

INFORME DE EVALUACIÓN DE SIMA URUGUAY

Resumen Ejecutivo

La visita al Sistema de Información de Mercados Agrícolas, SIMA, de Uruguay, fue desarrollada entre el 24 y el 30 de marzo de 2006.

19.1--Evolución y estado actual del sistema informativo de precios y mercados de Uruguay.

En el Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca, MGAP, comparten la función de información de precios y mercados la Oficina de Programación y Política Agropecuaria, OPYPA, y la Dirección de Estadísticas Agropecuarias, DIEA.

OPYPA es la oficina asesora del ministerio encargada de los estudios básicos para la definición de las políticas sectoriales y otros indicadores del sector agropecuario. La DIEA es también oficina asesora de primer orden en el ministerio, y es responsable de generar la información sobre áreas cultivadas, estado de los cultivos y situaciones que afectan la oferta alimentaria, para lo cual tiene acuerdos de cooperación con el Instituto Nacional de estadísticas, INE. De esta manera, OPYPA y la DIEA canalizan el conjunto informativo de la producción y de la comercialización, cerrando el círculo de oferta y demanda de los alimentos.

No hay en el MGAP una dependencia encargada de la información de Mercados, información que es insumo importante para las responsabilidades de OPYPA y la DIEA, y tienen mecanismos para obtenerla, como se verá en los puntos que siguen. Ver estructura funcional en el anexo No 10.1.

Estado actual del SIMA.

Las dos dependencias del MGAP: OPYPA, y la, DIEA, llevan a cabo responsabilidades en información de precios y mercados sólo de manera indirecta, ya que las actividades de toma de datos, su procesamiento y difusión, en los diferentes grupos de bienes, son ejecutadas por otras entidades. Estos grupos son: 1) Productos de la granja: las frutas, hortalizas y otros menores, 2) el ganado (mayor y menor), carnes y derivados; 3) lanas y 4) lácteos.

En la función informativa de frutas y hortalizas, el MGAP/ DIEA-OPYPA se limitan a entrar a la Web del Mercado Modelo de Montevideo para tomar los datos de precios y volúmenes publicados por ese mercado, datos que utiliza para trabajo interno y para contribuir con alguna difusión, ya que la diseminación de los precios es responsabilidad del Mercado Modelo.

19.2 - El desarrollo de SIMA Uruguay.

La información de precios y mercados en Uruguay se caracteriza por una notoria dispersión en los sistemas informativos, tanto en los métodos de toma de los datos como en la difusión. Hay varios sistemas informativos que no se interrelacionan. No hay un ente coordinador ni un esfuerzo orientado a conseguir el objetivo más importante de un sistema de información de mercados: la difusión, con énfasis en los sectores rurales más atrasados y que más requieren de la buena información.

19.2.1--Fase 1: Toma de datos.

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

Frutas y hortalizas.

Los precios y volúmenes se reportan por medio del Mercado Modelo de Montevideo (Comisión Administradora del Mercado Modelo), que es el más representativo de la comercialización de frutas, hortalizas y tubérculos, con cerca del 50% de la distribución del país. Labor que cumple desde hace 3 décadas.

Hasta el año 2005, el MGAP también tomaba precios de frutas y hortalizas, por intermedio de la Junta Nacional de la Granja, Junagra, dependencia del Ministerio responsable del fomento de los cultivos de la granja, como las frutas, hortalizas, miel, procesados artesanales y otras actividades propias de pequeños y medianos productores. Desde esa fecha se retiró la Junagra y el trabajo siguió en manos del Mercado Modelo, aunque se sigue contando con la participación de un reportero de mercados de Junagra que apoya la toma de datos.

La información es obtenida por dos reporteros en la madrugada (Ingenieros Agrónomos con buena experiencia), quienes depuran los datos antes de pasarlos a la base de datos, momento en que el Coordinador de Comercialización del Mercado hace un segundo control de calidad, antes de entregarlos al digitador que los introduce a la base de datos y a la Web.

Ganado y carnes.

Ganado: En Uruguay se dispone de muy buenas subastas de ganado (bovino, ovino, equino), tanto de presencia física del ganado y operadores, como mediante video y una nueva subasta por Internet (negocios Online). Esta última se considera como una de las subastas más avanzadas del Cono Sur y ya negocia el 25% del ganado en pie que se comercializa en el país. Todas estas empresas rinden una excelente información al público indicando el número de cabezas vendidas y los precios mínimo, máximo y promedio. El usuario accede a los datos por diversos medios: Internet, prensa, radio. El MGAP capta los datos para sus análisis y publicaciones, pero no los difunde en su Web porque la difusión ha sido realizada por las fuentes que la generan, como mayor eficiencia.

Carnes: Son tomados por el Instituto Nacional de Carnes, INAC, entidad mixta especializada en el fomento de la calidad de la carne (de todas las especies), de las exportaciones y del mercado interno. Es un organismo moderno, de elevado prestigio que genera una excelente información de precios y volúmenes de sacrificio según establecimientos; igualmente sobre exportaciones o importaciones, y todas las actividades conexas. También informa sobre el precio del ganado en pie tomando como fuente las subastas y otras fuentes fidedignas.

INAC recibe la información de los mataderos frigoríficos que le suministran datos veraces y oportunos sobre ganado faenado, las exportaciones, el mercado interno, los precios etc. También es una fuente de información sobre la comercialización del ganado (a la cual acude INAC), un programa del MGAP de registro de la circulación del ganado llamado "Dirección de Contraloría Semovientes"-Dicose-, el cual exige a todo productor que vende animales el llenado de una guía obligatoria con el registro de la operación. Es una fuente importante de información en inicio, aún sin un cubrimiento masivo, pero que espera consolidarse en el futuro próximo.

Los precios del ganado para carne se cotizan por 2 métodos: a) “al pié”, o sea el precio por Kilo en pié; 2) “al rendimiento”, donde se vende la carne a un precio definido, pero la cantidad se determina una vez que la res sea procesada en el matadero. Ambas se conocen también como cotización de “primera pesa” (animal pie) o de “segunda pesa” (animal faenado), según rendimiento en carne. INAC informa sobre el rendimiento medio en carne de todo tipo de ganado faenado, los volúmenes y los precios resultantes.

Granos.

Es una responsabilidad principal de la Cámara Mercantil de Productos del País. Es una entidad gremial que promueve la producción y comercialización agroindustrial en el país, con varias décadas de evolución y experiencia. Cuenta con las “Comisiones de Información de Precios” que reportan sobre precios, mercados, volúmenes de exportación de lanas sucias, lavadas y *tops*; ganado; cereales; oleaginosos; forrajes y raciones balanceadas; cueros ovinos y vacunos; semillas, harinas, y productos agroalimentarios en general. Sus boletines también difunden los precios de frutas, hortalizas (fuente en el Mercado Modelo).

El MGAP- DIEA recibe de la Cámara la información sobre granos y otros productos, con fines estadísticos y de publicación en boletines mensuales y anuales. Igualmente para la preparación de los estudios de situación que se publican en los “Anuarios” de Opya.

b.--Precios al productor.

No se toman de manera frecuente en los grupos de frutas y hortalizas, excepto en estudios puntuales.

En ganado, las subastas especifican el lugar de entrega del ganado y con ello puede obtenerse el dato del precio, de manera indirecta. Si se vende por medio de un comisionista, se conoce cual es la comisión y puede deducirse el precio neto para el ganadero. En las subastas por video se especifica la entrega en la finca (casi el 100% de los casos), lo cual deja claro el precio del productor (sólo se debe deducir el margen de la subasta, para conocer el precio neto al productor).

En las ventas de ganado gordo o de descarte a los mataderos frigoríficos es muy relevante la venta directa del productor a la industria, lo cual permite conocer el precio al productor, sea en pie o “al rendimiento” en carne, datos que obtiene y difunde de manera conveniente INAC.

INAC reporta los precios de las diversas categorías de ganado vendido para carne, con datos de negociaciones de ganado puesto en frigorífico o el ganado entregado en la hacienda (chacra). Especifica los % negociados con fletes o sin fletes, igualmente el % de negociaciones al día o a plazos. Son informaciones semanales.

En los granos, oleaginosas, lanas, ganados, la Cámara Mercantil de Productos del País es también fuente informadora de los precios al productor, aunque no bajo un programa especial de información al productor, sino cuando especifica los casos donde los productores realizan negociaciones con los canales de comercio o la industria.

c.-- Precios de minorista/consumidor.

No se registran estos datos en el Ministerio, que son tomados por el INE, para fines del índice de cálculo de costo de vida.

d.-- Precios del mercado externo.

En frutas y hortalizas no se registran. En ganado y carnes, la información es tomada de fuentes internacionales por el INAC y por los frigoríficos y empresas de exportación. El Uruguay es importante exportador de ganado, carnes, lanas, cueros y otros derivados, por lo tanto es generador e informador de precios internacionales. El Secretariado Uruguayo de la Lana, SUL, es importante fuente de información en este rubro. INAC entrega información histórica y actualizada sobre todas las variables de exportación de carne y derivados, en precios, volúmenes, países de destinos, volúmenes y valores por exportador y otros.

En granos, el informador es la Cámara Mercantil de Productos del País, con fuente en los gremios y asociaciones de consignatarios, y las organizaciones de productores. También las Bolsas de Buenos Aires y los grandes exportadores.

e.-- Volúmenes transados.

Se registran volúmenes de frutas y hortalizas ingresados al Mercado Modelo de Montevideo, a cargo del propio Mercado, junto con la toma de precios diarios. Inició en 1992, empleando la guía de carga que entrega el camionero al ingresar al mercado. La administración del Mercado suministra a los camioneros guías en blanco, que han sido ajustadas y facilitan su llenado por todo público.

En ganado, carne, lanas y subproductos se registran los volúmenes transados con bastante precisión, en todas las especies, tipos de ganado y cortes, incluso los datos de rendimientos de ganado en carne al ser sacrificado. En las transacciones de granos no hay registro completo de volúmenes, por lo que este dato no se cuenta, sólo el precio.

f.--Precios de insumos agropecuarios.

Hay varias fuentes, especialmente la Cámara Mercantil de Productos del País. Los datos son recibidos por el MGAP- DIEA con fines estadísticos y para publicación en los anuarios de OPYPA. También se registra el precio de la maquinaria agrícola. Hay una importante información actualizada sobre el precio de la tierra transada en diversas regiones del país (áreas, precio por tipos y promedio ponderado, reciente e histórico), bajo coordinación de la DIEA y la toma de datos por el Instituto Nacional de Colonización, por los Escritorios Rurales y otras fuentes.

g.—Estadísticas.

En frutas y hortalizas el Mercado Modelo maneja datos de precios y volúmenes desde el 2000. El MGAP- Junagra también maneja datos históricos de precios desde 1992 hasta febrero 2005, año en que suspendió la toma de datos. Difunde en archivo PDF.

INAC cuenta con muy buena información sobre el ganado y la carne, y las difunde en su portal y en los excelentes boletines escritos; son estadísticas de faena (en cabezas y en Kg.), de exportaciones y *stock* de ganado, según categorías.

19.2.2--Fase 2: Procesamiento y agregación de valor a los datos.

a).—Control de calidad.

El Mercado Modelo cuenta con Manuales de: a) Toma de precios mayoristas de frutas y verduras; b) Procedimientos estadísticos y de computación; c) Referencias técnicas por producto (Normas de Calidad). Los manuales son el material de trabajo y de capacitación de los reporteros, los cuales se revisan y ajustan con frecuencia para mantenerlos al día. En la toma de datos de frutas y hortalizas es usual que los

reporteros acudan al manual de normas de calidad; en caso de dudas sobre precio y calidad, los reporteros regresan al mercado y toman una nueva muestra.

El Instituto Nacional de la Carne, INAC, también dispone de manuales actualizados para la recolección de los datos y su procesamiento. Las subastas de ganado están muy bien normadas, son empresas modernas y actualizadas en procedimientos imparciales que conducen a las negociaciones reconocidas por su alta transparencia.

b).--Recibo de los datos tomados en las fuentes.

Las informaciones que capta el MGAP (OPYPA y DIEA) llegan de las diferentes entidades que son fuente de toma de datos, descritas en el numeral 10.2.1, por correo electrónico o accediendo a la respectiva Página Web (Mercado Modelo, Subastas Ganaderas, Cámara Mercantil de Productos del País, INAC, Secretariado Uruguayo de la Lana-SUL- y otras).

c).--Descripción de la operación con la base de datos.

El Mercado Modelo cuenta con un servidor que alimenta la base de datos histórica y el boletín diario, un experto elaboró un *software* (Axes), que opera convenientemente. Tiene un programa en DOS para el manejo de la base de datos de los volúmenes ingresados al mercado.

Los procesos de datos en el MGAP no parecen contar con una tecnología actualizada, los datos que reproduce son más de corte estadístico y no tienen el carácter de “noticias de mercado”. Dominan los reportes mensuales con datos promedios, que en ocasiones no citan apropiadamente la fuente. El Portal Web del Ministerio (www.mgap.gub.uy), es muy poco actualizado en tecnología, no es amigable ni atractivo para el usuario. Son bastante mejores los portales de los organismos especializados (Ej. INAC), o los de consultoras y empresas privadas, Ej. www.fyo.com).

19.2.3--Fase 3: divulgación de los datos.

Así como hay en Uruguay varias fuentes de toma de datos, igualmente es la difusión.

a).-- Tipo de información.

Los datos difundidos son variados, como se explica:

b).-- La información difundida.

- **Precios diarios de los mercados mayoristas.**

El Mercado Modelo publica los datos de precios de frutas y hortalizas en su Web www.mercadomodelo.net que requiere suscripción gratuita para convertirse en usuario permanente. Son boletines de precios diarios pero aparecen dos veces por semana, lunes y jueves, que son los de mayor movimiento, informa sobre 130 ítems de frutas y hortalizas (85 productos con sus variedades, tipos y calidades).

Los precios del ganado y de la carne se difunden directamente por el Instituto Nacional de la Carne, INAC, en su Web (www.inac.gub.uy, con noticias en español y en inglés –bien conocida en los países ganaderos-) y en 80 boletines diarios, más estudios, análisis y otros documentos de amplia difusión y reproducción por los medios (prensa, radio, TV).

Los boletines de INAC, son:

Lunes: datos de faena: de bovinos por mes; bovinos por establecimiento-acumulado; bovinos por establecimiento-semanal; de ovinos- por mes; de porcinos- por mes.

Miércoles: datos de exportación: del sector cárnico-volumen físico y valores-; de carne bovina y ovina-volumen y valores promedios-; de carne bovina por destino.

Miércoles: precios: de novillo en pie y en gancho¹; de la vaca en pie y en gancho; de la vaquillona (novilla) en pie y en gancho.

Viernes: precios: del cuero fresco; en gancho de carnicería- media res de novillo-, de vaca y carcasa de cordero. Boletín digital de faena, precios, exportación y negocios concertados.

En Granos, lanas y derivados, la difusión corre por cuenta de la Cámara Mercantil de Productos del País, en la Web (www.camaramercantil.com.uy), y en boletines escritos reconocidos nacionalmente.

- **Resúmenes semanales**

El Mercado Modelo elabora boletines semanales con resúmenes de las condiciones de los precios y los mercados de las frutas y hortalizas más importantes. Boletines bien elaborados, muy útiles. El Mercado demuestra interés por adecuarse a los usuarios; éste sería un modelo de boletín para otros SIMAs. Los datos de volúmenes ingresados al mercado se difunden semanalmente.

- **Precios mayoristas mensuales o boletines mensuales.**

La Dirección de Estadísticas Agropecuarias, DIEA, del MGAP, publica cada mes un boletín estadístico con datos medios mensuales de una larga serie de productos agropecuarios, que no incluye frutas y hortalizas. En granos, publica los precios de mercados mayoristas o de compra de industrias. En leche, son los precios de compra de las pasterizadoras. En pollos, los precios en pie de las aves puestas en el matadero. Varios de los datos son precios al productor en finca, otras son precios de compra de industria, y hay precios de exportación de trigo y otros.

Es una serie de boletines mensuales o trimestrales (datos promedios por mes), de una extensa lista de productos agrícolas y pecuarios, también de insumos agropecuarios, herramientas y otros. Es una estadística de precios entre mayorista, productor y de compra de la industria, que no cita fuentes originales. No tiene uso como “noticia de mercado”, sino como estadística, que sale con 2 o 3 meses de atraso. Tiene formato Excel comprimido.

En pecuarios, los boletines de INAC son completos para todas las especies, tipos, cortes y calidades.

- **Anuarios de precios.**

Los anuarios de precios son elaborados por la Dirección de Estadísticas Agropecuarias, DIEA, entregan los precios promedios del año para una extensa lista de productos agrícolas (granos, frutas y hortalizas), pecuarios (mercado de hacienda –gordos-, mercado de reposición), forestales, maquinaria e insumos, servicios (fletes agrícolas y otros). Es un solo dato para el año. Se citan las fuentes de suministro de los datos. El anuario está en la Web de la DIEA, y hay disponibles 5 años (2000 a 2004), el año 2005 aún no se publica - a mayo del 2006-. También hay

¹ Gancho es el ganado procesado en el matadero. Es la res en carcasa.

un resumen completo de los anuarios entre 1981 y 1999, con precios medios mensuales de productos agrícolas y pecuarios.

El Mercado Modelo también tiene disponible una base histórica de datos de precios y volúmenes en frutas y hortalizas desde el 2000, expresada en pesos uruguayos y en dólares, accesible para usuarios registrados. No incluye curvas.

En ganado y carne, el INAC publica de precios, volúmenes procesados y exportados, existencias de ganado y otros datos (subproductos) desde el 1980 hasta el presente, con promedios mensuales muy completos.

Las subastas de ganado publican los datos de sus eventos, tanto los recientes como el historial de todas las ferias llevadas a cabo.

- **Anuarios de programación y políticas.**

Estos anuarios son elaborados por la Oficina de Programación y Política Agropecuaria, OPYPA, y están orientados a entregar a los componentes de la cadena de producción-comercialización, información y comentarios sobre las perspectivas del cultivo en la coyuntura.

Este anuario es muy esperado en el sector agropecuario; está disponible en la Web del MGAP y se puede bajar con archivo *adobe acrobat reader*. El anuario 2005 se publicó en los primeros meses de 2006. Están disponibles en la Web los anuarios desde 1997 hasta el 2004.

- **Volúmenes de abastecimiento.**

En frutas y hortalizas la fuente es el Mercado Modelo, con datos semanales y la serie completa. En ganado y derivados, la fuente autorizada es INAC.

- **Boletines para prensa, radio y TV.**

Ninguna de las entidades que toman datos y los difunden, generan boletines especiales orientados a la radio, prensa o TV. Pero los medios de comunicación hacen muy buena reproducción de la información de precios en granos y subproductos, en ganado y carne pero de manera muy limitada en frutas y hortalizas.

c).-- Medios y métodos de difusión.

El Mercado Modelo difunde sus boletines por la Web www.mercadomodelo.net así como por correo electrónico con una lista superior a 300 suscriptores. También se gravan los datos en un contestador automático al alcance del público, al cual tienen especial acceso los periodistas de radio que graban los mensajes y los retransmiten a las regiones. La empresa planea crear un sistema de difusión mediante mensajes a los celulares una vez por semana y costo a cargo del usuario (como lo hacen empresas consultoras de mercados en Uruguay y Argentina, un caso es www.fyo.com). Se cuenta con un experto en comunicación social.

Reproducción de la información de SIMA.

Lo hace la radio y la TV acudiendo a los boletines del Mercado Modelo, pero no hay un trabajo especial de motivación a los medios para incrementar este servicio al público.

En ganado, carnes y derivados la reproducción de los datos que hacen los medios es muy intensa, hace parte de las noticias diarias y periódicas que no pueden faltar, como parte de la información del medio de comunicación.

19.3-- Resumen. Conclusiones.

En Uruguay no existe el nombre de “SIMA” o algo parecido que identifique la operación de “servicio de noticias de mercado”. En el país se cuenta con varias fuentes informativas de precios y mercados agropecuarios, que actúan con metodologías y estrategias técnicas muy diversas. No hay una entidad central que intente coordinar esos esfuerzos para orientarlos con un objetivo estructurado, a fin de hacerlos más eficientes y, especialmente, para intensificar la diseminación de los datos en todos los sectores de la cadena, en especial entre los productores y operadores de mercado con mayores carencias de información.

El Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca, MGAP, por intermedio de sus dependencias especializadas OPYPA, DIEA, Junagra, procura reunir buena parte de la información generada en las distintas fuentes, para consolidarla y contribuir a su difusión. Pero el principal uso que le da es en la publicación de los “Anuarios de políticas y gestión por sectores productivos”, o en los resúmenes estadísticos mensuales y anuales; así mismo en la preparación de programas y proyectos. Pero no agrega algo importante en el objetivo de mejorar el sistema informativo de precios y mercados agrícolas y pecuarios en el país, ni en hacerlo más coherente o útil para pequeños y medianos productores y los de regiones apartadas, o para las cooperativas y operadores menores.

En Uruguay se puede comprobar una historia de varios años de actividades de información de precios y mercados en los principales rubros alimentarios agrícolas y pecuarios, labor que se ha cumplido con relativa escasez de recursos, pero con voluntad y espíritu de innovación. En los productos pecuarios se han conseguido los mayores avances, hasta el punto de contar con una de las subastas más modernas de América del Sur, y comparable a las mejores del mundo, que además de modernizar la comercialización del ganado ha fortalecido considerablemente la información.

En frutas y hortalizas los recursos han sido muy precarios, pero las instituciones que generan la información (Mercado Modelo y la cooperación del MGAP), han hecho méritos para entregar lo que hoy existe: buena información de precios y de volúmenes, aunque con algunas falencias en la difusión en el sector rural.

También son fuente importante de información de mercados, las ferias y subastas de ganado (mayor y menor) y de productos y subproductos pecuarios. Igualmente las empresas de corretaje y operadores de mercado en pecuarios y en productos agrícolas, principalmente granos. Así mismo, son parte de esta fortaleza institucional las numerosas y reconocidas firmas especializadas de asesoría en mercados; ellas actúan, no sólo usuarias de la información generada por los servicios, sino también generadoras de análisis de precios y mercados, y son un importante incentivo para mejorar la comercialización y los servicios informativos de mercados.

Un ejemplo de estas consultoras privadas es una firma que rinde muy buena información, captando los datos en fuentes nacionales (algunas antes mencionadas) y en fuentes internacionales, a los cuales agrega valor con análisis oportunos e idóneos, que se difunden entre un amplio sector de clientes, en parte bajo suscripción pagada, pero en mayor proporción sin costo para el usuario. Para ello, la firma acude a

patrocinadores (*sponsors*) que contribuyen a pagar los costos de generación y difusión de la información, incluyendo algunos avisos comerciales de productos del agro, en los boletines electrónicos que disemina la empresa.

La empresa dispone además de un programa radial que le mantiene en constante comunicación con el público y le obliga a contar con material informativo veraz y oportuno. También realiza frecuentes talleres regionales de información de mercados, con costos a cargo de los participantes, lo cual le da la doble ventaja de diseminador y de captador de información, pues los talleres son fuente de recibo de información y de contactos con productores y operadores que serán fuente de información. Ver www.elagro.com En subastas de ganado www.plazarural.com.uy

Un ejemplo de posible coordinación de los distintos servicios informativos lo aporta en Uruguay el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, IICA - Oficina en Uruguay - , que desde el 2004 desarrolla una iniciativa consistente en la reunión y consolidación de la información agropecuaria generada por distintas fuentes de Uruguay, mediante su agrupación ordenada en un Portal Web, así como la organización de *Links* con fuentes informativas del país y de otros países, todo lo cual conforma un conjunto informativo más coherente y útil para cualquier usuario.

Esta importante, aunque sencilla iniciativa, ha dado a la Web del IICA el primer lugar en visitas del país, y es un ejemplo de cooperación para ayudar al usuario a encontrar lo que necesita, así como para demostrar lo poco útil que es la existencia de “un mar de información”, disperso, no accesible y sin objetivos claros. Y que bajo un proceso de coordinación, esa información se ha convertido en un instrumento muy valioso. IICA-Uruguay ha realizado encuestas con productores y usuarios de la Web, y ha captado antecedentes y sugerencias pertinentes para orientar su servicio siguiendo los intereses de los demandantes. Verse: www.iica.org.uy/online/ agregar: [agroencifras.asp](#); [coyuntura.asp](#); [ruralencifras.asp](#). Se destacan: Uruguay agroalimentario en cifras; estadísticas del sector agropecuario; proyecciones y tendencias globales; estadísticas y coyuntura y otras más.

Para un analista externo a los sistemas informativos en Uruguay, podría identificar tres aspectos críticos al respecto: a) Pueden adolecer por un exceso de datos tomados y un faltante de datos difundidos; b) Habría duplicidad en la toma de datos y en la difusión, lo que no hace más meritorio el sistema, pues no siempre “lo que abunda es bueno”; c) los aspectos señalados pueden crear confusión entre los usuarios y, en especial, dispersión de esfuerzos y duplicación de recursos.

Se concluye que hay importantes esfuerzos en materia informativa en el país, aunque dispersos y descoordinados, y que falta el liderazgo de una institución que contribuya a hacerlos más coherentes y eficaces, para lo cual se requiere no tanto de recursos materiales, como de decisión política, de método y de sensibilidad sobre los beneficios de los sistemas informativos.

La labor de coordinación informativa que cumple IICA-Uruguay ha trazado un derrotero de la metodología de operación de un servicio informativo en los países. La presente investigación ha encontrado en la mayoría de los 19 países investigados, situaciones parecidas a las antes mencionadas: 1) en los países hay más información de lo que aparenta haber; 2) lo que menos se encuentra es coordinación y difusión de los datos, que en un alto porcentaje permanecen en los anaqueles de las oficinas.

Los gobiernos gastan grandes sumas en estudios, muchos de ellos duplicados y a los cuales las entidades del gobierno que los ordenan, les dan el carácter de “privados”, o

sea que no se difunden. Los organismos públicos requieren de muy poca información, no son ellos los que operan los canales alimentarios en los países; son los operadores privados. En un mundo globalizado, las políticas gubernamentales son muy elementales; si aportaran y difundieran buena información, harían un excelente servicio al sistema alimentario.

Gráfico Anexo 19.1 Estructura funcional del sistema de información de mercados agropecuarios del Uruguay.

