

## **INFORME DE EVALUACIÓN DE SIMA COLOMBIA**

### **Resumen Ejecutivo**

La visita al Sistema de Información de Precios del Sector Agropecuario, SIPSA, de Colombia, se ejecutó en varias oportunidades entre el 2005 y el 2006; la última en febrero 2006.

#### **15.1--Evolución y estado actual de SIPSA.**

El servicio informativo de precios y mercados de Colombia se inició en 1966 bajo el liderazgo del Ministerio de Agricultura y la operación del Instituto de Mercadeo Agropecuario, IDEMA. En sus inicios afrontó limitantes técnicos, especialmente en la comunicación. Desde entonces, y durante 40 años, el Sima ha operado con altibajos, pero evolucionando y con el auspicio del Ministerio de Agricultura de Colombia. A inicios del 90 el Ministerio contrató la operación del SIMA con la Asociación Colombiana de Centrales de Abastos, Acoabastos, que lo llevó hasta 1995.

A partir de 1996 el Ministerio entregó la responsabilidad a la Corporación Colombia Internacional, CCI, que lo lleva hasta el presente. Ésta es una entidad de capital gubernamental pero operativamente enmarcada en el derecho privado, con autonomía y responsabilidades orientadas al fomento de las exportaciones del agro colombiano.

Con la CCI el servicio se denomina “Sistema de Información de Precios del Sector Agropecuario –SIPSA-”, en estos 10 años el sistema ha evolucionado de manera considerable, tanto en cubrimiento de productos como en lo geográfico, abarcando la mayor parte de la cadena alimentaria del país. Tiene alianzas con entidades territoriales de Representatividad Política (Gobernaciones, Municipalidades) y Económica (entre otras, las Centrales de Abasto, que son la red de mercados mayoristas modernos del país).

En las alianzas, las entidades regionales cooperan con la logística (oficinas, equipos), a veces algún personal, pero lo más importante es la vinculación regional al sistema, y su apoyo en la difusión local. SIPSA aporta la metodología y estrategia operativa, la capacitación y la mayor parte del personal técnico, en especial los reporteros.

Ver en el Anexo No 15.1 la estructura funcional de SIMA Colombia (SIPSA).

El Sistema tiene una cobertura nacional en 19 de los 32 departamentos del país. Opera en 61 mercados, entre mayoristas y de acopio (mercados de origen, mercados regionales o de primer comprador), divididos en seis regionales.

Cuenta con 55 personas, entre Reporteros, Ingenieros, Analistas, en incluso publicistas y diseñadores que apoyan los formatos de divulgación impresa y electrónica.

#### **15.2—El desarrollo operativo de SIMA Colombia (SIPSA).**

##### **15.2.1-- Fase 1: Toma de datos.**

Cuenta con manuales operativos, lo más acabados son los de cómputo, también hay una cartilla de control de calidad de los datos.

##### **a.--Rubros y puntos de información. Precios mayoristas.**

Los precios mayoristas se toman en los principales mercados del país o mercados terminales y en mercados regionales o mercados de origen.

Se reporta sobre 803 rubros, incluyendo los tipos, variedades y calidades de frutas, hortalizas, tubérculos y raíces, granos, lácteos, cárnicos y procesados.

#### **b.--Precios al productor**

No se reportan estos datos; el Banco de La República (Banco Central), registra esa información sin realizar toma directa de datos, solo acudiendo a fuentes secundarias y su proceso; una de ellas es SIPSA, precios mayoristas.

#### **c.--Precios en mercados regionales o “de acopio”.**

Se toman datos en varios mercados de origen, que el Sistema reúne y difunde junto con los datos de “mercados mayoristas”, aspecto que debe ser revisado en su método.

#### **d.--Precios en industria.**

SIPSA aun no recoge datos de precios de productos agropecuarios comprados por la industria, pero en sus planes está incorporarlos.

#### **e.--Precios del mercado externo.**

Se registran los precios de algunos productos de intercambio con países vecinos, como Venezuela y Ecuador. También, en ocasiones se hacen estudios de costos y competitividad de productos que ingresan o salen de los dos países.

En el proyecto SIPSA no hay registro de precios internacionales en otros destinos (EEUU, Europa, Canadá, etc.), que es una función de otras fuentes, entre ellas la propia Corporación Colombia Internacional, CCI, bajo programas distintos al de SIPSA.

#### **f.--Volúmenes transados.**

Hasta el año 2005 el sistema no realizaba captación de volúmenes de productos comercializados en los mercados mayoristas, pero esa labor ha iniciado desde esa fecha, con algunas dificultades debido a la carencia de registros en la movilización de carga agrícola.

#### **g.--Precios de insumos agropecuarios.**

SIPSA informa sobre el precio de venta de insumos en 140 mercados del país para 700 ítems de agroquímicos. También en 5 mercados de frontera con países vecinos. También precios de empaques, el jornal agropecuario, servicios públicos, fletes, el arriendo de la tierra y otros.

#### **h.—Información de la oferta agropecuaria.**

Comenzó en 2006, mediante acuerdo con el Ministerio de Agricultura; suministra información de coyuntura al sector agropecuario colombiano (evaluación y pronóstico de oferta agropecuaria), teniendo como base de investigación las variables de área, producción y rendimiento de la actividad agropecuaria a nivel nacional, departamental y municipal.

#### **i.—Productos pesqueros.**

Esta información es reciente, por acuerdo con el Instituto Colombiano de Desarrollo Rural, Incoder. Rinde información semanal de precios de los pescados y mariscos en 28 mercados del país.

#### **j.—Inteligencia de mercados.**

Este módulo informativo no está bajo responsabilidad directa de SIPSA, pero hace parte del sistema informativo pactado entre el Ministerio de Agricultura y la Corporación Colombia Internacional, CCI. Es de gran importancia como complemento de SIPSA, y aparece en el Portal de la CCI, al igual que en el Ministerio de Agricultura.

Fortalece la información, investigación y seguimiento de los mercados promisorios y los escenarios futuros estratégicos para el desarrollo y la reactivación del sector agroalimentario nacional.

#### **15.2.2--Fase 2: Procesamiento y agregación de valor a los datos.**

El Reportero toma los datos, los somete a revisión e ingresa al *software* especialmente diseñado para el Sistema; hay computadores en todas las oficinas de campo. Hay nuevos controles en otras fases del proceso, antes de estar disponibles a hora temprana cada día.

Es software de fácil manejo, diseñado en un ambiente amigable. Se cuenta con los manuales del usuario para cada una de las aplicaciones.

#### **15.2.3--Fase 3: divulgación de los datos.**

##### **a).-- Tipo de información.**

Se difunden precios de venta mayorista y el análisis de su comportamiento; igualmente los precios pagados en mercados de origen (centros de acopio y mercados del “primer comprador” –pero no son precios en finca-).

##### **b).-- La información difundida.**

Se difunden precios mayoristas de 13 mercados mayoristas y precios de venta en otros 80 mercados de importancia regional. Se producen boletines cuantitativos diarios y semanales, así como boletines diarios y semanales con información cualitativa acompañada de excelentes comentarios que entregan resúmenes, tendencias y situaciones del mercado.

Se hacen análisis del comportamiento histórico de los precios y de estacionalidad de algunos productos, que se publican con alguna periodicidad.

Los boletines registran un formato preparado por un experto, mostrando condiciones de buen acceso al lector. En las diferentes regiones se produce un boletín especial dirigido a los periódicos locales con precios y análisis del comportamiento de la comercialización para el área de influencia regional, además del resumen nacional.

Los instrumentos de difusión son los boletines impresos, boletines para la Web y medios audiovisuales. De manera específica, la información se publica de la siguiente manera:

#### **Precios, comentarios y coyuntura de mercados.**

##### **b.1)—Boletín diario de precios mayoristas.**

Reporta precios de los principales mercados del país.

**b.2)—Boletines semanales de precios.**

Es un consolidado semanal de los precios, acompañados por comentarios cualitativos sobre los hechos destacados de la semana, un ejercicio analítico en la sección titulada “informe de seguimiento” y las cifras reportadas por las ferias y subastas ganaderas de mayor importancia.

**b.3).—Boletín mensual de precios.**

Es una síntesis de los precios mensuales de los principales mercados del país, más el promedio de los meses anteriores en lo corrido del año.

**b.4).—Comentario diario.**

Es un boletín corto pero ágil y completo que refleja los hechos de mercado más sobresalientes, presentados con el acostumbrado carácter técnico-periodístico de todos los mensajes de SIPSA.

**b.5).—Boletín semanal.**

Se denomina “SIPSA Semanal” y entrega “Informes de Coyuntura” e “Informe de Seguimiento”. Son boletines muy completos, con precios promedios semanales e indicación de la tendencia frente a la anterior semana. Inserta curvas de precios con los promedios de las últimas 5 semanas. Es muy importante el conjunto de comentarios que hace sobre la situación de oferta y la comercialización de cada producto.

Documentos bien estructurados, de fácil lectura y sentido periodístico, que demuestran la mano de comunicadores sociales amigable para todo público, sin perder el rigor técnico; tienen una extensión superior a 40 páginas y son verdaderos estudios de coyuntura semanal, en formato PDF disponible en la Web.

**b.6).—Informe mensual de prensa.**

Es una síntesis mensual bien lograda de los hechos de precios y mercados de los principales productos que reporta SIPSA. Resume datos y agrega comentarios, con el mismo método de enfoque periodístico-técnico.

**b.7).—Volúmenes ingresados a los mercados.**

Informe mensual de los ingresos de alimentos a 9 Centrales Mayoristas de Colombia. Boletines con información y análisis muy dinámicos sobre el tema del abastecimiento, la procedencia, etc., de gran utilidad para los analistas.

**b.8) Boletines de ferias ganaderas.**

Información semanal sobre precios, volúmenes y subastas o mercados ganaderos del país.

**b.9) Boletines mensuales de insumos agrícolas.**

Boletín muy completo y extenso (más de 60 páginas), con análisis comparativos de precios y oferta de insumos en diferentes regiones del país. Añade costos de producción de algunos productos agrícolas, con análisis comparativo de los costos por regiones.

**Informes del sistema de inteligencia de mercados.**

No hace parte de SIPSA, pero sí de un convenio del Ministerio de Agricultura y la CCI, que complementa y agrega valor al sistema informativo.

**b.10).—Monitoreo internacional.**

Estudios de mercado y comercialización por producto, cortos y resumidos con el carácter de monitoreo, o sea el estado del producto en el momento. Es el resultado de amplia experiencia de la CCI en este tipo de investigaciones.

**b.11).-- Noticieros.**

Publicación mensual con noticias nacionales e internacionales de importancia para el sector agroalimentario. Información sobre eventos comerciales o científicos del sector y resúmenes de precios internacionales agrícolas.

En el Portal de la CCI había 81 documentos de este tenor, a diciembre del 2005.

**b.12).—Precios internacionales.**

Publicación mensual de la CCI con precios internacionales en los principales mercados para diferentes productos agroalimentarios

La Web de la CCI tenía 79 boletines (fines del 2005), la mayoría con precios internacionales y con estudios de mercado, resumidos pero con suficiencia para orientar a los usuarios del servicio.

**b.13).—Perfil de producto.**

Comprende análisis sobre producción, cosecha y post cosecha, normas técnicas y comercio de productos específicos

En la Web había 42 estudios disponibles.

**b.14).—Perfil de mercado.**

Contiene el análisis de los sistemas de distribución y del comportamiento de los mercados internacionales, que podrán ser el potencial destino de los productos agroalimentarios colombianos

En la Web había 27 estudios de este tenor.

**b.15).— Monitoreo de mercados.**

Es un proceso de trabajo orientado a la identificación de oportunidades de mercado para productos hortofrutícolas colombianos y en la promoción del sector exportador, actividades que la Corporación Colombia Internacional viene adelantando desde su creación.

En la Web había 13 estudios de este monitoreo.

**b.16).—Otra información.**

Con la reestructuración de la Web de la CCI a inicios del 2006 estaba en proceso la incorporación otras formas de entrega de datos, como búsqueda de precios nacionales (acceso dinámico a la base de datos, bajo los requerimientos del usuario), Noticias, Exportagros (ámbito nacional e internacional), información de tarifas y otros.

**c).-- Medios y métodos de difusión.**

La información del SIPSA se publica diariamente en la página Web de la Corporación Colombia Internacional, CCI, y también mediante suscripción por correo electrónico.

El boletín diario es enviado también vía fax y el semanal por correo postal, a algunos suscriptores que no tienen Internet.

A inicios del 2006, el boletín diario vía Internet llegaba a 154 usuarios y del boletín semanal a 1.581; del boletín semanal se imprimen un poco más de 1.100 copias. Toda persona que entre a la Web encuentra la información disponible, en formato PDF.

La divulgación de los precios y noticias de mercado se realizan no sólo vía Bogotá, sino también por intermedio de todas las regionales de SIPSA que tienen contacto directo y regular con los medios radiales e impresos. La divulgación se apoya en la Red Nacional de Corresponsales del SIPSA y las redes regionales que trabajan con los medios regionales y locales, sirviendo a las provincias más apartadas, y son prioridad del Sistema. Se asegura una cobertura nacional y regional contando con medios impresos, emisoras nacionales, regionales y comunitarias y el acceso constante a canales de televisiones nacionales regionales y locales.

Para cubrir la población objetivo de pequeños productores y agentes comerciales, SIPSA realiza talleres de capacitación sobre el uso de la información comercial, buscando replicadores y agentes difusores. Los talleres cuentan con el apoyo regional como las Secretarías de Agricultura Departamentales; las universidades, centros de estudio regionales, municipios y otros.

Se resalta en la difusión:

- **La Web de SIPSA**

Se publica en el Portal Internet de la Corporación Colombia Internacional, [www.cci.org.co](http://www.cci.org.co). El Ministerio de Agricultura también introduce la información en: [www.mainagricultura.gov.co](http://www.mainagricultura.gov.co). Hay archivos PDF y se ofrecen las herramientas para acceder a ellos.

Es un Portal moderno y de ajuste permanente, que consulta al usuario.

- **Radioemisoras.**

En SIPSA los Reporteros de precios preparan boletines especiales para la radio y “salen al aire” con su voz en la madrugada atendiendo las demandas de importantes cadenas radiales del país. Hay redes regionales de corresponsales que se conectan a diario con emisoras comerciales, regionales y comunitarias. Se ha ganado importante espacio y apoyo radial voluntario.

- **TV.**

SIPSA tiene presencia en la televisión regional y especializada, pero también en importantes programas de audiencia nacional, interesados en difundir como servicio a la comunidad, sin costo.

- **Prensa.**

SIPSA genera boletines especializados para la prensa escrita, con orientación nacional y regional. Son publicaciones diarias sin costo, destacadas y ocupando el mismo espacio; igualmente resúmenes semanales.

- **Reproducción de la información de SIPSA**

Diversas entidades reproducen la información del SIPSA comenzando por las Secretarías de Agricultura de los gobiernos departamentales y las oficinas de apoyo

a la agricultura en los municipios (Unidades Municipales de Asistencia Técnica-UMATA-, cerca de 900 en el país).

### **15.3--Resumen.**

El Sistema de Información de Precios del Sector Agropecuario, SIPSA, del Ministerio de Agricultura de Colombia inició en 1966 y es ejecutado por la Corporación Colombia Internacional, CCI, desde 1996 bajo contrato con el Ministerio.

El SIPSA es un importante programa de información de precios y mercados de Colombia, con años de evolución y logros que denotan madurez y una experiencia que sigue enriqueciéndose. En el presente, es un sistema informativo que puede servir de modelo y guía para otros sistemas informativos en diversos países de América.

La operación del Servicio Informativo hace parte de un plan de desarrollo del sistema estructurado por etapas, a saber:

- Etapa 1 de varios años, sólo los precios mayoristas (1966 al 2001 y continúa al presente).
- Incorporación de los insumos agropecuarios (desde el 2001)
- Información sobre abastecimiento de productos (inicio en 2006).
- El estado de la oferta de los productos (encuestas rurales y desarrollo de cultivos, costos de producción y otras variables). Inicia en 2006.
- Precios en nuevos canales de comercialización: de compra por las grandes cadenas de distribución; de compra en las industrias, mataderos y frigoríficos; de venta en empresas de transformación, como molinos, mataderos, etc. (Comenzando en 2006).
- Análisis e inteligencia de mercados internos y externos (bajo otros convenios anexos al de SIPSA).

En el sector agropecuario colombiano, y bajo el liderazgo principal del Ministerio de Agricultura, hay una serie de Proyectos que tienen relación con la información rural, como: el propio SIPSA, la encuesta rural del estado de la producción; el programa de cadenas productivas; el observatorio de agrocadenas productivas, etc. Lo cual conforma una "riqueza informativa", aunque también hay peligro de duplicación de tareas, dispersión de recursos y anarquía informativa, y por lo tanto ineficacia. Las encuestas de evaluación, más las comprobaciones de los usuarios de la información han concluido en que hay diversos sectores de la vida rural que se sienten mal informados, comenzando por los profesionales del agro, los investigadores y, en general, la elite del país. Será fácil imaginar qué opinarán por su parte los productores y otros agentes de la cadena alimentaria nacional que tradicionalmente están mal informados.

El Ministerio de Agricultura conoce esta realidad e intenta buscar una solución; una de las iniciativas se sustenta en el nuevo Programa AGRONET, que tiene una estrategia orientada a intensificar de diseminación de la información.

Otra parte de la estrategia informativa sería la de centralizar la toma de datos, el procesamiento y la primera difusión en una entidad especializada y que demuestre eficiencia, como ocurre en el presente cuando el Ministerio otorga mayores responsabilidades a la CCI para el desarrollo de módulos informativos que cubren la

cadena productiva, en sus componentes de oferta, la demanda, los precios y las funciones comerciales que conectan la producción con el consumo.

Al contrario de otros Simas, el SIPSA no se ha comprometido con el reporte de precios al productor, ni al consumidor, y se limita a los precios mayoristas en grandes mercados y en mercados regionales. Ello puede ser una buena decisión, al evitar la dispersión en demasiados niveles de precios; en cambio, SIPSA incorpora otras variables que agregan valor a la información de precios, en la variable “**mercados**”, y son: los comentarios, las tendencias y el estado de la oferta y la demanda, las influencias del clima y las estaciones de oferta por regiones, etc.

SIPSA disemina los datos, tanto por el Website como por medios tradicionales como la radio, la TV, la prensa, el Fax y los boletines impresos asumiendo costos en la reproducción y en la entrega por correo, en los últimos. Se han dedicado recursos y esfuerzos en eventos regionales de capacitación a fin de preparar a técnicos y directivos de organizaciones rurales y microempresariales que actúen como replicadores de la información.

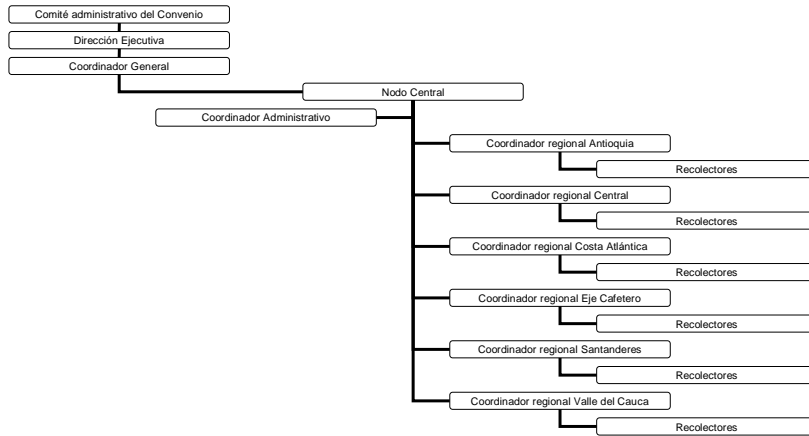
Es destacable que los reporteros de mercado participen como difusores de los datos en horas la madrugada, en la misma jornada de toma de datos, entregando a voz las noticias frescas de los precios. Es una fortaleza que el sistema genere boletines especiales para radio, prensa y TV, y efectivamente los medios agradecen esa colaboración colocando las noticias de SIPSA en un lugar destacado.

SIPSA realiza investigaciones sobre precios y costos de intercambio entre países vecinos, para rubros de comercio recíproco; es un trabajo valioso para la toma de decisiones de comercio regional. Es una tarea muy poco observada en otros SIMAs. También es útil la metodología aplicada para este tipo de información, que no se limita a la simple cotización del precio en una lista de mercados, sino que calcula los costos que deben asumir el importador o el exportador para acceder al mercado de destino, incluyendo los márgenes de beneficio de los agentes comerciales.



## Anexo 15.1 Estructura Funcional de Sima Colombia (SIPSA).

# Estructura organizacional del SIPSA



**Anexo 15.1A Organigrama del organismo ejecutor del SIPSA: Corporación Colombia Internacional, CCI.**

**Estructura Organizacional  
Corporación Colombia Internacional**

