

ANEXO N° 1



Fotografía: Playa central del Consejo Regional de Abastecimiento y Mercadeo Agropecuario (C.R.A.M.A).

ANEXO N° 2



Fotografía: Portón y Alero del tinglado principal del Consejo Regional de Abastecimiento y Mercadeo Agropecuario (C.R.A.M.A).

ANEXO N° 3



Fotografía: Actividad diaria de los comerciantes informales ambulantes en las principales calles de la zona del mercado campesino.

ANEXO N° 4

CARACTERÍSTICAS DE LA INSTITUCIÓN

“CONSEJO REGIONAL DE ABASTECIMIENTO Y MERCADEO AGROPECUARIO (C.R.A.M.A.)”

MARCO LEGAL Y ESTRATÉGICO

BASE LEGAL, CREACIÓN Y MODIFICACIONES

La base legal de constitución, funcionamiento y accionar del C.R.A.M.A, se encuentra establecida por las siguientes leyes, Decretos Supremos y Resolución Prefectural.

El Gobierno Nacional mediante el Decreto Supremo N° 21493 de 29 de Diciembre de 1.986: dispuso la organización y funcionamiento del Consejo Regional de Abastecimiento y Mercadeo Agropecuario (C.R.A.M.A); asignándole la responsabilidad de: Asegurar la conclusión de obras y La administración y Operación del Mercado de Tarija.

Resolución Prefectural N° 105/98 del 18 de Mayo de 1998: otorga Personería Jurídica al C.R.A.M.A. se aprobó su Estatuto Orgánico y Reglamento Interno del C.R.A.M.A.; como entidad pública descentralizada de la Prefectura del Departamento de Tarija con patrimonio propio y autonomía de gestión administrativa, técnica, financiera y operativa.

Decreto Supremo N° 26373 del 29 de Octubre del 2.001: “transfiere” o concede la Administración y Operación del Mercado Campesino de Tarija a favor de la Federación Sindical Única de Comunidades Campesinas de Tarija (F.S.U.C.C.T.); con el propósito de brindar mejores condiciones al sector productivo campesino para la comercialización de productos agropecuarios. Esta transferencia “**no incluye**” el derecho propietario del Mercado Campesino de Tarija en favor de la F.S.U.C.C.T; por consiguiente, todos los bienes, acciones y derechos del Mercado Campesino continúan siendo propiedad del Estado Boliviano.

MISIÓN Y VISIÓN DEL C.R.A.M.A

MISIÓN DEL C.R.A.M.A.

“Facilitar a los productores campesinos y comercializadores, el uso preferencial de la infraestructura física y servicios de sus instalaciones; garantizando a la población tarijeña el abastecimiento y mercadeo de productos agrícolas y pecuarios en las mejores condiciones de calidad, con peso y precio justo”.

VISIÓN DEL C.R.A.M.A.

“El Consejo Regional de Abastecimiento y Mercadeo Agropecuario (C.R.A.M.A) ha logrado que sus instalaciones, sea el principal Mercado de Abasto del Departamento de Tarija que promueve la producción y facilita la comercialización de productos agropecuarios con eficiencia, eficacia y economía; se consolidó como una institución líder que brinda servicios a la población en general, garantizando el suministro, abastecimiento, distribución, venta mayorista y minorista de productos agropecuarios y sus derivados, en las mejores condiciones de calidad ”.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL C.R.A.M.A.

- La eficiente Administración y Operación del Mercado Campesino de Tarija.
- Construir, mejorar y mantener la infraestructura física e instalaciones del Mercado Campesino de Tarija.
- Proporcionar servicios de información de precios y mercados para la eficiente comercialización de productos agrícolas.

POLÍTICAS DE ADMINISTRACIÓN DEL C.R.A.M.A.

Las políticas son una guía para el pensamiento y la acción. Son criterios o normas generales que tienen por objeto orientar la acción. Toda política es una norma genérica y son el objetivo en acción.

En este sentido, el directorio y gerencia del C.R.A.M.A. han identificado y determinado implementar las siguientes políticas para lograr los fines y objetivos estratégicos del C.R.A.M.A.-Mercado Campesino.

- ✓ **Política 1:** Aprovechar las oportunidades de financiamiento no reembolsable de entidades públicas y privadas para ejecutar estudios, programas y proyectos de infraestructura, servicios de **información** de precios y mercados; servicios de capacitación y asistencia en comercialización agropecuaria.
- ✓ **Política 2:** Garantizar la autogestión y sostenibilidad económica del Servicio de Mercadeo Campesino; los precios y tarifas que se cobran a los usuarios, además de cubrir sus costos de operación, deben ser competitivos y generar excedentes que permitan atender oportunamente obligaciones impositivas, el servicio de la deuda y realizar nuevas inversiones en mejoramiento de la infraestructura física y prestación de servicios de apoyo a la comercialización agropecuaria.
- ✓ **Política 3:** Los recursos humanos, físicos, económicos y financieros y demás bienes del Mercado Campesino de Tarija serán administrados conforme a las Normas Básicas de los Sistemas de Administración y Control Gubernamentales establecidos por la Ley N° 1178 (SAFCO) y otras disposiciones legales en vigencia.
- ✓ **Política 4:** El C.R.A.M.A. invertirá los excedentes de sus “recursos propios” por administración directa en obras de mejoramiento de la infraestructura física, actividades de organización y operación del Mercado Campesino y servicios de información de precios y mercados, capacitación asistencia técnica en comercialización agropecuaria.
- ✓ **Política 5:** En el marco del modelo económico del libre mercado; el C.R.A.M.A. no participa en ningún tipo de operaciones de compra-venta o comercialización directa o indirecta de productos agrícolas o pecuarios de instituciones públicas, proyectos, ONGs o asociaciones de productores campesinos.
- ✓ **Política 6:** Los precios de los productores agrícolas y pecuarios que se comercialicen en instalaciones del Mercado Campesino serán determinados por la “libre oferta y demanda”; el C.R.A.M.A. solamente intervendrá para

controlar el pago oportuno y compromisos asumidos en transacciones comerciales, el uso de medidas, peso exacto y calidad de los productos.

- ✓ **Política 7:** Facilitar a los pequeños productores campesinos y asociaciones de productores la “**venta directa**” de su producción evitando que sean víctimas de “abusos y atropellos” por parte de “intermediarios” que operen en el Mercado Campesino.
- ✓ **Política 8:** Con el propósito de defender el mercado interno y evitar la “competencia desleal” con la producción regional o nacional está prohibida la comercialización de productos agrícolas de procedencia Argentina o Peruana en instalaciones del Mercado Campesino.
- ✓ **Política 9:** Por atentar contra los intereses económicos del pequeño productor ganadero y la salud pública de los consumidores de la ciudad de Tarija está terminantemente “**prohibida**” la comercialización de ganado Vacuno y Porcino procedente del **faeneo clandestino**.
- ✓ **Política 10:** Los productores campesinos, intermediarios, empresas agropecuarias y otros deben observar y cumplir el Reglamento Interno del Mercado Campesino y otras disposiciones técnicas y administrativas establecidas por el Directorio y Gerencia del C.R.A.M.A.

ANEXO N° 5

MERCADO CAMPESINO-CRAMA

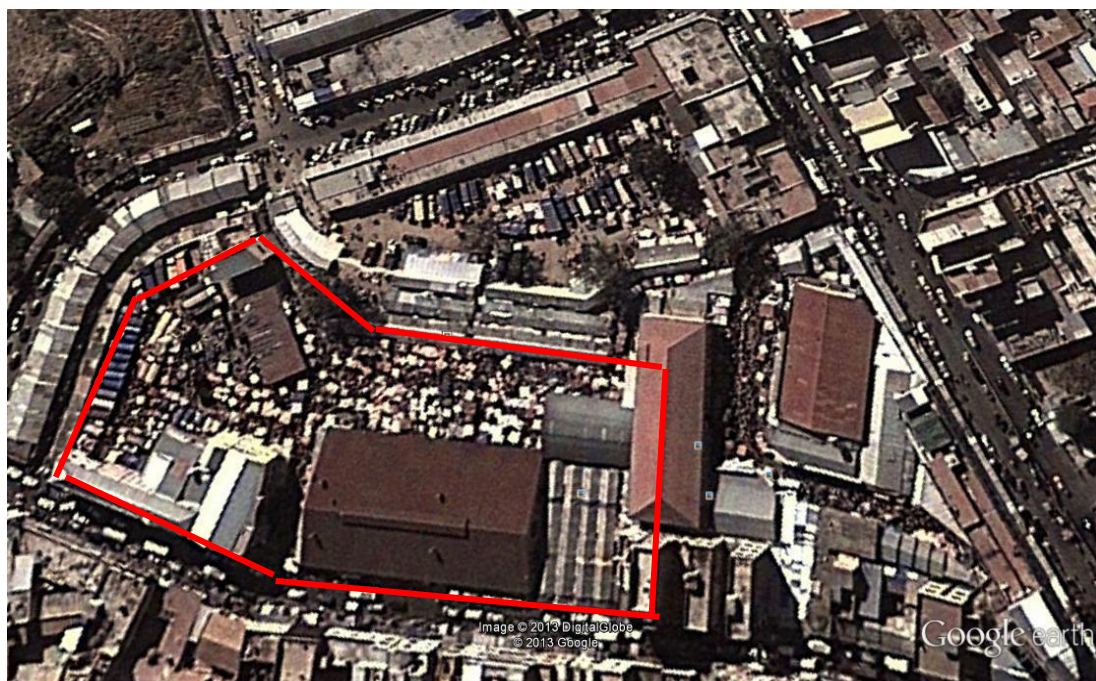
CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO CAMPESINO

En el Departamento de Tarija el mayor centro de abasto de productos agropecuarios es el Mercado Campesino, que está compuesto por dos instituciones: La Central Regional de Cooperativas Agropecuarias del valle de Tarija (CERCAT) y el Consejo Regional de Abastecimiento y Mercadeo Agropecuario (CRAMA); ambos forman el Mercado Campesino de Tarija que está ubicado en el Municipio de Cercado, entre las calles Comercio, Froilán Tejerina y Enrique Pantoja.



Fuente: elaboración propia

El Mercado Campesino (C.R.A.M.A.), está ubicado a $31^{\circ}31'09''\text{S}$ $64^{\circ}44'56''\text{O}$ y una Elevación 1915m, es uno de los tres mercados mayoristas en la ciudad de Tarija, también está el mercado campesino (CERCAT), y el mercado del Abasto del Sur, y entre los 10 mercados minoristas en la ciudad.



Fuente: Elaboración propia

En la fotografía podemos observar la parte del Mercado Campesino que es administrado por el Consejo Regional de Abastecimiento y Mercadeo Agropecuario (C.R.A.M.A.).



Fuente: Elaboración propia

Podemos observar que el Mercado Campesino administrado por el C.R.A.M.A., comercializa principalmente hortalizas y tubérculos, también existe un sector donde se comercializa carnes y otro sector donde se comercializa todo tipo de fruta

ANEXO N° 6

LEGISLACIÓN NACIONAL

La normativa que regula la actividad comercial, se enmarca en los mandatos de la Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, en este texto se asume que son fines del Estado, entre otros, *“garantizar el acceso de las personas a la educación, la salud y el trabajo”*. La sección III del Capítulo V, establece que toda persona tiene derecho *“Al trabajo digno, con seguridad industrial, higiene y salud ocupacional, sin discriminación, y con remuneración o salario justo, equitativo y satisfactorio, que le asegure para sí y su familia una existencia digna”*, asimismo que *“El Estado protegerá el ejercicio del trabajo en todas sus formas”*, además de prohibirse *“...toda forma de trabajo forzoso y u otro análogo de explotación que obligue a otra persona a realizar labores sin su consentimiento y justa retribución”*.

En general no se disponen de normas de carácter nacional que regulen la actividad comercial que se desarrolla en vía pública. Tan solo se han dictado normas de carácter fiscalizador en torno a la internación de mercadería de contrabando y del tránsito por el territorio nacional. La normativa más divulgada y de aplicación obligatoria es la del régimen tributario, sobre la cual basa su accionar el Servicio de Impuestos Nacionales y se remite a la Ley 843, que crea los principales impuestos a nivel nacional, así como definir el alcance y las alícuotas vigentes; de la misma manera el Régimen Complementario del Impuesto al Valor Agregado y su decreto reglamentario. Estas normas han definido las categorías tributarias en que se incluyen los comerciantes en función del capital disponible; en general se han establecido dos regímenes, el General y el Simplificado, dentro estos se incluyen a los comerciantes sin distinción alguna de su espacio de trabajo.

6. Lugar de origen.....



UNIVERSIDAD AUTONOMA JUAN MISAE SARACHO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ECONOMÍA

7. ¿Cuánto tiempo lleva usted con esta actividad de Comerciante?

7.1 Menos de 1 año ()

7.2 1 a 2 años ()

7.3 2 a 4 años ()

7.4 Más de 4 años ()

8. ¿Qué tipo de producto vende?

Nº	Productos	Cantidad	Precio x Menor
8.1	Tomate Pera	Cuart.	
8.2	Papa Roja	@	
8.3	Mandarina	Doc.	
8.4	Comidas Alm. Comp.	1	

9. ¿A cuánto asciende sus ingresos mensuales?

9.1 Menos de Bs. 500 ()

9.2 Entre Bs. 501 a 1000 ()

9.3 Entre Bs. 1001 a 1500 ()

9.4 Entre Bs.1501 a 2000 ()

9.5 Más de Bs. 2001 ()

10. ¿Usted cuánto paga por canchaje o alquiler por el puesto fijo que ocupa en las instalaciones de (C.R.A.M.A)?

10.1 Diario (Bs).....

10.2 Mensual (Bs).....

11. ¿Usted considera que ha aumentado el número de comerciantes informales ambulantes en los últimos cuatro años?

11.1 SI ()

11.2 NO ()

¿A su juicio, cual(es) serian (las) causas(s)?.....

.....

12. ¿Usted considera que la presencia de los comerciantes informales ambulantes afecta a los comerciantes asociados al (C.R.A.M.A)?

12.1 SI () ¿De qué manera?.....

12.2 NO ()

13. ¿Usted acepta que todas las personas tienen derecho al trabajo?

13.1 SI ()

13.2 NO ()

¿Por qué?.....



UNIVERSIDAD AUTONOMA JUAN MISAEL SARACHO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ECONOMÍA

14. ¿Cómo considera la competencia con los comerciantes informales ambulantes?

14.1 Desleal ()

14.2 Racional ()

¿Por qué?.....

15. El nivel de ventas mensuales de este año con relación a los dos años anteriores

15.1 Aumentado ()

15.2 Disminuido ()

15.3 Igual ()

Si ha disminuido por qué?

- ✓ Competencia desleal de los comerciantes informales ()
- ✓ Situación económica general ()
- ✓ La disminución afecta a algunos productos ()

16. ¿Aproximadamente en qué proporción se vieron afectados sus ventas con la presencia de comerciantes informales ambulantes?

%



UNIVERSIDAD AUTONOMA JUAN MISAE SARACHO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ECONOMÍA

**ENCUESTA DIRIGIDA A COMERCIANTES INFORMALES AMBULANTES
DE LA ZONA DEL MERCADO CAMPESINO DE LAS CALLES: FROILÁN
TEJERINA, COMERCIO Y ENRIQUE PANTOJA**

La presente encuesta tiene como finalidad recabar información de los comerciantes informales ambulantes ubicados en las afueras del actual Mercado Campesino principalmente las calles: Froilán Tejerina, Comercio y Enrique Pantoja de la ciudad de Tarija, para poder evaluar las condiciones en que realizan su actividad económica.

1. Género F () M ()

2. Edad:

2.1 19-23 () 2.2 24-28 ()

2.3 29-33 () 2.4 34-38 ()

2.5 más de 39 años ()

3. ¿Estado Civil?

3.1 Soltero(a) () 3.2 Casado(a) ()

3.3 Viudo(a) () 3.4 Separado (a) ()

3.5 Concubinato ()

4. ¿Tiene hijos(as) a su cargo?

4.1 SI () 4.2 NO ()

En caso que su respuesta sea positiva indicar cuantos hijos(as) tiene, si su respuesta es negativa continuar con la pregunta N° 5 de la encuesta:

✓ 1 hijo(a) ()

✓ 2 hijos(as) ()

✓ 3 hijos(as) ()

✓ 4 hijos(as) ()

✓ 5 o más hijos(as) ()

5. ¿Nivel de formación educativa?

5.1 Primaria () 5.2 Secundaria ()

5.3 Licenciatura () 5.4 Técnico ()

5.5 Ninguna ()



UNIVERSIDAD AUTONOMA JUAN MISAE SARACHO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ECONOMÍA

6. Lugar de origen.....

7. ¿Cuál es el motivo de su actividad como Comerciante?

7.1 Tiene obligaciones con la familia ()

7.2 Por qué no tiene otro ingreso ()

7.3 Otro.....

8. ¿Cuánto tiempo lleva usted con esta actividad de Comerciante?

8.1 Menos de 1 año ()

8.2 1 a 2 años ()

8.3 2 a 4 años ()

8.4 Más de 4 años ()

9. ¿Qué tipo de producto vende?

Nº	Productos	Cantidad	Precio x Menor
9.1	Tomate Pera	Cuart.	
9.2	Papa Roja	@	
9.3	Mandarina	Doc.	
9.4	Comidas Alm. Comp.	1	

10. ¿A cuánto asciende sus ingresos mensuales?

10.1 Menos de Bs. 500 ()

10.2 Entre Bs. 501 a 1000 ()

10.3 Entre Bs. 1001 a 1500 ()

10.4 Entre Bs.1501 a 2000 ()

10.5 Más de Bs. 2001 ()

11. ¿Tiene algún problema para realizar su actividad económica?

11.1 SI ()

11.2 NO ()

¿Cuál?.....

12. ¿Dónde adquiere los productos para la comercialización?

12.1 Productor ()

12.2 Mayorista ()

12.3 Intermediario ()

Nota: En caso que venda comida no responder la pregunta 10 de esta encuesta



UNIVERSIDAD AUTONOMA JUAN MISAE SARACHO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ECONOMÍA

13. ¿Usted ha tenido inconvenientes con los comerciantes asociados al (C.R.A.M.A)?

13.1 SI ()

13.2 NO ()

¿Cuál?.....

14. ¿Usted paga alguna contribución o canchaje?

14.1 SI ()

14.2 NO ()

En caso de que su respuesta sea SI ¿cuánto es el monto que paga a diario?

Bs

15. ¿Cuál es la razón por la que usted no tenga un puesto fijo en (C.R.A.M.A)?

15.1 No hay espacio ()

15.2 Falta de Recursos Económicos ()

15.3 Mucho trámite ()

15.4 Falta de información ()

Otro () ¿Cuál?.....

16. ¿Usted ha accedido a micro-créditos?

16.1 SI ()

16.2 NO ()

¿Por qué?.....