

INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION PARA LA AGRICULTURA

MINISTERIO DE AGRICULTURA  
OFICINA DE PLANENAMIENTO DEL SECTOR AGROPECUARIO

SERVICIO DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS UNIFICADO Y CARACTER NACIONAL ✓

Beatriz Nieto Machado  
Hugo López Ramírez

Documento para Discusión

CONF.  
IICA  
# 2.154  
1984

Bogotá, 16 de julio de 1984



**MINISTERIO DE AGRICULTURA**  
**OFICINA DE PLANEAMIENTO DEL SECTOR AGROPECUARIO-OPSA**  
**INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION PARA LA AGRICULTURA-IICA**  
Oficina en Colombia

**SERVICIO DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS**  
**UNIFICADO Y DE CARACTER NACIONAL**

Documento de discusión  
Primer borrador

Bogotá, 16 de julio de 1984  
(Revisión: marzo de 1985)



COLECCION ESPECIAL  
NO SACAR DEL REPOSICION  
IIC

IIC A/CONF.  
72.154  
1989

MINISTERIO DE AGRICULTURA  
OFICINA DE PLANEAMIENTO DEL SECTOR AGROPECUARIO-OPSA  
INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION PARA LA AGRICULTURA-IICA  
Oficina en Colombia

SERVICIO DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS  
UNIFICADO Y DE CARACTER NACIONAL

Documento de Discusión  
Primer borrador

BEATRIZ NIETO MACHADO<sup>\*</sup>  
HUGO LOPEZ RAMIREZ<sup>\*\*</sup>

Bogotá, 16 de julio de 1984  
(Revisión: marzo de 1985)

---

\* Economista División Análisis de Políticas

\*\* Economista M. Sc. Economía Agrícola- Asesor Proyecto IICA-OPSA



## I N D I C E

- INTRODUCCION, i
- I. MARCO CONCEPTUAL, 1
- II. JUSTIFICACION, 4
- III. ANTECEDENTES, 8
- 
1. SISTEMA DE INFORMACION ESTADISTICA DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, 8
2. SERVICIO DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS DEL IDEMA, 10
3. SISTEMA DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS DE PRODESARROLLO, 12
4. SISTEMA DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS-SIPM DE CECORA, 14
5. SERVICIO DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS DE LA CENTRAL DE ABASTOS DE BOGOTA, 16
6. SERVICIO DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS DE LA BOLSA NACIONAL AGROPECUARIA, 17
7. COMITE DE EVALUACION AGRICOLA DEL BANCO GANADERO, 19
8. SISTEMA DE INFORMACION ESTADISTICA DE PRECIOS DE ALIMENTOS DEL DANE, 20
- 
- Indice de Precios al Consumidor, 20
- Precios Promedios al por Menor de 35 Artículos Alimenticios en 33 Ciudades, 21
- Precios Promedios al por Mayor de Productos Alimenticios en Bogotá, 22 ✓
- 
9. BANCO DE LA REPUBLICA, 23
10. SERVICIO DE INFORMACION DE PRECIOS DE LA SECRETARIA DE AGRICULTURA DE ANTIOQUIA, 25
11. SERVICIO DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS DE LA CENTRAL DE ABASTECIMIENTO DE MEDELLIN, 26
12. PROGRAMA DE INFORMACION DE PRECIOS AGRICOLAS DE SANTANDER, 27

./.





13. SERVICIO DE INFORMACION DE PRECIOS DE LA CORPORACION DE ABASTECIMIENTOS DEL VALLE DEL CAUCA S.A. -CAVASA, 28

IV. PROPUESTA DE UNIFICACION Y AMPLIACION DEL SERVICIO DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS, 31

1. OBJETIVOS, 32

2. USUARIOS, 32

3. PRODUCTOS DEL SISTEMA, 33

4. PERIODICIDAD, 34

5. MEDIOS DE DIFUSION, 34

6. CENTRALIZACION DEL SERVICIO EN EL MINISTERIO DE AGRICULTURA, 34

7. VIABILIDAD TECNICA Y ECONOMICA, 36



## INTRODUCCION:

En un sistema económico de libre empresa el nivel de competencia juega un papel fundamental en la determinación de los precios. Dado que la información y conocimiento de las condiciones del mercado constituye uno de los pilares del comportamiento de dicho sistema, frecuentemente se hacen esfuerzos para propiciar servicios de información de precios y mercados que coadyuven al comportamiento del sistema.

En el caso colombiano a nivel del sector agropecuario se observa una gran proliferación de dichos servicios sin que esten coordinados e integrados en función de las necesidades de los participantes, esto es de productores, mayoristas, detallistas y consumidores.

Ante la necesidad de disponer de un servicio unificado de carácter nacional que ahorre esfuerzos y provea la información que requieren tanto los participantes directos en el proceso de mercadeo, como el Estado, el Ministerio de Agricultura a través de su Oficina de Planeamiento del Sector Agropecuario - OPSA, ha decidido promover la definición de un Servicio Nacional Unificado de Información de precios y mercados que integre los actuales.

Como objetivos fundamentales se han propuesto los siguientes:

- Unificar la metodología de los actuales sistemas en función de requerimientos técnico-estadísticos.
- Centralizar la información actualmente dispersa, con el fin de eliminar duplicidad de esfuerzos y permitir análisis integrales de mayor cobertura.

Para el logro de estos objetivos se propone que los actuales sistemas provean su información a una unidad central, la cual procederá a analizarla,



procesarla y difundirla, en función de las necesidades de los mercados de productores mayoristas, detallistas y consumidores.

Se espera que el servicio de información de precios y mercados, unificado y de carácter nacional, produzca series estadísticas de precios de los productos agropecuarios, análisis estadístico de precios, análisis y pronósticos de la producción, evolución de los mercados internos y externos, análisis de tendencia, ciclo y estacionalidad y estudios de oferta y demanda.

El presente documento constituye una primera aproximación al tema y al someterlo a discusión se busca un acuerdo sobre los objetivos y alcances de un servicio unificado que cuente con la participación de todos los interesados.

Con el fin de promover el debate correspondiente el documento presenta aspectos relativos a la parte conceptual de la información y conocimiento de las condiciones de los mercados, una justificación de los servicios de información de precios y mercados y los antecedentes institucionales en este campo. Se concluye con un primer diseño sobre el servicio de información de precios y mercados unificado y de carácter nacional.



## I. MARCO CONCEPTUAL

Los hechos económicos generalmente se analizan a través de los denominados modelos, que fundamentalmente son una imagen simplificada de la realidad. Así por ejemplo, para estudiar el comportamiento del mercado se utilizan varios modelos, siendo el más conocido y desarrollado el denominado de competencia perfecta.

Según este modelo, para que un mercado sea perfectamente competitivo, debe reunir las siguientes condiciones:

- a. Al mercado deben concurrir un número suficiente de compradores y vendedores con el fin de que ninguno pueda, individualmente considerado, afectar las condiciones del mercado (precios, volúmenes etc.)
- b. El producto intercambiado debe ser relativamente homogéneo para evitar la diferenciación o preferencia hacia un producto en particular.
- c. El precio debe ser libremente determinado, es decir sin restricciones, acuerdos e intervenciones externas al mercado.
- d. A nivel de los participantes en el mercado debe existir un amplio conocimiento e información de los aspectos fundamentales del mismo.

Partiendo de estos supuestos se han desarrollado otros modelos bajo premisas más próximas a la realidad de los hechos económicos como es el caso del modelo de la competencia imperfecta, el cual supone entre otras cosas, un número limitado de participantes con posibilidades de efectuar individualmente las condiciones del mercado.

Independientemente del modelo que se siga, lo fundamental es lograr establecer las relaciones del mercado ya que del análisis de estas, se concluye acerca de la estructura del mismo, o sea que se determina el





número y características de compradores y vendedores, la naturaleza de la mercancía, niveles de interdependencia entre compradores y vendedores, cantidades totales intercambiadas y determinación del precio.

Pero la utilidad práctica que se obtiene en estos análisis es poder establecer el efecto de los precios en el bienestar social, ya que el nivel del mismo está directamente relacionado con los precios relativos que se pagan por los productos básicos de consumo.

Al respecto los modelos concuerdan en destacar que mientras mayor grado de competencia exista en un mercado y cuanto mayor sea el conocimiento e información que se tenga de los mismos, mayor será el nivel de bienestar.

Es por ello que los Estados frecuentemente destinan ingentes recursos a la información de las condiciones de los mercados. ¿Pero cuál debe ser el nivel de conocimiento e información de las condiciones del mercado?

Una buena medida de lo que ello podría ser, la presenta el profesor G. Stigler (1), cuando afirma que no hace falta suponer una información tan amplia y precisa, que cada productor y cada consumidor deben conocer todos los precios y cantidades del mercado. Basta suponer un conocimiento que permita establecer en el mercado una especie de mecanismo de regulación interna (subrayado nuestro)

Uno de los sectores que mayor apoyo recibe por parte del Estado en cuanto a servicios de información de precios, es el agropecuario.

---

(1) G.J. Stigler - Perfect Competition - Journal of Political Economy  
Vol. LXV - 1957



Son muchas las razones de orden económico, político y social para proporcionar dicho servicio.

Desde el punto de vista económico un servicio de información de precios y mercados proporciona elementos de decisión del proceso productivo agrario; permite conocer los niveles de imperfección de los mercados, la determinación de los precios y sus márgenes; apropiación del excedente económico generado en el proceso de comercialización.

En la medida que gravite sobre el sector agropecuario la economía del país, el servicio de información de precios y mercados debe procurar un alto grado de transparencia del mercado para que productores, intermediarios y consumidores logren tomar las decisiones más convenientes a sus propios intereses.

Políticamente el servicio de información de precios y mercados debe permitirle al Estado formular políticas, planes y programas que redunden en beneficios no solo de aquellos segmentos del mercado menos favorecidos tales como productores minifundistas y consumidores de bajos ingresos, sino del conjunto del sector, pues un normal comportamiento del sistema de mercadeo ayuda a la obtención de las metas de bienestar social.

Además como los precios y mercados de los productos agrícolas presentan características peculiares con respecto a otros productos, tales como los fenómenos estacionales y cíclicos, entre otros, un servicio de información de precios y mercados proporciona elementos valiosos para planes de regionalización, exportación, importación y en general para la planificación integral del sector agropecuario.



## II. JUSTIFICACION

Uno de los objetivos prioritarios de la actual administración del Ministerio de Agricultura es el mejoramiento del sistema de comercialización agropecuaria, ya que el mismo se ha identificado como uno de los principales cuellos de botella para el desarrollo, pues de una parte limita las posibilidades de ganancia de los agricultores y de otra afecta sensiblemente el nivel de ingreso real de los consumidores.

En efecto, diferentes diagnósticos sobre dicho sistema concuerdan en destacar que la estructura de la comercialización presenta los mayores problemas a nivel de la instancia rural y dentro de esta en el subsector denominado de la agricultura tradicional.

Evidentemente la comercialización a nivel rural se presenta desorganizada como consecuencia de la atomización de los productores, el tamaño de las explotaciones y las deficiencias en las vías de comunicación.

Es relevante en la instancia productora y acopiadora de excedentes comercializables, el precario conocimiento que se tiene sobre las condiciones de los mercados regionales y terminales en cuanto a precios y cantidades, lo cual ocasiona una deficiente planificación de la producción y de los flujos de excedentes de acuerdo con las necesidades de los mercados demandantes, aspectos que sumados con los factores climáticos (regímenes de lluvias por ejemplo), conducen a que la producción se presenta de carácter estacional y cíclica con las consiguientes fluctuaciones de los precios a causa de excesos de oferta.

La coordinación entre los mercados de productores y finales logra regular el flujo de excedentes y permite una relativa estabilidad de los precios al evitar sobreofertas frente a las necesidades de consumo.



Pero esta coordinación requiere de un alto nivel de organización empresarial en la cual las empresas comercializadoras deben estar suficientemente desarrolladas para que sean reales sujetos de cambio. Solo así un servicio de información de precios y mercados ayudará a la planificación y toma de decisiones con respecto a las expectativas del mercado tanto nacional como internacionalmente.

Al respecto, preocupa la carencia de centros de acopio tanto primarios como regionales y de empresas modernas de comercialización rural que canalicen y hagan útil un servicio de información de precios y mercados.

Se espera que las acciones adelantadas por PRODESARROLLO, el Programa DRI y el IDEMA entre otros, llenarán paulatinamente este vacío y que en el futuro, el país disponga de una adecuada infraestructura de apoyo a la comercialización rural que permita hacer productivo un servicio de información de precios y mercados como elemento de apoyo hacia la comercialización rural.

De otra parte la distribución mayorista como instancia básica en el proceso de comercialización, aun presenta signos de atraso y desorganización a pesar de los esfuerzos realizados por el Estado principalmente en infraestructura física en los grandes centros de consumo, ya que a nivel de mercados intermedios y regionales es poco lo que se ha hecho en este sentido.

Vistos los mercados mayoristas dentro de una perspectiva nacional se encuentra una ausencia total de mecanismos de coordinación y modernización. Distintas evaluaciones de las centrales mayoristas destacan que el grado de imperfección del mercado en esta instancia ha aumentado gradualmente en forma contraria a lo esperado, que no se presenta racionalidad y estabilidad de los precios en beneficio de productores y consumidores y que las ganancias de los mayoristas son crecientes.





Como aun es ineludible la presencia y función de los mayoristas tradicionales en el proceso de comercialización, corresponde al Estado definir una política general de regulación y coordinación del mercado mayorista, a través de un estatuto que asegure cambios sustanciales en el sistema.

Como elemento de esta política el servicio de información de precios y mercados debe cumplir una función de orientación que permita planificar las soluciones y por ende la toma de decisiones de productores, intermediarios y consumidores. Se debe esperar que uno de los resultados del mencionado servicio sea una mayor transparencia del mercado, un mayor grado de competencia y una adecuada formación de los precios.

En cuanto hace referencia a los mercados detallistas igualmente se observa una estructura caracterizada por la presencia de un gran número de pequeños participantes en el proceso, como son la tiendas y vendedores de plaza pública y de un segmento muy reducido de canales modernos, como son los supermercados de autoservicio, cadenas cooperativas de tenderos, cadenas voluntarias detallistas, etc.

Los programas de distribución urbana de alimentos actualmente promovidos por el Estado como las despensas del IDEMA, las proveedurías de tenderos, cadenas de tenderos y mercados móviles del Programa DRI-PAN entre otros, además de cumplir un objetivo social de abastecimiento a sectores poblacionales de escasos recursos económicos, pretenden introducir nuevos esquemas de distribución detallista de alimentos. Es decir que es evidente el interés del Estado por promover el cambio y modernización de la distribución urbana a nivel detallista.

En consecuencia, una de las herramientas básicas para la planificación y orientación de esfuerzos será el servicio de información de



precios y mercados, que le permita a los agentes participantes en esta instancia como son vendedores y consumidores, conocer oportunamente las condiciones de oferta y demanda de los principales productos de la canasta familiar.

En general, viendo el proceso de comercialización en forma integral desde el productor hasta el consumidor, es evidente y justificada la necesidad de disponer de un servicio unificado de información de precios y mercados que proporcione elementos oportunos de decisión a cada uno de los participantes en el proceso y al Estado para formular sus políticas.



### III. ANTECEDENTES

Al hacer una revisión de los antecedentes de los servicios de información de precios y mercados de productos agropecuarios, se observa que la iniciativa, la promoción y puesta en marcha de estos servicios han correspondido al Estado a través de sus diferentes entidades, como en efecto lo han hecho el Ministerio de Agricultura, IDEMA, PRODESARROLLO, CECORA, Bolsa Nacional Agropecuaria, Centrales de Abasto, DANE, Banco de la República y Banco Ganadero.

#### 1. SISTEMA DE INFORMACION ESTADISTICA DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA

Con anterioridad a 1970 la información estadística del sector agropecuario se caracterizó porque muchas entidades producían su propia información con diferentes metodologías, trayendo como consecuencia discrepancia en las cifras, repeticiones, duplicidad de esfuerzos y ausencia de información sobre aspectos fundamentales.

Para obviar este problema, el Ministerio de Agricultura inició a partir de 1970 una etapa de organización, mejoramiento y coordinación de la labor estadística del sector agropecuario, mediante la puesta en marcha de los programas agrícolas y pecuarios; la creación de los Comités Nacionales y Regionales de Producción Agrícola y de Recursos Naturales Renovables.

Posteriormente en 1979 las actividades del Ministerio a través de la Unidad de Estadística han estado encaminadas a la instauración y puesta en marcha de un sistema de información estadística agropecuaria, para lo cual mediante Decreto 1655 de ese año se creó el Comité Nacional de Estadísticas Agropecuarias, integrado por representantes del Ministerio y de algunas entidades oficiales y privadas del sector.



La centralización de la información estadística agropecuaria en el Ministerio de Agricultura ha permitido organizar los datos, conformar series, evaluar y analizar coberturas, sesgos y metodologías, para la preparación de documentos estadísticos que contienen las principales variables, eliminando en buena parte, la duplicidad de información y facilitando la evaluación y análisis de las cifras y regulando la producción de la información.

El diseño y montaje del Sistema de Información para el sector agropecuario, que esta realizando el Ministerio de Agricultura para apoyar permanentemente a las entidades del sector y a los usuarios de la información estadística en general, con la colaboración de las entidades que suministran los datos, se viene plasmando desde el mes de julio de 1983 mediante una publicación mensual que contiene los principales indicadores económicos, entre ellos la serie semestral de precios de sustentación (1970 - 1983); serie de precios al consumidor, promedios anuales para 35 artículos en 33 ciudades (1970 - 1982); precios internacionales, índices de precios al consumidor y al por mayor (1980 - 1983).

Para la obtención de la serie de los diferentes niveles de precios, la Unidad de Estadística del Ministerio recoge la información suministrada por las diferentes entidades del sector, organiza los datos, conforma las series y adopta aquellas de mayor confiabilidad según análisis previos de coberturas, sesgos y metodologías empleadas por las principales fuentes.

Para realizar las funciones de clasificación, evaluación, análisis y divulgación, la Unidad de Estadística cuenta en la parte técnica con cuatro (4) profesionales y nueve (9) auxiliares y además, dispone de un microcomputador. El área de los precios es adelantada por dos técnicos uno de los cuales procesa las cifras de precios mayoristas (Corabastos, IDEMA) precios de sustentación y precios internacionales (IDEMA) y otro se encarga de lo concerniente a precios al consumidor (DANE)





Toda la información estadística para el sector agropecuario es consignada en un boletín con periodicidad mensual, de circulación restringida, ya que se ha dirigido solo a nivel del Ministerio y de las entidades del sector. Esta situación obedece a la escasez de recursos de presupuesto.

Como se observa, los recursos humanos, financieros y materiales son insuficientes para adelantar un verdadero sistema de información de precios y mercados que sea oportuno y que cubra una amplia variedad de aspectos que inciden en la formación de los precios.

## 2. SERVICIO DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS DEL IDEMA<sup>1/</sup>

No obstante que este servicio se creó en 1966, solamente en 1970 se sentaron las bases para la organización del servicio con la ayuda de la AID. Posteriormente en 1974 se consolidó la "Unidad de Precios y Mercados del IDEMA".

Los objetivos principales del servicio son la recolección, procesamiento, análisis y difusión permanente de información sobre precios y mercados de los productos agrícolas tanto a nivel nacional como internacional. Está dirigida principalmente a funcionarios y directivos del IDEMA como elemento de juicio para decidir sobre compras de productos - tanto de producción nacional como de importación, lo mismo que para la fijación de precios de sustentación. También son usuarios de la información producida por el Instituto varias entidades, entre ellas las del sector agropecuario.

La información de precios se obtiene mediante entrevista directa a propietarios o administradores de supermercados, graneros, plazas de mercado, centrales de abasto y tiendas.

---

<sup>1/</sup> DNP. El Sistema de Información de Precios y Mercados. Junio de 1983.



Esta labor es realizada por funcionarios que operan en las diferentes dependencias del IDEMA, tales como centros de acopio y distribución, plantas de silos y oficinas regionales.

Para la recolección y producción final de la información de precios se utilizan formularios especialmente diseñados por la Unidad de Precios, quien es la responsable de procesar y difundir la información recolectada.

El IDEMA produce los siguientes documentos de precios:

- Boletín semanal de precios mayoristas y minoristas en 45 ciudades del país para arroz, maíz y sus subproductos, diferentes variedades de frijol, café, chocolate, pastas alimenticias, azúcar, aceite, leche en polvo y sal.

- Boletín semanal de precio de venta de los minoristas en Bogotá, de los productos anotados anteriormente como también para arvejas, garbanzo, lenteja, carne de res, huevos y papa.

- Boletín quincenal y mensual de precios internacionales y las cotizaciones de futuros de los siguientes productos: aceites, azúcar, arroz, algodón, maíz, sorgo, soya, torta de soya, trigo y sebo.

- Boletín semanal de precios mayoristas del Grupo Andino para arroz blanco, maíz duro, sorgo, soya, frijol, papa, carne bovina, carne de pollo, huevos, azúcar, torta de soya, trigo importado y leche en polvo.

Es importante anotar que la información de precios del IDEMA a nivel tanto mayorista como minorista tiene cobertura limitada, ya que solamente cubre las principales ciudades del país. Además, es limitada en cuanto al número de productos: arroz, maíz y trigo y los subproductos de cada uno de ellos; azúcar, sal, aceite y leche en polvo.



Por otra parte, como la información es tomada mediante entrevistas directas a grandes productores seleccionados por los analistas regionales, los precios mayoristas, parecen no ser los más representativos por cuanto no contemplan los precios de compra a agricultores medianos y pequeños.

### 3. SISTEMA DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS DE PRODESARROLLO<sup>1/</sup>

La Federación Nacional de Cafeteros a través del Programa de Desarrollo y Diversificación de Zonas Cafeteras - PRODESARROLLO, ha venido investigando desde hace unos diez años, las características y comportamiento del mercado de los productos perecederos de importancia para la zona cafetera del país, tradicional en Colombia, el cual presenta innumerables problemas principalmente por el desconocimiento de los niveles de los precios en las etapas básicas del proceso de mercado, lo mismo que sobre la naturaleza de las cosechas. Para tratar de solucionar este problema la "Sección de Investigación, Planeación y Precios", de PRODESARROLLO tiene como función básica atender los asuntos relacionados con la planeación y ejecución de estudios e investigaciones y la información de precios y mercados de los productos que comercializa - PRODESARROLLO.

Con personal técnico debidamente entrenado en las labores de recopilación, procesamiento y difusión de la información se ha logrado estructurar un sistema que cubre a productores, intermediarios, mayoristas y detallistas, así:

- Investigaciones permanentes sobre precio de venta del productor. Se refiere al precio del producto en la finca, debidamente cosechado, seleccionado y empacado. Esta información se recopila semanalmente en

---

<sup>1/</sup> OP. Cit. pag. 7 - 8



Los departamentos de Antioquia, Caldas, Cundinamarca, Quindio, Risaralda, Tolima y Valle.

- Investigación sobre el precio de venta del mayorista. Se refiere al precio del producto en las centrales mayoristas de los principales centros de consumo del país (Bogotá, Cali y Medellín). Esta información se toma dos veces por semana.

- Investigaciones sobre volúmenes, épocas de cosecha, variedades, destino de la producción y disponibilidad de transporte.

La información procesada se divulga mediante boletines escritos tales como hojas volantes dirigidas a los usuarios de Prodesarrollo. También se publica anualmente un boletín sobre series de precios mayoristas para productos agrícolas perecederos que incluye bases y proyecciones para el año siguiente.

La finalidad del Sistema de Información de Precios de Prodesarrollo es disponer de un instrumento orientador para la planificación de cosechas. El análisis de las series de precios por producto esta encaminada a determinar la tendencia y variación estacional para conocer los períodos de precios caros o baratos.

La conformación de la serie de precios de venta del mayorista se realiza mediante investigación directa en las diferentes plazas mayoristas del país, con una frecuencia de dos veces por semana. Esta labor es realizada por las siguientes entidades: En Bogotá - COMERCAFE; en Cali - MERCAFE y en Medellín la Cooperativa Central de Distribución y Consumo, las cuales mediante comunicación telefónica hacen llegar la información a las oficinas del Departamento de Mercadeo de PRODESARROLLO en donde se concentra, estableciendo archivos en términos de promedios semanales, mensuales y anuales.





Una vez conformadas y procesadas las series históricas se conocen entre otros los siguientes conceptos:

- Tendencia de la serie
- Ciclos
- Variaciones estacionales por año y proyección
- Proyección de la serie
- Zona o nivel de confianza con una probabilidad del 95%

#### 4. SISTEMA DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS - SIPM DE CECORA

El Sistema de Información de Precios y Mercados (SIPM) constituye uno de los proyectos del Subprograma de Comercialización del DRI y fué asignado para su ejecución a la Central de Cooperativas de Reforma Agraria - CECORA. Inició operaciones en 1977 con la recolección, análisis y difusión de información de precios del mercado mayorista de Bogotá. Posteriormente (1978) se abrieron las oficinas regionales de Cali, Medellín, Barranquilla, Bucaramanga y Cúcuta, las cuales captan información de los correspondientes mercados mayoristas terminales. Su objetivo principal es difundir información sobre precios y mercados a los beneficiarios del Subprograma de Comercialización del DRI de los departamentos de Córdoba, Sucre, Nariño, Cauca, Antioquia, Cundinamarca, Boyacá y Santander.

Para cumplir con este objetivo, el SIPM deberá suministrar información a los productores usuarios del DRI, en especial a las asociaciones de productores surgidas en el Subprograma de Comercialización, en cuanto a calidades y variedades. Además, como apoyo a los objetivos generales del DRI, proporcionará información de precios y mercados a nivel productor, mayorista, detallista y consumidor dentro del área de influencia del Programa.



El SIPM considera que la información generada hacia productores y consumidores deberá ser básicamente la siguiente: Precios al productor y al mayorista por mercado; volúmenes y flujo de los productos con los principales mercados terminales; tendencias y estimaciones acerca del comportamiento de los precios; costos de transporte y de comercialización; precios al consumidor y disponibilidad de los alimentos básicos de la dieta familiar según las diferentes regiones del país y según la estacionalidad de la producción.

En una primera fase se han prestado los siguientes servicios:

- Información de precios al por mayor. Recolección, procesamiento y difusión de precios de los mercados de Bogotá, Medellín, Barranquilla, Bucaramanga, Cali y Cúcuta la cual es difundida a las asociaciones de productores a través de télex originados en cada seccional SIPM.

- Información de precios a nivel de productor. Únicamente se cuenta con las series de precios correspondientes a los años 1980 y 1981. A pesar de la discontinuidad para 1982 y 1983 se espera su reactivación a partir del presente año y para ello el personal de campo DRI mediante encuesta directa o por observación determinará los precios pagados al productor, preferencialmente durante el día de mercado de la región más cercana con carácter semanal.

- Información de precios de otros niveles del mercado. El SIPM se propone estructurar un subsistema de información secundaria, constituido por la recopilación, procesamiento, análisis y difusión de información de precios, registrado por diferentes instituciones (Centrales Mayoristas, IDEMA, Federación de Cafeteros, DANE, Banco de la República. Parte de esta información ya se encuentra en archivo del SIPM pero falta implementar su sistematización por computador.



El procesamiento de la información se ha venido realizando mediante métodos manuales, sin embargo su sistematización por computador constituye uno de los objetivos de mejoramiento del sistema para el presente año.

Como se observa, la información de precios al por mayor de los principales mercados terminales constituye la base fundamental del sistema operado por CECORA, dejando de lado la labor de recopilar y suministrar información a nivel de productor, lo cual pone de presente que el objetivo fundamental del SIPM cual es el de proveer a sus usuarios directos, formas asociativas y asociaciones de productores, información sobre precios y mercados no se ha cumplido y por lo tanto, no se ha mejorado el proceso de toma de decisiones con respecto a qué, cómo, cuándo y dónde vender en mejores condiciones su producción.

##### 5. SERVICIO DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS DE LA CENTRAL DE ABASTOS DE BOGOTA.

La Corporación creó la Unidad de Información de Precios y Mercados con la finalidad de informar tanto a mayoristas como minoristas del mercado de Bogotá, los precios a los cuales cierra todos los días cada producto y sus respectivas tendencias, para ello, se encarga de recolectar la información diaria entre las 5.00 y las 7.00 a.m., de los precios mayoristas para 95 productos transados dentro de las instalaciones de la central, fundamentalmente de 17 granos, 23 frutales, 29 hortalizas, 9 tubérculos, huevos, 9 procesados, plátanos, carnes, etc.

La información de precios y mercados de Corabastos tienen alcance nacional, pues a través de algunas cadenas radiales se informa diariamente a comerciantes mayoristas, minoristas, productores y acopiadores sobre los precios de venta que registraron los productos alimenticios



básicos de origen agropecuario en el día anterior. Además existen 500 afiliados al boletín diario de precios.

Por intermedio del boletín diario de precios, se ofrece información de lunes a viernes sobre los precios promedio por kilo para primera y segunda calidad, y la tendencia (alza, baja, estable). También se publica el día jueves de cada semana un boletín que contiene las actividades en Corabastos, estadísticas sobre entrada de alimentos y de vehículos, precios promedio por kilo, variaciones, análisis del comportamiento del mercado mayorista y gráficas.

Además, se lleva un registro mensual sobre el comportamiento del mercado mayorista de los productos que ingresan a Corabastos, principalmente de los de mayor incidencia en la canasta familiar. Se incluyen los volúmenes mensuales por producto, el precio promedio, variaciones, los lugares de procedencia de los productos, con comentarios y gráficas.

El sistema de operación es manual, contando con dos reporteros de precios y un reportero de volúmenes y para el volumen de entrada de alimentos se tienen tres reporteros que recogen la información entre las 5.00 y las 6.30 de la mañana.

#### 6. SERVICIO DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS DE LA BOLSA NACIONAL AGROPECUARIA.

El mecanismo de información utilizado por la Bolsa Nacional Agropecuaria busca básicamente facilitar las transacciones de productos de destinación y origen agropecuario, mediante la realización de ruedas simultáneas entre los principales centros de producción y de consumo en el país.





La información sobre precios y condiciones del mercado es obtenida por los comisionistas de la entidad, ubicados en las diferentes regionales del país y, la información sobre estimativos de cosechas se recoge en las diferentes áreas de producción con la colaboración de comisionistas, agremiaciones, agricultores, Caja Agraria, IDEMA y consumidores industriales.

La información de la Bolsa corresponde solo a una parte del territorio nacional, contándo con 12 oficinas regionales a saber: dos en Bogotá, Barranquilla, Bucaramanga, Cartago, Ibagué, Medellín, Neiva, Palmira, Sincelejo, Valledupar y Villavicencio. Próximamente se establecerá una sucursal en el Espinal. Estas oficinas estan conectadas con Bogotá por una red radial de micro-ondas para comunicación simultánea de los precios, ofertas y demandas de solamente seis productos: maíz, sorgo, arroz, ajonjolí, soya y tortas de oleaginosas.

La Bolsa emite dos veces a la semana, coincidiendo con la celebración de las ruedas de negocios efectuadas los martes y viernes, dos tipos de boletines:

- El boletín de la rueda de negocios que consta de "operaciones cerradas" y "ofertas y demandas abiertas", con información sobre las características físicas, calidad, empaque, condiciones de la operación, forma de pago, precio, sitio de entrega, etc.

- El boletín de prensa contiene un resumen de las operaciones que tuvieron lugar en cada una de las ruedas de negocios.

Recientemente la Bolsa ha establecido dos nuevos servicios: uno el denominado Oficina Móvil, mediante el cual se lleva información a los agricultores sobre precios y manera de operación de la entidad. El otro son las Ruedas Promocionales de Negocios que consisten en fijar las -



sedes de las Ruedas en los sitios de fuerte actividad agrícola en época próxima a las cosechas, para informar a los agricultores sobre precios, condiciones del mercado, servicios que pueden obtener de la Bolsa, etc.

No cuenta con equipos para el procesamiento de datos. Toda la información se tabula en forma manual con la ayuda de calculadoras eléctricas, el único equipo es el sistema de radiocomunicación simultánea.

#### 7. COMITE DE EVALUACION AGRICOLA DEL BANCO GANADERO

En el Banco funciona el Comité de Evaluación Agrícola, que operó - durante algún tiempo bajo la coordinación de la antigua Bolsa Agropecuaria, siendo suspendido a raíz del cierre de esta. A partir de 1978 las reuniones del Comité se reanudaron bajo la coordinación del Banco Ganadero.

El Comité realiza análisis sobre la producción y el mercadeo de los principales productos agrícolas, del ganado y de la carne, a nivel tanto interno como externo. Se reúne mensualmente para tratar información básica sobre cada producto, principalmente en lo referente a superficie - inscrita en el ICA, área financiada por Fondo Financiero Agropecuario, existencias en AGD e IDEMA, importaciones y exportaciones, precios nacionales e internacionales.

Los productos que normalmente se estudian son algodón, arroz, ajonjolí, papa, sorgo, soya, cebada, maíz, ganado y carne. Dicha información se sintetiza e incluye en un boletín que es ampliamente difundido por los miembros del Comité y por diferentes medios de comunicación.

Igualmente, el Banco Ganadero a través de la Asistencia de Relaciones Públicas y Divulgación edita semanalmente un boletín de los precios promedios del ganado en pie en las principales plazas del país (Bogotá,



Barranquilla, Bucaramanga, Cúcuta, Manizales, Medellín, Neiva, Cali y Villavicencio).

#### 8. SISTEMA DE INFORMACION ESTADISTICA DE PRECIOS DE ALIMENTOS DEL DANE <sup>1/</sup>

El DANE produce información de precios de alimentos a nivel del mercado detallista con el Índice de Precios al Consumidor en 7 ciudades, precios promedios al por menor de 35 artículos en 33 ciudades y precios promedios al por mayor en el mercado de Bogotá.

##### Índice de Precios al Consumidor

La recolección de los precios para calcular este índice, se efectúa en 7 ciudades: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Manizales y Pasto, para los bienes y servicios que conforman la canasta familiar, distribuidos en 4 grupos: alimentos, vivienda, vestuario y misceláneo.

Para el grupo de alimentos, los artículos están agrupados en 7 subgrupos: cereales; hortalizas y legumbres frescas; frutas; carnes y pescados; grasas; huevos y productos lácteos y alimentos varios, para un total de 88 productos investigados.

La obtención de los datos se efectúa mediante visita directa a las fuentes de información cada década del mes, a excepción de los establecimientos que reportan precios de tubérculos, plátanos, hortalizas y frutas que son visitados quincenalmente. Al final del mes se calculan los precios promedios y los índices para cada artículo, mediante procesamiento electrónico.

---

<sup>1/</sup> Resumido de la monografía enviada por el DANE, con ocasión de la propuesta de unificar el Servicio de Información de Precios y Mercados. Julio 27 de 1984.



La muestra de establecimientos está constituida por expendios de alimentos de venta al por menor como tiendas y graneros de barrio, plazas de mercado, supermercados, expendios de carnes y pescado, pan y lácteos.

Los resultados se divulgan en un boletín de prensa, un tabulado para consulta en el Banco de Datos, en el Boletín Mensual de Estadística y una separata con los cuadros de salida del tabulado definitivo.

Precios Promedios al por Menor de 35 Artículos Alimenticios en 33 Ciudades.

Esta investigación corresponde a los precios a nivel del mercado detallista de las ciudades de Armenia, Pereira, Ibagué, Girardot, Líbano, Neiva, Bolívar, Puerto Berrío, Yarumal, Quibdó, Montería, Buenaventura, Tulúa, Popayán, Tumaco, Barrancabermeja, Cúcuta, Ocaña, Sogamoso, Tunja, Cartagena, Santa Marta, Riohacha, Sincelejo, Valledupar, Villavicencio y las 7 ciudades del Índice de Precios al Consumidor.

La toma de los datos se realiza mediante visita personal a los establecimientos en los últimos 10 días de cada mes, y se reciben en el DANE central alrededor del 20 del mes siguiente y son publicados 8 días después.

Las tareas de recolección, crítica y supervisión son realizadas por un recolector en cada una de las ciudades y un crítico y asistente técnico en la sede Regional del DANE. A nivel central se efectúa también la crítica de la información y se elaboran los cuadros finales, cuyos resultados son divulgados en la sección de precios del Boletín Mensual de Estadística. El procesamiento de la información se realiza en forma manual.





### Precios Promedios al por Mayor de Productos Alimenticios en Bogotá

Para efectuar esta investigación se toma 6 fuentes de información:

- A los graneros de Corabastos. El día viernes entre 1 y 2 de la tarde se visitan 5 graneros diferentes para obtener los precios de los siguientes productos: arroz, arveja seca, azúcar, café, cebada, frijoles, garbanzos, habas secas, lenteja, maíz, manteca vegetal, pastas, sal, trigo y aceite.

- A las bodegas de Corabastos. Diariamente y a diferentes horas, a excepción del martes y viernes (7:30 a.m.), se visitan de 4 a 6 expendedores, para los precios de los siguientes productos: arracacha, arveja verde, haba verde, huevos, mantequilla, panela, papa, plátanos, queso y yuca.

- A las empresas molineras. Se visitan semanalmente 3 empresas, para tomar precios de harina de maíz y harina de trigo.

- A las pasteurizadoras. Se visitan semanalmente 4 pasteurizadoras.

- A los fabricantes y distribuidores directos de fábrica. Se investigan semanalmente los precios de café, chocolate, aceite y azúcar.

- Al frigorífico Guadalupe, quien suministra semanalmente un boletín con el precio de la carne en canal de res y de cerdo.

De la descripción de los métodos empleados por el DANE para llevar a cabo cada una de las tres investigaciones de precios para productos alimenticios, lo referente al precio promedio al por mayor en el mercado de Bogotá no es un dato confiable debido en gran parte a la diferencia de horas para la toma de los precios en la Central de Abastos y



además, porque estas no corresponden a los de mayor movimiento del mercado, situación que se corrobora al comparar estos precios con los anotados por Corabastos.

Para adelantar las anteriores investigaciones así como las demás informaciones que el DANE produce, dicha entidad creó y organizó el Servicio Nacional de Computación - SENCO con el propósito de administrar los proyectos de sistematización de datos. Además, este servicio vela por la racional utilización de los sistemas de información y de los equipos y servicios de procesamiento de datos que posean o adquieran los organismos del sector público para ello ha venido fomentando el desarrollo de la sistematización ofreciendo técnicas avanzadas de procesamiento y facilitando el acceso a sus equipos a través de terminales.

En la actualidad el Servicio Nacional de Computación es una de las instalaciones más modernas y con mayor capacidad de procesamiento que existe en el país. Por estas razones el DANE ha adquirido una gran experiencia en el manejo tanto del sistema de información como de los equipos y servicios de procesamiento de datos.

#### 9. BANCO DE LA REPUBLICA <sup>1/</sup>

El Banco de la República produjo hasta el año 1981 la serie de precios a nivel del productor, con la finalidad de disponer de un precio promedio nacional anual que permitiera el cálculo de las Cuentas Nacionales.

Para efectuar la recopilación de estos precios, la Oficina de Investigaciones Económicas del Banco, coordinadora del trabajo, impartió algunas pautas sobre el sistema de recolección y cálculo de los datos a las 20 sucursales quienes eran las encargadas de efectuar la recolección de la información de la región productora circunvecina, para los productos considerados de representatividad en cada zona.

---

<sup>1/</sup> Resumido del documento "Precios a nivel productor. Fuente: Banco de la República" preparado por el Ministerio de Agricultura, octubre de 1983.



La recolección de la información se efectuaba mensualmente, generalmente en épocas diferentes a las de cosecha. Una vez procesada la información a nivel Regional era remitida cada trimestre a la Oficina de Cuentas Nacionales en formularios diseñados para tal fin en donde se realizaba la crítica, se elaboraban cuadros resúmenes por producto y se calculaban los precios anuales promedios por cultivo.

Para adelantar la labor de campo no se diseñó un formulario especial, sino que cada sucursal del Banco adoptó un método propio, el cual dependía básicamente de sus recursos humanos, físicos y financieros. Ocasionalmente algunas sucursales anexaban un resumen de los métodos de recolección y cálculo, que en la mayoría de los casos correspondían a precios a nivel mayorista convertidos a precios al productor, sin describir el método empleado.

La cobertura por productos se puede considerar óptima, ya que se recolectaron precios para un total de 48 productos. Geográficamente los precios al productor correspondieron a la mayoría de los centros de producción, aunque zonas importantes de producción como Santander, Caquetá y Altiplano de Cundinamarca fueron excluidos de la investigación.

A raíz del traslado de las Cuentas Nacionales al DANE, la labor de recolección de los precios al productor por parte del Banco de la República, fue suspendida, y hasta el momento no se dispone de información de precios a este nivel.

Lo anterior permite concluir, que la falta de un formato uniforme que facilitara la recolección de los datos y la consignación de información adicional, así como la obtención del precio al productor en épocas diferentes a las de cosechas y además deducido de precios mayoristas, hacen pensar que la información suministrada por el Banco de la República no es representativa del precio a nivel del productor.



Por estas razones, el Ministerio de Agricultura elaboró en octubre de 1983, una propuesta para continuar la investigación de precios a nivel del productor, perfeccionando los procedimientos seguidos por el Banco de la República. Sin embargo, hasta el momento no se ha tomado ninguna decisión sobre la ejecución de la investigación.

#### 10. SERVICIO DE INFORMACION DE PRECIOS DE LA SECRETARIA DE AGRICULTURA DE ANTIOQUIA <sup>1/</sup>.

La Secretaría de Agricultura de Antioquia viene obteniendo desde 1970 información de precios a nivel productor en los municipios en donde presta servicios esta entidad, los cuales están agrupados en 13 Centros Regionales.

Los precios son recolectados por funcionarios de la Secretaría en formularios previamente diseñados, para aquellos productos agronecuarios de mayor volumen e importancia económica en cada municipio.

Estos datos se obtienen en la primera y tercera semana de cada mes, en las horas de mayor auge de compra del mercado local, tomándose el valor máximo y mínimo para luego determinar el precio promedio por kilo.

El formulario diligenciado es enviado mensualmente a la sección de Estadística de la Secretaría de Agricultura, en donde se consolidan los datos y se conforman registros históricos por producto para cada uno de los centros regionales de Antioquia.

La serie de precios a nivel productor comprende un total de 53 productos, básicamente frutales, hortalizas, tubérculos, maíz, leche y sus derivados.

---

<sup>1/</sup> Resumido de la monografía enviada por la Sección de Planeación de la Secretaría de Agricultura de Antioquia, con ocasión de la propuesta de unificar el servicio de información de precios y mercados. Julio 25/84.





Esta información se edita en un boletín anual en el que además se incluyen los precios de Medellín como principal centro de consumo y los precios a nivel mayorista de las principales ciudades del país suministrados mensualmente por las centrales de Abasto, estableciéndose diferencias en cuanto al comportamiento de los distintos mercados.

Igualmente, la Secretaría de Agricultura a manera de información recolecta los precios del ganado en los municipios donde se realizan estas ferias, para los siguientes productos: vaca parida, vaca horra, novilla de vientre, hembra de levante, macho de levante y novillo de cebo.

La recolección y procesamiento de la información es de tipo manual, contando para ello con personal de campo para su recolección y auxiliares en la sección de Estadística para su tabulación.

#### 11. SERVICIO DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS DE LA CENTRAL DE ABASTECIMIENTO DE MEDELLIN <sup>/1</sup>

Las Empresas Varias de Medellín en lo referente al mercadeo agropecuario han dotado de recursos tanto para instalaciones como para funcionamiento y mantenimiento a las plazas de mercado y a la Central de Abastos, y han montado una estructura de información que beneficia a la Empresa como soporte para sus estudios y proyectos, como también a los consumidores y al resto de usuarios.

La recolección de la información de precios se realiza en la Central de Abastos entre las 5 y las 7 de la mañana de lunes a sábado, para lo cual el Departamento de Mercadeo diseñó tres tipos de formularios.

---

<sup>/1</sup> Resumido de la monografía enviada por el Departamento de Mercadeo Mayorista de las Empresas Varias de Medellín, con relación a la propuesta de Unificar el Servicio de Información de Precios y Mercados. Agosto 2 de 1984.



El primero se refiere al informe diario de precios, en el cual se consignan por cada producto 4 precios tomados a diferentes mayoristas, se promedian y se anotan en un segundo formato de información de precios semanales por kilo y su tendencia porcentual de la semana presente con respecto a la anterior. Esta información se lleva a un tercer formato de carácter mensual, el que contiene los precios promedio por kilo, comparados con los del mes inmediatamente anterior.

A las anteriores estadísticas se les efectúa semanal y mensualmente algunos comentarios sobre tendencia por grupo de productos.

Los precios mayoristas comprenden un total de 83 productos, discriminados por grupos así: frutales (27), hortalizas (22), tubérculos (6), plátanos (6), granos (10), procesados (10) y 2 tipos de huevos.

Los precios promedios son publicados a través de reportes semanales y mensuales en los que se incluyen análisis, notas de coyuntura, tendencia y previsiones del mercado y las explicaciones del comportamiento del mismo. Estos aspectos son divulgados por los diferentes medios de comunicación a nivel municipal.

Los principales usuarios de los precios mayoristas de la Central de Abastos de Medellín son Cavasa en Cali y Corabastos en Bogotá, como también 21 entidades del sector agropecuario.

## 12. PROGRAMA DE INFORMACION DE PRECIOS AGRICOLAS DE SANTANDER<sup>/1</sup>

Este programa se inició en 1982 bajo la coordinación de la Bolsa Nacional Agropecuaria, el Comité de Cafeteros de Santander, la Cámara de Comercio de Bucaramanga y la Unidad Regional de Planificación Agropecuaria - URPA Santander.

---

<sup>/1</sup> Tomado de la comunicación enviada por la URPA de Santander en agosto 6 de 1984.



Los resultados obtenidos son remitidos a la Cámara de Comercio quien es la encargada de analizarlos y difundirlos a través de la radio y la prensa.

Con la colaboración del Comité de Cafeteros y de la URPA, la cobertura geográfica del programa se ha extendido a municipios muy representativos en la producción de bienes de consumo, tales como: Socorro, Málaga, San Gil, Barbosa, Coromoro, Lebrija, Barichará, Charalá, San Vicente y Florida Blanca.

Trimestral, semestral y anualmente se elaboran estudios completos sobre el comportamiento de los precios para los 38 productos, comparándose frente a similares períodos de años anteriores.

13. SERVICIO DE INFORMACION DE PRECIOS DE LA CORPORACION DE ABASTECIMIENTOS DEL VALLE DEL CAUCA S.A. - CAVASA <sup>/1</sup>

Desde el comienzo de las actividades de la Central Mayorista de Mercalipuerto, se estableció un servicio de Información de Precios.

La recolección de la información de precios mayoristas en Mercalipuerto, es efectuada por el Departamento de Mercadeo de la Corporación. Además de este tipo de información se llevan estadísticas sobre los precios al detal en las plazas de mercado de Cali y en los mercados móviles y el origen de los flujos de productos que llegan a la Central.

La toma de datos de los precios mayoristas para productos perecederos, se efectúa de lunes a martes y de jueves a viernes, realizándose tres observaciones por producto.

---

<sup>/1</sup> Resumen elaborado con base en la monografía enviada por CAVASA en septiembre de 1984, en ocasión de la propuesta de unificar el Servicio de Información de Precios y Mercados.



Cuando se dificulta la observación directa se consulta a los comerciantes. Esta información se consigna en un formulario especial, indicándose la hora de la toma de datos. Esta labor es efectuada por un solo funcionario.

Para la recolección de la información de granos y procesados se dispone de un funcionario, quien se encarga los días martes y viernes de llamar telefónicamente a tres comerciantes mayoristas de Mercalipuerto.

El procesamiento de los informes de recolección de datos es realizada por un auxiliar de precios el día martes de la semana siguiente. Se elabora el "informe semanal de precios al por mayor", en el cual se establece el promedio semanal tanto para el precio de la unidad comercial como del precio por libra. También presenta una columna con el precio de la semana en referencia y el precio de la semana anterior.

Sin embargo, la información no llega a los diferentes usuarios con la debida oportunidad, ya que mientras se realizan los cálculos, se elabora el stencil, se reproduce en mimeógrafo y se despacha por correo, se incurre en dos días más de mora, de modo que los informes de precios de una semana salen a difusión el día jueves de la semana siguiente.

Los productos se hayan agrupados en 4 grupos así: hortalizas y legumbres (21 productos), tubérculos (7 productos), frutales (24 productos) y, granos y procesados (18 productos), para un total de 70 - productos investigados.

Los usuarios del boletín son muy limitados, centralizándose la mayor parte en Cali y algunas pocas entidades en Bogotá y Medellín.





El informe tanto de precios al por mayor en Mercalipuerto como de precios al detal en plaza de mercado y mercados móviles, se produce semanalmente, y el informe sobre el origen de los flujos de carga tiene una periodicidad mensual.

El sistema de operación es manual con el auxilio de máquinas calculadoras y de un micro computador (NEC -8800). La realización del trabajo es efectuado solamente por un estadígrafo, dos auxiliares y una secretaria.



#### IV. PROPUESTA DE UNIFICACION Y AMPLIACION DEL SERVICIO DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS

El análisis de cada uno de los servicios de información de precios y mercados existentes en las diferentes entidades, permite concluir que son deficientes ya que no tienen un carácter unificado; cada servicio individualmente está dirigido a atender intereses particulares de las entidades promotoras; los niveles de la comercialización que cubren son selectivos, ya sea a productores, mayoristas o detallistas y por el número de productos periódicamente cubiertos por el sistema.

Igualmente, los servicios de información existentes en su gran mayoría no contemplan información relacionada con volúmenes y pronósticos de cosechas en forma adecuada y no efectúan estudios por productos de carácter regional o nacional.

De otra parte, no se observan los mecanismos de coordinación para una difusión masiva y es evidente la multiplicidad de esfuerzos, toda vez que las diversas entidades dedicadas a producir este tipo de información recogen los datos estadísticos a los mismos niveles, durante los mismos días, en los mismos mercados y con productos similares.

En consecuencia, es notable la ausencia de un sistema nacional que atienda las necesidades de todos los participantes en el proceso de comercialización.

Frente a la situación anotada, se requiere organizar a nivel institucional los diferentes sistemas de información de precios y mercados de productos agropecuarios, los cuales necesitan de una integración a fin de convertir el servicio en una verdadera herramienta de apoyo tanto a los participantes en el proceso de la comercialización agropecuaria como al Gobierno en la formulación de las políticas. Para ello es



indispensable crear los mecanismos adecuados para que el servicio de información de precios y mercados cumpla con la función de regular las fuerzas de oferta y demanda.

#### 1. OBJETIVOS:

El planteamiento de un servicio de información de precios y mercados unificado de carácter nacional debe cumplir los siguientes objetivos:

- Unificación de las metodologías en función de las exigencias mínimas de carácter técnico estadístico.

El logro de este objetivo permitiría tener confianza en la calidad de los datos y consecuentemente los análisis y decisiones que se tomen con base en las estadísticas proporcionarían la utilidad esperada.

- Centralizar toda la información que se encuentra dispersa, con el fin de eliminar duplicidad de esfuerzos y hacer análisis integrales y de mayor cobertura frente a la problemática de la comercialización agropecuaria.

- Proporcionarle al Estado y a los participantes en el proceso de comercialización una herramienta adecuada para el estudio y solución de los problemas inherentes al mismo

#### 2. USUARIOS:

El servicio de información de precios y mercados debe llegar a todos los participantes en el proceso de comercialización tanto rural como mayorista y detallista, de manera que permita:

- A los productores agrícolas conocer cuándo, cuánto y dónde vender y el precio probable que recibirán.



- A las industrias conocer el volumen de la producción por zonas, el comportamiento de los precios en cada mercado y la evolución estacional de cada producto.
- A los comerciantes mayoristas y detallistas conocer los precios vigentes en los diferentes mercados y los volúmenes comercializados en cada uno de ellos.
- A los consumidores conocer los lugares y momentos más convenientes para poder comprar.
- A las entidades públicas conocer la realidad y evolución de los mercados y sus déficits o superávits para diseñar políticas de abastecimiento y precios.

### 3. PRODUCTOS DEL SISTEMA

Un servicio nacional de información de precios y mercados debe contemplar en una primera fase un mínimo de productos básicos de la economía agraria nacional ya sean granos o perecederos, seleccionados en función de los ingresos de los productores y del peso relativo en la canasta familiar o de otros criterios. Lo fundamental es que el número de productos de la fase inicial no sea tan grande que haga inoperante el sistema.

El servicio deberá cubrir una amplia variedad de aspectos, tales como:

- Series estadísticas de precios de los principales productos agropecuarios en los diferentes niveles del proceso de mercadeo.
- Análisis estadísticos de los precios.
- Análisis y pronósticos de la producción.
- Evolución de los mercados internos y externos.
- Análisis de tendencia, ciclos y estacionalidad
- Estudios de oferta y demanda.





#### 4. PERIODICIDAD:

El servicio de información de precios y mercados deberá emitir boletines mensuales por productos sobre series y análisis estadísticos de precios, boletines semestrales referentes a análisis y pronósticos de producción y de evolución de los mercados internos y externos.

Anualmente emitiría los análisis de tendencia, ciclo, estacionalidad y estudios de oferta y demanda.

#### 5. MEDIOS DE DIFUSION:

Una vez compilada la información de precios y mercados, el servicio deberá divulgarla, utilizando los mejores canales para hacerla llegar a todos los participantes en el proceso de comercialización.

La divulgación de la información será propagada por los diferentes medios de comunicación, tales como informes radiales, programas especializados de la televisión, revistas de las agremiaciones y, páginas y suplementos especializados de los periódicos.

También podrán emplearse otros medios de propagación como las cooperativas y organizaciones de productores para hacer llegar la información a los productores, y las cadenas detallistas se encargarían de dar a conocer estos informes a los consumidores.

#### 6. CENTRALIZACION DEL SERVICIO EN EL MINISTERIO DE AGRICULTURA

Para que el servicio de información de precios y mercados sea un sistema efectivo de noticias y dado el gran número de entidades que independientemente vienen produciendo estos informes, es de vital importancia definir la entidad y organismo que se encargará de centralizar



las actividades y a mantener en funcionamiento el servicio nacional de información de precios y mercados, sin desaprovechar los recursos físicos y humanos de las instituciones relacionadas con el sector agropecuario y que en la actualidad están prestando el servicio.

Al respecto, se considera que siendo el Ministerio de Agricultura rector y principal gestor de las políticas agropecuarias y por la labor que ha venido desarrollando desde hace algunos años en la centralización de la información estadística relativa al sector agropecuario, sería la entidad responsable de coordinar y poner en marcha el Servicio Nacional de Información de Precios y Mercados.

El servicio estaría constituido por una Unidad Central de Información dirigida por el Ministerio de Agricultura y Centros Satélites (sub-centros) constituidos por los servicios de información que operan en las diferentes entidades.

Como primer paso, la Unidad Central deberá integrar todos los servicios, pero sin que ellos desaparezcan, para unificar las diferentes variables en términos de metodologías, productos, periodicidad, coberturas, etc. y producir resultados o listados de precios unificados de acuerdo a la mejor fuente y que sean de utilidad a los diversos usuarios.

En el mediano y largo plazo, los servicios que vienen operando y otros que se creen obtendrían la información básica, la difundirían al interior de sus entidades y los resultados los canalizarían hacia la Unidad Central Receptora (Ministerio de Agricultura), con lo cual se lograría finalmente reemplazar muchos de los análisis que vienen realizando individualmente.

Finalmente, es de gran importancia definir qué productos se desean obtener del servicio unificado, con el fin de precisar las variables que se le deben entregar al sistema para facilitar la labor de diseño, montaje de programa y presentación de resultados.



## 7. VIABILIDAD TÉCNICA Y ECONÓMICA

Para que el servicio de información de precios y mercados cumpla con los objetivos planteados, deberá considerarse los recursos técnicos y humanos necesarios para su operación, lo mismo que el presupuesto de funcionamiento a mediano y largo plazo.

La tarea inmediata una vez definidas las características del servicio unificado, es proceder a calificar los requerimientos de orden técnico y operativo, con el fin de determinar la forma como se atenderán desde el Ministerio de Agricultura y de cada uno de los servicios actuales.





COLECCION ESPECIAL  
NO SAU 3111 BIBLIOTECA  
HC 11A





