

INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION PARA LA AGRICULTURA
CENTRAL DE COOPERATIVAS DE REFORMA AGRARIA LTDA.
(FONDO DIMON BOLIVAR)

MODELO GENERAL PARA EL SISTEMA DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS DE CECORA
(DOCUMENTOS DE COMERCIALIZACION AGRICOLA)

José Eduardo Gutiérrez

Volúmen No.2

HCA CH CO 380.1 G9846m v2 1980

Bogotá, Colombia, 1980

COLUMBIA 38.1 2895m 10 2 1950



INSTITUTO INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS - OEA

OFICINA EN COLOMBIA

PROYECTO IICA/FONDO SIMON BOLIVAR-CECORA

"DESARROLLO DE LOS SISTEMAS DE COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS
AGROPECUARIOS MANEJADOS POR ORGANIZACIONES CAMPESINAS
VINCULADAS A CECORA"

K A R D E X D E U S U A R I O S

José Eduardo Gutiérrez P.
Especialista en Comercialización

Bogotá, Colombia
1.982

This One



G6FX-CJZ-4Z28

KARDEX DE USUARIOS

1. IMPORTANCIA DE LA ACTIVIDAD

Tal como se plantea en el estudio "Modelo General para el Sistema de Información de Precios y Mercados de CECORA", el objetivo central buscado por el SIPM puede formularse en términos de su producto directo, la información, y de los efectos o propósitos buscados por ella.

Es decir, el SIPM se propone dotar a sus usuarios de la información comercial requerida, a fin de que éstos posean una mejor base para desarrollar sus funciones, seleccionar las actividades, prácticas, procesos, etc., más convenientes, tomar acertadas decisiones en cuanto a qué, cómo, cuándo y dónde vender en mejores condiciones la producción (que es modificable y adaptable continuamente a los requerimientos del mercado y a las condiciones de las respectivas zonas de origen).

Para el logro de dicho objetivo y su concreción a las características y posibilidades de cada área, una de las principales tareas que se deben desarrollar, es la de identificar a sus receptores o usuarios, y precisar en forma permanente sus necesidades de información, y los efectos o cambios que se consideran deseables y hacia los cuales apuntan los programas de desarrollo microregional.

2. FORMULACION DEL PROBLEMA

Si observamos el desarrollo del Programa DRI en general y de sus diferentes componentes, resaltan con respecto al tema que nos ocupa:

- La carencia de objetivos intermedios y específicos compartidos por todas las instituciones ejecutoras, hecho que se hace evidente y cobra especial importancia al nivel microregional, donde la acción se torna errática y dispersa.
- La carencia de instrumentos de integración y planificación de la acción del sistema institucional en función de horizontes de desarrollo microregional.
- La delimitación imprecisa del campo ó área de acción de cada institución e instancia y la falta de conceptualización de las relaciones entre las diferentes áreas de la problemática y entre las diferentes instituciones que accionan sobre ella, para modificarla.

A causa de lo anterior, la acción institucional es aislada y puntual y entre las grandes dificultades que soportan las instituciones, merecen destacarse, las relacionadas con:

- a) La identificación de necesidades reales y sentidas en las áreas de trabajo y la adecuación de la acción a éstas, dentro de planes que generen un trabajo sistemático y autosostenido, en el que puedan evaluarse resultados e introducirse correctivos.

- b) La potenciación de la acción institucional, mediante la integración de esfuerzos y el compartir responsabilidades. Ello requiere que se anteponga la constitución de equipo técnico a la tradicional organización por entidades, de manera tal que se compatibilice la acción con las necesidades del desarrollo calculado de las áreas de interés.

En el caso particular del SIPM, que desde luego contribuye a la situación anterior y se ve afectada por ella, estos problemas particularizados pueden formularse así:

- 1) Incoherencia entre los servicios de información y las necesidades actuales de los usuarios.
- 2) Ausencia del SIPM en las labores de planificación y programación del desarrollo de las zonas.
- 3) Incapacidad del SIPM para identificar las necesidades reales y por lo tanto reivindicar la importancia de la información como un insumo fundamental para identificar horizontes de desarrollo, instrumentos de acción, estrategias, etc.

Un prerequisite fundamental para la solución de los problemas señalados, es el conocimiento de las actividades, funciones y objeto de trabajo de los funcionarios a los que se pretende apoyar.

Otro problema de gran importancia, que tiene sus orígenes en deficiencias de los marcos conceptuales, y que puede ser apoyado en su solución -

por la acción del SIPM, se refiere a que las organizaciones campesinas generadas por el programa, no han sido consideradas como parte del sistema institucional que actúa sobre las áreas DRI. En estas circunstancias no hay una clara delimitación ni identificación de la problemática que corresponde atender a las FAS. Ello dificulta la precisión de horizontes para la acción, la formulación de estrategias, proyectos, etc., para las organizaciones; genera paralelismo entre las instituciones ejecutoras y las FAS y redundante en que el apoyo a éstas sea puntual y no responda a planes convenientemente elaborados. De nuevo, para actuar sobre esta problemática se requiere de una adecuada identificación de sus protagonistas, en especial las formas asociativas generadas por el programa.

No obstante los ligeros ajustes que en el transcurso de los cinco (5) años de operación del SIPM, se han introducido al manejo de la información, en general persiste un profundo desfase entre la cantidad y generalidad de información recolectada y las necesidades de los usuarios en cuanto a calidad y especificidad de la misma, producto del desconocimiento de estos, de sus actividades, de su entorno, de sus posibilidades y necesidades.

Esta es una de las razones por las cuales al interior del trabajo de cada regional SIPM, aparece recargado el listado básico de productos que se registran, limitando el tiempo de sus responsables para responder por el análisis crítico y adaptado de información, de acuerdo a las necesidades de las FAS y de los funcionarios del sistema institucional DRI.

La inclusión indiscriminada de nuevos rubros y el envío de información genérica, sin que se conozca con claridad el usuario directo interesado, en qué momentos se requiere la información, qué tipo de información, para qué fin, dónde y cómo enviarla, etc., hace imprescindible abordar la sistematización de la información de los usuarios; si se quiere que en efecto la información sea un insumo de desarrollo.

3. ALTERNATIVA DE SOLUCION PLANTEADA

Una condición fundamental para lograr que la información contribuya a mejorar la toma de decisiones, es disponer de una adecuada identificación de los aspectos que son y/o deberían ser objeto de decisión racional por parte de los usuarios o receptores.

Para llegar a ésto, hay que partir por su identificación, tipificarlos y caracterizarlos adecuadamente. Estas actividades constituyen una función básica para un sistema y por lo tanto debe revisarse y complementarse en forma permanente.

El documento " Modelo General para el Sistema de Información de Precios y Mercados de CECORA", aporta una primera aproximación al respecto en sus páginas 48 a 64.

Aunque la identificación de los usuarios en los términos planteados, permite decidir en términos generales sobre el contenido y la forma de la información, así como sobre el diseño de programas de capacitación tendientes a aumentar la capacidad de uso de ésta, quedan importantes -

vacios con respecto a las particularidades de asistencia a cada usuario en particular, especialmente en lo relacionado con:

- Los productos concretos adecuadamente especificados, objetos de información, en torno a los cuales la FAS desarrolla sus actividades.
- Las variables y aspectos de información de interés, de acuerdo a las estrategias, proyectos y actividades específicos que desarrolla la FAS.
- La concentración de la información en el tiempo.
- Los medios y puntos geográficos más adecuados para alcanzar al usuario.

Precisados los anteriores aspectos podrán diseñarse herramientas sencillas de programación, que aseguren un adecuado, oportuno y ágil suministro de la información generada por el sistema.

El llamado "Kárdex de Usuarios" posibilita la precisión de los elementos anteriormente señalados, con lo cual se busca una adecuada articulación de los servicios del sistema a las necesidades de los usuarios.

Con este enfoque, es preciso señalar que se trata de precisar servicios de información en función de las actividades que desarrolla cada FAS en particular. Esto desde luego, permite prever una participación pasiva del SIPM en la ejecución del programa DRI, por cuanto se trata de ajustar el sistema a la operación actual de los usuarios, sin contribuir en forma directa a mejorarla.

Por la anterior razón, el "Kárdex de Usuarios", se plantea como una herramienta a montar y manejar en una primera etapa. Una segunda etapa debe ya buscar la complementación de esta herramienta con otra que suministre la información necesaria, para que el SIPM juegue un rol activo en el diseño de programas de desarrollo regional y de organización empresarial campesina, así como en el apoyo a la operación de las FAS y que por lo tanto también contribuya a una adecuada y coherente integración del sistema institucional DRI, a los diferentes niveles.

Es decir, esta segunda etapa debe posibilitar la recolección y manejo de información sobre variables e indicadores que hagan posible integrar la operación del SIPM a la labor desarrollada por todo el sistema institucional que opera en cada área en particular. Esta información adecuadamente manejada, permite que el SIPM apoye efectivamente la búsqueda de objetivos, metas y estrategias, particulares de desarrollo para cada área, concentrando esfuerzos en aquellos productos y variables de información que en efecto apoyen la labor institucional.

Para ello se requerirán indicadores que permitan identificar la evolución y el papel de las FAS en el desarrollo de la microregión, las prioridades de cada una de las instituciones que actúan en el área y la identificación y priorización de los servicios y recursos tecnológicos, que en cada caso son limitantes al desarrollo de la FAS y la región.

Los elementos anteriores permitirán enmarcar la labor del sistema

y, la de la FAS, así como el papel de la información, dentro de un contexto orgánico que opera en función de resultados previa y adecuadamente calculados.

4. FORMATOS

Se aplicarán los dos formatos adjuntos:

- El "Perfil de Necesidades de Información", con el cual se implementará el Kárdex de Usuarios.
- "Información Complementaria al Perfil de Necesidades de Información", formulario que recoge información de mayor profundidad sobre la región, la organización y la acción institucional.

5. ORGANIZACION DEL TRABAJO

Los formularios serán aplicados por los asistentes técnicos, a los funcionarios de campo y a los representantes de las organizaciones atendidas.

"El Perfil de Usuarios de Información", se enviará a la unidad regional SIPM que atiende la zona en particular. Esta unidad organizará la información de su área de cobertura y enviará duplicados de los formatos a la unidad central del SIPM.

En cuanto al formato "Información Complementaria al Perfil de Necesidades de Información", éste deberá ser diligenciado por los promotores

del área y deben fluir copias de éste a la Dirección regional, y a la unidad regional SIPM que atiende el área y a la unidad central.

Estos formularios son de singular importancia para articular la labor del SIPM a la del resto del sistema institucional DRI, para identificar desfases y atomismo de la acción institucional y para priorizar los servicios y recursos de desarrollo necesarios y limitantes para cada zona y en cada oportunidad.

6. ACTUALIZACION

La información de ambos formularios deberá ser actualizada anualmente a la terminación de cada ejercicio (año).

A N E X O 1

PERFIL DE NECESIDADES DE INFORMACION

CODIGO USUARIO: FECHA DE ELABORACION: DIA MES AÑO REGIONAL SIPM:

1. IDENTIFICACION DEL USUARIO

1.1 Razón Social	_____	Funcionarios que apoyan a la FAS	Entidad
1.2 Dirección	_____	Nombre	_____
1.3 Representante Legal	_____	Dirección	_____
1.4 Dirección	_____	Nombre	_____
1.5 Producto Comercializado	Vol/Año	Dirección	_____
_____	_____	Nombre	_____
_____	_____	Dirección	_____
_____	_____	Nombre	_____
_____	_____	Dirección	_____

2. FLUJOS DE INFORMACION

Destinatario (s)	Dirección Destino	Medios Recomendados de Envío	Observaciones
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

3. IDENTIFICACION PRODUCTOS DE MAYOR INCIDENCIA EN EL INGRESO

3.1 Producto _____

3.1.1 Variedades _____ (%) _____ (%) _____ (%)

3.1.2 Tamaño _____ (%) _____ (%) _____ (%)

3.1.3 Clasificación SI No Clases _____

3.1.4 Tipo de Empaque _____

3.1.5 Características de Empacado _____

3.1.6 Capacidad utilizada del empaque _____

3.2 Producto _____

3.2.1 Variedades _____ (%) _____ (%) _____ (%)

3.2.2 Tamaño _____ (%) _____ (%) _____ (%)

3.2.3 Clasificación SI No Clases _____

3.2.4 Tipo de Empaque _____

3.2.5 Características de Empacado _____

3.2.6 Capacidad utilizada del empaque _____

4. INFORMACION SOBRE PRODUCCION

4.1 La región productora

Municipios														
*Veredas														

* Señale con rojo las veredas sobre las cuales opera la FAS

4.2 La Comunidad

Número de Productores y Area según Tipo	Potenciales Beneficiarios DRI		No Potenciales Beneficiarios DRI	
	Productores (No.)	Area (Há)	Productores (No.)	Area (Há)
La Región				
Area de Operación FAS				

4.3 Los Productos

Rubros de Mayor Importancia	Potenciales Beneficiarios DRI					Volumen Generado (Tn)
	Productores Vinculados (No.)	Area dedicada al cultivo (Há)	Calendario			
			Siembras	Cosechas		

4.4 Estacionalidad de Producción

Producto	Mes	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	TOTAL
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	Tn./Año

5. La Organización

5.1 Año de Creación _____ Paroenerfo No. _____

5.2 Personal Técnico : Cargos

5.3 Personal Administrativo: Cargos

5.4 Información General

Años	Capital (\$)	Socios (No.)	Ventas (\$)	Utilidades (\$)

5.5 Principales limitantes la desarrollo de la organización

Internos _____

Externos _____

6. La Comercialización

6.1 Mercados para los principales productos

-Locales _____

-De destino de la producción regional _____

6.2 Enumeración de las acciones comerciales y de adecuación de la producción (FAS) _____

6.3 Toma de decisiones sobre comercialización

Aspectos de Decisión	Información Utilizada	Información Requerida

7. DEMANDA DE SERVICIOS

7.1 Información

7.1.1 Precios diarios y coyuntura de mercados

Producto	Mercado (s)	Epoca (meses)	Periodicidad

7.1.2 Reportes mensuales de precios

M E S E S											
I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII

7.1.3 Boletines especializados por producto

Nacionales

Lácteos

Papa

Panela

Fríjol

Maíz

Regionales

Rame (Barranquilla)

Tomate (Medellín)

7.2 Asesorías

7.2.1 Manejo de información Objeto _____

7.2.2 Análisis de canales y márgenes Producto(s) _____
 Mercado(s) de destino _____

7.2.3 Identificación y análisis de acciones comerciales

7.3 Otros: _____

Elaborado Por: _____

A N E X O 2

INFORMACION COMPLEMENTARIA DE NECESIDADES DE INFORMACION

CODIGO USUARIO FECHA DE ELABORACION DIA MES AÑO REGIONAL SIPM _____

1. IDENTIFICACION DEL USUARIO

- 1.1 Razón Social: _____
- 1.2 Ubicación: FET o Microregión _____
Sede: _____
- 1.3 Representante Legal: _____

2. COBERTURA

2.1 Geográfica

a. Municipios y veredas que conforman la región:

Municipios													
Veredas													

b. Subraye las veredas y municipios que han sido estipulados según estatutos y normas de la organización, como su área de operación (área de influencia normativa).

c. Señale con asteriscos las veredas sobre las cuales opera en la actualidad la organización

d. Es deseable ampliar la cobertura de la organización: _____

Porque: _____

e. Qué factores han impedido o dificultado ampliar la cobertura geográfica: _____

2.2 Social

a. Beneficiarios según nivel

	Potenciales Beneficiarios DRI		No Potenciales Beneficiarios DRI	
	Productores (No)	Area (Há)	Productores (No.)	Area (Há)
Región				
Area de Influencia Normativa				
Area actualmente atendida				

b. Es deseable ampliar la cobertura social de la organización _____

Porque _____

c. Qué factores han impedido o dificultado ampliar la cobertura o base social: _____

2.3 Asentamiento de los socios de las FAS

VEREDA	No. SOCIOS	VEREDA	No. SOCIOS	VEREDA	No. SOCIOS

3. PRODUCCION

3.1 Potenciales Beneficiarios DRI

Nivel \ Productos	Potenciales Beneficiarios DRI			No Potenciales Beneficiarios DRI		
	productors. (No.)	Area (Há)	Produc/año (Tn.)	Productrs. (No)	Area (Há)	Producc/Año (Tn.)
Región						
Area de Influencia Normativa						
Area actualmente atendida						

3.2 Comercialización FAS

Año \ Productos Comercializ.	Beneficiarios		Beneficiarios		Beneficiarios		Beneficiarios		Beneficiarios		Beneficiarios	
	Benefic. (No.)	Volumen (Há)	Benefici. (No.)	Volumen (Há)	Benef. (No.)	Volumen (Há)	Benefici. (No.)	Volumen (Há)	Benefic. (No.)	Volumen (Há)	Benef. (No.)	Volumen (Há.)
Otros												

4. CARACTERISTICAS DE LA GESTION EN MERCADEO DE LA FAS.

4.1 Describa en líneas generales las actividades y proyectos de comercialización que ejecuta la FAS:

4.2 Características de las actividades relacionadas con comercialización que ejecuta la FAS (describa como se hace, quién lo hace, cuando lo hará, etc.)

a. Compras: _____

b. Promoción de las acciones de Comercialización: _____

c. Actividades de adecuación del producto: (empaquetación etc.): _____

- d. Transporte: _____

- e. Estimación de Precios probables de transacción: _____

- f. Liquidación de precios: _____

- g. Capitalización: _____

- h. Ventas: _____

- i. Contactos Comerciales: _____

- j. Información de precios y mercados: _____

- k. Selección Mercado de venta: _____

4.3 Logros y problemas de la Gestión Comercial

a. Logros alcanzados y mantenidos en la gestión comercial de la organización: _____

b. Principales problemas o grandes crisis sufridos en la gestión comercial de la organización: _____

c. Causas: _____

d. Correctivos aplicados: _____

4.4 Principales Limitantes del Desarrollo de la Organización:

a. Internos o endógenos: _____

b. Externos o exógenos: _____

5. CAPACIDAD DE GESTION

5.1 Gerencia

a. Nivel educacional:

	Ultimo Año Aprobado	Fecha	
Primaria	_____	_____	
Secundaria	_____	_____	
Técnica	_____	_____	Especifique _____
Universitaria	_____	_____	
Otros (Cáules)	_____	_____	Especifique _____

b. Capacitación específica recibida, que tiene relación con las actividades que desempeña como gerente

Curso	Duración	(Descripción de Contenido)
_____	_____	_____
_____	_____	_____

c. Tiempo de vinculación a actividades asumidas

	Años	Meses
Como funcionario (Entidad _____)	_____	_____
Como comerciante regular	_____	_____
Como comerciante ocasional	_____	_____
Como agricultor	_____	_____
Otro (Especifique _____)	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

d. Experiencia en actividades de mercadeo

- e. Ocupación anterior: _____
- f. Principal actividad generadora de ingresos en la actualidad: _____
- g. Tipo de contratación actual: _____
- h. Salario: \$ _____
- i. Antigüedad en el cargo: _____ años _____ meses
- j. Dedicación al cargo: _____
- k. Principales decisiones que toma con respecto a comercialización:

Decisiones	Frecuencia
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

5.2 Comité de mercadeo:

- a. Existe un Comité de mercadeo : SÍ _____
No _____
- b. Quienes lo integran: _____

- c. Cuándo sesiona: _____
- d. Principales decisiones que toma: _____

e. Número de decisiones del comité en el pasado ejercicio: _____

f. Decisiones tomadas en el pasado ejercicio con respecto a las actividades de comercialización: _____

5.3 Consejo de Administración

a. Decisiones tomadas por el consejo de administración o Junta directiva con respecto a las actividades de comercialización: _____

6. SISTEMA INSTITUCIONAL

6.1 Acciones del ICA en el área (último año)

Indicadores \ Rubros					
Paq. Téc.					
Funcionarios					
Planificaciones					
-Predios					
-Hectáreas					

Objetivos de la acción de la entidad en el área:

-Principales productos esperados de la acción:

-Propósitos:

-Fines:

6.2 Acciones de la Caja Agraria en el área (último año)

Rubros Indicadores					OTROS	TOTAL
-Beneficiarios						
-Programación						
-Ejecución						
-Monto Total crédito						
-Programación						
-Ejecución						
-Crédito Promedio entregado						
-Crédito Programado siguiente año.						

Objetivos de la acción de la entidad en el área

-Principales productos esperados de la acción:

-Propósitos:

-Fines:

6.3 Acciones del SENA en el área (último año)

Nombre Cursos	Número de Eventos	No. Participantes
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

Objetivos de la acción de la entidad en el área

-Principales productos esperados de la acción

-Propósitos:

-Fines:

6.5 Aplicación espacial de la acción

Veredas	Instituciones	Veredas	Instituciones	Veredas	Instituciones

Marque frente a cada vereda las instituciones que operan allí,
mediante los códigos:

0 CECORA

1 ICA

2 CAJA AGRARIA

3. SENA

4. FINANCIACOOOP



INSTITUTO INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS - OEA

OFICINA EN COLOMBIA

PROYECTO IICA/FONDO SIMON BOLIVAR-CECORA

**"DESARROLLO DE LOS SISTEMAS DE COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS
MANEJADOS POR ORGANIZACIONES CAMPESINAS VINCULADAS A CECORA"**

**DOCUMENTO DE ORIENTACION No. 2
(Actividad SIPM)**

**GUIA PARA LA OBTENCION DE ELEMENTOS REFERENCIALES
PRODUCTO/MERCADO**

**José Eduardo Gutiérrez P.
Consultor IICA/FSB**

**Bogotá, Colombia
1981**

GUIA PARA LA OBTENCION DE ELEMENTOS REFERENCIALES PRODUCTO/MERCADO

A. Importancia de la Actividad

La calidad de la información de precios y mercados, está referida al propósito que a ésta se le asigne. Es decir, no puede medirse ni pretenderse calidad, al margen de la identificación de los efectos específicos que se esperan lograr. Más aún, si se quieren avances cualitativos en el desempeño de un sistema de información, es requisito fundamental ganar coherencia en el proceso: Información - toma de decisiones - obtención de productos, propósitos y fines preestablecidos. Sólo así se logrará superar la concepción mecánica de la información por la información.

Un aspecto de primera importancia para lograr esta coherencia desde su origen, es la adecuada identificación de los objetos de información y de sus características de interés.

En cuanto a los primeros, es claro que si no se identifican adecuadamente, la información resultante será deficiente, no importa lo bien seleccionadas que hayan sido las variables, lo sofisticadas o adecuadas que sean las metodologías y técnicas de recolección, etc. Y así sea oportuno y ágil su suministro a los usuarios, esta información no es adecuada para su toma de decisiones 1/.

1/ Si asumimos capacidad de manejo de la información por parte de los usuarios, racionalizar su toma de decisiones requiere de suficiencia de la información; pero para que las decisiones resultantes sean acertadas, se requiere a más de ello precisión y adecuación a la naturaleza de éstas.

Por otro lado, la información debe buscar orientar la toma de decisiones hacia determinados propósitos y fines, en nuestro caso planteados en los objetivos del subprograma de comercialización y del programa DRI en su conjunto.

Bajo esta idea, puede formularse que en términos generales el "Sistema" debe jugar el papel de proveedor de la información de precios y mercados necesaria para la toma de decisiones de los beneficiarios del subprograma, como uno de los ingredientes requeridos para lograr el amento del ingreso campesino y obtener una racionalidad empresarial en su actividad.

Esto muestra claramente como al sistema le competen en principio dos grandes roles específicos:

En primer lugar (podría tratarse como una primera etapa), el que ha venido tratando de desarrollar: Suministrar la información de precios y mercados referida a los productos generados por la economía campesina, y particularmente por los beneficiarios del subprograma de comercialización, en las calidades, variedades, tipos, etc. que en la actualidad se generan. A este rol, le corresponde como propósito o efecto buscado, lograr un mejor desempeño comercial de las FAS, que lleve a aunar ciertas ventajas tales como la reducción de pérdidas, gastos, riesgos, etc.; la agregación de valor; el aumento de los márgenes apropiados por el productor, etc.

Sin embargo, este paquete de logros se ve obscurecido o limitado

por el hecho de que la información no procura ni posibilita cambios en la actividad productiva. Es decir, el cumplimiento del papel específico señalado lleva a logros de pequeña dimensión si se tiene en cuenta que entre las características de la economía campesina resalta que los volúmenes que aporta al mercado son excedentes, por lo general productos de baja calidad, heterogéneos, etc., en todo caso de difícil comercialización y bajo precio, por cuanto no apuntan a satisfacer exigencias calificadas de la demanda final, la que no está dispuesta a remunerar en mejor forma esta ineficiencia o desadaptación.

Rebasar este nivel de mejoras en el ingreso y posición del beneficiario, requiere de adaptaciones a nivel de la producción, que lleven a ajustes entre ésta y el mercado. Aquí podemos ubicar el segundo rol específico, que permite ampliar el alcance de las modificaciones que pretenden lograrse, superando la etapa de la comercialización y proyectándose a la actividad productiva primaria de los bienes del subsector, siendo éste el papel más importante de la información de precios y mercados, como insumo para lograr los objetivos del subprograma y del programa DRI.

Para ello es menester concebir al sistema como un jalonador del desarrollo a nivel de todo el proceso producción-distribución-consumo, papel que exige la generación y flujo de información de precios y mercados que posibilite identificar modificaciones requeridas 1/, medir su

1/ A los niveles de la producción, la comercialización e incluso el consumo.

conveniencia, promocionar las respectivas transformaciones, así como justificar la concentración de recursos de investigación y extensión hacia determinados rubros o aspectos.

En últimas, este segundo papel señalado para el sistema, tiende a apoyar el proceso de desarrollo de la economía campesina, como uno de los requisitos para que las empresas de comercialización campesina (FAS-INTERFAS) desarrollen su papel de empresas capitalistas de comercialización, que se desenvuelvan idóneamente en su campo y que a la vez exijan e induzcan cambios en la producción, como efecto del acercamiento de la demanda a la producción.

Todo lo anterior señala como punto de partida para el SIPM, la necesidad de lograr una adecuada identificación de los objetos de información, entendidos como los actuales y potenciales productos DRI, así como los sustitutos o competidores.

Posteriormente, la recolección y análisis de la información de precios y mercados sobre estos productos y su confrontación con las condiciones ecológicas, tecnológicas, de ubicación geográfica, etc., permitirán tomar decisiones para el programa, en cuanto a cambios a inducir en la actividad productiva primaria y secundaria (de transformación).

Lo anterior permitirá formular objetivos y productos concretos para el programa (materializados en planes de tipo regional, local y nacional que integren la acción de todas las instituciones) y para el desarrollo

de las empresas de comercialización campesina (materializados en planes de desarrollo de éstas) 1/.

B. Ubicación de la Actividad

Esta actividad, en su fase de planificación es pre-requisito para la ejecución del curso de inducción-capacitación a funcionarios del sistema. A partir del curso, las oficinas regionales iniciarán la implantación del modelo, en cuyo comienzo requiere de una clara identificación y sustentación de los productos que serán objeto de información.

Esta actividad tiende por tanto a formular criterios y sugerir herramientas que faciliten y mejoren la identificación de productos 2/.

Por otra parte, el montaje de los muestrarios, es condición necesaria para buscar un conocimiento generalizado de los bienes a los cuales se refiere la información, así como para poner en marcha la recolección de ésta, ampliada a variables de mercado para mejorar su calidad.

C. Formulación del Problema

En términos generales, las actividades desarrolladas por CECORA en el subprograma de comercialización se han orientado a la obtención de mejores precios para los productos generados en las áreas DRI y manejados

1/ Ver Análisis Institucional de CECORA.

2/ En el "Modelo General para el Sistema de Información de Precios y Mercados de CECORA", se hace una primera selección-priorización de renglones de interés.

por las FAS (algunas de ellas también logro intermedio de la acción de CECORA), bajo la consideración de una producción dada y cuya modificación no compete a la institución 1/.

Tal como lo muestra el "Modelo General para el Sistema de Información de Precios y Mercados de CECORA", han sido permanentes las quejas de los funcionarios en relación a la escasa y riesgosa utilización de la información de precios generada por el sistema, para la toma de decisiones. Aunque las causas de tal hecho están relacionadas con múltiples deficiencias en cuanto a la selección y determinación del número de unidades de observación o muestreo, que en muchas oportunidades no hacen representativa la información, de la nula definición o normalización de técnicas para su recolección y proceso, ausencia de la crítica y análisis requeridos, etc., la causa inicial que debe ser corregida para abordar la solución de los problemas anteriores es la inadecuada identificación de los productos objeto de información y la ausencia de criterios para desarrollar esta tarea.

Así, los rubros son tratados en forma abstracta o muy general, no posee un conocimiento sistematizado de las características peculiares de los artículos producidos en las áreas DRI, ni de los que abastecen a los

1/ En base a esta consideración el sistema produce información de precios a nivel mayorista, en las ciudades en las que tiene sus oficinas, para los rubros comercializados por las Formas Asociativas.

distintos mercados considerados. Tampoco se han llegado a precisar las exigencias de los mercados frente a distintos productos, ni los términos de adecuación actual o posible de la producción DRI a dichos mercados.

Las anteriores carencias hacen que por lo general no se sepa con certeza las características del producto del cual se habla, ni en qué medida puede ser un producto referencia, por lo tanto la información no es claramente contrastable ni merece mayor confianza para efectos de las acciones comerciales de las FAS. A este problema también contribuye la falta -y casi imposibilidad- de una tipificación normalizada de los productos originados en el subsector, así como la diversidad local, regional, etc., de denominaciones para un mismo producto.

Por otra parte, aunque el grado de desarrollo y diferenciación de la demanda en nuestros mercados de productos agropecuarios no ha alcanzado niveles muy altos, en parte por las mismas características de la distribución del ingreso, la verdad es que para una misma especie botánica, se conforman mercados que presentan muchas veces diferenciaciones por variedades, zonas de origen, etc., que muestran comportamientos relativamente peculiares, a tal punto que entre ellos se establece una relación de productos sustitutos de alta competencia. (Ej.: Papa Tocana-Guantiva; Tomate Chonto-Milano; Yuca Llanera-Armenia, etc.).

El no tener en cuenta estas diferencias explica en parte la escasa valoración que a nivel de campo se le da a la información, por cuanto ésta

no tiene una clara referencia a los productos en sus variedades, calidades, tamaños, etc., que se originan en la zona.

Lo anterior limita la acción sobre la comercialización y la obtención de logros en la adecuación de un producto de por sí inadecuado, pero en cuyo flujo al mercado de consumo podría ser objeto de algunas adaptaciones (agregación de valor y utilidad), que llevarán a aumentos en los precios netos y quizás a efectos relativamente apreciables sobre el ingreso.

Pero también se deja entrever la necesidad de superar el esquema conceptual que se maneja con respecto al subprograma, el cual limita los alcances de la acción de la institución y del SIPM, a la mejor venta de la producción, desconociendo que ello depende en buena parte de la actividad productiva, es decir, de las mismas características de los productos, a la vez que estas últimas deben dar respuesta a exigencias del mercado, así como a condiciones agrológicas, tecnológicas, etc., de las zonas de producción.

Para lograr un reenfoque del programa y sacar a las instituciones del activismo que acusan, es de la mayor importancia retomar los objetivos más generales del programa, cuya búsqueda exige la participación mancomunada y obliga a mantener las necesarias interrelaciones al interior de la entidad y entre las instituciones del programa, evitándose así la consolidación de compartimentos estancos, cuando es claramente reconocido que los frutos del programa tienen que ser el resultado de acciones

compartidas que entrañan coordinadas responsabilidades que requieren de una eficiente e integral planificación por productos y objetivos.

En este sentido el SIPM debe hacer aportes fundamentales para orientar las actividades del componente producción del DRI, en circunstancias en que el mercado suministra criterios centrales en torno a la dirección del cambio tecnológico y al accionar de conjunto sobre una problemática dada, hacia metas claramente planteadas. Para ello también se requiere de la participación de las demás instancias de la institución y de las otras entidades del componente, que deberán aportar criterios tecnológicos, organizativos, etc., también fundamentales para establecer la dirección, estrategias y metas de cambio.

El SIPM no está brindando información que posibilite identificar adecuaciones de la producción primaria al mercado, ni medir la conveniencia en términos de factibilidades económicas y financieras, y evidentemente tampoco está aportando información sobre la que puedan montarse programas de motivación al cambio, sobre una base empírica que muestre caminos que en efecto lleven a incrementos del ingreso y que por ende muevan o catalicen la integración (de los beneficiarios y de las instituciones y sus partes) y la saquen del papel o la literatura a la cual se ha reducido.

El sistema podría cumplir con el papel de instrumento (uno de los instrumentos) para rescatar la tan "novedosa característica del programa DRI": La integración de esfuerzos y recursos del estado para el desarrollo rural.

Para este segundo gran componente del problema formulado, resaltan en su origen las deficiencias del contexto conceptual del subprograma y -como un derivado- del SIPM 1/.

Centrándonos en el problema inmediato que nos ocupa, se hace clara la necesidad de desplegar esfuerzos para alcanzar como punto de partida un adecuado conocimiento de los productos que abastecen, se transan y con figuran determinados mercados en los centros urbanos cubiertos por el sistema, y así tender hacia la identificación de productos y procesos promisorios 2/, que justifiquen cambios y adecuaciones de la producción y la comercialización y permitan diseñar estrategias adecuadas de acción, tendientes a la modernización del subsector tradicional.

D. Alternativas de Solución

En la formulación del problema, se intentó mostrar todo un contexto de deficiencias y limitaciones íntimamente relacionadas, que se desprenden de la deficiente conceptualización del subprograma, del SIPM, e incluso del programa en general. La presente actividad no se plantea como producto la solución de esa complejísima problemática, sino enfrentar una

1/ Ver documento de orientación No. 2: Definición Conceptual del Subprograma de Comercialización DRI, con énfasis en la esfera de control del SIPM.

2/ Desde el punto de vista del mercado, como desde el punto de vista técnico, financiero e incluso organizacional, definición que requiere de un trabajo conjunto de las instituciones comprometidas con el componente producción.

de sus manifestaciones, o síntomas, cual es la deficiente identificación de productos objeto de información. Paralelamente, otras actividades planteadas y en proceso de planificación abordarán la conceptualización del subprograma, así como la solución de algunas limitantes de importancia que si bien se desprenden de la carencia de marcos bien definidos y explícitos, son de gran prioridad y deberán ser abordados de inmediato.

Para aclarar más esta actividad, con ella se pretende:

1. Como Producto

El producto central de la actividad estará constituido por un conjunto de "elementos referenciales Producto/mercado", entendidos como paquetes de información de relativo detalle sobre las características relevantes de los productos prioritarios, en sí, en sus relaciones con el mercado y con la determinación de sus precios. Estos se obtendrán en cada ciudad en que opera el SIPM y en los mercados locales de los frentes específicos de trabajo (FET).

Los "elementos referenciales producto/mercado" estarán constituidos por:

- a. La identificación de criterios relativos al producto, que se consideran determinantes para establecer los precios de transacción (en los mercados estudiados).

Para ello se trabajará el producto bajo condiciones normales de apariencia externa (madurez, aspectos sanitarios,

daños mecánicos, etc.), siendo obvio que por debajo de dichas condiciones debe darse una disminución de precios en proporción directa al grado de deterioro del producto.

En términos generales y sin hacer relación directa a ningún producto en particular, se piensa que algunos criterios de importancia serán:

-Variedad

-Tamaño

-Color

-Presentación

*Limpieza

*Heterogeneidad del producto y su grado (en términos de su composición).

*Tipo de empaque

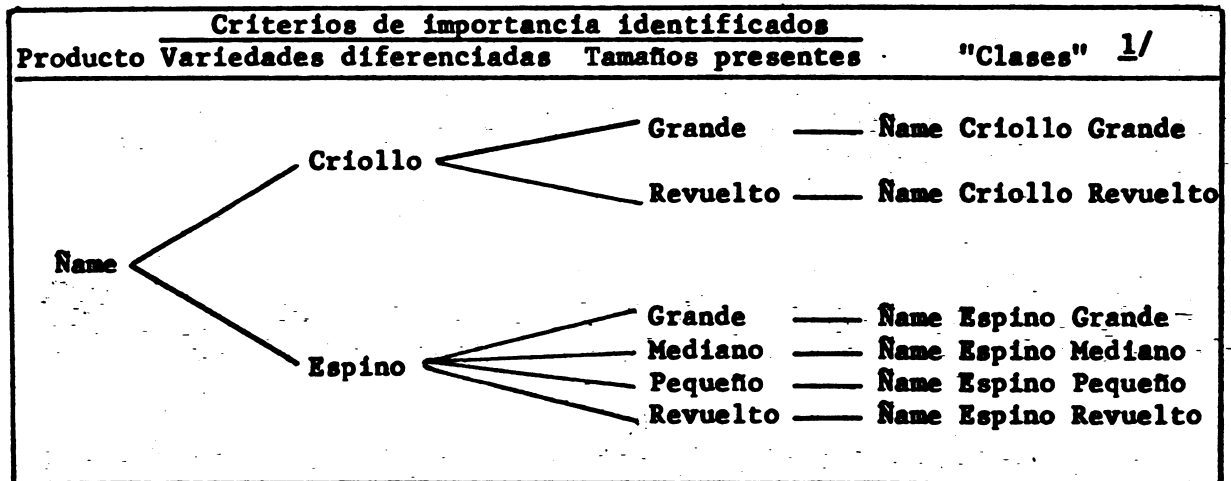
*Capacidad del empaque

*Forma de empackado

- b. El establecimiento de "clases de productos": En base a los criterios identificados (de los expuestos en a. y otros hallados), se procederá a establecer "clases", entendidas como subconjuntos de un producto que, por sus características, generan un comportamiento peculiar del mercado, que los hace diferentes a otros elementos del producto, de manera tal que presentan una demanda relativamente específica.

(Ej.: Papa tocana de primera), precios diferentes, pero que mantienen relaciones regulares con los de otros componentes del producto y quizás variaciones también pecu-
liares, pero regulares de otras características.

Como una herramienta para establecer las "clases de pro-
ductos", se pueden utilizar árboles, así:



Para el desarrollo y presentación de la información de a. y b., debe-
rán utilizarse los formularios anexos:

- Caracterización de productos en mercados locales
 - Caracterización de productos en mercados de cobertura directa del SIPM
- y las "fichas de caracterización de clase", que acompañarán a cada una de las
muestras (aparte c.).

1/ Las clases obviamente serán subgrupos de mayor o menor importancia en
el mercado o para las zonas DRI, problema que se resuelve posterior-
mente al seleccionar las clases que serán objeto de información de
precios y mercados o de investigaciones particulares.

c. **Elaboración de muestrarios:** Determinadas las "clases de productos", se entrará a elaborar los muestrarios, los que estarán constituidos por:

-Diapositivas y tomas a color de muestras representativas de cada "clase de producto".

-Descripción detallada de cada "clase", en base a los criterios que en el desarrollo del punto a. se hayan encontrado importantes y descripción de aspectos relevantes de su producción. (Fichas de caracterización de clase).

Durante el montaje de los muestrarios, se estarán intercambiando muestras, de manera que se vayan dotando las oficinas del SIPM y las regionales, con copias de las que se considren importantes para cada una de ellas. A la vez, se irá montando el muestrario nacional 1/.

2. Como Propósitos

Se espera que con base en los anteriores productos, la institución obtenga otros, de los cuales los más inmediatos son:

a. Identificación de las "Clases de productos" objeto de información. En términos gruesos se piensa que estos deberán ser:

-Las "Clases de productos" más importantes de las zonas DRI.

-Aquellas "clases" que se consideren representativas (de

1/ La oficina central estudiará y normalizará el problema de las denominaciones.

común acuerdo CECORA-ICA) de los productos que se muestran promisorios para cambios tecnológicos, incluidos cambios de prácticas culturales para variar características determinadas en los productos, cambios de variedades y/o renglones, cambios o transformaciones de los productos originales o primarios, etc.).

-Las "clases" de mayor peso en cada mercado, que pueden ser objetos de referencia si se establecen sus relaciones con las otras clases del producto.

- b. Puesta en marcha de la recolección de información de precios y mercados para las clases seleccionadas. Para ello deberán utilizarse los lineamientos técnicos recomendados por los estudios mercado/producto, (guiados por el documento de orientación No. 1: "Consideraciones metodológicas para la recolección de información del sistema primario en los mercados de cobertura directa del SIPM").
- c. Ejecución permanente de análisis comparativos, históricos, etc., en base a información claramente contrastable.

3. Como Fines

Si los propósitos planteados se cumplen, se estará en capacidad de contribuir a racionalizar el desarrollo del programa mediante:

- a. La identificación permanente de actividades, productos, procesos, etc., que en efecto se muestren promisorios

para modernizar la agricultura tradicional y la acción de las empresas de comercialización campesina.

- b. La definición y prestación de una asistencia técnica que se compadezca con las verdaderas posibilidades (más que necesidades coyunturales) de mejoramiento de la economía campesina.
- c. El suministro de información que permita una adecuada identificación de objetivos y metas de desarrollo regional y organizativo, que integren la acción de las entidades.
- d. La generación de información que motive al cambio y a la integración de los beneficios potenciales al programa.

E. Etapas o fases fundamentales para el desarrollo de la Actividad

La actividad puede ser dividida en:

1. Preparación

- a. Aplicación y prueba del procedimiento planteado, para un producto prioritario, en un mercado cubierto por el SIPM y en algunos mercados locales influidos por el anterior.
- b. Ajustes de procedimiento.

c. Entrega, discusión y análisis del documento, de su aplicación experimental y de sus implicaciones (en el curso de inducción-capacitación a funcionarios del SIPM).

d. Elaboración de programaciones para el desarrollo generalizado de la actividad:

-A los niveles de mercados cubiertos por SIPM

-A nivel de cada departamento para los mercados locales de cada frente específico de trabajo.

2. Desarrollo (por productos priorizados)

a. Identificación de criterios relevantes para la fijación de precios.

b. Determinación de "clases de productos".

c. Presentación de avances a los equipos respectivos (precios y equipos regionales de campo).

d. Levantamiento de muestras.

e. Intercambio de muestras y normalización.

3. Aplicación del instrumento

A partir del montaje de los muestrarios, se deberá trabajar en la búsqueda de los propósitos y fines planteados y otros que sean identificados durante la marcha.

4. Actualización

Se asignarán responsabilidades específicas para el mantenimien
to actualizado y el gradual mejoramiento de los muestrarios.

FICHA DE CARACTERIZACION DE CLASE

MERCADO _____ FET INFLUENCIADOS _____

PRODUCTO _____ CLASE _____

OTRAS DENOMINACIONES DE LA CLASE _____

1. CARACTERISTICAS DE LA CLASE

VARIEDAD(ES) _____

COLOR _____

FORMA _____

TAMAÑO _____

COMPOSICION POR TAMAÑO _____

GRADO DE MADUREZ _____

CONSISTENCIA _____

TIPOS DE DAÑOS _____

EMPAQUE(S) _____
CARACTERISTICAS DE EMPACADO _____

CAPACIDAD UTILIZADA DEL EMPAQUE _____

2. CARACTERISTICAS DE ABASTECIMIENTO Y MERCADO

PESO DE LA CLASE _____ Tn. _____ %del prod.

EXPLOTACIONES DE ORIGEN: DRI: _____ Tn
NO DRI: _____ Tn

COTIZACION COMPARATIVA CON OTRAS CLASES Y VARIEDADES _____

3. ORGANIZACION PARA EL MERCADEO

VOLUMEN DE LA CLASE COMERCIALIZADO POR LAS FAS EN EL UL+
timo año _____ Tn.

PESO RELATIVO DENTRO DEL TOTAL COMERCIALIZADO POR LA FAS
_____ Tn.

OBSERVACIONES:

ELABORO _____ FECHA _____

**CARACTERIZACION DE PRODUCTOS EN
MERCADOS LOCALES**

MERCADO _____ PRODUCTO _____
FECHA _____

1. TIPIFICACION DEL PRODUCTO

PRINCIPALES CRITERIOS PARA FIJACION DE PRECIOS

T I P O S	C R I T E R I O S				

ARBOL DE CLASES

2. CARACTERISTICAS DE PRODUCCION

DELIMITACION DE LA REGION PRODUCTORA _____

CULTIVOS EN ORDEN DE IMPORTANCIA _____

AREA TOTAL DE LA ZONA _____ Há.

AREA TOTAL DEDICADA AL CULTIVO _____ Há

PRODUCCION TOTAL ANUAL DEL PRODUCTO _____
cantidad unidad

ESTACIONALIDAD DE LA PRODUCCION

MES	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	Total
%													100

ORIGEN DE LA PRODUCCION

EXPLORACIONES		AREA DEDICADA AL CULTIVO (Há)	PRODUCCION Tn/año
TIPO	Nº		
POTENCIALES DRI			
NO POTENCIALES DRI			

VARIEDAD	AREA(%)	VOLUMEN(%)
	100	100

COMPOSICION DEL PRODUCTO GENERADO POR POTENCIALES EXPLOTACIONES DRI:

CLASE	VOLUMEN

3. FLUJOS DE PRODUCCION Y CARACTERISTICAS DEL MERCADO

FLUJOS DE LA PRODUCCION

MERCADO DE DESTINO	VOLUMEN/AÑO

AGENTES DE MERCADEO

TIPO	Nº	VOLUMENES MANEJADOS Tn/año

COTIZACION COMPARATIVA ENTRE CLASES

CLASES				
COT.				

4. CARACTERISTICAS DE ORGANIZACION
ORGANIZACION(ES) DE LOS PRODUCTORES

Nº DE SOCIOS _____ VOLUMENES COMERCIALIZADOS(AÑO) _____

COMPOSICION DE LOS VOLUMENES POR CLASES

CLASES				
VOL.				

ACTIVIDADES DE ADECUACION-TRANSFORMACION QUE EFECTUA LA FAS
(POS-COSECHA) _____



INSTITUTO INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS - OEA

OFICINA EN COLOMBIA

PROYECTO IICA/FONDO SIMON BOLIVAR-CECORA

"DESARROLLO DE LOS SISTEMAS DE COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS
MANEJADOS POR ORGANIZACIONES CAMPESINAS VINCULADAS A CECORA"

Documento de Orientación
(Actividad SIPM)

PROCEDIMIENTO PARA EL MONTAJE DEL SISTEMA DE INFORMACION
SECUNDARIA

Teresa Cuevas de Gaitán SIPM/CECORA
José Eduardo Gutiérrez P. IICA/F.S.B.

Bogotá, Colombia
1982

METODOLOGIA PARA EL MONTAJE DEL SUBSISTEMA DE INFORMACION SECUNDARIA

INTRODUCCION

Los precios como manifestación de determinadas situaciones y ocurrencias en los mercados, muestran oscilaciones que pueden tener su origen en diferentes partes del proceso económico : Producción - Distribución - Consumo. Estas oscilaciones pueden responder a situaciones de orden natural, social e institucional y existen variables o factores que influyen determinando las particularidades de cada uno de los componentes del proceso, generando cambios sustanciales en el comportamiento de los agentes comerciales y de los precios en el mercado.

En consecuencia, para tener criterios de análisis y contrastación, se hace necesario dentro de la Implementación del Modelo Mejorado para el Sistema de Información de Precios y Mercados, crear una serie de herramientas que posibiliten la recolección de información sobre estas variables y su manejo analítico. En base a estas herramientas se pretende lograr un adecuado nivel de comprensión para el análisis en el empleo de la información de precios y mercados. Dentro de estas figura el Subsistema de Información Secundaria (por Producto), el cual está integrado por información producida por diferentes fuentes y que es de gran importancia para interpretar la recolectada diariamente por el Sistema, hacer proyecciones, análisis de tipo histórico y comparativo, etc.,.

OBJETIVOS DEL SISTEMA

- 1.- Disponer de adecuados y suficientes antecedentes, elementos de juicio, información técnica para efectos de análisis y comprensión de la información de precios.
- 2.- Mantener un adecuado nivel de información a los funcionarios para que estos puedan contribuir al mejoramiento del sistema y éste ayude a lograr una mejor prestación de servicios a los usuarios del Subprograma de Comercialización.

PRÓDUCTOS DE TRABAJO

En el desarrollo del trabajo - montaje del Subsistema de Información Secundaria, se pretende obtener tres (3) productos centrales:

- 1.) El procedimiento a seguir para montar el Subsistema de Información Secundaria para cualquier producto.
- 2.) Elaborar una bibliografía selectiva sobre el producto, delimitando temas, cobertura física de la información y épocas de generación de los respectivos documentos.
- 3.) Lograr la recopilación de los documentos de interés sobre el producto para efectos de un mejor desarrollo en algunas acciones del Subprograma de Comercialización -Sistema de Información de Precios y Mercados " S I P M ",

PLAN DE TRABAJO

El plan de trabajo inicial es el siguiente:

1. Delimitación de temas de interés,
2. Delimitación temporal y espacial de la información.
3. Identificar instituciones que puedan ser fuentes de información.
4. Cruce de Entidades fuentes de información con temas de interés.
5. Visita a las Entidades fuentes y revisión bibliográfica por Instituciones para el producto.
6. Organización de las referencias bibliográficas por temas.
7. Elaboración de bibliografía selectiva sobre el producto (para un período determinado).
8. Preselección de documentos para incorporarlos (adquirirlos), al Subsistema de información Secundaria por producto.
9. Revisión de normas y responsabilidades orientadas al manejo del Subsistema de Información de precios Secundaria.

DESARROLLO PRELIMINAR DEL PLAN DE TRABAJO.

1. DELIMITACION DE TEMAS DE INTERES.

En este paso se pretende establecer los temas que puedan ser de alguna importancia sobre el producto, logrando finalmente una relación de los mismos en tal forma que se obtenga el cubrimiento de la información requerida para el montaje del Sub sistema en referencia.

Además busca dentro de cada tema general, ver que materias son las más importantes y que nos compete investigar para el buen conocimiento y manejo del producto, de esta manera no se gastan recursos al momento de la toma de información.

Para ello se cuenta con el apoyo y colaboración de los funcionarios de precios y mercados como también del equipo téc-

nico, con el objeto de que todos ellos aporten listados - de temas, que ayuden a formar una lista única para la delimitación de los mismos.

Ejemplo:

a.) PRODUCCION

- "Es información de cobertura nacional y regional sobre diversos aspectos de la situación y evolución de la producción agropecuaria, especialmente para los productos de interés y sus sustitutos"^{1/}
- Distribución geográfica de la producción (ubicación).
- Importancia del producto dentro del sector Agropecuario (Aspectos socio-económicos).
- Tecnología de producción (Niveles tecnológicos).
- Costos de producción
- Programas de Mejoramiento
- Epocas de cosecha
- Variedades
- Censo Agropecuario
- Políticas estatales
- Financiamiento de producción
- Infraestructura
- Otros.

^{1/}

Modelo General para el sistema de Información de Precios y Mercados de "CECORA" p.12.

b.) COMERCIALIZACION

Información que permita conocer y determinar porme norizadamente la estructura comercial, que muestre el camino que sigue el producto a partir de la Unidad de producción, hacia los diferentes mercados , normas, canales de comercialización, etc.

- Normas
- Calidades
- Almacenamiento
- Empaques
- Transporte
- Unidades de Comercialización
- Costos de Comercialización
- Agroindustria del producto
- Características del producto
- Sistemas de Comercialización
- Otros

c.) MERCADOS

Se trata de tomar información que permita identificar los diferentes mercados y ayude a precisar los sitios donde operan las transacciones del producto, el número de agentes que acuden a él, así mismo poder conocer las características del producto objeto de estudio, la determinación de los precios, de acuerdo a las modalidades que imperan en el mercado.etc.

- Flujos de abastecimiento
- Oferta nacional

- Demanda Interna
- Consumo (hábitos, variaciones, sustitución, etc).
- Precios (a diferentes niveles, comportamientos etc.).
- Márgenes
- Productos complementarios
- Canales de distribución
- Otros

d.) COMERCIO INTERNACIONAL

Toda aquella información que oriente sobre el comportamiento del producto en los mercados externos, como son precios internacionales, normas, etc, que ayuden a una visión más amplia del producto en el contexto internacional.

- Normas internacionales
- Mercados potenciales (regional Andino, del Caribe, etc).
- Precios internacionales
- Agroindustria
- Exportaciones, Importaciones
- Otros.

e.) OTROS.

2. DELIMITACION TEMPORAL Y ESPACIAL

Se trata de establecer la cobertura en tiempo y lugar de la información que pueda ser más aconsejable para el montaje y operación del Subsistema, teniendo en cuenta para efecto, criterios tales como continuidad, confiabilidad, y representatividad de la información, características particulares del producto o cualquier otro criterio que ayude a la delimitación temporal y espacial de la información.

Para ello se dan ciertas pautas factibles de ser ampliadas o reformadas si es necesario, con la colaboración del personal antes mencionado.

- a. Séries históricas a veinte (20) años.
- b. Información técnica (para un período determinado)
- c. Colombia- Regiones.
- d. Normas internacionales.

3. IDENTIFICAR INSTITUCIONES QUE PUEDEN SER FUENTE DE INFORMACION

Aquí se definen las Instituciones que generan información para el Subistema, precisando así mismo el tipo de documentos en donde se encuentran dicha información, para ello se establece un listado de las mismas.

Ejemplo:

- Instituto Colombiano Agropecuario "ICA"
- Federación Nacional de cultivadores de Papa - "FEDEPAPA"

- Ministerio de Agricultura -Oficina de Programación del Sector Agropecuario. "OPSA".
- Instituto de Mercadeo Agropecuario "IDEMA"
- Caja de Crédito Agrario Industrial y Minero -"CA - JA AGRARIA"
- Programa de diversificación de Zonas Cafeteras, - "PRODESARROLLO"
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística "DANE "
- Fondo Financiero Agropecuario "FFA"
- Servicio Nacional de Aprendizaje "SENA"
- Instituto Colombiano de Comercio Exterior "INCO - MEX_ "
- Fondo Nacional de Promoción de Exportaciones "PRO-EXPO"
- Centro Internacional de Papa "C.I.P. "
- Centro Internacional de Agricultura Trópicos "C.I.- A.T. "
- Instituto de Investigaciones Tecnológicas "I. I.T. "
- Banco de la República,
- Otras.

4. CRUCE DE ENTIDADES FUENTES DE INFORMACION CON TEMAS DE INTERES

Este paso se efectúa cruzando el primer (1) punto con el tercero(3) del plan de Trabajo, mediante la siguiente matriz :



MATRIZ - CRUCE DE ENTIDADES FUENTES DE INFORMACION CON TEMAS DE INTERES

Temas de Interés Instituciones Fuentes	Producción		Comercia- lización		Mercados		Cio. Inter- nacional		Crédito		Industria	
ICA	X											X
FEDEPAPA	X		X									
OPSA	X		X									
IDEMA			X			X						
CAJA AGRARIA	X								X			
PRODESARROLLO	X		X									
DANE	X											X
FFA	X								X			
PROEXPO			X			X		X				
CIAT	X							X				X
IIT	X		X			X						X
ICONTEC			X									
OTRAS			X									

5. VISITA A LAS ENTIDADES FUENTES Y REVISION BIBLIOGRAFICA
POR INSTITUCIONES PARA EL PRODUCTO.

Se programan y efectuan visitas a los Institutos con el objeto de revisar y tomar bibliografías que aparecen en las bibliotecas y hemerotecas de dichas instancias con el propósito de elaborar un listado de referencias bibliográficas que son o no de importancia para el montaje del Subsistema de Información Secundaria para el producto en particular, importancia que se determinará en el desarrollo del trabajo.

Paralela a esta toma de información se debe hacer contacto con funcionarios de estas entidades que tengan experiencia sobre el producto en cuestión o vengán trabajando en él. Usualmente estas personas disponen de buena documentación y conocen muchas fuentes y contactos.

6. ORGANIZACION DE LAS REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS POR TEMAS.

Una vez concluidas las visitas a las entidades y realizada la toma de decisiones, en base a las referencias bibliográficas e información adicional, se procede a elaborar un registro por temas. La forma como se deben consignar las referencias es como comunmente aparece en las mismas fichas - Título de la obra o documento, autor(s), año, contenido, biblioteca, entidad donde se encuentra el documento y código con el cual aparece la misma.

Ejemplo:

- Respuesta de la papa a la aplicación de micro-nutrien

tes en algunos suelos de Colombia- en ICA, Bogotá, Programa Nacional de Tuberosas. Curso Internacional sobre producción de semillas de papa. Resúmenes de trabajos ,Bogotá, ICA -1979- Compendio NO.33 p.33-43. LORA SILVA, RODRIGO.ICA - Bogotá,Programa Nal. de Suelos.

Contenido : Papa, micro-nutrientes, suelos, Colombia, zona fría, Cundinamarca, (Dpto), Nariño,(Dpto) Boyacá(Dpto) Antioquía (Dpto).

BIBLIOTECA ICA . referencia # 3325 (03).

Este orden puede variar,si desaparece dentro de la ficha alguno de los datos, pero en lo posible debe ajustarse a la metodología.Algunas de las referencias al elaborar los registros pueden y de hecho aparecen incluidas en uno o más temas, ya que un documento trata varias materias, por lo tanto es necesario que se tome en cada una de ellas.

7. ELABORACION DE LA BIBLIOGRAFIA SELECTIVA SOBRE EL PRODUCTO
(PARA UN PERIODO DETERMINADO)

Terminando el paso anterior se procede a elaborar una primera selección de la información de acuerdo a la importancia que tenga para efectos de hacer análisis de precios y mercados para el producto, los criterios para la selección en primera instancia son el contenido que aparece descrito en la ficha bibliográfica, la cobertura en el tiempo y lugar de la información y aún el mismo título del documento o tema.

A esta información se le llama selectiva,por el carácter que reviste de ser especializada para el producto.Esta se debe ordenar alfabéticamente y se le dá una codificación interna para el montaje del Subsistema de información secundaria,co

dificación que permite llevar un archivo dentro del Subsistema una vez culminado el montaje del mismo. Por último dentro de este numeral se condensa la bibliografía selectiva en el cuadro resumen que se diseña con ayuda de la codificación. (Cuadro No. 1)

Los números identifican la codificación interna y por consiguiente los documentos que aparecen en la bibliografía selectiva (alfanumérica) bajo los diferentes temas.

8. PRESELECCION DE DOCUMENTOS PARA INCORPORARLOS AL SUBSISTEMA DE INFORMACION SECUNDARIA (POR PRODUCTO)

Sobre la bibliografía selectiva se realiza una segunda depuración de la información y se preseleccionan los documentos realmente importantes que aparecen en las entidades fuentes para revisarlos y adquirirlos. El resultado de esta nueva depuración es un listado de documentos que se adquieren para mantenerlos en el archivo de las Oficinas de Información de Precios y Mercados.

9. REVISION DE DOCUMENTOS PRESELECCIONADOS, SELECCION Y ADQUISICION DE LOS DE INTERES

Esta efecta a través de visitas a las bibliotecas y hemerotecas de las entidades fuentes para examinar la información seleccionada en el paso anterior, se lleva a cabo sobre el contenido del documento o tema, por agilidad se procede por leer la introducción, revisión del índice y una rápida observación del documento y se decide si se adquiere o se descarta, esta

	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	1.8	1.9	2.0	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	2.7	2.8	2.9	3.0	
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	1.8	1.9	2.0	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	2.7	2.8	2.9	3.0	
	99	100	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112	113	114	115	116	117	118	
	1.5	1.6																			
	152	153																			
INVENCIÓN	A.3	A.4	A.5	A.6	E.15	E.17	E.18	E.19	E.20	E.21	E.22	E.23	E.24	E.25	E.26	E.27	E.28	E.29	E.30	E.31	
RESERVA INVENCIÓN	3	4	5	27	27	94	93	100	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112	
	A.3	1.1	1.5	1.6	1.7																
	159	174	182	183	184																
CULTIVO HISTORIA	A.7	C.12	C.26	C.27	D.2	E.4	E.5	E.6	E.7	E.8	E.9	E.10	E.19	E.20	E.22	E.25	E.9	E.12	E.13	E.1	
	7	31	44	45	52	61	62	63	64	65	73	76	77	78	82	104	107	108	109	110	
	H.1	F.2	H.1	H.2																	
	1.5	140	147	148																	
OPUSCULOS MONOGRÁFICOS	A.1	A.11	A.13	D.1	E.1	E.2	E.3	E.26	E.27	E.3	E.4	E.5	E.8	E.9	E.10	E.11	E.12	E.13	E.14	E.15	
FERTILIZACIÓN	1	11	13	51	58	59	60	63	65	65	67	68	88	88	91	92	93	94	127	132	133
	H.2	S.1	T.2	V.1																	
	136	173	179	182																	
EXPERIENCIAS PLANTAS	C.8	C.15	C.17	E.10	E.11	E.12	E.13	E.14	E.19	E.1	E.1	E.9	E.15	E.3	E.9	E.2	E.28	S.1	T.2		
PLANTAS - CONTROL	26	34	35	67	68	69	70	71	75	94	95	104	124	127	133	136	156	173	179		
	T.3	V.1																			
	180	186																			
SEMILLAS	A.8	A.14	C.6	C.28	E.14	E.24	E.11	E.4	E.7	H.11	D.1	P.13	S.3	S.4	T.1						
	8	14	24	45	71	81	120	128	131	134	157	151	175	176	178						
VARIETADES	A.11	C.7	C.18	E.21	L.3	L.10	H.1	H.1	S.1												
	11	25	36	78	112	119	125	135	173												
COSTOS DE PRODUCCIÓN	C.19	C.20	C.21	C.22	C.23	C.24	C.25	E.16	H.7	H.4	H.5	H.6									
	37	38	39	40	41	42	45	73	131	170	171	172									
RENDIMIENTOS	A.12	A.14	A.16	C.7	C.24	C.25	D.7	E.3	E.4	E.1E	E.20	T.3	T.4	T.5	T.6	T.7	L.3	H.1	P.2		
	12	14	16	25	42	43	57	60	61	73	77	98	99	100	101	102	112	125	140		
ALMACENAMIENTO	A.8	A.9	A.10	A.17	C.32	D.5	D.6	E.18	E.24	H.1	I.10	P.1	S.5								
	8	9	10	17	50	55	56	75	81	95	105	139	177								
REPLANTES-COMERCIALIZACIÓN	C.1	C.4	C.10	C.14	C.18	C.31	C.32	D.4	D.7	E.8	E.17	L.3	L.8	L.14	H.1	H.5	H.6	H.7	P.2		
	19	22	28	32	36	49	50	54	57	65	74	112	117	123	125	129	130	131	140		
	P.5	P.18	P.19	P.20	P.21	P.22	P.23	P.27	P.28												
	143	156	157	158	159	160	161	165	166A												
INDUSTRIALIZACIÓN	A.10	C.2	C.29	C.30	D.4	F.6	H.1	L.2	L.8	L.2	L.5	L.6	L.7	L.12	L.13	H.2	P.4	P.6	P.7		
	10	20	47	48	54	89	95	97	103	111	114	115	116	121	122	126	142	144	145		
	F.8	F.9	P.10	P.11	F.12	T.3	U.1														
	146	147	148	149	150	180	184														
ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS	A.16	E.26	E.21	E.23	F.7	L.3	L.4	L.5	L.6	L.7	L.12	L.3	P.26	P.25	P.26	E.2					
EVALUACIÓN - PERDIDAS	16	77	78	82	90	96	99	103	101	102	107	112	107	107	107	104	105				
ESTADÍSTICAS-LEGISLACIÓN	A.6	L.11																			
	6	170																			
RESERVA	B.1																				
	19																				

NOTA: Este libro es una reproducción de los datos estadísticos publicados en el Anuario de la Oficina Central de Estadística de la República de Chile.

decisión se debe realizar en lo posible con funcionarios de - las entidades (CECORA-ICA; CECORA-CAJA AGRARIA, etc.) preferiblemente y que poseen criterios para colaborar a la selección (adquisición) de los documentos.

Adelantando este paso se adquieren los documentos, revistas, etc., bien sea por medio de la compra, obsequio o intercambio con las entidades fuentes.

10. DEFINICION DE NORMAS Y RESPONSABILIDADES ORIENTADAS AL MANEJO DEL SUBSISTEMA DE INFORMACION SECUNDARIA

1. Es responsabilidad de los equipos que elaboran la bibliografía selectiva por producto enviar copia de ésta a las demás oficinas del Sistema y a la Central si ésta se origina en una regional, el fin es lograr que cada oficina repose la información básica como ayuda en el manejo del producto para efectuar análisis de precios y mercados, como de otras variables.
2. Igualmente corresponde al equipo elaborar dos listados de documentos además de la Bibliografía Selectiva: a) uno que contiene los documentos que reposan en la oficina una vez concluida la revisión de documentos preseleccionados, selección y adquisición de los de interés (numeral 9) y cuya codificación coincide con la de la Bibliografía, - b) el otro contiene los documentos pendientes de adquirir y que son de importancia poseer en los de colección.
3. El analista debe investigar sobre los documentos pendien

tes de obtener y de los que vayan apareciendo nuevos, esta responsabilidad es compartida con el resto del personal de la unidad del equipo técnico regional. La forma como se obtienen los documentos una vez identificados es a través del Jefe de la Oficina a nivel Central, del Coordinador de Mercadeo ó del Director a nivel regional, según el caso, quienes deben continuar los pasos necesarios para la compra o adquisición de los mismos.

4. Todo documento que ingrese a formar parte de la Bibliografía Selectiva debe ser entregado a la secretaria de la Oficina quien es responsable de incluirlo en ella y darle el código que le corresponde; si el documento no se encuentra registrado en la Bibliografía se debe anotar y darle un nuevo código, de igual manera se suprime del listado de documentos pendientes si aparece en él y se incluye en el de documentos que reposan en los de colección.
5. El control y manejo de cada Bibliografía Selectiva por producto lo llevará el analista de precios encargado por producto, quien realizará la revisión y actualización de la misma mínimo cada seis meses.
6. La secretaria se encarga y responsabiliza del préstamo de documentos a los funcionarios; para controlar el préstamo de los mismos, se construye una ficha que se adhiere al libro y en ella se lleva el registro del nombre y fecha a quien se le ha entregado.
7. Cuando un funcionario de la Central o del nivel regional está interesado en un documento o tema específico (para

seguir el conducto regular), será responsabilidad del jefe de la Unidad o del Coordinador de Mercadeo o del Director Regional ordenar y enviar fotocopia del documento para que sea incluido en cada sistema de información se undaria por producto, esto se hace en coordinación con el analista de precios y la secretaria.

PROYECTO IICA / FONDO SIMON BOLIVAR - CECORA

ELABORACION DE PROCEDIMIENTOS Y PROGRAMAS
PARA SISTEMATIZACION DE INFORMACION
DE PRECIOS SIPM - CECORA

Nhora Martínez Rueda

Bogotá, 1981

CONTENIDO

	Página
CONTENIDO	iii
CUADROS	v
PROLOGO	vi
I INTRODUCCION	2
1.1 ANTECEDENTES Y JUSTIFICACION	2
1.2 OBJETIVOS	3
1.3 UNIDAD DE ESTUDIO	3
1.4 LIMITACIONES	3
II METODOLOGIA	6
2.1 SISTEMATIZACION DE INFORMACION	6
2.2 ANALISIS ESTADISTICO	15
2.2.1 Estadísticas Descriptivas	15
2.2.2 Números Índices	16
2.2.3 Deflactación	17
2.2.4 Costos de Comercialización	18
III PROGRAMAS	29
3.1 PROGRAMA 1.A. ESTADISTICAS DESCRIPTIVAS. PAQUETE SAS	29

3.2	PROGRAMA 1.B. ESTADÍSTICAS DESCRIPTIVAS. SERIE ORDENADA	31
3.3	PROGRAMA 2. NUMEROS INDICES	32
	CONCLUSIONES	34
	REFERENCIAS	36
	ANEXO 1	37
	ANEXO 1.A	38
	ANEXO 1.B (Tarjetas)	
	ANEXO 1.C	
	ANEXO 2	
	ANEXO 3 (Tarjetas)	
	ANEXO 4	
	ANEXO 5 (Tarjetas)	

CUADROS

	Página
1. Oficinas SIPM del país	6
22. Productos Seleccionados por Oficina	7
3. Identificación Semanal de los Precios	12
4. Diseño del formato de Entrada	13
4.A Primer Registro	13
4.B Segundo Registro	14
5. Índice Simple. Base Fija	19
6. Índice Simple. base Variable	20
7. Índice Simple Deflactado	21
8. Precio Promedio Deflactado	22
9. Índice de Precios al Consumidor para las Oficinas SIPM del país.	23
10. Matriz Costos de Comercialización	24
11. Costos de Transporte por Tonelada	25
12. Precios Netos Diarios	26
13. Orden de las tarjetas de Datos	33

PROLOGO

En el presente documento se dá la metodología de análisis estadístico que se sigue para el Sistema de Información de Precios y Mercados (SIPM) de CECORA para los datos del periodo 1978-1980 de diferentes productos en distintas oficinas SIPM del país.

El contenido general puede describirse así:

CAPITULO I: Planteamiento de objetivos

CAPITULO II: Metodología propuesta para el análisis estadístico

CAPITULO III: Programas de Computador

Se agradece la directa colaboración del doctor J. Eduardo Gutiérrez, consultor del IICA - Fondo Simón Bolívar; de los doctores Flavio Cifuentes, María Teresa de Gaitán y Juan Antonio Vargas, todos ellos funcionarios de la sección de precios de CECORA; además del Ingeniero de Sistemas Manuel Guerrero quien colaboró en la revisión de los programas.

NORA MARTINEZ RUEDA

Bogotá, Noviembre de 1981

CAPITULO I

I INTRODUCCION

1.1 ANTECEDENTES Y JUSTIFICACION

Desde 1977, año en que se inició el montaje de operación del SIPM, hasta la fecha, uno de los aspectos de la administración de la información de precios que ha sido objeto de las mayores preocupaciones y críticas por parte de los encargados del manejo del sistema y de sus usuarios, es la elaboración o procesamiento de dicha información. No obstante, esta es una de las áreas sobre las que menos se ha avanzado, al extremo de que la mayor parte de la información de flujo del sistema se corresponde con la información bruta recolectada, tal como se registra, sin que medie ningún tipo de procesamiento encaminado a facilitar su análisis, adaptar la información a las necesidades del usuario, o complementarla con otras variables que ayuden a explicar el funcionamiento de los respectivos mercados y permitan deducir recomendaciones para la actuación de las organizaciones beneficiarias y para su aplicación en la planificación.

Este hecho a más de limitar la calidad y el alcance de los servicios que presta el SIPM, ha contribuido significativamente a impedir un adecuado almacenamiento y ágil recuperación de la información requerida, lo que constituye una importante barrera para el oportuno e idóneo apoyo a las actividades de planificación del trabajo de campo y de las FAS y las coyunturales de actuación comercial.

1.2 OBJETIVOS

- 1.2.1 Sistematización de información.
- 1.2.2 Análisis estadístico de la información de precios de productos de interés de las oficinas SIPM del país en el periodo 1978 - 1980.
- 1.2.3 Elaboración de programas sencillos de computación que permitan obtener los resultados anteriores en una forma económica y válida.

1.3 UNIDAD DE ESTUDIO

De acuerdo a los intereses del SIPM se toma como unidad de estudio el precio diario por kilo de los productos que se seleccionen.

1.4 LIMITACIONES

El principal limitante en el desarrollo del presente trabajo es el computador. En primera instancia, el hecho de programar el computador de CECORA para programas de Estadística, es muy costoso; en el anexo 4 del presente documento se encuentra una cotización para tal fin, solicitada al señor Luis Guillermo Garnica.

Dada la anterior dificultad se hizo contacto con entidades tales como Planeación Nacional y DANE que tienen el computador programado para estos análisis pero hasta el momento no se ha obtenido una respuesta, aunque existe la posibilidad de conseguir el tiempo y memoria requeridos para correr los programas, especialmente con DANE.

Los resultados de computador que se adjuntan en el presente documento en el anexo 2 son del Centro de Cómputo de la Universidad Nacional de Colombia, tiempo y memoria conseguidos, gracias a la colaboración del doctor Ricardo Martínez, profesor de dedicación exclusiva en la Facultad de Agronomía de la Universidad Nacional.

CAPITULO II

II METODOLOGIA

2.1 SISTEMATIZACION DE INFORMACION

Para la sistematización de información se ha diseñado un código teniendo en cuenta un orden prioritario de las oficinas SIPM del país y de las variedades de los productos seleccionados. Las oficinas SIPM se encuentran detalladas en el Cuadro No. 1 con sus correspondientes códigos.

Cuadro No. 1

Oficinas SIPM del país.

OFICINAS SIPM	CODIGO
Bogotá	1
Calí	2
Medellín	3
Bucaramanga	4
Barranquilla	5
Cúcuta	6

Los productos prioritarios con sus correspondientes variedades son seleccionados de acuerdo a cada oficina, esto, porque en cada plaza la importancia de los productos es diferente; estos se encuentran detallados en el Cuadro No. 2

Cuadro No. 2

Productos Seleccionados por Oficina

OFICINA SIPM	PRODUCTO	VARIEDAD	CODIGO
Bogotá	Papa	Pastusa	111
		Guantiva	112
		Puracé	113
	Panela	Blanca Cuadrada	121
		Morena Cuadrada	122
	Tomate	Chonto	131
		Milano	132
	Maíz	Blanco	141
		Amarillo	142
	Fríjol	Nima - Calima	151
Andino		152	
Cali	Papa	Pastusa	211
		Guantiva	212
	Panela	Blanca Cuadrada	221
	Tomate	Chonto	231
		Milano	232
	Maíz	Blanco	241
		Amarillo	242
	Fríjol	Nima - Calima	251
		Radical	252
	Medellín	Papa	Capira
Cumanday			312
Puracé			313
Panela		Blanca Cuadrada	321
		Blanca Redonda	322

Cuadro No. 2

Productos Seleccionados por Oficinas

OFICINA SIPM	PRODUCTO	VARIEDAD	CODIGO
Medellín	Tomate	Chonto	331
		Milano	332
	Maíz	Blanco	341
		Amarillo	342
	Frijol	Nima - Calima	351
		Cargamanto	352
Bucaramanga	Papa	Pastusa	411
		Guantiva	412
		Puracé	413
	Panela	Blanca Cuadrada	421
		Morena Cuadrada	422
	Tomate	Ciruelo	431
		Chonto	432
	Maíz	Blanco	441
		Amarillo	442
	Frijol	Nima - Calima	451
Radical		452	
Barranquilla	Papa	Pastusa	511
		Puracé	512
	Panela	Blanca Cuadrada	521
	Tomate	Chonto	531
		Ciruelo	532
	Maíz	Blanco	541
		Amarillo	542
	Frijol	Nima - Calima	551
	Andino	552	

Cuadro No. 2

Productos Seleccionados por Oficinas

OFICINA SIPM	PRODUCTO	VARIEDAD	CODIGO
Cúcuta	Papa	Pastusa	611
		Guantiva	612
		Piracé	613
	Panela	Blanca Cuadrada	621
		Morena Cuadrada	622
	Tomate	Ciruelo	631
		Milano	632
	Maíz	Blanco	641
		Amarillo	642
	Frijol	Nima - Calima	651

Debido a que la información es diaria y de diferentes años, dentro del código se ha incluido el año y el mes; hasta el momento se tiene información de precios de tres días por semana (por lo general, lunes, miércoles y viernes) y considerando que existen meses de cinco semanas, se tiene en total y máximo, quince datos por mes de cada variedad de los productos seleccionados; es de anotar que debido a diferentes circunstancias, tales como días festivos, vacaciones, entre otras, no se recoge información, razón por la cual el número de datos por mes no es constante. Para identificar el dato por semana y por día se designan nombres a cada uno, como se encuentra detallado en el Cuadro No. 3

Para el diseño del formato de entrada se tiene en cuenta entonces, el código, el cual ocupa los diez primeros campos en un registro de 80 columnas y los datos se encuentran de la columna 17 en adelante hasta la 76 inclusive con un campo de cinco columnas por dato (ver Cuadro No. 4). El primer número del código corresponde al registro, ya que cada variedad necesita dos registros por mes. En el primer registro en las columnas 79 y 80 está especificado el número de datos por mes. Cuando falta un dato se deja un blanco en su campo correspondiente; es decir, si no se tiene la información correspondiente a PRIPRI aparecerá un blanco en las columnas 17 a 21 en el primer registro; pero si el dato faltante es QUITER, se tendrá un blanco en las columnas 27 a 31 del segundo registro. De esta manera se puede identificar el dato faltante.

Cada uno de los datos es el precio diario por kilo de una variedad correspondiente. Para hallarlos se multiplicó por 100 el precio por bulto (es la información que llega de las diferentes oficinas) y se dividió por el total de kilos. La razón para multiplicar por 100 se debe al interés de no perder pequeñas variaciones que se presentan y que al aproximar disminuye la desviación estándar y afecta el precio modal.

En el anexo 1.A del presente documento se encuentra la codificación de las oficinas SIPM del país. La información correspondiente a la oficina de Bogotá está procesada (anexo 1.B) pero falta perforar la variable de las columnas 79 y 80 (número de datos por mes). El Anexo 1.C corresponde al archivo de la oficina de Bogotá para las trece variedades de los cinco productos seleccionados.

Cuadro No. 3

Identificación Semanal y Diaria de los Precios

NOMBRE	SEMANA	DIA
PRIPRI	Primera	Primero
PRISE	Primera	Segundo
PRITE	Primera	Tercero
SEPRI	Segunda	Primero
SESE	Segunda	Segundo
SETER	Segunda	Tercero
TERPRI	Tercera	Primero
TERSE	Tercera	Segundo
TERTER	Tercera	Tercero
CUAPRI	Cuarta	Primero
CUASE	Cuarta	Segundo
CUATER	Cuarta	Tercero
QUIPRI	Quinta	Primero
QUISE	Quinta	Segundo
QUITER	Quinta	Tercero

Cuadro No. 4

Diseño del Formato de Entrada

Cuadro No. 4.A

Primer Registro

No. COLUMNA	VARIABLE
1	No. del registro
2	Código Oficina SIPM
3	Código producto
4	Código Variedad
5 a 8	Año
9 y 10	Mes
17 a 21	PRIPRI
22 a 26	PRISE
27 a 31	PRITE
32 a 36	SEPRI
37 a 41	SESE
42 a 46	SETER
47 a 51	TERPRI
52 a 56	TERSE
57 a 61	TERTER
62 a 66	CUAPRI
67 a 71	CUASE
72 a 76	CUATER
79 y 80	Número de datos por mes

Cuadro No. 4

Diseño del formato de Entrada

Cuadro No. 4.B

Segundo Registro

No. COLUMNA	VARIABLE
1	No. del registro
2	Código Oficina SIPM
3	Código Producto
4	Código variedad
5 a 8	Año
9 y 10	Mes
17 a 21	QUIPRI
22 a 26	QUISE
27 a 31	QUITER
32 a 80	En blanco

2.2 ANALISIS ESTADISTICO

El análisis estadístico responde a los intereses del SIPM y se divide de la siguiente manera:

2.2.1 Estadísticas Descriptivas

Las estadísticas descriptivas que se consideran de mayor interés son:

a. Promedio Aritmético: \bar{X}

$$\bar{X} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_i$$

donde:

X_i : Precio por kilo del i-ésimo día

n : Número de datos por mes

b. Desviación Estándar: S

$$S = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_i^2 - (\bar{X})^2$$

donde \bar{X} es el promedio aritmético calculado en el numeral a.

c. Mediana: Me

La mediana es el dato que divide la serie ordenada en forma ascendente (o descendente) en dos.

Si n es impar, entonces la mediana es el dato central, es decir:

$$Me = X_{\frac{n}{2} + 1}$$

Si n es par, la mediana es el promedio de los dos datos centrales, así:

$$Me = \frac{\frac{X_{\frac{n}{2}} + X_{\frac{n}{2} + 1}}{2}}{2}$$

d. Moda: Md

La moda es el dato que más se repite en una distribución determinada.

e. Rango:

Se buscan los dos precios extremos del mes.

MAX; Precio mensual máximo

MIN: Precio mensual mínimo.

A manera de ejemplo se trabajó en forma manual la oficina de Bogotá con el producto papa en sus tres variedades seleccionadas (Pastusa, Guantiva y Puracé); estos resultados no se adjuntan debido a que son los mismos del programa 1.A (anexo 2 del presente documento)

2.2.2 Números Índices (4)⁺

Los índices deuncen un número que es descriptivo del volumen de un agregado dado o del cambio ocurrido en él con el tiempo o de un lugar a otro. Los números índices relacionan una o más variables en un período dado con la misma variable o variables en otro período, llamado período base. Un índice que se calcula a partir de una variable, se denomina índice simple; mientras que un índice que se construye a partir de un grupo de variables es considerado un índice compuesto.

En el presente trabajo se calculan índices simples con base fija y base variable, así:

a. Índice simple con base fija

$$\frac{\text{Precio promedio mensual 1978}}{\text{Precio promedio enero 1978}}$$

+ Ver referencia 4

$$\frac{\text{Precio promedio mensual 1979}}{\text{Precio promedio enero 1978}}$$

$$\frac{\text{Precio promedio mensual 1980}}{\text{Precio promedio enero 1978}}$$

Estos índices generan una serie continua.

b. Índice simple con base variable

$$\frac{\text{Precio promedio mensual 1978}}{\text{Precio promedio enero 1978}}$$

$$\frac{\text{Precio promedio mensual 1979}}{\text{Precio promedio enero 1979}}$$

$$\frac{\text{Precio promedio mensual 1980}}{\text{Precio promedio enero 1980}}$$

El índice con base variable da como resultado una serie parcial.

En los Cuadros Nos. 5 y 6 que se hallan al final de la sección 2.2 se detallan los resultados, que se obtuvieron en forma manual para la oficina de Bogotá con el producto papa en sus tres variedades seleccionadas. Estos resultados se obtienen utilizando el Programa 2 (Anexo 3.C)

2.2.3 Deflactación

Para deflactar la información se ha tenido en cuenta el índice de precios al consumidor (IPC) total para obreros, obtenido por el DANE, porque el IPC proporciona una mejor visión del poder adquisitivo del productor. Se ha construido entonces, un índice deflactor (ID) que tiene como base enero de 1978, así:

$$ID = \frac{\text{IPC enero 1978}}{\text{IPC mensual 1978}}$$

con el índice deflactor se obtiene:

a. Índice simple deflactado: ISD

ISD = ID multiplicado por el índice simple mensual con base fija.

b. Precio promedio deflactado: PPD

$$\text{PPD} = \text{ID multiplicado por } \bar{X}$$

En los Cuadros Nos. 7 y 8 (Ver final sección 2.2.) se encuentran los resultados para la oficina de Bogotá con el producto papa, (cálculos elaborados en forma manual). Con el Programa 2 se obtiene la deflactación.

2.2.4 Costos de Comercialización

Con los costos de comercialización se pretende hallar precios diarios netos con el fin de poder cruzar información a nivel país y en un momento dado determinar el precio de venta de un producto de determinado mercado vendido en otro. Para los costos de comercialización se tiene una matriz, que se puede observar en el Cuadro No. 10.

El precio neto diario es entonces, el precio diario menos el costo de comercialización.

A manera de ejemplo se tienen los cálculos para diciembre de 1980 para la oficina de Bogotá con el producto papa en las variedades pastosa, guantiva y puracé.

Como costos de comercialización solo se considera los costos de transporte ya que fue la información que llegó más rápido de las diferentes oficinas del país.

Los resultados se encuentran en los Cuadros Nos. 11 y 12.

Cuadro No. 5

Indice Simple. Base Fija

MES	GUANTIVA			PASTUSA			PURACE		
	1978	1979	1980	1978	1979	1980	1978	1979	1980
Enero	100	107.9	304.5	100	139.7	279.1	100	140.7	255.9
Febrero	127.9	200.8	293.4	114.6	177.4	292.6	120.9	168.7	271.7
Marzo	176.6	261.9	341.8	154.3	211.1	347.4	148.5	223.6	315.2
Abril	219.7	288.9	407.4	186.6	229.4	398.0	207.1	249.8	355.6
Mayo	214.3	209.0	472.5	211.7	231.4	454.9	217.8	105.1	420.5
Junio	130.7	170.5	407.0	177.7	210.8	439.1	142.4	162.3	367.0
Julio	82.8	150.0	316.4	112.0	160.6	292.0	82.2	124.6	276.4
Agosto	82.4	142.6	351.6	96.6	148.3	284.6	76.4	117.5	305.1
Septiembre	80.7	188.5	331.1	85.4	162.0	278.0	80.1	154.2	298.3
Octubre	88.1	267.2	323.8	85.1	215.1	268.2	78.1	222.2	283.2
Noviembre	119.7	331.1	244.7	102.0	268.3	234.0	103.4	274.7	235.3
Diciembre	157.4	289.3	218.4	132.0	257.4	230.3	131.6	251.8	222.6

Cuadro No. 6

Indice Simple. Base Variable

MES	GUANTEVA			PASTUSA			PURACE		
	1978	1979	1980	1978	1979	1980	1978	1979	1980
Enero	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Febrero	128	127	73	115	127	105	121	117	106
Marzo	177	152	112	154	152	124	148	160	123
Abril	220	167	134	187	167	143	207	177	139
Mayo	214	165	155	212	165	164	218	144	164
Junio	131	150	134	178	150	157	142	115	143
Julio	83	114	104	112	114	105	82	88	108
Agosto	82	105	115	97	105	102	76	83	119
Septiembre	81	115	109	85	115	100	80	109	117
Octubre	88	154	106	85	154	95	78	158	111
Noviembre	102	191	80	102	191	84	103	195	92
Diciembre	132	184	72	132	184	72	132	179	87

Cuadro No. 7

Indice Simple Deflactado

MES	ID	PASrUSA			GUANTIVA			PURACE		
		1978	1979	1980	1978	1979	1980	1978	1979	1980
Enero	100	10000	13970	27910	10000	10790	30450	10000	14070	25590
Febrero	96.9	11105	17190	28353	12393	19457	28430	11715	16346	29328
Marzo	93.7	14458	19780	32551	16547	24540	32027	13914	20951	20534
Abril	90.1	16813	20669	35860	19795	26030	36707	18660	22507	32040
Mayo	87.9	18608	20340	39986	18837	18371	41533	19145	18028	36962
Junio	87.4	15531	18424	38381	11423	14902	35572	12446	14185	32076
Julio	89.8	10058	14422	26222	7435	13470	28413	7382	11189	24821
Agosto	90.4	8733	13406	25728	7449	12891	31785	6907	10622	27581
Septiembre	90.0	7686	14580	25020	7263	16965	29799	7207	13878	26847
Octubre	89.0	7574	19144	23870	7841	23781	28818	6951	19776	25205
Noviembre	87.2	8894	23396	20405	10438	28872	21338	9016	23954	20518
Diciembre	85.6	11299	22033	19714	13473	24764	18695	11265	21554	19055

Cuadro No. 8

Precio Promedio Deflactado

MES	ID	PASTUSA			GUANTIVA			PURACE		
		1978	1978	1980	1978	1979	1980	1978	1979	1980
Enero	100	350.0	491.0	977.0	244.0	417.0	743.0	297.0	419.0	760.0
Febrero	96.9	188.6	602.7	992.3	302.3	462.9	693.8	347.9	484.5	782.0
Marzo	93.7	506.0	699.0	1139.4	403.9	602.5	781.5	413.2	629.7	877.0
Abril	90.1	588.3	721.7	1255.1	482.9	632.5	895.2	554.1	666.7	951.5
Mayo	87.9	651.3	712.9	1399.4	459.7	442.1	1013.5	568.7	528.3	1097.9
Junio	87.4	543.6	644.1	1343.3	278.8	363.6	867.9	369.7	421.3	952.7
Julio	89.8	352.0	503.8	917.8	181.4	327.8	693.3	219.1	331.4	737.3
Agosto	90.4	303.5	468.3	900.4	181.7	313.7	775.6	205.2	314.6	819.0
Septiembre	90.0	269.1	509.4	875.7	177.3	413.1	727.2	214.2	411.3	797.4
Octubre	89.0	265.2	671.1	823.3	191.4	580.3	703.1	206.5	588.3	748.5
Noviembre	87.2	311.3	818.8	714.2	254.6	704.6	520.6	267.7	709.8	609.5
Diciembre	85.6	395.5	771.2	689.9	328.7	603.5	456.3	334.7	629.4	565.8

Cuadro No. 9

Indice de Precios al Consumidor
para las Oficinas SIPM del País

OFICINA SIPM MES	BOGOTA	CALI	MEDELLIN	B/MANGA	B/QUILLA
Enero	1762.6	1906.6	1763.1	2165.8	1951.6
Febrero	1818.7	1931.6	1785.0	2243.9	1941.5
Marzo	1881.2	1948.0	1840.3	2295.4	2040.5
Abril	1955.3	1988.8	1881.4	2343.9	2026.4
Mayo	2004.3	2014.1	1918.6	2340.1	2106.7
Junio	2016.7	2052.4	1949.9	2360.2	2230.0
Julio	1962.9	2065.6	1946.2	2378.7	2221.9
Agosto	1950.5	2054.0	1946.3	2385.2	2231.7
Septiembre	1959.2	2094.9	1968.2	2391.3	2200.2
Octubre	1981.0	2116.1	1999.1	2400.8	2302.8
Noviembre	2021.6	2146.2	2028.3	2458.0	2307.6
Diciembre	2059.7	2184.3	2080.1	2507.9	2275.6

Indice de precios al consumidor mensual, total, para obreros,
correspondiente a 1978. Base: Julio de 1954 - Junio de 1955 = 100.
Total = Alimentos + Vivienda + Vestuario + Misceláneo

FUENTE: DANE

Cuadro No. 10

Matriz Costos de Comercialización

DESTINO ORIGEN	BOGOTA	CALI	MEDELLIN	B/MANGA	B/QUILLA	CUCUTA
BOGOTA	-	C ₁₂	C ₁₃	C ₁₄	C ₁₅	C ₁₆
CALI	C ₂₁	-	C ₂₃	C ₂₄	C ₂₅	C ₂₆
MEDELLIN	C ₃₁	C ₃₂	-	C ₃₄	C ₃₅	C ₃₆
B/MANGA	C ₄₁	C ₄₂	C ₄₃	-	C ₄₅	C ₄₆
B/QUILLA	C ₅₁	C ₅₂	C ₅₃	C ₅₄	-	C ₅₆
CUCUTA	C ₆₁	C ₆₂	C ₆₃	C ₆₄	C ₆₅	-
POPAYAN	C ₇₁	C ₇₂	C ₇₃	C ₇₄	C ₇₅	C ₇₆
PASTO	C ₈₁	C ₈₂	C ₈₃	C ₈₄	C ₈₅	C ₈₆
MONTERIA	C ₉₁	C ₉₂	C ₉₃	C ₉₄	C ₉₅	C ₉₆
SINCELEJO	C ₁₀₁	C ₁₀₂	C ₁₀₃	C ₁₀₄	C ₁₀₅	C ₁₀₆

Donde:

Ciudades destino son las oficinas SIPM del país; ciudades origen las oficinas SIPM y capitales departamentales DRI y C_{ij} es el costo de comercialización de la i -ésima ciudad origen a la j -ésima ciudad destino.

Cuadro No. 11

Costos de transporte por Tonelada

DESTINO ORIGEN	BOGOTA	MEDELLIN	CALI	B/QUILLA	B/MANGA	CUCUTA
BOGOTA	-	2000	1600	2500	2000	2200
MEDELLIN	1850	-	1250	1350		
CALI	1800	1600	-	2650		
B/QUILLA		2450		-	2250	
B/MANGA	1200				-	800
POPAYAN	2000		700			

El blanco indica información faltante.

Cuadro No. 12

Precios Netos Diarios
Ciudad Destino: Bogotá

VARIABLE	VARIEDAD	MEDELLIN	CALI	POPAYAN	B/MANGA
PRIPRI	Pastusa	5.84	5.89	5.69	6.49
	Guantiva	3.44	3.49	3.29	4.09
	Puracé	4.27	4.32	4.12	4.92
PRISE	Pastusa	6.23	6.28	6.08	6.88
	Guantiva	3.57	3.62	3.42	4.22
	Puracé	5.01	4.32	5-07	5.66
PRITE	Pastusa	5.83	5.68	5.88	6.48
	Guantiva	3.33	3.38	3.18	3.98
	Puracé	5.22	5.07	5,27	5.87
SEPRI	Pastusa	6.53	6.58	6.38	7.18
	Guantiva	3.67	3.62	3.47	4.27
	Puracé	6.53	6.58	6.38	7.18
SESE	Pastusa	6.71	6.76	6.56	7.36
	Guantiva	3.56	3.36	3.56	4.16
	Puracé	4.98	5.03	4.83	5.63
SETER	Pastusa	6.33	6.68	6.48	7.28
	Guantiva	3.44	3.29	3.49	4.09
	Puracé	5.39	5.44	5.44	6.04
TERPRI	Pastusa	6.64	6.69	6.49	7.29
	Guantiva	3.48	3.43	3.28	4.08
	Puracé	4.95	5.00	4.80	5.60
TERSE	Pastusa	6.47	6.52	6.32	7.12
	Guantiva	3.32	3.27	3.12	3.92
	Puracé	4.77	4.82	4.62	5.42
TERTER	Pastusa	6.61	6.66	6.46	7.26
	Guantiva	3.33	3.38	3.18	3.98
	Puracé	4.48	4.53	4.33	5.13

Cuadro No. 12

Precios Netos Diarios
Ciudad Destino: Bogotá

VARIABLE	VARIEDAD	MEDELLIN	CALI	POPAYAN	B/MANGA
CUAPRI	Pastusa	5.01	5.06	4.86	5.66
	Guantiva	3.14	3.19	2.99	3.79
	Puracé	4.39	4.44	4.24	5.04
CUASE	Pastusa	5.07	5.12	4.92	5.72
	Guantiva	3.27	3.32	3.12	3.92
	Puracé	4.03	4.08	3.88	4.68
CUATER	Pastusa				
	Guantiva				
	Puracé				
QUIPRI	Pastusa	6.56	6.61	6.41	7.21
	Guantiva	4.02	4.07	3.87	4.67
	Puracé	4.77	4.82	4.62	5.42
QUISE	Pastusa	6.63	6.68	6.48	7.28
	Guantiva	3.79	3.84	3.64	4.44
	Puracé	4.64	4.69	4.49	5.29
QUITER	Pastusa				
	Guantiva				
	Puracé				

CAPITULO III

III PROGRAMAS

En el presente capítulo se explica en forma detallada como utilizar los programas que son necesarios para realizar el análisis estadístico de la información de precios y mercados con la metodología dada en el capítulo II.

Los programas perforados son el anexo 3 y están en lenguaje Fortran IV.

3.1 PROGRAMA 1.A. ESTADISTICAS DESCRIPTIVAS. PAQUETE SAS

Para el cálculo de las estadísticas descriptivas se utiliza el paquete SAS 1979 el cual proporciona la siguiente información:

N: Número de datos por mes.

NMISSING: Número de datos faltantes por mes.

MEAN: Promedio aritmético mensual

STANDARD DESVIATION: Desviación estándar

MAX; Precio máximo por mes

MIN: Precio mínimo por mes

Para utilizar el Programa 1!a se debe seguir el siguiente orden en los registros:

1. Tarjetas de control (varían de acuerdo al computador)
2. //EXEC SAS;
3. TITLE (Este registro puede variar de posición)
4. DATA ENSAYO; (Nombre del archivo con la información original diaria)

- 5.INPUT; Instrucción que especifica la forma como están codificados los registros, con la información original (ver Cuadro No. 4)
6. CARDS:
7. Tarjetas de datos
8. DATA UNO; SET ENSAYO;
9. Tarjetas correspondientes al archivo uno. (Más adelante se dá la explicación de la formación del archivo uno)
- 10.DATA DOS; SET UNO;
- 11.Tarjetas correspondientes al archivo dos. Son las siguientes:
 - MES = PRIPRI; OUTPUT DOS;
 - MES = PRISE; OUTPUT DOS;
 - MES = PRITE; OUTPUT DOS;
 -
 -
 -
 - MES = QUIPRI; OUTPUT DOS;
 - MES = QUISE; OUTPUT DOS;
 - MES = QUITER; OUTPUT DOS;
- 12.PROC PRINT DATA = ENSAYO;
- 13.PROC SORT; BY G;
- 14.PROC MEANS N MISSING MEAN STD MAX MIN DATA = DOS;
- 15.BY G; VAR MES;
- 16.//
- 17./

El orden anterior es inalterable excepto el registro del título, el cual puede ir en cualquier parte del cuerpo del programa.

El archivo uno se forma debido a que se quieren las estadísticas mensuales. Se perfora una tarjeta con los códigos correspondientes a los dos registros de cada variedad, para que con ellos forme un solo grupo; los resultados salen por grupo y este se

identifica en el archivo uno.

Algunas de las tarjetas de este archivo uno para la oficina de Bogotá con el producto papa en sus tres variedades son:

IF COD = 1111197801 OR COD = 2111197801 THEN G = 1

IF COD = 1112197801 OR COD = 2112197801 THEN G = 2

IF COD = 1113197801 OR COD = 2113197801 THEN G = 3

IF COD = 1111197802 OR COD = 2111197802 THEN G = 4

IF COD = 1112197802 OR COD = 2112197802 THEN G = 5

IF COD = 1113197802 OR COD = 2113197802 THEN G = 6

y así sigue para cada una de las variedades, meses y años.

Este archivo uno para el producto papa con tres variedades está formado por 108 registros (36 registros por año, tres por mes); para los productos con dos variedades se necesitan 72 registros (24 por año, dos por mes). No interesa el número al cual se haga igual G (grupo) solo es importante que no se repita ningún número para el mismo producto (ver listados Anexo 2). El programa imprime el archivo ensayo, es decir, el conjunto de precios por variedad y calcula las estadísticas descriptivas especificadas al principio del presente numeral. Los resultados aparecen en el Anexo 2 y el archivo ensayo en el Anexo 1.C.

3.2 PROGRAMA 1.B. ESTADÍSTICAS DESCRIPTIVAS: SERIE ORDENADA

Este programa ordena en forma descendente los precios mensuales, lo cual permite observar el precio modal y el cálculo de la mediana es muy sencillo (ver numeral 2.2.1. c y d)

Los registros que se encuentran en el Anexo 3.B se denominan cuerpo del programa y el orden de este para correrlo es el siguiente:

1. Tarjetas de control
2. Cuerpo del programa
3. Tarjetas de datos

Este programa igual que el programa 2 no fue posible correrlos en la Universidad Nacional, por razón de cosotos, ya que el tiempo (tres minutos) y memoria (clase A) que fue posible conseguir no alcanzaba para todos los programas.

3.3 PROGRAMA 2. NUMEROS INDICES

La metodología explicada en los numerales 2.2.2 y 2.2.3 y los resultados detallados en los Cuadros No. 5, 6, 7 y 8 se obtienen con el Programa 2. El cuerpo del programa se adjunta en el Anexo 3.C y el orden es el siguiente:

1. Tarjetas de control
2. Cuerpo del programa
3. Tarjetas de datos

Para correr los programas 1.B y 2 es necesario perforar las columnas 79 y 80 (número de datos por mes) del primer registro. Para el Programa 1.A no hace falta esta variable ya que el paquete la calcula. Además las tarjetas se deben ordenar por años como está la información para Bogotá. En el Cuadro No. 13 se dan algunos productos. Para el programa 1.A no es indispensable este orden. Para Bogotá se hizo por variedades; de cualquier manera el programa funciona, (programa 1.A).

Cuadro No. 13

Orden de las Tarjetas de Datos

OFICINA	PRODUCTO	VARIEDAD	AÑO
Bogotá	Papa	Guantiva	1978 - 1979 - 1980
		Pastusa	1978 - 1979 - 1980
		Puracé	1978 - 1979 - 1980
	Panela	Blanca Cuadrada	1978 - 1979 - 1980
		Morena Cuadrada	1978 - 1979 - 1980
	Tomate	Chonto	1978 - 1979 - 1980
		Milano	1978 - 1979 - 1980
	Maíz	Blanco	1978 - 1979 - 1980
		Amarillo	1978 - 1979 - 1980
	Frijol	Nima - Calima	1978 - 1979 - 1980
		Andino	1978 - 1979 - 1980

CONCLUSIONES

Como puede apreciarse a través del documento los objetivos propuestos, a pesar del gran limitante del computador (razón que hizo retrasar demasiado el desarrollo del trabajo), se han cumplido.

Para lograr continuidad en el análisis se tienen varias posibilidades, tales como:

1. Programar el computador que tiene CECORA, lo cual puede parecer muy costoso en principio, pero los adelantos que ofrece a la sección de precios y por consiguiente la imagen que esto le dá a la Empresa son tan importantes, que justifica el gasto. El poder procesar la información a nivel país y dar resultados, como se ha logrado con este trabajo, ofrece muchas alternativas e incentivos a los funcionarios y a la Entidad.
2. Lograr un acuerdo interinstitucional, CECORA - DANE, por ejemplo, para lograr correr los programas. Es de anotar que la información de precios que posee CECORA es muy valiosa y puede interesar a muchas entidades; entre ellas DANE y Planeación Nacional.
3. Utilizar una calculadora manual (Cassio fx 102, por ejemplo), que calcule las estadísticas descriptivas con solo darle los datos; los otros análisis (números índices, deflactación y costos de comercialización) hallarlos en forma manual.

La opción tres en principio, puede ser la más viable; pero a través del tiempo resulta muy costosa, porque implica un funcionario que tendrá un trabajo diario, largo y mecánico, lo cual resulta tedioso en poco tiempo. En cambio si se estudia la primera propuesta, el costo es solo inicial; además de lograr los análisis hechos en este trabajo ofrece muchas alternativas, además de que se descarga al personal de trabajos mecánicos.

REFERENCIAS

1. BARR, A.J., GOODNIGHT, J. M., SALL, J. P. y HELWIG, J. T
Statistical Analysis Systems. North Carolina, U.S.A.
Sas Institute. 1979. 329 p.
2. GUTIERREZ, J. E. Modelo General para el Sistema de Información
de Precios y Mercados de CECORA. Bogota, Colombia.
IICA (F!S!B) - CECORA. 1980. 145p.
3. ORGANICK, E. I. A Fortran IV Primer. Massachusetts, E.U.
Addison - Wesley . 1966. 301p.
4. YA - LUN CHOU. Análisis Estadístico. México. Interamericana.
1972. 861p.

ANEXO 1

ANEXO 1.A

Codificación de Información

ANEXO 1.B

Información correspondiente a la oficina de Bogotá.

(Tarjetas)

ANEXO 1.C

Archivo correspondiente a la oficina de Bogotá.

ANEXO 2

Resultados de Computador

ANEXO 3

Cuerpo de los Programas 1.A, 1.B y 2

(Tarjetas)

ANEXO 4

Cotización

ANEKO 5

Archivo uno. Bogotá

(Tarjetas)



INSTITUTO INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS - OEA

OFICINA EN COLOMBIA

PROYECTO IICA/FONDO SIMON BOLIVAR-CECORA

• "DESARROLLO DE LOS SISTEMAS DE COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS MANEJADOS POR ORGANIZACIONES CAMPESINAS VINCULADAS A CECORA "

MANUAL DE FUNCIONES RELACIONADAS CON LA INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS

Flavio Cifuentes
Director SIPM-CECORA
José Eduardo Gutiérrez P.
Especialista en Comercialización
IICA

Bogotá, Colombia
Marzo, 1982

INTRODUCCION

El presente documento aborda la asignación de funciones, y responsabilidades relativas a la información de precios y mercados sin precisar aquellas de carácter netamente administrativo, que son función de la organización que para dicho fin tiene "CECORA".

Si bien es cierto que el montaje del SIPM, implica la asignación específica de generar la información de precios y mercados requerida por el Subprograma, esto no significa que esta sea producto del trabajo exclusivo del sistema en base a los recursos de personal asignados a él. Por el contrario, implica ante todo la responsabilidad de sincronizar a la institución como un todo, para este propósito. Igual ocurre con los demás compromisos contraídos por CECORA, los que deben ser desarrollados en conjunto y mancomunadamente por todas las instancias de la institución.

En ningún momento se justifica duplicar las actividades y - ampliar recursos, menos aún bajo la idea de que el "SIPM", sea una dependencia estanca, aislada del resto del Subprograma, pero con la gran responsabilidad de producir la información requerida, ajustada a las necesidades particulares de cada usuario y adaptada a las características y peculiaridades de cada uno de ellos.

Es así como la calidad, utilidad y adecuación de la información dependen en una buena parte del aporte y vinculación efectiva - de los equipos de campo y del personal técnico a la operación del "SIPM". Por lo demás, en estas instancias se cuenta con el personal que lleva los servicios de la institución a los beneficiarios y que con vive con su problemática.

Por lo tanto el proyecto de información de precios y mercados implica, una responsabilidad compartida, que es necesario normalizar asignando funciones y responsabilidades específicas a cada funcionario, dependencia y supervisando cuidadosamente su cumplimiento.

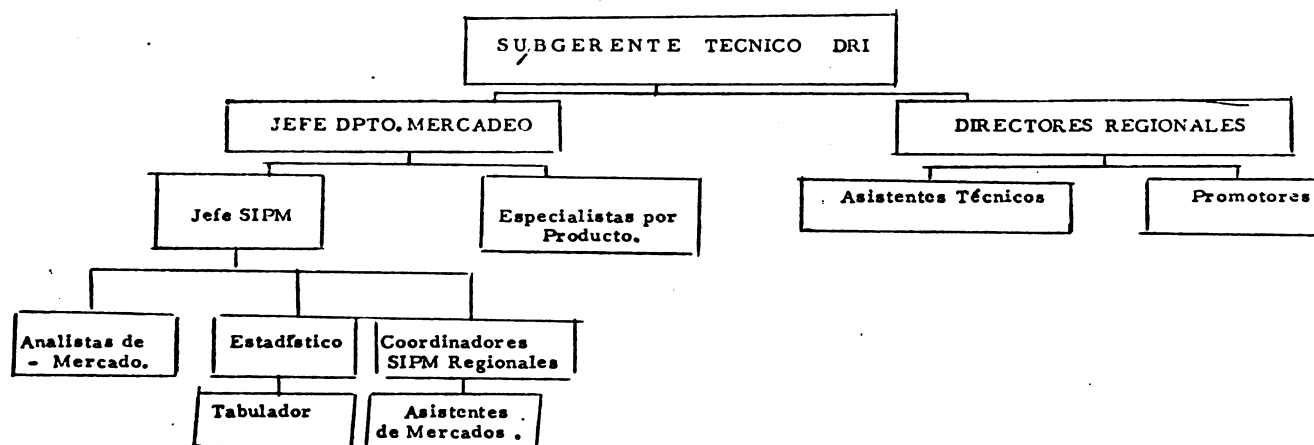
Por los motivos anteriormente enunciados y el hecho de que el modelo tiene como uno de sus propósitos esenciales señalar una vía para una gestión idónea del "SIPM", es necesario precisar sus funciones generales, las de sus unidades básicas y del personal adscrito. Igualmente las funciones relacionadas con la información de precios y mercados, para el personal adscrito al sistema.

En la elaboración del presente manual se ha puesto especial énfasis en evitar multiplicidad de líneas de mando y/o dependencia. Estas usualmente generan un trabajo disperso y sin horizontes, dificultan racionalizar el uso de recursos y desarrollar una gestión integral y coherente, causan desánimo en el personal y no permiten hacer programación de objetivos o productos, sino que se trabaja a causa y para las coyunturas.

Con la pretensión de lograr un desempeño organizado, cada funcionario responderá por sus labores ante el jefe inmediato. Aquellos que tienen mando disponen de un conjunto de recursos humanos que deben administrar adecuadamente para poder cumplir con sus responsabilidades, pero solo ellos se hacen responsables ante el siguiente nivel de desempeño.

Coherente con este enfoque es el funcionamiento del Sistema de Información interna del "SIPM".

**LINEAS DE MANDO Y DEPENDENCIA DE FUNCIONARIOS
QUE TIENEN RESPONSABILIDADES CON RESPECTO A
INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS .**



A. FUNCIONES GENERALES DEL "SIPM" Y DE SUS UNIDADES

El "SIPM" será la instancia especializada en la obtención, procesamiento y difusión de la información de precios y mercados, requerida por el Subprograma de comercialización DRI, tanto para sus funcionarios (información interna), como para los beneficiarios y otras instituciones del programa (Información de Servicio).

El principal efecto buscado, es mejorar el proceso de toma de decisiones de sus usuarios, en lo que respecta fundamentalmente al mercadeo y en segundo término a la producción primaria. Las principales decisiones a apoyar se refieren a cuándo, cómo, dónde, qué y cuánto vender y procesos de Post-Cosecha a asumir. También merece resaltarse la importancia de la información para estimar precios probables de transacción y ganar un mayor poder de negociación.

Para cumplir con las funciones generales y propósitos planteados, las siguientes serán las funciones de sus unidades.

a. UNIDAD CENTRAL.

Es una unidad administradora del sistema y como tal le compete su dirección, coordinación entre sus unidades básicas y las demás instancias de CECORA; la selección, entrenamiento, capacitación y desarrollo de su personal, elaboración y establecimiento de metodologías, normas, procedimientos y otros mecanismos y recursos que permitan el funcionamiento eficiente y homogéneo del sistema y de las labores y funciones relacionadas con la información de precios y mercados del personal no adscrito; el respectivo control general de la operación y la obtención, elaboración y difusión de información de carácter nacional y/o agregado de las unidades regionales y otras.

b. UNIDADES REGIONALES

Dirección y coordinación de las oficinas adscritas y de las labores relacionadas con la información de precios y mercados, que desarrollan las instancias de campo en su área de influencia.

La obtención, elaboración y difusión de información para su área de influencia (zonas DRI), de acuerdo a las metodologías, normas, procedimientos y otros mecanismos establecidos para tales fines por la unidad central.

La unidad regional Bogotá, será la unidad piloto para el desarrollo de los paquetes metodológicos y procedimentales, para cuyo efecto operará conjuntamente con la unidad central.

B. FUNCIONES DE PERSONAL DEL SISTEMA DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS.

Se refiere a las funciones de personal adscrito y vinculado de tiempo completo al Sistema.

a. Personal radicado en la Unidad Central.

1. Denominación del Cargo : Director del Sistema

Dependencia Directa: Jefe del Departamento Técnico
de Mercadeo.

Descripción de Funciones:

- Dirigir, coordinar y controlar la operación del proyecto: "Sistema de información de Precios y Mercados" para el Subprograma de Comercialización.
- Establecer de acuerdo alas políticas del programa de Desarrollo Rural Integrado, del Subprograma de Comercialización y de la institución y de acuerdo al papel y ámbito del sistema, las metodologías, normas, procedimientos y demás mecanismos necesarios para el eficiente desarrollo del proyecto. Para ello conformará, orientará y coordinará los grupos de trabajo que sean necesarios para tal fin.
- Diseñar y poner en funcionamiento los mecanismos de control necesarios para el adecuado desarrollo y orientación del sistema.
- ¿ Preparar y sustentar los planes anuales de actividades y presupuesto .
- Identificar necesidades de asesoría especializada, - para mantener un desempeño adecuado del sistema y mejorar sus servicios .
- , Canalizar las respectivas peticiones sustentadas a través de los niveles de decisión pertinentes .
- Identificar necesidades de capacitación del personal del sistema y recomendar el desarrollo de programas específicos tendientes a desarrollar la calidad de los recursos humanos asignados.

-Supervisar el personal a su cargo, dando cabal cumplimiento a las normas de administración de personal establecidas por la Central.

- Efectuar la coordinación con las demás dependencias de CECORA.

-Representar al SIPM, ante las demás entidades del programa.

Requisitos:

Título Universitario, preferentemente en Economía Agrícola o Agronomía y experiencia mínima de tres (3) años en Sistemas de información de precios y mercados, desarrollo rural y mercadeo. Deseable alguna experiencia administrativa.

2. Denominación del Cargo: Analistas de Mercado.

Dependencia Directa: Director del Sistema

Descripción de Funciones:

- -Supervisar y dirigir la apertura y mantenimiento de archivos de información por productos. Estos se conformarán en base a información de carácter primario y secundario.
- Mantener actualizada la información mediante la identificación de fuentes y materiales, el establecimiento de flujos de intercambio y la recolección de ésta para los productos, a su cargo, especialmente la referente a comercialización, mercados precios y aspectos complementarios. Esta información será para uso y administración del departamento.
- Manejar y mantener los instrumentos básicos que componen el sistema de información, para el (los)-

producto (s) de su responsabilidad, a saber: los estudios de producto y mercado, subsistemas de información primaria, secundaria e histórica y el kár dex de usuarios, así mismo otros que sean incorporados.

-Responder por la coordinación y ejecución de las actividades de análisis de la información de precios, mercados y otros aspectos de los productos asignados, en base a los instrumentos señalados en el punto anterior. Ello quiere decir que es responsabilidad compartida del analista y los especialistas, desarrollar el análisis y responder porque éste tenga un adecuado nivel y calidad.

-Dirigir y supervisar el envío de información señalando los usuarios a los que debe dirigirse, y seleccionando los medios de difusión más adecuados para su oportuna recepción.

- Elaborar los boletines mensuales, semestrales, anuales o de otra periodicidad, para los productos a su cargo, de acuerdo con las normas e instrucciones respectivas.

- Llevar y actualizar permanentemente el muestrario nacional de productos y el kardex de usuarios, organizándolos de acuerdo a criterios previamente establecidos, con el apoyo de los especialistas.

- Llevar registros permanentemente actualizados de la información que fluye desde el SIPM hacia los usuarios (en los formatos preimpresos diseñados para tal fin) e informar quincenalmente sobre el flujo de la información por usuarios, señalando las fallas y deficiencias del flujo y atención.

- Desarrollar asesoría a las unidades regionales, sobre el montaje y mantenimiento de los instrumentos de trabajo, de acuerdo alas necesidades que a ese nivel se den , a los planes de apoyo de la unidad central a ellas y a las instrucciones del Director del sistema.

- Propender por el mejoramiento de la operación del sistema mediante propuestas concretas al Director, con respecto a innovaciones en el uso y diseño de instrumentos , metodologías, normas, procedimientos, etc.,.

Requisitos:

Título Universitario , preferentemente en Economía Agrícola, Economía o Agronomía, con experiencia mínima de dos (2) años en Investigación, Análisis de Información, Planificación en proyectos del sector y Mercadotecnia. Deseable alguna formación en el área de estadística.

3. Denominación del Cargo : Estadístico

Dependencia Directa: Director SIPM.

Descripción de funciones:

- Coordinar y dirigir las labores de registro, y tabulación de información de precios, mercados y otras variables de interés para efectos de facilitar el análisis respectivo.
- Desarrollar las labores de procesamiento de información del sistema, estableciendo con los analistas nacionales y el director del SIPM las respectivas necesidades.
- Generar procedimientos mejorados para el manejo de información a fin de normalizar y mejorar la gestión en

en esta materia de todas las unidades del sistema.

- Apoyar en la materia, mediante capacitación y adiestramiento a los funcionarios delas unidades regionales, de acuerdo a los respectivos planes aprobados por el Director del SIPM.

- Apoyar el desarrollo de las labores de procesamiento y sistematización de información de la instancia encargada de la evaluación, seguimiento, programación, etc., del Subprograma de comercialización.

- Propender por el mejoramiento de la operación del sistema mediante propuestas concretas al Director, con respecto a innovaciones en el uso y diseño de instrumentos, metodologías, normas, procedimientos, etc.

Requisitos:

Título universitario en Estadística o Economía. Experiencia mínima de dos(2) años en el área de estadística, Investigación y análisis de Información.

4. Denominación del Cargo : Tabulador

Dependencia Directa: Estadístico

Descripción de Funciones:

- Hacer las conversiones de pesos y medidas necesarias para lograr la tabulación, y comparación de la información, de acuerdo a las normas establecidas.

- Hacer conversiones de denominación regional de los productos a denominación nacional, de acuerdo a las tablas respectivas elaboradas con los especial

Listas por productoy analistas.

- Desarrollar una primera crítica a la información recibida en base a contrastación con los registros y datos históricos secuenciales e informar sobre las deficiencias o información dudosa recibida.
- Consignar la información procedente delas regionales y equipos de campo, en los formatos oficiales preimpresos que para tal efecto diseñe y normalice el SIPM e informar sobre las deficiencias y anomalías en el envío de ésta.
- Organizar , registrar y adecuar la información recibida (datos) de otras fuentes de acuerdo a normas e instrucciones emanadas del Director del sistema.
- Calcular las estadísticas y medidas que de los registros deban obtenerse según las normas respectivas . Estos serán diarios, semanales, semestrales, anuales y eventuales cuando el personal del análisis lo requiera según sus solicitudes.
- Archivar la información (datos en conjunto de productos) bruta recibida, de acuerdo a las normas respectivas .
- Fluír oportunamente la información desagregada - Por producto.
- Propender por el mejoramiento de la operación del sistema mediante propuestas concretas al Director, con respecto a innovaciones en el uso y diseño de instrumentos , metodologías, normas , procedimientos, etc., .

Requisitos:

Estudios de Mercadotecnia.

5. Denominación del Cargo : SecretariaDependencia Directa : Director del SistemaDescripción de Funciones:

A más de las labores normales de mecanografía, taquigrafía, correspondencia, archivo, etc., deberá desarrollar las siguientes funciones específicas con respecto a la información de precios y mercados:

- Llevar registros permanentemente actualizados de la información solicitada por los usuarios, y de la remitida a éstos.
- Gestionar el envío de la información producida para los usuarios, así como la que pasa por la central para su complementación o simple información.
- Administrar las colecciones de documentos por productos, . Para el efecto se manejará una codificación sencilla a fin de llevar el control de entrada y salida de tales documentos.

Requisitos:

Estudios básicos de secretariado y comercio, experiencia mínima de dos (2) años en oficinas de carácter técnico.

b. Personal radicado en Regionales.

1. Denominación del cargo: Coordinador SIPM Regional.

Es el responsable de la oficina regional de precios y mercados y como tal de las labores administrativas generales que corresponden, pero sus funciones básicas se refieren al manejo desde el punto de vista técnico de la operación de la respectiva regional. Como tal, dispone de su personal

de asistentes de investigación, que se dedican fundamentalmente a la recolección de información de precios, mercados y otros aspectos relacionados y participan en el análisis. Es por lo tanto el responsable ante su superior de toda la gestión de la oficina, aunque delegue actividades en el personal a su cargo.

Dependencia Directa: Director del Sistema.

Descripción de Funciones:

- Organizar las labores de recolección de precios y estudio de mercados de acuerdo con las normas generales establecidas.
- Dirigir y supervisar las labores del personal a su cargo, el eficaz desempeño de la unidad regional, así como por la adecuada calidad de la información generada en la misma.
- Mantener una adecuada coordinación con las demás instancias de CECORA y con las otras entidades DRI a nivel regional, de manera tal que el desempeño de la oficina responda a objetivos y metas compartida con ellas y por lo tanto su desempeño tenga un carácter integrador.
- Representar al "SIPM" a nivel regional.
- Efectuar la correspondiente supervisión, a fin de garantizar la válidez y confiabilidad de información.
- Solicitar a la oficina central del "SIPM", la información requerida de otras regionales y responder por su posterior envío con las sugerencias y complementaciones del caso a los usuarios de este que lo requieran.

- Coordinación y supervisión de las labores de registro de la información de precios en formatos preimpresos diseñados para tal fin por oficina central de precios.
- Abrir y mantener archivo de información de precios y mercados por producto, y originados en la información de carácter primario y secundario y en los análisis respectivos.
- Desarrollar las labores de análisis de la información y redactar los mensajes respectivos, con la participación de los asistentes.
- Elaborar los boletines periódicos de acuerdo a las normas e instrucciones impartidas por el Director del "SIPM".
- Coordinar las labores de apoyo, manteniendo la información de comerciantes, posibles compradores y señalando mercados potenciales, pero nunca respondiendo por la colocación y venta del producto.
- Responder por los registros de la información solicitados por los usuarios, y la remitida a éstos se lleven actualizados.
- Responder por el oportuno envío de la información a los usuarios y por la complementación de la que llega desde la oficina central, destinada a los usuarios de esa regional.
- Igualmente con la que proviene de campo y debe continuar a "SIPM" central.
- Dirigir y supervisar el envío de información señalando los usuarios a los que debe remitirse y los medios de difusión más adecuados para su oportuna recepción por parte de los usuarios.

- Elaborar y presentar al "SIPM" central los respectivos informes de utilización de recursos humanos, flujo de información, avances de conocimiento de mercados por producto, dificultades técnicas, financieras, boletines productos, etc., las pautas y normas que determine la oficina "SIPM" Central.
- Supervisar y responder porque el muestrario regional se encuentre actualizado y completo en todo momento.
- Propender por el mejoramiento de la operación del sistema mediante propuestas concretas al Director con respecto a las innovaciones en el uso y diseño de instrumentos, metodologías, normas, procedimientos, etc.

Requisitos:

Los mismos que para Analistas nacionales.

2. Denominación del Cargo: Asistente de Mercados.

Dependencia Directa : Coordinador Regional.

Descripción de funciones:

- Recolectar precios diarios por productos de prioridad nacional y para todos las regionales de acuerdo a las instrucciones y metodologías desarrolladas para tal fin por el "SIPM" y según las instrucciones del analista regional.
- Recolectar información de observaciones diarias del mercado sobre variables correlacionadas con el precio, para productos de prioridad nacional y regional, según las instrucciones y normas respectivas.
- Consignar la información recolectada, así como

la procedente de los equipos departamentales y locales en los formatos preimpresos que para tal fin diseñe y normalice el "SIPM".

- Calcular las estadísticas y medidas que deban obtenerse según las normas respectivas y aquellos que según sus necesidades determine el analista. Estos serán diarios, semanales, quincenales, mensuales, semestrales, anuales y eventuales cuando el analista así lo requiera.
- Desarrollar una primera crítica a la información recolectada e informar a su superior sobre las inconsistencias, sus causas y sugerencias, los mecanismos de corrección de esta situación.
- Hacer las conversiones en pesos y medidas, así como los nombres regionales a los señalados por el "SIPM", para agrupar convenientemente la información y hacerla contrastable.
- Participar en el análisis y adaptación de la información.
- Llevar y actualizar permanentemente el muestrario regional de productos, organizándolo de acuerdo a criterios que establezca el Departamento Técnico con el apoyo de los especialistas por producto. Las respectivas muestras serán clasificadas en primera instancia por los asistentes técnicos y en segundo, previa la remisión de una muestra por los especialistas por producto.
- Propender por el mejoramiento de la operación del sistema mediante propuestas concretas al Director con respecto a innovaciones en el uso de instrumentos, metodologías, normas, procedimientos.

Requisitos :

Estudios de Mercadotecnia y experiencia en labores relacionadas con el campo.

3. Denominación del Cargo : Secretaria

Dependencia Directa: Analista Regional

Descripción de Funciones:

A más de las labores normales de mecanografía, taquigrafía, correspondencia, archivo, etc., deberá desarrollar - las siguientes funciones específicas con respecto a la información de precios y mercados.

- Llevar registros permanentemente actualizados de la información solicitada por los usuarios, y de la remitida a éstos.
- Gestionar el envío de la información producida - para los usuarios, así como la que pasa por la central y/o regional para su complementación o simple información.
- Administrar las colecciones de documentos por productos . Para el efecto se manejará una codificación sencilla a fin de llevar el control de entrada y salida de tales documentos.

Requisitos:

Estudios básicos de secretariado y comercio y experiencia mínima de dos (2) años en oficinas de carácter técnico.

III. Personal no adscrito al SIPM, (Funciones relacionadas con la información de Precios y Mercados).

a.) OFICINA CENTRAL.1.) Subgerente Técnico DRI.

- Velar porque haya la adecuada respuesta de los equipos al "SIPM" y viceversa, de acuerdo a la recolección, envío de información, que se concreta en la gestión de coordinación entre los equipos regionales y departamento de Mercadeo.
- Velar porque el Departamento Técnico en su totalidad y las regionales del "SIPM", cuente con los recursos necesarios y en forma oportuna.

2.) Jefe Departamento de Mercadeo.

- Generar, mantener y regular la gestión integrada de los especialistas y el "SIPM" para el desarrollo de una labor idónea, especialmente (pero no únicamente) en lo que a análisis se refiere, cuidando que se utilicen y agreguen, estos recursos, en función de lograr máxima calidad de los servicios que debe prestar el Departamento.
- Coordinar la elaboración de los contextos nacionales .
- Participar en la elaboración del presupuesto del "SIPM" y gestionar ante la Subgerencia para disponer de los recursos necesarios.

3.) Especialistas por Producto.

- Participar en el establecimiento de los contextos nacionales por producto para los su especialidad aportando en forma específica lo referente a producción, mercadeo, tecnología de producción, mercadeo, y Post-Cosecha, pero contribuyendo al análisis de la totalidad de los "Contextos".
- Apoyar permanentemente la labor de los analistas en razón de su conocimiento de diversos aspectos fundamentales de los productos.
- Participar en las labores de análisis de información.
- Dirigir, apoyar y supervisar la elaboración de los contextos regionales y estudios departales por producto, para los de su especialidad, particularmente en lo referente a producción, mercadeo, tecnología y crédito.

4.) Especialista de Crédito.

Dependencia :Subgerente Técnico DRI.

- Participar en la elaboración de los contextos nacionales por producto, aportando en forma específica la referencia de crédito de diversas fuentes y suministrar información desagregada de los niveles departamentales para fines de la elaboración de los contextos regionales y estudios departamentales.

Está información se refiere no solo a las partidas establecidas por producto, sino a la evolución de su colocación para las fuentes de importancia.

b. OFICINAS REGIONALES.

1.) Director Regional

Dependencia Directa: Subgerente Técnico DRI.

- Responder por la operación de la oficina regional.
- Responder porque el personal a su cargo cumpla las funciones y responsabilidades asignadas con respecto a la capacitación, complementación, adaptación y flujo de información hacia el "SIPM" central, y sus regionales y los beneficiarios del Subprograma.
- Velar porque el personal reciba el adecuado apoyo en materia de información de precios y mercados y porque éste apoye en debida forma la gestión del "SIPM".
- Coordinar la elaboración de los estudios departamentales (y contextos regionales por producto, en los casos de Antioquia, Santander, y Cundinamarca) canalizando los servicios de asesoría necesarios de otras instancias, fundamentalmente de "CECORA".
- Generar, mantener y regular la gestión integrada de los asistentes técnicos y las regionales del "SIPM, necesarios para una idónea labor de análisis de la información.

2.) Asistentes Técnicos.Dependencia Directa: Director Regional.

- Recolectar y analizar la información semanal de los mercados departamentales asignados, de precios y observaciones del mercado para los productos a su cargo, - elaborar los respectivos informes y remitirlos a la dirección departamental, a la regional del "SIPM" y a los promotores - a quienes sea de interés.
- Desarrollar los estudios departamentales por producto, para los prioritarios a nivel regional y nacional, de acuerdo a las normas que para tal efecto se desarrollen, canalizando la necesaria orientación y asesoría del Departamento Técnico.
- Contribuir en forma permanente al análisis y complementación de la información, para aquella que debe producir o produzca el "SIPM" señalando los vacíos e inconsistencias y mecanismos para superar dicha situación.
- Responder solidariamente con los analistas de precios por el adecuado análisis y complementación de la información de precios y mercados. Ello quiere decir que la información que llega al beneficiario no es necesariamente la emitida por el "SIPM".
- Elaborar un informe mensual del comportamiento del mercado departamental para los productos a su cargo y remitirlo a : "SIPM"

regional a través de la Dirección regional.

- Elaborar un informe semestral sobre los costos fijos aproximados de comercialización - en que incurran las FAS para llevar sus productos a los mercados estratégicos.

Esta información deberá ser actualizada cuando los costos varien.

3.) Promotores.

Dependencia Directa: Director Regional.

- Recolectar y remitir semanalmente por télex a la oficina regional del "SIPM", los precios locales del producto o productos que comercializan las FAS asistidas por él. Estos precios corresponden a los del mercado local - más cercano o de concurrencia de los agricultores de la zona, en los días de mercado.
- Recolectar información de los mercados locales, para los productos comercializados de las FAS, y remitirlos mensualmente a los respectivos grupos del SIPM, .
Esta información se considera básica para poder tomar decisiones con respecto al mercado de concurrencia y para el SIPM por cuanto allí pueden destacarse coyunturas de mercado.
- Instrumentar en forma adaptada, en lo que a información de precios y mercados se refiere a las FAS, canalizando la información requerida a nivel departamental, y de las regionales

y central del "SIPM" y aportando la local.

- Identificar la mejor forma y medios para que la información llegue en forma oportuna a los beneficiarios y comunicarlo al "SIPM" contribuyendo así a mejorar los flujos de información . Lo mismo que la información que a él llegue.
- Contribuir al análisis e interpretación de la información por parte de los beneficiarios y mantener comunicación con el "SIPM" para mejorar el recurso.
- Elaborar un informe de cada acción de comercialización caracterizando el producto , especialmente especificando el volúmen , mercado de concurrencia precios, costos y dificultades de acción.

