

DEMANDA
DEL MANI

MANÍ EN BOLIVIA

ESTUDIO DE MERCADO

PREFERENCIAS
DE COMPRA

NICHO
DE MERCADO

OFERTA
DEL MANI

DEMANDA
DEL MANI

2016

1/F9925m

PRO
DE COMP.



**NICHOS
DE MERCADO**



Introducción

DEMANDA
DEL MANÍ

338.1 / 799254 / c 3

El presente "Estudio de mercado para maní en el territorio boliviano" es el resultado de un proceso de gestión ampliamente participativo con los actores de la cadena del maní, llevado a cabo a través de la realización de reuniones y una serie de entrevistas con representantes de grupos asociativos, productores/as, empresas transformadoras, intermediarios, comercializadores, exportadores, organismos no gubernamentales y funcionarios de gobierno entre los meses de diciembre de 2014 y abril de 2015. Adicionalmente, se realizó una revisión exhaustiva de información secundaria relacionada con el sector, siendo escasa y muy restringida.

En este afán, el documento presenta la información sobre la demanda, oferta, comercialización, precios, mercado de semillas y comercio exterior del maní.

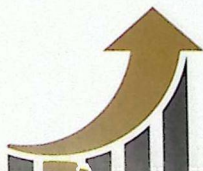
En ese análisis se considera aspectos que tienen que ver con el crecimiento de la demanda y el consumo aparente, resultados de incrementos en la superficie cultivada y la producción, además de contemplar pequeños aspectos de las distintas lógicas de producción de agricultores con diferentes superficies y distintos grados de capital.

Asimismo, también se pretende entender el complicado mundo de la comercialización, que ya el mismo no solo está caracterizado por las tradicionales relaciones económicas, sino principalmente por las relaciones sociales que le dan el cuerpo a ese sistema inequitativo y cuyos excedentes recaen principalmente en los comerciantes y transformadores, lo cual está ello demostrado en los elevados márgenes brutos de comercialización.

También al realizar el estudio de los precios nos sorprende su descenso a partir del año 2009, con un aparente incremento de la producción de maní. Sin embargo el efecto no ha sido el mismo en el mercado externo, donde los precios se han incrementado.

En el balance comercial se concluye que Bolivia tiene un saldo positivo, debido a que las importaciones representan una mínima fracción de la oferta total; por lo tanto la producción nacional es autosuficiente a la demanda del país.

Esperamos que el documento sea útil para generar políticas de mejora no solo el cultivo, sino para promover el equilibrio de las relaciones entre productores y el resto de los agentes económicos, porque el pequeño productor siempre ha resultado el menos favorecido.



434

1

El Producto

2

2.1 Cualidades nutricionales del maní

El grano de maní contiene componentes importantes para la nutrición humana, tales como aceites, proteínas, ácidos grasos y aminoácidos.

La semilla de maní contiene entre 44 y 56% de aceite y entre 22 y 30% de proteína en base seca. Es una fuente importante de energía (5,64 cal/g) y rica en minerales (fósforo, calcio, magnesio y potasio) y vitaminas de los grupos E, K y B. El ácido aspártico, el ácido glutámico y la arginina representan el 45% de total de aminoácidos en la semilla de maní.

Según Investigadores del Departamento de Agricultura y Servicio al Consumidor de Carolina del Norte, División de Protección de Alimentos y Medicinas (North Carolina Department of Agriculture and Consumer Services Food and Drug Protection Division) el consumo de maní incrementa los valores de magnesio, folato, fibra, cobre, vitamina E y el aminoácido llamado arginina, todos los cuales ayudan a prevenir las enfermedades al corazón.

Este alimento contiene también Resveratrol, que es un antioxidante que tiene la capacidad de seleccionar células cancerígenas y destruirlas. El maní es rico en antioxidantes, los cuales son necesarios para el funcionamiento del sistema inmunológico; sin embargo, si el maní tiene problemas sanitarios puede también destruir las células vivas del cuerpo humano, alterar el colesterol, crear óxido y endurecer las arterias.

Tiene también un alto contenido de polifenoles, en particular el ácido coumárico, cuando se asa el maní se incrementa el contenido de este ácido y aumenta su contenido de antioxidantes en un 22%. También se ha descubierto que el maní contiene grandes cantidades de beta-sitosterol (SIT), el cual según últimos estudios protege de cánceres al colon, seno y próstata. El Maní es una rica fuente de ácido oleico, el mismo tipo de grasa presente en el aceite de oliva y las pecanas. El ácido oleico ayuda a la salud cardiovascular y al hígado.





2.2 Usos alimenticios del maní

Los diferentes usos del maní para comestibles son los siguientes:

Extracción de aceite: Este aceite es de excelente calidad para cocinar, debido a que es insípido y puede calentarse a temperaturas muy altas sin que se ahúme o se queme (450° F). El aceite de maní no absorbe ni transfiere ningún sabor, por lo tanto puede ser usado varias veces para cocinar diferentes tipos de comida; también sirve como aceite para ensalada.

Extracción de mantequilla y materias grasas: Es utilizado en la manufactura de marginas y materias grasas alimenticias, también de él se extrae la mantequilla de maní.

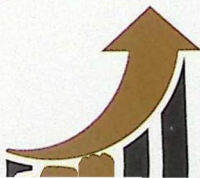
Culinaria: Puede ser molido como harina y posteriormente utilizado para preparar comidas y bebidas ricas en proteínas.

Bocadillos: Con su cáscara es consumido como nuez tostada; sin cáscara (pelado o con piel), azucarado en forma de garrapiñadas y turrone, frito con y sin sal; como golosina, ya sea confitado o recubierto de chocolate; o dentro de tabletas y barras de éste último. Es además uno de los componentes principales de los picados consumidos en bares y restaurantes, siendo frecuentemente servido acompañando a la cerveza.

2.3 Usos no alimenticios del maní

El maní puede ser usado para elaborar varios productos no alimenticios; entre sus usos industriales figura su utilización en jabones, cosméticos y lubricantes; la corteza puede ser utilizada para la elaboración de papel.

Además del uso primario del grano y el follaje, el maní es utilizado como abono orgánico dada su capacidad de fijar nitrógeno atmosférico al suelo. Por su alto índice de cobertura foliar, se usa para evitar la erosión y como medio biológico de control de malezas, principalmente en cultivos como sorgo y maíz.



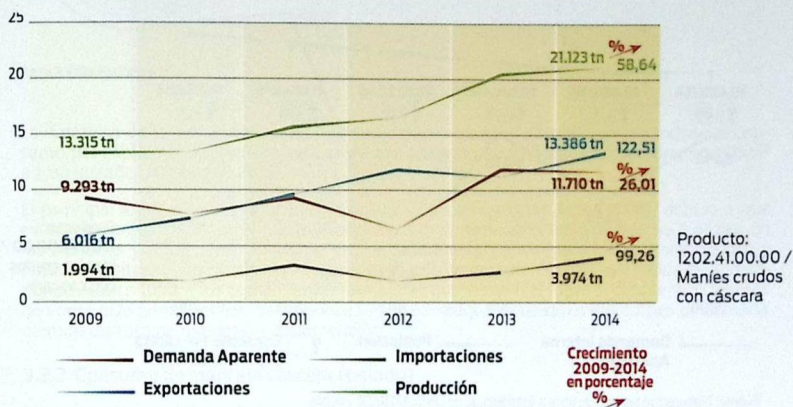


La demanda del maní en Bolivia

3.1 La demanda nacional aparente

En el periodo que va del año 2009 al 2014, la demanda aparente de maní en el mercado boliviano aumentó un 26%, hasta situarse en 11.710 toneladas.

Gráfico 1. Demanda Nacional Aparente de maní⁽¹⁾, Periodo 2009-2014.



Fuente: Elaboración propia con base a Estadísticas de UN COMTRADE y el INE.

La producción para el año 2014 fue de 21.123 toneladas, con un incremento del 58,64% respecto al año 2009, de la cual el 63,4% se ha exportado. Las importaciones llegaron a las 3.974 tn, que representan el 18,8% de la producción nacional y teniendo un crecimiento del 99,26%.

La producción de maní en el país presenta una estacionalidad muy marcada, sobre todo en aquellos periodos del año cuando no existe producción y se reduce la oferta (desde julio hasta el mes de abril y mayo), la demanda del producto es satisfecha con las importaciones que se realizan y las reservas estratégicas que se crean en los meses de alta cosecha.

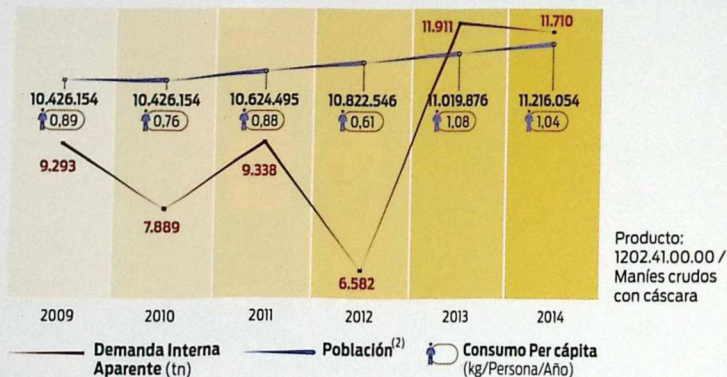
⁽¹⁾ Demanda aparente = Producción + importaciones - exportaciones.

A pesar de que la demanda aparente se ha contraído en los años 2010, 2012 y 2014, siendo la más negativa el año 2012 (ya que la misma ha disminuido hasta llegar a las 6.582 toneladas), ello se debe a una reducción de las importaciones para ese año; sin embargo, la tendencia de la producción, de las importaciones y de las exportaciones es positiva.

3.2 Consumo per cápita de maní en Bolivia

El consumo promedio del maní crudo con cáscara per cápita es de 0,88 kilogramos al año (2009-2014). El consumo por persona/año creció casi 15% durante los últimos seis años, alcanzando en el año 2014 a 1,04 kilogramos per cápita, lo cual sigue siendo bajo respecto a países de la región como Perú donde se consumen 1,8, Brasil 2,2 y México 1,7 kilogramos/año.

Gráfico 2. Consumo per cápita de maní. Periodo 2009-2014.



Fuente: Elaboración propia con base a Estadísticas de UN COMTRADE y el INE.

En el año 2009 el consumo por persona/año era de 0,89 kilogramos, para el año 2012 el consumo bajó a 0,61 kilogramos debido a una reducción de las importaciones de ese año; sin embargo, el año 2013 el consumo se situó por encima de la media en cada uno de los años bajo estudio, alcanzando a 1,08 kilogramos, cifra récord en el consumo per cápita nacional.

3.2.1 Consumo de maní tostado en vaina

El consumo anual de 5'673.000 kg de maní tostado en vaina producido el 2014 (gráfico 9), se relaciona con el 28% de la población total del país (3'156.198 hab), conformado por personas con ingresos de medio a bajo, población ubicada en los departamentos del occidente del país

(2) En el periodo 1992-2001 la población boliviana creció al 2,74%, mientras que en el periodo 2001-2012 creció solamente al 1,71%

y la población en edad de consumir (15 a 55 años). El consumo per cápita se ha estimado en 1,80 kg/año, valor que refleja un comportamiento de compra ocasional.

Gráfico 3. Consumo de maní tostado en vaina.



Fuente: Elaboración propia.

La dinámica de la demanda ha sido favorable para este producto, incrementándose el consumo per cápita en la última década en 17,6%, pasando de 1,53 kg/año/persona en 2002⁽³⁾ a 1,80 kg/año/persona el 2014.

El principal lugar de compra de maní tostado se constituyen las ferias (62%), debido a que es un producto que se consume tradicionalmente durante días festivos que se realizan en las ciudades y poblaciones importantes (Semana Santa, fiestas patronales, Corpus Cristi y feria de alasitas, entre otras); otro lugar importante de compra son los mercados de abasto, donde están situados los comerciantes minoristas que venden el maní al detalle, son lugares de venta más permanentes, ahí la población puede adquirir cualquier día o fines de semana cuando disfruta de momentos de recreación.

3.2.2 Consumo de maní sin cáscara (pelado)

La producción de maní pelado tiene dos destinos: transformación y gastronomía.

a. Maní transformado

El maní es un producto apreciado por la industria de golosinas, pickles o snacks, donde se elaboran una diversidad de productos para el público en general; por ejemplo: maní en grano frito salado o no, tostado caramelizado y tostado y trozado (barras energéticas), y otros.

El consumo de maní transformado es esporádico, que responde al deseo o gusto del consumidor por una golosina o snack en un momento del tiempo (diario, interdiario, semanal, mensual, etc). El crecimiento de la industria del maní procesado es el resultado del crecimiento del mercado de las golosinas en su conjunto.

⁽³⁾ Estimación realizada por Eduardo Zeballos V. en el Perfil del Mercado Regional de Maní. FDTA-Valles 2002.

El consumo anual de 2'327.000 kg de maní transformado producido el 2014 (gráfico 9), se relaciona con el 12% de la población total del país (1'304.203 hab.), conformado por personas con ingresos de medio a alto, población ubicada en las ciudades de los departamentos del país y la población en edad de consumir (10 a 45 años).

Gráfico 4. Consumo de maní transformado.



Fuente: Elaboración propia.

Según los datos obtenidos en el presente estudio y comparados con información de al menos 10 años atrás, los bolivianos han incrementado significativamente el consumo de maní procesado en 11,9%; incrementándose de 1,59 kg/persona/año del 2002 a 1,78 kg/persona/año del 2014. El incremento del consumo per cápita, ha generado en el sector industrial y artesanal mayor atención en el desarrollo de nuevos productos transformados, incremento de cartera de oferta, mejora de la presentación del producto y mejora de la calidad.

Un lugar habitual de compra de maní procesado son las tiendas de barrio (37%), debido a que se encuentran disponibles en todos los centros poblados del país. Los comerciantes ambulantes son un importante sector de distribución de maní transformado (principalmente el artesanal) y al cual accede la población en buen porcentaje (35%). Estos operan de manera itinerante o en algunos casos tienen lugares específicos en la ciudad de mayor concurrencia de personas donde permanecen muchas horas al día.

b. Maní en gastronomía

El consumo de maní destinado para la elaboración de comidas se caracteriza por formar parte de las costumbres culinarias de Bolivia. Preparaciones como la papa a la huancaína y la sopa de maní son platos apetecidos por una gran parte de la población, sin distinción de clases sociales o niveles económicos. Otros productos como el ají de maní que acompaña los deliciosos anticuchos y la chicha de maní una bebida refrescante que acompaña en el consumo de alimentos.

Las culturas en el país imponen sus tradiciones en las festividades en cada región, donde cada una deja exponer la amplia gama gastronómica arraigada en costumbres culinarias, con recetas variadas en los platos típicos y que hacen evidencia del consumo de maní.

El consumo anual en el mercado gastronómico de 1'627.000 kg de maní producido el 2014 (gráfico 9), se relaciona con el 48% de la población total del país (5'383.706 hab.), conformado por personas con ingresos altos, medios y bajos, población ubicada en todo el país y la población en edad de consumir (10 a 55 años). Esta situación nos presenta un consumo per cápita de 0,30 kg/persona/año, aproximadamente 25 gramos mensuales; este es un valor no significativo en términos de demanda.

Gráfico 5. Consumo de maní en gastronomía.



Fuente: Elaboración propia.

Según los datos obtenidos en el presente estudio y comparados con información de al menos 10 años atrás, los bolivianos han disminuido significativamente su consumo de maní en preparaciones gastronómicas en 63%, reduciéndose de 0,81 kg/persona/año el 2002 a 0,30 kg/persona/año el 2014. El factor socio cultural influye en el consumo de maní porque se trata de preparaciones que se disfrutan principalmente durante las reuniones familiares los fines de semana, y gozan de una amplia aceptación por parte de la población.

Dado que la demanda de maní para estas preparaciones culinarias se encuentra dentro de un patrón de consumo específico, las perspectivas de ampliar el mercado o de que este crezca es poco probable, siempre y cuando no existan otras variables que fomenten el consumo.

3.3 Gustos y preferencias de los consumidores

La preferencia por la comodidad en la selección de alimentos parece estar teniendo un impacto positivo en la demanda final de frutos secos, como el maní tostado en vaina. Particularmente este producto es fácil de pelar y es relativamente fácil de comer cuando se compara con otros frutos secos similares como las nueces de nogal. Por otro lado, la tradición gastronómica está arraigada culturalmente en Bolivia, lo cual propicia una preferencia hacia los productos agroalimentarios frescos.

Las tasas de preferencia por el maní indican que el 95% de los encuestados comen maní simplemente porque les gusta. Por supuesto la mayoría de las personas también son conscientes del papel de que este producto es un alimento saludable, el 85% de los encuestados dicen que comen el maní "para tener más energía" y el mismo porcentaje piensa que se debería comer más maní. Esto sugiere que algunos consumidores sólo necesitan un pequeño consejo para llegar a comer con mayor frecuencia.

La población creciente y cada vez más arraigada a sus tradiciones de Bolivia también ha tenido un efecto positivo en la demanda de mani. A pesar que el mani no es un producto de primera necesidad, el consumo también se incrementa con la población. Además, la creciente oferta de nuevos subproductos en base a mani ha llevado a una mayor demanda, como barras energéticas, tostado trozado caramelizado y otros cuyo consumo aumentó en los últimos cinco años.

Las mayores diferencias en el consumo de mani se manifiestan por sexo, edad y nivel de ingresos o nivel socioeconómico. Se ha detectado que en los últimos años el consumo de mani es mayor entre las mujeres (57%) que los hombres (43%). Resultados de la encuesta sugieren que las mujeres, que son generalmente más de conciencia acerca de la dieta y el peso que los hombres, también tienden a ser más cautelosos en lo que respecta a las compras de mani para preparaciones culinarias. Por otro lado, los hombres también son más propensos a la compra de mani tostado sólo cuando está en temporada.

El consumo y con ello la demanda de casi todos los productos, se incrementa conforme al incremento de los ingresos. Por ejemplo el consumo de mani tostado con cáscara es significativamente mayor en los hogares del nivel socioeconómico bajo a medio, en cambio el mani transformado por la industria tiene mayor demanda en la población con mayores ingresos.

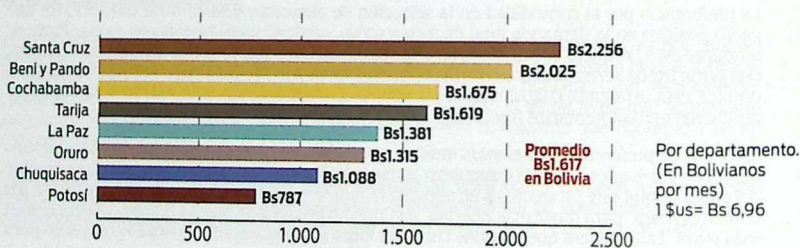
3.4 Ingresos

En promedio, los perceptores de ingreso son 1,47 personas, siendo el número de dependientes promedio de 2,74 personas. El porcentaje de participación de la mujer como jefa del hogar es igual a 23,77%.

Los ingresos como medida para evaluar la capacidad del poder adquisitivo de las personas se clasifican en dos grandes grupos: Ingresos laborales e Ingresos no laborales. Entre los ingresos laborales se tiene el ingreso correspondiente a la ocupación principal, este ingreso está conformado por el agregado del ingreso monetario, el ingreso en especie y los ingresos extraordinarios (bonos, aguinaldo, comisiones, etc.).

Para el 2011, el ingreso laboral promedio mensual en la ocupación principal a nivel nacional fue de Bs 1.617. Según área geográfica, las personas ocupadas en el área urbana percibieron un ingreso promedio mensual de Bs 2.093 mientras que en el área rural fue de Bs 863.

Gráfico 6. BOLIVIA: Ingreso laboral promedio en la ocupación principal.



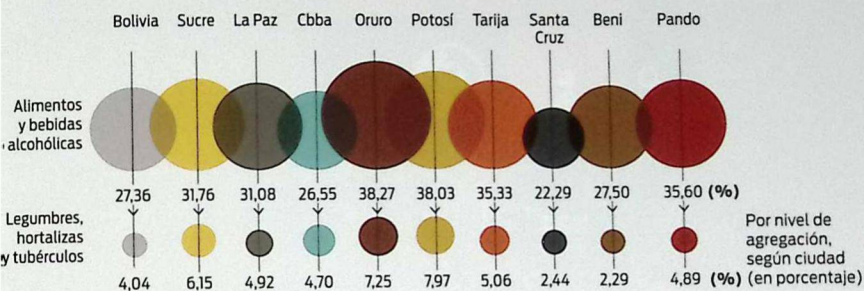
Fuente: Instituto Nacional de Estadística, Encuesta de Hogares 2011.

El mayor ingreso laboral de los ocupados corresponde al departamento de Santa Cruz (Bs 2.256), seguido de Beni y Pando (Bs 2.025), Cochabamba (Bs 1.675) y Tarija (Bs 1.619), en tanto que en los departamentos de La Paz, Oruro, Chuquisaca y Potosí en ingreso promedio mensual no superó el promedio nacional.

El promedio de gasto en el área urbana es aproximadamente 2,7 veces mayor al promedio del gasto de la zona rural. En promedio, el gasto de los hogares en el área urbana fue de Bs 1.741,91 por mes, mientras que en el área rural fue de Bs 637,68 mensuales.

La mayor proporción del ingreso se destina a alimentos y bebidas no alcohólicas (27,36%), de los cuales sólo el 4,04% del ingreso se destina a la compra de Legumbres, hortalizas y tubérculos, donde se encuentra el producto maní con apenas un 0,05%, tal como se aprecia en el siguiente gráfico.

Gráfico 7. Destino del ingreso del hogar en productos de consumo.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, Encuesta Continua a Hogares – 2011.

Como se puede ver, el dato de porcentaje de gasto destinado al maní es muy bajo, sin embargo en las ciudades de Sucre, Oruro y Potosí es alto en relación al resto del País.



4

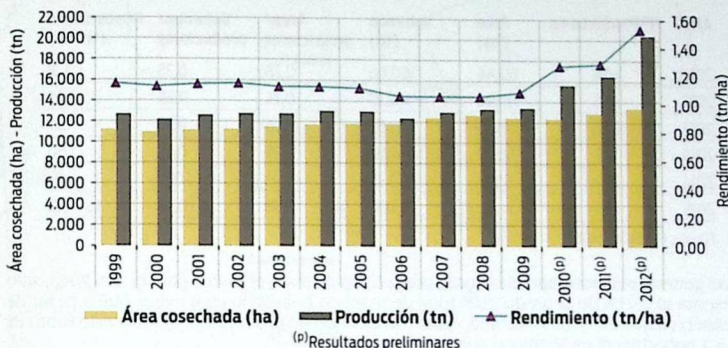


La oferta del maní en Bolivia

4.1 La dinámica histórica del maní en Bolivia

La superficie utilizada para la producción de maní ha pasado de 11.182 hectáreas en 1999/00 a 13.406 hectáreas en 2012/13, lo cual implica un crecimiento del 19,9%, con una tasa de crecimiento promedio anual superior al 1,3%. Esta expansión responde a las condiciones favorables para su producción, también influidas por la demanda creciente en el mercado interno y de exportación.

Gráfico 8. Superficie cultivada, producción y rendimiento de maní en Bolivia.



Fuente: Con base en datos del Instituto Nacional de Estadística. Consultado en enero de 2015.

La producción total de maní tuvo un crecimiento importante de 61,2%, incrementándose de 12.708 toneladas en 1999/00 a 20.486 toneladas en 2012/13, con tasas de crecimiento entre 3% a 4% anual, ello debido incrementos del rendimiento (1,53 tn/ha), lo que derivaría en un incremento del 34%, casi cercano a los rendimientos promedio a nivel mundial (1,78 tn/ha).

En suma, las cifras sobre la superficie sembrada y la producción nos señalan dos dinámicas, la primera, un período largo de estancamiento de la producción entre 1999/00 y 2009/10 y, la segunda, una aparente expansión y mejora de la producción en los últimos tres años, alcanzando su punto máximo durante el ciclo 2012/13. El crecimiento de la producción en este periodo está relacionado a los avances tecnológicos que permitieron una mejora sustancial en la productividad de los cultivos y por otro lado, a la ampliación de la frontera



4

agrícola, principalmente en el oriente del país incluidas la región de los llanos orientales y la región chaqueña, que presentan mejores condiciones agroecológicas para la producción del maní.

4.2 La producción de maní orgánico en Bolivia

De acuerdo a datos que maneja la Fundación Valles y al impulso que ha dado a la producción orgánica de maní, observamos que la superficie cultivada y los volúmenes de maní se ha decrementado en el período 2010-2015, tal como se aprecia en el Cuadro 1.

En ese mismo período notamos que el año 2014 ha sido un año atípico, ya que se ha reducido no solo el área cultivada, sino el rendimiento, ya que ha tenido un bajón del 35%; sin embargo, notamos que a pesar de que se ha reducido el número de productores desde el año 2010, a nivel individual los volúmenes producidos se han incrementado y ello debido a incrementos en el rendimiento para el año 2015.

Cuadro 1. Producción de maní orgánico en Bolivia.

Año	Nº Productores	Área (ha)	Volumen (tn)	Área/ productores	Volumen/ productores	Rendimiento (tn/ha)
2010	464	122,46	160,66	0,26	0,35	1,31
2011	338	81,94	102,10	0,24	0,30	1,25
2012	282	73,45	93,53	0,26	0,33	1,27
2013	198	56,70	84,92	0,29	0,43	1,50
2014	259	55,10	53,32	0,21	0,21	0,97
2015	196	74,02	103,99	0,38	0,53	1,40

Fuente: Fundación Valles.

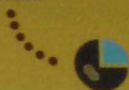
A nivel general podemos apreciar que la producción de maní orgánico para el año 2013, solo representa al 0,41% de la producción total de maní en Bolivia, lo cual indica que a pesar de los esfuerzos que se viene realizando para incrementar su producción, todavía este rubro es de poca importancia en términos volumétricos.

4.3 Ubicación geográfica de la actividad

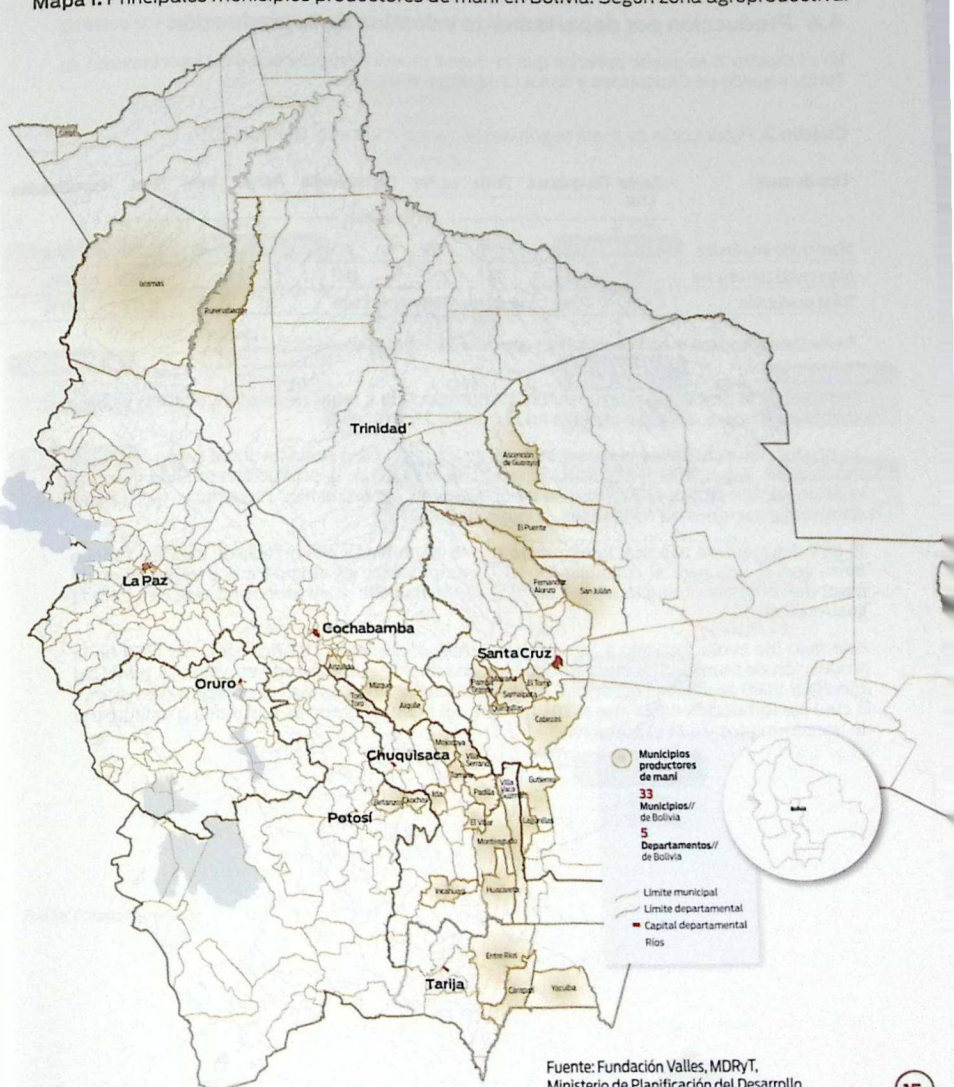
El maní en Bolivia es producida en 5 macroregiones: Chaco tarijeño, Chaco chuquisaqueño, Valles interandinos y las regiones tropical y subtropical, abarcando un rango de altitud de entre los 200 hasta los 2.500 msnm.

De acuerdo a esta zonificación del territorio boliviano realizado por el Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras⁽⁴⁾ (2011), la actividad productiva del maní en Bolivia se encuentra localizada en nueve zonas agroproductivas de los departamentos de Chuquisaca, Santa Cruz, Tarija, Potosí, Cochabamba, La Paz y Beni. Son 24 provincias con 32 municipios y al menos 300 comunidades, como se muestra en el mapa 1.

(4) El Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras ha zonificado el territorio nacional de acuerdo a su vocación agroproductiva. Los criterios para la zonificación obedecen a una similitud en características geográficas, climáticas, aspectos fisiográficos, socioculturales hallados en cada región, rasgos naturales que permitieron delimitar 19 zonas agroproductivas donde cada una tiene una vocación productiva propia.



Mapa 1. Principales municipios productores de maní en Bolivia. Según zona agroproductiva.



Fuente: Fundación Valles, MDRT,
Ministerio de Planificación del Desarrollo.

4.4 Producción por departamento y destino de la producción

En el Cuadro 2 se puede apreciar que la mayor producción proviene del Departamento de Tarija, seguido de Chuquisaca y Santa Cruz respectivamente.

Cuadro 2. Producción de maní según destino en el mercado. Gestión 2014.

Tipo de maní	Santa Cruz	Chuquisaca	Tarija	La Paz	Cochabamba	Potosí	Beni	Total	Participación
	En Toneladas								
Maní crudo sin cáscara	4.302	2.822	7.830	29	185	6	36	15.210	72%
Maní crudo con cáscara	226	4.233	242	260	841	111	-	5.913	28%
Total producción	4.528	7.055	8.072	289	1.026	117	36	21.123	100%

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INE y diagnóstico productivo del estudio.

Del total de la producción del 2014, el 72% corresponde a maní sin cáscara o grano y 28% a maní con cáscara; cómo se observa en el Cuadro 2 y Gráfico 9.

La producción actual del maní se destina tanto a cubrir la demanda nacional como al comercio exterior. Así el 2014 la exportación representó el 63% de la producción total de maní sin cáscara, de los cuales el 82,96% corresponden a las exportaciones registradas y el 17,04% como exportaciones no registradas (contrabando).

El 88% del maní sin cáscara, fundamentalmente es derivado al mercado de exportación; en tanto que el 12% para el consumo interno, este producto es dirigido a dos segmentos, de maní transformado, compuesto por snacks, confiterías, etc. y, en menor proporción, para la gastronomía.

Este flujo fue evolucionando a través de los años, donde hace 10 años atrás del total de la producción de maní el 37% era destinado al consumo de maní tostado en vaina. A partir del año 2008-2009 se inició el desarrollo de la comercialización de maní sin cáscara o en grano, la cual fue fortalecida hasta que el 2014 el 72% del maní en grano es destinado a la industria de transformados y a la exportación.

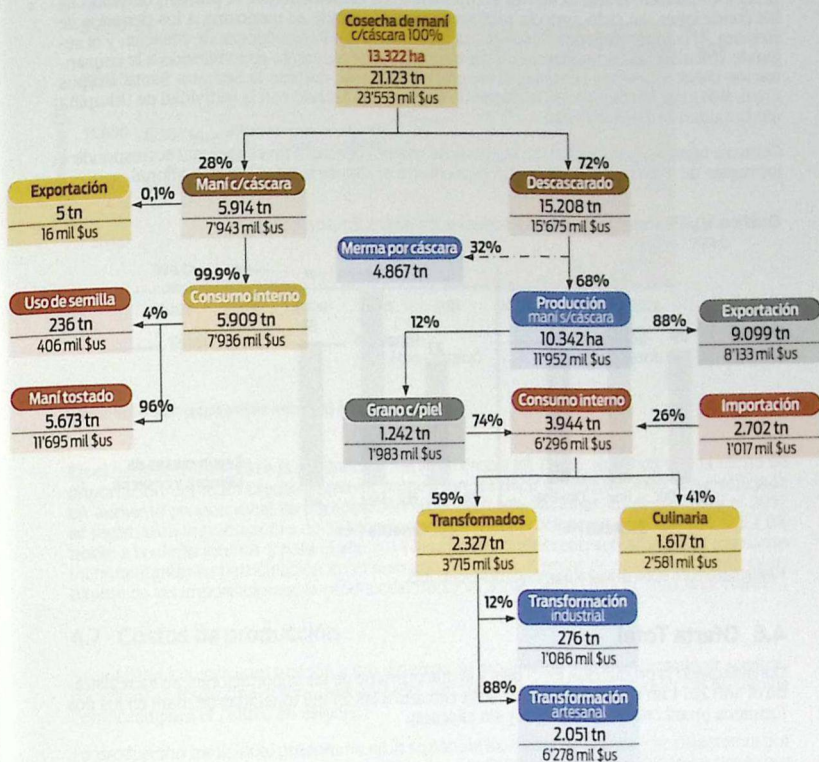
Exporta
5 tr
16 mil \$

Uso de se
2368
406 mil

Maní to
5.673
11'695 mi

Fuente: Est

Gráfico 9. Flujograma del mercado del maní en Bolivia.



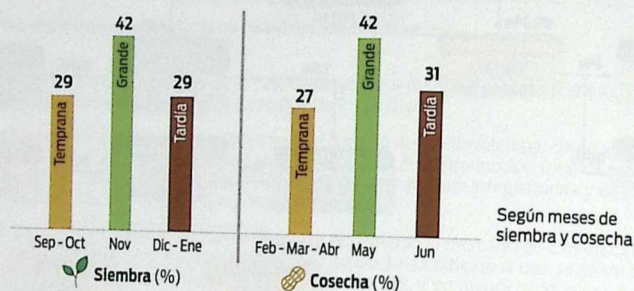
Fuente: Estudio de mercado.

4.5 Estacionalidad de la oferta

El sector manisero enfrenta fuertes componentes de estacionalidad, el primero derivado de las condiciones del ciclo agrícola primavera-verano, donde se menciona a los periodos de siembra, el comportamiento climático, así como las delimitadas épocas de cosecha; y el segundo vinculado al comportamiento del mercado, especialmente en lo referido a la concentración del consumo en ciertas épocas, primordialmente durante la Semana Santa, Corpus Cristi, San Juan, 16 de julio (en la ciudad de La Paz), finalizando con la festividad de Urkupiña (en la ciudad de Cochabamba).

Como se aprecia en el Gráfico 10, la época de mayor cosecha a nivel nacional corresponde a los meses de mayo a junio, en la que se recolecta el 73% de la producción nacional.

Gráfico 10. Periodo de siembra y cosecha del Maní. En porcentaje.

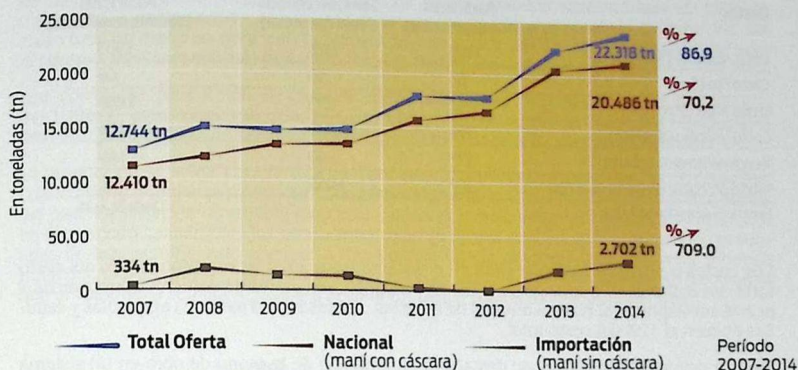


Fuente: Elaboración propia en base al diagnóstico de mercado 2015.

4.6 Oferta Total

Considerando la producción en el país y la que proviene de las importaciones, se ha registrado el año 2014 un volumen total de oferta cercana a las 24 mil toneladas de maní en los dos formatos (maní crudo con cáscara y sin cáscara).

Gráfico 11. Crecimiento de la oferta de maní en el país.



Fuente: Elaboración propia en base a datos del INE y COMTRADE.

En el período 2007 - 2014 la producción nacional creció en 70,2%, mientras que la oferta de importación del maní creció en mayor proporción, es decir en 709,0%, esto se ve reflejado en aumento proporcional de participación en el mercado nacional; en efecto, para el 2007 se registraron importaciones de 334 toneladas, con una participación en el mercado de 2,6% frente a la oferta interna, y para el año 2014 las importaciones representaron 2.702 toneladas incrementando su participación en el mercado en 11,3%. A pesar de este crecimiento exorbitante de las importaciones, la producción nacional sigue siendo mucho más importante.

4.7 Costos de producción

Se analizan los costos en función a dos sistemas de producción y al nivel tecnológico aplicado al cultivo: tradicional y semi-mecanizado, además de los costos de producción de semilla certificada para el cultivo en estudio.

La producción tradicional predomina en la región de los valles de Bolivia y se caracteriza por el bajo uso de tecnologías, alto uso de mano de obra familiar, utilización del arado tirado por bueyes, una baja norma de aplicación de pesticidas y otros insumos agrícolas. Este sistema tiene por objeto controlar los riesgos y el agricultor busca mantener el máximo de control del cultivo a todo lo largo del ciclo productivo.

Cuadro 3. Costos de producción de maní con cáscara por hectárea 2015.

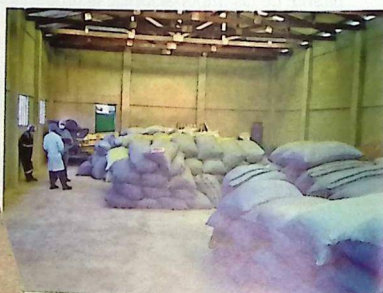
Costos	Tradicional (Maní comercial)	Semi mecanizado (Maní comercial)	Tradicional (Semilla certificada)
Costo variable (\$us) ⁽⁵⁾	1.681	1.120	1.903
Costo fijo (\$us)	66	55	66
Costo total (\$us)	1.747	1.175	1.969
Costo Unitario (\$us/tn)	987	839	1.406
Rendimiento probable (tn) ⁽⁶⁾	1.77	1.40	1.40
Precio probable de venta (\$us/tn)	1.207	1.056	1.810
			1\$us= Bs. 6,96

Fuente: Elaboración propia.

Los costos por uso de mano de obra en el sistema tradicional representan el 88% del costo total; sin embargo el mayor gasto (47%) se concentra en labores de cosecha y poscosecha y el 29% corresponde al control manual de malezas. Asimismo, los insumos agrícolas y semillas poseen el 12% del costo total.

En esta estructura de costos, se destaca la importancia de la mano de obra en un sistema de producción prácticamente "manual". Los productores permanentemente destacan que el cultivo del maní es muy "trabajoso" y argumentan que por lo tanto, debería tener un mejor precio.

En el sistema de producción semi-mecanizado, el 17% de los costos corresponden a los insumos, el 8,98% por el uso de maquinaria en la preparación de terreno, el 15,39% a las labores de cosecha y el 49,65% referido a los gastos en poscosecha, que incluye el pelado y seleccionado de grano.



Acopio de maní.

⁽⁵⁾ 1\$us= Bs6,96

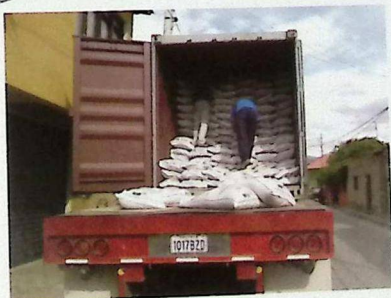
⁽⁶⁾ Maní en valna

DEMANDA DEL MANÍ

Los costos de mano de obra en el sistema semi mecanizado representa el 68,12% del total, marcando la diferencia en relación a la producción tradicional que requiere del 88% del total de los costos, esta diferencia marca una ventaja en la producción semi-mecanizada sobre la tradicional. En este sentido, el aumento de la rentabilidad se expresa en la disminución del costo total de mano de obra y en la preparación de suelos. Por lo tanto, la producción bajo el sistema semi-mecanizado probablemente es menos afectada por precios de los jornales.

Los costos de producción de semilla certificada de maní a \$us1.406 equivalentes a Bs13.702,60, estos costos se relacionan con un precio de venta de la semilla certificada a \$us1.810 por tonelada de semilla de maní, que corresponde a la categoría Registrada II.

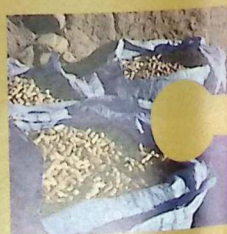
La producción de semilla certificada de maní es una actividad rentable pero poco atendida, cuando tiene grandes perspectivas para desarrollarse la producción en las zonas maniseras del país. La situación observada para este cultivo es la baja demanda de semilla certificada en el mercado, usualmente los productores usan su propia semilla, aun conociendo las ventajas de usar semilla, esto obedece a una política errada del productor de querer producir maní disminuyendo los costos con la adquisición de semilla, cuando claramente se observa que el valor de la semilla representa del 5 al 6% de los costos totales por hectárea.



Exportación de maní.



5



La comercialización del maní en Bolivia

5.1 Los actores de la comercialización

En este eslabón se ubican todos aquellos actores que se ocupan de la compra del maní en las diferentes formas para su posterior comercialización.

5.1.1 En la Comercialización de maní en vaina

El primer actor de la cadena comercial del maní es el acopiador rural. El cumple con dos objetivos fundamentales dentro de la comercialización: financia la compra del maní en finca y genera volumen para ser comercializado.

El acopiador que recoge el maní del chaco o finca del productor normalmente es aquel quien ha fijado previamente un acuerdo de compra con el productor. En este caso el comprador tiene un mayor poder de negociación, dado que liberará prontamente al agricultor de los inconvenientes de la comercialización. El comerciante que compra en el pueblo no tendrá tanto privilegio al momento de negociar el precio.

La comercialización es desarrollada por personas que llegan a las parcelas del productor a proveerse del maní, para posteriormente comercializarlos en mercados de mayoreo, en los centros de procesamiento primario y en ocasiones abastecer también a empresas transformadoras.

Una vez que el acopiador tenga su carga lista, la embarcará con destino a los hornos de las ciudades o pueblos. En esta efectuará la venta a los mayoristas del interior que esperan por el maní crudo que llega del campo.

Una vez que ha concluido con el tostado, el intermediario embarcará su carga rumbo al mercado. Aquí se pueden diferenciar dos tipos de intermediarios, aquellos que tienen un puesto de venta en el mercado al que se dirigen y los que solamente adquieren un determinado volumen para la reventa en los mercados mayoristas de las ciudades del interior.

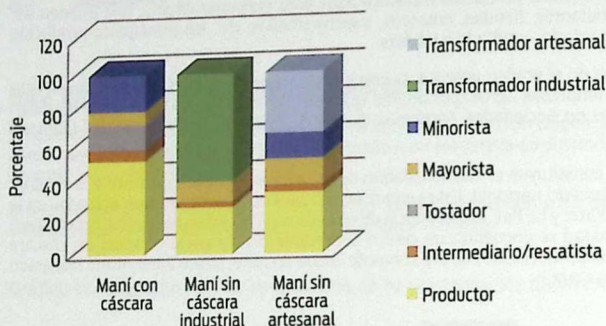
El comerciante mayorista que tiene su puesto en el interior del país, traslada su carga en camión hasta su ciudad de destino final, allí la almacenará y procederá a la venta tanto al por mayor como al por menor.

5.2 Márgenes de la comercialización

El margen bruto a la comercialización (MBC), es un indicador que mide la distribución porcentual de los ingresos en los distintos agentes económicos.

En el caso de la comercialización del maní crudo con cáscara, el MBC llega al 48%⁽⁷⁾, lo que significa que de cada boliviano que paga el consumidor, 48 centavos van al bolsillo de los comerciantes y solo 52 centavos van al bolsillo del productor; este porcentaje es alto y significa que el sistema de comercialización es altamente inequitativo⁽⁸⁾ (ver Gráfico 14).

Gráfico 14. Márgenes brutos a la comercialización.



Fuente: Elaboración propia.

En este mismo producto, el comerciante minorista es el que obtiene 20,3 centavos, mucho más que el comerciante mayorista que solo obtiene 7,2 centavos por cada boliviano que paga el consumidor; sin embargo, este indicador no refleja la situación completa de la comercialización, ya que a pesar de que el comerciante obtiene ese pequeño margen, su mayor utilidad la refleja cuando comercializa elevados volúmenes de maní, por tanto gana no solo por margen sino principalmente por rotación⁽⁹⁾.

En el maní sin cáscara industrial, el margen bruto a la comercialización llega al 74%, lo que significa que de cada boliviano que paga el consumidor, 74 centavos van a manos de los comerciantes y el transformador y sólo 26 centavos van al bolsillo de los productores. En este caso se trata de un sistema mucho más inequitativo que el anterior. En este producto, el que mayor margen obtiene es el transformador industrial, ya que logra obtener 59,8 centavos por cada boliviano que paga el consumidor.

(7) $MBC = (\text{Precio que paga el consumidor} - \text{precio pagado al productor}) / \text{Precio que paga el consumidor por } 100$

(8) Un porcentaje por encima del 35% es alto.

(9) El capital que se requiere para comercializar un camión de 400 qq es de Bs160.000 (22.989 \$us).

Note que al existir agregación de valor en este producto, los mayores excedentes recaen en manos de los transformadores, lo que significa que una salida a poca existencia de ingresos en el área rural, es el de incursionar en procesos de transformación para retener excedentes.

En el mani sin cáscara artesanal, el margen bruto a la comercialización llega al 66,3%, lo que significa que de cada boliviano que paga el consumidor, 66,3 centavos van a manos de los comerciantes y solo 33,7 centavos van al bolsillo de los productores. En esta distribución, los montos del transformador y el productor son los mismos (33,7 centavos); sin embargo, nuevamente se trata de un sistema inequitativo, y aunque sea menos que el anterior, tampoco permite generar procesos de acumulación en los productores.

En la distribución de las ganancias el productor siempre es el más afectado, ya que aparte del gran esfuerzo físico que involucra la agricultura tradicional, los altos niveles de riesgo productivo (condicionado al comportamiento del clima) y el retorno de capital que no es rápido (la producción primaria se realiza en 8 meses comparado con los actores de transformación y comercialización, quienes cumplen un ciclo de producción mínimo de 7 días y máximo 20 días), se unen las condiciones de participación en un mercado imperfecto, por tanto seguirán existiendo la desproporcional distribución de los recursos en la comercialización del mani, si antes no se modifican las relaciones y las condiciones estructurales de producción.



Selección de mani blandeado.



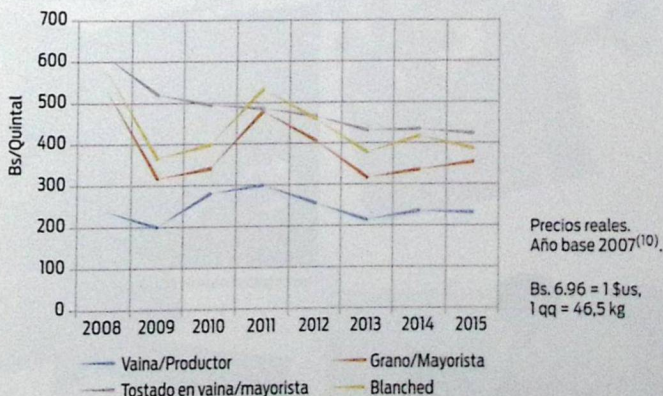
6



Los precios reales del maní en Bolivia

En el Gráfico 15 se muestra la evolución de los precios promedio de los cuatro productos sujetos de estudio. Los precios reales del maní no han logrado superar los precios históricos del año 2008, ya que para el año 2015, el precio del maní a nivel productor ha bajado solo un 3%, en cambio el precio del grano mayorista ha bajado 34%, del tostado en vaina mayorista 31% y del blanched 33%.

Gráfico 15. Precios históricos del maní.



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Servicio de Información y Análisis de Mercados Agropecuarios.

Los precios del maní en general han experimentado grandes fluctuaciones negativas el año 2009, 2012 y 2013, siendo el más afectado el maní en grano a nivel mayorista, porque el año 2009 ha bajado un 41%, seguido del blanched 37%, significando una reducción de sus ingresos, ya que el precio productor no ha sufrido tanto decremento, puesto que para ese año sólo ha bajado un 17%.

⁽¹⁰⁾ Se dice reales porque han sido deflactados con el índice de precios al consumidor del año 2007 (año base 2007), ya que no es correcto analizar con precios nominales o de mercado, que están sujetos a variaciones en el tiempo por la inflación.

Si bien el precio mayorista del mani tostado en vaina no ha tenido bajas bruscas, pero ha tenido una reducción continua desde el año 2008, hasta llegar a los Bs424/quintal (\$us60,92/46.5 kilogramos) el año 2015.

A excepción del mani tostado en vaina, los precios de los productos han tenido un incremento hasta el año 2011, posteriormente han bajado el año 2013. Sin embargo, el año 2015 han tenido un ligero incremento, pero a pesar de esto no ha logrado alcanzar los precios del año 2008.

Aunque no se tienen datos históricos de las distintas variedades de mani, de manera general existen diferencias entre estas, ello debido a su tamaño, color y otras cualidades; por ejemplo la variedad Overo en grano, es un 18% mayor en precio que el Bayo y 7% más que el Rojo.

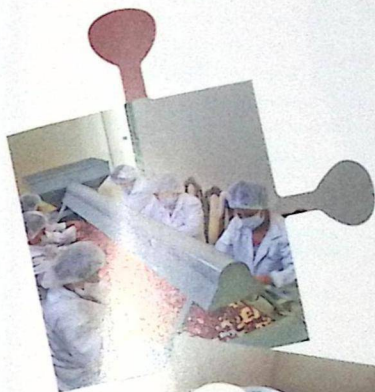
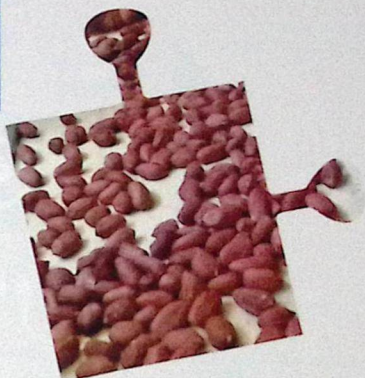


Hornos para tostado de mani en vaina

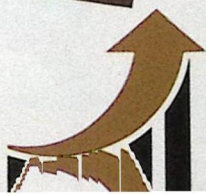




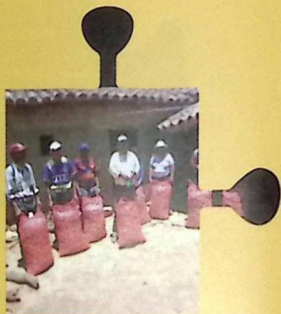
Maní de primera calidad para exportación.



Maní de primera calidad para exportación.



7



Mercado de semillas

La estructura del uso de semilla certificada de maní, abastecido por semilleristas a nivel nacional, se configuró, en base a datos registrados por el INIAF y otras variables en términos de aproximación, para el año 2014, de la siguiente manera:

Cuadro 4. Uso de semilla certificada de maní en Bolivia.

Producción nacional semilla certificada (tn)	167,57	
Densidad de siembra promedio (tn/ha) ⁽¹¹⁾	0,14	
Superficie de siembra con semilla certificada (ha)	1.196,43	
Superficie comercial total sembrada (ha)	13.322,00	
Superficie sembrada con semilla certificada (%)	8,98	Gestión 2014

Fuente: Elaboración propia basados en estadísticas del INE e INIAF Nacional 2014.

Existe una gran brecha entre la utilización de grano comercial o semilla propia del agricultor y semilla certificada para la siembra de maní, es así que para el año 2014, el uso de semilla certificada representó a nivel nacional sólo el 8,98% de la superficie total sembrada.

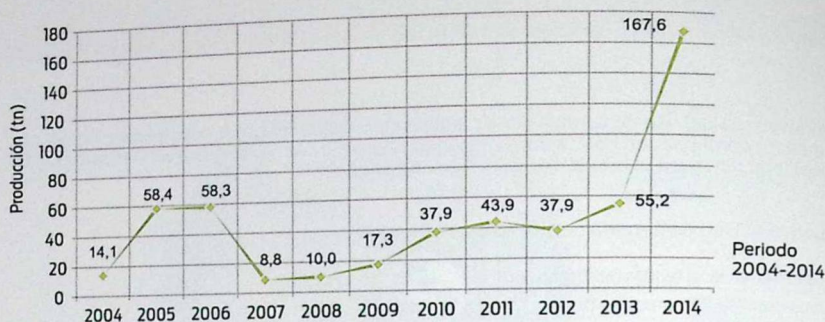
La mayoría de productores tiene como principal razón para no usar semilla certificada el precio alto que tiene en el mercado. Adicionalmente, una característica importante que consideran es que se trata generalmente de semilla poco diferenciable en calidad de la semilla propia del agricultor (criolla) según los deseos de los productores, es decir que la misma variedad, sea certificada o criolla, puede ser ofrecida en el mercado por varios productores, finalmente indistinguibles uno del otro.

7.1 La oferta de semillas certificadas

De los registros obtenidos dentro el periodo 2004 al 2014, ver Gráfico 16, se observa que la producción de semilla certificada tuvo un comportamiento variante. Del 2004 al 2007 con una fluctuación marcada, seguido de un periodo de crecimiento lento hasta el 2013. El 2014 creció 203% respecto al 2013.

(11) Considera una densidad de siembra promedio de 3 qq por hectárea de semilla de maní crudo con cáscara.

Gráfico 16. Registros de la producción nacional de semillas certificadas de maní.



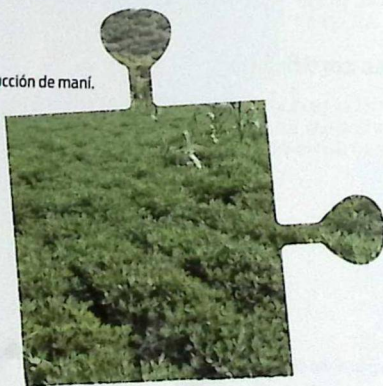
Fuente: Elaboración propia basados en estadísticas del INIAF.

Durante el periodo de análisis la producción de semilla certificada se incrementó en más del 1.000%, que en términos absolutos representó pasar de 14,1 toneladas a 167,6 toneladas.

7.2 Producción actual de semilla certificada

La producción de semilla certificada de maní se concentra en tres departamentos: Chuquisaca, Santa Cruz y Tarija, siendo el primero de mayor importancia produciendo casi las $\frac{3}{4}$ partes del volumen total nacional.

Parcela de producción de maní.



Productor de maní.



Cuadro 5. Volumen de producción de semilla certificada por departamento, variedad y categorías. 2014.

Departamento	Variedad	Categoría (tn)			Total
		Registrada	Certificada	Certificada B	
Chuquisaca	Colorado de Iboperenda	3,30	3,54	23,45	30,29
	Overo Bola	-	14,77	21,00	35,77
	Pico de Loro	-	-	7,53	7,53
	Pili Pili 2011	2,83	-	-	2,83
	Pitavae 2000	7,80	31,02	8,10	46,92
	Thurupampa 2011	0,80	-	-	0,80
	Sub total	14,73	49,33	60,08	124,14
Tarija (Región Gran Chaco)	Bajo Criollo	2,40	-	-	2,40
	Sub total	2,40	0,00	0,00	2,40
Santa Cruz	Overo Bola	-	-	13,83	13,83
	Pitavae 2000	-	-	27,3	27,30
	Sub total	0,00	0,00	41,13	41,13
Total general		17,13	49,33	101,21	167,67

Fuente: INIAF - DISEM 2014

La variedad Pitavae 2000 registra los mayores volúmenes en producción de semilla certificada con el 44,3% de participación del total, seguida de las variedades Overo Bola y Colorado de Iboperenda que participan con el 29,6 y 18,1% del total respectivamente.



Selección de semilla propia.

8



Mercado externo

8.1 La producción primaria de maní en el mundo

Las estimaciones del cultivo mundial de maní para la temporada 2012/13, efectuadas por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), señalan una superficie cosechada total de 25,4 millones de hectáreas, obteniéndose una producción de maní crudo con cáscara del orden de los 45,5 millones de toneladas, lo que significa que el rendimiento promedio es de 1,78 ton/ha⁽¹²⁾.

El país con mayor superficie cosechada fue la India con más de 5,2 millones de hectáreas, sin embargo sus rendimientos para el ciclo 2012/13 no llegaron a las dos toneladas por hectáreas (1,804 tn/ha) obteniendo una producción total de 9,5 millones de toneladas. Por otro lado, destaca China con 4,7 millones de hectáreas cosechadas, logrando un rendimiento de 3,618 tn/ha y una producción de 16,9 millones de toneladas.

El país más importante en términos de productividad fue Estados Unidos, logrando rendimientos de 4,496 tn/ha, con una cosecha de 421 mil hectáreas, que le permitió una producción de 1,9 millones de toneladas; no obstante, hay países pequeños como Israel que pudieron llegar a tener rendimientos de hasta 7 tn/ha.

La producción de Bolivia representa 0,06% de la producción mundial de maní, su posición relativa en la producción mundial es el puesto 61.

8.2 Balanza Comercial en Bolivia

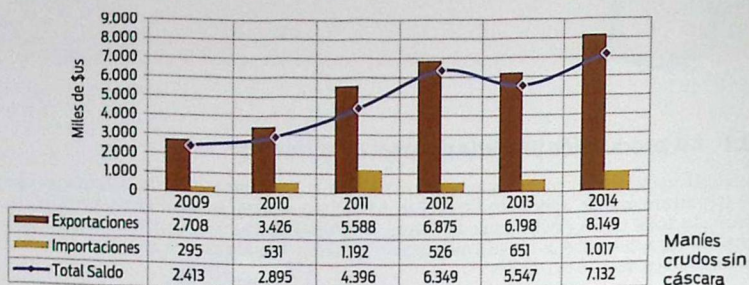
La balanza comercial del maní en el periodo 2009-2014, ha sido favorable todos los años. Presentó un incremento casi constante en las exportaciones durante el periodo de análisis, con un crecimiento entre el 2009 y 2014 del 201%, que en términos absolutos equivalen a un incremento de \$us5,4 millones.

Blancheado de maní, Mizque.



(12) El rendimiento promedio en Bolivia es de 1,53 tn/ha



Gráfico 17. Histórico de la Balanza Comercial del maní. Periodo 2009-2014.

Fuentes: Elaboración propia basados en estadísticas de UN COMTRADE.

Un factor importante que influyó en este superávit fue el incremento del flujo comercial con Holanda, particularmente en el periodo 2011-2013, con una participación relativamente significativa superior al 20% del total del valor de las exportaciones de Bolivia.

Para el año 2011, las importaciones llegaron a su valor más alto en el que se realizaron importaciones por valor de \$us 1,2 millones, luego de haber importado \$us 531 mil en el año 2010; para el año 2014 se importaron \$us 7,1 millones.

Concluyendo, la producción de maní en Bolivia no solo ha logrado cubrir el mercado interno, sino que además se tiene la capacidad de exportar a otros países.

8.2.1 Exportaciones de Bolivia

El sector manísero no exporta productos manufacturados, sino granos primarios que comprende básicamente dos productos según el sistema arancelario nacional: maní crudo con cáscara y sin cáscara, que incluye a quebrantados.

Cuadro 4. Exportaciones de maní por producto en 2014.

Arancel Bolivia	Descripción del producto	Valor FOB (\$us)	Cantidad (tn)	Valor unitario (\$us/tn)	Participación en las exportaciones (%)
1202.42.00.00	Maníes crudos sin cáscara	8'143.000	7.547	1.078	99,8%
1202.41.00.00	Maníes crudos con cáscara	16.000	5	3.200	0,2%
	Total	8'159.000	7.552	2.139 (*)	100,0%

Fuentes: Elaboración propia basados en estadísticas de UN COMTRADE.

(*) valor unitario promedio

Para el 2014 Bolivia exportó 7.547 toneladas de maní sin cáscara, equivalente a 8,1 millones de dólares, y se exportó 5 toneladas de maní crudo con cáscara con una participación de 99,8% en el total exportado, en relación al maní crudo con cáscara cuya participación es mínima con solo 0,2%.

Como podemos observar en el cuadro de exportaciones de maní por producto, el más significativo, en términos de ventas al exterior, es el maní sin cáscara con una participación de 99,8% en el total exportado, en relación al maní crudo con cáscara cuya participación es mínima con solo 0,2%.

Entre los años 2009 y 2014 las exportaciones de maní se incrementaron considerablemente con una tasa de crecimiento de un 20%, lo que en términos de valor representó pasar de 3,4 millones de dólares en 2009 a más de 8 millones en 2014. El crecimiento en la cantidad exportada de Bolivia al resto del mundo también se ha incrementado un 14% para el periodo 2009 - 2014, a un ritmo menor que su crecimiento en el valor exportado, lo que indica un alza en los precios en dólares americanos, como se observa en el gráfico siguiente.

Gráfico 18. Evolución y tendencia de las exportaciones de maní. Periodo 2009-2014.

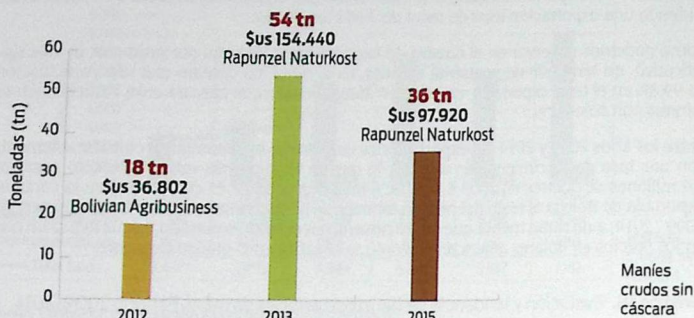


Fuentes: Elaboración propia basados en estadísticas de UN COMTRADE.

8.2.2 Exportaciones de Maní orgánico de Bolivia

La producción de maní orgánico todavía no representa una parte importante de las exportaciones hacia otros países. Por ejemplo, si tomamos como referencia el promedio de exportación de los años 2012 al 2015 (36 tn), y lo dividimos entre la exportación del año 2015, observamos que las exportaciones de maní orgánico solo representan al 0,48% de la exportación total, tal como se aprecia en el Gráfico 19.

Gráfico 19. Exportaciones de maní orgánico por cliente (Periodo 2012-2015).



Fuente: Fundación Valles.

Del total producido de maní orgánico, no siempre toda la producción es vendida como tal para la exportación, ya que el año 2015 se ha producido 104 toneladas y como se aprecia solo se han exportado 36 toneladas, quedando un saldo de 68 toneladas que han sido vendidas en el mercado interno y poco diferenciadas con el maní convencional. El año 2014 no se exportó, debido a una baja en la producción de maní por factores climáticos adversos.

8.2.3 Importaciones a Bolivia

A nivel de productos, es predominantemente el comercio de maní sin cáscara, no obstante también se importa maní con cáscara para semilla.

Gráfico 20. Evolución de las importaciones totales a Bolivia. Periodo 2010-2014.



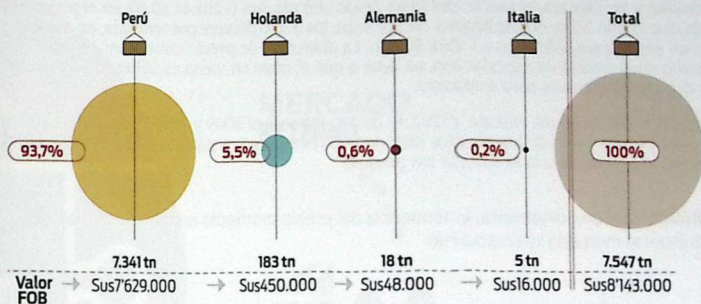
Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE.

El valor total de las importaciones en el 2014 fue mucho menor comparado con el total exportado por Bolivia. Aun así, las importaciones totales crecieron con una variación de 165% entre el 2010 a 2014, es decir de 591 mil dólares se ha logrado alcanzar el millón de Dólares Americanos. En términos de volumen el crecimiento en las importaciones pasó de 1.356 toneladas a 2.702 toneladas, con un incremento de 1.346 toneladas en el mismo periodo. Las importaciones en el 2014 representa el 13,6% de la producción total de maní en el país, lo cual nos permite concluir que Bolivia presenta un nivel importante de autosuficiencia en volúmenes de maní.

8.3 Destino de las exportaciones

Las exportaciones de Bolivia representan 0,35% de las exportaciones mundiales para el maní, su posición relativa en las exportaciones mundiales es el puesto 17.

Gráfico 21. Principales mercados destino del maní boliviano. Año 2014.



Fuentes: Elaboración propia basados en estadísticas de UN COMTRADE.

Maníes crudos sin cáscara

Perú es el mayor importador de Bolivia consumiendo 93,7% de nuestras exportaciones. Los Países Bajos (Holanda) es el segundo importador mayor de Bolivia con una participación de 5,5% de las exportaciones de maní del país. Se destaca el incremento en los volúmenes exportados al Perú durante el periodo 2009-2014 (13% anual), al tiempo que las exportaciones a Holanda han disminuido (-15%).

El maní boliviano ha logrado cumplir con los estándares de calidad que impone el mercado internacional, como ser la calidad del producto, eliminar dificultades en aspectos de control de plagas y enfermedades en producción y, principalmente reducir la incidencia de aflatoxinas a niveles inferiores al límite máximo permisible (LMP) de 4 ppb para aflatoxinas totales según el Reglamento UE 1126/2007.

8.4 Origen de las importaciones

Los principales orígenes del maní según su participación en el valor de importación son Paraguay, el cual representa el 92% de las compras registradas en el año 2014, alcanzando un valor de \$us938.000 (2.645 toneladas); seguido por la Argentina, con el 8%, y un valor de \$us76.000 (56 toneladas); las importaciones desde los Estados Unidos y Brasil tuvieron un desempeño marginal, ya que en ningún caso superan entre ambos el 0,3% del mercado, cuyas importaciones estuvieron debajo de los \$us3.000, siendo prácticamente nulas en el año anterior.

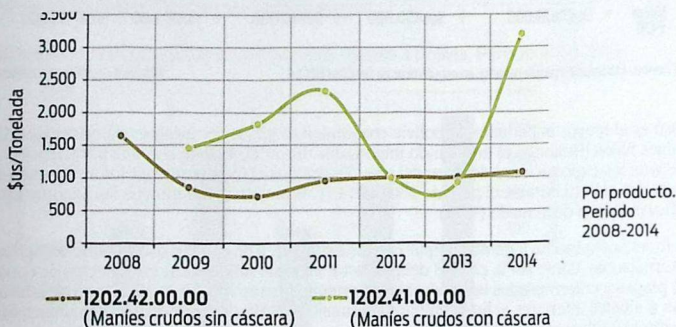
El valor de las importaciones de Paraguay a Bolivia crecieron durante el periodo 2010-2014 a un 53% anual, al mismo tiempo que las importaciones desde la Argentina han disminuido durante el mismo periodo (-44% anual).

8.5 Precios y tendencias

Es notable la gran diferencia de precios de exportación existente entre el maní crudo con cáscara y sin cáscara; el precio del maní crudo con cáscara (1202.41.00.00) en el punto más alto fue el año 2014, donde llegó a oscilar entre los 3.200 dólares por tonelada, en cambio el maní sin cáscara sólo llegó a 1.078 \$us/tn. La diferencia de precio entre maní en vaina y en grano en el ámbito de exportación, se debe a que el maní en vaina es utilizado para semilla y el maní en grano es para consumo.

Para el maní crudo sin cáscara (1202.42.00.00), durante el 2009 y 2010, los precios cayeron a niveles más bajos de los precios históricos; sin embargo, a partir del año 2011 se puede observar una tendencia al alza de los precios.

Gráfico 22. Comportamiento y tendencia del precio promedio anual de exportación de maní al mercado internacional.



Fuente: Elaboración propia con datos de ADUANAS de Bolivia.

DEMANDA DEL MANI

Para el mani sin cáscara el mayor valor en precio se ha dado en el año 2008, alcanzando un precio de \$us1.624/tn y el precio más bajo en el año 2010 donde llegó a los 812 \$us/tn. A partir de ahí se produce una recuperación, llegando al año 2011 a \$us1.017/tn y para el año 2014 se observa otra subida en el precio, debido a la menor oferta del producto cotizándose a \$us1.079/tn.

MERCADO EXTERNO



Conclusiones

9

Demanda

En el periodo que va del año 2009 al 2014, la demanda aparente de maní en el mercado boliviano aumentó un 26% y el consumo promedio del maní crudo con cáscara per cápita creció casi 15%, alcanzando en el año 2014 a 1,04 kilogramos per cápita.

Desagregando ese dato, la demanda de maní tostado en vaina también ha sido favorable, ya que el consumo per cápita en la última década ha crecido un 17,6%, pasando de 1,53 kg/año/persona en 2002 a 1,80 kg/año/persona el 2014.

El maní transformado, consumido como grano entero frito salado, tostado caramelizado y pelado, tostado, trozado, caramelizado (barras) también se ha incrementado significativamente en un 11,9%, pasando de 1,59 kg/año/persona en 2002 a 1,78 kg/año/persona el 2014. Este incremento ha dado como resultado una mayor preocupación por parte del sector de procesados, tanto industrial como artesanal, en aumentar la cartera de oferta, mejorar la presentación y la calidad del producto.

Caso contrario ha ocurrido en el maní para la gastronomía, porque los bolivianos han disminuido significativamente su consumo de maní en un 63% (de 0,81 en 2002 a 0,30 kg/año/persona el 2014).

Oferta

La producción de maní tuvo un crecimiento considerable del 61,2%, pasando de 12.708 toneladas en 1999/00 a 20.486 toneladas en 2012/13, con tasas de crecimiento entre 3% a 4% anual, ello debido a incrementos del rendimiento (1,53 tn/ha), casi cercanos a los rendimientos promedio a nivel mundial (1,78 tn/ha).

Del 100% de la producción de maní crudo con cáscara en Bolivia, el 28% se destina para consumo en forma de tostado, se usa como semilla y en pequeña proporción se exporta. El 72% restante se comercializa como maní sin cáscara o en grano. De ese porcentaje, el 88% es derivado al mercado de exportación; en tanto que el restante 12% se destina al consumo interno.

Este crecimiento de la oferta ha tenido su respaldo en el crecimiento de la demanda y principalmente en el de las exportaciones.

Comercialización

En la comercialización de maní, los márgenes brutos a la comercialización (MBC), son demasiado elevados, ya que llegan al 48%, 74% y 66,3% en el caso de maní crudo con cáscara, maní sin cáscara industrial y el maní sin cáscara artesanal. El agente económico que obtiene el mayor margen es el transformador industrial, ya que logra obtener 59,8 centavos por cada boliviano que paga el consumidor.



El circuito de comercialización está controlado por los comerciantes, llámense acopiadores, mayoristas y detallistas, puesto que la mayoría de las ganancias se concentran en esos actores sociales.

Existe una serie de restricciones para poder entrar a esos circuitos, puesto que no solo se caracterizan por desarrollar ciertas relaciones económicas, sino principalmente por relaciones sociales, porque éstas son las que dan cuerpo y esencia a todo ese proceso de enajenación de los excedentes; por tanto se tratan de sistemas extremadamente inequitativos que impiden la acumulación de excedentes en el sector agropecuario

Precios

Los precios reales del maní no han logrado superar los precios históricos del año 2008, ya que para el año 2015, los precios del maní han bajado; a nivel productor 3%, el del grano mayorista 34%, del tostado en vaina mayorista 31% y del blanché 33%.

La reducción de los precios reales del maní en todos sus productos posiblemente se ha debido a incrementos en la superficie cultivada y la oferta respectivamente.

La tendencia de los precios nos señala que si bien se incrementaran levemente, no se logrará superar los precios del año 2008.

Comercio exterior

La balanza comercial del maní en el período 2009–2014, ha sido en todos los años favorable. Presentó un incremento casi constante en las exportaciones durante el período de análisis, con un crecimiento entre el 2009 y 2014 del 201%, que en términos absolutos equivalen a un incremento de \$us5,4 millones.

El maní sin cáscara tiene una participación del 99,8% del total exportado, en relación al maní crudo con cáscara cuya participación es mínima con solo 0,2%.

La exportación de maní orgánico en términos volumétricos es todavía pequeño, ya que no logra alcanzar al 0,5% de las exportaciones de maní convencional.

Perú es el mayor importador de Bolivia consumiendo 93,6% de nuestras exportaciones; los Países Bajos (Holanda) son el segundo importador mayor de Bolivia con una participación de 5,5% de las exportaciones de maní del país

A pesar del crecimiento en las importaciones en el período 2009–2014, las importaciones solo representan al 13,6% de la producción total de maní en el país, lo cual nos permite concluir que Bolivia presenta un nivel importante de autosuficiencia en materia de maní.

Recomendaciones 10

Al existir una mayor demanda por productos transformados y porque los mayores márgenes recaen en los comerciantes y transformadores que logran agregar valor a sus productos, es necesario desarrollar las capacidades comerciales y principalmente de transformación en los productores para que puedan retener excedentes.

Las ineficiencias existentes principalmente en la comercialización de maní, se originan en las condiciones de producción de la misma, por tanto es necesario modernizar las mismas para que las situaciones de intercambio sean más eficientes y equitativas.

Y al entender que el mayor volumen de las exportaciones se dirigen hacia el Perú, es necesario realizar un estudio de mercado para el maní en esa república, para orientar a desarrollar nuevos productos con valor agregado o establecer otras estrategias de comercialización.



Comercialización de maní.

Anexos



11.1 Variedades de maní con mayor demanda en el mercado de Bolivia

11.1.1 Guano de Oveja" (Tubito Colorado)

Vaina: Tipo Valencia, muchos granos (4-3-2-1), caja o cáscara con constricciones ausente o muy poco profundo, textura de la superficie fino, caja recta, prominencia del pico ausente o muy discreto y rendimiento aproximado en vaina de 1.200 kg/ha.

Grano: Pequeño, forma esferoidal, piel un solo color Rojo y textura firme, peso de 100 granos de 40 a 55 g, relación grano/cáscara medio 65/35 a 70/30 y rendimiento aproximado en grano de 850 kg/ha. Especial para granos fritos salados, barras, recubiertos, etc.

Vaina



Grano



11.1.2 "Overo bola"

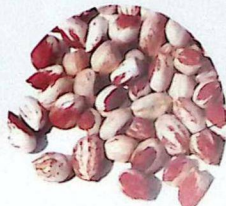
Vaina: Tipo Virginia, número de granos medio (2-1), caja encorvada con constricciones medio, textura de la superficie medio, prominencia del pico discreto, forma del pico encorvado, rendimiento aproximado en vaina de 1.200 a 1.500 kg/ha.

Grano: Tamaño grande, forma esferoidal, piel de color variegado, peso de 100 granos medio 78 g, relación grano/cáscara alto 70/30 y rendimiento en grano de 900 a 1.200 kg/ha. Se obtendrá una buena sopa, adharezo o salsa de buen sabor y consistencia.

Vaina



Grano

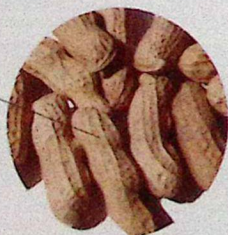


11.1.3 "Pico Loro" (Largullo bvde Pozuelos)

Vaina: Tipo Virginia, número de granos muchos (4-3-2-1), cajas muy grandes con constricciones poco profundo, textura de la superficie medio, pico muy prominente y encorvado, rendimiento aproximado en vaina de 2.000 a 2.400 kg/ha.

Grano: Tamaño grande, forma cilíndrica, piel o testa un solo color rojo clarete, peso de 100 granos alto 102 g, relación grano/cáscara medio 60/40 y rendimiento aproximado en grano de 1.300 a 1.400 kg/ha. Especial para maní tostado en vaina, porque son granos grandes, bronceado apetitoso y de textura crocante.

Vaina



Grano



11.1.4 "Colorado de Iboperenda"

Vaina: Tipo Virginia, número de granos medio (4-2), cáscara con constricciones medio o moderado, textura de la superficie medio, prominencia del pico discreto y encorvado y rendimiento en vaina de 1.380 a 2.100 kg/ha.

Grano: Mediano a grande, forma cilíndrico, piel o testa de un solo color rojo, peso de 100 granos alto 124 g, relación grano/cáscara medio de 60/40 a 68/32 y rendimiento aproximado en grano de 900 a 1.400 kg/ha. También es especial para maní tostado.

Vaina



Grano



11.1.5 "Rosada" o "Larguillo"

Vaina: Tipo Virginia, grande, número de granos muchos (3-2-1), cáscara con constricciones poco profundo, textura de la superficie medio, pico medio prominente y encorvado y rendimiento aproximado en vaina 2.000 kg/ha.

Grano: Grande, forma oval, piel o testa de un solo color-rosado, peso de 100 granos 100 g, relación grano/cáscara 60/40 y rendimiento aproximado en grano 1.300 kg/ha. También es especial para mani tostado, por su poca resistencia a romper la cáscara.



11.1.6 "Sara Mani"

Vaina: Tipo Virginia, número de granos medio (2), cáscara con constricciones medio moderado, textura de la superficie tosco, pico prominente y encorvado y rendimiento aproximado en vaina de 1.250 kg/ha.

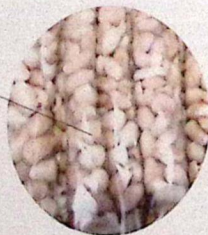
Grano: Mediano, forma oval, piel o testa de color salmón, peso de 100 granos de 160 g, relación grano/cáscara 75/25 y rendimiento aproximado en grano 950 kg/ha. Especial para transformados como el mani garapiñado.



11.2 Procesados de maní

Se expone algunas marcas y presentaciones del maní disponible en el mercado que ha sido procesado artesanalmente:

**Maní
salado**
en bolsas de
plástico, de
50 g



**Barras
de maní**
de 30 g,
precio
consumidor



**Sopa de
maní**
pre
elaborada,
precio
consumidor



**Barras
de maní**
de 32 g, precio
consumidor



**Maní
molido**
para uso
culinario



**Pasta
de maní**
para uso
culinario

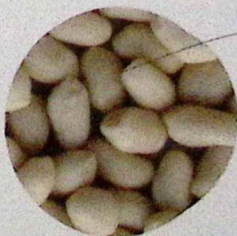


Algunos de los productos desarrollados por el sector industrial en Bolivia son los siguientes:

Dos
productos
que oferta
la empresa
Industrias
Berit



Produ
que ofe
la empa
AGRIM.



Grageas de
chocolate
con maní de
la Empresa
Chocolates
Para Ti



Grageas de
chocolate con
maní
de la Central de
Cooperativas
Agropecuarias
Ceibo Ltda.



1. Introducción	1
2. El producto	2
2.1 Cualidades nutricionales del maní	2
2.2 Usos alimenticios del maní	3
2.3 Usos no alimenticios del maní	3
3. La demanda de maní en Bolivia	5
3.1 La demanda nacional aparente	5
3.2 Consumo per cápita de maní en Bolivia	6
3.3 Gustos y preferencias de los consumidores	9
3.4 Ingresos	10
4. La oferta del maní en Bolivia	13
4.1 La dinámica histórica del maní en Bolivia	13
4.2 La producción de maní orgánico en Bolivia	14
4.3 Ubicación geográfica de la actividad	14
4.4 Producción por departamento y destino de la producción	16
4.5 Estacionalidad de la oferta	18
4.6 Oferta Total	18
4.7 Costos de producción	19
5. La comercialización de maní en Bolivia	23
5.1 Los actores de la comercialización	23
5.2 Márgenes de la comercialización	26
6. Los precios reales de maní en Bolivia	29
7. Mercado de semillas	33
7.1 La oferta de semillas certificadas	33
7.2 Producción actual de semilla certificada	34
8. Mercado externo	37
8.1 La producción primaria de maní en el mundo	37
8.2 Balanza Comercial en Bolivia	37
8.3 Destino de las exportaciones	41
8.4 Origen de las importaciones	42
8.5 Precios y tendencias	42
9. Conclusiones	44
10. Recomendaciones	46
11. Anexos	47





www.fundacionvalles.org//

Av. Salamanca N-675, Edificio Sisteco P1. Cochabamba

Telf. +591 (4) 4525160/Fax: +591 (4) 4115056 /

E-mail: fundaval@fundacionvalles.org

PROGRAMA
COLABORATIVO
DE INVESTIGACIÓN
SOBRE CULTIVOS

THE MCKNIGHT FOUNDATION