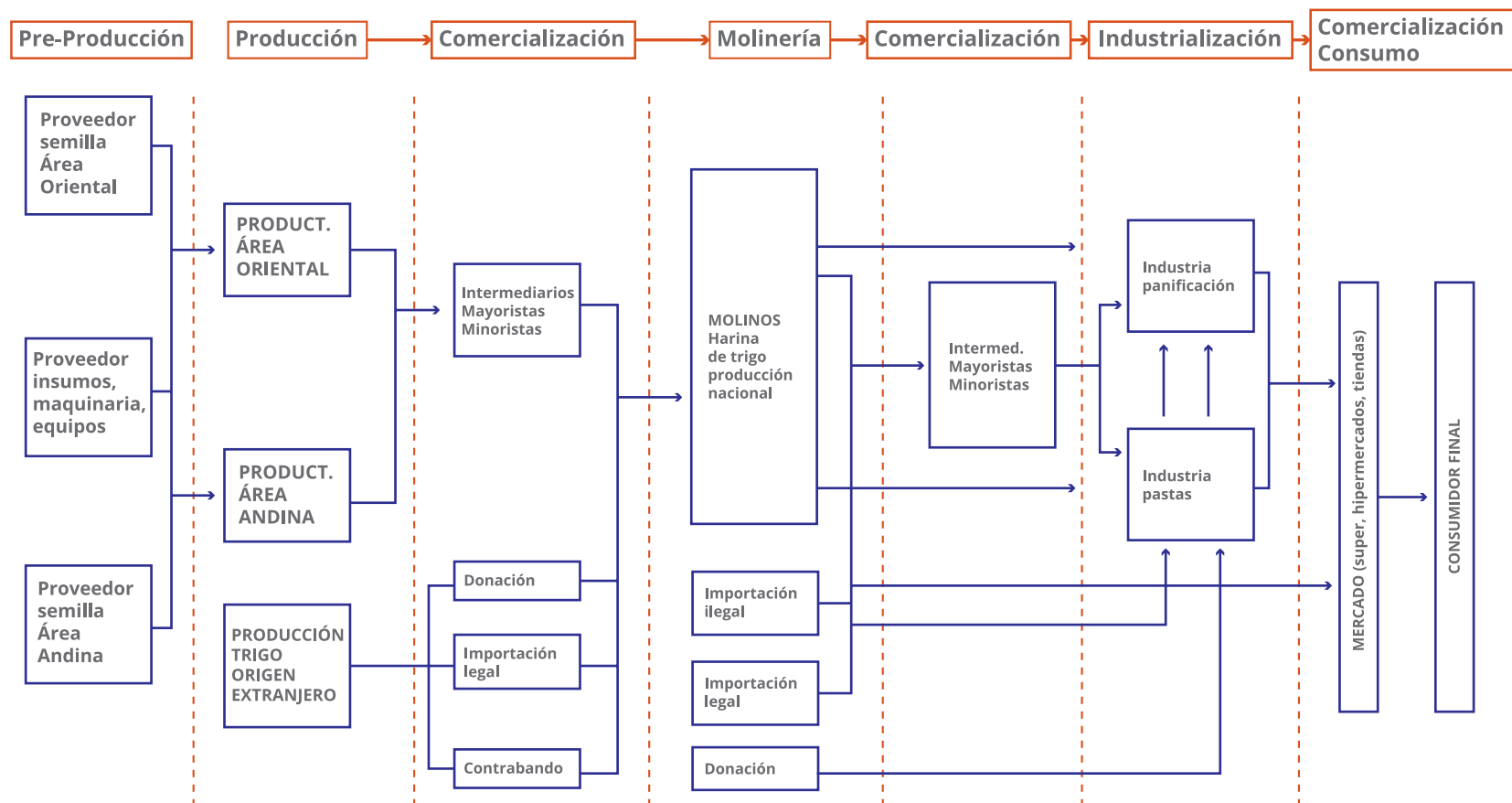
Importaciones de bienes

Bienes de consumo	11.9%	(2015)
Bienes intermedios	61.7%	(2015)
Bienes de capital	20.5%	(2015)
Vehículos	5.9%	(2015)

FUENTE: PERFIL NACIONAL ECONÓMICO DEL CENTRO DE ESTADÍSTICAS DE CEPAL.

Situación Agropecuaria y de Molienda: Harina de Trigo.

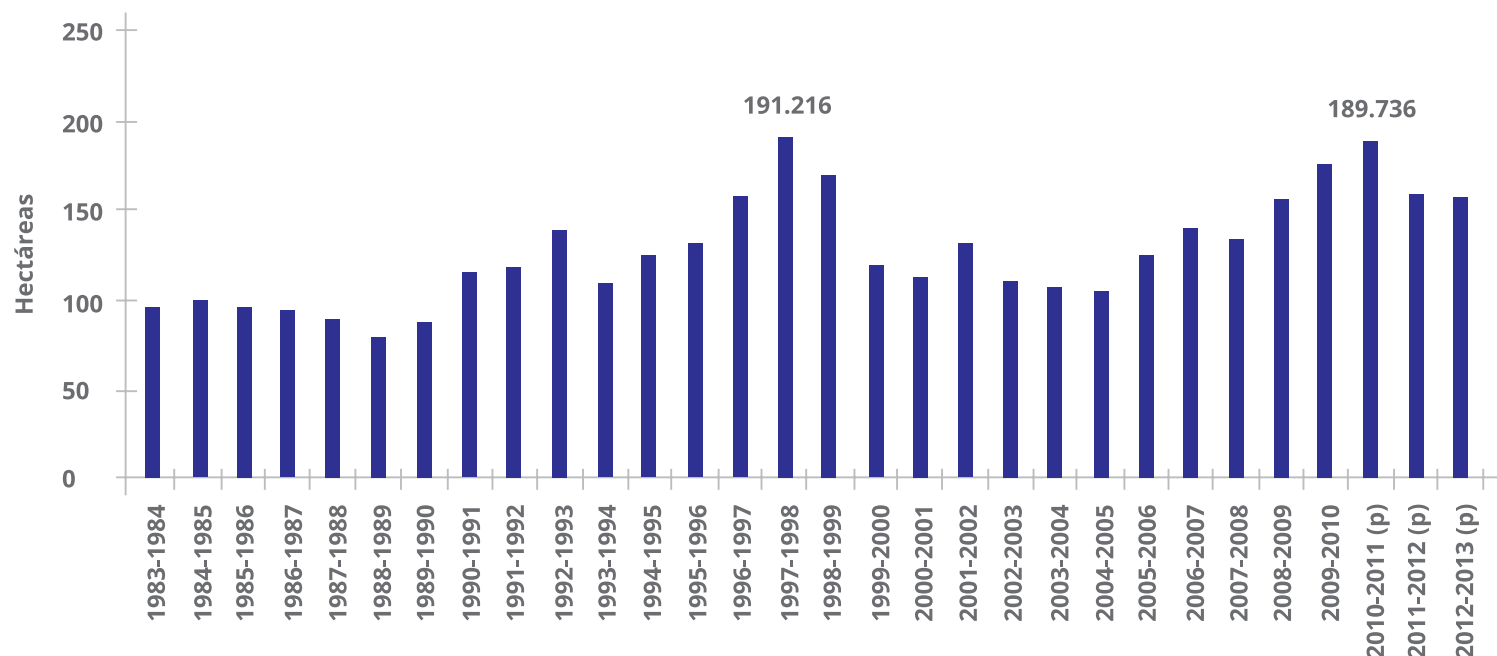
La ruta productiva de la harina de trigo comienza su ciclo en la provisión de semillas, insumos, maquinarias, equipos; pasando por la industrialización en las panificadoras y fábricas de pasta; para llegar, al final, al consumidor en 3 principales formatos: harina, productos de panificación y pastas/fideos.



FUENTE: CENTRO DE DOCUMENTACIÓN E INFORMACIÓN BOLIVIANA A PARTIR DE ESTUDIO DEL MERCADO DE HARINA.

La situación de la producción de harina de trigo en Bolivia es complicada, ya que frente a una oferta internacional a menor precio, el producto nacional ya no es competitivo. A ello se suman factores naturales y climáticos, además de políticos.

En cuanto a la producción interna de trigo, se registró que la evolución de hectáreas mostró su valor máximo en el periodo 1997-1998 con 191.000 hectáreas, y el segundo pico registrado fue en 2010-2011 con casi 190.000 hectáreas dedicadas a esta producción. Los últimos registros para 2011-2013 muestran un promedio cercano a las 159.000 hectáreas (Instituto Nacional de Estadísticas de Bolivia).



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA EN BASE A INFORMACIÓN DE INE.

La Asociación de Productores de Oleaginosas y Trigo de Bolivia (Anapo) muestra información más reciente relacionada a la cantidad de hectáreas sembradas por región.

Avance de Superficie Sembrada (hs)							
Zonas	Jul-13	Nov-14	Oct-15	Nov-15	Dic- 15	May-16	Ago-16
Este	45.000	62.000	110.500	28.900	110.500	35.400	56.900
Integrada	48.000	53.000	39.500	261.100	39.500	26.600	28.000
Total	93.000	115.000	150.000	290.000	150.000	62.000	84.900

ZONA ESTE: PAILÓN, CUATRO CAÑADAS, SAN JULIÁN, EL PUENTE, GUARAYOS, SAN JOSÉ DE CHIQUITOS.
 ZONA INTEGRADA: SUR INTEGRADA, CENTRAL INTEGRADA, MONTERO-OKINAWA, MINERO-PETA GRANDE.

FUENTE: ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE OLEAGINOSAS Y TRIGO DE BOLIVIA

Con respecto a la producción nacional de harina de trigo, se registra una situación persistente durante los últimos 20 años, a lo largo de los cuales únicamente entre el 10% y el 30% del trigo que se consume en Bolivia es de origen nacional.

Aún con los incrementos en la superficie destinada a la siembra de trigo, existen diferentes factores como la baja competitividad de precios, decisiones políticas y hasta factores climáticos, que han generado que las importaciones (legales e ilegales) continúen creciendo para abastecer la demanda interna.

Los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas de Bolivia, muestran a Argentina como el principal exportador de **sémola y harina de trigo y harina de morcajo o tranquilón**. En 2015, y los datos preliminares de 2016, muestran que Argentina fue responsable del 99% de los kilos y el valor de importación.

SÉMOLA Y HARINA DE TRIGO Y HARINA DE MORCAJO O TRANQUILLON				
	Año	Total	Argentina	% de Argentina
Peso Bruto (Kg.)	2010	206,142,050	205,225,167	100%
	2011	193,680,017	192,660,276	99%
	2012	225,360,562	224,959,883	100%
	2013	86,834,053	74,454,223	86%
	2014	144,861,812	130,120,966	90%
	2015	215,259,131	212,580,310	99%
	2016	190,389,530	188,933,222	99%
Valor CIF (USD)	2010	75,671,964	75,908,045	100%
	2011	78,609,424	78,649,846	100%
	2012	90,765,451	90,933,002	100%
	2013	35,931,685	42,387,009	85%
	2014	64,914,215	71,709,362	91%
	2015	74,683,986	75,189,082	99%
	2016	71,917,792	72,466,106	99%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA CON INFORMACIÓN DE INE.

FACTORES POLÍTICOS Y LEGALES

Políticas de importaciones - exportaciones.

Bolivia es uno de los países que mayor coeficiente de apertura tiene en el mundo, con más del 70%. Posee acuerdos comerciales bilaterales con México, Chile, Mercosur, Cuba, Venezuela.

Bolivia forma parte de la Comunidad Andina, creada en 1969, y a la que también pertenecen Colombia, Ecuador y Perú.

Desde septiembre de 1995, el Estado Plurinacional de Bolivia es País Miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

Hasta la fecha, la Unión Europea (UE) concede a Bolivia acceso preferencial al mercado comunitario, mediante la aplicación del Sistema de Preferencias Generalizadas, en su modalidad SPG Plus, que implica una concesión de trato arancelario preferente para todos los productos industriales y un amplio grupo de bienes agrícolas y pesqueros, de países económicamente vulnerables, que ratifiquen y apliquen una serie de convenios internacionales de derechos humanos, laborales, medioambientales y de buen gobierno.

En marzo de 2010, la UE, Colombia y Perú concluyeron la negociación del nuevo Acuerdo Multipartito, bajo Presidencia española, dejando constancia de ello en la Declaración Conjunta de la VI Cumbre UE-América Latina y Caribe de mayo de 2010, celebrada en Madrid. Los otros dos países miembros de la Comunidad Andina, Bolivia y Ecuador, mantienen la posibilidad de adherirse al acuerdo si lo desean (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad del Gobierno de España).

Regulaciones relacionadas a los importadores de alimentos.

El importador tiene la obligación de registrarse ante la Aduana Nacional, en la Unidad de Servicio a Operadores (USO) como importador habitual o no habitual, mediante presentación de un formulario de registro.

En el caso de los productos vegetales, deben presentar un certificado expedido por el Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (Senasag). Entre las normas se encuentran:

- Ley 2.061 del 16/03/00 que crea el Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (Ver ley en anexo).
- D.S. de 17/04/02 sobre permiso Zoosanitario, Fitosanitario e Inocuidad Alimentaria para la importación.
- Resolución Administrativa N° 121/2002.

Políticas relacionadas a los productores.

El estado boliviano, por medio de diferentes organizaciones gubernamentales, apoya y promueve la producción agropecuaria, especialmente la de aquellos productores pequeños y familiares.

Entre las medidas tomadas por el Gobierno, se encuentra la constitución de la Empresa de Apoyo a la Producción de Alimentos (Emapa), que busca trabajar en conjunto con los pequeños y medianos productores agropecuarios.

El objetivo principal es trabajar conjuntamente con los productores a fin de garantizar el abastecimiento interno a precios justos. Este objetivo es cumplido a partir de su participación en diferentes etapas del proceso productivo: durante la producción brinda capacitaciones, apoyo técnico, insumos; además de acopio, industrialización (embolsado, control de calidad) e infraestructura (plantas agroindustriales, centros de almacenamiento, etc.). Terminando con los procesos de comercialización, en locales propios y en supermercados.

De acuerdo a lo publicado en la web de Emapa y para tomar de referencia, en el mes de noviembre de 2016, esta empresa del estado ha comercializado más de 80 mil bolsas arroberas de harina (11.33 kilogramos) en las sucursales distribuidas a nivel nacional a un precio de 37 bolivianos (USD 5,35).

Desde 2011, existe una legislación que regula la harina de trigo, mezclas de harinas y derivados fortificados. Esto surge en el contexto del déficit nutricional que presentan los niños y las madres, que deriva en una tasa de mortalidad infantil mayor. El punto principal establece que toda harina de trigo, premezclas de micronutrientes y mezclas a base de harina de trigo producidas en Bolivia, importadas o recibidas por donación, deben ser fortificadas con hierro, ácido fólico y vitaminas del complejo B.

Este reglamento define a los productos de la siguiente manera:

- Mezcla: base de harina de trigo y mezclas con otras harinas de otros cereales o leguminosas a las cuales se les han añadido otros ingredientes con el fin de aumentar sus propiedades nutricionales, organolépticas y funcionales, y que adicionalmente a este efecto solamente requieren una dilución en agua y posterior cocido o hervido para obtener productos destinados a la panadería, galletería, fideos y repostería.
- Premezcla: son denominadas premezclas las bases que contienen todos los ingredientes necesarios para la elaboración de especialidades, producto al cual se debe agregar harina, agua y levadura, tienen regularizada la actividad enzimática de las masas y aumenta la tolerancia durante la fermentación garantizando un volumen aceptable así como también aroma, sabor, frescura, rendimiento, aspecto, etc. No está destinado a consumo humano directo.
- Vehículo: harina de trigo para consumo humano.

Composición de la premezcla de micronutrientes

Nutriente	Forma	Premezcla (g/kg)
Vitamina B	Mononitrato de Tiamina	22.0
Vitamina B2	Riboflavina	13.13
Niacina	Nicotinamina	179.8
Folato	Ácido Fólico	8.22
Hierro	Sulfato Ferroso Anhidro	474.53
	Excipiente	302.32

Niveles mínimos de micronutrientes en la harina de trigo y mezclas a base de harina de trigo

Nutriente	Forma	Nivel Mínimo (mg/kg)
Vitamina B	Mononitrato de Tiamina	4.4
Vitamina B2	Riboflavina	2.6
Niacina	Nicotinamina	35.6
Folato	Ácido Fólico	1.5
Hierro	Sulfato Ferroso Anhidro	30.00

Este mismo reglamento establece que el envasado de la harina de trigo y/o mezclas a base de harina de trigo, deben proteger las cualidades higiénicas, nutritivas del producto de la contaminación con otros productos, sólidos o líquidos quedando aprobados los **envases de polipropileno, algodón, papel y polietileno**.

En cuanto al etiquetado, prevalece el decreto supremo 26.510 del año 2012, que determina que la etiqueta del producto preenvasado debe especificar que se trata de un producto fortificado con la frase: **“harina fortificada con hierro y vitaminas”** o “mezclas elaboradas en base a harina fortificada con hierros y vitaminas”. Además, debe contener la leyenda con los micronutrientes que contiene y las cantidades específicas.

Modelo de etiqueta



FUENTE: LEGISLACIÓN Y REGLAMENTACIÓN DE LA HARINA DE TRIGO, MEZCLAS Y DERIVADOS FORTIFICADOS.

Organismos que intervienen:

- Unidad de Nutrición dependiente del Ministerio de Salud y Deportes que aplica el Sistema de Control de Calidad de Alimentos Fortificados.
- Senasag que proporciona el Certificado de Inocuidad Alimentaria de Importación, que debe ser acompañado del certificado sanitario de origen y certificado que avale la fortificación.

Etiquetas alimentos transgénicos.

En junio de 2016, el Gobierno boliviano puso en vigor una norma que exige la inclusión progresiva, hasta 2018, de etiquetas especiales en los alimentos producidos en el país o importados que contengan o deriven de Organismos Genéticamente Modificados (OGM).



FUENTE: [HTTP://WWW.BOLIVIATV.BO/](http://www.boliviavt.com)

Específicamente, en el caso de productos de consumo directo, como las galletas de soja transgénica, se estableció que debían sumar la etiqueta antes de que finalice 2016. Mientras que los productos indirectos, como pollos alimentados con comida que contenga organismos genéticamente modificados, tienen plazo hasta diciembre de 2018.

El objetivo de la norma, según los mismos representantes del Gobierno, no es desmotivar el consumo de estos alimentos sino informar a los consumidores y que estos puedan tomar sus decisiones basadas en la mayor cantidad de información disponible. Como objetivo paralelo, se planteó que se desea promocionar e incentivar la producción orgánica y natural del país.

Ley de Promoción de Alimentación Saludable.

La Ley de Promoción de Alimentación Saludable fue sancionada en enero de 2016. Tiene como objetivo promover hábitos alimentarios saludables en la población boliviana, por medio de lineamientos y mecanismos, y con el fin de prevenir las enfermedades crónicas relacionadas con la dieta.

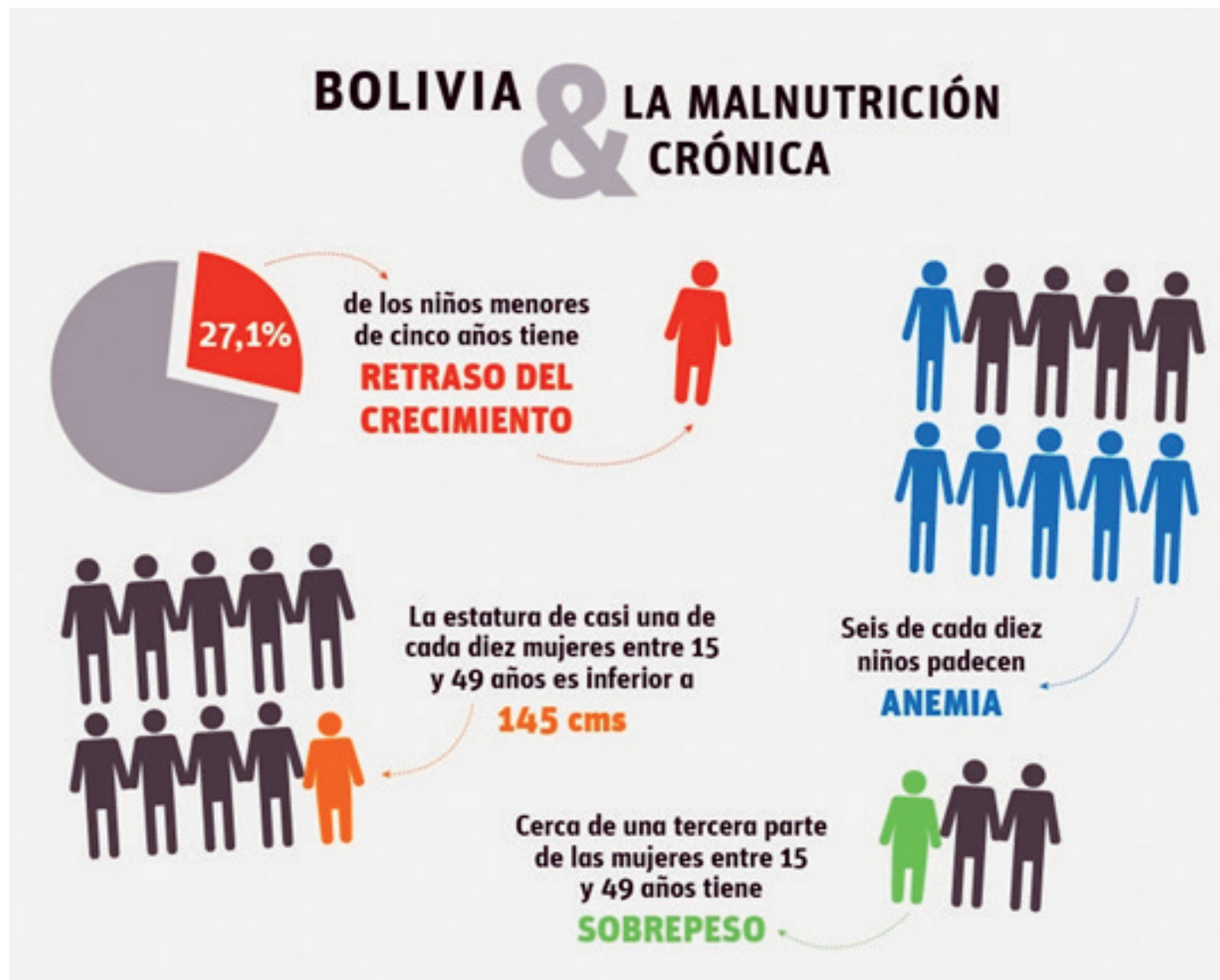
Su alcance es la publicidad y el etiquetado de alimentos y bebidas no alcohólicas. La ley establece que:

“la publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigidas a la población, con énfasis a niñas, niños y adolescentes menores de 18 años, y que se difunda por cualquier soporte o medio de comunicación social, debe promover el consumo de alimentos saludables y los beneficios de la actividad física, acorde a las políticas establecidas por el Ministerio de Salud” (Ley 20775, 2016).

Esta ley surge como respuesta a la malnutrición crónica que presenta la población. Un ejemplo claro, en el que el Gobierno de Bolivia y el Banco Interamericano de Desarrollo se encuentran trabajando en conjunto es en El Alto, ciudad aledaña a La Paz, capital de Bolivia. La población, que alcanza un millón de habitantes, en su mayoría indígenas, habita en casas de barro y paja localizadas a los largo de calles sin pavimentar.

A pesar de que pueden acceder fácilmente a alimentos nutritivos como cereales, frutas y verduras que se producen en las montañas de los Andes, muchas familias tienen una dieta compuesta principalmente por **hidratos de carbono de bajo costo** y de otros productos con un alto contenido en grasa y almidón. Esto conduce no solamente a la prevalencia del retraso en el crecimiento, sino que también da lugar a unas tasas de obesidad cada vez mayor.

La situación actual de la población de Bolivia puede resumirse en la siguiente infografía:



FUENTE: BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO (BID).

FACTORES NATURALES

Sequías.

Según los reportes proporcionados por los productores de oleaginosas y trigo del departamento de Santa Cruz (Anapo), se registró una de las peores campañas agrícolas de los últimos años, debido a la extrema sequía ocurrida en la campaña de invierno 2016, con casi tres meses sin lluvias que acompañen el desarrollo de los cultivos sembrados con más de 500 mil hectáreas de trigo, maíz, sorgo y girasol, principalmente.

Las pérdidas se resumen en al menos 220 millones de dólares, como consecuencia de una disminución en la producción de 750.000 toneladas de granos. En una comparación entre los inviernos de 2015 y 2016, se registró una caída de al menos 1,15 millones de toneladas que representa una retracción del 57% con relación a ese periodo.

Considerando sólo el trigo en agosto de 2016, Anapo ha calculado que casi el 95% de la superficie sembrada se ve afectada por la sequía, mientras que un 15% se considera perdido.

CULTIVO DE TRIGO			
ZONA Y SUBZONA DE PRODUCCIÓN	Superficie Sembrada (ha)	Sup. Afectada por sequía (ha)	Sup. Perdida por sequía (ha)
ZONA ESTE			
Pailón	31.500	31.500	6.500
Cuatro Cañadas	30.500	30.500	4.000
San Julián	7.000	7.000	2.500
El Puente	1.300	1.300	550
Guarayos	200	200	50
San José de Chiquitos	0	0	0
Subtotal	70.500	70.500	13.600
ZONA INTEGRADA			
Sur Integrada	2.500	2.000	300
Central Integrada	1.000	1.000	200
Montero – Okinawa	24.000	20.000	1.000
Minero – Peta Grande	2.000	1.000	0
Subtotal	29.500	24.000	1.500
TOTAL	100.000	94.500	15.100

FUENTE: ANAPO EN CIFRAS , JULIO 2016

CONDICIONES PROPIAS DEL CONSUMIDOR

FACTORES ECONÓMICOS

Panificación.

Actualmente, la situación de las panificadoras se encuentra afectada por otra materia prima aparte de la harina de trigo. En la zona de La Paz, que incluye Kupini, Alto Obrajes, Villa San Antonio, Villa Copacabana, zona sur y Mallasa existe desabastecimiento de agua potable, lo que hace que peligre la producción de las panificadoras (EJU TV, 2016).

Frente a esta situación, el gobierno de Bolivia interviene directamente y a través de la entidad Emapa desde fines de noviembre de 2016.

El desabastecimiento de agua potable tiene como consecuencia la disminución en la producción (que según estimaciones de los productores ya se ha visto afectada en un 10%) y, por lo tanto, una disminución del consumo de harina. Frente a una caída de la demanda de harina y con una oferta constante, lo que se prevé es que el precio de la materia prima baje y los productores locales sean los principales perjudicados (EJU TV, 2016).

La baja en la producción de panificados también afecta el precio al mercado de los productos finales. Frente a una demanda que en el corto plazo no caería y una oferta reducida, los precios naturalmente tienden a aumentar.

La situación del agua potable se suma a los inconvenientes que han sufrido este año con las fluctuaciones de precios de la harina de trigo, principalmente determinados por los precios a los que comercializa Argentina.

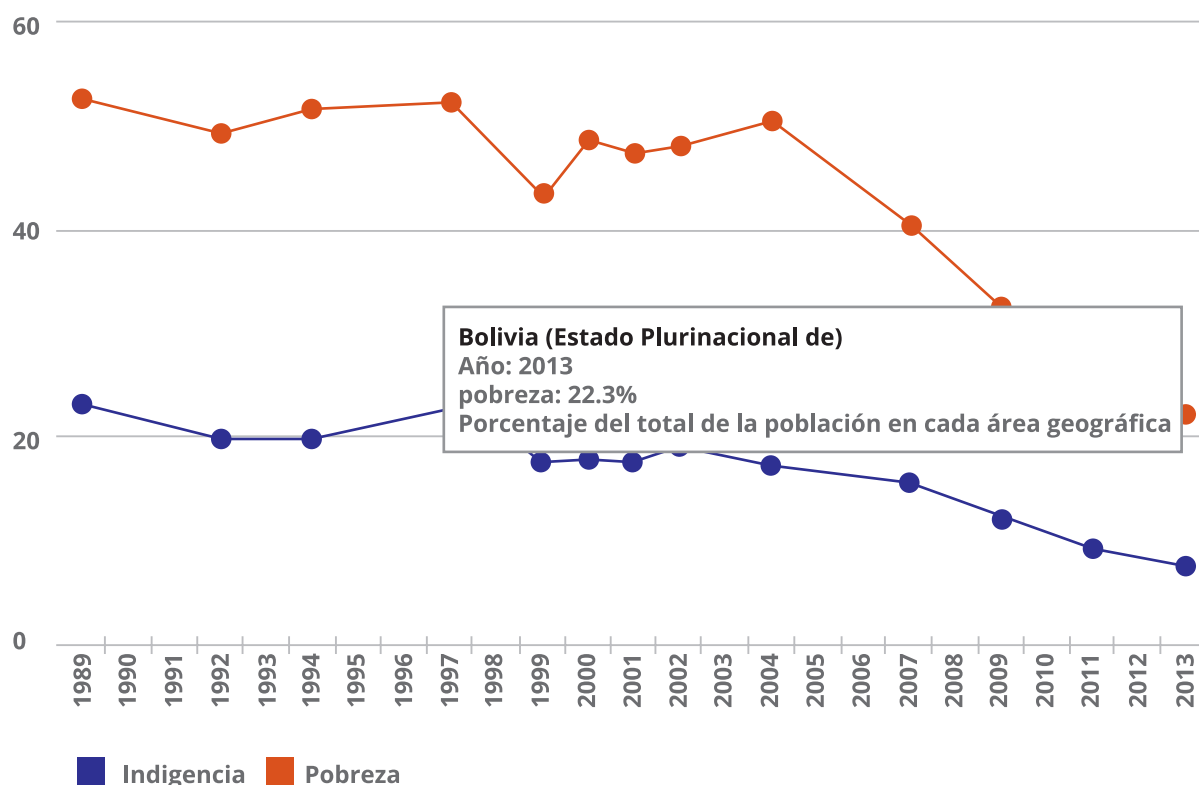
A mediados de año, la Federación de Panificadores de Cochabamba llevaba registrado un incremento de los precios de harina importada cercano al 62%. Debido a la intervención de la oferta de harina de Emapa, los productores pudieron seguir manteniendo sus precios de comercialización.

Esta misma federación registró que desde 2013 a julio de 2016, el alza en los precios que ellos pagaron por harina de trigo pasó de 135 a 220 bolivianos el quintal.

Consumidor final.

Bolivia muestra uno de los más grandes desequilibrios en la distribución de la riqueza en la población. Los últimos datos que proporciona la Cepal, muestran que el 32,7% de la población se encuentra debajo de la línea de pobreza. Estos porcentajes se acentúan más en la población rural, donde el índice de pobreza llega al 54%, mientras que en la población urbana el 22% está bajo la línea de la pobreza (Cepal, 2016).

Tasa de pobreza e indigencia

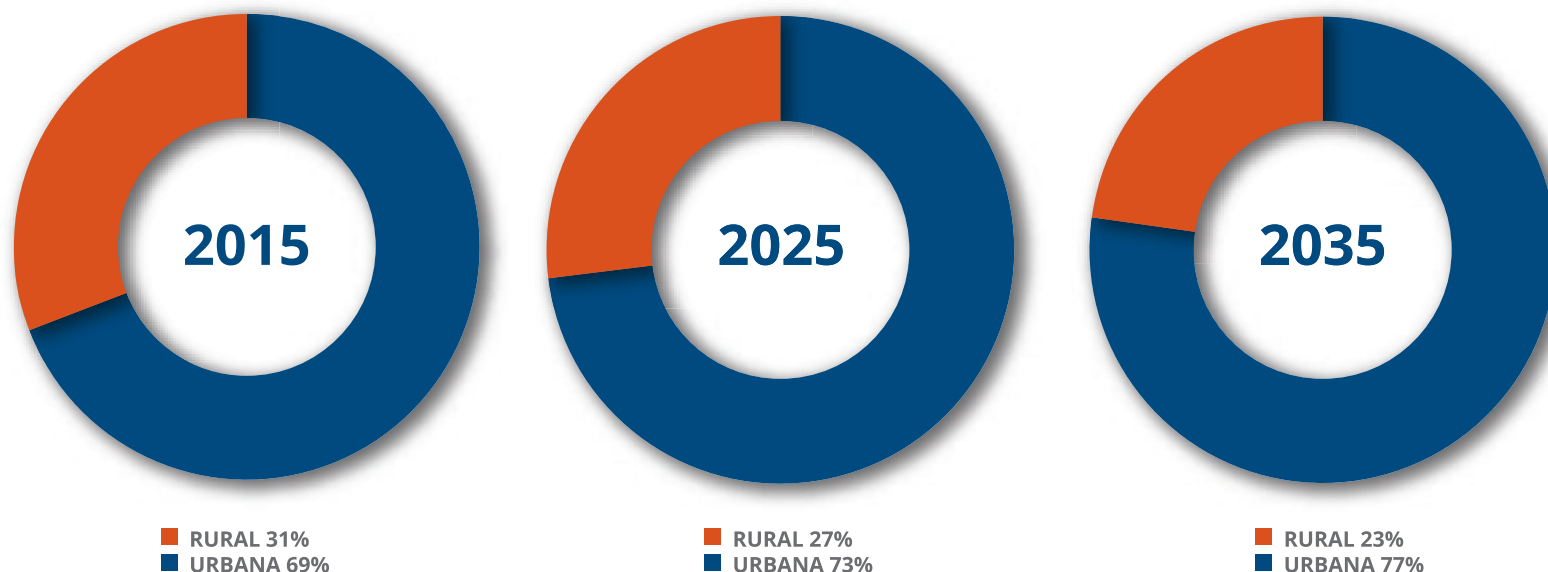


FUENTE: PERFIL NACIONAL ECONÓMICO DEL CENTRO DE ESTADÍSTICAS DE CEPAL, 2016.

Uno de los principales indicadores del desequilibrio de la distribución del ingreso es el Coeficiente de Gini, que luego de una leve caída en el relevamiento del año 2011 (de 0.50 a 0.47) volvió a mostrar un aumento en 2013 alcanzando 0.49.

Aquí se vuelve a notar la marcada diferencia entre la población rural y la urbana, con un valor de 0.55 para la primera y 0.42 para la segunda.

En las proyecciones de la distribución de la población, la Cepal ha presentado los siguientes valores:



FUENTE: PERFIL NACIONAL ECONÓMICO DEL CENTRO DE ESTADÍSTICAS DE CEPAL, 2016.

FACTORES CULTURALES

Cultura alimentaria.

Bolivia cuenta con una rica diversidad étnica y cultural, que se refleja en la presencia de más de treinta pueblos indígenas y afrodescendientes.

En comparación con otros países de la región, Bolivia es el que se mantiene más cercano a su origen indígena y conserva muchas de sus tradiciones. Un ejemplo claro es la costumbre de comer en casa con la familia y es el principal motivo por el cual cadenas como McDonald's no han tenido éxito en este país.

En cuanto al tipo de alimentación, hay muchas similitudes con otros países que fueron parte del Imperio Inca, como comidas principales y la manera de prepararlas. Las papas que fueron una parte importante de su dieta, previo al Imperio Inca, continúan siendo parte de su dieta en la actualidad. En este país, por caso, se cultivan más de 200 clases diferentes de papas.

La cocina de Bolivia difiere mucho de una región a otra, debido a la amplia diversidad de zonas geográficas y distintos orígenes culturales. Pero lo que es similar en todas ellas es la abundancia de carnes, papas y maíz

en la alimentación. En tanto, el agregado de distintos condimentos hace que cada región tenga un sabor particular característicos.

Con los relevamientos del Instituto Nacional de Estadística (INE), se verificó que la población boliviana consume cada vez más hidratos de carbono y bebidas gaseosas. Este tipo de alimentación repercute en el retraso en el crecimiento y tasas de obesidad cada vez mayores.

La papa es el principal producto en la dieta nacional ya que el consumo per cápita llega a 92 kilogramos al año, seguido por productos en base a harina como los fideos y el pan con 47 kilos por persona al año. Los datos también indican que en el país se consume más azúcar que arroz. El consumo per cápita de azúcar llega a 36 kilos anuales per cápita, mientras que el consumo de arroz es de 32 kilos al año por persona (El Día, 2015).

Otros productos de consumo intermedio son la carne de pollo con 29 kilos al año; aceite, con 25 litros; carne de res, 18 kilos; maíz choclo, 17 kilos; y huevos con 169 unidades.

Entre los productos menos consumidos por los bolivianos está la quinua con un promedio de un kilogramo al año, siendo que el país se destaca como el primer productor mundial del grano andino. Sigue la carne de pescado con un consumo per cápita de dos kilos al año, al igual que la zanahoria.

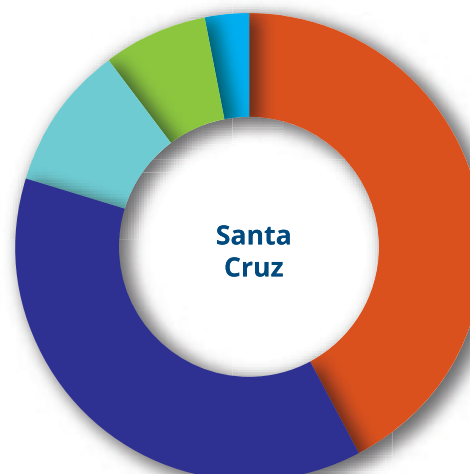
Otros productos con menor utilización en la dieta familiar son la cebolla y el tomate con nueve kilos y la carne de cerdo con ocho kilos al año per cápita.

Entre los líquidos, el consumo de bebidas gaseosas no alcohólicas es el más preferido por la población con 50 litros anuales por persona, seguido muy de cerca por la cerveza con 48 litros, y en tercer lugar se ubica el consumo de leche de vaca con 42 litros, volumen que aumentó respecto a años anteriores.

Decisiones de compra.

Una encuesta realizada sobre los alimentos transgénicos en Bolivia durante agosto de 2016 por el equipo de consultores Mori, muestra algunos aspectos generales en cuanto a la decisión de compra de alimentación por parte de la población.

En primera instancia, se relevó que los bolivianos consideran en primer lugar la calidad de los alimentos, en segundo lugar que sea barato y en tercer lugar que sea hecho en Bolivia. Estos 3 aspectos concentraron el 88% de las respuestas.



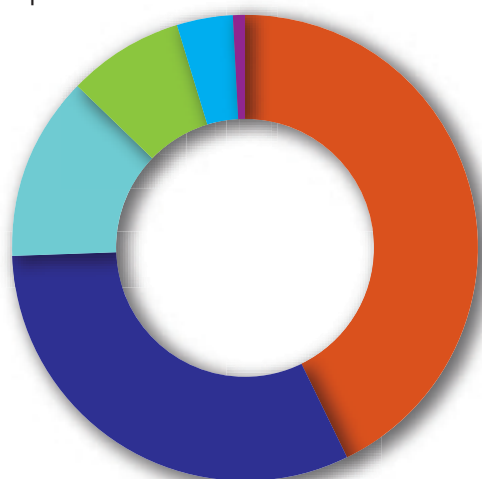
- Que sea de buena calidad 42%
- Que sea barato / económico 37%
- Que sea "hecho en Bolivia" 10%
- Que NO sea transgénico 7%
- Otro 3%

FUENTE: IBCE.ORG.BO, 2016.



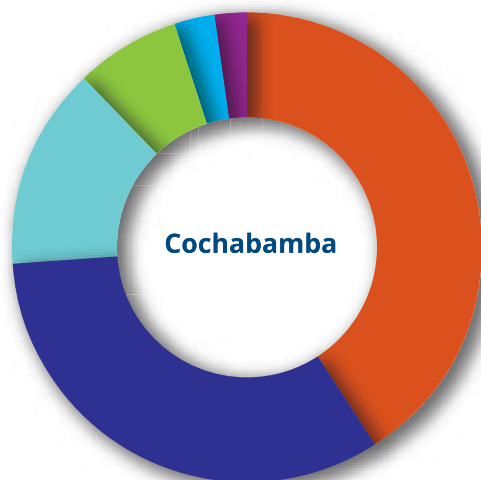
- Que sea de buena calidad 45%
- Que sea barato / económico 23%
- Que sea "hecho en Bolivia" 17%
- Que NO sea transgénico 11%
- Otro 5%

FUENTE: IBCE.ORG.BO, 2016.



- Que sea de buena calidad 43%
- Que sea barato / económico 32%
- Que sea "hecho en Bolivia" 13%
- Que NO sea transgénico 8%
- Otro 4%
- Ns / Nr 1%

FUENTE: IBCE.ORG.BO, 2016.



- Que sea de buena calidad 41%
- Que sea barato / económico 33%
- Que sea "hecho en Bolivia" 14%
- Que NO sea transgénico 7%
- Otro 3%

FUENTE: IBCE.ORG.BO, 2016.

En general, los primeros dos aspectos son generalidades que en cualquier país y cultura son comunes. Mientras que el peso que tiene el origen de los alimentos muestra que es una cultura que valora la producción nacional. Debe tenerse en cuenta este último factor para superar con más facilidad las barreras de entrada culturales (principalmente del consumidor final).

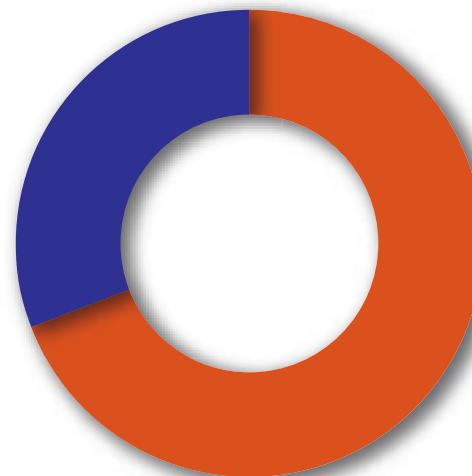
Percepción de alimentos genéticamente alterados.

En la misma encuesta antes mencionada, se relevó la percepción que los bolivianos tienen sobre los alimentos genéticamente alterados. Esto surge junto con la nueva Ley de Etiquetado de Alimentos Transgénicos para evaluar qué tipo de impacto tendrá en el consumo real.

Dado los resultados, no se prevé un cambio abrupto de las conductas de consumo ya que, en general, las asociaciones negativas de este tipo de productos no superan el 28% de las respuestas entre todos los entrevistados. Y en el caso de usar la biotecnología para el mejoramiento de los alimentos, el 67% de los encuestados manifestó estar de acuerdo o muy de acuerdo con dicha aplicación.

Los resultados en gráficos.

¿Qué es lo primero que se le viene a la mente cuando escucha "alimento transgénico"? (respuesta espontánea)



60%

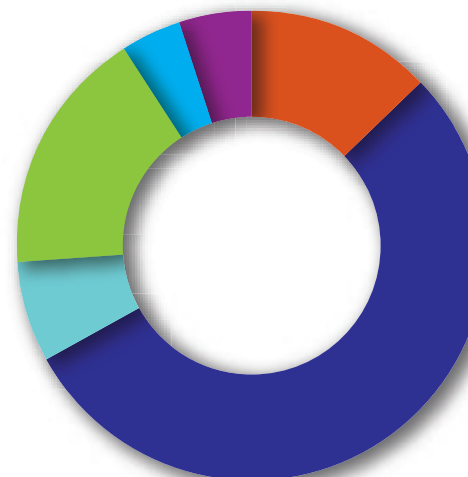
- Nada
- No natural / artificial
- Enlatados / Procesados
- Alimentos alterados
- Modificación genética / científica
- Proviene de otro país

27%

- Tiene químicos
- No es bueno para la salud
- Alimento que no sirve

FUENTE: IBCE.ORG.BO, 2016.

¿Está usted de acuerdo con el uso de la biotecnología para ayudar a producir más y mejores alimentos, siempre y cuando tenga respaldo científico?



- Muy de acuerdo 13%
- De acuerdo 54%
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo 7%
- En desacuerdo 17%
- Muy en desacuerdo 4%
- Ns / Nr 5%

FUENTE: IBCE.ORG.BO, 2016.

RESPUESTA DEL CONSUMIDOR

ELECCIÓN DE PRODUCTO

Motivación de Consumo.

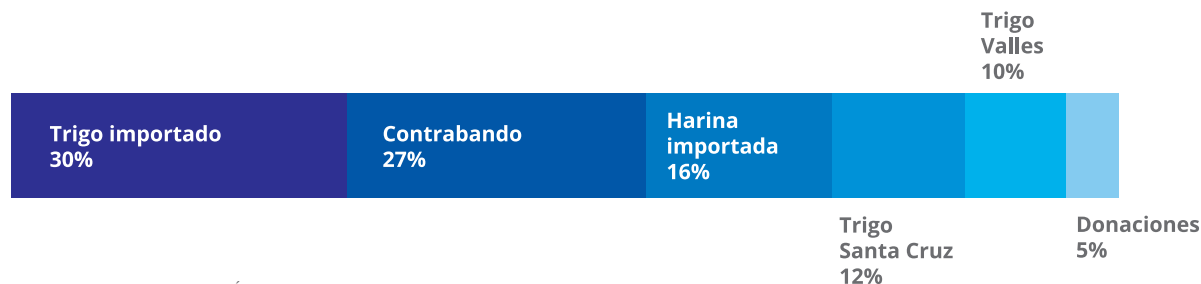
Tanto la harina de trigo, como los productos elaborados con ella, son altamente consumidos en Bolivia. Constituyen una parte importante de su alimentación, por debajo del consumo de la papa que históricamente es el producto principal.

En general, el consumo de hidratos de carbono forma parte de su tradición culinaria, por lo que intentar modificar los patrones de consumo de la población, llevaría muchos años debido al fuerte arraigo a sus tradiciones y cultura.

Otro aspecto fundamental que explica su consumo, es su bajo costo, que ante una población en general empobrecida y con fuertes desequilibrios con respecto a la distribución del ingreso, resulta la opción más elegida.

Oferta.

Si tomamos de referencia al documento presentado en 2008 por el Centro de Investigación y Promoción del Campesinado, se estima que la demanda promedio anual desde 1998, es de 728.000 toneladas de trigo. La fuente de ese consumo se distribuiría de la siguiente manera:



FUENTE: RENÉ HERBAS, EL ESTADO DE SITUACIÓN DEL TRIGO EN BOLIVIA Y EL CONTEXTO INTERNACIONAL, 2008.

Nota: la cantidad de contrabando corresponde a un estimado elaborado

en base a información de Anapo, Cámara Nacional de Industria y Servcorp. No existen registros oficiales más detallados a nivel de consumo y origen del producto.

Productos nacionales:

- SIMSA. Comercializa bajo marca *Princesa*.
- CIC Hnos. Vicente SRL. Comercializa bajo marca *Famosa*.
- Fábrica de Fideos y Molino AURORA. Comercializa bajo marca *Aurora*.
- Molino Andino SA. Comercializa bajo marca *Trigal de Oro* (otros productos como fideos y panes bajo la marca La Suprema).
- Agrícola Industrial Okinawa SRL - Santa Cruz. Comercializa bajo marca *AIOKI*.

Otras molineras registradas en Bolivia*:

- Molinera Rio Grande - La Paz
- Molinera del Oriente Modelo - Santa Cruz
- Molino Yapacani - Santa Cruz
- Industrias Potosí Ltda. - Potosí
- BIVIANO MUJICA AGUILAR - Cochabamba
- Compañía Molinera Bolivia SA - La Paz
- Verona SRL - Oruro
- Procesadora de Cereales Juan Edimar - Cochabamba
- Industria Molinera San Juan SRL - Potosí
- Industrias Corval - Cochabamba
- Molinos Santa Cruz - Santa Cruz
- Cereales Machaca - Cochabamba
- Industrias de productos alimenticios SRL IPAL - Santa Cruz

*Registros de Directorio Empresarial Virtual. Las empresas inscriptas en el Registro de Comercio y que cuenten con Matrícula de Comercio actualizada.



Marca: Emapa
Peso: 50 kilogramos



Marca: Famosa. 000
Peso: 1 kilogramo



Marca: Famosa. Leudante.
Peso: 1 kilogramo



Marca: Famosa. 0000.
Peso: 1 kilogramo



Marca: Famosa. Germen de Trigo.
Peso: 1 kilogramo



Marca: Aurora. 000
Peso: 1 kilogramo



Marca: Aurora. 000
Peso: 5 kilogramos



Marca: Aurora. 000
Peso: 25 kilogramos



Marca: Princesa. Leudante
Peso: 1 kilogramo



Marca: Princesa. 0000
Peso: 1 kilogramo



Marca: Bellaflo. Leudante.
Peso: 1 kilogramo



Marca: Princesa. Integral.
Peso: 1 kilogramo



(Imagen del producto no disponible)



Marca: Aioki Harina de Trigo Tipo 000
Peso: 1 kg., 11,5 kg., 45 kg., 50 kg.

Productos importados desde Argentina:

Según los registros de 2016 de Nosis y Penta Transaction, las siguientes marcas han sido exportadas al mercado boliviano:

- Molinos Cañuelas
- Cargill S.A Comercial e Industrial
- OS S.A
- Molino Panamericano S.A
- Molinos Feni S.A
- Molinos Tassara S.A
- Molinos Viada
- Molinos Chacabuco
- Molinos Chabas
- Lagomarsino S.A
- F y A Basile S.A.I.C.I
- José Minetti y Cia.
- Chiesa Sebastián Matías
- Molinos Marimbo S.A.I.C
- Molino Argentino SAICAGEI
- Molinos Arrecifes

Precios en el Mercado.

Precios de mercado según relevamientos INE.

	Fideo (corto) 1 kilo	Fideo (largo) 1 kilo	Harina de trigo 1 kilo	Pan corriente 1 Unidad
Cobija	\$2.07		\$1.15	\$0.07
Cochabamba	\$1.27	\$2.13	\$0.86	\$0.07
La Paz	\$1.29	\$2.12	\$0.89	\$0.07
Oruro	\$1.16	\$2.10	\$0.80	\$0.06
Potosí	\$1.00	\$1.91	\$0.72	\$0.05
Santa Cruz	\$1.17	\$1.44	\$0.82	\$0.07
Sucre	\$1.21	\$1.61	\$0.77	\$0.06
Tarija	\$1.44	\$2.19	\$0.77	\$0.14
Trinidad	\$1.43	\$2.16	\$0.73	\$0.07

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA CON INFORMACIÓN DE INE. VALORES EN DÓLARES COTIZACIÓN: 6.94 BS. NOVIEMBRE 2016.

Precios ofrecidos por Emapa por región y cantidad:

		Quintal	Arroba	Kilogramo
La Paz	Harina 000 (Bolsa de 50kg)	\$23.05	\$5.33	\$0.52
Santa Cruz	Harina 000 (Bolsa de 50kg)	\$26.66	\$6.20	\$0.59
Cochabamba	Harina 000 (Bolsa de 50kg)	\$23.05	\$5.33	\$0.52
Oruro	Harina 000 (Bolsa de 50kg)	\$23.05	\$5.33	\$0.52
Potosí	Harina 000 (Bolsa de 50kg)	\$20.89	\$4.83	\$0.46
Chuquisaca	Harina 000 (Bolsa de 50kg)	\$22.33	\$5.19	\$0.50
Tarija	Harina 000 (Bolsa de 50kg)	\$24.50	\$5.69	\$0.55
Beni	Harina 000 (Bolsa de 50kg)	\$25.22	\$5.84	\$0.56

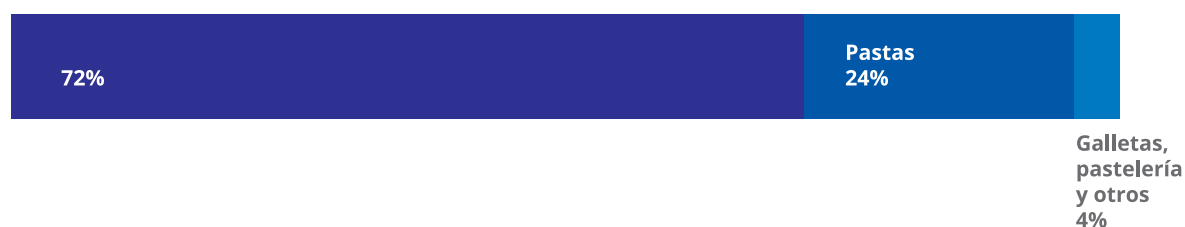
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA CON INFORMACIÓN DE EMAPA. VALORES EN DÓLARES, COTIZACIÓN: 6.94 BS. NOVIEMBRE 2016.

Valores de Compra.

El consumo promedio per cápita de trigo se calcula en 76 kilogramos por año y el consumo de harina de trigo en 55 kilogramos.

El consumo de trigo en La Paz es de 117 Kgs./habitante, lo que significa un consumo de harina de trigo del orden de los 84 kilogramos. Esto representa un consumo superior a la media mundial y que está cerca de los principales países consumidores de harina de trigo.

En cuanto a la distribución del consumo industrial, se puede clasificar de la siguiente manera:



FUENTE: RENÉ HERBAS, *EL ESTADO DE SITUACIÓN DEL TRIGO EN BOLIVIA Y EL CONTEXTO INTERNACIONAL, 2008.*

Canales de Comunicación

Tomando de referencia a las marcas antes mencionadas, no se percibe una comunicación fluida por los canales digitales. No poseen páginas web, ni redes sociales activas o actualizadas.

El único caso excepcional fue el de la Empresa de Apoyo a la Producción de Alimentos (Emapa), que se atribuye a la naturaleza de la organización. Como ente público posee canales de comunicación actualizados y desarrolla acciones independientemente de las cadenas comerciales.

Emapa utiliza como medio de comunicación su página web, entrevistas radiales y redes sociales para comunicar promociones, eventos y beneficios.

Se estima que cerca del 70% del consumo nacional está concentrado en los departamentos de La Paz, Cochabamba y Santa Cruz.

Cabe destacar que los valores antes mencionados son los últimos registros oficiales de 2008, presentados por el Centro de Investigación y Promoción del Campesinado.



FUENTE: [HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/EMAPA-BOLIVIA-445100275661886/](https://www.facebook.com/EMAPA-BOLIVIA-445100275661886/)

Si se consideran los canales de comunicación que utilizan los que comercializan estos productos, se han relevado infomerciales, PNT y folletos comerciales como los que hace Plaza Hipermercados, que también son publicados en las redes sociales.

A continuación, como ejemplo, se puede ver un infomercial y un folleto comercial publicado en Facebook:



FUENTE: [HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/PG/PLAZA.HIPERMERCADOS/](https://www.facebook.com/pg/plaza.hipermercados/)

ELECCIÓN DE LUGAR DE COMPRA

Desde hace cuatro años los supermercados en Bolivia están viviendo su mejor época, dado que sus ventas pasaron de USD 396 millones en 2012 a USD 494 millones en 2014 (hasta junio de 2015 habían facturado USD 251 millones). Esto se ha traducido en la expansión de algunas cadenas y la aparición de nuevas, y otros emprendimientos como el auto markets de menor tamaño.

Hipermaxi es el supermercado que lidera el crecimiento. Desde 2013, esta cadena ha abierto siete nuevas salas. Le siguen las cadenas Fidalga y Ketal, con dos nuevas salas cada una. Supermercados Tía, que ingresó al mercado en 2012, también abrió dos locales más.

Desde la Asociación Boliviana de Supermercados estiman que, de todas formas, sólo un 10% de las compras se realizan en supermercados mientras que la mayor parte se realiza en los mercados tradicionales pequeños.

El crecimiento de este tipo de emprendimientos está estrechamente relacionado con factores económicos, culturales y demográficos. La población está muy apegada a sus costumbres por lo que los locales de venta deben combinar los aspectos que valoran de cada formato.

Es por esto que se considera que los formatos más pequeños son los que logran la cercanía que necesitan los clientes y no se pierde el contacto humano con el comercio. Este tipo de comercios, que suelen abrirse en los barrios en los cuales no es posible o rentable instalar grandes superficies, son los que facilitan las compras pequeñas y de urgencia. No es sólo una tendencia en Bolivia sino que también se registra en otros países de la región.

Además, en el sentido de cambios demográficos, cada vez serán más altas las tasas de población viviendo en las grandes ciudades que impulsaran este tipo de comercios.

Como ya se mencionó anteriormente, el formato de grandes superficies responde más a las necesidades de grandes ciudades y del segmento de la población urbanizada con mayores ingresos. Para satisfacer la demanda de población con menos recursos o alejada de las grandes superficies, se presentan las sucursales de Emapa que ofrecen productos subvencionados y que promueven la industria local.

Sucursales de Emapa:

La Paz

- Calle Puente Villa Zona Villa Fátima N° 1469, entre Avenida Las Américas y Calle Ocabaya.
- Calle Luis Lara N° 555, entre Luis Lara y Zoilo Flores, Zona San Pedro.
- Calle Reyes Cardona N° 740, entre Kollasuyo y Lizardo Taborga, Zona El Tejar.
- Calle Antonio Gallardo N° 586, entre Max Paredes y Sebastián Seguro, Zona Gran Poder.
- Zona Vino Tinto: Avenida Baltazar de Salas, esquina Gral. Juan Jose Torrez N° 535.
- Avenida Esteban Arce N° 1934, entre Calle 14 de Noviembre, Zona Villa San Antonio.
- Calle 9 N° 7802, esquina Inofuentes, Zona Calacoto (Oficina Central).

El Alto

- Calle Héroes del Kilómetro 7, entre Calles 3 y J. Mejía N° 217, Zona Villa Bolívar A.
- Villa Adela, Plan 88, Manzano 221, Nro. 11 - Super Emapa
- Avenida 16 de Julio, entre Calle Álvarez Plata y Nisthaus # 60.
- Avenida Raúl Salmon, esquina Calle 5 N° 357, Zona 12 de Octubre.
- Avenida Caluyo esquina "F" N°971.
- Avenida Adrián Castillo N° 437, Zona Alto Lima.
- Santiago li Calle 9 entre Calles B Y A, Edificio N° 28.
- Calle 4, esquina Carlos De Medina N° 73, Zona Villa Dolores.

CONCLUSIONES FINALES

A pesar de las condiciones cambiantes de Bolivia, sigue constituyéndose como uno de los países con mejores perspectivas de crecimiento entre los países de Latinoamérica en términos de PBI. Aún con un fuerte arraigo a su cultura y tradiciones, está dispuesto a abrirse al mundo para subsistir, ya que dependen de ello por su débil estructura productiva interna.

En el principio de la cadena productiva, se encuentran varias amenazas que afectan la producción nacional.

Esto incluye: la falta de competitividad frente al mercado internacional y factores climáticos. En 2016, se registraron varias toneladas de trigo descartadas por la sequía, lo que impulsa aún más las importaciones de trigo y harina de trigo que provienen, principalmente, de Argentina (cerca del 99%).

En cuanto a los productores de las industrias intermedias entre la molienda y el consumidor final, han enfrentado múltiples inconvenientes entre los que se encuentran la falta de abastecimiento de harina y agua. Además de una fuerte regulación de los precios de comercialización.

En relación con el consumidor final, se registran grandes diferencias dentro de su país, tanto culturalmente como económicamente. Existe una clase social más fuerte, que se encuentra en las grandes urbanizaciones, que posee conductas de compras diferentes (centros comerciales, supermercados) y una gran población rural que sigue recurriendo a los tradicionales mercados.

En general, las conductas alimenticias son similares y lo que predominan son los hidratos de carbono y las bebidas gaseosas. Esto ha traído grandes inconvenientes en la población, donde se han observado altas tasas de malnutrición, problemas de crecimiento y mortalidad infantil.

Este es un aspecto en el que el gobierno ha intentado intervenir por medio de reglamentos, promociones y educación. Pero debido a que la cultura tiene un gran apego por sus tradiciones, será un proceso a largo plazo para poder reemplazarlos por alimentos más nutritivos.

En general, se observa que a pesar de que la población boliviana está fuertemente apegada a sus costumbres, conocen sus limitaciones e inconvenientes para autoabastecerse y aunque la soberanía alimentaria es un objetivo primordial, no han cerrado sus posibilidades comerciales (factor que se identifica claramente en el grado de apertura económica cercano al 70%).

ANEXOS

Compendio Normativo 1 LEY N° 2061 16/03/2000

SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD AGROPECUARIA E INOCUIDAD ALIMENTARIA (SENASAG), COMO ESTRUCTURA OPERATIVA DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y DESARROLLO RURAL.

JORGE QUIROGA RAMÍREZ PRESIDENTE INTERINO DE LA REPÚBLICA

Por cuanto, el Honorable Congreso Nacional, ha sancionado la siguiente EL HONORABLE CONGRESO NACIONAL DECRETA: SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD AGROPECUARIA E INOCUIDAD ALIMENTARIA "SENASAG" CAPITULO ÚNICO REGIMEN ESPECÍFICO DE SANIDAD AGROPECUARIA E INOCUIDAD ALIMENTARIA

ARTÍCULO 1.- Crease el Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e inocuidad Alimentaria.- SENASAG -, como estructura operativa del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural encargado de ministrar el Régimen de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria; en el marco de lo establecido en el Artículo 9 de la Ley de Organización del Poder Ejecutivo.

ARTÍCULO 2.-Las competencias del SENASAG son:

- a) La protección sanitaria del patrimonio agropecuario y forestal.
- b) La certificación de la sanidad agropecuaria e inocuidad alimentaria de productos de consumo nacional, de exportación e importación.
- c) La acreditación u personas, naturales o jurídica, idóneas para la prestación de servicios de sanidad agropecuaria e inocuidad alimentaria.
- d) El control, prevención y erradicación de plagas y enfermedades de animales y vegetales.
- e) El control y garantía de la inocuidad de los alimentos, en los tramos productivos y de procesamiento que correspondan al sector agropecuario.
- f) El control de insumos utilizados para la producción agropecuaria, agroindustrial y foresta.
- g) Declarar emergencia pública en asuntos de sanidad agropecuaria e inocuidad alimentaria. Compendio Normativo 2.
- h) Establecer mecanismos de financiamiento para el desarrollo de las competencias del SENASAG, así como

convenios interinstitucionales, con entidades públicas y privadas, nacionales o internacionales, de conformidad a lo dispuesto en la Constitución Política del Estado.

ARTICULO 3.-. Las fuentes de financiamiento del SENASAG son las siguientes:

- a) Ingresos propios provenientes de la prestación de servicios en base a tasas aprobadas anualmente, mediante Decreto Supremo;
- b) Asignación Presupuestaria del Tesoro General de la Nación;
- c) La imposición de multas y sanciones por incumplimiento de las normas de sanidad agropecuaria e inocuidad alimentaria, sin perjuicio de constituirse en parte civil para el juzgamiento de actos punibles, que determinen el resarcimiento del dolo civil.
- d) Otros recursos provenientes de donaciones, legales, convenios específicos firmados con entidades públicas, privadas, nacionales o internacionales, de acuerdo a las normas básicas de crédito público.

ARTICULO 4.- El Poder Ejecutivo, mediante los Decretos Supremos respectivos, reglamentará la estructura organizativa y operativa del SENASAG y normará tanto el cobro de los servicios que preste como las sanciones y penalidades por incumplimiento de sus normas de sanidad agropecuaria e inocuidad alimentaria, los mismos que serán emitidos en un plazo no mayor a los 60 días, a partir de la promulgación de la presente Ley.

Remítase al Poder Ejecutivo, para fines constitucionales. Es dada en la Sala de Sesiones del Honorable Congreso Nacional, a los veinticuatro días del mes de febrero de dos mil.

Por tanto, la promulgo para que se tenga y cumpla como Ley de la República.

Palacio de Gobierno de la ciudad de La Paz, a los dieciséis días del mes de marzo de año dos mil.

FDO. JORGE QUIROGA RAMÍREZ PRESIDENTE INTERINO DE LA REPÚBLICA

