



Los mercados mayoristas

Acción frente al COVID-19

Boletín N.º 4
18/08/2020

Editorial

En esta cuarta edición del boletín conjunto de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y la Federación Latinoamericana de Mercados de Abastecimiento (FLAMA) analizamos los impactos de la crisis sanitaria detonada por la pandemia de COVID-19 en las inversiones y el desempeño de los centros de abastecimiento. En una encuesta realizada el pasado mes de julio – que contó con la participación de 71 mercados mayoristas de 15 países de la región –, representantes de mercados mayoristas señalaron que la disminución ostensiva de la demanda los ha puesto en dificultades. Recalcan que han realizado un gran esfuerzo, invirtiendo en áreas críticas para su desempeño, para mantener los mercados abiertos.

La situación económica es preocupante y el número de contagios sigue al alza en América Latina y el Caribe. En consecuencia, las medidas preventivas contra el COVID-19 deberían continuar e incluso intensificarse. El Fondo Monetario Internacional (FMI) pronostica una caída histórica en el crecimiento del PIB para la región de -9,4% este año, al que seguirá un ligero crecimiento, en 2021, del 3,7%. Se trata de un escenario negativo para la economía en general y para los mercados mayoristas en particular, en tanto interfiere con sus planes de modernizar y expandir la oferta de productos y servicios.

La desfavorable coyuntura no impide mirar al futuro: la mayoría de los participantes de la encuesta (77%) declararon

que, acabada la crisis, es necesario realizar nuevas inversiones, sea con recursos propios, en combinación con el apoyo de los comerciantes o, incluso, del gobierno. Estas nuevas inversiones son prioritarias; muchas de ellas fueron impuestas por los efectos de la pandemia. Renovar puertas de entrada, pabellones y estacionamientos son preocupaciones que comparten el 35% de los mercados encuestados. A esto le sigue un grupo de acciones destinadas a mejorar la conectividad, internet y telefonía y la difusión de información comercial (24%).

La informatización de los centros de abastecimiento y las operaciones virtuales también se explora en las dos entrevistas en esta publicación a personeros de la Compañía Nacional de Abastecimiento del Ministerio de Agricultura de Brasil (Conab), a cargo del suministro y almacenamiento de alimentos, y del Instituto de Mercadeo Agropecuario del Ministerio de Desarrollo Agropecuario de Panamá (IMA).

Esta publicación es parte de un esfuerzo desarrollado en conjunto por la FAO y FLAMA para acercar a los mercados mayoristas de alimentos de la región. Una labor en la que también se realizan comunidades prácticas (CoP) que han reunido a docenas de mercados y autoridades gubernamentales. Confiamos que gracias a esta y otras iniciativas, a pesar de la magnitud de la crisis que estamos experimentando, vamos a estar más preparados para promover la seguridad alimentaria y nutricional en nuestros países.

	Pág.
Mensajes clave	2
Entrevistas	3
- Joyce Rocha Oliveira Fraga, Gerenta de Prohort (Brasil)	
- Sócrates Theoktisto, Subdirector de Mercadeo y Comercialización de IMA (Panamá)	
Sistemas de información de mercado en América Latina y el Caribe	5
Encuesta mensual de movimientos en mercados mayoristas (principales resultados)	8
Bibliografía	15

Mensajes claves

- » Los mercados mayoristas de alimentos se están adaptando rápidamente a las limitaciones impuestas por la pandemia.
- » Algunas medidas introducidas en los mercados mayoristas de alimentos para contener el COVID-19 deben continuar implementándose, como es el caso de las transacciones virtuales, la preocupación por la higiene en las dependencias y la salud y condiciones de trabajo de comerciantes y empleados.
- » En la región, 16 países mantienen sistemas de información con datos sobre disponibilidad de productos, precios de mercado y calidad.
- » Más de dos terceras partes de los mercados mayoristas que participaron en la encuesta mensual en el mes de julio declararon haber experimentado una reducción en la demanda: 1 de cada 10 mercados registra una caída en el volumen de ventas de más del 50%.
- » Los precios en los mercados se han mantenido estables, pero se advierte una tendencia al alza en algunos productos, principalmente en carne y pescado.





Joyce Rocha Oliveira Fraga
Gerente del Programa de Modernización de
Horticultura de Brasil (Prohort)



Prohort es uno de los sistemas nacionales de información más importantes para los mercados mayoristas del mundo. ¿Cómo se estructura el programa y qué tipo de datos e información genera?

El Programa de Modernización del Mercado de Horticultura (Prohort) es operado por la Compañía Nacional de Abastecimiento (Conab), una empresa pública vinculada al Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento de Brasil (MAPA).

El programa tiene como objetivo desarrollar un amplio sistema de información sobre productos hortícolas, basado en datos de los mercados mayoristas brasileños (conocidos como "Ceasas"). La información y las acciones de cooperación con los mercados mayoristas se proporcionan a través de acuerdos de cooperación técnica, lo que permite que Prohort sistematice y difunda la información, promoviendo la visibilidad de los Ceasas y contribuyendo a la inteligencia agrícola. Toda la información está disponible en su propia página web.

A diario se publican cotizaciones y precios promedio de 48 productos de 34 mercados mayoristas. La aplicación de precios de Prohort-Ceasas, a la que se puede acceder desde dispositivos móviles (teléfonos celulares), ofrece una imagen de los precios diarios, lo que facilita el acceso a la información y la toma de decisiones para todos los agentes en la cadena de producción. La herramienta es gratuita y está disponible en tiendas de aplicaciones.

El Prohort pone a disposición de la población datos sobre las ventas anuales de los mercados mayoristas brasileños, tanto en cantidad y valor de comercialización, detallados por grupo de productos hortícolas, cereales y una amplia gama de productos. Para 2019, por ejemplo, el sistema identificó que se comercializaron 16,8 millones de toneladas de frutas y verduras en Brasil en 61 mercados mayoristas brasileños, ¡lo que representa un valor de ventas anual de más de 10 000 millones de dólares estadounidenses!

El Sistema de Información de los Mercados de Abastecimiento de Brasil (SIMAB) genera información sobre el origen geográfico de los productos, los precios y el volumen físico y financiero de las ventas. Este sistema permite la

elaboración de gráficos, mapas y análisis y varios cortes sectoriales y regionales a través de una herramienta de inteligencia de negocios de uso gratuito. La herramienta permite identificar la estacionalidad, los perímetros productivos (por región, estado, microrregión y municipio) y las series históricas de precios y ofertas desde 2010. También permite consultar un universo de 117 frutas y 133 verduras, agregando más 2 100 productos, cuando se consideran las variedades.

¿Qué importancia tienen los datos generados por Prohort? ¿Quiénes son sus usuarios y clientes y cómo contribuye esta información al sistema agroalimentario brasileño?

Los sistemas del Prohort consolidan la información del sector hortícola a nivel nacional, agregando datos estadísticos en una única plataforma de acceso público. A través de la información disponible, Conab/Prohort publica el Boletim Hortigranjeiro (coyuntura mensual de las cinco verduras y las cinco frutas más comercializadas en los Ceasas), informes semanales (monitoreo de ventas y precios en mercados mayoristas), ventas totales de frutas y verduras en Ceasas por año, además de otras publicaciones, que consolidan la literatura del sector.

Los usuarios de los sistemas son productores rurales, comerciantes, agencias gubernamentales, instituciones financieras, educativas y de investigación. Esta amplia gama de datos respalda la toma de decisiones productivas y comerciales, la preparación de estudios técnicos, definiciones de crédito y seguro rural, además del monitoreo del suministro de alimentos. En este momento de restricciones, debido a la pandemia del nuevo coronavirus, estas informaciones son cada vez más importantes, ayudando a las autoridades públicas a conducir acciones para garantizar el suministro y el acceso regular a los alimentos. La información permite el monitoreo oportuno del sector hortofrutícola nacional, permitiendo acciones orientadas a mantener el suministro, apoyar a los productores y garantizar la seguridad alimentaria y nutricional de las poblaciones.

Los sistemas están disponibles en el portal web www.conab.gov.br/info-agro/hortigranjeiros-prohort.



Sócrates Theoktisto
Subdirector de Mercadeo y Comercialización del
Instituto de Mercadeo Agropecuario de Panamá (IMA)



El Instituto de Mercadeo Agropecuario de Panamá (IMA) se encarga de proveer el sistema de información para agronegocios, ¿Es un informe diario sobre el comportamiento de precios de varios productos? ¿Como se recolectan estas estadísticas?

Como parte del sector agropecuario gubernamental que lidera el Ministerio de Desarrollo Agropecuario (MIDA), el IMA tiene como función implementar las políticas de mercadeo formuladas por el MIDA, apoyando al productor nacional en la comercialización y mercadeo de sus productos, para el crecimiento y desarrollo del sector agrario.

El Sistema de Información para Agronegocios (SIPAN) es un programa creado para facilitar a los protagonistas de la cadena de comercialización elementos que les permitan establecer estrategias y planes de trabajo para elevar el rendimiento económico de sus cultivos, basándose en las variables de estacionalidad, oferta y demanda, además de otras iniciativas que puedan favorecer el desarrollo de la actividad agropecuaria nacional.

El SIPAN es una plataforma digital manejada por el IMA como un servicio para el sector público y privado, en el cual se reportan precios mayoristas y minoristas para más de 100 productos de los principales mercados del país. El sistema provee información veraz, oportuna y transparente a productores, exportadores, inversionistas y usuarios en general, sobre el comportamiento del mercado nacional para la toma de decisiones. Se procesa información recolectada por un equipo de reporteros de mercado a nivel nacional, mediante una plataforma digital que divulga un reporte diario de lunes a viernes, del comportamiento de precios de productos agropecuarios cotizados.

La captura es realizada por equipo de reporteros que visitan de lunes a viernes los mercados más grandes del país; para el área metropolitana se visitan los tres mercados principales (MERCA Panamá, Mercado de San Felipe Nery y Mercado del Marisco), en donde se trata de obtener un precio máximo, un precio medio y un precio mínimo. Las informaciones refieren a los precios mayoristas de los mercados regionales, precios diarios, semanales, mensuales de mercados mayoristas y minoristas y precios históricos, índices estacionales de precios. La divulgación de precios se da actualmente mediante un portal web (www.ima.gob.pa/sipan), por nuestro sistema de IMA CHAT y mediante consulta telefónica y presencial, a solicitud del público.

¿Cómo se hace la clasificación de productos? ¿El IMA también presta servicios de análisis laboratoriales y de empaque? Qué ha cambiado con la emergencia de pandemia

Actualmente en el reporte mayorista los productos están clasificados por diversos rubros: granos, raíces y tubérculos, frutas, hortalizas y productos agroindustriales

Por el momento colabora de forma indirecta en el e-commerce, ya que el SIPAN es una herramienta de información que da un poco de contexto al comportamiento de mercado de diversos productos: ayuda a reducir la especulación, a negociar precios justos y que el productor pueda mejorar los precios a los que vende a intermediarios; en suma, fortalece la cadena de comercialización con información veraz, concisa y oportuna.

El IMA brinda facilidades en concepto de servicios de laboratorio, principalmente para granos, con precios módicos y accesibles para el público; se realiza análisis completo, pruebas de humedad, impurezas, descascarado, clasificación, prueba de infestación, prueba de semillas yesos y granos rojos dañados en arroz, así como servicios de secado para el arroz.

Se brindan servicios de almacenaje en silos y bodegas – propiedad de la institución – con supervisión técnica idónea y adecuada; servicios de fumigación a solicitud del público, servicios de pesaje para camiones y contenedores y ensaque de granos. Todos estos servicios buscan facilitar a productores locales la capacidad de comercializar su producto de manera efectiva y de calidad.

Con la llegada de la pandemia se han tomado medidas para cuidar al personal en riesgo, lo que ha conllevado reducir la presencia del personal dedicado a laboratorios y muestras; sin embargo, los servicios no han dejado de ser brindados y se mantienen actualmente en nuestras regionales a nivel nacional. Se ha limitado el ingreso de personas ajenas a la institución, principalmente los prestadores de servicios de alimentación doméstica, personal no autorizado; se han implementado medidas sanitarias como pediluvios, dispensadores de gel alcoholado, opciones de trabajo a disponibilidad y teletrabajo para personal no esencial. Hay que destacar que la industria alimentaria no ha parado durante esta emergencia nacional, lo que, dada la naturaleza de nuestra institución y nuestra misión, ha mantenido desde el día uno desde el inicio de esta pandemia la operatividad en cada una de nuestras regionales a nivel nacional.

Sistemas de información de mercado en América Latina y el Caribe

En América Latina y el Caribe, varios países mantienen sistemas de información de mercado que registran las actividades comerciales de los centros mayoristas de abastecimiento. El alcance de estos sistemas, en relación con el número de productos encuestados y la periodicidad con la que se divulga la información, varía según el país. Mantener un sistema actualizado permite a los agricultores planificar su producción, a los comerciantes a practicar precios transparentes y a los compradores y al público en general a seguir las tendencias de precios en la economía.

El sistema de información es el paso inicial hacia el lanzamiento de un entorno en el que se pueden realizar transacciones virtuales. Con estadísticas diarias o semanales sobre los volúmenes y precios negociados, los agricultores y comerciantes pueden realizar transacciones electrónicas y programar cantidades y destinos para la entrega de productos. En este punto, es esencial confiar en las clasificaciones de los productos utilizados, el tamaño del empaque y el estado bromatológico de los productos. En muchos casos, el sistema evoluciona para calcular el flete, los impuestos y otros detalles de la transacción. Claramente, las transacciones a distancia no deben reemplazar el trabajo realizado tradicionalmente en el entorno del mercado. El mercado en su forma tradicional siempre debe existir, pero la emergencia causada por el COVID-19 ha demostrado que la actividad de suministro puede expandirse y ganar agilidad con un buen sistema de información.

En el cuadro 1 presentamos los principales sistemas en operación, el número de mercados participantes y el sitio web correspondiente.

En América Latina y el Caribe, 16 países cuentan con sistemas de información para actividades comerciales, los que registran precios diarios de productos hortícolas vendidos en 122 mercados mayoristas. Es un número significativo: incluye a todos los mercados nacionales de referencia, que son la base para la formación de precios, y a una parte importante de los mercados mayoristas regionales y locales.

Por otra parte, en ocho países de la región las instituciones responsables de los sistemas de información generan información estadística anual, algunas de las cuales también incluyen información sobre la cantidad vendida, el valor de la venta, el origen geográfico de los productos vendidos y herramientas dinámicas para procesar datos abiertos al público.

Este nivel de monitoreo de la actividad económica de los mercados mayoristas es un elemento distintivo e importante en la región, aunque su potencial para la generación de información y la toma de decisiones, tanto para las políticas públicas como para las actividades privadas, no se ha aprovechado del todo.

Los gobiernos nacionales y provinciales también divulgan información sobre precios, movimientos de importación y exportación y, más recientemente, la evolución de la contaminación por COVID 19. Al respecto, la FAO y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) publicaron un boletín que difunde las principales bases de datos, temas globales y regionales sobre el tema (FAO y CEPAL, 2020).



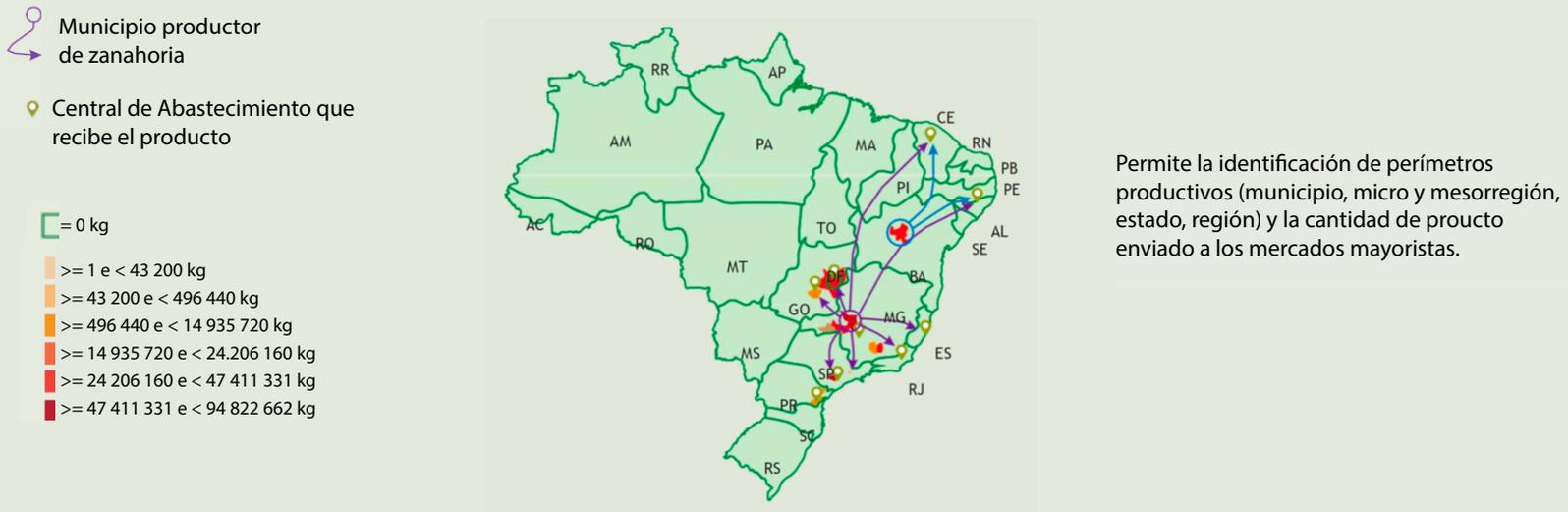
Cuadro 1. Entidades nacionales de acompañamiento de actividades comerciales de mercados mayoristas de alimentos en América Latina y el Caribe.

N°		Órgano/autarquía	Precios diarios (n° de mercados)	Estadísticas anuales	Sitio web
1	Argentina	Monitor semanal de mercados del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGYP)	1	SI	https://www.argentina.gob.ar/agricultura/monitores-de-mercado
2	Brasil	Programa de Modernización del Mercado Hortícola (Prohort)	34	SI	https://www.conab.gov.br/info-agro/hortigranjeiros-prohort
3	Estado Plurinacional de Bolivia	Observatorio Agroambiental y Productivo (OAP)	9		http://www.observatorioagro.gob.bo/
4	Chile	Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA)	12	SI	https://www.odepa.gob.cl/publicaciones/boletines/boletin-diario-de-precios-y-volumenes-de-frutas-en-mercados-mayoristas
5	Colombia	Sistema de Información de Precios y Abastecimiento (SIPSA)	14	SI	https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/agropecuario/sistema-de-informacion-de-precios-sipsa
6	Costa Rica	Sistema de Información de Mercados Mayoristas (SIMM)	1		http://www.pima.go.cr/simm/
7	Ecuador	Coordinación General del Sistema de Información Nacional (CGSIN)	4	SI	http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/precios-mayoristas
8	El Salvador	Dirección General de Economía Agropecuaria (DGEA)	1		http://www.mag.gob.sv/direccion-general-de-economia-agropecuaria/
9	Honduras	Sistema de Información de Mercados de Productos Agrícolas de Honduras (SIMPAH)	2		http://www.fhia.org.hn/htdocs/simpah.html
10	México	Sistema Nacional de Información e Integración de Mercados (SNIIM)	34		http://www.economia-sniim.gob.mx/nuevo/
11	Nicaragua	Subsistema de inteligencia de precios y mercados agropecuarios	1		
12	Panamá	Instituto de Mercadeo Agropecuario (IMA)	1		https://web.ima.gob.pa/
13	Paraguay	Servicio de Información de Mercados Agropecuarios	1	SI	http://www.mag.gov.py/index.php/institucion/dependencias/boletines-dc
14	Perú	Sistema de Información de Abastecimiento y Precios (SISAP)	5	SI	http://sistemas.minagri.gob.pe/sisap/portal/
15	República Dominicana	Mercados Dominicanos de Abasto Agropecuario (MERCADOM)	1		http://mercadom.gob.do/
16	Uruguay	Observatorio Granjero	1	SI	http://mercadomodelo.net/observatorio-granjero
TOTAL			122		

Fuente: Elaboración propia.

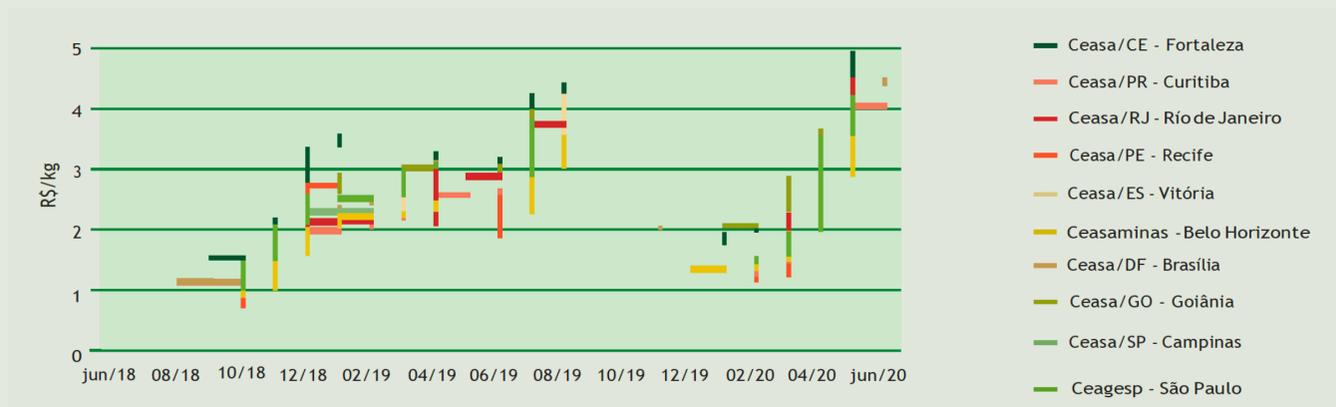
A continuación, proporcionamos un ejemplo de utilización de informaciones de mercado de parte de Brasil en el sistema Prohort.

Figura 1. Flujo de producción y comercialización de la zanahoria



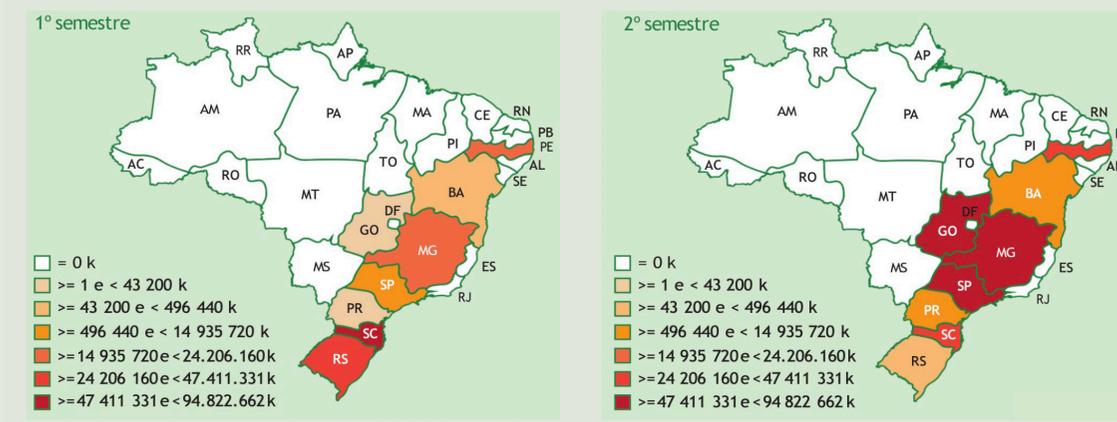
Fuente: Conab (2020).

Figura 2. Precio promedio de la cebolla en mercados mayoristas seleccionados de Brasil, 2018, 2019, 2020



Fuente: Conab (2020).

Figura 3. Regiones productoras de cebolla en Brasil, por semestre



Fuente: Conab (2020).

Figura 4. Volumen de frutas comercializadas en las principales mercados mayoristas analizados (Ceasas), 2018, 2019 y 2020



Fuente: Conab (2020).

Encuesta mensual de movimientos en mercados mayoristas (principales resultados)

En julio, la encuesta FAO-FLAMA profundizó en las inversiones en la modernización de los sistemas de comercialización en los mercados mayoristas. En ediciones anteriores de esta publicación examinamos el uso de aplicaciones para transacciones en los mercados mayoristas de alimentos; en la presente edición indagaremos en las inversiones que se han realizado en empresas y organizaciones.

La encuesta contó con la participación de 71 mercados mayoristas de alimentos presentes en 15 países de América Latina y el Caribe. Los mercados de referencia en cada país participaron en esta encuesta, además de otros mercados regionales importantes. Hubo una participación masiva de los mercados mexicanos, los que representan casi la mitad de las respuestas recibidas, aunque vale resaltar la presencia significativa de mercados de Brasil y Argentina. Territorialmente, estos son los tres países más grandes de la región, por lo que el alcance de esta encuesta es invaluable para cubrir a una gran parte de la población latinoamericana (ver Figura 5).

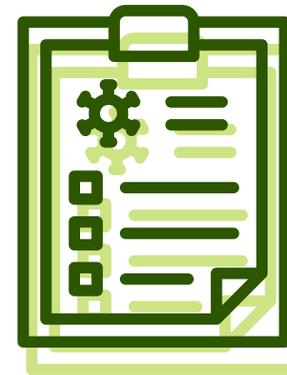
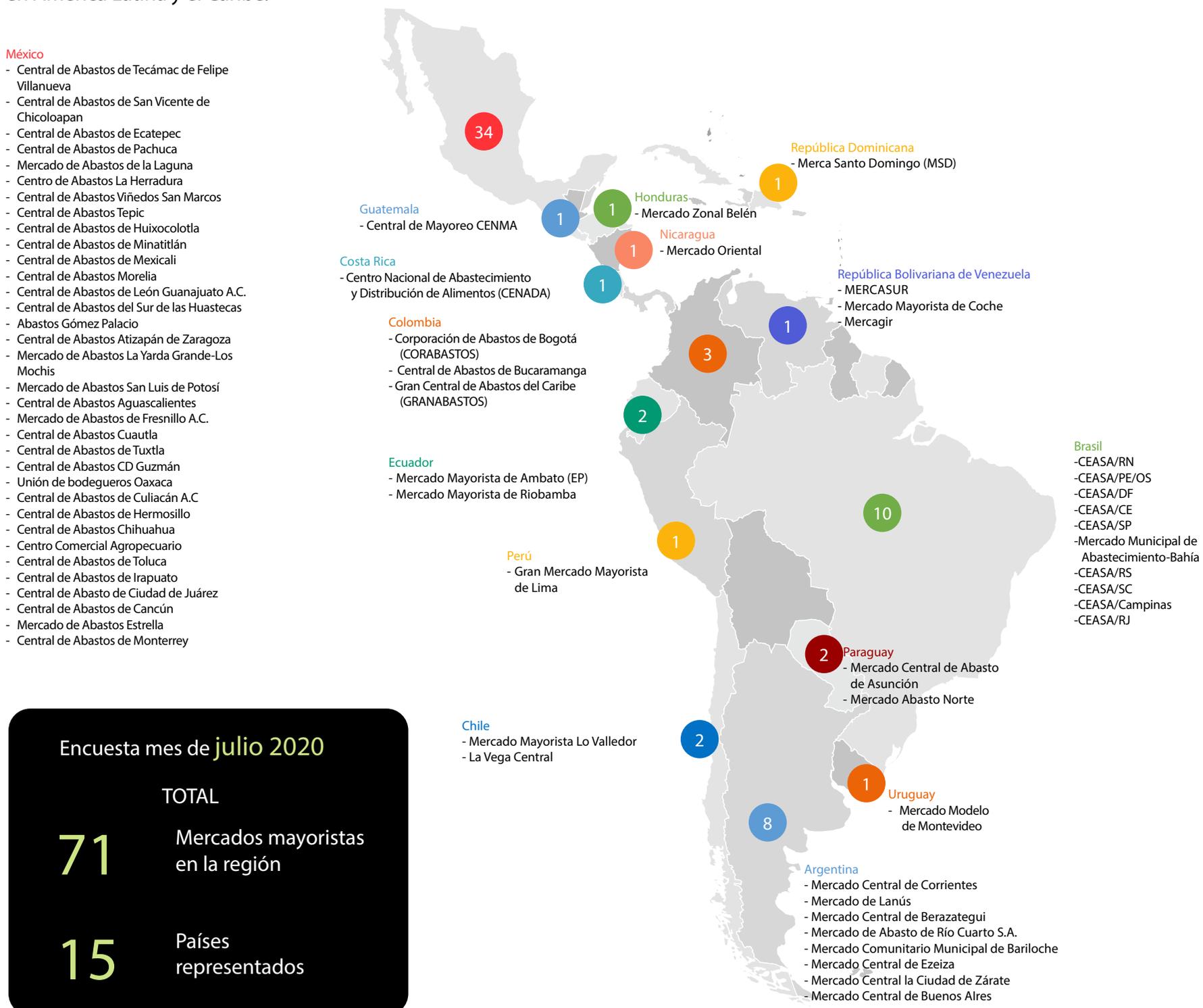


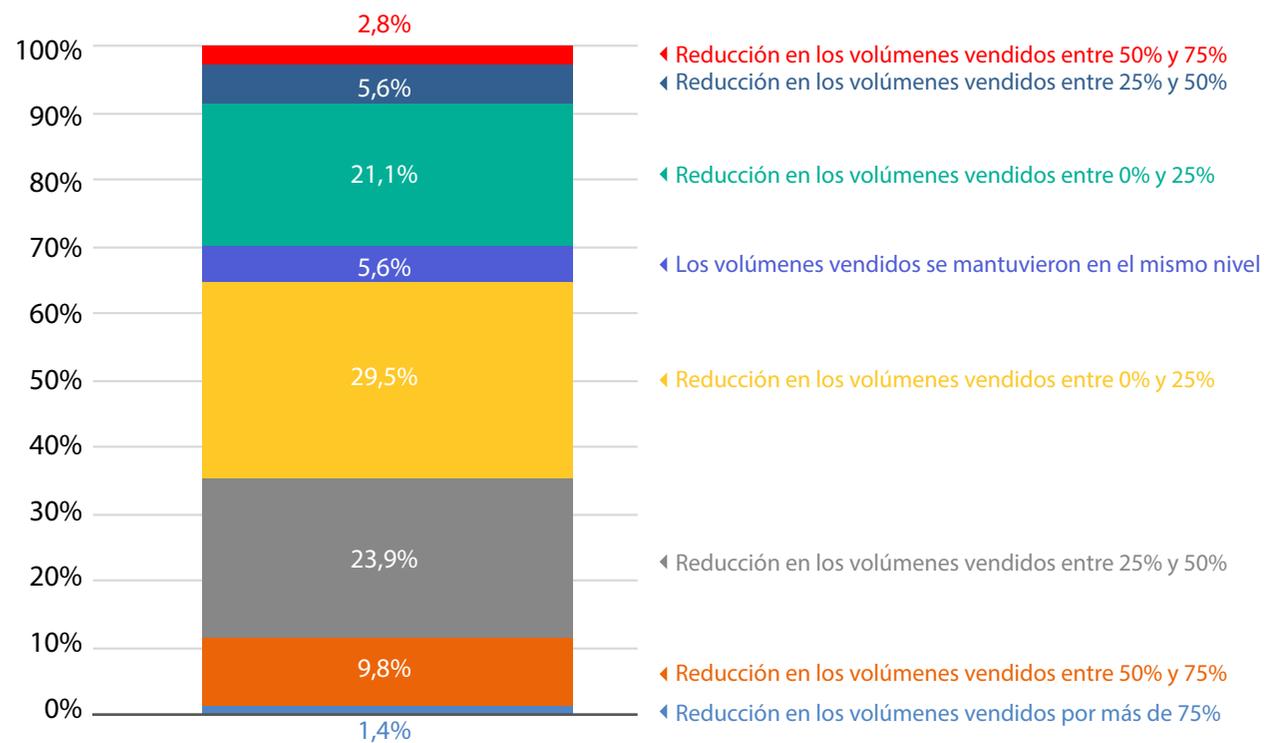
Figura 5. Entidades nacionales de acompañamiento de actividades comerciales de mercados mayoristas de alimentos en América Latina y el Caribe.



Fuente: Encuesta FAO-FLAMA, julio 2020.

La encuesta arranca intentando evaluar el impacto aproximado del COVID-19 en la demanda de alimentos en las centrales de abastecimiento. Como pudimos apreciar en sondeos previos, hubo una reducción notable en el volumen vendido, ya que el sector de hoteles, restaurantes y cafeterías (HORECA) disminuyó sus compras en la mayoría de los países. Por lo tanto, la pregunta 1 buscaba evaluar si esta reducción en la demanda del segmento institucional habría sido compensada por otras áreas, incluidas las ventas directas al consumidor. Los resultados indican que dicha reducción no fue compensada por el aumento en el consumo de los hogares (Ver Figura 6).

Figura 6. Impacto del COVID-19 en los volúmenes de comercialización de los mercados mayoristas.



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta FAO-FLAMA, julio de 2020.

El 54% de los mercados mayoristas redujo los volúmenes negociados hasta en un 50%. En términos generales, dos terceras partes de los mercados informaron disminuciones en los volúmenes negociados. En cambio, prácticamente un tercio registraron aumentos en los volúmenes. En ocho mercados, las ventas disminuyeron en más del 50%, a saber en: Argentina (1), Ecuador (2), México (4) y la República Bolivariana de Venezuela (1). Por otro lado, en dos mercados hubo un aumento en las ventas superiores al 50%, en México y la República Bolivariana de Venezuela.

La gran pregunta entre los mercados es cómo obtener recursos para realizar inversiones en vista de la pérdida del volumen que se planeaba comercializar. En este sentido, la investigación planteó una segunda pregunta para comprender el origen de los recursos aplicados (ver Figura 7).

Figura 7. Principales fuentes de recursos de inversión de los mercados mayoristas para combatir el COVID-19.



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta FAO-FLAMA, julio de 2020.

La Figura 7 indica que, de los 71 mercados participantes, 55 han echado mano de sus propios recursos. Estos se pueden combinar y complementar con aportes del gobierno, o incluso préstamos bancarios. Con algunas excepciones, como Uruguay, donde existe un "impuesto de coronavirus" que cubre parte de las inversiones, existen muy pocas alternativas, como aumentar la contribución de los comerciantes o "cobrar peajes" a los asistentes al mercado. La situación de emergencia de salud exigió que los mercados mayoristas de la región llevaran a cabo varias iniciativas para combatir y prevenir la propagación del COVID-19.

Como se identificó en FAO y FLAMA (2020a), lo anterior supuso adoptar, con el tiempo, medidas progresivas de divulgación, cambios operativos, acciones de saneamiento masivo e instalación de unidades de salud para usuarios y agentes del mercado.

En suma, la mayoría de los mercados mayoristas han utilizado sus propios recursos para llevar a cabo estas son propios de los mercados (55), seguido de aportes de los comerciantes (38). Un número más limitado de mercados contó con el apoyo presupuestario de los gobiernos municipales (17), estatales (7) y federales (5). Tres mercados recurrieron a préstamos bancarios y uno fue apoyado por recursos internacionales.

Esta información revela dos aspectos importantes.

i. Los mercados mayoristas desempeñan un importante papel económico y social en los sistemas alimentarios locales y han demostrado una capacidad de respuesta rápida y diversa para crear e implementar soluciones sanitarias. El uso de recursos propios y agentes del mercado, además indicar que la mayoría de los mercados pueden movilizar recursos financieros y técnicos en situaciones de emergencia, una situación positiva en términos de autonomía presupuestaria.

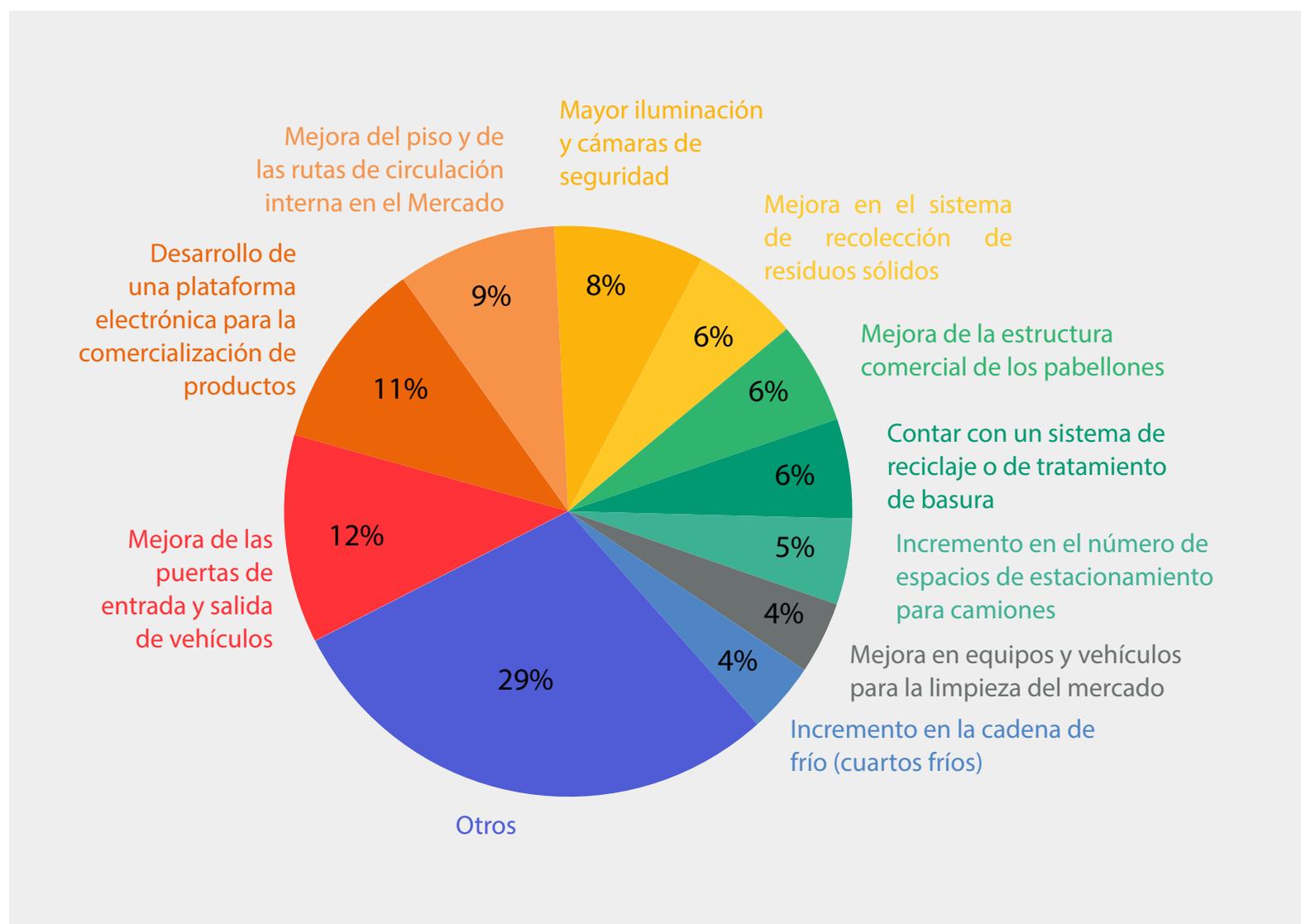
ii. Por otro lado, los datos dan a entender que una gran parte de los mercados apoyó gastos e inversiones no planificadas previamente debido a la rápida evolución de la pandemia. Este aspecto debe ser objeto de atención específica por parte de los gobiernos y las agencias de desarrollo, de modo de garantizar la salud financiera de los mercados mayoristas y los recursos para hacer las inversiones que sean necesarias para enfrentar la crisis actual y, sobre todo, para desarrollar un nuevo modelo comercial y de salud más eficiente y adecuado en términos ambientales y sanitarios.

La tercera pregunta, de selección múltiple, refiere a las inversiones en los centros de suministro, buscando conocer cuáles serían prioritarias para que el mercado pudiera aumentar su eficiencia. Se presentó una lista de 17 alternativas.¹ Los resultados indican que los mercados mayoristas están muy preocupados por dos temas principales: infraestructura y sistemas de información. El ítem ponderado más citado en

¹ Se solicitaron tres respuestas como máximo, pero muchos participantes marcaron más de las establecidas. Dado que ese hecho daba cuenta de que por lo general los mercados tienen más de tres prioridades, se estableció una ponderación, considerando un peso menor cuando se marcaron más alternativas de las que se habían pedido.

esta sección fue “Puertas de entrada y salida de vehículos mejoradas” (12%), seguido de “Desarrollo de una plataforma electrónica para la comercialización del producto” (11%). Teniendo en cuenta las respuestas de los 71 mercados, se tomaron los principales puntos destacados, agrupando a los demás como “otros” (ver Figura 8).

Figura 8. Prioridades de inversión para mejora del funcionamiento de los mercados mayoristas.



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta FAO-FLAMA, julio de 2020.

Los mercados muestran, además, una gran preocupación con los aspectos del control sanitario, la mejora de las operaciones y la mejora de los recursos computarizados del mercado para que se pueda promover la transición a las transacciones virtuales. No hay duda de que muchas inversiones surgen de las necesidades planteadas por las autoridades sanitarias de cada país, pero otras están vinculadas con un cambio que se está produciendo en la relación entre compradores y vendedores.

Cuando se les preguntó sobre las prioridades de inversión, las autoridades de los mercados mayoristas enumeraron un conjunto significativo de alternativas. A pesar de la diversidad de tamaño, estructura operativa y propiedad de los mercados, algunos aspectos pueden destacarse como relevantes para los análisis de la necesidad de inversiones para modernizar los mercados mayoristas en la región.

La necesidad de mejoras en la infraestructura de logística y acceso refleja una demanda histórica de varios mercados antiguos con infraestructura poco desarrollada u obsoleta. Aspectos como la mejora de las puertas de entrada y salida, la mejora del piso y las rutas de circulación, la iluminación y la estructura comercial de los pabellones representan el 35% de las prioridades elegidas. De esta manera, reflejan un déficit de décadas de inversiones en infraestructura básica en los mercados mayoristas.

Por otro lado, es importante destacar que las inversiones en agendas con una “mirada al futuro” están en el radar de las autoridades del mercado. El desarrollo de una plataforma de comercialización de productos es individualmente la segunda opción más elegida (11% en el promedio ponderado). Esta demanda refuerza los aspectos que se verificaron en la segunda edición de este boletín (FAO y FLAMA, 2020b), donde se identificó la rápida adhesión de los mercados mayoristas a los sistemas comerciales basados en aplicaciones y plataformas electrónicas. En suma, las condiciones impuestas por la pandemia obligaron a una modernización decisiva en un tiempo rápido.

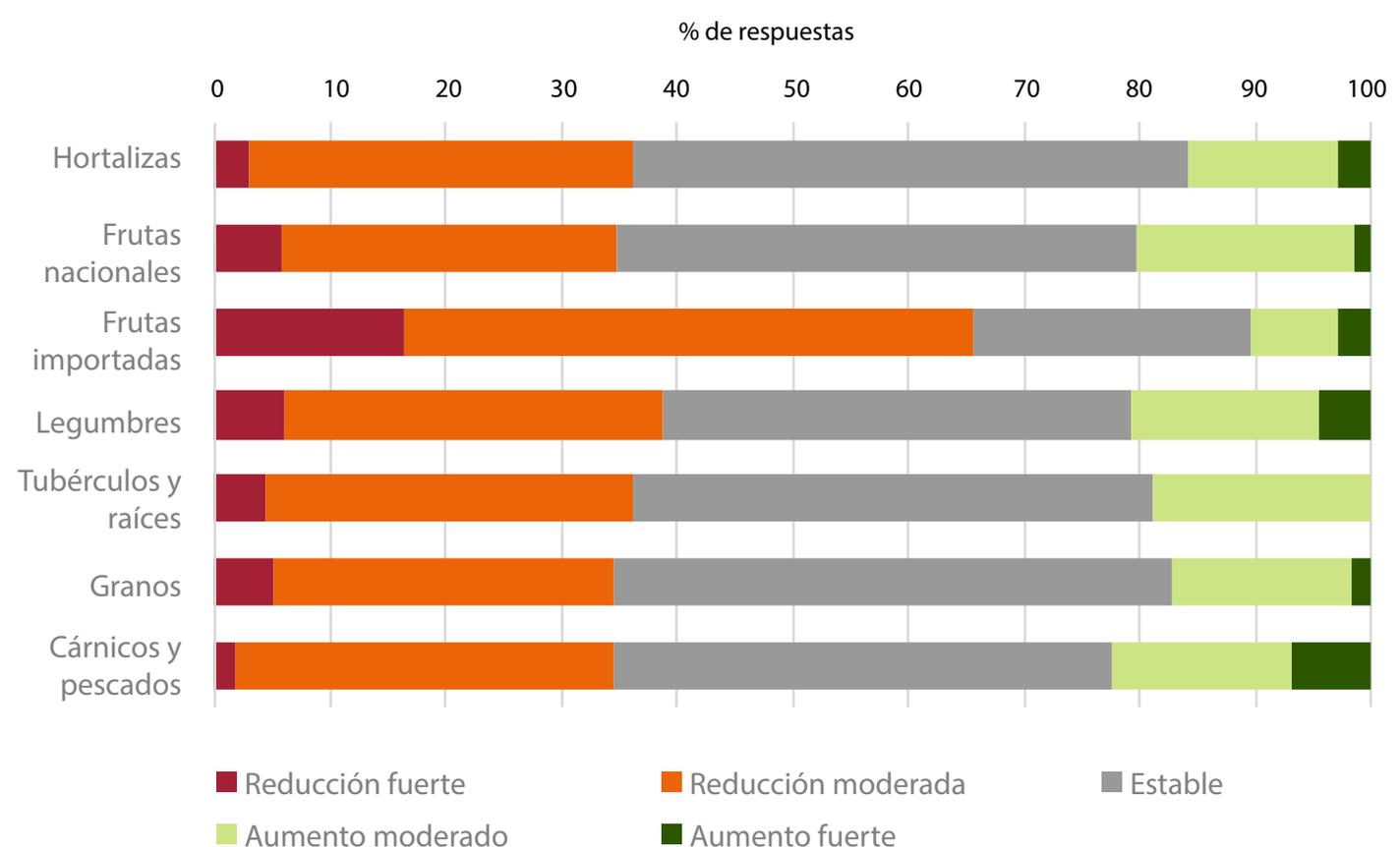
También surgen inquietudes ambientales, como los sistemas para la recolección de residuos sólidos y el sistema de reciclaje (ambos con 6%) y la conservación de alimentos (aumento de la cadena de frío con 4%).

En otras palabras, la modernización del sector debe pasar por varias estrategias combinadas. Varios mercados deben remediar y resolver deficiencias básicas en infraestructura que han existido durante décadas, así como crear incentivos de inversión para reestructurar y transformar los modelos tradicionales de comercialización en mercados modernos, conectados y sostenibles.

En este tercer mes los mercados aún exhiben una demanda, precios y oferta estables. Sin embargo, ha comenzado a advertirse un cierto deterioro en las condiciones de suministro de algunos productos y aumentos ocasionales de los precios. En cierto sentido, esto es un reflejo de las reducciones en la demanda que se han registrado en los últimos meses. Con la caída de la demanda de alimentos debido a la baja actividad económica y la reducción generalizada de los ingresos de los consumidores, la oferta de productos colocados en los mercados mayoristas se contrajo y, en un segundo momento, también aumentaron los precios.

La mayoría de los productos pesquisados en la encuesta mostraron estabilidad, aunque con una caída moderada en la oferta. En todos los casos, menos del 20% de las respuestas de los mercados encuestados apuntaban a un aumento de la oferta. El caso más llamativo es el de las frutas importadas, para las cuales dos terceras partes de los mercados mostraron reducciones en la oferta (ver Figura 9).

Figura 9. Comportamiento comercial de los mercados mayoristas respecto de la oferta de productos durante julio de 2020.



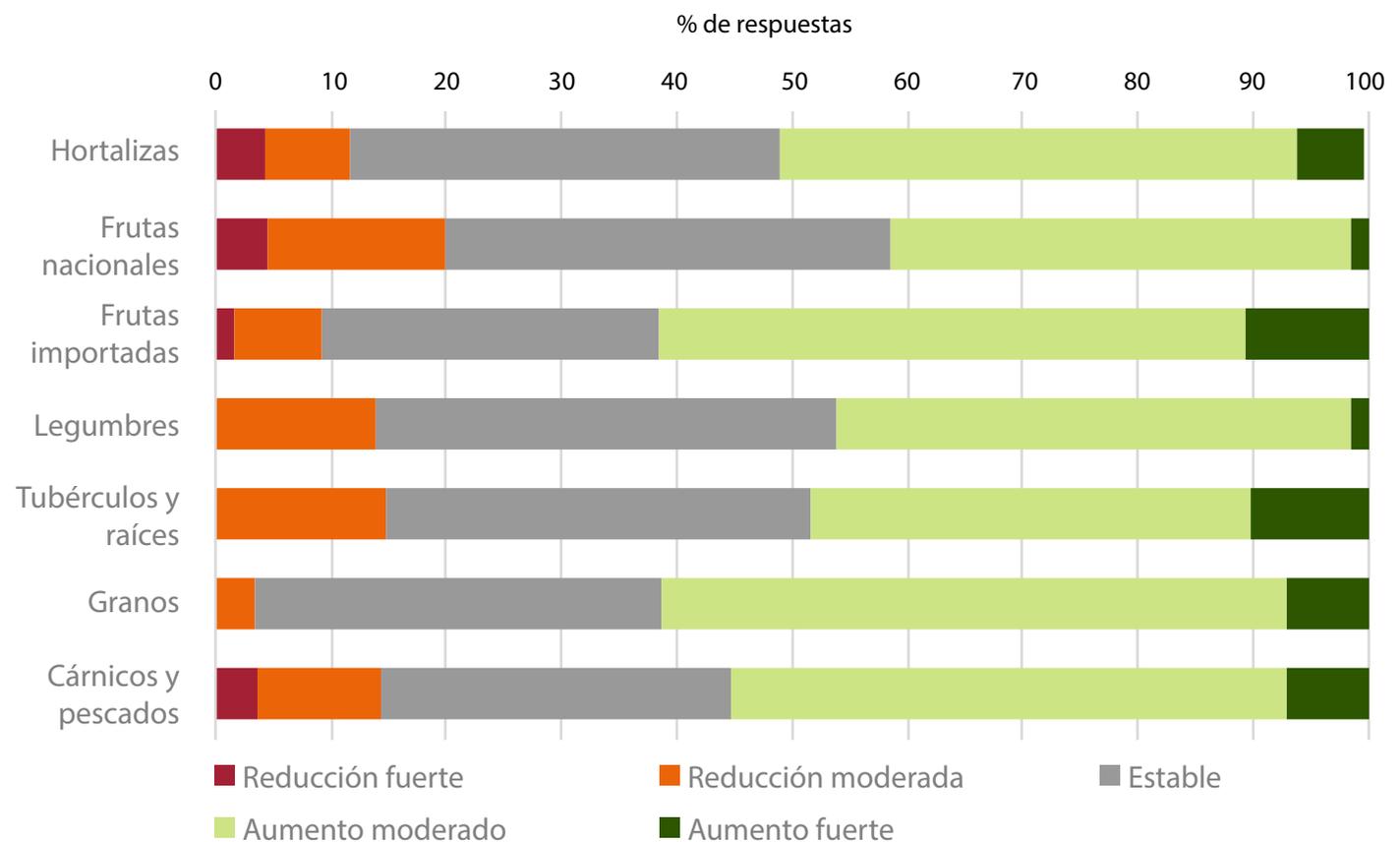
Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta FAO-FLAMA, julio de 2020.

Con respecto a los precios, la tendencia es al alza. En prácticamente todos los productos encuestados, más del 50% de los mercados mostraron aumentos moderados o fuertes. La situación parece ser más complicada en el caso de las frutas importadas. Con la devaluación del tipo de cambio y las restricciones sanitarias en las fronteras de algunos países de la región, la oferta de frutas disminuyó de manera considerable, con el consiguiente aumento de los precios. En Brasil hubo un aumento en los precios de kiwi, uvas y peras. En otros países, el aumento se dio para durazno, manzana, uva, fresa y ciruela, entre otros.

Muchos mercados mayoristas de alimentos comentan que los aumentos de precios se deben más a variaciones estacionales que a aspectos relacionados con la especulación. Con la llegada del invierno al hemisferio sur, muchos productos tienen una oferta reducida, como es el caso de la mayoría de las verduras sensibles al frío. También se observaron aumentos en los precios de tubérculos y las raíces, como papas,

cebollas y batatas (camote). Por otro lado, hubo aumentos no estacionales en los granos, como frijoles, arroz y maíz. Un caso importante es el aumento observado en pescados y mariscos sobre el cual se prohibió la comercialización, que fue lo que pasó en Ecuador.

Figura 10. Comportamiento comercial de los mercados mayoristas respecto de los precios de productos durante el mes de julio 2020.

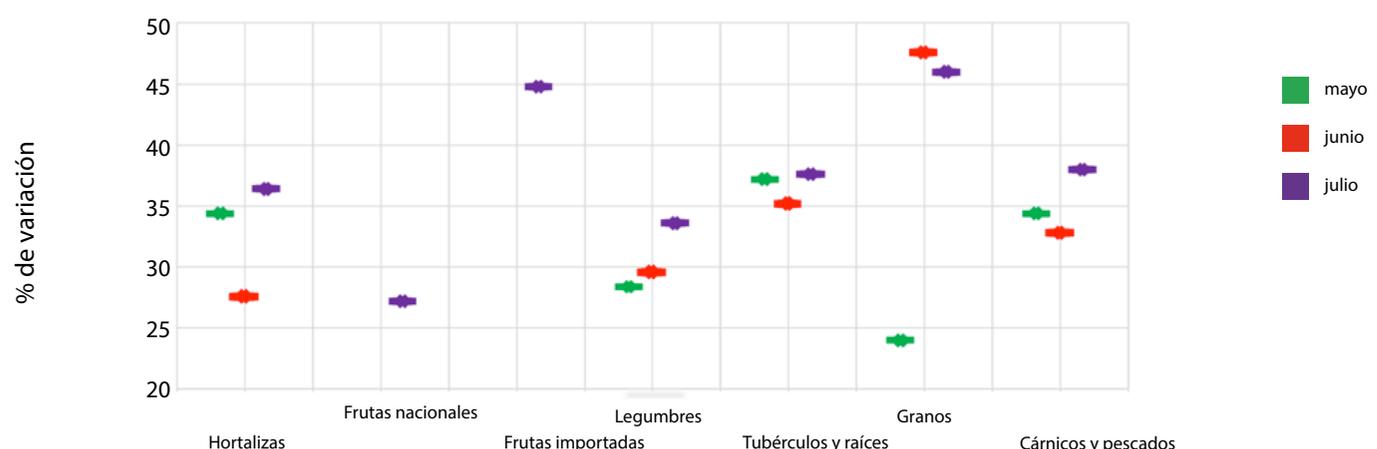


Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta FAO-FLAMA, julio de 2020.

En las encuestas mensuales es posible asignar un puntaje a las respuestas presentadas a la demanda, los precios y la oferta. La calificación otorgada tiene en cuenta hasta qué punto los valores de la demanda, los precios y la oferta se desvían de la estabilidad total y estos valores pueden transformarse en porcentajes. En el caso de los precios, tomamos la variación en relación con la normalidad en los meses de mayo, junio y julio, cada uno de estos meses está representado con una marca de color específica, y en los primeros dos meses no tuvimos estimaciones para frutas importadas y frutas nacionales.

Los resultados presentados en la siguiente figura demuestran una situación peculiar en relación con los precios. En los tres meses encuestados y para todos los productos, la variación fue positiva, es decir: los precios subieron. Además, en todos los casos, a excepción de los granos, en promedio los precios del mes de julio estuvieron por encima de los de junio. Dada la pequeña muestra recolectada en mayo, estos precios pueden no reflejar la realidad de la región, pero junio y julio confirman la tendencia al alza, con los mayores aumentos en la categoría de granos, lo que confirma la observación realizada con respecto a las respuestas individuales (ver Figura 11).

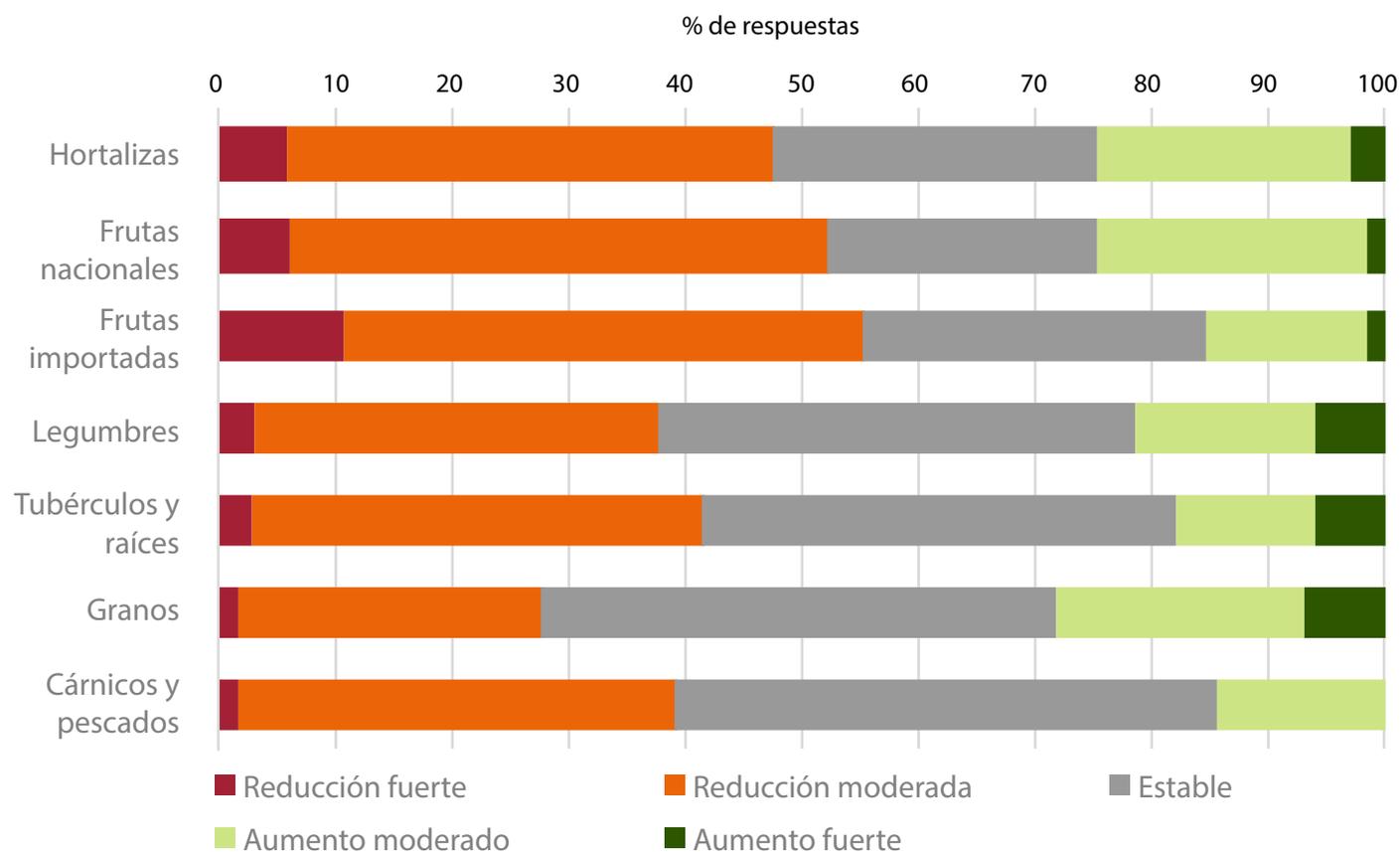
Figura 11. Variación en la percepción sobre los precios (%) de los productos, mayo, junio y julio de 2020.



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta FAO-FLAMA, julio de 2020.

Finalmente, en relación con la demanda, existe una tendencia hacia una reducción en todos los productos. Los descensos más pronunciados se dan en frutas importadas y carne y pescado. Estos productos tuvieron problemas de oferta que terminaron reflejándose en los precios, pero, sobre todo, son artículos de mayor valor y reciben un claro impacto de la reducción de los ingresos del consumidor (ver Figura 12). En comparación con los meses anteriores, hubo un ligero cambio en las escalas: donde antes se observó un predominio de la estabilidad, ahora esta ha sido remplazada por una reducción en la demanda. Se espera que estos movimientos cambien la dinámica de los mercados hacia una tendencia de incremento en la venta de productos más perecederos y de menor valor agregado.

Figura 12. Comportamiento comercial de los mercados mayoristas respecto a la demanda de productos durante el mes de julio 2020.



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta FAO-FLAMA, julio de 2020.

Bibliografía



Conab, 2020. Boletim Hortigranjeiro – 21/01/20. Boletim N.º 7. Brasil. (disponible en: <https://www.conab.gov.br/info-agro/hortigranjeiros-prohort/boletim-hortigranjeiro>).

FAO y CEPAL, 2020. Disponibilidad de datos estadísticos para enfrentar la pandemia de COVID-19. Santiago. (disponible en: <https://doi.org/10.4060/ca9915es>).

FAO y FLAMA. 2020a. Mercados mayoristas: acción frente al COVID-19. Roma. (disponible en: <https://doi.org/10.4060/ca8442es>).

FAO y FLAMA. 2020b. Mercados mayoristas: Acción frente al COVID-19 – 16/06/2020. Boletín N.º 2. Santiago. (disponible en: <https://doi.org/10.4060/ca9535es>).

FAO y FLAMA. 2020c. Mercados mayoristas: Acción frente al COVID-19 – 22/07/2020. Boletín N.º 3. Santiago. (disponible en: <https://doi.org/10.4060/cb0218es>).

Las fronteras mostradas y los nombres y las designaciones empleados en este mapa no implican, por parte de la FAO, juicio alguno sobre la condición jurídica de países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites. Las líneas discontinuas en los mapas representan fronteras aproximadas respecto de las cuales puede que no haya todavía pleno acuerdo.

Oficina Regional para América Latina y el Caribe
RLC-Sistemas-Alimentarios@fao.org
Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura



Algunos derechos reservados. Esta obra está bajo una licencia de CC BY-NC-SA 3.0 IGO

FAO y FLAMA. 2020. *Mercados mayoristas: Frente al COVID-19 – 18/08/2020*. Boletín N.º 4. Santiago. <https://doi.org/10.4060/cb0634es>