

INFORME DE EVALUACIÓN DE SIMPAH HONDURAS

Resumen Ejecutivo

La visita al Sistema de Información de Mercados de Productos Agrícolas de Honduras, SIMPAH, fue desarrollada entre el 24 y el 30 de julio de 2005.

17.1--Evolución de SIMPAH Honduras.

El Sistema de Información de Mercados de Productos Agrícolas de Honduras, SIMPAH, es administrado por la Fundación Hondureña de Investigación Agrícola, FHIA, entidad de carácter privado aunque con participación gubernamental (Secretaría de Agricultura y Ganadería). La Fundación la misión de generar y transferir tecnología en cultivos tradicionales y no tradicionales, para mercado interno y externo.

SIMPAH surgió en 1996 como recomendación de la ley de Modernización Agrícola, que instruye la constitución de un sistema de información de mercados.

En 1988 se asignó el proyecto a la FHIA al firmarse un convenio que dio paso a la constitución de un “Fondo Dotal” (o “capital semilla”) con dos países donantes (Estados Unidos y Japón) y el gobierno de Honduras, Fondo que sirve de soporte para desarrollar el sistema de información de mercados bajo un mecanismo independiente del aparato estatal, y que busca eficacia y duración en el tiempo.

El proyecto se ejecuta bajo la supervisión de un Comité Coordinador conformado por los productores agrícolas representados por sus gremiales, el gobierno a través del Ministro de Agricultura (Secretaría de Agricultura) quien funge como Presidente del Comité, y un representante por cada país donante.

Cuando FHIA asumió la responsabilidad de SIMPAH, ya operaba en la Fundación el Centro de Información de Mercadeo Agrícola, CIMA, con funciones de toma y disseminación de precios internacionales en apoyo a los productores. En el presente, la Fundación ha integrado el CIMA en la Unidad de Economía y Mercadeo Agrícola, responsable directa de SIMPAH y de CIMA, que generan información complementaria de mercados internos y externos. (Ver estructura funcional en el Anexo 17.1).

17.2--El estado actual de SIMPAH.

SIMPAH cuenta con 16 técnicos: de los cuales 11 Reporteros de mercado y el resto analistas, difusores y técnico en cómputo, con sede en Tegucigalpa. De los Reporteros, 2 están localizados en otros países (San Salvador y Managua), pues SIMPAH considera que debe tomar directamente los datos en esos países, evitando solicitarlos a los respectivos Sistemas de Información, SIMAs existentes en ambos países.

17.2.1-- Fase 1: Toma de datos.

Los mercados mayoristas relevantes para la información son Tegucigalpa (Zonal Belén y Las Américas), y San Pedro Sula (Medina Concepción y Dandy). La información de las 7 Regionales se obtiene una vez a la semana (el “día de plaza”) con personal contratado por SIMPAH a destajo, o sea por reporte elaborado.

Metodología escrita. Hay metodología escrita para la toma de datos mayoristas, aunque no actualizada y poco utilizada, y no cuenta con un “marco conceptual” que oriente sobre los sistemas de comercialización del país o de los países vecinos, y que defina los puntos y rubros más convenientes para la toma de datos.

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

SIMPAH toma los precios mayoristas nacionales de 150 ítems de información entre granos básicos, hortalizas, frutas, carnes de res, cerdo y pollo, mariscos y pescados, lácteos y otros. En el mercado de San Salvador registra los precios de 150 ítems; en el mercado de Managua otros 95 ítems, ambos de información diaria.

Los 7 mercados regionales de Honduras, son pequeños y medianos mercados que cabrían más en la categoría de acopio rural “mercados de origen” y sus datos sirven para orientar las negociaciones en zonas más cercanas a la producción, diferente a los mercados de Tegucigalpa y San Pedro Sula que son “Mercados Terminales Mayoristas”.

b).-Precios en industria.

SIMPAH no investiga precios de productos agropecuarios comprados por la industria para uso como materias primas, lo cual sería útil para conocer precios de compra de la industria para productos agropecuarios.

c).-Precios de consumidor.

Se toman precios minoristas en 2 mercados de Tegucigalpa y 2 de San Pedro Sula, igualmente en Managua y San Salvador, para una lista corta de 6 productos básicos de la alimentación, dos veces por semana.

d).-Precios del mercado externo.

SIMPAH informa sobre precios de una lista corta de productos importados, procedentes de EEUU, especialmente granos que compiten con la oferta nacional o Centroamericana, y hace un valor agregado a los datos basado en la metodología de “precio paritario de importación”. Registra los costos de importación y los precios de los productos puestos en el mercado interno, listos para su venta al por mayor, comparados con los precios de los productos de oferta nacional, mostrando la diferencia de costos y de precios del importado y del nacional. Ilustra los datos con gráficas.

Esta metodología de Simpah, aunque aún es limitada, es innovadora y muy útil al permitir comparar en cualquier época del año los productos nacionales frente a los precios de los importados, ofrecidos en el mismo mercado. No entrega otros datos que ofrece la “Metodología de precios de paridad”, como es mostrar la situación de precios hasta la finca; es decir, enfrentar los productos importados con los nacionales a nivel del productor, y ayudar a definir si compiten o no.

La Fundación –FHIA- (Unidad de Economía y Mercadeo), informa sobre los precios internacionales de 50 frutas y hortalizas de interés para la exportación de Honduras, informe semanal de los mercados de Nueva York, Miami, Los Angeles, Philadelphia y otros. Datos en los empaques comerciales tradicionales con equivalencia en libras y la procedencia (país o región, cuando llegan de EEUU). Datos del USDA/MNS. Esta información no hace parte del SIMPAH, pero es complementada por la Fundación.

e).-Precios de insumos agropecuarios.

SIMPAH obtiene precios semanales de 40 insumos agropecuarios de mayor demanda, datos de Tegucigalpa y en San Pedro Sula.

17.2.2--Fase 2: procesamiento y agregación de valor a los datos.

Depuración previa. Los datos tomados en los mercados mayoristas son depurados por el propio Reportero al terminar su labor.

Transmisión de los datos. Los datos de San Pedro Sula se transmiten en archivo Excel por mail a la Sede en Tegucigalpa. Los datos semanales de las 7 regiones llegan a Tegucigalpa por Fax, donde ingresan a Fox Pro y reciben un segundo control de calidad. Los datos de Managua y San Salvador llegan a la Sede por mail, vienen depurados y en el lenguaje definitivo CPD.

Control de calidad. El segundo control se da al importar los datos de Fox Pro a CPD, donde se genera un reporte de inconsistencias que permite hacer correcciones. Hay un tercer control de calidad realizado por un equipo de 3 técnicos en la Sede de SIMPAH hacia las 11 AM, como etapa previa a la publicación.

El almacenamiento de la base de datos y el proceso para el mediano y largo plazo sigue sustentándose en el Programa CPD.

Los precios mayoristas diarios agregan los cambios de un día a otro, mencionando la tendencia Estable, Alza, Baja, ligera Alza, Ligera Baja; no van acompañados de mayores comentarios de la situación del mercado, aspecto que antes se ejecutaba contando con un técnico especializado en mercados.

El SIMPAH cuenta con los siguientes manuales de operación: Manual del CPD, Nivel usuarios, Manual de disseminación, Manual de supervisión de reporteros, Manual de puestos, Manual del analista de mercados, Manual del analista documentalista; también se cuenta de la caracterización de los mercados regionales.

En general, la “plataforma técnica utilizada” por el Servicio es muy aceptable, tanto en *hardware* como en *software*. El *software* es avanzado, se instaló a partir de una consultoría de la empresa Chemonics financiada por USAID al inicio del SIMPAH, que introdujo el Commodity Price Data Database (CPD), y se basa en los descriptores que usa el servicio de noticias de mercados de frutas y verduras del Departamento de Agricultura de los EEUU (USDA MNS F&V). El Servicio cuenta con técnicos en computación que hace los enlaces y las adecuaciones a los diversos programas; se ha contado con asesoría temporal de expertos en estadística y sistemas.

17.2.3--Fase 3: divulgación de los datos.

a). -Tipo de información.

SIMPAH divulga esencialmente **precios**; hay agregación de valor a lo datos, como la comparación de precios diarios entre los países vecinos, trabajo útil considerando el alto grado de intercambio de alimentos en Centroamérica. También es meritorio el cálculo de precios de paridad de importación, y los datos de costos de internación). En cambio, no capta ni difunde información sobre **mercados** o sea comentarios y tendencias de oferta y demanda, y los factores que afectan o favorecen el abastecimiento, las condiciones de mercado en países vecinos o en el mercado de EEUU, aspectos claves para entender la comercialización de los productos

b).- La información difundida.

SIMPAH de Honduras difunde la siguiente información de precios:

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

Precios diarios mayoristas de Tegucigalpa y San Pedro Sula. Precios diarios tomados por SIMPAH en Managua y San Salvador.

- **Precios mayoristas semanales.**

Resúmenes de los precios promedios de la presente semana comparados con la anterior; datos expresados en las pesas y medidas tradicionales del mercado, con su equivalencia en libras.

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

Boletín semanal los martes de 7 mercados regionales del interior del país.

- **Precios quincenales. Boletín Centroamericano.**

Resumen quincenal de precios de 22 productos clasificados por grupos (granos básicos, hortalizas, frutas, pecuarios), de los tres países que informa SIMPAH (Honduras, Nicaragua y El Salvador), con las medidas tradicionales de venta en los mercados, su equivalencia en libras y datos en dólares que facilitan la comparación.

- **Anuario Estadístico.**

Documento anual con los precios promedios mensuales de los productos monitoreados en Honduras, Nicaragua y El Salvador.

- **Precios mayoristas históricos. Índices estacionales de precios.**

El sistema cuenta (a 2005) con 8 años de precios mayoristas almacenados de Honduras (4 años en Nicaragua y El Salvador); cada año los datos se procesan para convertirlos en “índices estacionales de precios” en la mayoría de los productos reportados, que entrega, además: Precios corrientes y tendencia lineal anual, las curvas de comportamiento en la serie de tiempo, la curva de regresión, el contraste con las medias móviles así como las variantes en volatilidad anual, sobre la base de los precios diarios y los mensuales. Hay metodología elaborada por expertos, que se difunde en los boletines.

- **Otros datos difundidos.**

Precios semanales de venta de insumos al consumidor. Precios minoristas bisemanales de alimentos que se difunden por la Web, con un cuadro comparativo de Honduras, Nicaragua y El Salvador. Precios internacionales (en el mercado de EEUU) incluidos los costos de internación a Honduras.

c).--Medios y métodos de difusión.

- **SIMPAH difunde bajo suscripción pagada.**

SIMPAH es un sistema informativo de precios y mercados administrado por un “Fondo Dotal”, que debe conservarse o crecer, y por lo tanto se ve obligado a cobrar por las suscripciones y por el suministro de todo documento ofrecido.

Por ello, los boletines que aparecen en la Web de SIMPAH son parciales y no permiten al usuario construir series de datos. Es un hecho parecido a los portales de las consultoras privadas que no entregan toda la información de sus publicaciones sino una muestra e indicación del contenido, esperando que el lector se interese por todo el producto y compre la suscripción.

SIMPAAH dispone de un técnico dedicado a la promoción y venta de suscripciones, con lo cual busca asegurar ingresos para mantener el sistema.

Las dificultades de la suscripción. En países de escasos recursos como los latinoamericanos, no parece tarea fácil conseguir las suscripciones para un servicio básico como el presente, y el cual tradicionalmente se ha prestado sin costo. En SIMPAH, los ingresos directos por ventas no están cubriendo los egresos; en el presente, esta situación no es preocupante, debido a que el desbalance se compensa con ingresos del Fondo en el mercado financiero.

- **La Web de FHIA SIMPAH.**

SIMPAAH tiene el portal de acceso <http://www.fhia.org.hn/simpah/simpah.htm> y por el portal de la Fundación: <http://www.fhia.org.hn>. Como se explicó, esta Web no entrega toda la información captada en los mercados, sino un breve resumen que motiva al lector a comprar la suscripción, en caso de interesarse.

- **Radioemisoras. TV. Prensa.**

SIMPAAH tiene técnicos dedicados a la promoción y difusión de los datos y del Servicio, buscando las suscripciones pagadas. Pero también cuenta con un buen programa de difusión de las noticias entre los medios, lo cual exige la preparación oportuna y organizada de boletines diseñados especialmente para prensa, TV y radio, que se entregan a la entidad por fax o correo electrónico. Hay una actividad de preparación de *Spots* publicitarios, adecuados a las condiciones de cada medio, que se suministran a cada medio haciendo más fácil y atractiva la gestión del periodista. Tienen cualidades por su agilidad, aunque carecen de comentarios u observaciones sobre la tendencia de los mercados.

SIMPAAH tiene tradición en esfuerzos de aproximación a los medios de comunicación para construir una red de difusión nacional; al principio contó con recursos para costear sus propios programas de difusión de las noticias, lo cual operó hasta acreditar los espacios de las noticias de mercado y ganar una clientela. En el presente, no hay los recursos pero conserva la política de fomentar espacios de difusión buscando patrocinadores que pagan los espacios y mantiene viva la red difusora. Y ha creado una necesidad de los datos entre el público de usuarios.

- **Boletines y publicaciones periódicas.**

Los boletines diarios, semanales, quincenales, mensuales y anuales están a disposición del público, sea por suscripción pagada o por venta individual; SIMPAH cuenta con recursos (equipos y dinero) para invertir en las publicaciones, promoverlas y mantener en almacén existencias en papel o en medio magnético que son despachados a cualquier parte del país o de Centroamérica, pero bajo el requisito de la venta para hacer sostenible el Servicio.

- **Reproducción de la información de SIMPAH.**

Por los contactos institucionales y contar con buena información, SIMPAH tiene apoyo en la difusión mediante la reproducción de la información que hacen organismos privados y públicos en Honduras y en los países vecinos. Se destacan, la propia FHIA www.fhia.org.hn; Honduras Agribusiness, un proyecto Fintrac/CDA (USAID Honduras) www.hondurasag.org; el Centro Regional del Emprendedor, con apoyo de la UE www.agroemprendedor.org. Intelagro (un proyecto del Centro Internacional de Agricultura Tropical, CIAT) y otros.

d).- El cubrimiento de la difusión en SIMPAH.

Para profundizar en los alcances de la difusión de las noticias de precios en este Servicio, la investigación procedió de dos maneras: 1) indagando con los ejecutores del SIMPAH sobre evaluaciones hechas entre sus clientes y usuarios potenciales (no clientes actuales); 2) realizando un muestreo directo de contacto con entidades y personas que conocen el servicio informativo, ya sea como usuarios o no usuarios.

En el paso 1), no se encontraron resultados de una evaluación hecha a clientes y otras personas o entidades del sector agropecuario, comercial o institucional. Es probable que falte evaluación de los contenidos y alcances del servicio, de su difusión, y especialmente de sus resultados e impacto.

Para el paso 2), esta investigación realizó una encuesta de opinión por correo electrónico y por teléfono, con usuarios y no suscriptores o “clientes potenciales” del servicio. Los resultados se resumen:

- Personas o entidades contactadas: 184
- Número de respuestas: 36, o sea el 20 % de los encuestados.
- Clasificación de los encuestados con respuesta:
 - Productores, 3 %.
 - Organización de productores, 50 %.
 - Universidades, 8 %.
 - Comerciantes, 8 %
 - Consumidores, 3 %.
 - Otros, 28 %.
- Conocen el servicio informativo de SIMPAH: sí, el 17% de las respuestas, no el 83%.
- Está suscrito: si, el 5% de las respuestas. Otro 10% recibe los boletines (parciales¹), sin estar suscritos.
- Cómo recibe la información: los inscritos por mail, el 100 %; los no suscritos reciben la información parcial por la Web y otros medios.
- Le interesa recibir la información: sí, el 95%; no el 5%.
- Le parece útil que haya y se difunda esta información: sí, el 100% de las respuestas.
- Desearía suscribirse: sí, el 96 % de las respuestas.

Opiniones sobre la información.

- Es buena, valiosa y necesaria.
- Es excelente que haya una información de este orden.
- La información es buena, sirve para mejorar nuestros ingresos en las ventas.
- Interesa porque son los precios oficiales, actuales y reales.
- Son precios promedios que no son una referencia tan exacta para conseguir un margen de ganancia mayor.
- Cubre todos los productos y mercados más influyentes.
- La difusión es muy buena, nos llega a tiempo.

¹ Quien no está suscrito, y desde luego no ha pagado los derechos, no recibe los boletines completos sino los informativos parciales.

Sugerencias para mejorar la información.

- Creemos que el 80% de los datos los toman de los intermediarios, y no entrevistan a otros agentes apropiados, se sugiere ajustar este aspecto.
- La información debería llegar a todas las organizaciones de productores y de desarrollo agropecuario del país.
- La información debería llegar a todo el sector productivo del campo.
- La información debe dar las tendencias del mercado.
- La información debe mostrar los precios actuales vs. los históricos por temporada.
- Deben entregar las tendencias del mercado por producto.
- Deben informar sobre precios de productos no tradicionales.
- El proyecto debe luchar por conseguir un presupuesto mayor para crecer.
- La información es completa, no creemos que deba mejorarse.

Si es justo o no pagar por el Servicio Informativo.

El 6% sí está de acuerdo; el 6% no está de acuerdo; el 88% no respondió la pregunta. Las razones para pagar o no pagar por el servicio, son:

- Los costos de inscripción no parecen justos, debería ser gratis porque el Servicio es financiado por el SAG.
- Es un producto de investigación con alto esfuerzo y costos pero apoyado por el SAG, el costo debería ser apenas simbólico.
- La recopilación de información por la FHIA tiene un costo, y debe cobrarlo.
- No debe cobrarse, es una responsabilidad de las políticas de Estado.

En SIMPAH se dispone de algunas innovaciones interesantes para mostrar en el ámbito de los Sistemas informativos de mercados agropecuarios, SIMAs, que se resaltan en el presente trabajo –algunas se han ya se han perdido-; también algunas debilidades – que los propios usuarios identifican –, y son más bien propias de la rutinización en los trabajos así como de la falta de evaluación del programa sobre la marcha y con indicadores de impacto, aspecto necesario en todos los proyectos

3.3-- Resumen. Conclusiones

SIMPAH de Honduras cuenta con cerca de 8 años de experiencia (al 2005), más una etapa previa iniciada por FHIA; tiene el antecedente de haber comenzado con un proyecto relativamente bien estructurado, y ha contado con asesorías periódicas de Expertos que le han prestado alguna colaboración técnica en su evolución.

Es un proyecto ejecutado por una Fundación prestigiosa, estable y con importante capacidad humana y científica, reconocida no sólo en el país sino en Centroamérica y en otras regiones. En la coordinación también participa el Gobierno por intermedio de la Secretaría de Agricultura y Ganadería, dándole su soporte institucional y apoyos materiales (oficinas y algunos muebles).

Es un proyecto algo *sui generis* en el contexto de los Sistemas informativos de mercados, Simas: es autosostenible, impulsado por un Fondo Dotal (capital semilla, con carácter de crecimiento) surgido de un grupo de entidades de desarrollo nacional e

internacional; experimento poco común en Latinoamérica, en donde proyectos similares no han cuajado porque en pocos años se ha consumido el Fondo inicial.

Fue un proyecto relativamente bien estructurado en sus objetivos y metas, informando sobre los mercados internos y externos incluyendo la metodología de precios de paridad.

Es meritorio que SIMPAH, con la gestión de la Fundación responsable, FHIA, busque la sostenibilidad operativa y económica, lo último mediante las suscripciones pagadas y la venta de los productos informativos que ofrece el sistema. Hecho aun más complicado en países sin costumbre de pagar por los informes de precios y mercados, y con recursos económicos muy escasos en las empresas y organizaciones rurales; citación aún peor en el resto de la cadena de comercialización –operadores de mercado y productores-.

Confrontando este caso con otros en América, no hay otro país con un sistema informativo de carácter privado y que se sostenga mediante suscripciones pagadas y venta de la información; todos son de origen gubernamental y costos del presupuesto nacional. Hay en todos los países empresas de consultoría privada que hacen investigación, y se basan en los datos de los servicios informativos oficiales para agregar valor a los datos, vendiendo la información a clientes que pagan por reportes con valor añadido. Incluso en Canadá, se comenzó hace unos años con un sistema informativo auto sostenible y terminó por falta de patrocinio económico de los usuarios; se reemplazó por uno financiado por el Estado (Ministerio de Agricultura).

Los precios mayoristas que reporta SIMPAH son buenos en lo referente a la cotización del mercado; son oportunos y veraces pero carecen de los comentarios acerca de los cambios de mercado y sus tendencias; las palabras usadas en el presente: Ligera Baja, Estable, Ligera Alza, Baja, son muy limitadas e insuficientes (en concepto y en tiempo de cubrimiento, ya que se refiere sólo a las últimas 24 horas), que al menos quedan en los boletines escritos que salen por la Web, pero se suprimen en la comunicación por radio, TV y prensa.

Hay empresas y organizaciones sin ánimo de lucro que toman los datos de SIMPAH para agregarles valor y contribuir a su difusión, comenzando por la propia FHIA que presta asesoría a proyectos y a organizaciones en Centroamérica, o para difundirlos en su Web. Ello fortalece la información de SIMPAH y contribuye a su difusión, que aún es escasa

SIMPAH cuenta con la tecnología instalada (hardware y software) y las metodologías y personal capacitado para cumplir con el procesamiento de los datos y la preparación para la difusión, inclusive con analistas de mercado, sólo que con la inconveniencia de éstos de operar en “4 paredes”, por su falta de contacto con los mercados y con la cadena comercial, limitándose a realizar los análisis partiendo solamente con la materia prima que suministran los Reporteros. Los informes eficaces son los del “Reportero – Analista”, y en el caso de SIMPAH hay una separación entre ambos, y una disminución de la importancia –sub valoración- del Reportero.

Puede decirse que en SIMPAH es muy fuerte la fase “Procesamiento de los datos” (con excelentes manuales, *hardware* y *software*, y expertos), pero débiles las otras dos fases del sistema informativo: toma de datos y difusión de la información. Es una cabeza grande con un cuerpo muy débil.

En difusión SIMPAH ha sido innovador, desde su inicio buscó la diseminación por radio, TV y periódicos, que son los más demandados por el público. Ha manejado una

estrategia de ganar espacios en los medios y acreditarlos, y se ha conseguido que el público de audiencia exija la información a los medios. SIMPAH ha promovido la entrada de patrocinadores de los espacios publicitarios de los precios, quedando la responsabilidad en manos de empresas privadas o de los propios medios, y sin costo para SIMPAH. En estos casos, la labor de SIMPAH es el suministro oportuno de los *Spots* adecuados a cada medio y a su audiencia, así como la organización de la red difusora en el país y la promoción del patrocinio efectivo de las empresas a esta importante gestión. Es un hecho poco visto en otros SIMAs.

Grafico anexo 17.1 – Estructura funcional del sistema de información de mercados de productos agrícolas de Honduras - SIMPAH

FUNDACIÓN HONDUREÑA DE INVESTIGACIÓN AGRÍCOLA - FHIA

