

**CONSULTORIA PARA LA EVALUACIÓN DE LOS SISTEMAS DE
INFORMACIÓN DE MERCADOS AGRÍCOLAS Y PECUARIOS DE LOS
PAISES MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN DE INFORMACIÓN DE
MERCADOS DE LAS AMERICAS (OIMA)**

PROPUESTA TÉCNICA

Proponente: Economista Gilberto Mendoza Villalobos.

Presentación

La presente, es la Propuesta Técnica del título arriba anotado, que se ajusta luego de su aprobación por parte de IICA-OIMA, e introduce los cambios y sugerencias solicitados por IICA en su oficio MIA/SCT-CA-107 de 19 de abril 2005. También se pone al día con los resultados de la reunión de OIMA en Ottawa, 7 al 11 de mayo, 2005.

El documento con la propuesta original ha sido retocado y ajustado para cumplir con las demandas del oficio de IICA antes citado. Se introduce una nueva tabla, que es la Tabla No 1, denominada “Diagrama de flujo y matriz de los procesos y productos” que se elaborarán en el trabajo de campo y en la visita al Sistema Informativo de Mercados Agropecuarios, SIMA, en cada país miembro de OMA. Este Diagrama fue solicitado en el oficio de IICA, antes mencionado.

Los tiempos de estadía del investigador en cada país se ajustan a un máximo de 5 en cada país; aspecto también solicitado en el oficio de IICA.

Los ajustes en el aspecto técnico se reflejan en el aspecto económico de la propuesta, todo lo cual queda integrado en los dos documentos que conforman la propuesta: la técnica y la económica.

1.0 Antecedentes.

Los técnicos proponentes han tenido oportunidad de conocer la mayoría de los sistemas informativos de precios y mercados agropecuarios existentes en América Latina y el Caribe (ALC), también el que desarrolla el USDA de los EEUU. Este conocimiento nace de hechos como haber cooperado en la creación y asesoría en la etapa de despegue de algún sistema; también por haber participado en evaluaciones en alguna fase de su desarrollo, a petición del ente ejecutor. Otro contacto con estos sistemas informativos ha ocurrido por medio de visitas técnicas o de asistencia a talleres de capacitación, seguimiento y evaluación en alguna oportunidad en diversos países. Estos eventos son descritos en las hojas de vida de los proponentes, con las comprobaciones a que haya lugar.

Los consultores observan los tres ámbitos o fases que, por lo general, componen los sistemas de información de mercados, y que define muy bien la convocatoria de IICA/OIMA en su numeral 2.1, a saber:

- Metodología para la recolección de datos
- Procesamiento y análisis de la información
- Mecanismos de difusión

Los consultores consideran que en dos primeros componentes hay relativos buenos logros en la actual fase de desarrollo de los sistemas de información en la mayoría de los países, pero donde ha habido y persisten falencias es en el punto tercero relativo a la difusión de la información, y especialmente en alcanzar alguna eficacia para el sector de beneficiarios más reconocido como **grupo objetivo**: los pequeños y medianos productores, microempresarios transformadores, pequeños comerciantes y sector solidario.

Los Ministerios de Agricultura en los países son las entidades más interesadas en la operación de estos servicios informativos, han invertido importantes recursos durante cuatro o más décadas, pero también pueden ser los organismos más decepcionados con los resultados en eficiencia y eficacia, principalmente en ALC.

Los sistemas informativos de precios y mercados agropecuarios que operan en la región han sido evaluados en alguna oportunidad, de manera más o menos apropiada, y se han encontrado sus mayores fallas en la fase de difusión de los datos. Pero las medidas correctivas en este aspecto no siempre han sido las apropiadas; es acá también donde las evaluaciones no han sido las mejores ni las más imparciales. Suelen abundar las encuestas hechas por correo a los clientes de la lista de usuarios, que normalmente son los mejor dotados de servicios de comunicación (comerciantes, empresas comerciales, instituciones públicas y privadas de comercio y desarrollo, ONGs), y quienes generalmente opinan bien sobre los servicios informativos. Pero las evaluaciones llegan muy poco a las organizaciones de pequeños y medianos productores, a microempresas de transformación, a potenciales exportadores, a organizaciones de pequeños comerciantes detallistas, y a todo un sector de la economía informal o semiformal que queda por fuera del servicio informativo, y que normalmente carece de acceso al internet, pero que constituyen la columna vertebral de la agricultura alimentaria en nuestros países.

Preocupados por este antecedente, la presente propuesta hará énfasis en conocer el alcance de los procesos de difusión de la información, su alcance para la economía campesina y para fortalecer canales de comercialización de pequeños y medianos microempresarios y organizaciones gremiales del sistema alimentario en los países. Acudirá a información secundaria (evaluaciones publicadas) y de ser necesario, a información primaria mediante la ejecución de algunas encuestas de comprobación que realizarán los consultores, según se explica en la metodología del punto 3.3.1.

Otra falencia en los sistemas informativos de precios y mercados agropecuarios y que parece importante para los presentes investigadores, se relaciona con la rutina que los limita a la información de precios y mercados domésticos, olvidándose de los precios internacionales y sus repercusiones en los precios internos, toda vez que en todos los países adscritos a OIMA rigen políticas de libre mercado y los precios internos están cada día más vinculados a las cotizaciones internacionales. También puede ocurrir en algunos países, que los sistemas informativos de precios y mercados agropecuarios se hallen desconectados de otros sistemas informativos de precios y mercados, así sean estos incipientes o apenas ligados a un estrecho sector del comercio externo, duplicando esfuerzos o desconociendo una realidad actual: que los mercados internos y externos están más hermanados e interrelacionados.

Otro factor de mala rutina que los proponentes han detectado, se refiere a que algunos servicios informativos agropecuarios dedican sus mayores esfuerzos a generar una información diaria que es difundida en pocas horas, pero se carece de programas para almacenar y convertir los datos diarios en series históricas útiles para la visión de largo plazo, como el caso de los índices de estacionalidad de precios, las curvas históricas, las tendencias y otros. Entonces la información que se difunde muestra los precios del día y no siempre orientando al usuario en un contexto más amplio, Ej.: los precios de hoy frente a una tendencia de 10 días, de 2 semanas; los precios presentes frente a una

tendencia histórica de varios meses. Al usuario le interesa saber si estamos en período de precios “normales” frente a los niveles históricos, que muestra la curva de estacionalidad.

Las quejas de los usuarios de la información se refieren a que un dato publicado poco significa, si no está comparado con la tendencia de varias semanas, o de una estación relevante, como la época de cosecha, o la de no cosecha Ej.:, si en plena cosecha se registran precios por encima del promedio anual (cuando lo normal sería por debajo del promedio), el servicio informativo debería explicar las causas.

Las anteriores observaciones, expuestas a manera de ejemplo, son algunas de las consideraciones que apoyarán las hipótesis de trabajo para la presente investigación, y son incorporadas como temas de estudio, según se expone en la metodología del punto 3.0, adelante.

2.0 Objetivos de la consultoría

Realiza un diagnóstico del estado actual de los sistemas informativos de precios y mercados agrícolas y pecuarios en 20 países miembros de OIMA, detallando las tres fases o componentes del sistema, a saber:

- Metodología para la recolección de datos
- Procesamiento y análisis de la información
- Mecanismos de difusión

El Consultor se hace presente en cada país objeto del diagnóstico por un tiempo de 5 días de trabajo en promedio, conectándose con la organización respectiva responsable del sistema informativo.

3.0 Metodología de trabajo.

En cada componente se aplicará la siguiente metodología de diagnóstico, por país:

3.1 Fase Recolección de datos (objetivo específico 2.2.1 de la convocatoria).

A. Trabajo de escritorio. Información secundaria.

Basado en primera instancia en información secundaria se analizan:

- a) Métodos y materiales de recolección de datos.

Analiza los procedimientos escritos, las guías metodológicas de trabajo y los materiales empleados por los recolectores de datos, tanto los formatos vacíos como los formatos llenos, haciendo un muestreo de los últimos dos años en los archivos existentes. Indicación de horarios de recolección, frecuencia, recursos con que cuenta el personal.

- b) Puntos de cotización y de muestreo de datos.

Análisis en documentos de los mercados y puntos de cotización de precios determinados por la metodología de captación de datos, para definir su representatividad en el sistema informativo.

Reconoce el tipo de mercado donde se recolectan los datos, y su posición e importancia en la cadena de producción / comercialización. Determina el nivel del mercado: productor, acopiador, mayorista, bolsa agropecuaria, subasta, detallista, industria u otro. Analiza el horario de recolección frente al horario de las transacciones más importantes del mercado.

c) Representatividad, cobertura, validación de los datos.

Siguiendo con el análisis de la información secundaria (manuales y guías escritas en el sistema), el consultor busca definir las tres variables señaladas (importancia del punto de cotización, nivel que ocupa en la cadena, y horario), trabajo que continuará en los puntos siguientes (ordinal f.)

B. Contactos directos. Información primaria.

Con el fin de comprobar el grado de adecuación de las normas escritas en la metodología, con la realidad de los hechos, el Consultor procederá con las siguientes tres actividades de contactos directos en trabajo de campo:

d) Observación de toma de datos en los puntos de cotización.

Se hará entre dos y tres ocasiones durante la visita del Consultor al país, acompañando a los encuestadores en su labor en los horarios y lugares que les corresponda, buscando hacer un cubrimiento de los diversos puntos de toma de datos.

e) Observación de mercados y puntos de cotización de precios.

Visita a los mercados y puntos fuente de recolección de datos, y contacto con directivos del punto de cotización, así como con usuarios de la información.

Fuera del mercado, visita a entes representativos de la cadena alimentaria: productores, gremios, comerciantes e investigadores, a fin de pedir opiniones sobre los puntos de cotización que utiliza el sistema de información, o recibir sugerencias sobre la conveniencia de incorporar otros puntos de cotización, o los nexos que conviene tener con otras fuentes de datos.

Conocimiento de otros servicios informativos de precios, si los hubiere en el país, ya sea de mercado interno, pero en especial los de comercio externo que maneje bienes relacionados con los productos que analiza el sistema de información de mercados agropecuarios adscrito a OIMA. Se conocerán los casos de sistemas que son pertinentes para complementar o potenciar el sistema informativo de precios agropecuarios de la entidad vinculada a OIMA.

f) Primer análisis post toma de los datos.

Es un complemento del ordinal c), pero en este caso el Consultor participa con los investigadores y agentes del sistema, observando durante la encuesta (o en la post encuesta), la manera como se validan los datos tomados, antes de su aceptación en el sistema para seguir a la segunda fase de procesamiento y agregación de valor a los datos.

Así mismo observa, durante dos o tres ocasiones (las mismas en que el Consultor actúa como observador en la toma de datos en los mercados y puntos de muestreo –ver ordinal d)-, la tarea de evaluación de los datos tomados y el método para decidir la representatividad estadística de los mismos; la consistencia y congruencia del método aplicado, y la representatividad del muestreo en la cadena productiva de cada rubro (productor – comercializador – consumo).

3.2 Fase proceso agregación de valor a los datos (objetivo específico 2.2.2 de la convocatoria).

g) Metodología de los procesos. Tipo de información generada.

La consultoría participa con los técnicos responsables en las tareas de procesamiento y análisis de la información, a fin de conocer en la práctica la aplicación de herramientas metodológicas para depurar y agregar valor a la información, tanto de registro diario como la histórica. Comprueba el rigor metodológico aplicado, y el grado de rutina; si ocurre alguna degradación o rutina “no productiva” en las tareas diarias. Comprueba el nivel de comprensión de los técnicos sobre la cadena productiva: productor – mayorista – detallista – consumidor y su ubicación virtual (mental) en la misma, como informador e investigador.

h) Personal que opera los sistemas.

La consultoría hace un análisis del personal adscrito al sistema de información, en cuanto al método de reclutamiento, estabilidad, idoneidad, integridad, consistencia y trabajo como equipo. Observa los trabajos y participa en grupos de análisis con los técnicos a fin de lograr el mejor conocimiento del equipo técnico.

i) Plataforma tecnológica utilizada.

La consultoría comprueba la plataforma tecnológica instalada para la operación del sistema en sus tres ámbitos: acopio, procesamiento y difusión de los datos. Analiza el grado de utilización de la misma en todos sus componentes de hardware, software y otras condiciones tecnológicas apropiadas. Indaga sobre el uso real de la capacidad instalada, y la capacidad del personal técnico para utilizarla plenamente. Analiza si hay desvíos (uso en otras dependencias o destinos) que causen interferencia o ineficiencia a la plataforma tecnológica. Toma nota de las demandas del sistema en búsqueda de su mejoramiento, sea con hardware, software, capacitación u otros requerimientos. Define si hay necesidad de interrelacionarse / complementarse con otras fuentes investigadoras en temas de precios, de mercados y otras variables importantes de la cadena productor/distribución/consumo.

3.3 Fase Difusión de la información (objetivo específico 2.2.3 de la convocatoria).

j) Productos del servicio informativo.

La consultoría conoce y describe los productos generados del sistema informativo, considerando el público objetivo. Evaluación especial de los productos en función del probable público objetivo crítico del sector rural: los pequeños y medianos productores, microempresarios, y organizaciones rurales no localizadas en los grandes centros urbanos.

k) Medios y métodos.

La consultoría hace análisis del tipo de información, del medio utilizado y de los usuarios y beneficiarios. Visión especial para la situación de productores, organizaciones y medianas empresas e industrias con escaso uso de internet y de sistemas modernos de comunicación, o carentes de personal calificado para recibir y analizar la información del sistema. Conocimiento de redes de réplica o reproducción de la información; Ej: organizaciones rurales que reciben la información por medios modernos como el internet y la retransmiten haciendo difusión indirecta a sus usuarios carentes de medios de comunicación, mediante métodos adaptados a su condición, lo cual contribuye a hacer más eficaz el sistema. Descripción de estos hechos, su frecuencia en los países y propuestas de mejorar estos modelos de difusión.

l) Clientes y usuarios del sistema.

Análisis de clientes y usuarios más representativos del sistema y evaluación de estos usuarios respecto de los objetivos y propósitos que desea priorizar el organismo promotor/financiador del sistema en cada país. El número de usuarios puede ser un factor de calificación, pero será importante también el tipo de usuario: si hay productores, y entre estos, los más marginados del desarrollo y que requieren especial apoyo para subsistir.

La consultoría conocerá el grado de participación de los usuarios y clientes del sistema, ya sea como generadores de datos o receptores de datos, y las dificultades y limitaciones para acceder a la misma.

Conoce los indicadores de desempeño y los métodos empleados para evaluar la calidad y representatividad del sistema de información en cada país.

Se tendrá especial cuidado de detectar las “auto evaluaciones” del sistema, en especial cuando dejan dudas de imparcialidad o rigor metodológico.

m) Reunión de síntesis con el equipo de recolección de datos.

Cumplidas las tareas de observación / participación del Consultor, descritas entre a) y l), tanto en trabajo de gabinete como de trabajo participativo en los procesos que se ejecutan en los tres ámbitos del sistema, el Consultor solicitará al Jefe del Sistema Informativo la realización de un taller de trabajo con el equipo técnico responsable de las principales funciones, con el propósito de mejorar su conocimiento sobre la

operación integral del sistema, y para intercambiar opiniones, conceptos y sugerencias con fines propositivos.

3.3.1 Percepción de los usuarios del sistema informativo.

Partiendo de algunas hipótesis planteadas en el numeral 1.0, relativas a probables mayores deficiencias de los sistemas informativos en el tercer ámbito, o sea en la difusión de la información, la presente propuesta se propone realizar un corto muestreo en cada país con usuarios y no usuarios del sistema, entre los últimos algunas organizaciones de productores, comerciantes y microempresarios que no reciben la información, o estuvieron suscritos pero han suspendido la recepción de los datos.

En los países donde se compruebe que se carece de una buena encuesta de evaluación de usuarios del sistema, o los datos estén desactualizados, o haya dudas de que el sistema tenga una percepción adecuada e imparcial del querer de los clientes o suscriptores, la presente consultoría hará un corto muestreo de verificación encaminado a conocer las opiniones y orientaciones del público, que conduzcan a dar un mejor conocimiento de la tercera fase del sistema: la difusión de los datos.

Se procederá de dos maneras:

- 1) El Consultor, durante su visita a cada país, realiza un muestreo a la lista de clientes y usuarios, mediante entrevista directa o por teléfono. También a usuarios que se han retirado del servicio, y a organizaciones de productores y microempresarios que no reciben regularmente la información.
- 2) El consultor recluta y capacita a un estudiante avanzado de ciencias sociales (periodismo, sociología, economía, administración) para que complemente el muestreo de clientes del sistema iniciado en 1), mediante encuesta aplicada personalmente, por teléfono y por correo.

Entre las dos tareas, de 1) y 2), se espera contactar a un 10% de los usuarios actuales y algunos retirados del sistema; también a organizaciones no usuarias del sistema pero que pertenecen a la cadena producción-comercialización-consumo de productos del agro, que se consideren como potenciales clientes y conviene contar con sus opiniones sobre un sistema de precios agrícolas y pecuarios.

La encuesta señalada en 2) se iniciará durante la estadía del Consultor en el país y continuará durante el mes siguiente a su salida, tiempo en el cual el estudiante le remitirá los datos tabulados. Esta encuesta se llevará a cabo en todos los países, con la excepción de EEUU, Canadá y Brasil.

Para reclutar al estudiante, el Consultor solicitará en la primera semana de trabajo en el sistema, a todos los servicios informativos en los países (excepción de los tres antes anotados), que adelanten los contactos con dos Facultades de las carreras mencionadas en la capital del país, entregando los términos de referencia para que se convoquen hasta 3 candidatos que serán entrevistados por el Consultor a la fecha de su arribo al país. El estudiante será entrenado por el Consultor y participa en algunas de las encuestas sobre difusión de la información que realiza el Consultor durante su estadía en el país. Se elabora el material de la encuesta a aplicar.

4 Productos esperados.

La consultoría entregará los siguientes productos, según los lineamientos de la convocatoria:

4.1 Informe por países.

Entregará un resumen de la operación del sistema de información en cada país analizado, con detalle de sus tres ámbitos principales: acopio y recolección de datos; procesamiento y agregación de valor; difusión de la información.

El informe por país especifica las condiciones técnicas y operativas de funcionamiento del sistema, sus fortalezas, recursos y medios tecnológicos utilizados; sus logros y debilidades. Enseña si el sistema coordina o se interrelaciona con otros esfuerzos informativos públicos o privados del país, o de fuentes externas.

Habrà una síntesis entregando una percepción general de lo que se capta en el país acerca de su grado de aceptación, reconocimiento y utilización como sistema informativo; de sus beneficios y de su eficacia para la toma de decisiones de agentes relevantes en la cadena productiva: productor – mayorista – detallista -consumidor.

Entrega una percepción captada en el país acerca de la capacidad del sistema informativo para renovarse, para innovar tanto en sus operaciones como en sus metas y aspiraciones. O el grado de rutina negativa., o probable decadencia en que pudo caer el sistema.

El informe también conceptúa si el sistema tiene vínculos de información sobre comercio internacional agropecuario, apoyando no sólo los esfuerzos exportadores sino también para afrontar la importación de bienes (Ej. análisis de precios paridad en la importación; NNUU metodología). Confirma si contribuye, o al menos tiene expectativa de contribuir, con los análisis de competitividad de la agricultura nacional frente a las hoy relevantes políticas y tratados de intercambio comercial e integración económica.

4.2 Análisis comparativo de los sistemas informativos

El informe de la consultoría entrega un análisis y evaluación comparativa de los sistemas informativos en los 20 países objeto de la investigación, considerando los tres componentes del sistema: recolección, validación / análisis /procesamiento, y la difusión de los datos.

De manera especial se resaltarán los logros e innovaciones encontrados en cada país, y el grado en que estas innovaciones contribuyen a incrementar la productividad y la eficacia del sistema informativo, sacando las lecciones que conviene comunicar a todos los países miembros de OIMA, como intercambio técnico presente o futuro.

El informe mencionará también las debilidades y obstáculos detectados en los sistemas de información en los países, y las causas y circunstancias que las originaron. Con alguna frecuencia los sistemas informativos están bien estructurados “en el papel”, pero

no ocurre lo mismo en su desarrollo y resultados (debido a causas humanas, interferencia burocrática, mala dirección, etc).

El informe de la consultoría entregará conclusiones realistas y prácticas respecto de las fortalezas y debilidades de los sistemas informativos, que sustentarán las propuestas que siguen en el numeral 4.3. El informe expondrá las oportunidades, como también los obstáculos reales, para que operen realmente acuerdos de intercambio de información, a partir de un acuerdo o plataforma mínima común de los países miembros de OIMA.

4.3 Propuesta de mejoramiento e innovación en los sistemas informativos.

El informe de consultoría hace una propuesta de fortalecimiento a los sistemas de información de precios y mercados agropecuarios en los países, en dos temas relevantes, a saber:

- Creación de una plataforma mínima común de trabajo para asegurar un intercambio informativo, de conocimiento y tecnología, entre los países miembros de OIMA. Se tendrá en cuenta el entorno de mayor intercambio y libertad de comercio que rige en el presente, a la luz de los tratados comerciales en la región (Ej: Mercosur; Mercosur / CAN; TLCs entre países centroamericanos y del Caribe; TLCs con EEUU y Canadá).

Ello hace prever que la propuesta final considere a la información de mercados externos como una variable relevante para incorporar o potenciar en la propuesta de la plataforma mínima común. Posibles variables de acción con: precios de importación / exportación; precios “paritarios” como reflejo de los mercados externos en las cotizaciones internas.

- Una propuesta de fortalecimiento a los servicios de información más débiles, según las fortalezas y debilidades detectadas y descritas en el ítem 4.1. Las variables en este campo podrán ser las metodologías, los recursos técnicos, la capacitación y el fortalecimiento institucional.

5 Programa de trabajo de campo y de gabinete.

El consultor responsable de la Consultoría es el Economista Gilberto Mendoza; contará con el apoyo técnico del economista Iván Gutiérrez, según las responsabilidades y el tiempo asignado a cada consultor, como lo establecen los cuadros siguientes.

5.1 Matriz de procesos y productos de la investigación.

La siguiente tabla en forma de matriz, muestra en las columnas verticales las tres etapas del proceso de investigación a saber: **A. Recolección de los datos; B. Análisis de la información** y **C. Difusión de los datos**, así como los títulos de los procesos que corresponde estudiar en cada etapa. Se agrega un punto **D. Visión global de los sistemas informativos**.

Por el lado de las columnas horizontales (tercera a quinta), están las actividades y los productos a obtener por parte del investigador en el trabajo de campo en cada país.

Tabla No 1. Matriz de procesos y de productos del trabajo de campo en los países a estudiar

| Etapas de trabajo | Actividades a cumplir en los países | | Productos a obtener en los países | |
|---|---|--|---|---|
| | Nombre de procesos | Actividad a cumplir | Productos 1 | Productos 2 |
| Etapas de trabajo Recolección de datos | Manuales de procedimiento escritos | Revisión manuales y docs escritos que rigen el proceso | Determina la existencia de manuales y procesos escritos, su idoneidad, actualización, utilización y eficacia. | Informa sobre grado de cumplimiento de manuales e instructivos. Sugiere ajustes (si fuera necesario). |
| | Métodos y materiales recolección datos | Comprobación en terreno de cuestionarios y métodos recolección datos | Establece operatividad y eficacia, cuestionarios, materiales y métodos captación de datos | Presenta resumen de operación captación datos, en cuanto a métodos, eficiencia, rutina Vs innovación. Sugiere ajustes (si necesita) |
| | Puntos de cotización y muestreo de datos | Visita puntos de cotización y participa en tomas de datos con los técnicos responsables. | Establece el nivel de puntos de cotización precios, su grado de eficiencia en cadena comercial, su representatividad para muestreo precios. | Contribuye a elaborar esquema de la cadena: producción-distribución-consumo, y localiza puntos muestreo. Confirma los puntos cot. o sugiere otros |
| | Primer análisis post toma de datos | Participa con técnicos locales en procesos post toma de datos y conoce métodos. | Define el momento, el método y el alcance del proceso de los datos recién tomados en los puntos de muestreo. | Hace síntesis del método, que se compara con el utilizado en otros países, concluyendo y sugiriendo ajustes (cuando sea pertinente). |

Tabla No 1. Continuación 2.

| Fases de trabajo | Actividades a cumplir en los países | | Productos a obtener en los países | |
|--|--|--|---|---|
| | Nombre de procesos | Actividad a cumplir | Productos 1 | Productos 2 |
| Etapas B Agregación de valor a los datos captados | Manuales de procedimiento escritos | Revisión manuales y docs escritos que rigen el proceso en la Etapa B. | Determina si hay manuales y procesos escritos, su idoneidad, actualización, utilización y eficacia. | Informa sobre grado cumplimiento manuales e instructivos, su renovación y actualización. Sugiere ajustes (si fuera necesario). |
| | Metodología de los procesos de agregación de valor a los datos. Tipo de información generada. | Consultor participa con los técnicos locales en los procesos de análisis y preparación técnica de los datos. | Determina la existencia de manuales y procesos escritos, su idoneidad, utilización y eficacia. | Informa sobre grado cumplimiento manuales e instructivos. Sugiere ajustes (si fuera pertinente). |
| | Personal que opera los sistemas informativos y de adecuación de los datos. | Conoce el personal en documentos (solicita perfil de hojas de vida), y en el desempeño de sus tareas. Información sobre estabilidad, capacitación, incentivos. | Establece un perfil de idoneidad del personal en el sistema. Realiza comparación entre países, sobre perfil del personal, destacando casos exitosos. | Sintetiza perfil del personal del sistema, mostrando fortalezas y debilidades. Sugiere estrategias e incentivos que fortalezcan su idoneidad y productividad. |
| | Plataforma tecnológica utilizada. | Consultor conoce los medios tecnológicos disponibles, su actualización y renovación. | Establece la calidad de la plataforma tecnológica, su grado de utilización, la productividad que genera para el sistema; los factores para mejorarla y potenciarla. | Contribuye a sugerir métodos y medios para potenciar la plataforma tecnológica con que cuenta el sistema. Hace comparación sobre eficiencia entre países, considerando limitaciones técnicas y financieras. |

Tabla No 1. Continuación 3.

| Fases de trabajo | Actividades a cumplir en los países | | Productos a obtener en los países | |
|---|--|--|--|--|
| | Nombre de procesos | Actividad a cumplir | Productos 1 | Productos 2 |
| Etapas C Difusión de los datos | Manuales de procedimiento escritos | Revisión manuales y docs escritos que rigen el proceso en la Etapa C. | Determina si hay manuales y procesos escritos, su idoneidad, utilización y eficacia. | Informa sobre grado cumplimiento manuales e instructivos, su renovación y actualización. Sugiere ajustes (si fuera necesario). |
| | Los productos generados por el sistema informativo. | Consultor participa con los técnicos en la preparación de los productos que genera (resultados de gestión) del sistema en su rutina normal. | Analiza los productos (resultados de gestión) del sistema, bajo la óptica del investigador y lo que capta entre los usuarios del sistema. | Consulta a usuarios del sistema informativo, y a técnicos y expertos, acerca de su percepción sobre los productos entregados. Sugiere ajustes (si fuera pertinente). |
| | Los medios y los métodos de difusión de los datos. | El consultor conoce los medios y los métodos de difusión de los datos, su estabilidad, sus ajustes e innovaciones o rutinas negativas en la difusión; las limitaciones técnicas y económicas en la difusión. | El consultor conceptúa sobre los medios y los métodos de difusión, basado tanto en la visión propia del país, como comparando los logros de otros países miembros de OIMA. | Presenta un análisis de insumos-productos para la difusión; de costos Vs resultados en la difusión; de fortalezas y debilidades en la difusión; de oportunidades y amenazas en la difusión. Sobre el cubrimiento y alcances en cuanto a sectores necesitados y marginados de la información. |

Tabla No 1. Continuación 4.

| | Actividades a cumplir en los países | | Productos a obtener en los países | |
|---|--|---|--|---|
| (Continuación etapa C) Etapas C Difusión de los datos | Los clientes y usuarios del sistema. Percepción que tienen los usuarios sobre el sistema informativo. | El Consultor conoce las opiniones de los clientes, y usuarios del sistema informativo, y busca también la opinión de no usuarios actuales y otros sectores pertinentes. | Acude a información secundaria (estudios y documentos), tanto del Sima * en cada país, como de otras fuentes, que han evaluado el cubrimiento, eficiencia y eficacia del servicio informativo, en especial en la llegada al público y en la difusión | El consultor realiza un sondeo propio, no profundo pero representativo, orientado a conocer la percepción de usuarios tradicionales del sistema y también a no usuarios actuales, que opinen sobre la eficiencia y eficacia del sistema, con énfasis en la difusión de los datos. El Consultor inicia un sondeo, que continua por 1 mes con apoyo de un estudiante universitario contratado y entrenado por esta investigación. |

* Sima: Sistema de información de mercados agropecuarios, en cada país.

Tabla No 1. Continuación 5.

| Fases de trabajo | Actividades a cumplir en los países | | Productos a obtener en los países | |
|---|---|--|---|--|
| | Nombre de procesos | Actividad a cumplir | Productos 1 | Productos 2 |
| Etapa D Visión global de los sistemas Informativos | Síntesis y auto análisis de la estructura y operación del SIMA en cada país. Visión global del consultor /investigador sobre el SIMA en cada país. | La consultoría promueve un taller de análisis y auto evaluación del Sima *, con la mayoría del personal en servicio (4 horas de taller). | Análisis DOFA en grupo al interior de cada SIMA, con visión de: a) diagnóstico y autocrítica constructiva; b) captación de orientaciones y conceptos que trae el Consultor en su visión continental; c) sugerencias del grupo para el informe de resultados y conclusiones del Consultor. | El consultor entrega una visión global acerca del desempeño (positivo y negativo) del Sima en cada país. Sugerencias a cada Sima para: confirmar o conservar aciertos; o para ajustar y cambiar rumbos en situaciones que merecen revisión y readecuación. Intercambio de conceptos, que enriquezcan el informe. |
| | Conclusiones y recomendaciones | El consultor capta en cada Sima las ideas y opiniones, al interior del sistema y al exterior (usuarios y otros sectores profesionales y técnicas), sobre los cambios y ajustes que parecen necesarios y pertinentes. | Se hace resumen de conclusiones y recomendaciones sugeridas por las Simas, tanto para cada país como a nivel del sistema vinculado a OIMA. | El Consultor procesa las conclusiones y recomendaciones de los Simas, tanto orientadas a cada país como para el conjunto, buscando armonizar las metodologías y los productos del conjunto de los Simas. También, sugerencias para el papel de OIMA en el sistema continental. |

* Sima: Sistema de información de mercados agropecuarios, en cada país.

Tabla No 1. Continuación 6.

| Actividades a cumplir en los países | | | Productos a obtener en los países | |
|---|---|--|---|---|
| Fases de trabajo | Nombre de procesos | Actividad a cumplir | Productos 1 | Productos 2 |
| (Continuación etapa D) Visión global de los sistemas Informativos | Análisis comparativo global entre SIMAS en los países. | El Consultor hace un resumen comparativo, didáctico y corregido por las condiciones, fortalezas y limitaciones de cada país. | El estudio entrega una síntesis comparativa de los Simas, en su estructura y operatividad. Señala fortalezas y debilidades. | El estudio aportará: a) propuesta de ajustes y adecuaciones por países; b) propuesta para fortalecer los Simas más débiles y rezagados de la región; c) Propuesta de creación de una plataforma mínima común de trabajo para asegurar un intercambio informativo, de conocimiento y tecnología, entre los países miembros de OIMA; y para armonizar los sistemas informativos y vincularlos en red informativa que los potencie; d) propuesta a OIMA, para fortalecer su rol en el sistema continental. |

5.2 Trabajo de campo y trabajo de gabinete.

Se presenta para las dos fases de trabajo; Fase I de 4 meses y Fase II, de 7 y ½ meses, para un total de 11 y 1/2 meses de trabajo, como sigue:

Tabla No 2. Fases de trabajo por países, y tiempo de ejecución

| Procesos | Países | Consultor | Observaciones | Tiempo |
|-------------------------------|---|---|--|---|
| Fase previa | Reunión OIMA Ottawa | G Mendoza | Este técnico asiste a la reunión en mayo, previo al inicio de los trabajos en junio 1 | |
| Fase I | EEUU, Honduras, Ecuador, Paraguay | Gilberto Mendoza Asistido por Iván Gutiérrez en EEUU | | Los trabajos en los 4 países permiten perfeccionar y ajustar la metodología |
| Subtotal Fase I | 4 países | | | 4 meses técnico |
| Fase II | Argentina, Bolivia, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Uruguay, República Dominicana, Venezuela. | Gilberto Mendoza Asistido por Iván Gutiérrez . | G Mendoza es el coordinador de toda la investigación. Colombia es trabajo conjunto de ambos consultores (país sede). | 7 y ½ meses Técnico |
| Subtotal Fase II | 16 países | | | 7 y ½ meses técnico |
| Total Fase I y Fase II | 20 países | Dos consultores | | 11 y ½ meses técnico |

**Tabla No 3. Programa detallado de trabajo de campo y de gabinete.
Fase I**

| Fecha | Trabajo de gabinete | Consultor | Trabajo de campo | Consultor | Observaciones |
|--|---|---------------------------|-------------------------------|--------------------------|--|
| Abril 24/05 | Plan de trabajo presentado con ajustes, según lo solicitado en Oficio IICA MIA/SCT-CA-107 de 19 de abril 2005. | | | | Los consultores disponen de PC, Internet, teléfonos, etc.. Para facilitar trabajos y comunicación, pedirán una espacio en IICA Colombia |
| Mayo 7 a 11 | El técnico asiste a la reunión de OIMA en Ottawa y presenta el Plan de trabajo ajustado. IICA ordena el inicio de los trabajos. Elaboración y firma del contrato con fecha junio 1/05 | | | | |
| Junio 1/05 | Se firma contrato e inician trabajos | | | | Fecha oficial de inicio: junio 1/05 |
| Junio 1 ^a Y 2 ^a semanas | Preparación materiales diagnóstico y contactos con países (EEUU-Ecuador). | G Mendoza I. Gutiérrez | | | Se prepara cuestionario para realizar muestreo de usuarios. Contacto con 2 Universidades Ecuador, Honduras y Paraguay, pre reclutamiento estudiantes encuesta (ver ítem 3.3.1 de la propuesta) |
| Junio 3 ^a Semana- | | | Visita Sima * Ecuador | G Mendoza | |
| Junio 4 ^a semana | | | Pre diagnostico Sima Colombia | G Mendoza | Aunque no corresponde a la Fase I, y por ser sede del consultor, se hace pre estudio que aporte elementos de metodología |
| Junio 5 ^a semana (ó julio 2 ^a sem) | | | Visita Sima * EEUU | G Mendoza I Gutiérrez | Van ambos consultores, dada la importancia del Sima EEUU |
| Julio 1 ^a y 2 ^a semanas | Ajustes métodos y materiales según resultados estudios de Sima EEUU, Ecuador y de pre diagnóstico Colombia | G Mendoza I. Gutiérrez | | | Si hubiere ajustes relevantes en materiales o métodos se consultará a IICA- OIMA. |
| Julio 3 ^a semana | Pre diagnóstico del Sima * Colombia. | G. Mendoza | | | En Fase I no se prevé estudio Colombia, pero al ser país residencia de consultores, se hace pre – diagnóstico para obtener mayores elementos metodológicos. Se conoce sistema informativo en ferias ganaderas y otras. |
| Julio 4 ^a semana | Preparación informe de resultados de trabajo en dos países, y del pre diagnóstico estudio Sima Colombia. Primer informe avance | G Mendoza I. Gutiérrez | | | Documento elaborado en los términos requeridos por la reunión de OIMA en Ottawa -Canadá. |

Tabla No 3. Continuación 2.

| Fecha | Trabajo de gabinete | Consultor | Trabajo de campo | Consultor | Observaciones |
|---|--|------------------------|----------------------|-----------|--|
| Agosto 1 ^a semana | | | Visita Sima Honduras | G Mendoza | |
| Agosto 2 ^a y 3 ^a semanas | Revisión y resumen materiales y estudios en Sima Honduras | G Mendoza | | | Se ajustan los materiales y métodos de trabajo en función de las visitas hechas a los 3 Simas anteriores, con miras al diagnóstico en el 4to país: Paraguay. |
| Agosto 4 ^a semana | | | Visita Sima Paraguay | G Mendoza | |
| Agosto 5 ^a semana | Revisión y resumen materiales y estudios en Sima Paraguay. Inicio de informe final de la I Parte | G Mendoza | | | |
| Septbre 1 ^a a 4 ^a semanas | Preparación segundo informe avance y trabajo final parte I | G Mendoza I. Gutiérrez | | | |
| Septbre 25 | Entrega del informe final de la parte I | G Mendoza | | | Informe final de la parte I, con prospectiva del programa y metodología para la parte II, de 7 y ½ meses. |

- Sima: “Sistema de información de mercados agropecuarios”, sigla que se usará en el cuadro para definir el sistema informativo de precios y mercados en los países.

El programa de escritorio y de campo para la Fase II se resume así:

**Tabla No 5. Resumen del trabajo de gabinete y del trabajo de campo
Fase I**

| Concepto | Semanas de trabajo | Días netos visitando países | Días que causan gastos viaje | Observaciones |
|---------------------|---------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|--|
| Trabajo de gabinete | 12 | | | <p>La Fase I inicia el 16 de marzo, termina el 15 de julio: 4 meses calendario.</p> <p>* Hay una semana sumando los días en aeropuertos viajando a los países. Estos días no causan gastos por viáticos.</p> <p>La Fase I comprende 4 meses, que corresponde a 18 semanas calendario de trabajo.</p> |
| Trabajo de campo | 6 * | 20 | 20 | |
| Total semanas | 18 | | | |

Tabla No 7. Cronograma de actividades Fase I ajustado

| | | Tabla No 7 Cronograma de actividades Fase I Ajustado (Abril 24) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|----------|----------|--------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|
| No | Actividades | Mayo | | | Jun-05 | | | | | Julio | | | | Agosto | | | | | Septiembre | | | |
| | | 2 semana | 3 semana | 4 semana | 1 semana | 2 semana | 3 semana | 4 semana | 5 semana | 6 semana | 7 semana | 8 semana | 9 semana | 10 semana | 11 semana | 12 semana | 13 semana | 14 semana | 15 semana | 16 semana | 17 semana | 18 semana |
| 1 | Presentación plan de trabajo ajustado, en reunión OIMA Ottawa. | 8 a 12 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Nuevo ajuste plan de trabajo, según reunión Ottawa. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Inicio actividades y contrato. | | | | 1ro de junio | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Trabajo gabinete preparación materiales, contactos y viajes. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Visita Sima* Ecuador. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Visita Sima* EEUU. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | Prediagnóstico de Sima*Colombia. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | Trabajo gabinete resumen, materiales y estudios EEUU y Ecuador. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | Ajustes método según experiencias de visitas a EEUU y Ecuador, y del pre diagnóstico Colombia. Primer info avance | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | Visita Sima* Honduras. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11 | Trabajo gabinete: Revisión y resumen diagnóstico Sima Honduras. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 12 | Visita Sima Paraguay. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 13 | Trabajo gabinete: Resumen Sima Paraguay, inicio informe final parte I. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 14 | Trabajo gabinete: Preparación segundo informe avance y trabajo final parte I. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 15 | Entrega informe final parte I. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Tabla No 8. Cronograma de actividades Fase II ajustado

[illegible]

Tabla No 9. Cronograma de viajes Fase I ajustado

| | | Tabla No 9 Cronograma de viajes Fase I Ajustado (Abril 24) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|-----------------------------------|--|----------|----------|--------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| No | Actividades | Mayo | | | Jun-05 | | | | | Julio | | | | Agosto | | | | Septiembre | | | | |
| | | 2 semana | 3 semana | 4 semana | 1 semana | 2 semana | 3 semana | 4 semana | 5 semana | 6 semana | 7 semana | 8 semana | 9 semana | 10 semana | 11 semana | 12 semana | 13 semana | 14 semana | 15 semana | 16 semana | 17 semana | 18 semana |
| 3 | Inicio actividades y contrato. | | | | 1ro de junio | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Visita Sima* Ecuador. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Visita Sima* EEUU. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | Prediagnóstico de Sima* Colombia. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | Visita Sima* Honduras. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 12 | Visita Sima Paraguay. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 15 | Entrega informe final parte I. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

* Sima: Sistema de información de mercados agropecuarios, en cada país.

Proponente: Gilberto Mendoza, asistido por Iván Gutiérrez.
 Bogotá, Colombia, Abril 24 2005 gmendoza04@telecom.com.co
 Tel fax 57 1 8645274