

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

MODELO GENERAL PARA EL SISTEMA DE INFORMACION DE PRECIOS Y  
MERCADOS DE CECORA

José Eduardo Gutiérrez

Volúmen No. 1

IICA CHICO 380.1 G9846m v1 1980

Bogotá, Colombia  
1980

11 CA  
FSB  
1828  
1980

06/06/20 5:30 PM



## PRESENTACION

El presente documento constituye una colección de los principales instrumentos para el montaje y administración del sistema de información de precios y mercados recomendado a CECORA. En este sentido es complementario al documento Tomo I "Modelo General para el Sistema de Información de Precios y Mercados de CECORA", el que contiene la conceptualización del sistema y los horizontes de la implementación del mismo. Ambos forman parte de los principales productos generados en la actividad IV.XAC.113 del proyecto IICA - Fondo Simón Bolívar/CECORA que se desarrolló entre 1980 y 1982. La razón de ser los documentos contenidos aquí es la obtención de esos horizontes que señala el modelo. Por ello contempla aspectos normativos, metodológicos, de procedimiento, entre otros, relacionados con las partes fundamentales del sistema.

José Eduardo Gutiérrez Pérez. et. al.

This One



Dig F232-UAY-96EP



## CONTENIDO

1. PLAN GENERAL DE TRABAJO PARA EL PROYECTO SIPM-1981
2. GUIA PARA LA SELECCION Y PRIORIZACION DE RUBROS OBJETO DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS
3. CONSIDERACIONES METODOLOGICAS PARA LA RECOLECCION DE INFORMACION DEL SISTEMA PRIMARIO EN LOS MERCADOS DE COBERTURA DIRECTA DEL SIPM.
4. NORMAS Y PROCEDIMIENTOS MINIMOS SOBRE REGISTRO DE INFORMACION PRIMARIA EN LOS MERCADOS LOCALES Y DEPARTAMENTALES
5. NORMAS Y PROCEDIMIENTOS MINIMOS SOBRE REGISTRO DE INFORMACION PRIMARIA EN LOS MERCADOS DE COBERTURA DIRECTA DEL SIPM
6. MATERIALES DE DIFUSION: REPORTES DE PRECIOS
7. KARDEX DE USUARIOS
8. GUIA PARA LA OBTENCION DE ELEMENTOS REFERENCIALES PRODUCTO/MERCADO.
9. PROCEDIMIENTO PARA EL MONTAJE DEL SISTEMA DE INFORMACION SECUNDARIA
10. ELABORACION DE PROCEDIMIENTOS Y PROGRAMAS PARA SISTEMATIZACION DE INFORMACION DE PRECIOS SIPM-CECORA
11. MANUAL DE FUNCIONES RELACIONADAS CON LA INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS.



## INTRODUCCION

El presente documento contiene el plan de trabajo del proyecto "Sistema de Información de Precios y Mercados" (SIPM) de CECORA para 1981. Como parte de éste, se precisan los términos de la asistencia del Fondo Simón Bolívar del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, los cuales pueden resumirse en la orientación a la entidad beneficiaria para la ejecución de cada actividad de tipo técnico que lo requiera.

Los antecedentes más importantes para la elaboración de este documento y la continuación de la actividad SIPM del F.S.B., son:

La investigación desarrollada durante 1980, de la que se obtuvo como principal producto el estudio "Modelo General para el Sistema de Información de Precios y Mercados de CECORA" y el interés claro e implícito de la entidad apoyada, de implantar en el menor tiempo posible el modelo recomendado.

Es así como a partir del diseño general del modelo para el sistema, se entra a esta segunda etapa en la que las dos instituciones (el IICA/FSB y CECORA), se plantean conjuntamente su montaje y operación. En otras palabras, la primera etapa de la actividad SIPM, permitió la identificación del qué hacer. Para esta etapa se espera establecer cómo obtener el modelo planteado y montarlo en forma paralela.

Todo lo anterior, señala que el plan contenido en este documento,



se constituye en elemento orientador de primer orden para el propósito planteado. Lo integran, la identificación de los objetivos del proyecto SIPM para el presente año, los procedimientos a utilizar para su desarrollo, la participación de IICA/FSB, la identificación de actividades, responsabilidades, tiempos y productos.





# 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"

PLAN GENERAL DE TRABAJO PARA EL PROYECTO SIPM - 1981

José Eduardo Gutiérrez P.  
Consultor IICA/FSB

Flavio Cifuentes  
SIPM-CECORA

Bogotá, Colombia  
Enero, 1981



## PLAN GENERAL DE TRABAJO PARA EL PROYECTO SIPM - 1981

### A. Objetivos

Para el año 1981, la Central de Cooperativas de Reforma Agraria CECORA Ltda., se plantea como objetivo general para el proyecto "Sistema de Información de Precios y Mercados" 1, el montaje y operación de un nuevo modelo del sistema, recomendado en el documento "Modelo General para el SIPM", producto del trabajo de investigación desarrollado durante 1980 por CECORA-IICA/FSB.

Los objetivos específicos que de allí se desprenden y llevan al logro del objetivo general trazado, pueden formularse así:

1. Diseñar un plan formal de implantación del modelo
2. Elaborar una red de pertinencia sobre el subprograma de comercialización DRI.
3. Definir de manera precisa: Papel, campo de trabajo, alcances y limitaciones del SIPM.
4. Elaborar un resumen operativo gerencial para el sistema
5. Montar cinco subsistemas de información
6. Normalizar el funcionamiento de las unidades del sistema y los apoyos de las demás instancias de la institución.
7. Normalizar los flujos de información
8. Capacitar a los funcionarios del Sistema
9. Preparar funcionarios de campo para apoyo al sistema
10. Elaborar un programa de divulgación de los servicios del sistema.

1/ Uno de los tres proyectos asignados a CECORA como ejecutor del subprograma de comercialización DRI.



A fin de dar mayor precisión a los objetivos planteados, se hace una sintética descripción de cada uno de ellos:

1. Diseñar un plan formal de implantación del modelo

En este se identifica con la mayor claridad, actividades, dependencia y complementariedad de éstas, recursos disponibles para cada una de ellas, responsabilidades específicas, tiempos, holguras, productos particulares, etc.

2. Elaborar una red de pertinencia que señale en forma clara la problemática del Subprograma.

Esta red define la ubicación de los problemas que pretende atacar el SIPM, también los que corresponden a esferas de control de otras instancias de la institución, cuya obtención constituye supuesto fundamental para que el accionar del sistema lleve al logro del subprograma y del programa DRI, los que se constituyen en propósitos y fines para éste.

3. Definir de una manera precisa el papel, campo de trabajo, alcances, limitaciones, etc. del SIPM /2.

Se desarrollará en relación a los marcos institucionales y del programa de desarrollo rural integrado.

4. Elaborar un resumen operativo gerencial para el sistema

Esta herramienta está destinada a hacer operativo, práctico y

---

2/ Sistema de información de precios y mercados.



eficaz el manejo del proyecto, tanto en su fase de montaje como en la de operación.

5. Montar cinco subsistemas de información

Estos serán:

- a. Un subsistema de información primaria de los mercados directamente cubiertos por el SIPM, que será operado por las unidades regionales.
- b. Un subsistema de información primaria de mercados locales y departamentales de las áreas DRI cubiertas por CECORA, pero no en forma directa por el SIPM. La operación será desarrollada por los funcionarios de campo de la institución y normalizada por el SIPM, con el objeto de buscar uniformidad y productos contrastables con la información de los otros subsistemas.
- c. Un subsistema de información secundaria que opera en las unidades regionales <sup>y</sup> central, dando origen al mediano plazo a una unidad de Documentación. Se considera aquí la información secundaria como información histórica en flujo proveniente de otras fuentes.
- d. Un subsistema de información Insumo-consumo, destinado a apoyar a los usuarios en el montaje y manejo de proyectos

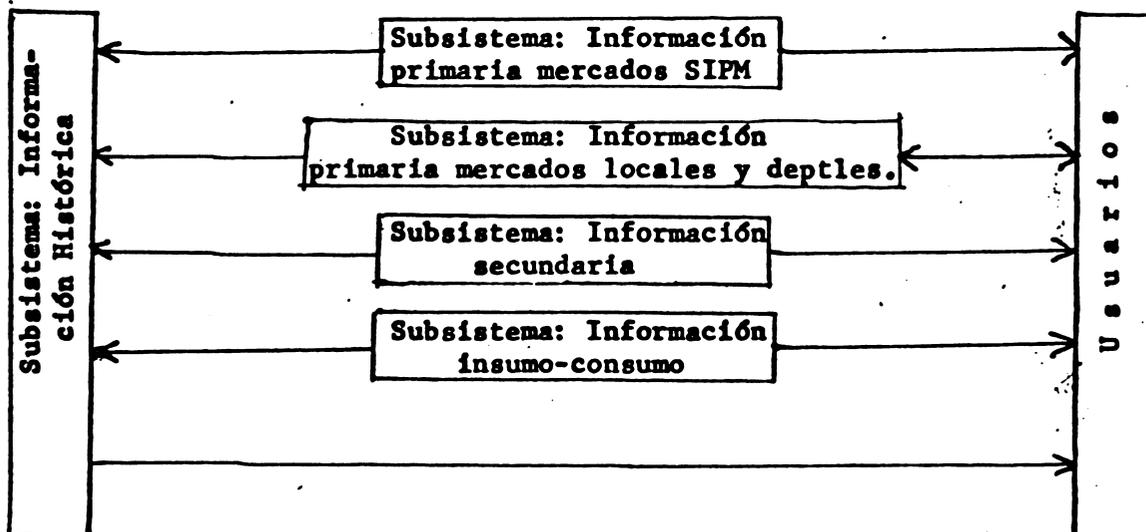


de consumo y distribución de insumos, como elemento aglutinador de base para las formas asociativas y coordinador de actividades de desarrollo regional. Este subsistema se montará a un nivel piloto en la unidad regional Bogotá (del SIPM) y para apoyo especial al proyecto INTERFAS, desarrollado actualmente en Boyacá. De la experiencia saldrá toda la parte normativa y metodológica, que facilite la ampliación al resto del sistema, cuando se considere pertinente.

- e. Un subsistema de información proveniente de los demás subsistemas, una vez sistematizada, de manera que será la fuente fundamental de la información de flujo.

El centro de almacenamiento estará ubicado y operado por la unidad central.

La articulación de los subsistemas, en lo que hace referencia a los flujos de información, se presenta gráficamente a continuación:





6. Normalizar el funcionamiento de todas las unidades del sistema y los apoyos de las demás instancias de la institución.

Para ello se producirán las guías, instructivos, metodologías, etc. sobre el funcionamiento y operación de cada componente del sistema.

7. Normalizar los flujos de información

Se refiere tanto a los de interés para usuarios o de servicio, como a la información interna, para efectos de evaluación y seguimiento. Se incluye un servicio de consulta sobre mercados, especialmente dirigido a los asistentes técnicos.

8. Capacitar a los funcionarios del sistema

Se buscará que cumplan idóneamente con las funciones que les corresponde dentro del nuevo modelo.

9. Preparar funcionarios de campo para apoyo al Sistema

Esto se logrará participando en eventos de capacitación a estos funcionarios, en los que se abordará el tema de la información de precios y mercados, bajo el claro objetivo de formar capacitadores en la materia, que multipliquen la capacitación recibida hacia los restantes usuarios, mejoren la calidad de la información a través de la adecuada adaptación, complementación, interpretación, análisis, etc. de ésta y apoyen a los beneficiarios del programa de acuerdo a sus respectivas necesidades y capacidades.



## 10. Elaborar un programa de divulgación de los servicios del sistema

Esto se hará promocionando los servicios que prestará el sistema para procurar su máximo aprovechamiento y el mejor apoyo a la respectiva gestión (especialmente dirigido a los funcionarios de campo de la institución y a las formas asociativas).

No debe perderse de vista que el propósito central de la información que producirá el sistema es servir de base, para la toma de decisiones específicas de sus usuarios y del sistema de planificación de la entidad.

### B. Metodología de Trabajo

#### 1. Procedimiento

La coordinación general del desarrollo del plan está a cargo de la Dirección del SIPM por parte de CECORA, con el apoyo del IICA/FSB. En cuanto a la ejecución, CECORA constituirá grupos específicos de trabajo integrados por personal de diferentes instancias, de acuerdo a los temas y actividades específicas de que se trate. Dichos grupos contarán con apoyos, especialmente en cuanto a su funcionamiento y dirección técnica.

Las instancias comprometidas están relacionadas con tres fases de desarrollo del plan:

Fase 1. Esta hace relación a las actividades previas al montaje, que van a señalar cómo obtener cada producto o componente del sistema. En



esta fase las instancias comprometidas serán las del nivel central de CECORA.

Fase 2. Se refiere a las actividades de montaje propiamente dichas, fase para la cual se requiere de la planta completa y capacitada del personal del SIPM, el que hará la respectiva ejecución de buena parte del montaje. Simultáneamente lo referente a la parte central del sistema, se rá desarrollado por las instancias centrales. A la vez, la unidad central del SIPM supervisará y controlará el montaje al nivel regional.

Fase 3. "Actividades complementarias". En ésta se requiere un trabajo mancomunado de las unidades regionales y central del SIPM, ya que se trata de la introducción de ajustes para la totalidad del sistema y de sus relaciones. Durante todo el proceso se espera contar con el apoyo del IICA, en lo que a asesoría se refiere.

Cada producto del trabajo, especialmente en la parte normativa será sometido a consideración de las directivas de la institución, para finalmente ser ajustados y obtener la aprobación institucional, que permitirá su aplicación generalizada.

Para el seguimiento de la etapa de montaje del modelo, se utilizarán como herramientas, la red que contiene el presente documento, programaciones trimestrales ajustadas y detalladas, que se presentarán en gráficas de GANN. De los productos logrados, se presentarán en forma trimestral informes de avance del montaje.



A cada grupo de trabajo se le dará la orientación necesaria, el apoyo técnico y logístico requerido y se asignarán responsables, quienes deben responder por el producto, el funcionamiento del grupo y la adecuada articulación al plan de trabajo (tiempos, holguras, etc.).

## 2. Participación del IICA/F.S.B.

El IICA apoyará el montaje del modelo mediante el desarrollo de las siguientes funciones:

- a. Asesoría activa al SIPM de CECORA en el diseño de instrumentos metodológicos y operativos para el montaje y manejo del sistema.
- b. Programación y desarrollo de eventos de inducción-capacitación a los funcionarios del sistema y de la institución en general.
- c. Ayudar a la preparación de diseños básicos de boletines de información de precios y mercados por producto.
- d. La atención de consultas sobre el proceso de montaje y administración del sistema.

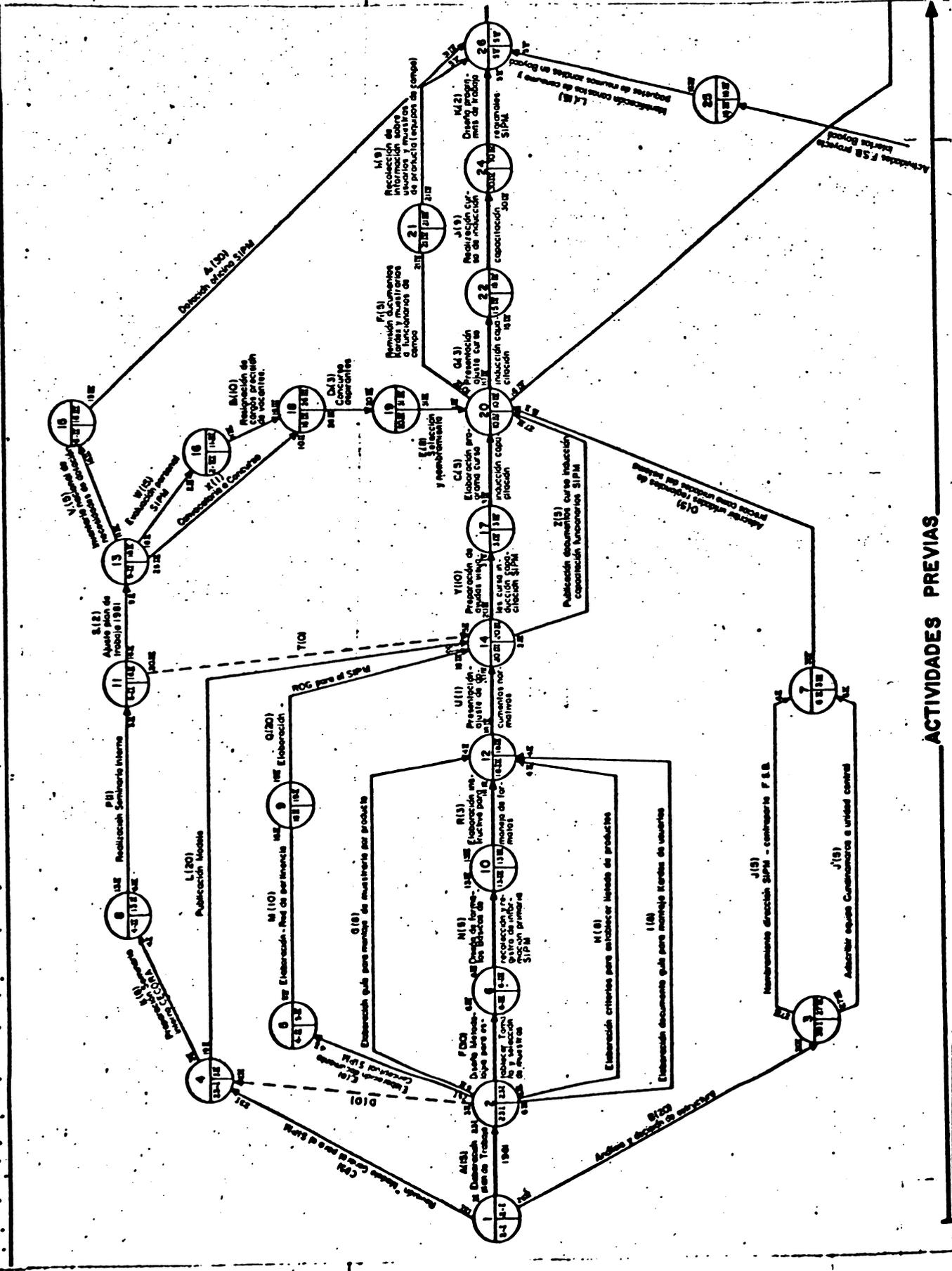
## 3. Actividades

Para el diseño de la red de actividades, se partió por la identificación y secuencia de ellas, para proceder posteriormente a fijar tiempos y asignar responsabilidades, de acuerdo a los recursos necesarios en



BASES PARA LA TOMA DE DECISIONES DEL SISTEMA DE PLANIFICACION DE CECORA Y DE TODOS LOS USUARIOS DEL SIPM.

FLUJOS E INFORMACION TRADICIONALES



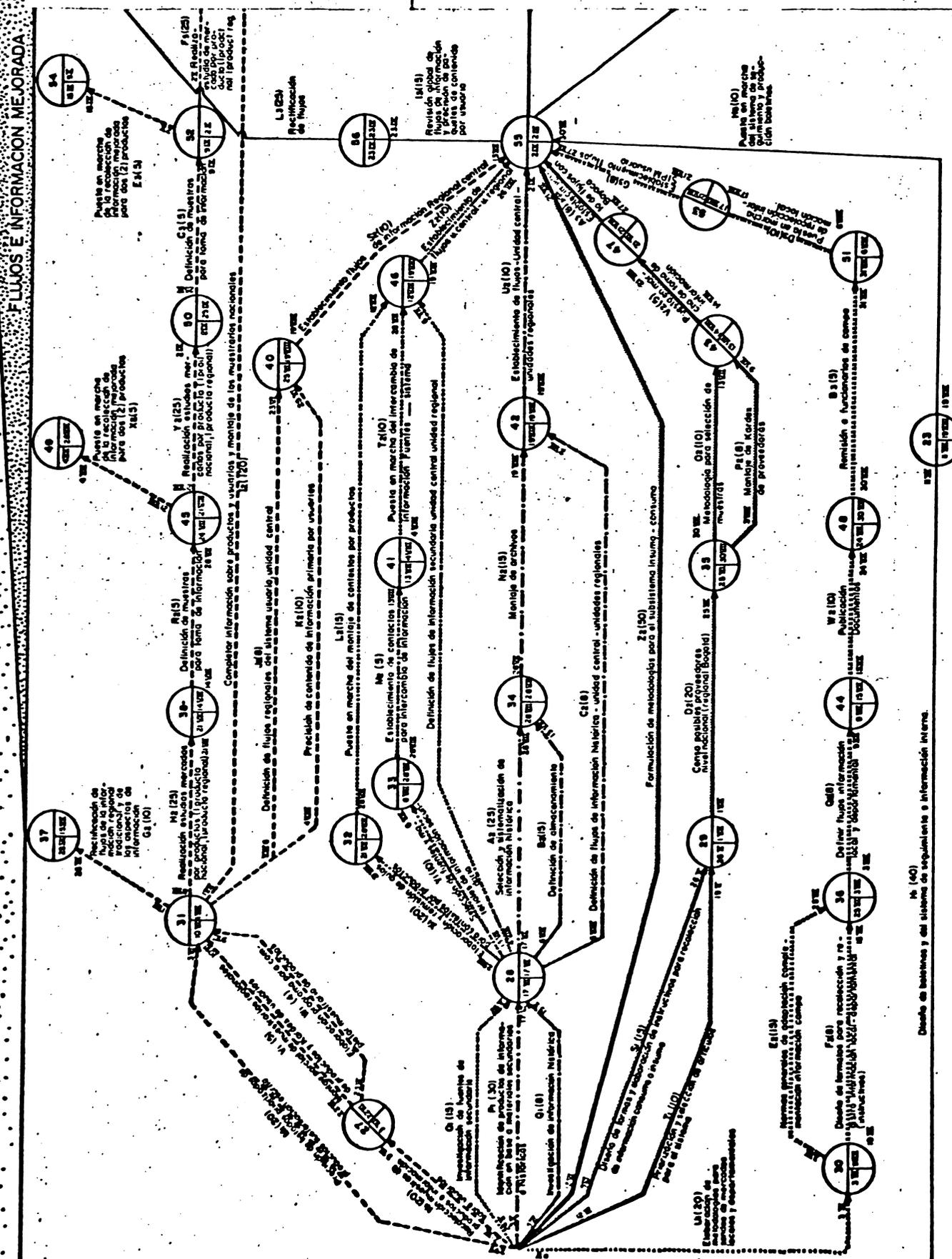
ACTIVIDADES PREVIAS



# SIPM - PLAN DE TRABAJO 1981 - RED DE ACTIVIDADES

BASES PARA LA TOMA DE DECISIONES DEL SISTEMA DE PLANIFICACION DE CECORA Y DE TODOS LOS USUARIOS DEL SIPM.

## FLUJOS E INFORMACION TRADICIONALES.



Desde los sistemas y del sistema de seguimiento e información interna.

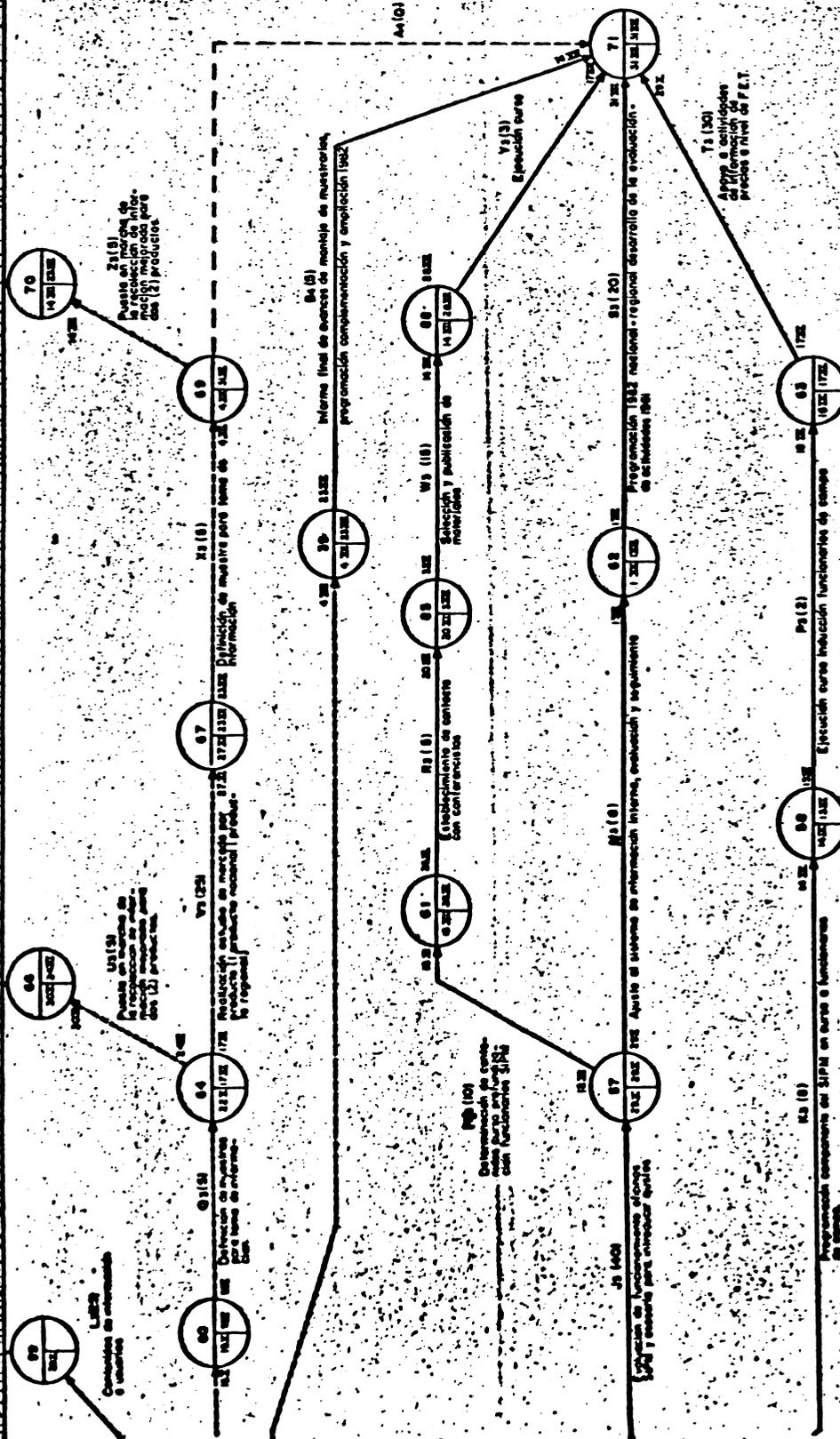


# SIPM - PLAN DE TRABAJO 1981 - RED DE ACTIVIDADES

## BASES PARA LA TOMA DE DECISIONES DEL SISTEMA DE PLANIFICACION DE CECORA Y DE TODOS LOS USUARIOS DEL SIPM.

### FLUJOS E INFORMACION TRADICIONALES

### FLUJOS E INFORMACION MEJORADA





cada una de ellas, luego se ajustó según las disponibilidades de la institución.

Las actividades se presentan agrupadas por fases (previas al montaje, de montaje y complementarias) y se identifican por el código de la actividad y los eventos entre los cuales se encuentran de acuerdo a la red.

F.S.B. Actividad SIPM, Segunda Etapa

Precisión de Actividades a desarrollar durante el año 1981

I. FASE: Actividades Previas

<u>Actividad</u>	<u>Eventos</u>	<u>Nombre y descripción de la actividad</u>
A	1 - 2	Elaboración plan de trabajo 1981. Plan de trabajo de CECORA, el que incluye apoyos de IICA y de diferentes instancias de CECORA.
B	1 - 3	Análisis y decisión de estructura. Se refiere a la reestructuración de la entidad, elemento de vital importancia para el adecuado montaje y operación del sistema, y de la entidad como un todo.
C.	1 - 4	Revisión del "Modelo general para el SIPM de CECORA". Este documento que contiene los resultados de la primera etapa de la actividad SIPM/FSB, será publicado en definitiva en el primer trimestre del presente año.



<u>Actividad</u>	<u>Eventos</u>	<u>Nombre y descripción de la actividad</u>
D	2 - 4	Ficticia: La preparación del seminario interno requiere de una gran precisión del qué hacer para 1981.
E	2 - 5	Elaboración documento conceptual del SIPM: Concepción, campo de trabajo, articulación del SIPM al subprograma de Comercialización y al programa DRI, su papel en la búsqueda de los objetivos y metas correspondientes, limitaciones, etc.
F	2 - 6	Diseño de metodología para establecer el tamaño de las muestras, características de las unidades de observación, criterios de selección, etc. Se compone de dos partes fundamentales: Estudios Mercado/producto y definición en base a ellos de las características del muestreo correspondiente.
G	2 - 12	Elaboración documento guía para el montaje de los muestrarios por producto. Para la adecuada identificación de los rubros objeto de información, es imprescindible montar adecuados muestrarios.
H	2 - 12	Elaboración documento guía para la precisión y priorización de productos objeto de información (Aporta criterios básicos).
I	2 - 12	Elaboración documento guía para el montaje de los kardex de usuarios. Identifica y define las características a captar de los usuarios, así como



<u>Actividad</u>	<u>Eventos</u>	<u>Nombre y descripción de la actividad</u>
		el modelo de tarjetas a utilizar y algunas herramientas prácticas para el control de flujos de información y sus contenidos para cada usuario.
J	3 - 7	Nombramiento dirección SIPM. Decisión básica para iniciar el montaje del sistema y formalizar las relaciones y responsabilidades IICA/FSB-CECORA, en lo referente a la actividad SIPM.
J'	3 - 7	Adscribir personal de precios de Cundinamarca a la unidad central del SIPM. En base a esta decisión, la unidad regional Cundinamarca será la oficina piloto para la implantación del modelo al nivel regional.
K	4 - 8	Preparación del seminario interno de CECORA: el objetivo de éste será el análisis del modelo, definir compromisos institucionales, revisar y ajustar si fuera necesario el "plan de trabajo 1981", presentar y analizar varios aspectos del curso de inducción capacitación a funcionarios del SIPM, conformar grupos y equipo de trabajo y aprobar la programación de actividades para el primer semestre, entre otras.
L	4 - 14	Publicación del "Modelo General para el SIPM de CECORA".
M	5 - 9	Elaboración de la red de pertinencia sobre el problema campesino y organizacional campesino, con



<u>Actividad</u>	<u>Eventos</u>	<u>Nombre y descripción de la actividad</u>
		énfasis en el área de información de precios y mercados.
N	6 - 10	Diseño de formatos básicos para la recolección y registro de información primaria en mercados cubiertos por el SIPM. Esta actividad depende de los estudios de mercado/producto y constituye su objetivo inicial.
O	7 - 20	Adscribir unidades regionales de precios como <u>unidades del sistema</u> , con una clara dependencia de la unidad central del SIPM. En buena medida de esta decisión depende que se pueda funcionar <u>co</u> mo sistema.
P	8 - 11	Realización del seminario interno con CECORA.
Q	9 - 14	Elaboración del "Resumen Operativo Gerencial, ROG" del sistema, herramienta operativa de central <u>im</u> portancia para el montaje y manejo eficiente y eficaz del sistema.
R	10-12	Elaboración de instructivos para manejo de los formatos básicos de recolección y registro de <u>in</u> formación primaria en los mercados cubiertos por el SIPM.
S	11-13	Ajuste del "pla de trabajo 1981", de acuerdo a las observaciones y sugerencias conjuntas del personal técnico y directivo de la central y del IICA, que



<u>Actividad</u>	<u>Eventos</u>	<u>Nombre y descripción de la actividad</u>
		sobre el plan surjan en el seminario interno. Se procederá a introducir los respectivos ajustes para dar por terminadas las actividades de programación general anual.
T	11-14	Ficticia. La preparación de ayudas visuales para los cursos y la publicación de los materiales para los mismos no se pueden desarrollar antes de la realización del seminario interno.
U	12-14	Presentación y ajuste de documentos normativos. Antes de publicación, el material producido será presentado en reuniones internas del IICA y de CECORA.
V.	13-15	Realización del inventario nacional de necesidades de dotación. Para posibilitar el montaje del sistema se hace necesario disponer de una dotación básica mínima. Para tal efecto se elaborará un documento de sustentación para una oficina tipo.
W	13-16	Evaluación de personal del SIPM. Un aspecto de fundamental importancia para el adecuado desempeño del sistema lo constituye la calidad de sus recursos humanos. Para tal efecto es necesario desarrollar una evaluación de formación, experiencia y trayectoria de cada funcionario. Esta evaluación permitirá la reubicación de personal y



<u>Actividad</u>	<u>Eventos</u>	<u>Nombre y descripción de la actividad</u>
		la identificación de necesidades en materia de capacitación para el personal que finalmente sea asignado al sistema.
X	13-18	Convocatoria a concurso. Paralela a la evaluación y reasignación de cargos, es necesario iniciar la búsqueda de personal para completar la planta recomendada.
Y	14-17	Preparación de ayudas visuales para el curso de inducción-capacitación. Se trata de las ayudas para la presentación del "Modelo general para el SIPM de CECORA", el "plan de trabajo del proyecto SIPM para 1981", y de los documentos normativos.
Z	14-20	Publicación de los documentos normativos para el curso de inducción-capacitación.
A <sub>1</sub>	15-26	Dotación oficinas SIPM. Esta actividad tiene que estar concluida a más tardar terminado el curso de inducción-capacitación, a fin de no derrochar los recursos humanos capacitados, toda la preparación para el montaje del sistema y lograr eficacia en ellas.
B <sub>1</sub>	16-18	Reasignación de cargos y precisión de vacantes al SIPM. Adicionalmente deberán precisarse las características de los respectivos funcionarios



<u>Actividad</u>	<u>Eventos</u>	<u>Nombre y descripción de la actividad</u>
		que deban ocupar dichos cargos, así como los mecanismos de evaluación para la contratación.
C <sub>1</sub>	17-20	Elaboración programa definitivo para el curso de inducción-capacitación.
D <sub>1</sub>	18-19	Concurso de aspirantes a cargos del Sistema
E <sub>1</sub>	19-20	Selección y nombramiento de personal.
F <sub>1</sub>	20-21	Remisión de documentos normativos y conceptuales del SIPM a funcionarios de campo, a fin de obtener el inmediato apoyo de éstos para las actividades de montaje.
G <sub>1</sub>	20-22	Presentación y ajuste del curso de inducción-capacitación. (Reunión con las directivas de CECORA y personal del Departamento técnico).
H <sub>1</sub>	20-23	Diseño de boletines y del sistema de seguimiento e información interna.
I <sub>1</sub>	21-26	Recolección de información sobre usuarios y muestras de productos, de acuerdo a las normas respectivas (F <sub>1</sub> ). Esta actividad será adelantada por los funcionarios de los equipos de campo departamentales (Director departamental, Asistentes técnicos y promotores, especialmente).
J <sub>1</sub>	22-24	Realización del curso de inducción-capacitación. Se desarrollará en nueve días, e incluirá la inducción pormenorizada del nuevo sistema, las



<u>Actividad</u>	<u>Eventos</u>	<u>Nombre y descripción de la actividad</u>
		funciones correspondientes, capacitación sobre lo que debe hacerse, mecanismos de información y seguimiento, etc.
K <sub>1</sub>	24-26	Diseños de programas de trabajo regionales SIPM. El curso terminará con el diseño y ajuste en definitiva de programas de trabajo para el montaje del sistema al nivel regional.
L <sub>1</sub>	24-25	Identificación de canastas de consumo y paquetes de insumo zonales para los frentes específicos de Boyacá. Proveniente de otras actividades o áreas de trabajo del F.S.B. y de CECORA, se alimentará el proceso de montaje con este ingrediente, fundamental y punto de partida para el establecimiento del subsistema insumo-consumo, que habrá de apoyar en principio el proyecto piloto departamental "INTERFAS" y posteriormente a empresas similares y a las tradicionales formas asociativas generadas en el Subprograma.

El evento 25 marca un momento del montaje, en el cual concluida la fase de actividades previas, pasan a dominar las actividades de implantación. En este momento se tiene la dotación adecuada de personal capacitado, hay claridad sobre el qué hacer y también sobre los medios, herramientas, tiempos, apoyos, etc., que en cierto sentido garantizan el adecuado desarrollo del proceso.



## II. FASE: Actividades de Implantación

<u>Actividad</u>	<u>Eventos</u>	<u>Nombre y descripción de la actividad</u>
M <sub>1</sub>	26-31	Precisión de listados priorizados de productos. De acuerdo a los criterios suministrados, cada oficina regional elaborará el listado respectivo, sustentándolo por escrito.
N <sub>1</sub>	26-27	Recolección de muestras de productos e información sobre usuarios. Esta actividad deberá estar iniciada por los equipos de campo. Se trata de recoger los avances y complementarlos, a fin de tener un adecuado conocimiento de cada usuario y de sus necesidades particulares.
O <sub>1</sub>	26-28	Inventario de fuentes de información secundaria y de los materiales disponibles y de posible utilidad para el SIPM.
P <sub>1</sub>	26-28	Identificación de productos de información obtenibles y de utilidad que deban lograrse a partir de la información histórica y secundaria.
Q <sub>1</sub>	26-28	Inventario de información histórica. Se trata de conocer la información actualmente disponible en el sistema, a fin de proceder a sacar productos ordenados y sistemáticos de información, una vez identificadas las fuentes y materiales útiles.



<u>Actividad</u>	<u>Eventos</u>	<u>Nombre y descripción de la actividad</u>
R <sub>1</sub>	26-55	Formulación metodológica para el subsistema de información insumo-consumo. Este subsistema se montará en forma experimental para apoyar y en base al apoyo del proyecto INTERFAS Boyacá. Posteriormente se extenderán los servicios correspondientes al resto del área del programa DRI.
S <sub>1</sub>	26-29	Diseño de formatos básicos y elaboración de <u>ing</u> tructivos para recolección y registro de información de insumo-consumo.
T <sub>1</sub>	26-29	Priorización y selección de artículos objeto de información para el sistema.
U <sub>1</sub>	26-30	Elaboración de metodologías para el sondeo de <u>mer</u> cados locales y departamentales. El estudio de <u>es</u> tos mercados será abordado por los equipos de <u>cam</u> po, siendo el SIPM quien asesora la labor, en la búsqueda de generar flujos estables de <u>informa</u> ción uniforme y contrastable, que ameriten un <u>ade</u> cuado reflujo de información verdaderamente útil.
V <sub>1</sub>	27-31	Montaje parcial de muestrarios regionales de productos y Kardex de usuarios. Esta labor deberá continuarse hasta fin de año y posteriormente los respectivos productos deberán ser periódicamente revisados y complementados.



<u>Actividad</u>	<u>Eventos</u>	<u>Nombre y descripción de la actividad</u>
W <sub>1</sub>	27-31	Elaboración de programa, de acuerdo a calendario de cosechas para completar muestrario de productos.
X <sub>1</sub>	28-32	Elaboración y remisión de gufas para el montaje de contextos por producto: Colección de información sobre los diversos aspectos de producción, <u>comercia</u> lización y consumo de los renglones de importancia.
Y <sub>1</sub>	28-33	Selección de fuentes y materiales de información secundaria de utilidad para el sistema.
Z <sub>1</sub>	28-46	Definición de flujos de información secundaria, desde la unidad central hacia las regionales.
A <sub>2</sub>	28-34	Sistematización de información histórica. Se trata de buscar la síntesis y obviamente definir los procesos correspondientes. Es decir, debe trabajarse toda la información básica y generarse <u>pro</u> ductos de información.
B <sub>2</sub>	28-34	Definición de sistemas de almacenamiento para la información histórica básica y procesada. Esta <u>la</u> bor deberá desarrollarse buscando una ágil <u>recu</u> peración de información.
C <sub>2</sub>	28-42	Definición de flujos de información histórica <u>des</u> de la unidad central hacia las unidades <u>regiona</u> les. (Obviamente se incluyen los criterios <u>co</u> rrespondientes).



<u>Actividad</u>	<u>Eventos</u>	<u>Nombre y descripción de la actividad</u>
D <sub>2</sub>	29-35	Censo de posibles proveedores de artículos insu- mo-consumo para las organizaciones campesinas.
E <sub>2</sub>	30-36	Definición de normas generales de adaptación y complementación de información, destinado a los funcionarios de campo a fin de que desarrollen en mejor forma las actividades de difusión de infor- mación hacia los beneficiarios, las que son de su competencia.
F <sub>2</sub>	30-36	Diseño de formatos para recolección y registro de información de mercados locales y departamentales.
G <sub>2</sub>	31-37	Rectificación de flujos y contenidos de informa- ción especialmente desde las unidades regionales hacia los beneficiarios del subprograma.
H <sub>2</sub>	31-38	Realización de estudios Mercado/producto para efectos de tecnificar la recolección de informa- ción y acopiar información sobre las "Caracterís- ticas estáticas de mercado". Se desarrollará en esta actividad para dos productos prioritarios (Uno de carácter nacional señalado por el nivel central y otro de carácter departamental o depar- tamental y nacional).
I <sub>2</sub>	31-39	Completar información sobre productos y usuarios y continuar con el montaje de los muestrarios re- gionales y nacional, así como el montaje del Kardex nacional de usuarios.



<u>Actividad</u>	<u>Eventos</u>	<u>Nombre y descripción de la actividad</u>
J <sub>2</sub>	31-40	Definición de flujos regionales del sistema: De las unidades regionales hacia los usuarios y hacia la unidad central.
K <sub>2</sub>	31-40	Precisión de los contenidos de información primaria por usuarios.
L <sub>2</sub>	32-46	Puesta en marcha del montaje de contextos por productos.
M <sub>2</sub>	33-41	Establecimiento de contactos para intercambio de información secundaria. Personal.
N <sub>2</sub>	34-42	Montaje de archivos para la información histórica (la información de todos los subsistemas fluir <sup>á</sup> rápidamente al subsistema histórico, el cual la acopiará).
O <sub>2</sub>	35-43	Elaboración de metodologías para selección de muestras para la recolección de información insumo-consumo.
P <sub>2</sub>	35-43	Montaje de Kardex de proveedores.
Q <sub>2</sub>	36-44	Definición de flujos para el subsistema de información primaria de los mercados locales y departamentales.
R <sub>2</sub>	38-45	Definición de tamaño, selección, etc. de muestras para toma de información primaria en mercados cubiertos en forma directa por el SIPM.



<u>Actividad</u>	<u>Eventos</u>	<u>Nombre y descripción de la actividad</u>
S <sub>2</sub>	40-55	Establecimiento de flujos de información primaria de los mercados cubiertos por el SIPM desde las unidades regionales hacia la unidad central.
T <sub>2</sub>	41-46	Puesta en marcha del intercambio de información para el subsistema de información secundaria.
U <sub>2</sub>	42-55	Establecimiento de flujos de información histórica de la unidad central a las unidades regionales.
V <sub>2</sub>	43-47	Puesta en marcha de la toma de información para el subsistema insumo-consumo.
W <sub>2</sub>	44-48	Publicación de documentos normativos para el subsistema de información primaria de mercados locales y departamentales.
X <sub>2</sub>	45-49	Puesta en marcha de la recolección de información mejorada para los dos productos estudiados (Actividades 31-38 y 38-45).
Y <sub>2</sub>	45-50	Realización de estudios mercado/producto para productos prioritarios (Segunda serie de estudios).
Z <sub>2</sub>	46-55	Establecimiento de flujos de información secundaria desde la unidad central hacia las regionales del SIPM.
A <sub>3</sub>	47-55	Establecimiento de flujos de información insumo-consumo con Boyacá (Unidad central con el equipo de campo de Boyacá).



<u>Actividad</u>	<u>Eventos</u>	<u>Nombre y descripción de la actividad</u>
B <sub>3</sub>	48-51	Remisión a equipos de campo CECORA de documentos normativos sobre el subsistema de información primaria para mercados locales y departamentales.
C <sub>3</sub>	50-52	Definición de características de las muestras para toma de información para los dos productos estudiados.
D <sub>3</sub>	51-53	Puesta en marcha de la recolección de información de mercados locales y departamentales (Subsistema de información primaria para mercados locales y departamentales).
E <sub>3</sub>	52-54	Puesta en marcha de la recolección de información mejorada para los segundos dos productos de prioridad.
F <sub>3</sub>	52-60	Realización estudios de mercado/producto (Tercer conjunto de estudios para dos productos prioritarios).
G <sub>3</sub>	53-55	Establecimiento flujos del subsistema de información primaria de mercados locales y departamentales, entre SIPM - usuarios y otros.
H <sub>3</sub>	23-55	Puesta en marcha del sistema de seguimiento y producción de boletines.



III. FASE: Actividades de Complementación

<u>Actividad</u>	<u>Eventos</u>	<u>Nombre y descripción de la actividad</u>
I <sub>3</sub>	55-56	Revisión global de los flujos de información del sistema (Internos, hacia usuarios y desde fuentes). y precisión de paquetes de contenidos por usuarios.
J <sub>3</sub>	55-57	Evaluación del funcionamiento de las oficinas SIPM tendientes a identificar fallas, deficiencias o debilidades que requieran de correctivos que deben identificarse y suministrarse rápidamente. Paralelamente se desarrollará la asesoría para introducir ajustes. Se desarrollará en visitas de observación y seguimiento de cinco días aproximadamente a cada regional.
K <sub>3</sub>	55-58	Programación componente SIPM, a ser dictado a funcionarios dentro de un curso de capacitación más integral del cual éste constituirá una de las materias.
L <sub>3</sub>	56-59	Rectificación de flujos y contenidos de información a usuarios, en base al montaje y establecimiento de los flujos particulares de cada subsistema y a la revisión global de los flujos del sistema (Actividad 55-56 y en general las últimas actividades de cada subsistema, en la fase "actividades de montaje".



<u>Actividad</u>	<u>Eventos</u>	<u>Nombre y descripción de la actividad</u>
M <sub>3</sub>	57-61	Determinación de contenidos para el curso de <u>pro</u> fundización a funcionarios SIPM. Se desarrollará en función del diagnóstico del sistema y en términos generales se tratará de desarrollar más las habilidades y mejorar la formación de los respectivos cuadros, para las actividades específicas que ellos desarrollan.
N <sub>3</sub>	57-62	Ajuste del sistema de información interna, evaluación y seguimiento. En lo posible y si se cuenta con el apoyo decidido de IICA y CECORA a sus diferentes niveles, se referirá al sistema para toda la institución, en caso contrario se referirá únicamente al sistema de información interna para las actividades de información de precios y mercados.
O <sub>3</sub>	-58	Planeación curso a funcionarios de campo. Es una actividad de todo el equipo F.S.B. y los niveles de dirección técnica de CECORA, de manera tal que sólo una parte de ésta corresponderá a los responsables de la actividad SIPM.
P <sub>3</sub>	58-63	Ejecución del curso Inducción-capacitación a <u>fun</u> ccionarios de campo (Componente SIPM).
Q <sub>3</sub>	60-64	Definición de muestras para toma de información de los terceros dos productos de importancia.



<u>Actividad</u>	<u>Eventos</u>	<u>Nombre y descripción de la actividad</u>
R <sub>3</sub>	61-65	Establecimiento de contactos con los conferencistas para el curso de profundización a funcionarios del SIPM.
S <sub>3</sub>	62-71	Desarrollo de la evaluación de actividades 1981 y programación de las actividades 1982.
T <sub>3</sub>	63-71	Apoyo a las actividades relacionadas con información de precios a nivel de frentes específicos de trabajo (Se refiere fundamentalmente a la asesoría y seguimiento de las funciones de recolección, registro, adaptación y complementación de información a este nivel, a más de una consulta sobre la agilidad lograda y loggable de los flujos de información.
U <sub>3</sub>	64-66	Puesta en marcha de la recolección de información mejorada (ampliada a otras variables de mercado), para dos productos prioritarios (Tercer conjunto de dos productos prioritarios integrados al sistema).
V <sub>3</sub>	64-67	Realización de estudios de mercado por producto para el cuarto grupo de productos (2) prioritarios.
W <sub>3</sub>	65-68	Selección y publicación de materiales para el curso de profundización a funcionarios SIPM.



<u>Actividad</u>	<u>Eventos</u>	<u>Nombre y descripción de la actividad</u>
X <sub>3</sub>	67-69	Definición de muestras para toma de información para el cuarto grupo de productos.
Y <sub>3</sub>	68-71	Ejecución curso de profundización a funcionarios SIPM.
Z <sub>3</sub>	69-70	Puesta en marcha de la recolección de información mejorada para dos productos (Cuarto grupo). Con éste se concluye el año con la integración de ocho productos en cada regional, lo que debe dar una aproximación de 12 rubros diferentes trabajados con variables ampliadas de mercado.
A <sub>4</sub>	69-71	Ficticia, el cierre del año se hace con la integración de los productos prioritarios abordados en los cuatro ciclos de estudios de mercado/producto.
B <sub>4</sub>	39-71	Informe final de avances en el montaje de muestrarios y programa de complementación y ampliación de éstos para 1982.



RECURSOS, RESPONSABILIDADES, TIEMPOS Y PRODUCTOS

FASE I: Actividades Previas

1.

Actividad	Eventos	Recursos	Responsabilidades		Producto
A	1-2	2 Consultores FSB Director SIPM	CECORA: Apoyo a la elaboración IICA: Elaboración-publicación.	15	Plan general de trabajo para el Proyecto SIPM-1981, publicado.
B	1-3	Dirección de CECORA	CECORA: Decidir estructura para el SIPM.	20	Modelo de estructura a implementar para el SIPM, definida.
C	1-4	1 Consultor FSB 1 Apoyo publicaciones.	IICA: Ejecución	15	Estudio "Modelo General para el SIPM" revisado y listo para publicación.
D	2-4	---	---	0	---
E	2-5	Director A.Técnica equipo central SIPM Unidad Publicaciones del IICA. 1 Consultor FSB	CECORA: Elaboración del documento. IICA: Complementación-publicac.	8	Documento conceptual SIPM, publicado.
F	2-6	2 Consultores FSB (SIPM-inv.de merc.) Equipo cent. SIPM Equipo Reg. Bogotá SIPM.	IICA: Asesoría CECORA: Elaborac. metodología y aplicación en terreno.	30	Metodologías para desarrollar invest.mercado/ producto y precisar características del muestreo, elaboradas, probadas y ajustadas.
G	2-12	2 Consultores IICA (SIPM, Post-Cosecha) Director SIPM	IICA: Elaboración guía CECORA: Complementación	8	Guía para el montaje de muestrarios, elaborada.
H	2-12	1 Consultor IICA SIPM Central	CECORA: Elaborac.docum. guía IICA: Orientación-complementación.	8	Guía para precisión y priorización de productos objeto de informa, elaborada
I	2-12	1 Consultor IICA SIPM-Central	CECORA: Elaboración guía IICA: Orientación-complementación.	8	Guía para el montaje de Kardex de usuarios, elaborada.
J	3-7	Dirección de CECORA	CECORA: Nombrar Director del SIPM	5	SIPM con dirección asignada.
J'	3-7	Dirección de CECORA	CECORA: Adscribir unidad regional de Cundinamarca al SIPM.	5	Unidad regional de precios C/marca adscrita al SIPM.
K	4-8	2 Consultores IICA Director SIPM	CECORA-IICA: Elaboración temario-ayudas y distrib.de temas a exponer. CECORA: Promoción de evento	8	Temario y ayudas preparadas para el seminario interno. Evento promocionado.
L	4-14	Unidad Publicac.	IICA: Publicación documento	20	Documento "Modelo general para el SIPM de CECORA" publicado.
M	5-9	Director A.técnica Director SIPM 4 Especialistas por producto. 1 Consultor IICA	CECORA: Elaboración IICA: Asesoría	10	Red de pertinencia elaborada.
N	6-10	Equipo central SIPM 2 Consultores IICA (SIPM-Inv.Mdos).	CECORA: Diseño IICA: Asesora y complementa	5	Formatos básicos de recolección y registro de información primaria en mercados cubiertos por SIPM, diseñados.
O	7-20	Dirección de CECORA	CECORA: Impartir las correspondientes decisiones.	5	Componente estructural del SIPM, definido y operando.
P	8-11	Consultor IICA Contraparte CECORA	Desarrollar el evento	1	Seminario interno de IICA-CECORA realizado, responsabilidades definidas, ajustes al plan de trabajo definidos.
Q	9-14	Equipo central SIPM 2 Consultores (SIPM-Apoyo IICA)	CECORA-elabora IICA-asesora	20	Resumen Operativo Gerencia diseñado.



Actividad	Eventos	Recursos	Responsabilidades	Duración (Días hábiles)	Producto
R	10-12	Equipo Central SIMP	CECORA-elaboración	3	Instructivos para el manejo de formatos básicos de recolección y registro de información primaria de mercados cubiertos por SIMP, elaborados.
S	11-13	Director SIMP	CECORA; ejecución-divulgación	2	Plan general anual de actividades del SIMP ajustado.
T	11-14	---	---	0	---
U	12-14	Director SIMP 1 Consultor IICA (SIMP)	CECORA-IICA; presentación materiales normativos - ajustes	1	Materiales normativos para el montaje de los subsistemas de información aprobados.
V	13-15	Director SIMP	CECORA; precisa las necesidades	3	Documentos sobre dotación de oficinas tipo SIMP elaborados.
W	13-16	Dirección CECORA	CECORA; evaluación	15	Personal del SIMP evaluado.
X	13-18	Dirección CECORA	CECORA; ejecuta	1	Concurso para ingreso al SIMP convocado.
Y	14-17	2 Consultores IICA Director SIMP	Preparación conjunta de materiales.	10	Ayudas visuales para curso funcionarios SIMP elaboradas.
Z	14-20	Unidad publicaciones IICA - Servicios Generales CECORA	Publicar los documentos	5	Materiales y conferencias para curso SIMP publicados.
A <sub>1</sub>	15-26	Servicios Generales de CECORA	CECORA; ejecuta	30	Oficinas de precios con la dotación mínima para la implantación del modelo.
B <sub>1</sub>	16-18	Dirección CECORA	CECORA; ejecuta	10	Funcionarios del SIMP reubicados y vacantes precisadas.
C <sub>1</sub>	17-20	1 Consultor IICA (SIMP) Director SIMP	Preparación conjunta.	5	Programa de Inducción y Capacitación a funcionarios SIMP, elaborado.
D <sub>1</sub>	18-19	Dirección CECORA	CECORA; realiza	3	Concurso de aspirantes al SIMP realizado.
E <sub>1</sub>	19-20	Dirección CECORA	CECORA; ejecuta	8	Personal del SIMP seleccionado y noabrado.
F <sub>1</sub>	20-21	Servicios Generales	CECORA; remisión de documentos	5	Documentos normativos y conceptuales del SIMP remitidos a funcionarios de campo.
G <sub>1</sub>	20-22	2 Consultores IICA Dirección CECORA	CECORA: Análisis-ugerencias sobre el curso de inducción capacitación. IICA: Introducción de ajustes	3	Curso de inducción-capacitación aprobado y listo para ser desarrollado.
H <sub>1</sub>	20-23	1 Consultor IICA 1 Experto en diseño Equipo SIMP Central	CECORA: elaboración del sistema de seguimiento, evaluación... IICA: diseño boletines - asesoría en toda la actividad.	40	Boletines tipo nal. y regional y sistema de seguimiento e información interna dischados.
I <sub>1</sub>	21-26	Equipos departament. de campo CECORA	CECORA; ejecución	9	Recolección de informac. sobre insumos y productos iniciada.
J <sub>1</sub>	22-24	IICA - CECORA	Conjunta; ejecución del evento.	9	20 funcionarios del SIMP inducidos al nuevo modelo y capacitados en las labores pertinentes.
K <sub>1</sub>	24-26	20 funcionar. SIMP Consultores IICA	CECORA; elaborar y ajustar los programas de trabajo regionales IICA ; Asesoría	2	8 programas de trabajo Regionales SIMP definidos.
L <sub>1</sub>	24-25	Equipo campo Boyacá y consultores IICA (Interfas)	Ejecución conjunta.		Canastas de consumo y paquetes de insumo precisados para 13 F.E.T. de Boyacá.



## FASE II: Actividades de Implementación

3.

Actividad	Eventos	Recursos	Responsabilidades	Duración (días hábiles)	Producto
M <sub>2</sub>	26-31	Equipos regionales del SIM	CEORA; ejecución	20	Listados básicos de productos, objeto de información (priorizados) elaborados para las cinco regionales del SIM.
M <sub>1</sub>	26-27	Equipos regionales del SIM (5)	CEORA; recolección de la información.	20	Información sobre usuarios y productos recolectada y lista para sistematizar.
O <sub>2</sub>	26-28	Unidad central del SIM (1)	CEORA; ejecución	15	Inventario de fuentes de información secundaria, elaborado.
P <sub>1</sub>	26-28	Unidad central del SIM (3) Consultor IICA (SIM)	CEORA; ejecuta IICA; orienta- asesora	30	Productos de información en base a información secundaria e histórica claramente definidos.
Q <sub>2</sub>	26-28	Unidad central del SIM (1)	CEORA; ejecución	8	Inventario de información histórica disponible en SIM - elaborado.
R <sub>2</sub>	26-55	Director SIM Consultor IICA (SIM)	CEORA; elabora IICA; asesora	50	Metodologías para el Subsistema de Información Insumo Consumo - Interfas Boyack, formuladas.
S <sub>2</sub>	26-29	(2) Unidad central SIM	CEORA; diseñar	15	Formatos para recolección de información insumo consumo e instructivos de manejo, diseñados.
T <sub>2</sub>	26-29	(2) Proyecto INTERFAS (2) Unidad Central SIM 2 Consultoras IICA	Ejecución conjunta	10	Listado de artículos prioritarios, objeto de información para el subsistema insumo-consumo, elaborado.
U <sub>2</sub>	26-30	1 Consultor IICA (SIM) 1 Consultor (IICA-Inv.Mdo.) Unidad central SIM (3)	CEORA; elabora IICA; orienta y asesora	20	Metodología para el Sondeo de mercados locales y departamentales, elaborada.
V <sub>2</sub>	27-31	(10) Unidades regionales del SIM (1) Unidad Central	CEORA; ejecuta	5	Muestrarios parciales de productos y Kardex de Usuarios por regionales montados.
W <sub>2</sub>	27-31	(5) Unidades regionales del SIM	CEORA; elabora	4	Programas para completar muestrarios de productos, de acuerdo a Calendario de Cosechas, elaborados.
X <sub>2</sub>	28-32	SIM central Consultor IICA	CEORA : ejecuta IICA : asesora	20	Guías para el montaje de contextos por producto elaboradas.
Y <sub>2</sub>	28-33	SIM - Central	CEORA; ejecuta	10	Fuentes y materiales de información secundaria de utilidad para el sistema, seleccionados.
Z <sub>2</sub>	28-46	SIM - Central	CEORA : define	10	Flujos de información secundaria desde Unidad Central a regionales, definidos.
A <sub>2</sub>	28-34	SIM - central Estadística CEORA Consultor IICA	CEORA; ejecuta IICA : asesora	25	Información histórica, sistematizada.
B <sub>2</sub>	28-34	SIM central Consultor IICA	CEORA; define IICA; asesora	15	Sistema de almacenamiento de información histórica definida.
C <sub>2</sub>	28-42	SIM central	CEORA; define	8	Flujos de información histórica desde Unidad Central a regionales definidos.
D <sub>2</sub>	29-35	SIM central 1 SIM Cundinamarca	CEORA; ejecuta	20	Proveedores de insumos consumos, censados.



Actividad	Evento	Recursos	Responsabilidades	Duración (Días hábiles)	Producto
E <sub>2</sub>	30-36	(2) SIPM central Consultor IICA	Elaboración conjunta	15	Normas generales de adopción y complementación de información para funcionarios de campo publicados y reproducidos.
F <sub>2</sub>	30-36	SIPM central - Estadística	Elaboración conjunta	8	Formatos básicos para recolección y registro de información local y departamental diseñados y publicados.
G <sub>2</sub>	31-37	SIPM regionales	CECORA; ejecuta	10	Flujos y contenidos de información desde unidades regionales hacia beneficiarios rectificados.
H <sub>2</sub>	31-38	5 oficinas regionales Analistas nacionales Especialista por producto, Consultor IICA	CECORA; ejecución IICA; asesoría	25	Estudio de mercado por productor realizado (1 producto nacional y uno regional)
I <sub>2</sub>	31-39	SIPM regionales	CECORA; ejecución IICA; asesoría	120	Montaje de muestrario por producto y kárdex de usuarios terminado.
J <sub>2</sub>	31-40	SIPM regionales SIPM central	CECORA;	8	Flujos regionales del sistema definidos de los regionales hacia los usuarios y hacia la unidad central.
K <sub>2</sub>	31-40	5 Analistas regionales 2 Analistas nacionales 1 Consultor IICA	CECORA; ejecución IICA; asesoría	10	Contenidos de información primaria por usuarios precisados.
L <sub>2</sub>	32-46	5 Analistas regionales 2 Analistas nacionales 1 Consultor IICA	CECORA; ejecución IICA; asesoría	15	Contextos por productos puestos en marcha.
M <sub>2</sub>	33-41	Director SIPM	CECORA; ejecuta	5	Contactos institucionales para intercambio de información secundaria, establecidos.
N <sub>2</sub>	34-42	2 Analistas Nales. 1 Técnico de Estadística.	CECORA; ejecuta IICA; asesora	15	Archivos de información histórica montados.
O <sub>2</sub>	35-43	Director SIPM Director regional Boyacá 2 Consultores IICA (SIPM, INTERFAS)	CECORA-IICA; ejecutan	10	Metodologías para la selección de muestras para recolección de información insumo consumo, precisadas.
P <sub>2</sub>	35-43	1 Auxiliar de precios Director SIPM	CECORA; ejecuta	8	Kárdex de Proveedores. Montado.
Q <sub>2</sub>	36-44	Jefe Asistencia Técnica Director SIPM	CECORA; define	8	Flujos para el subsistema de información primaria de mercados locales y departamentales, definidos
R <sub>2</sub>	38-45	Equipos regionales SIPM Analistas Nales. Consultor IICA	CECORA; ejecución IICA; asesoría	5	Tamaño, selección, etc., de muestras para toma de información primaria en mercados cubiertos en forma directa por el SIPM definidos.
S <sub>2</sub>	40-55	2 Analistas Nales. 5 Analistas regionales	CECORA; ejecución	10	Flujos de información primaria para mercados cubiertos por el SIPM establecidos desde las unidades regionales hacia la unidad central.
T <sub>2</sub>	41-46	Analistas Nales.	CECORA; ejecución	10	Intercambio de información secundaria, puesto en marcha.



Actividad	Eventos	Recursos	Responsabilidades	Duración (días hábiles)	Producto
U <sub>2</sub>	42-55	7 Analistas Nales, 5 Analistas regionales	CECORA: Ejecución	10	Flujos de Información histórica establecidos entre unidad central y unidades regionales.
V <sub>2</sub>	43-47	Unidad regional Bogotá, Director SIPM 2 Consultores IICA	CECORA: Ejecución IICA: Asesoría	5	Toma de información para el subsistema insumo-consumo puesto en marcha.
W <sub>2</sub>	44-48	Servicios Generales de CECORA	CECORA: Publicación	10	Documentos normativos para el subsistema de información primaria de mercados locales y departamentales, publicados.
X <sub>2</sub>	45-49	5 Asistentes Técnicos Precios	CECORA: Ejecución	5	Puesta en marcha de la información mejorada para los dos productos estudiados en el evento 31-38.
Y <sub>2</sub>	45-50	5 Oficinas regionales Analistas Nales, Especialistas por producto, Consultor IICA	CECORA: Ejecución IICA: Asesoría	25	Estudio de Mercado para dos productos (1 Nal. y 1 Regional) desarrollados.
Z <sub>2</sub>	46-55	2 Analistas Nales.	CECORA: Ejecución	10	Flujos de información secundaria de Unidad Central hacia regionales del SIPM, establecidos.
A <sub>3</sub>	47-55	Unidad regional Bogotá Director regional Boyacá Consultor F.S.B.	CECORA: ejecución-ajustes IICA: Asesoría	8	Flujos Información insumo consumo establecidos; unidad central con equipo de campo Boyacá.
B <sub>3</sub>	48-51	Jefe Asistencia Técnica	CECORA: Ejecución	5	Documentos normativos sobre subsistemas de información primaria para mercados locales y departamentales, entregados a equipos de Campo de CECORA.
C <sub>3</sub>	50-52	Equipos regionales SIPM, Analistas Nales, Consultor IICA.	CECORA: Ejecución IICA: Asesoría	5	Características de las muestras para toma de información de los productos estudiados, definidos.
D <sub>3</sub>	51-53	Promotores Asist. Técnicos	CECORA Regional: Ejecución	10	Recolección de información de mercados locales y departamentales en marcha.
E <sub>3</sub>	52-54	5 Asist. Técnicos de Precios	CECORA: Ejecución	5	Puesta en marcha de la información mejorada de los dos productos estudiados en el evento 45-50.
F <sub>3</sub>	52-60	5 oficinas regionales Analistas Nales, Especialistas por Producto, Consultor IICA	CECORA: Ejecución IICA: Asesoría	25	Estudio de mercados para dos productos de prioridad desarrollados.
G <sub>3</sub>	53-55	Regionales SIPM	CECORA: Ejecución	8	Flujos de información primaria establecidos para mercados locales y departamentales entre SIPM y otros usuarios.
H <sub>3</sub>	23-55	SIPM	CECORA: Ejecución	10	Sistemas de seguimiento y boletines producidos.



BASE III: Actividades de Complementación.

Actividad	Evento	Recursos	Responsabilidades	Duración (días hábiles)	Producto
I <sub>3</sub>	55-56	Todo el SIMM	CECORA; Ejecución	15	Flujos de información del sistema (internos, hacia usuarios y desde fuentes) revisados. Paquetes de contenido por usuario. Precizados.
J <sub>3</sub>	55-57	Dirección SIMM Consultor IICA	CECORA e IICA; ejecutan	40	Oficinas SIMM. Evaluados e implementados los correctivos necesarios para obtener un funcionamiento correcto.
K <sub>3</sub>	55-58	Jefe Asis. Técnica Director SIMM Consultor IICA	CECORA e IICA; ejecutan	8	Contenido del componente SIMM en curso de capacitación a funcionarios de campo. Diseñado.
L <sub>3</sub>	55-59	Analistas regionales Analistas Nales.	CECORA ; rectifica	25	Flujos y contenidos de información a usuarios, rectificados en base a la actividad I <sub>3</sub> (55-56)
M <sub>3</sub>	57-61	Director SIMM Analistas Nales. Consultor IICA	CECORA e IICA; ejecutan	10	Contenidos del curso de profundización a funcionarios SIMM determinados.
N <sub>3</sub>	57-62			21	Sistema de información interna, evaluación y seguimiento ajustado.
O <sub>3</sub>	-58	IICA - F.S.B. CECORA	Planeación conjunta		Curso a funcionarios de campo. Planesado.
P <sub>3</sub>	58-63			2	Curso de inducción - capacitación a funcionarios de campo (componente SIMM) realizado.
Q <sub>3</sub>	60-64	Equipos regionales SIMM Analistas Nales. Consultor IICA	CECORA; Ejecución IICA; Asesoría	5	Muestras para toma de información (1 prod. nal. - 1 prod. regional) definidas
R <sub>3</sub>	61-65			5	Conferencistas para curso de profundización SIMM. Contratados.
S <sub>3</sub>	62-71	Analistas regionales Analistas nacionales Director SIMM	CECORA; ejecuta	20	Evaluación de actividades 1981 y programación actividades 1982, elaboradas.
T <sub>3</sub>	63-71			30	Apoyo realizado a cada frente específico de trabajo en cuanto a recolección, registro, adaptación y complementación de información
U <sub>3</sub>	64-66	5 Asistentes de precios	CECORA; ejecución	5	Estudio de mercados y flujo de información de los productos estudiados en la actividad Q <sub>3</sub> desarrollados.
V <sub>3</sub>	64-67	5 Oficinas regionales Analistas Nales. Especialistas por producto Consultor IICA	CECORA; ejecución IICA ; asesoría	25	Estudio de mercado para 1 producto nacional y 1 producto regional. Desarrollado.
W <sub>3</sub>	65-68			15	Materiales del curso de profundización funcionarios SIMM seleccionados y publicados.
X <sub>3</sub>	67-69	Equipos regionales SIMM Analistas Nacionales Consultor IICA	CECORA; ejecución IICA; asesoría	5	Muestras para toma de información (1 prod. nal. - 1 prod. regional) definidas
Y <sub>3</sub>	68-71			3	
Z <sub>3</sub>	69-70	5 asistentes de precios	CECORA; ejecución	5	Información mejorada para dos productos en marcha.
A <sub>4</sub>	69-71			0	
B <sub>4</sub>	39-71			5	Informes de avance del montaje y programación de éstos para 1982. Realizado





# 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. 1  
(Actividad SIPM)

**GUIA PARA LA SELECCION Y PRIORIZACION DE RUBROS OBJETO DE  
INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS 1/**

José Eduardo Gutiérrez P.  
Consultor IICA/FSB

Bogotá, Colombia  
Agosto, 1981



## GUIA PARA LA SELECCION Y PRIORIZACION DE RUBROS OBJETO DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS 1/

### A. Antecedentes y Justificación

En la implementación del subproyecto de Comercialización DRI, a la institución se le señalaban áreas geográficas de trabajo, particularmente municipios, en los cuales se inició la promoción de organizaciones campesinas, previo análisis muy general de las respectivas posibilidades. Este procedimiento llevó al manejo de criterios especialmente locales para la identificación de los rubros sobre los cuales debía centrarse el qué hacer.

Con el tiempo y la consiguiente ampliación de cobertura del programa, si la organización del trabajo sigue siendo regida por estos criterios (de aplicación local y cerrada), es obvio que se presentará gran atomismo y dispersión, se dificultará el desarrollo de las diferentes funciones administrativas del subprograma y por lo tanto, estará significativamente limitada la eficacia de la acción e impedida la saludable y necesaria especialización de los equipos, instancias y funcionarios.

1/ El presente documento en una primera versión estuvo terminado para el curso de Inducción-Capacitación a funcionarios del SIPM. En este evento al exponer los criterios de priorización y el procedimiento, surgieron valiosas sugerencias de Humberto Castro, las cuales fueron analizadas e integradas a esta nueva versión. Dicho aporte se refiere en especial a que señaló la necesidad de tener como material de información básica para priorización, la del subsector tradicional.



Para corregir esta situación, se cuenta con la información y experiencia de cinco años de ejecución, las que adecuadamente manejadas permiten enriquecer los criterios, los procedimientos de aplicación, etc.; para seleccionar y valorar posibilidades, establecer estrategias y en fin, desarrollar toda una serie de actividades, cuyos productos lleven a una mejor acción institucional.

Parece ser que los primeros aspectos que deben manejarse con la pretensión de racionalizar la ejecución global del subprograma, se refieren a áreas geográficas y productos. En cuanto a los primeros, éstos son de especial importancia para la organización del trabajo de campo, tanto al interior de la entidad, como entre las entidades ejecutoras, y debe ser abordado a este mismo nivel, para lo que sería deseable disponer de alguna normalización al respecto (en especial criterios, procedimientos y propósitos de la regionalización).

En lo que a productos se refiere, que son los objetos de información del sistema, su valoración es piedra angular para racionalizar la ejecución del proyecto "Sistema de Información de Precios y Mercados" y ganar coherencia con las reales necesidades y posibilidades de apoyo en esta área al trabajo de campo, a la institución y a las FAS.

#### B. Ubicación de la Actividad

Las labores relacionadas con la priorización de productos, constituyen la primera actividad de la implementación del "modelo". Los productos



de este trabajo permitirán seleccionar los rubros que merecen la mayor atención y concentración de esfuerzos y recursos, sobre los cuales se ampliarán las variables de información y se aplicarán las diferentes herramientas mejoradas de operación.

### C. Formulación del Problema

En uno de los apartes del estudio: "Modelo General para el Sistema de Información de Precios y Mercados de CECORA", se desarrolló un análisis general de los productos comercializados por las organizaciones campesinas asistidas por CECORA. Algunas cifras resultantes son bastante sugestivas: El 15% de los rubros reúne volúmenes de alguna significancia y genera el 66% de los ingresos brutos provenientes de las acciones de comercialización; el 14% de los renglones considerados a nivel departamental no alcanza a arrojar una cifra decimal, en cuanto a su volumen y valor relativo. Igual hecho ocurre con el 11% de los rubros considerados al nivel nacional. (Lo anterior sin hacer distinción alguna de variedades y calidades que en muchas ocasiones presentan mercados diferenciados).

El problema es fácilmente ubicable, cuanto contrastamos estos hechos, con la importancia que se le atribuye a cada producto, materializada en la calidad y cantidad de recursos humanos concentrados en ellas, el desarrollo y uso de instrumentos de trabajo, la dedicación de recursos financieros, etc. Entonces, el otro polo que señala el problema o desfase, es que cualquier rubro es tratado con la misma intensidad y "profundidad", lo que hace imposible ganar algún grado de especialización, eficiencia o eficacia, produce



expectativas falsas en los beneficiarios, con respecto a las posibilidades que con esta forma de organización del trabajo son posibles y limitan considerablemente las posibilidades y alcances de apoyo y orientación a las FAS beneficiarias.

Para concretarnos y particularizar este hecho a nivel del SIPM, basta decir que hay listas regionales de productos objeto de información, que toman hasta 70 rubros básicos (sin incluir variedades, calidades, etc.), sobre todos los cuales se recoge información de precios, prácticamente con los mismos métodos, procedimientos, periodicidad, etc., no normalizados. Algunos rubros no son desde hace mucho tiempo materia de la acción de los beneficiarios, ni de plan alguno de producción DRI.

Desde otro punto de vista, aunque corresponde a la sintomatología que proyecta la acción institucional, las FAS (al no poder ser adecuadamente orientadas en lo que hace relación a criterios de mercado), trabajan sin mayor capacidad operativa, pero en varios rubros e incluso áreas (mercado, insumo, consumo, etc.), de manera tal que sus posibilidades de evolución son negativas y el desarrollo de sus recursos humanos, prácticamente nulo.

Ahora bien, para apuntar a racionalizar la acción de las FAS y generar organizaciones empresariales campesinas, es requisito generar capacidad orientadora de este proceso en la institución y en cada una de sus partes y tener claro lo que es una organización empresarial.



D. Alternativa de Solución

El nivel neurálgico del problema que nos ocupa, es el de los promotores, los cuales no sólo orientan la acción de las FAS, en una dimensión integral, sino que canalizan recursos de otras entidades para hacer posible el proceso. Al respecto, al SIPM le compete un papel fundamental de apoyo, que se concreta en el suministro de información referencial de precios y mercados (de amplia cobertura), y la instrumentación con criterios orientadores de mercado.

Cumplir con este papel para la totalidad de productos trabajados por las FAS, es una utopía y los esfuerzos aplicados en este sentido llevarían a un trabajo absolutamente irracional.

Por ello se hace necesario a todo nivel cualificar y concentrar el trabajo en aquellos productos que de acuerdo a criterios definidos y unificados, lo justifican, tenidas en cuenta esa realidad que pretendemos modificar, la posibilidad que ella nos brinda de cumplir con unos lineamientos particulares del plan de desarrollo del subsector tradicional y la capacidad institucional, limitada por sus recursos y el desarrollo de sus instrumentos.

En este sentido, se señala la selección y priorización de productos, como un primer paso en esta dirección.

Con el fin de hacer mayor claridad sobre la actividad, a continuación se presenta un desglose de ésta en productos y algunos propósitos.



Un producto indirecto está constituido por la organización que se hará de la información de producción del subsector tradicional y de las acciones de comercialización de las FAS beneficiarias, las que se constituyen en insumos para la priorización y por lo tanto demandan ciertas características en ellas. En este sentido se trata de darle una razón de ser al manejo de la información.

El producto principal de la actividad será y seguirá siendo la asignación de importancia o valoración de los rubros producidos por la economía campesina y comercializados por las FAS.

Si la actividad se incorpora al funcionamiento cotidiano de la institución se posibilitará:

1. Concentrar los recursos del SIPM a la recolección, estudio, análisis, difusión, etc., de información sobre rubros que presentan buenas posibilidades y a la vez son cultivados por apreciables cantidades de productores campesinos.

2. Apoyar eficazmente en la toma de decisiones sobre producción y comercialización a las organizaciones empresariales campesinas, a los funcionarios de campo, e incluso a las demás instituciones, en lo que se refiere a estos rubros.

3. Hacer coherente la labor del Sistema, con las necesidades en materia de información y las posibilidades de éste, tenidas en cuenta sus limitaciones de recursos humanos y presupuestales, y la bastedad de su papel.



4. Posibilitar la especialización (y señalar los campos) de los funcionarios del sistema y de otros fuertemente vinculados a éste (en especial los especialistas por producto).

5. Suministrar elementos importantes para lograr una mejor concreción de las políticas crediticias, facilitando la toma de decisiones y la planificación en cuanto a destinaciones y aplicaciones de las partidas disponibles de crédito.

6. Señalar rubros que demandan concentración de recursos para generación de tecnología de producción y comercialización.

7. Señalar y demostrar a todo nivel la necesidad de establecer prioridades (y compatibilizarlas), para evitar la dispersión del trabajo.

Si lo anterior se logra, se estará presionando la racionalización general de la acción de CECORA y de otras entidades y a la vez se podrán aportar algunos instrumentos para este fin.

#### E. Consideraciones Preliminares

##### 1. Información básica - Su universo

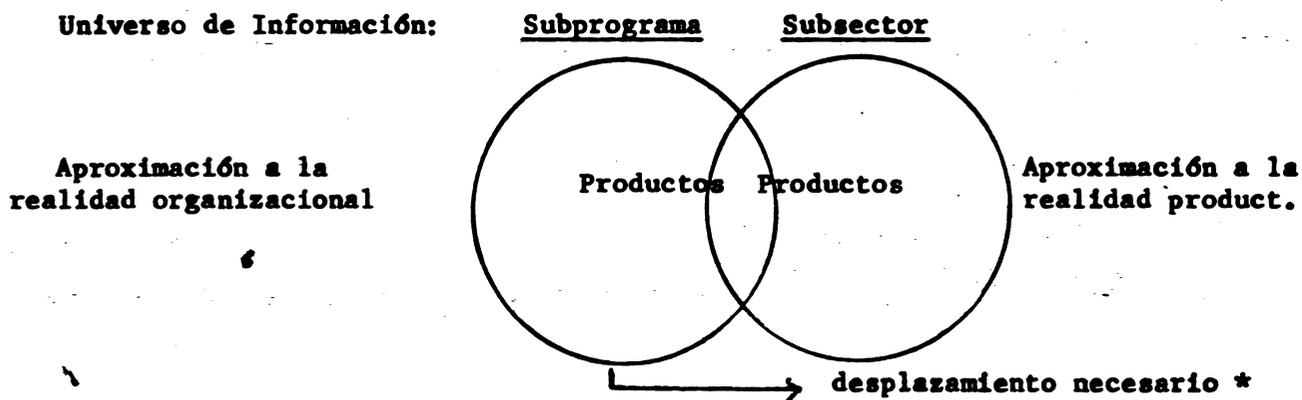
Para el desarrollo de la priorización, se plantean en principio dos universos:

- a. Información general del subsector tradicional. Esta no es muy precisa, es desactualizada, etc., pero debía haber sido



la fundamental para priorizar al comienzo del programa. Si la utilizamos, es posible que aparezcan como productos prioritarios, rubros para los cuales no se dispone actualmente de un peso organizacional campesino importante (formal); o considerar no prioritarios, rubros en los cuales hay toda una base organizacional, y finalmente, toda una gama de desfases entre las realidades productiva y organizacional.

Todo lo anterior, deja ver cómo la priorización en base a esta información, comportaría una herramienta indicadora de introducción de ajustes para todo el programa, de fundamental importancia. Sin embargo, no logra aportar elementos de importancia para la preocupación de corto plazo, directamente relacionada con la base de organizaciones beneficiarias del programa y usuarias del subprograma.



- b. Información de realizaciones del subprograma de comercialización DRI. Dado que éste lleva cinco años de ejecución, puede colegirse que sus realizaciones deben tener un grado aceptable de correspondencia relativa, con las posibilidades

\* De largo plazo.



del subsector en general. (Valdría la pena demostrarlo).

A más de ello, nos encontramos frente a un subprograma en ejecución, que ha generado y apoya beneficiarios concretos, que como tarea inmediata deben ser apoyados, de acuerdo tan bién a sus necesidades concretas. Para el caso del SIPM, existe ya toda una serie de usuarios de información, entre los que vale la pena destacar los funcionarios, que no sólo apoyan la acción coyuntural, sino que guían el proceso.

De acuerdo a las anteriores consideraciones y otras de importancia, para la acción a corto plazo, se hace necesario priorizar en base a la información del subprograma (b), la que nos permite algún grado de conciliación entre la realidad de producción y la de organización campesina, al me nos para orientar nuestra acción al corto plazo. En segundo lugar, la información del subsector nos debe suministrar elementos importantes de tipo derroteros para reorientar gradualmente la acción (introducir graduales correctivos) y activar un nuevo proceso, encaminado a lograr coincidencia entre la realidad productiva y organizacional. Si esto se logra, se podría reimpulsar el uso de la información del subprograma para priorizar; en otro caso, lentamente se podría aumentar el desfase o sería costosísimo el proceso a base de prueba y error, de lo cual hay abundantes experiencias no recogidas.

## 2. Información Básica - Fuentes y Flujos

En lo que hace relación a la información del subsector, ésta



deberá ser captada para el país por la Unidad de Planificación y por el SIPM (información secundaria), y de allí deberá fluir a los diferentes niveles: Direcciones Regionales, Unidades Regionales SIPM, instancias técnicas de apoyo, etc. Las principales fuentes identificadas son: DANE, OPISA, Banco de la República, DNP.

La información del subsector, de cobertura regional, deberá ser captada por las Direcciones Regionales en primera instancia y de allí fluir hacia la respectiva regional SIPM, hacia la unidad de Planificación y de allí al SIPM. Las principales fuentes a este nivel parecen ser: Las instituciones ejecutoras del programa, las Direcciones Regionales de DNP, las Secretarías de Agricultura y las seccionales del DANE.

En cuanto a la información sobre el subprograma de Comercialización, el material básico estará constituido por los reportes sobre las formas asociativas y sus acciones de comercialización. Este material elaborado por los promotores, asistentes técnicos y directores regionales, deberá fluir a las respectivas regionales del SIPM y a la Unidad de Planificación, en la cual se agregará y consolidará y se impartirán las normas respectivas para la adecuada elaboración de los informes y su respectivo flujo y envío. De esta última también saldrán los consolidados hacia el SIPM Central y sus unidades regionales, hacia las direcciones regionales y otras instancias técnicas y de representación de la entidad en el programa.

### 3. Niveles de Priorización

Para que tenga un sentido integrador y de herramienta de ajuste,



se logre coherencia entre la acción institucional y la realidad, y se gane eficacia en la respectiva gestión, es necesario determinar prioridades a los siguientes niveles:

- a. Local: Representa el nivel de frente específico de trabajo y de la correspondiente organización campesina.
- b. Departamental: En razón de la organización administrativa del trabajo en CECORA, corresponde a la división político administrativa del país. Sin embargo, parece mucho más importante un nivel de región económica, información que no ha sido producida por la institución.
- c. Regional SIPM: Es un nivel particular para la acción del SIPM, y corresponde a grupos de Departamentos a los que se orienta la acción particular de cada oficina del sistema.
- d. Nacional: Nivel agregado de la información del subprograma y del subsector. (La primera sólo es un subconjunto de la segunda).

El SIPM desarrollará su priorización de acuerdo a sus criterios, que en principio son los contenidos en este documento, para todo nivel excepto el local.

#### 4. Instancias de Definición

La priorización debería definirse gradualmente y en varias instancias. Para nuestro caso y mientras no surjan otras normas y procedimientos,



la priorización se definirá mediante reuniones en las regionales del SIPM, con representantes de este nivel, del nacional (fundamentalmente SIPM y asistencia técnica) y del nivel de campo (sin olvidar que se trata de la priorización para SIPM), en las que se confrontarán las priorizaciones desarrolladas en la regional y en el nivel central (para los diferentes niveles de priorización), se analizará la validez de los respectivos criterios, se definirá la priorización y se mejorará la guía respectiva. En esta forma, se aspira a generar también capacitación sobre la acción (en servicio).

#### 5. Carácter

El carácter de la priorización es temporal. Se considera que aunque la información básica tiene una periodicidad trimestral (para los consolidados), la priorización debería hacerse sobre consolidados anuales. Esta podría ser revisada trimestralmente; ej.: Información del primer trimestre de 1980 al primer trimestre de 1981, o de segundo a segundo, etc., e incluso otras si es necesario y hay la iniciativa o inquietud.

#### F. Pasos y Criterios

Antes de abordar los pasos de priorización, conviene plantear como elementos orientadores de la labor de cada oficina, los siguientes criterios de operación:

- a. Como criterio general de operación: Cada oficina regional del SIPM (ubicada en mercados estratégicos) debe considerar todos los productos comercializados por las FAS del Departamento en que está ubicada (si en éste existen áreas de



Desarrollo Rural Integrado), siempre y cuando allí se de una demanda por estos productos. No importa si éstos sean o no prioritarios.

- b. Como criterios específicos de operación: La ampliación de información a variables de mercado, se hará: -Para productos de prioridad nacional, en todas las regionales. -Para productos de importancia departamental, en las regionales respectivas. -La ampliación será gradual y paralela entre todas las oficinas: Un producto regional y uno nacional (el mismo para todas las unidades).

El siguiente es el procedimiento recomendado para lograr la priorización de productos. Para su aplicación es aconsejable partir por el nivel local y ascender hasta el nacional, para luego invertir el proceso. Lo anterior en razón de que siempre los niveles anteriores están aportando elementos y criterios que mejoran el producto de este trabajo, y los superiores marcos de actuación, también de gran importancia.

Paso I : Organización de Información

Este paso responde fundamentalmente a la necesidad de adecuar la información básica que llega a la central, para propósitos pre-determinados. Se aspira a que el desarrollo de la labor y el interés general por analizar el desenvolvimiento del subprograma y



calificar el accionar de la entidad, lleve al corto plazo a mejorar la forma en que es reportada, así como su precisión. Tal función compete a la unidad de planificación, apoyada por las instancias técnicas.

Tareas : a. Separación de información por productos y organizaciones bajo los siguientes grupos o categorías 1/:

- Derivados animales
- Tubérculos y plátanos
- Granos
- Hortalizas
- Frutas
- Procesados
- Otros

b. Agrupación de la información correspondiente a productos no discriminados, pero que corresponden sólo a un grupo o categoría 2/ Ej.:

- Derivados animales (totales)
- 6 -Lana
- Carne
- Leche
- No discriminados (pero de derivados animales)

c. Agregación de la información reportada para productos de diferentes grupos, que no pueda ser separada 2/. Ej.: Cerdo

1/ Son categorías que no serán sujetas a priorización, como tales. Sólo responden a la necesidad de organizar en mejor forma la información.

2/ Las tareas b. y c. no deberían darse si la información se reportara adecuadamente.



y yuca. Los datos correspondientes a este tipo de reporte, deberán agregarse antes de la categoría "Otros", bajo la de nominación: "NO DISCRIMINADOS". (Como grupo o categoría).

En esta forma las categorías serían:

- Derivados animales
- Granos
- Hortalizas
- Frutas
- Procesados
- No discriminados
- Otros

- d. Agregación de la información por productos, grupos de productos y variables, de acuerdo al nivel de priorización. (Si se trata del departamental debería hacerse agregación de los locales del ámbito regional; si es regional SIPM, los respectivos departamentales, etc.) 1/.
- e. Crítica, ajustes y rechazos de la información básica organizada.
- f. Cálculos auxiliares: Suma de datos por variables (columnas) y cálculo de porcentajes al interior de cada una de ellas.

El producto de esta Tarea, consiste en la información ya depurada y aceptada sobre la cual se entrará a trabajar.

1/ Ver explicación de pie de página en la hoja siguiente.



**Paso II : Selección de Rubros**

En este paso se identifican los productos sin prioridad y se van señalando en los respectivos listados, sin sacarlos de allí. Tiene como objeto no entrar a priorizar sobre productos que de hecho no tienen mayor importancia.

1/ Para el SIPM, la priorización regional exige la agregación de información del nivel anterior, así:

<u>Unidad Regional</u>	<u>Departamentos</u>
Bogotá	{ Cundinamarca Boyacá Santander
Medellín	{ Córdoba Sucre Antioquia
Cali y Zona Cafetera	{ Cauca Nariño
Barranquilla	{ Córdoba Sucre
Cartagena	{ Antioquia Santander
Bucaramanga	{ Boyacá
Cúcuta	{ Santander

Para la priorización nacional, deberá agregarse toda la información departamental.



- Criterios:**
- a. Descarte de productos (como objetos de priorización) incluidos en I-b y c. Esto puede producir algunos sesgos, pero son inevitables, en tanto se reporte y organice en la forma actual la información.
  - b. Descarte de productos de monopsonio difícil de romper, que presentan canales cortos, con comisionistas de las respectivas agroindustrias y precios similares en las diferentes regiones.
  - c. Descarte de productos que reportan menos del 1% de la producción comercializada por las FAS (al nivel de agregación correspondiente: Regional, nacional, etc.), o menos del 1% de su valor.
  - d. Descarte de productos no importantes al nivel de priorización anterior. (Para el regional, el departamental; para el nacional, el regional, etc.).

Para la priorización SIPM, descarte de productos no importantes al nivel de priorización anterior (de cada Departamento) y que además sean extradepartamentales al mercado en referencia y cuyos volúmenes no justifican, ni posibilitan, por lo general, llegar a éstos. Por lo demás sería altamente riesgosa y supremamente esporádica la concurrencia y muy elevados los costos unitarios de comercialización respectivos.



**Paso III : Priorización**

Los productos que no sean rechazados en los pasos anteriores, son los rubros que entran a priorizarse. Este paso debe ser aplicado por separado a cada grupo de productos (ver grupos en Paso I-a), asignando prioridades 1, 2, 3 o descartando, en base a los criterios de priorización (descarte residual).

- a. Peso relativo de los productos asociados, que cultivan el rubro.
- b. Peso relativo de los volúmenes comercializados del producto, con respecto al volumen total.
- c. Peso relativo del valor generado en la comercialización del producto, con respecto al valor total de la producción comercializada.
- d. Peso relativo de las FAS que comercializan el producto con respecto a las FAS totales.
- e. Rango de volúmenes comercializados por las FAS respectivas.
- f. Permanencia de la actividad comercial de las FAS y volúmenes medios comercializados por cada una de ellas, para un período mensual.
- g. Importancia atribuida al rubro por el sistema institucional (medida a través de la generación de paquetes tecnológicos, crédito asignado y utilizado, capacitación, etc.).



- h. Para la priorización regional SIPM: Que se den buenas posibilidades actuales de afluencia del producto al mercado en referencia, dadas sus exigencias de manejo, la capacidad operativa de las FAS respectivas y la ubicación del respectivo mercado.
- i. Para la priorización regional SIPM: Prioridad asignada al rubro al nivel departamental.
- j. Para la priorización regional SIPM: Existencia de demanda por el producto en el mercado donde opera la unidad regional y en su área de cobertura.
- k. Para la priorización nacional: El número y peso relativo de departamentos DRI, de los cuales se origina el producto comercializado dentro del subprograma.
- l. Para la priorización nacional: Prioridad asignada al rubro, a los niveles departamental y regional.
- m. Para la priorización nacional: Carácter de cobertura del mercado: Nacional, Regional o local.

Todos los anteriores criterios, llevan a priorizar comparativamente los productos. Por tal motivo, es deseable establecer un puntaje, por ejemplo: 10 para cada uno de ellos (es necesario establecer la importancia relativa de cada uno de estos criterios para poder hacer una mejor asignación de puntaje que nos lleve a una mejor priorización).



Para facilitar el paso de priorización y dado que este se establece comrativamente en función de las condiciones que rodean a cada rubro, se anexa una "matriz", que debiera manejarse así:

1. Diligenciar el encabezamiento de acuerdo a las notas 1/ 2/ registradas en el pie del cuadro.
2. Precisar y definir adecuadamente los criterios en base a los cuales se desarrollara la priorización.
3. Colocar en cada casilla de producto aquellos rubros del grupo correspondiente, que al final de los pasos I y II - (hojas 14- 17), no fueron descartados.
4. Describir, cualificar, cuantificar lo que acontece con el producto con respecto al criterio.
5. Asignar un puntaje o calificación en base diez(10), comparativo entre los diferentes productos para cada criterio - (horizontalmente).
6. Totalizar y asignar las prioridades (1, 2, 3, etc.,).
7. Revisión, crítica, ajuste final.







**G. Etapas**

La priorización debe desarrollarse en tres etapas:

**Etapa I : Priorización previa o inicial****a. Priorización del SIPM Regional**

Se inicia con la priorización departamental y luego de agregado regional, de acuerdo al área de influencia de la respectiva unidad del sistema.

Deberá ser sustentada en la instancia y respaldada por un documento.

**b. Priorización del SIPM Nacional**

Se inicia con el nivel departamental, sigue con el de agregados regionales SIPM y termina con el agregado nacional.

Deberá igualmente ser sustentado en la respectiva instancia y originarse un documento.

**Etapa II: Confrontación**

Es el análisis, que se desarrollará en cada unidad regional, de las priorizaciones previas. Además, se hace la formulación, estudio y sustentación de nuevos criterios y motivos de rechazo.

Esta etapa se desarrolla producto por producto.



**Etapas III : Introducción de ajustes y validación de la priorización**

Esta etapa lleva a la unificación de la priorización para un periodo determinado.

**H. Programación**

Deberá ser precisada por CECORA.





# 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. 3  
(Actividad SIPM)

CONSIDERACIONES METODOLOGICAS PARA LA RECOLECCION DE INFORMACION  
DEL SISTEMA PRIMARIO EN LOS MERCADOS DE COBERTURA DIRECTA DEL SIPM

José Eduardo Gutiérrez P.  
Consultor IICA/FSB

Bogotá, Colombia  
Febrero, 1981



### DOCUMENTO DE ORIENTACION No. 3

#### CONSIDERACIONES METODOLOGICAS PARA LA RECOLECCION DE INFORMACION DEL SISTEMA PRIMARIO EN LOS MERCADOS DE COBERTURA DIRECTA DEL SIPM

##### A. Importancia de la Actividad

La prioridad de lograr un desarrollo metodológico adecuado para la ejecución de las funciones relacionadas con la recolección de información, es clara si se tiene en cuenta que una primera condición necesaria para obtener buenos productos 1/ se logra cuando la información captada reúne condiciones de calidad y cantidad suficientes para posibilitar confiabilidad por parte del usuario, que le permitan utilizarla como base para una racional toma de sus decisiones.

Con este propósito la actividad propuesta en este documento debe orientarse a definir la información a recolectar en los mercados cubiertos por el SIPM (en la primera fase de implantación para el subsistema de información primaria) y generar lineamientos muy claros sobre cómo obtenerla. Además, a partir de estas definiciones y como subproducto, debe abordarse la precisión de los ítems a manejar por los otros subsistemas (información de contrastación y complementación).

Precisados los ítems, así como las limitaciones que tendrá la respectiva información, se pasa a definir cómo manejarla para efectos de

---

1/ Mientras no se especifique lo contrario, cuando se haga referencia a producto(s), se trata de productos de información, o sea datos, materiales, etc. que se generan del procesamiento de la recolectada.



obtener unos determinados productos que entrarán en flujo.

La actividad también deberá lograr la normalización de las actividades de registro y contrastación (de información de mercados y subsistemas), lo que deberá redundar en una mayor agilidad en los flujos internos de información del sistema.

Adicionalmente la elaboración de las metodologías y su aplicación experimental, darán elementos o criterios de importancia con respecto al rendimiento del recurso humano, su racional aplicación, la dotación requerida, etc.

#### B. Ubicación de la Actividad

Esta actividad hace parte del camino crítico de la red en la que se ha plasmado el plan de trabajo para el SIPM-1981 1/. Todas las otras funciones y tareas relacionadas con la recolección de información dependen en forma directa o indirecta del adecuado desarrollo de ésta, la que se constituye en el principal aporte para las "actividades de montaje" del sistema y de capacitación del recurso humano.

#### C. Formulación del Problema

La experiencia del SIPM señala que en términos generales es grande el escepticismo del usuario con respecto a los aportes que la información

---

1/ Gutiérrez P., José Eduardo y Cifuentes, Flavio. Plan General de Trabajo para el Proyecto SIPM-1981.



de precios y mercados puede hacer para el mejoramiento de sus actividades, a más de que la recibida no le merece mayor confiabilidad. Esta actitud está sustentada en vivencias del usuario y se viene convirtiendo en crónica por el aislamiento del sistema con respecto a él, la ausencia de mecanismos de seguimiento y evaluación, la pérdida de los objetivos y propósitos del sistema, su desubicación en el contexto del programa, la ausencia de promoción de los servicios del sistema, etc.

Tal situación lo ha llevado a no utilizar la información o a consultarla con el claro y único propósito de hallar inconsistencias, y sólo casual y aisladamente la utiliza en la toma de sus decisiones. Frente a esto, el sistema reacciona abandonando la actividad, suspendiendo flujos, etc., lo que ha llevado a un círculo vicioso, en el que a las críticas se responde con la disminución del servicio, redundando en la mala calidad de éste, lo que ocasiona nuevas críticas por parte del usuario, generalmente no constructivas y deficientemente canalizadas.

Todo lo anterior, hace ver la urgencia de trabajar en la perspectiva de rescatar la imagen del sistema y reivindicar el papel que a la información de precios y mercados le corresponde dentro de un programa que pretende la articulación de la economía campesina al mercado.

Dentro de este contexto sobresale la necesidad de ganar calidad y oportunidad en la correspondiente información 1/.

---

1/ En términos generales la crítica central se dirige a cuestionar su precisión y las consultas al personal de campo han señalado el alto riesgo de emprender acciones basadas en la información del sistema.



Una rápida revisión de las acciones involucradas con la recolección de información del SIPM, explica en parte la situación antes planteada:

1. Las variables de información no se han identificado a partir de un análisis objetivo de las necesidades de los usuarios y por lo tanto hay desconocimiento de las decisiones que "pretenden" apoyarse con la respectiva información.
2. La recolección se desarrolla sin mayor ordenamiento, no utilizándose ningún tipo de método y/o procedimiento formal que disminuya el riesgo de información deficiente o mejore su calidad. Es decir, se ha abordado como una actividad mecánica, no sometida a ninguna evaluación ni normalización, por lo que no existen criterios definidos al respecto.
3. No se señalan limitaciones de la información, ni las potenciales causas de sesgo (originadas principalmente en los diseños del muestreo, en las técnicas que se emplean en la recolección, en el tamaño de las muestras y en la deficiente identificación de las características específicas del mercado a las cuales corresponde).
4. Se trabaja la información de precios, sin referencia a condiciones particulares que la originan. Es decir, los precios no aparecen como efecto de condiciones particulares de mercado y por lo tanto se les asigna un valor de por sí, que obviamente no les corresponde.



5. La información recolectada no obedece a propósitos definidos de generación de determinados productos, sino que por el contrario se funden información insumo y producto, lo que explica la ausencia de sistematización, contrastación y análisis.

Todo lo anterior muestra la carencia de una adecuada instrumentación que oriente la acción de los funcionarios, lo que explica en parte su bajo y desarticulado conocimiento del mercado, que desde luego limita los alcances de la asesoría que les compete.

Las anteriores deficiencias tienen efectos negativos sobre el desarrollo global del subprograma, lo que es especialmente grave en aquellos rubros prioritarios (por los volúmenes de comercialización actuales y potenciales, los valores de dicha producción, las FAS comprometidas, la gran cantidad de agricultores que de ellas depende, etc.), en los que el suministro de servicios y recursos asistenciales puede generar con mayor facilidad y en menor tiempo los resultados buscados por el programa, a más de que la distribución de los respectivos beneficiarios sería amplia. De otro lado, si no se canalizan y concentran recursos en estos rubros, es bien probable que progresivamente se vayan perdiendo las potencialidades señaladas, y se derrochen los esfuerzos parcialmente desplegados hasta el presente en la promoción de formas asociativas.



Obviamente, a partir de la obtención de la información y en su tránsito hacia el usuario, también hay anomalías que afectan la calidad de la información y requieren del análisis y la introducción de correctivos. Sin embargo, éstos serán abordados posteriormente, en forma paralela al montaje del sistema, ya que se ha asignado una mayor prioridad al establecimiento de origen, de la deficiente información.

Resumiendo, los problemas centrales que pretenden atacarse con la presente actividad son:

- a. La deficiente identificación de variables y aspectos de información y de categorías de decisiones de los usuarios.
- b. La baja calidad de la información recolectada.
- c. Circunscribir la información de precios a las condiciones de mercado que los originan, a fin de mejorar su precisión.
- d. Contribuir al desarrollo del recurso humano, que en la actualidad no dispone de instrumentos que orienten su actividad y posibiliten un adecuado conocimiento del mercado en el que actúan.

#### D. Alternativas de Solución

En el "modelo general para el sistema de información de precios y mercados de CECORA", se plantea la necesidad de ampliar las categorías



y aspectos de información, enfatizando en rubros prioritarios, para los cuales debe integrarse la información de precios a la de mercados, a fin de explicar la ocurrencia de aquellos y enmarcarlos en las situaciones específicas en que se forman. Lo anterior posibilitará superar la simple descripción de una manifestación del mercado, para pasar a su análisis causal e incluso a la predicción de condiciones convenientes o no para la acción comercial. Como puede verse, se abordaría así la solución de la problemática planteada, en la medida en que la información con estas características presentaría un panorama amplio de los respectivos mercados, que permitiría el análisis por parte del sistema y de sus usuarios, para propósitos particulares, lo que de inmediato deja ver la perspectiva de su uso efectivo para la toma de decisiones.

Por otra parte, la existencia de metodologías y técnicas definidas para la captación, ordenamiento y sistematización de la información, instrumentaría al funcionario para obtener un adecuado conocimiento del mercado, y por ende contribuiría a su desarrollo y a que cumpla en mejor forma con sus respectivas funciones. También aportaría criterios objetivos para la evaluación del funcionamiento de las diferentes unidades del sistema y de sus funcionarios, en la medida en que habría un claro qué hacer, normas precisas de cómo hacerlo y criterios de calidad del trabajo y de sus productos.

Para llegar a lo anteriormente planteado, un primer interrogante al que debe darse respuesta es ¿Qué información debe producirse y por lo tanto de qué información se debe disponer para tal fin?.



En lo que hace relación a la información primaria del sistema, se señalan las siguientes necesidades:

1. Información-Producto

- a. Precios diarios, correlacionados con las características del mercado y de las respectivas transacciones observadas.
- b. Variaciones de precios en corto período: En base a la información de precios y mercados del punto anterior.
- c. Pronósticos de precios a corto plazo: En base a las dos anteriores y a la información complementaria de los subsistemas de información restantes.
- d. Información sobre características estáticas de mercado y mercadeo: Características del mercado y de la comercialización que por períodos prolongados de tiempo no presentan cambios significativos. De especial utilidad para concurrir a los respectivos mercados.

2. Información-Insumo

La información básica que puede posibilitarnos el llegar a obtener la información planteada, podemos agruparla así:

Para a. b. y c.

- 1) Información dinámica: Por sus características de permanente variabilidad y la incidencia de su precisión en la toma de



decisiones, debe ser recolectada con gran frecuencia (la que debe definirse de acuerdo a investigaciones).

i. Del mercado

- Volúmenes ingresados
- Variedades predominantes
- Expectativas de abastecimiento
- Eventualidades que influyen en el mercado

ii. De la transacción (Referida a la muestra estudiada)

-La muestra: Caracterización de compradores y ven  
dedores.

-La información aportada por la muestra:

Características del producto:	}	Variedad-calidad
		Tamaño-procedencia
Características de la transacción:	}	Volumen
		Forma de pago
		Precio

Para d.

2) Información estática de mercado y mercadeo Caracterís

ticas que durante períodos prolongados de tiempo no presentan variaciones significativas que afecten las decisiones de los usuarios del subprograma.

(Esta toma de información no requiere de gran frecuencia como en el caso de información dinámica).

- i. Niveles de la distribución, composición e importancia
- ii. Número, identificación y clasificación de los comerciantes.



- iii. Distribución del mercado por tipo de comerciante
- iv. Condiciones de recibo de productos
- v. Días de recibo de productos
- vi. Formas de pago
- v. Costos reglamentarios de plaza y otros derechos que constituyen gravámenes para la comercialización.
- vi. Fletes urbanos
- vii. Mercados para calidades inferiores y superiores
- viii. Productos sustitutos y complementarios (evaluación y competencia).
- vix. Cuantificación y conceptualización del tamaño y características de la demanda y de la oferta.

En base a la precisión de la información que debe obtenerse, es necesario identificar procedimientos, técnicas, etc.

Para tal efecto se piensa que la vía más expedita sería desarrollar estudios iniciales MERCADO/PRODUCTO, cuyos objetivos sean:

- Recolectar información estática de mercado y mercadeo que caracterice en forma general el mercado específico para el producto concreto.
- En base a la anterior información definir la necesidad y técnicas precisas para calcular muestras de unidades de observación, para la recolección de información dinámica.



-Con respecto a las muestras sería preciso definir:

Su tamaño y composición en términos de comerciantes,

Días y horas en que debe efectuarse la toma de información.

Periodicidad.

-Definir las técnicas más apropiadas de recolección de información dinámica, la periodicidad para la estática y los controles para los días y horas de toma de información.

-Diseñar los respectivos formatos de recolección de información

-Definir los estadígrafos más apropiados para el reporte de información de precios (rango, moda, mediana, etc.)

#### E. Etapas o fases fundamentales para el Desarrollo de la Actividad

En la presente propuesta planteamos dividir la actividad en las siguientes partes:

1. Análisis y mayor aproximación a la problemática y a la alternativa de solución (debe producirse por tanto una propuesta concreta para la solución del problema).
2. Definición de la metodología de trabajo
3. Selección de producto experimental
4. Desarrollo del trabajo de campo
5. Tabulación de la información



6. Organización de la información
7. Redacción del estudio particular (caso) Mercado/producto.
8. Redacción de la metodología para el desarrollo de estudios Mercado/producto y para la definición del diseño de muestras y la escogencia de técnicas de recolección de información, con el fin de su posterior aplicación masiva.

F. Metodología y Técnicas de Trabajo

Para lograr en forma eficaz el producto de la presente actividad, se piensa que ésta deberá ser tratada mediante discusiones de todo el grupo de trabajo. La actividad es fundamentalmente deductiva, ya que se plantea que a partir del conocimiento del mercado de un determinado producto, puede precisarse para cada variable diversos aspectos referidos a muestras que sean adecuadas, para que el sistema posteriormente pueda hacer inferencias.

Las técnicas para la recolección de información tendrán que ser necesariamente amplias a fin de definir las óptimas. Se piensa que para cada variable habría que definir alternativas técnicas de recolección, especialmente observación directa, entrevistas y en algunos casos encuestas. Para muchas variables y entre ellas los volúmenes de abastecimiento, tal vez los mejores procedimientos, por lo prácticos y por cuanto no se requiere gran precisión, es la medida indirecta, por ejemplo a través del conteo de vehículos, su capacidad y utilización del mismo, etc.



G. Producto Esperado

El producto de la actividad será:

1. Un documento con las consideraciones metodológicas para la recolección de información del subsistema primario.
2. Documento con los resultados de la aplicación experimental de la metodología para un producto prioritario.
3. Ayudas visuales para la capacitación sobre la metodología, al personal del SIPM.

H. Cronograma Tentativo

- |   |             |
|---|-------------|
| 1. Presentación del documento a Direcciones IICA-CECOR.         | 26-II-81    |
| 2. Adscripción equipo Cundinamarca a Unidad Central.            | 2-III-81    |
| 3. Conformación equipo de trabajo                               | 3-III-81    |
| 4. Inducción del grupo sobre las labores correspondientes.      | 3-4-III-81  |
| 5. Análisis propuesta preliminar y elaboración propuesta final. | 5-11-III-81 |
| 6. Ajustes finales a la propuesta                               | 12-III-81   |



- |     |   |                 |
|-----|---|-----------------|
| 7.  | Desarrollo trabajo de campo   | 13-30-III-81    |
| 8.  | Elaboración documento metodológico  | 20-III/6-IV-81  |
| 9.  | Elaboración documento sobre producto piloto.  | 31-III/10-IV-81 |
| 10. | Mecanografía y elaboración ayudas visuales para el curso de inducción-capacitación. | 1-15-IV-81      |

I. Funcionamiento y Organización del Grupo

El grupo de trabajo estará integrado por los siguientes funcionarios:

1. SIPM Regional Bogotá
  - Jesús González
  - Gustavo Hernández
2. CECORA Central
  - SIPM-Flavio Cifuentes
  - Martín Pérez
  - Juan A. Vargas
  - Especialista en el producto seleccionado
  - Fernando Galindo
3. IICA
  - José Eduardo Gutiérrez
  - Jorge Moreno



El grupo en su conjunto abordará el desarrollo de las actividades hasta la formulación de la propuesta final de trabajo, momento a partir del cual se seccionará en dos subgrupos con responsabilidades específicas en cuanto a los productos:

Subgrupo 1: Estará constituido por Juan A. Vargas, Fernando Galindo y Eduardo Gutiérrez. Este grupo responderá por la elaboración del documento metodológico.

Subgrupo 2: Estará constituido por Jesús González, Gustavo Hernández, Martín Pérez y Jorge Moreno. El grupo desarrollará la aplicación experimental de la metodología inicialmente formulada, así como la aplicación de las correcciones que el grupo 1 vaya considerando pertinentes.

La coordinación general del trabajo estará a cargo de Flavio Cifuentes.

Los créditos correspondientes de los productos obtenidos se darán a los respectivos gestores (los integrantes de cada subgrupo).

La principal instancia de discusión, reorientación, análisis, etc., del grupo, será una reunión semanal.

J. Necesidades de Asesoría

La asesoría del F.S.B. para la presente actividad será desarrollada por los consultores de Post-Cosecha y Precios.



Al respecto, un primer aporte lo constituye el presente documento que pretende inducir la actividad y plantear los lineamientos generales requeridos. Las principales instancias para la prestación de asesoría durante la ejecución serán las reuniones semanales del grupo, a más de que los consultores se integrarán a los subgrupos, participando activamente en cada paso requerido e impartiendo así la orientación necesaria, durante la marcha.





# 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  
(Actividad SIPM)

NORMAS Y PROCEDIMIENTOS MINIMOS SOBRE REGISTRO DE INFORMACION PRIMARIA  
EN LOS MERCADOS LOCALES Y DEPARTAMENTALES

José Eduardo Gutiérrez P.  
Especialista en Comercialización  
Gilberto Castaño  
Director SIPM, Regional Cali

Bogotá, Colombia

1.982



## INTRODUCCION

Con la presente guía se busca ampliar la normalización de la recolección y manejo de información de precios y mercados a los niveles local y departamental, con lo cual se esperan cubrir coherentemente los principales estadios de la comercialización para los productos DRI considerados prioritarios.

Este documento complementa al denominado "Normas y Procedimientos Mínimos sobre Registro de Información Primaria en los Mercados de Cobertura Directa del SIPM", y junto con este se busca normalizar e integrar la acción del SIPM sobre los diferentes niveles del mercado, para obtener así información contrastable y que cubra la mayor parte del proceso de comercialización, lo que contribuirá a obtener mejores y más amplios productos de información, para desarrollar un apoyo adecuado a la toma de decisiones racionales de los usuarios, con respecto a sus actividades de producción y comercialización.

Este aporte para lograr el propósito planteado, debe ser objeto de contínuas revisiones, ajustes, y mejoramientos. Para tal efecto se ha establecido el siguiente procedimiento:

- a) En las unidades regionales y en la unidad central se identificarán las modificaciones, ajustes, complementaciones, etc.. Estas podrán probarse y desarrollarse al nivel respectivo, pero no se



integrarán directamente a su funcionamiento. Ello con el fin de evitar un desarrollo desequilibrado del sistema.

- b) La unidad o funcionario que identifique y/o desarrolle y/opruebe la modificación recomendada, la planteará sustentada al Director del sistema y al analista regional respectivo, si se trata de modificaciones particulares para un producto en concreto.
- c) Sometida la sugerencia o recomendación a un análisis por parte del nivel central, podría ser considerada como inadecuada, inoportuna, etc., caso en el cual deberá responderse argumentadamente a quién remitió la respectiva solicitud.
- d) Si en el análisis señalado, se considera adecuada la sugerencia, se pasará a probar su respectiva implantación en la unidad regional de Bogotá (Unidad Piloto del Sistema), y a hacer todas las modificaciones necesarias, a nivel de formatos, normas, procedimientos, etc., según el caso.
- e) Finalmente los cambios se normalizarán, incorporándolos a una nueva versión corregida o complementada del presente documento, el que entrará a operar simultáneamente para todas las unidades del sistema.



## 2. PROPOSITOS DE LA INFORMACION A ESTOS NIVELES

La normalización de la recolección de información a nivel de los mercados locales y Departamentales, busca generar productos de información que hagan posible:

- a) Que las organizaciones campesinas y los funcionarios que laboran en las zonas DRI, logren y mantengan un adecuado conocimiento del mercado a sus diferentes niveles, que posibilite la incorporación de criterios de mercado a la planificación regional y la racionalización de la toma de decisiones coyunturales con respecto a las acciones comerciales. Ello permitirá un mejor desempeño con respecto a la identificación de la problemática específica, la formulación de alternativas de solución debidamente sustentadas y su implementación, todo dentro de un contexto integrado y con un enfoque integrado de las diferentes instituciones y recursos de desarrollo..

En otros términos, si se dispone en las áreas de trabajo de información contrastable de los diferentes niveles del mercado, es posible:

- Identificar las modificaciones o estrategias particulares de acción, requeridas para lograr los objetivos del programa.
- Demostrar la factibilidad de las acciones identificadas y recomendadas y promocionar su ejecución.
- Evaluar los resultados sobre la marcha e ir introduciendo los ajustes pertinentes.



- b) Que el sistema de información disponga de información contrastable de los diferentes niveles de los mercados de productos materia de la gestión de las FAS y desarrolle acción de apoyo directa, especializada y particular a cada organización, lo que posibilitará que el SIPM se inserte en el subsistema institucional regional, reivindicando su papel como recurso fundamental de desarrollo.

Esta acción del sistema se materializará en informes técnicos periódicos, de análisis del mercado en el que participe la FAS, desarrollo de análisis de prefactibilidad de acciones de Post-cosecha, señalamiento de desajustes de la producción al mercado etc, recomendaciones que deberán ser objeto de análisis detallados en la región; y materia de la toma de decisiones de las FAS, las comunidades y el sistema institucional, en cada zona.

- c) Que al nivel regional se desarrollen labores de investigación operativa, que posibiliten recoger la experiencia de la acción organizativa e ir incorporándole los ajustes y mejoramientos necesarios, en forma oportuna y bajo la idea de compatibilizar criterios tecnológicos, de mercado, culturales, etc., que lleven a una verdadera incorporación de las comunidades asistidas, al mercado.



### 3. MERCADOS Y PRODUCTOS OBJETO DE INFORMACION

#### 3.1 Mercados Locales

Hemos denominado así a los mercados más próximos a los frentes de trabajo. Normalmente ocurren en las cabeceras municipales. Estos tienen influencia sobre áreas geográficas relativamente reducidas y de escasa población por lo que no revisten mayor importancia como mercado final de bienes de consumo. Con respecto a estos, los mercados locales normalmente tienen una capacidad receptora relativamente pequeña que responde a la oferta y demanda zonal. Por ello no constituyen alternativa para colocar producción de otras zonas DRI. En cuanto a la demanda por bienes agrícolas generados en las zonas, ésta responde a los niveles de oferta propios de ella.

Estas reflexiones dejan ver la importancia de estos mercados como primera alternativa de venta para las "organizaciones empresariales", ubicadas en su área de influencia y la escasa y riesgosa posibilidad como alternativa de venta para la producción de otras zonas, diferentes a las de su área de influencia.

Si estos mercados son solo una alternativa de venta para la producción de la zona, la definición de la acción (en lo que corresponde a mercado de venta), deberá ser el resultado del análisis de éste junto con los mercados departamentales, "estrategias", fronterisos, etc.



Desde luego que en la medida que la acción se aleje del mercado local, deberá aumentar el factor riesgo y el mercado específico de concurrencia impondrá exigencias de importancia a la firma que efectúa la acción, especialmente en cuanto a su capacidad gerencial, escala de operación, necesidades financieras, etc.. De cualquier forma, la posibilidad de revasar el mercado local, se concreta a partir del análisis de precios, costos, exigencias del mercado a sus diferentes niveles, capacidad de la organización, etc., y la información básica o punto de partida del análisis, es la local y/o departamental y referida a los productos de interés que genera la zona.

estos productos, como es obvio, deberán desglosarse según variedades, tamaños y otras características que incidan en los precios.

### 3.2 Mercados Departamentales

Normalmente son puntos de tránsito obligado de la producción Departamental y suceden o bien en sus áreas de mayor concentración poblacional (capitales departamentales), en las que hay una apreciable demanda final por ellos (aunque no presentan grandes concentraciones de población relativa, dentro del contexto nacional), ó también en poblaciones en las cuales se dan mercados de acopio regional, especializado para determinados productos. Ejemplo de los primeros son: Pasto, Popayán, Sincelejo, Montería, Duitama, Sogamoso y de los segundos Santuario (Antioquía) en hortalizas, Santana (Boyacá) en panela.



Estos mercados constituyen la segunda alternativa de venta y pueden ser promisorios, especialmente cuando el sistema regional de comercialización presenta gran irracionalidad en el acopio de la producción y marcada ineficiencia en las actividades de transporte desde las unidades de producción hasta ellos.

En general ofrecen buenas perspectivas para la producción departamental y también para los departamentos limítrofes, especialmente cuando la capacidad de las organizaciones les permite intervenir en ellos, dados los volúmenes que manejan, la eficiencia operativa, la capacidad financiera y teniendo en cuenta la estructura y funcionamiento de dichos mercados.

Los productos a tener en cuenta son los de mayor importancia departamental, según la priorización de la respectiva oficina regional del subprograma de comercialización y al igual que en los mercados locales, la información a reportar deberá estar referida a productos convenientemente identificados, según variedad, tamaño, color y otras características que inciden sobre los precios

#### 4. REGISTRO Y OTROS INSTRUMENTOS PARA RECOLECCION Y REPORTE DE INFORMACION PRIMARIA.

Son todos los principales instrumentos a utilizar para recolección y reporte de información primaria en mercados locales y departamentales.



- a) Formularios de seguimiento y evaluación de acciones de comercialización (nivel local y canales de comercialización utilizados)
- b) Informes técnicos sobre características del mercado y la comercialización (niveles local y departamental)
- c) Registro de información dinámica de precios y mercados (niveles local y departamental).

Estos instrumentos no solo se consideran básicos para tener un adecuado universo de información (SIPM), sino que en lo fundamental son instrumentos de trabajo de los funcionarios de campo y de las FAS, para sus labores de asesoría, promoción, capacitación, etc.

La información a nivel local deberá ser recolectada por los promotores y representantes de las FAS, pero los primeros cumplirán papel de capacitadores y por lo tanto irán delegando en los segundos la recolección, consignación, análisis y aplicación posterior. Al llegar a esta situación, el funcionario hará énfasis en la asesoría sobre el manejo de la información y para desarrollar su labor, deberá ser el primer receptor de ella. Por esta razón y por ser el representante de la institución en la zona, será el responsable por el envío de esta información al SIPM.

Al nivel departamental la información deberá ser recolectada por los asistentes técnicos y fluir al SIPM y a los respectivos frentes de trabajo (FAS y funcionarios).



#### 4.1 Seguimiento y Evaluación de Acciones de Comercialización

Consiste en un formulario que permite consignar la información fundamental de cada acción realizada por la organización, hacer un análisis de consistencia, comparar los resultados con los obtenibles por otras alternativas de comercialización (mercado lo cal, departamental, etc.; incorporación de actividades de empaque, clasificación, etc). Es una buena herramienta para el seguimiento y control de la ejecución de proyectos de comercialización.

Debe ser diligenciado durante la ejecución de la acción y remitido de inmediato en 3 copias. Una de ellas queda para la FAS y uso del funcionario en la zona, otra se remite a la dirección departamental y la tercera a la regional SIPM correspondiente. En esta última oficina se sacará una nueva copia que se enviará al nivel central del SIPM.

Es importante resaltar la importancia de este formulario como instrumento para promocionar la vinculación de la comunidad a la organización, a través de labores de difusión de resultados. Esto constituye una etapa importante de promoción que tiende a ampliar y consolidar la base social y a demostrar en los hechos la conveniencia de la gestión organizada de la comercialización.

#### 4.2 Informes Técnicos sobre Características del Mercado y la Comercialización:

Consiste en información sintética, de actualización del diag-







CONCLUSIONES:

---

---

---

---

---

RECOMENDACIONES (Cambios y Ajustes)

---

---

---

---

---

NECESIDADES DE APOYO:

---

---

---

---

---

PROGRAMA DE ASESORIA CORRECTIVA DEL FUNCIONARIO (al corto plazo)

---

---

---

---

---



III. EVALUACION OTRAS ALTERNATIVAS DE ACCION

Precio Mercado Local PI	Precio en el mercado de venta P <sub>0</sub>	Costos Comercialización	Precio Neto Obtenido	OTROS MERCADOS							
				C.C.		P.		PN.			
				P.	C.C.	PN.	P.	C.C.	PN.		

P= Precio Bruto, C.C.= Costos Comercialización, PN= Precio Neto

Análisis:

---



---

IV. ANALISIS DE COSTOS

FECHA	VOLUMEN	Costos Unitarios	
		Comercialización	Administración



V. COMPOSICION DE COSTOS

CONCEPTO	PRODUCTO			OTROS	TOTAL
<u>COSTO DE COMERCIALIZACION</u>					
-Clasificación					
-Empaque					
-Transporte					
-Almacenamiento					
-Elaboración					
-Otros					
SUBTOTAL					
<u>GASTOS ACTIVOS Y GENERALES</u>					
-Salarios					
-Comisiones sobre ventas					
-Arrendamiento					
-Servicios					
-Otros					
SUBTOTAL					
<u>COSTOS FINANCIEROS</u>					
-Intereses					
-Comisiones sobre cheques					
-Registro y autenticación de documentos					
-Otros					
SUBTOTAL					
<u>TOTAL COSTOS</u>					



nóstico, en cuanto a aspectos y variables de especial importancia para la comercialización. Por ello si se dispone de un adecuado diagnóstico inicial, la labor o esfuerzo que implica la elaboración de este informe es mínimo y permite el gradual mejoramiento y ampliación de la información respectiva.

Este informe se elaborará y remitirá semestralmente, cuando se trata de rubros de producción permanente y/o comercialización a través de todo el año. Cuando hay estacionalidad marcada en la producción y comercialización y en consecuencia el mercado del producto en la zona solo se da en determinados períodos del año, se elaborará en éstos.

Junto con el registro de información dinámica de precios y mercados, son fundamentales para contrastarlos con otros niveles de la comercialización, establecer estrategias de acción, mejorar las acciones, identificar puntos y niveles promisorios de intervención, etc.. En zonas en que se está en etapa de promoción de organización y/o de diseño de proyectos, constituyen un insumo fundamental de planificación.

El informe debe desarrollarse por producto, para los principales generadores de ingreso en la región y para los productos comercializados por la organización.

La estructura y contenido de los informes es:



## 1. Características de Producción

Hace relación a todas las actividades de producción y comercialización desarrolladas por el productor

### 1.1 Tecnología (s) de producción

### 1.2 Costos de producción

### 1.3 Rendimientos

### 1.4 Características del producto

#### a. Identificación variables de importancia

- |             |                   |
|-------------|-------------------|
| -Variedades | -Estado sanitario |
| -Tamaño     | -                 |
| -Color      | -                 |

#### b. Clases y tipos de productos (que diferencia el mercado)

#### c. Composición de la producción (porcentual y física) según clases o tipos del producto

### 1.5. Actividades de adecuación al consumo, del producto primario, a partir de recolección y hasta su intercambio. (identificación y descripción analítica).

- |                          |                 |
|--------------------------|-----------------|
| -Recolección             | -Bodegaje       |
| -Selección-Clasificación | -Acarreo        |
| -Empaque y empackado     | -Transformación |

### 1.6 Oferta-demanda y precios de bienes y servicios complementarios a la producción y comercialización zonal: (cuantificar)

- Insumos técnicos de producción
- Mano de obra



- Asistencia técnica
- Empaque
- Clasificación-selección
- Transporte
- Almacenamiento

1.7 Análisis costos y viabilidad técnica, económica, organizativa, etc. de intervenir a través de FAS en la etapa de producción y adecuación local.

- a. Análisis de costos actuales y dificultades
- b. Análisis de costos directos si se incorpora la FAS
- c. Requerimientos de personal y administrativos en general, si se incorpora la FAS
- d. Rentabilidad
- e. Apoyos y asesorías especializadas requeridas
- f. Conclusiones - Recomendaciones

2. Oferta Mercado Local

- 2.1 Volúmenes y estacionalidad de la producción (según clases y tipos del producto: 1 4 b)
- 2.2 Distribución geográfica de la producción y de los productores

3. Demanda Mercado Local

- 3.1 Tipificación de compradores.



### 3.2 Estructura de la demanda

-Número y tipo de compradores

-Apropiación de la oferta por cada tipo de comprador

## 4. Mercado Local

4.1 Días de mercado

4.2 Movimientos del mercado a través del año.

4.3 Competencia

4.4 Modalidades y sitios de transacción

4.5 Formas de determinación de precios

4.6 Modalidades de pago.

## 5. Comercialización y Adecuación de la Producción

5.1 Flujos de la producción zonal (cuantificar)

5.2 Canales de comercialización

5.3 Adecuación de la producción zonal al consumo final, por parte del sector comercial

a. Reclasificación

b. Reempaque

c. Transporte

d. Almacenamiento y conservación

e. Transformación

5.4 Costos a precios de mercado para desarrollar la adecuación de la producción zonal al consumo final, por parte de la FAS.

5.5 Márgenes de precios.



#### 4.3 Registro de Información Dinámica de Precios y Mercados

Consiste en un formato en el que se consigna información de precios y volúmenes para los productos de intereses, adecuadamente especificados.

A nivel local este formato debe ser diligenciado en los días de mercado para la producción de la zona, por un representante de la FAS, asesorado por el promotor de CECORA. Este informe deberá fluir mensualmente al SIPM regional y a su unidad central a nivel departamental será diligenciado por los asistentes técnicos y remitido a las FAS de interés del respectivo departamento, a la oficina regional del sistema y a su unidad central.









**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  
(Actividad SIPM)**

**NORMAS Y PROCEDIMIENTOS MINIMOS SOBRE REGISTRO DE INFORMACION  
PRIMARIA EN LOS MERCADOS DE COBERTURA DIRECTA DEL SIPM**

**Bogotá, Colombia  
1.982**



NORMAS Y PROCEDIMIENTOS MINIMOS SOBRE REGISTRO DE INFORMACION PRIMARIA EN LOS MERCADOS DE COBERTURA DIRECTA DEL SIPM

1. INTRODUCCION

La presente guía tiene como objetivo lograr una primera unificación de formatos y flujos internos de información de precios y mercados, concordantes con el modelo de sistema en proceso de implantación. Igualmente se pretenden formular normas y procedimientos mínimos, que posibiliten transitar hacia un funcionamiento eficaz, y equilibrado de las diferentes instancias del SIPM y del sistema como totalidad.

Para este trabajo se ha buscado eficacia y agilidad interna en el manejo de la información primaria y que a la vez lograr el máximo aprovechamiento de la información recolectada, a fin de obtener mejores y más amplios productos de información, para desarrollar un apoyo adecuado a la toma de decisiones racionales de los usuarios, con respecto a sus actividades de producción y comercialización.

Este primer aporte para lograr el propósito planteado, debe ser objeto de continuas revisiones, ajustes, y mejoramientos. Para tal efecto se ha establecido el siguiente procedimiento:

- a) En las unidades regionales y en la unidad central se identificarán las modificaciones, ajustes, complementaciones, etc. Estas podrán



probarse y desarrollarse al nivel respectivo, pero no se integrarán directamente a su funcionamiento. Ello con el fin de evitar un desarrollo desequilibrado del sistema.

b) La unidad o funcionario que identifique y/o desarrolle y/o pruebe la modificación recomendada, la planteará sustentada al Director del sistema y al analista regional respectivo, si se trata de modificaciones particulares para un producto en concreto.

c) Sometida la sugerencia o recomendación a un análisis por parte del nivel central, podría ser considerada como inadecuada, inoportuna etc., caso en el cual deberá responderse argumentadamente a quién remitió la respectiva solicitud.

d) Si en el análisis señalado, se considera adecuada la sugerencia, se pasará a probar su respectiva implantación en la unidad regional de Bogotá (Unidad Piloto del Sistema), y a hacer todas las modificaciones necesarias, a nivel de formatos, normas, procedimientos, etc., según el caso.

e) Finalmente los cambios se normalizarán, incorporándolos a una nueva versión corregida o complementada del presente documento, el que entrará a operar simultáneamente para todas las unidades del sistema.



## 2. TECNICAS DE RECOLECCION DE INFORMACION:

Con respecto a este t3pico, se ha considerado, que tanto para definir las t3cnicas de recolecci3n de informaci3n, como las muestras "representativas", es requisito fundamental desarrollar los estudios de producto as3 como los de mercado. Estos permitir3n definir c3mo abordar estos aspectos para cada producto y mercado en concreto, en base a criterios tales como la poblaci3n mayorista, su composici3n tipificada, la variaci3n horaria, diaria, semanal, etc., de los precios en el mercado. La variaci3n de los precios de los comerciantes en un momento dado, etc.

Por tanto se mantendr3n temporalmente las actuales t3cnicas de recolecci3n de informaci3n, as3 como la forma en que actualmente se seleccionan las muestras de comerciantes que la proporcionan. Es decir que este aspecto queda totalmente a decisi3n de cada una de las regionales, en base a los criterios hasta ahora manejados por ellas.

## 3. REGISTROS DE INFORMACION PRIMARIA DE PRECIOS:

Los formatos y procedimientos de registro ser3n diferentes para los productos de prioridad Nacional o Regional y para los restantes rubros. Ello teniendo en cuenta que deben concentrarse esfuerzos y recursos sobre los prioritarios, a fin de procurar que se produzcan los cambios esperados en su producci3n y comercializaci3n, lo que puede tener un impacto significativo en el desarrollo y la obtenci3n de objetivos y metas del progra-



ma, tanto por la dimensión de los beneficios, como por la población beneficiada por estos. Lo anterior no impide que las unidades regionales vayan gradualmente integrando otros productos, a un tratamiento similar a los prioritarios, según la importancia de ellos a este nivel. Lo que sí debe quedar claro, es que los esfuerzos iniciales se centrarán en la implantación de los nuevos formatos y procedimientos para los productos prioritarios, y posteriormente, de acuerdo a las disponibilidades de tiempo y recursos de cada unidad, se podrá ir ampliando su aplicación a otros que lo justifiquen.

### 3.1 Registros y Otros Instrumentos Para Productos Prioritarios

Los formatos diseñados para consignación de información primaria en el sistema son:

#### 3.1.1 Para información del nivel compra-mayorista:

a) Tarjeta de recolección de información primaria (Ver Anexo No.1)

Esta es la primera forma en que se consigna la información diaria recolectada. Deberá diligenciarse inmediatamente se hace la recolección. Cada formato contendrá la información correspondiente a un sondeo de mercado, para el producto en cuestión. Como norma general, para cada producto prioritario deberán hacerse un mínimo de tres sondeos de mercado por semana y cada sondeo deberá tener un mínimo de cinco observaciou



nes o datos para cada variable.

El formato está constituido por dos partes: La primera hace relación a información cuantitativa, tipo dato, sobre la composición porcentual del abastecimiento del producto por variedad o tipo, las principales zonas de origen del abastecimiento en el día sondeado, los niveles de precios para cada variable o tipo de producto y los volúmenes totales del producto, ingresados al mercado. Esta parte se complementará con los comentarios pertinentes, que se anotarán en el espacio "Comentarios". La segunda parte hace relación a información cualitativa, sobre las expectativas y eventualidades que influyen en el abastecimiento y los precios. Aquí se consignará una síntesis de los comentarios de cada comerciante contactado (los mismos que suministran la información cuantitativa), con respecto a las causas de lo que acontece en el mercado, posibles cambios o sucesos de importancia en este, actuaciones particulares y temporales de los agentes comerciales, etc., (Ver aspectos de análisis págs. 10-11).

El diligenciamiento de este registro se hace en dos etapas. En la primera se consigna la información bruta recolectada y en la segunda (correspondiente a las áreas sombreadas en el formato anexo), se hacen los comentarios del grupo técnico y los calculos auxiliares correspondientes.

Una vez diligenciadas las "tarjetas", deberán legajarse en -



carpetas por producto.

No sobra recordar que tan pronto son recolectados los datos, deben ser sometidos a crítica por el grupo técnico (Analista Asistente de Precios, Recolector, etc.), de manera que los valores extremos o atípicos puedan ser de inmediato verificados, rechazados, reemplazados, etc., según el caso.

b) Sábana de información de precios para productos - prioritarios (Ver anexo 2).

Debe diligenciarse diariamente, tan pronto se haya registrado la información de las "Tarjetas de recolección de información primaria". La sábana debe tener las casillas necesarias para consignar la información de una semana. A este registro va la información diaria cuantitativa de todos los productos prioritarios, contenida en las "Tarjetas de recolección de información primaria". Los datos a consignar corresponden al resultado de los cálculos auxiliares, es decir que la información bruta no pasa a este registro.

Las variables tenidas en cuenta son:

- Número de observaciones: Corresponde al número de datos (de precios), recolectados para cada producto-variedad (la norma general es cinco observaciones por sondeo).
- Precio Promedio: Corresponde a la medida aritmética de los precios recolectados.



-Precio Máximo: Es el máximo valor que toma la variable "Precio" en el respectivo sondeo.

-Precio Mínimo: Es el mínimo valor que toma la variable "Precio" en el respectivo sondeo.

-Volumen: Es el volumen aproximado del producto-variedad, que ingresó al mercado el día del sondeo. Este dato se obtiene al multiplicar el % promedio de participación del producto-variedad en el abastecimiento, por el volumen total del producto ingresado a la plaza.

Finalmente, al extremo izquierdo de la sábana, se calculan los consolidados semanales. Los cálculos necesarios y el diligenciamiento de esta parte del registro para cada producto, debe hacerse el día de la semana en que se realiza el último sondeo (Ver gráfica No.1). Si por ejemplo en una determinada regional, para el producto panela se hacen sondeos los días lunes, miércoles y sábado, el sábado se diligenciará: la "Tarjeta de recolección de información primaria", la parte de "la Sábana de información de precios para productos prioritarios", correspondiente al sondeo respectivo (Columnas Fecha Sondeo: \_\_\_\_\_) y además deberá diligenciarse el consolidado semanal (Columnas: de "Total semana" y "Volumen").

El consolidado semanal incluye la siguiente información:

-Número de Observaciones: Corresponde a la suma total de observaciones para el producto en los sondeos efectuados en -



la semana.

- Precio Mínimo: Corresponde al mínimo valor que tomó esta variable en los diferentes sondeos efectuados. Es decir es un mínimo de mínimos.
- Precio Máximo: Corresponde al máximo valor que tomó esta variable en los diferentes sondeos efectuados. Es un máximo de máximos.
- Precio Medio: Es el valor medio de los precios promedios obtenidos en los sondeos efectuados en la semana. Es un promedio de promedios.
- Volumen Medio: Es el promedio aritmético de los volúmenes de abastecimiento del producto-variedad, estimados en los sondeos efectuados. Se asume que a este volumen de oferta/día corresponde un precio medio por unidad de producto, igual al precio promedio semanal.
- Volumen Total: Es el volumen calculado de abastecimiento semanal.

Notese que no corresponde a la suma de los volúmenes de abastecimiento de los días sondeados, la cual solo representa una proporción del abastecimiento semanal. Es decir que para proyectar este valor al semanal, debe establecerse la proporción. Para tal efecto, se recomienda calcular durante dos semanas típicas continuas (mínimo), el abastecimiento diario, lo que además permitirá definir con una mayor sustentación los días en que deben efectuarse los sondeos. Otra técnica a utilizar,



consiste en promediar los volúmenes de abastecimiento para los días sondeados y el resultado multiplicarlo por los siete días de la semana. Esto sólo podrá hacerse cuando se cumpla la relación:

$$\frac{\text{Volumen abastecimiento semanal}}{\text{Volumen días sondeados}} = \frac{7}{\text{Días sondeados}}$$

-Comportamiento (c): Se refiere al movimiento de los precios en el período correspondiente. Se señalará si los precios estuvieron estables (E), en ascenso (A) o en descenso (B).

-Tendencia (T): Se refiere a las situaciones del comportamiento de los precios para el siguiente período. Se señalará si los precios estuvieron estables (E), en ascenso (A), o en descenso (B).

c) Reporte Mensual de Precios-Productos Prioritarios: (Anexo 3). Este registro contiene la información cuantitativa consolidada por semana y estará totalmente diligenciado, cuando en él estén registrados los datos de todas las semanas del mes.



Su diligenciamiento consiste en una transcripción de los valores contenidos en la "Sabana de Información de precios para productos prioritarios", en su parte de consolidación semanal.

El registro se actualiza todas las semanas, cuando se efectúa el último sondeo de este período (Ver gráfica No.1). A continuación y el mismo día se calcula:

-El porcentaje de variación de los precios y volúmenes, los cuales son el resultado de simples reglas de tres:

$$\% V_p = \frac{P_i \times 100}{P_{i-1}} - 100$$

Donde:  $P_i$  = Precio promedio de la semana.

$P_{i-1}$  = Precio promedio de la semana anterior (o base = 100%)

$$\% V_v = \frac{V_i \times 100}{V_{i-1}} - 100$$

Donde:  $V_i$  = Volumen Promedio/día, de la semana.

$V_{i-1}$  = Volumen Promedio/día, de la semana anterior.



-El rango promedio de Precios: Es la relación entre el promedio de precios máximos y el promedio de precios mínimos.

$$R = \frac{\sum P_{Mi}}{N_M} = \frac{\sum P_{mi}}{n_m}$$

Donde:  $P_{Mi}$  = Cada precio Máximo de la semana  
 $P_{mi}$  = Cada precio mínimo de la semana  
 $N_M$  = Número de datos Máximos  
 $n_m$  = Número de datos mínimos

d) Libreta de Análisis diario; semanal y mensual por producto:

En base a la información cualitativa y cuantitativa de la "Tarjeta de información primaria", a la experiencia del lector, del coordinador, del asistente, etc., a diversos antecedentes y elementos de juicio, se harán y escribirán análisis consolidados del mercado del producto. Para tal efecto se utilizarán libretas de papel periódico.

Los análisis se refieren entre otras a los siguientes aspectos:

- Comportamiento de los precios para el período
- Contraste con períodos inmediatamente anteriores
- Contraste entre comportamiento actual y el mismo período -



y/o períodos similares de años anteriores.

- Factores causales del actual comportamiento de los precios y posibilidades futuras: Zonas abastecedoras, evolución de la producción en estas; relación oferta demanda en el mercado, en otros estratégicos atendidos por SIPM, en mercados locales y departamentales del área de cobertura de la respectiva regional.
  - Relación de precios y elasticidad del producto con otros productos sustitutos y/o complementarios.
  - Fenómenos de acaparamiento y especulación y sus causas.
  - Funciones de comercialización que se presentan como limitantes y que inciden en forma significativa sobre los precios en determinados momentos. Ejemplo: Condiciones coyunturales del mercado del transporte, alzas decretadas en sus costos, altas pérdidas físicas, etc.
  - Calamidad u otras razones imprevistas: derrumbes, inundaciones, motines, etc.
  - Estimaciones en base a los anteriores elementos y a otros, de la posible evolución de los precios y del comportamiento del mercado para el siguiente período.
- Estas estimaciones deberán ser siempre evaluadas en el siguiente período, de manera que vayamos viendo la precisión de ellas y deduciendo formas de análisis, variables, factores de importancia, etc.



Periodicidad de los análisis:

Los análisis se desarrollarán:

-En cada sondeo de mercado y desde luego por producto, tan pronto el recolector diligencie la tarjeta de recolección de información primaria.

-Análisis consolidado semanal: Una vez terminado el último sondeo diario de la semana para un producto, se hará el análisis diario y a continuación, se estudiarán los análisis de toda la semana y se elaborará un análisis consolidado, que desde luego integre otros elementos, derivados de la experiencia y vivencia del mercado. Es decir no se trata de un simple agregado de la información diaria de la semana.

Este análisis debe enviarse al nivel central del sistema.

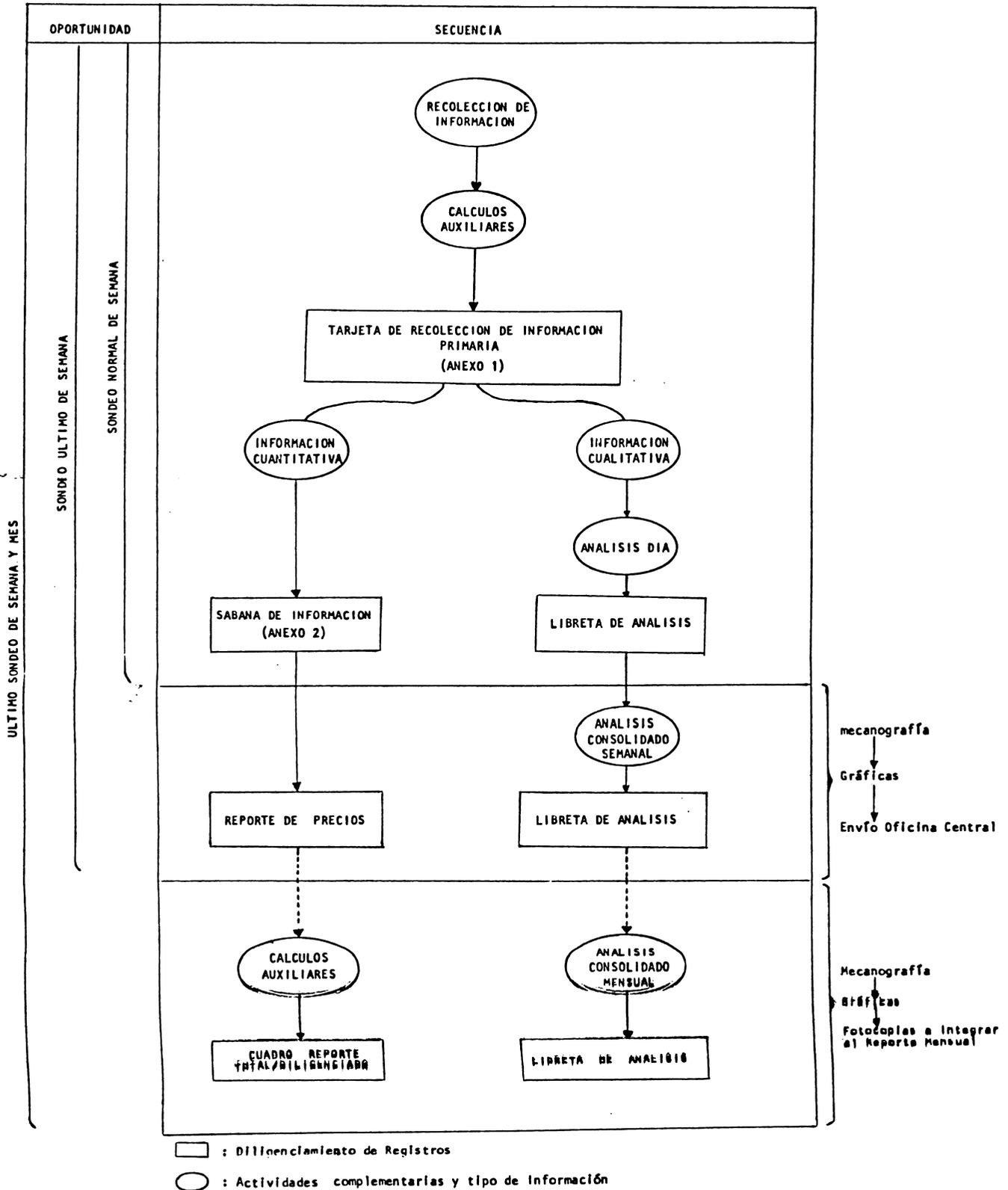
-Análisis consolidado mensuales: En el último sondeo de la última semana del mes, se efectuarán: El análisis diario y el semanal de rigor y a continuación en base a todos los análisis del mes, se hará el consolidado mensual. Este una vez mecanografiado constituye una de las partes fundamentales del "reporte de precios". (Ver guía respectiva).

-Adicionalmente deberán hacerse análisis consolidados trimestrales, anuales, etc., los que debe determinar la Oficina regional, en tanto el nivel central no los normalice. Debe definirse esta periodicidad en función de los ciclos o estaciones propias de la producción del producto.

Para el segundo año de operación los análisis constituirán un -



ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL REGISTRO DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS PARA PRODUCTOS PRIORITARIOS-SECUENCIA-OPORTUNIDAD





valioso recurso. Ellos permitirán hacer contrastes analíticos para períodos similares y mejorar cada vez más la formulación y evaluación de estimaciones proyectivas.

### 3.1.2 Para Información de Otros Niveles de la Comercialización Urbana:

Hasta el presente, el sistema de información de CECORA no ha operado en forma directa sobre ningún nivel de la distribución urbana de alimentos diferente al de compra-mayorista. Eventualmente, para hacer estimaciones de márgenes de comercialización, se ha captado la información de venta minorista del DANE y de venta mayorista de diversas fuentes.

Como quiera que la ejecución del subprograma de comercialización-en concreto las deficiencias encontradas, en algunas ocasiones, en el nivel de compra mayorista, como mercado para la producción DRI, y en otras ocasiones la capacidad operativa de las FAS,- ha exigido que CECORA amplíe el cubrimiento de los niveles del mercado, saliendo de los restringidos linderos de los mercados mayoristas, se hace necesario expandir el área de cobertura de la información, en términos de los niveles de comercialización.

Ahora bien, es innegable la importancia que han tenido para muchas FAS beneficiarias del programa DRI, algunas formas de



distribución detallista, especialmente modernas, tales como los supermercados y las cajas de compensación familiar.

De otro lado y de vieja data, el Estado ha venido impulsando, ya directa, ya indirectamente programas de mejoramiento de la distribución minorista de alimentos. En la actualidad el PAN, utiliza cadenas de tenderos como mecanismo de distribución. Este programa desde su formulación plantea una íntima vinculación con el Programa DRI, producto de la cual se han comercializado apreciables volúmenes de maíz y panela a través de él.

Aunque no ha sido amplia la experiencia en plazas de mercado, parece importante este tipo de expendio, como fuente de información referencial y para el posible diseño de formas mejoradas y adecuadas a la distribución de productos por parte de las FAS.

En conclusión, la ampliación de los niveles de recolección de información de precios, constituye solo una adecuación del sistema a las necesidades actuales y potenciales de los usuarios, materializadas ya en múltiples acciones que vienen desarrollando estos.

Adicionalmente, aunque en forma no sistemática ni rigurosa, algunas oficinas regionales vienen desarrollando sondeo a nivel de expendios minoristas.



a) Niveles y tipos de Expendio:

Los niveles y tipos de expendio que se consideran para la recolección y sistematización de información son:

-Venta Mayorista = Compra Minorista

En lo posible este nivel se abordará en base a información secundaria

-Venta Minorista = Compra Consumidor

Expendios { Supermercados  
Cajas de Compensación  
Tiendas  
"Puestos" de plazas de mercado

b) Periodicidad:

Se considera conveniente la realización de un sondeo semanal de mercado para la captación de la información. Para ello debe tenerse en cuenta el flujo corriente de aprovisionamiento detallista.



c) Unidades de Observación:

Las unidades de observación serán los expendios. En cada sondeo se seleccionarán como mínimo:

-Seis unidades Mayoristas, si no existe información secundaria sobre los productos de interés a nivel venta-mayorista. En caso contrario, se promediarán los precios diarios para obtener precios semanales (un dato promedio por producto-variedad)

-Dos supermercados

-Dos Cajas de Compensación Familiar

-Seis Tiendas

-Dos plazas detallistas y en cada una de ellas seis expendios.

En la selección de expendios deberá buscarse, en lo posible, representatividad, escogiéndolos por su ubicación en sectores urbanos de diferentes estratos socio-económicos, así:



ESTRATO	SUPERMERCADO	TIENDAS
MEDIO ALTO	X	
MEDIO		X
MEDIO-BAJO	X	X
BAJO		X

Para las plazas de mercado deberán buscarse que en lo posible estas atiendan polos diferentes de la ciudad.

d) Unidades de Comercialización:

Al nivel mayorista se captará la información en las unidades imperantes en el mercado (las mismas utilizadas al nivel de compra mayorista).

Al nivel detallista se utilizarán como unidades de peso: Kilo-gramo, y unidad para el caso de panela, especificando además su peso aproximado.

e) Registro de Precios por Niveles de la Distribución

Urbana: (Ver anexo 4)

Este registro se llevará por producto-variedad y constituye una síntesis de precios promedios semanales, para los diferentes niveles de distribución tenidos en cuenta. En el registro deberá caber la información correspondiente a todas las semanas del mes.



La columna "compra-mayorista", se diligencia transcribiendo los valores correspondientes a la columna "Promedio" ("semana \_\_\_\_\_"), del reporte mensual de precios-Productos prioritarios, nivel compra mayorista (Ver 3.1.1 c).

Al respaldo del registro se transcribirán los valores promedios semanales (por kilogramo o unidad) y el mensual por tipo de expendio. A continuación se calcularán los precios relativos, tomando como base el precio promedio al consumidor = 100%.

Debajo de este cuadro se diagramará en barras verticales, los márgenes brutos según canal. En el eje vertical estarán los precios y allí se destacará el precio promedio de compra mayorista y el precio promedio de compra-consumidor.

Esta página del registro hará parte del reporte mensual de precios y mercados, de cada regional.

Adicionalmente este registro deberá ser enviado a la unidad central del sistema.

f) Oportunidad de diligenciamiento:

El registro deberá ser diligenciado en forma gradual a través del mes. Cada semana se transcribirán los valores calculados y al finalizar el mes se diligenciará el respaldo del registro. El registro deberá estar totalmente diligenciado, a más tardar el último día laborable de cada mes (Ver ca-



lendarización para el SIPM (numeral 6).

g) Información Complementaria:

Es deseable hacer una estimación de la escala de ventas para el producto en cada tipo de expendio. Desde luego que es ta estimación deberá realizarse para períodos largos. Por ejem plo anualmente.

3.2 Registros para Productos No Prioritarios:

Los formatos diseñados para consignación de información pri-maria sobre estos productos, solo se refieren al nivel de compra mayo-rista. En general se plantea no efectuar cambios en el tratamiento de estos productos por parte del sistema. Es decir la información se limitará a la de precios y habrá muy poca elaboración o sistematiza-ción, por lo que la información que fluirá hacia los usuarios estará constituida prácticamente por datos, tal como son recolectados.

Con respecto a las formas para la consignación de la informa-ción en las regionales, se utilizarán los siguientes formatos:

a) Sabana de información de precios para productos no priori-tarios (Ver anexo 5).

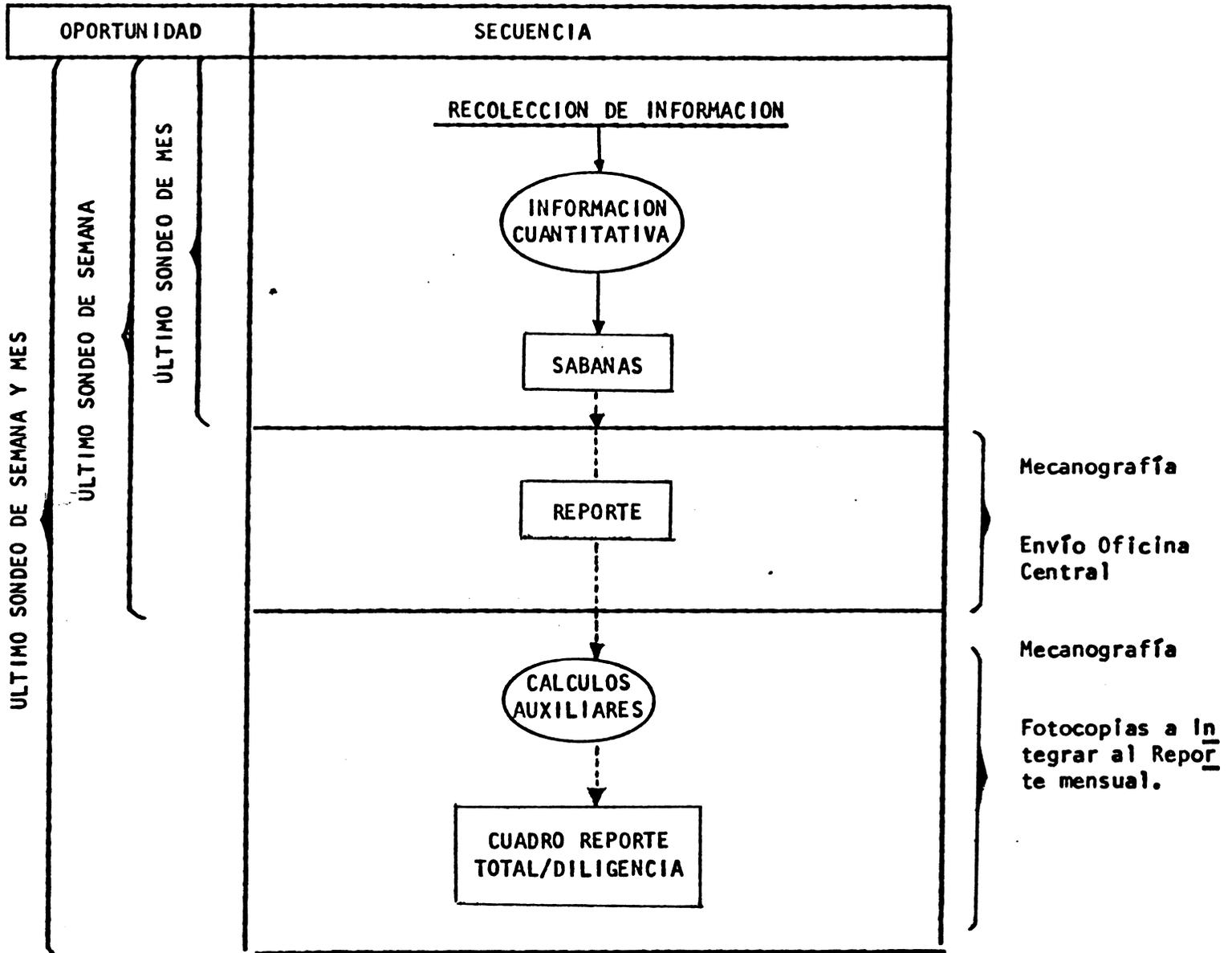
Debe ser diligenciada diariamente, terminado el sondeo de mer-cado para cada producto.

Esta forma contiene, para un período de un mes los precios pro



GRAFICA No.2

ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL REGISTRO DE INFORMACION-  
PARA PRODUCTOS NO PRIORITARIOS-SECUENCIA-OPORTUNIDAD





medios, diarios y los precios promedios semanales, que corresponden a un promedio de promedios.

b) Reporte mensual de Precios-Productos no Prioritarios:(anexo 6)

A este formato pasarán semanalmente los siguientes datos:

-Precio Máximo: Se refiere al máximo de los precios promedio para la semana en cuestión

-Unidad de Comercialización: Corresponde a la unidad de comercialización imperante en el mercado

-Precio Mínimo: Se refiere al mínimo de los precios promedio de la semana.

-Promedio: Será un promedio de los precios promedios diarios de la semana.

-Promedio Kilo: Corresponde a la reducción del precio promedio (en la unidad de comercialización imperante en el mercado), a precio kilo.

-Porcentaje de variación de los precios promedio: Corresponderá a la variación del precio promedio, con respecto al precio promedio de la semana anterior. Este último será la base o cien por ciento.

#### 4. PESOS Y MEDIDAS (Ver gráfica No.3)

Con respecto a las unidades de pesos y medidas a los cuales debe referirse la información, se ha llegado al establecimiento de normas míni-



mas que responden a:

- La necesidad de asegurar una adecuada veracidad de la información suministrada por las fuentes originales (evitando al máximo fuentes de error por conversión de pesos y medidas)
- Asegurar la ágil contrastación interna de información de las diferentes unidades del sistema.
- Lograr una buena adaptación de las pesas y medidas utilizadas en la información suministrada, con respecto a las costumbres en cuanto a este aspecto, imperantes en las zonas en las que está ubicado el usuario de información.

Atendiendo a las anteriores razones, las normas mínimas son:

a) La recolección de información bruta se hará en las unidades de pesas y medidas que imperen en el respectivo mercado.

Ejemplo: Maíz: quintal o bulto de 62,5 kilo o bulto de 75 kilos

b) Las "Sabanas de información de precios para productos prioritarios", contendrán la información reducida a kilogramo, o a unidades en el caso de la panela.

c) Las "Sabanas de información de precios para productos no prioritarios", contendrán la información de precios en las unidades de pesas y medidas imperantes, para el producto, en el mercado respectivo.

d) La transmisión de información telefónica o telegráfica para productos prioritarios, se hará en términos de las unidades imperantes en las -



zonas en las cuales se ubica el respectivo usuario (zona de trabajo), con la observación de cual (es) son la (s) unidad (es) que impera (n) en el mercado atendido por SIPM (mercado al que se refiere o en el que se origina la información transmitida).

Para lograr este tipo de conversiones se utilizará el kardex de usuarios, el que incluye esta información.

e) La transmisión de información telefónica o telegráfica para productos no prioritarios se hará en términos de kilogramos y de las unidades imperantes, para el producto, en el mercado en el cual se origina la información (Bogotá, Medellín, Cali, Bucaramanga, Barranquilla o Cúcuta).

f) Para todo producto, la información que fluye entre las unidades del sistema irá en kilogramos, o unidades (en caso de panela y plátano).

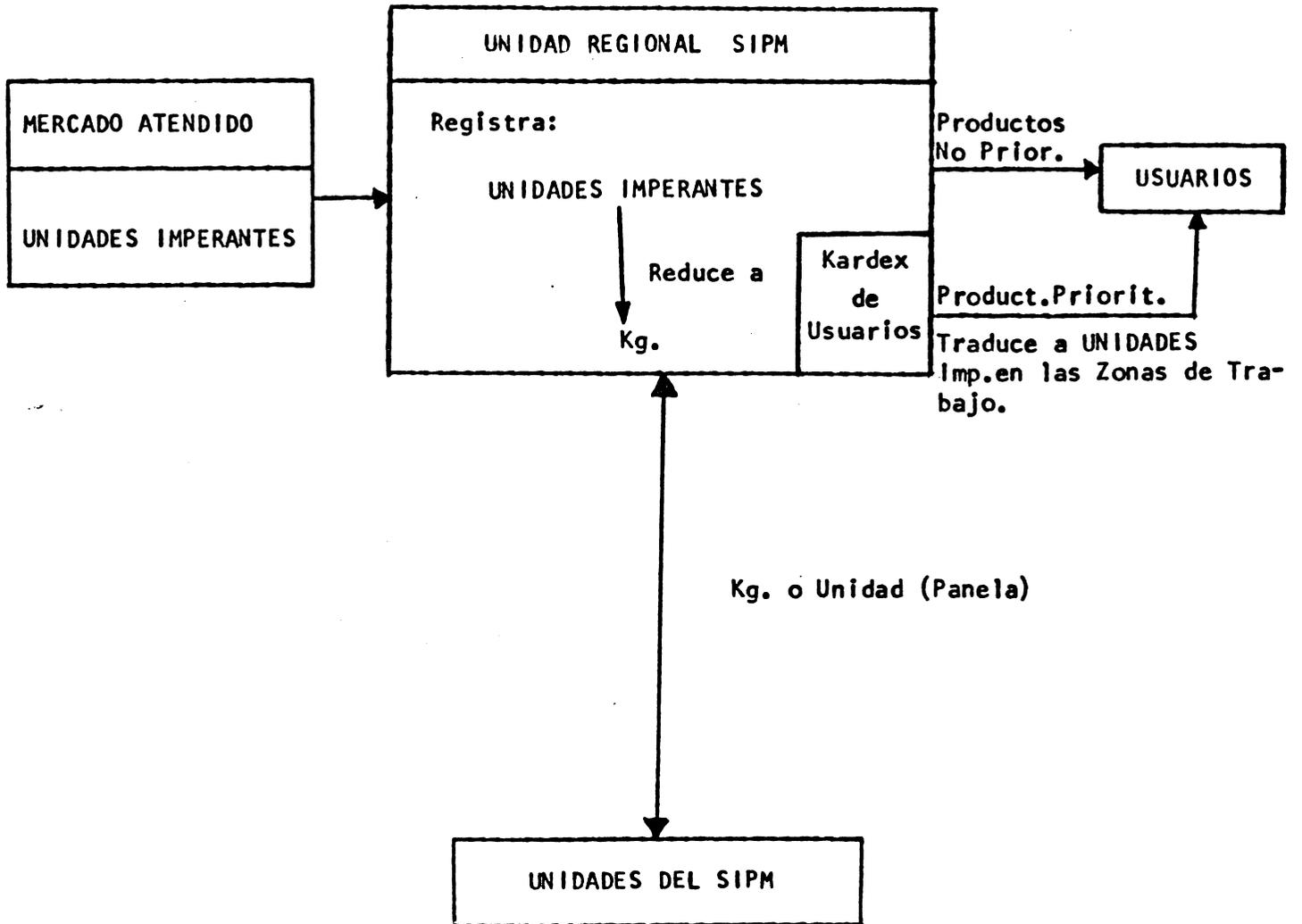
g) La misma norma regirá para la información sobre productos prioritarios que contendrán los reportes mensuales de precios de todas las regionales. En estos reportes (Ver guía respectiva), se señalarán al pie del cuadro las unidades de pesos y medidas, el tipo de empaque y forma de empaquetado para cada producto.

h) Para productos no prioritarios, la información de precios, se referirán a las unidades de pesos y medidas imperantes en el respectivo mercado fuente de información, las cuales se detallarán. Además irá una reducción al precio promedio/kilo



GRAFICA No.3

PESOS-MEDIDAS Y CONVERSIONES





5. IMPRESION DE FORMAS

El nivel central del sistema es el responsable por el diseño de los formatos básicos y por lo tanto solo este podrá hacer cambios o modificaciones con respecto a estos.

Suministradas las formas básicas, las oficinas regionales deben proveerse de la respectiva papelería, bien sea mediante fotocopias, o diseño manual o mecanografiado de los cuadros según el caso.

En principio se suministrará un stock básico a fin de impedir traumatismos en el inicio del trabajo o de su implantación.

6. CALENDARIZACION DE SEMANAS Y MESES PARA EL SIPM

Semana Mes	1		2		3		4		5	
Junio /82	30 My.	5	6	12	13	19	20	26	27	3 JI.
Julio	4	10	11	17	18	24	25	31		
Agosto	1	7	8	14	15	21	22	28		
Septiembre	29 Agto.	4	5	11	12	18	19	25	26	2 Oct.
Octubre	3	9	10	16	17	23	24	30		
Noviembre	31 Oct.	6	7	13	14	20	21	27		
Diciembre	28 Nov.	4	5	11	12	18	19	25	26	31
Enero	2	8	9	15	16	22	23	29		
Febrero	30 Ene.	5	6	12	13	19	20	26		
Marzo	27 Feb.	5	6	12	13	19	20	26	27	2 Abr.
Abril	3	9	10	16	17	23	24	30		
Mayo	1	7	8	14	15	21	22	28		
Junio	29 May.	4	5	11	12	18	19	25	26	1 Jul.



ANEXO No.1

TARJETA DE RECOLECCION DE INFORMACION PRIMARIA  
(Productos Prioritarios)



SISTEMA DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS (CECOR)

UNIDAD REGIONAL: \_\_\_\_\_

TARJETA DE RECOLECCION DE INFORMACION PRIMARIA - TOMATE

FECHA: \_\_\_\_\_

FUNCIONARIO: \_\_\_\_\_

1. Composición del Abastecimiento y Principales Zonas de Origen (ZO)

Comp. Producto \ Observaciones	1	2	3	4	5	6	PROMEDIO		ZONAS DE ORIGEN
							%	Volumen	
CHONTO									
MILANO									
OTRAS									
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100		

2. Niveles de Precios (\$) X \_\_\_\_\_

Unidad de Comercialización Imperante en el Mercado

Comp. Producto \ Observaciones	1	2	3	4	5	PROMEDIO		MAXIMO KILOGRAMO	MINIMO KILOGRAMO
						UND.	KG.		
CHONTO									
MILANO									

COMENTARIOS: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3. Expectativas y Eventualidades que Influyen en el Abastecimiento y los Precios

CHONTO : a) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

b) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

c) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

MILANO: a) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

b) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

c) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4. Volumen Ingresado a la Plaza.

CAMIONES		VOLUMEN
TIPO	NUMERO	
TOTAL		

SISTEMA DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS (CECOR)

UNIDAD REGIONAL: \_\_\_\_\_

TARJETA DE RECOLECCION DE INFORMACION PRIMARIA - FRIJOL

FECHA: \_\_\_\_\_

FUNCIONARIO: \_\_\_\_\_

1. Composición de Abastecimiento y Principales Zonas de Origen (ZO)

Comp. Producto \ Observaciones	1	2	3	4	5	6	PROMEDIO		ZONAS DE ORIGEN
							%	Volumen	
ANDINO									
CALIMA-NIMA									
RADICAL									
OTRAS									
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100		

2. Niveles de Precios (\$) x \_\_\_\_\_  
 Unidad de Comercialización Imperante en el Mercado

Comp. Producto \ Observaciones	1	2	3	4	5	PROMEDIO		MAXIMO KILOGRAMO	MINIMO KILOGRAMO
						UND.	Kilogr.		
ANDINO									
CALIMA-NIMA									
RADICAL									

COMENTARIOS: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

3. Expectativas y Eventualidades que Influyen en el Abastecimiento y los Precios

ANDINO: a) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

b) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

c) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

CALIMA-NIMA: a) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

b) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

c) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

RADICAL: a) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

b) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

c) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4. Volumen Ingresado a la Plaza.

CAMIONES		VOLUMEN
TIPO	NUMERO	
TOTAL		

SISTEMA DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS (CECORA)

UNIDAD REGIONAL: \_\_\_\_\_

TARJETA DE RECOLECCION DE INFORMACION PRIMARIA - MAIZ

FECHA: \_\_\_\_\_

FUNCIONARIO: \_\_\_\_\_

1. Composición de Abastecimiento y Principales Zonas de Origen (Z0)

Observaciones Comp. Producto	1	2	3	4	5	6	PROMEDIO		ZONAS DE ORIGEN
							%	Volumen	
AMARILLO									
BLANCO									
TRILLADO									
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100		

2. Niveles de Precios (\$) X \_\_\_\_\_

Unidad de Comercialización Imperante en el Mercado

Observaciones Comp. Producto	1	2	3	4	5	PROMEDIO		MAXIMO KILOGRAMO	MINIMO KILOGRAMO
						UND.	KG.		
AMARILLO									
BLANCO									
TRILLADO									

COMENTARIOS: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



SISTEMA DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS (CECORA)

UNIDAD REGIONAL: \_\_\_\_\_

TARJETA DE RECOLECCION DE INFORMACION PRIMARIA - PANELA

FECHA: \_\_\_\_\_

FUNCIONARIO: \_\_\_\_\_

1. Composición del Abastecimiento y Principales Zonas de Origen (ZO)

Comp. Observaciones Producto	1	2	3	4	5	6	PROMEDIO		ZONAS DE ORIGEN
							%	Volumen	
PANELA BLANCA 2U. (1b)									
PANELA BLANCA U. (Kg)									
PANELA MORENA 2U. (1b)									
PANELA MORENA U. (Kg)									
OTRAS									
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100		

2. Niveles de Precios (\$) X \_\_\_\_\_

Unidad de Comercialización Imperante en el Mercado

Comp. Observaciones Producto	1	2	3	4	5	PROMEDIO		MAXIMO KILOGRAMO	MINIMO KILOGRAMO
						UND.	KG.		
PANELA BLANCA 2U. (1b)									
PANELA BLANCA U. (Kg)									
PANELA MORENA 2U. (1b)									
PANELA MORENA U. (Kg)									

COMENTARIOS: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3. Expectativas y Eventualidades que Influyen en el Abastecimiento y Los Precios

PANELA BLANCA 2U. (1b): a) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

b) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

c) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

PANELA BLANCA U. (Kg): a) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

b) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

c) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

PANELA MORENA 2U. (1b): a) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

b) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

c) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

PANELA MORENA U. (Kg): a) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

b) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

c) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4. Volumen Ingresado a la Plaza.

CAMIONES		VOLUMEN
TIPO	NUMERO	
TOTAL		

SISTEMA DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS (CECOR)

UNIDAD REGIONAL: \_\_\_\_\_

TARJETA DE RECOLECCION DE INFORMACION PRIMARIA - PAPA

FECHA: \_\_\_\_\_

FUNCIONARIO: \_\_\_\_\_

1. Composición del Abastecimiento y Principales Zonas de Origen (ZO)

Observaciones Comp. Producto	1	2	3	4	5	6	PROMEDIO		ZONAS DE ORIGEN
							%	Volumen	
SABANERA									
TUQUERREÑA									
PASTUSA									
PURACE									
GUANTIVA									
OTRAS									
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100		

2. Niveles de Precios (\$) X \_\_\_\_\_  
Unidad de Comercialización Imperante en el Mercado

Observaciones Comp. Producto	1	2	3	4	5	PROMEDIO		MAXIMO KILOGRAMO	MINIMO KILOGRAMO
						UND.	KG.		
SABANERA PRIMERA									
TUQUERREÑA PRIMERA									
PASTUSA PRIMERA									
PURACE PRIMERA									
GUANTIVA PRIMERA									

COMENTARIOS: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

3. Expectativas y Eventualidades que Influyen en el Abastecimiento y los Precios.

TUQUERREÑA: a) \_\_\_\_\_

b) \_\_\_\_\_

c) \_\_\_\_\_

PASTUSA: a) \_\_\_\_\_

b) \_\_\_\_\_

c) \_\_\_\_\_

GUANTIVA: a) \_\_\_\_\_

b) \_\_\_\_\_

c) \_\_\_\_\_

PURACE: a) \_\_\_\_\_

b) \_\_\_\_\_

c) \_\_\_\_\_

4. Volumen Ingresado a la Plaza

CAMIONES		VOLUMEN
TIPO	NUMERO	
TOTAL		

ANEXO No.2

SABANA DE INFORMACION DE PRECIOS PARA PRODUCTOS  
PRIORITARIOS







ANEXO No.3

REPORTE MENSUAL DE PRECIOS-PRODUCTOS PRIORITARIOS







ANEXO No. 4

REGISTRO DE PRECIOS POR NIVELES DE LA DISTRIBUCION  
URBANA



MERCADO: \_\_\_\_\_

PRODUCTO VARIEDAD: \_\_\_\_\_

MES: \_\_\_\_\_ 198\_\_

PRECIOS PROMEDIO/Kg. SEGUN NIVELES DE LA DISTRIBUCION URBANA

SEMANA NIVEL	1	2	3	4	5	Precio Prom.	
						Absolu- to	Rela- tivo.
COMPRA MAYORISTA VENTA MAYORISTA							
VENTA SUPERMERCADO VENTA CAJA DE COMPENSACION VENTA TIENDA VENTA PLAZA						*	
						*	
						*	
						*	
PRECIO PROMEDIO CONSUMIDOR						**	100

\*\* Corresponde al promedio de los valores señalados\*

MARGENES ABSOLUTOS DE PRECIO SEGUN EXPENDIO DE VENTA AL CONSUMIDOR

