



# **MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y ALIMENTACIÓN**

## **Sistema de Información de Mercados Agrícolas -SIMA-**



**Guatemala, Septiembre 2015**



Gobierno de Guatemala

Ministerio de Agricultura,  
Ganadería y Alimentación



# Introducción

- El MAGA tiene dentro de sus funciones, la formulación de políticas de desarrollo agropecuario y establecer mecanismos que contribuyan a la seguridad alimentaria y nutricional de la población, así como diseñar, en coordinación con el Ministerio de Economía, las políticas de comercio exterior de productos agropecuarios e impulsar el desarrollo empresarial de las organizaciones agropecuarias para fomentar el desarrollo productivo y competitivo del país, entre otras.
- Para ello, debe contar con *información estratégica* que le permita *tomar las decisiones* más adecuadas, así como proporcionar información a otras instituciones relacionadas, y a participantes de las cadenas productivas y agroalimenticias del país.
- En este contexto, funciona el ***Sistema de Información de Mercados Agrícolas (SIMA)***, en la Dirección de Planeamiento del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación.





# Antecedentes

La Unidad Sectorial de Planificación Agropecuaria y de Alimentación (USPADA) pasa a conformar el GRUPO UNICEA, el que a su vez en 1998 pasa a formar parte de la Unidad de Políticas e Información Estratégica -UPIE-

**1997**



En el Área de Información de dicha Unidad se retoma el Sistema de Información Estratégica Agropecuaria -SIEA- y se da vida al Sistema de Información de Mercados -SIM-, con el propósito de generar información confiable, oportuna y precisa acerca de precios de productos agropecuarios.

**1998**



Con la Reestructuración del MAGA, la Unidad de Políticas e Información Estratégica -UPIE- pasa a ser la Dirección de Planeamiento (DIPLAN), así mismo el Sistema de Información de Mercados es incorporado al Departamento de Comercio Internacional, donde funciona actualmente

**2011**



Se inicia la captura de precios pagados por el consumidor en los diferentes mercados de las cabeceras departamentales del país, a través de los técnicos de las sedes departamentales del MAGA, que son ingresados semanalmente al Sistema de Monitoreo de Cultivos.

**2008**



## Objetivo general del SIMA del MAGA

Generar información de calidad y confiable para formular políticas, planificar, evaluar y dar seguimiento, a las actividades productivas agropecuarias que conllevan el desarrollo de los productores y sus familias.





# Objetivos específicos

- Incrementar la *disponibilidad y mejorar el acceso de los productores* rurales y otros sectores vinculados al encadenamiento productivo a la información de mercados, confiable y oportuna, mediante la operación de diversos mecanismos o servicios públicos y privados
- Estudiar el *comportamiento de los precios* de productos agropecuarios en los principales mercados mayoristas y minoristas del país , tanto en la capital como en los 22 departamentos
- Llevar un *sistema automatizado* de captura, registro y proceso de información de precios, de productos agropecuarios.
- Dar a *conocer el potencial productivo* de los departamentos y municipios para promover inversiones en la localidad.
- Contar con *información estratégica* actualizada, organizada y sustentada en un marco conceptual basado en una concepción amplia e integral de la agricultura y la vida rural de Guatemala



# Precios monitoreados en la cadena comercial

- **Precios de transportistas y de centros de acopio rurales:**
  - Información para granos básicos; los precios de los centros de acopio son un referente, facilitados por transportistas y productores informantes.
- **Precios al mayoristas:**
  - Es información diaria de los principales mercados mayoristas de la ciudad de Guatemala, mismos que son los representativos y fijan los precios en el país.
- **Precios pagados por el consumidor:**
  - Información diaria, en los mismos mercados de mayoristas; utilizados como referente, dado a que otras entidades estatales se encargan de los mismos.
  - A nivel de los 22 departamentos, cada semana, se monitorean precios en el principal mercado de la cabecera departamental, lo realizan las sedes departamentales del MAGA.
- **Precios en zonas de producción:**
  - Utilizamos la información facilitada por FAO/GUATEMALA, para maíz y frijol, que obtienen semanalmente, a nivel de comunidades del país, y es difundido en un informe mensual.

# Fuentes de Información

- Principales mercados y entidades de monitoreo de precios
  - Mercado La Terminal
  - Central de mayoreo –CENMA–,
  - Depósito de granos 21 calle, zona 1.
  - Mercados cantonales
  - Principal mercado de cabecera departamental (22 deptos.)
  - Empresas distribuidoras de insumos
  - Empresas avícolas y pecuarias que facilitan información
- Información secundaria utilizada para nuestros análisis
  - Instituto Nacional de Estadística, INE
  - Banco de Guatemala
  - Dirección de atención y asistencia al consumidor (DIACO)
  - Información que publica el sector privado
- Otras
  - CAC, FAO, CEPAL, etc.
  - SIMAs, de países centroamericanos y otros



# SELECCIÓN DEL MERCADO

**Centro de acopio, feria = Productor**

**Mercado mayorista = Oferta**

**Mercado detallista = Demanda**

**Mercado local = Precios**

**Mercado regional = Tendencias**

**Mercado nacional = Perspectivas**





## **Elaborar mapa regional de la producción agropecuaria:**

- ✓ **Visualizar zonas de cultivo**
- ✓ **Definir las rutas de comercio (canales de comercialización)**

**Inventario de mercados**



## **Determinar el área de influencia de los mercados**

### **Área geográfica de producción**

#### **Actores o agentes económicos:**

- **Productores**
- **Transportistas (coyotes)**
- **Mayoristas (determinación del precio)**
- **Minorista o detallista**
- **Plantas procesadoras**
- **Exportadores e importadores**
- **Agencias gubernamentales**
- **Asociaciones de productores/consumidores**
- **Consumidor final**

## Debe considerarse que:

- Los precios se determinan en los mercados urbanos
- El mercado de mayoristas tiene influencia en todos los niveles de mercados (Termómetro)





# Cobertura Temática del Sistema

No	GRUPOS DE PRODUCTOS	CANTIDAD DE VARIABLES (por tamaño, calidad, procedencia, etc.)
1	Granos Básicos	21
2	Frutas y hortalizas	76
3	Nueces, especies, condimentos y aromáticos	8
4	Otros granos y oleaginosas	5
5	Productos pecuarios	21
6	Carnes de corte	27
7	Abarrotes	20
8	Hidrobiológicos	28
9	Flores de corte	9



# Frecuencia de Investigación

No	Grupos de Productos	Días de Captura de Información				
		L	M	M	J	V
1	Granos Básicos					
2	Frutas y Hortalizas					
3	Nueces, Especies, Condimentos y Aromáticos					
4	Otros Granos y Oleaginosas					
5	Productos Pecuarios					
6	Abarrotes					
7	Hidrobiológicos					
8	Flores de Corte					
9	Cortes de Carne					





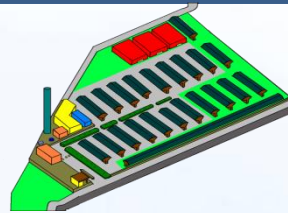
# Proceso de captura de información

## Horario



Captura de Información de 6:00 a 9:00, horario en que se fija el precio

## Recorrido de Muestreo



Determinado por la ubicación de los puestos y número de informantes por producto

## Producto

FICHA DE CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO		
CARACTERÍSTICAS	DESCRIPCIÓN	
Producto	Guicoy Tierno	
Nombre Científico	Cucurbita pepo	
Denominación Comercial	Primera	
Uso Previsto	Consumo Fresco	
Principales Variedades	Criollo, Bimbi, Kintley Field	
Unidad de Medida al Mayorista	Caja 7 Decenas	
Unidad de Medida al Consumidor	Docena	
Sección Transversal	6 x 6 cm.	
Sección Longitudinal	5 x 6 cm.	
Peso Aproximado	151 - 195 gr.	
Vida de Anaqueo	2 x 3 Días	
Principales Orígenes	Jalapa, Chimaltenango, Sacatepéquez	
Estacionalidad de la Producción		

El Producto es debidamente caracterizado (Tamaño, calidad, presentación, etc.)

## El Precio



Los valores de precios al mayorista y consumidor, corresponden al promedio de las cifras provenientes de diferentes puntos de muestreo (puestos de venta)

## Información que se Captura



El precio al mayorista, el pagado por el consumidor, factores que inciden en el precio, Descriptivas: comportamiento de la oferta y demanda procedencias

## Entrevista



Se entrevista de 3 a 4 informantes por producto



# Proceso de validación y divulgación

## Ingreso de Datos



El técnico de información digitaliza los datos a la base

## Validación de los Datos



La información se verifica; si hay precios inconsistentes se devuelve al técnico para su confirmación

## Integración de la Información



Integración de precios con otras variables que se recopilan dentro del departamento para generación de información

## Divulgación

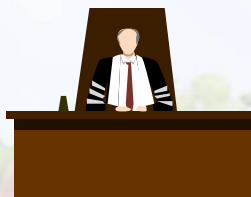


Anuarios



Boletines Periódicos

## Aprobación de los Diferentes Reportes



La Dirección de DIPLAN aprueba los diferentes informes para su publicación

## Generación de Información



Se generan diferentes tipos de reportes: semanales, mensuales, anuales y coyunturales



Gobierno de Guatemala

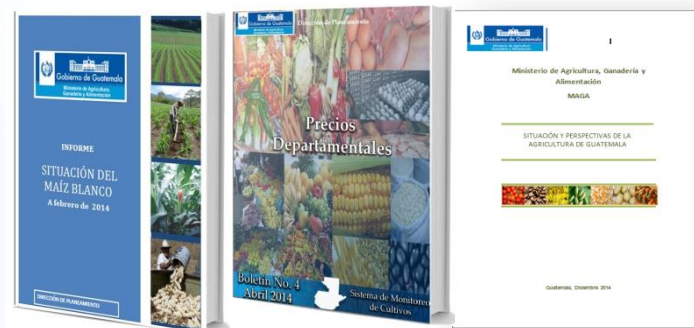
Ministerio de Agricultura,  
Ganadería y Alimentación



# Productos generados

## Estadísticas, estudios de situación y coyunturas:

- Boletines semanales y mensuales de precios
- Informes trimestrales de situación de maíz y frijol
- Series históricas de precios mensuales
- Fichas de mercado
- Anuarios estadísticos de precios
- El agro en cifras
- Hojas de balance
- Perfiles comerciales
- Informes de coyuntura y/o emergencia







# Usuarios de la información





**SIINSAN**

Sistema Nacional de Información, Monitoreo  
y Alerta de la Inseguridad Alimentaria y Nutricional



## Relación SIMA con otras entidades



**CPD**

*"Commodity Price Database"*  
Chemonics International Inc.







# Dirección de planeamiento DIPLAN

<http://web.maga.gob.gt/diplan/>

<http://smc.maga.gob.gt/giews/pricetool/>

[http://216.230.129.45/maga/menu\\_publico.jsp](http://216.230.129.45/maga/menu_publico.jsp)