

INSTITUTO DE DESARROLLO RURAL | ÁREA GESTIÓN DE INFORMACIÓN

SISTEMA DE INFORMACIÓN DE PRECIOS DE MERCADOS MAYORISTAS

PRECIOS DE REFERENCIA

METODOLOGÍA DE RELEVAMIENTO DE DATOS

1. MERCADOS RELEVADOS

Los mercados mayoristas de frutas y hortalizas de la Provincia están situados mayormente en el área del Gran Mendoza: Guaymallén, Godoy Cruz y Las Heras, el mercado mayorista de la zona Sur COMERCO, se encuentra en San Rafael.

Inicialmente los mercados mayoristas relevados fueron:

- Mercado Cooperativo de Guaymallén.
- Cooperativa Acceso Este de Frutas y Hortalizas en Fresco Limitada.
- Cooperativa Mercado de Concentración de Godoy Cruz.
- Cooperativa Mercado de Concentración de Las Heras.
- Cooperativa de Mercado de Concentración San Rafael.

Debido a la caracterización de cada mercado ya sea por su tamaño, la cantidad de operadores o socios y si son formadores de precios, es que actualmente solo son relevados dos mercados en el Gran Mendoza (Mercado Cooperativo de Guaymallén y Cooperativa Acceso Este de Frutas y Hortalizas en Fresco Limitada) y COMERCO en San Rafael.

2. RELEVAMIENTO DE DATOS

Los datos son relevados en los mercados mayoristas por personal especializado, con el objeto de determinar el precio formado y la dispersión en ese momento, detectando las novedades en cuanto a especies, variedades y/o procedencias. El mismo se realiza a través de un formulario abierto de doble entrada, teniendo en cuenta las variables más significativas que influyen en la variación de precios de cada producto, con una periodicidad semanal.

- Frecuencia y días de relevamiento

Los precios varían durante la semana de acuerdo a la oferta y demanda, la toma de precios se realiza 1 (una) vez por semana en los primeros días siempre durante el horario de venta, es decir, se registra en un momento y horario determinado, eliminando las fluctuaciones que pudieran surgir a lo largo del día de venta.

- **Muestreo**

La muestra es aleatoria dado que no se trata de un universo fijo, sino totalmente dinámico según especie, procedencia, estacionalidad, entre otras. Se consultan en cada uno de los tres mercados relevados un mínimo tres datos por producto y por variable de diferenciación, obteniendo posteriormente un precio promedio de cada uno. Si por algún motivo se observan valores muy dispares de algún precio o variable de diferenciación (calidad, tamaño, grado de madurez), se relevan más datos del mismo en lugar de solo las tres muestras. Igualmente es indispensable recorrer el mercado en su totalidad.

- El dato registrado: será el precio promedio del relevamiento correspondiente a cada producto por clasificación.

- Encuesta anónima: de acuerdo a la ley de secreto estadístico, los datos relevados de cada puesto son anónimos.

Los datos obtenidos son precios en pesos corrientes, por envase mayorista, con impuestos y los ofrecidos al público en general.

- **Productos relevados**

Los productos relevados son todos los frutihortícolas frescos sin transformación, frutas desecadas y huevos. A los efectos de mejorar la comparación periódica de precios se categorizan productos en:

Hortalizas y aromáticas: las incluidas en esta clasificación, son las especies cultivadas de ciclo anual o bianual. Ejemplo: tomate, melón, frutilla, zanahoria.

Frutas: para nuestro relevamiento decimos que son frutas, las especies con ciclos de cultivo perenne.

Huevos

Criterios de clasificación

Especie: En este punto se coloca la especie de las hortalizas, frutas y huevos relevados en los distintos puestos.

Variedad o tipo comercial: La clasificación de variedades o tipos comerciales se basa en la que realiza el Mercado Central de Buenos Aires (MCBA) y en referentes nacionales y provinciales. En muchos casos se toma el tipo comercial, ya que la incorporación constante de nuevos cultivares dificulta la clasificación.

Calidad o grado de selección: Es importante destacar que la calidad o grado de selección se diferencia de acuerdo con el rubro que se trate, por ejemplo las frutas se clasifican en: elegido, comercial, común y económico. Esta última categoría generalmente no se toma por no ser relevante a los fines que se persigue con este proyecto. Una situación similar ocurre con la calidad superior o de exportación, con escasa presencia en los mercados locales (sólo se observa su presencia cuando hay sobreoferta o excedentes de exportación). Las hortalizas se clasifican en primera y segunda calidad, según el grado de selección.

Grado de madurez: Se presenta, en el caso de algunas hortalizas, cuando esta característica influye en el precio. Así es el caso de tomate (pintón y rojo) y pimiento (verde y rojo), según en qué época del año se encuentra el precio refleja el grado de madurez.

Tamaño: Esta variable se aplica en los productos de mayor importancia y que influye directamente en la variación del precio. (Cabe destacar que generalmente el consumidor en los mercados de Mendoza tiende a buscar el tamaño mediano, lo cual indica una variación del precio con respecto al tamaño grande y chico.)

Envase o forma de presentación: En primer lugar, la legislación establece que los materiales usados no deben transmitir sabores ni olores extraños al producto contenido en el envase. Para el mercado interno los materiales más usados en orden de importancia son la madera, el cartón, el plástico y las fibras naturales. Para algunas hortalizas la modalidad de presentación en el mercado local es en forma de fardos compuesto por atados cuyo número varía según el producto. Ej: un fardo de acelga contiene 10 atados, un fardo de remolacha contiene 5 atados.

Procedencia: En la actualidad la mayoría de los productos que se ofertan son de producción local durante todo el año de tal forma, una vez finalizada la temporada, ingresan desde otras procedencias (provincia o país).

3. CARGA Y VERIFICACIÓN DE LOS DATOS

Una vez realizada la toma de precios, los mismos relevadores proceden a la sistematización en una base de datos creada para esta finalidad, revisión minuciosa de la carga y actualización de datos para su procesamiento.

4. PROCESAMIENTO

A fin de analizar los resultados y de dar forma a los informes, se ha adecuado una planilla de cálculo mediante el uso de tablas dinámicas, para la supervisión general de los informes finales.

5. ELABORACIÓN DE INFORMES

Semanales y Mensuales: Estos informes son elaborados por mercado. Mensualmente se realiza un informe sobre la evolución de los precios con respecto al mes anterior, destacando cualquier novedad, ya sea en la evolución de los precios como los momentos de aparición de las distintas especies y variedades o tipos comerciales.

Promedios anuales por mes y de temporada: Se procesan mensualmente los promedios de los principales productos frutihortícolas. En aquellos de producción local cuyo ciclo agrícola no coincide con el año calendario sino que habitualmente comienza en octubre o noviembre, se realizan los promedios de temporada teniendo en cuenta el período de maduración.

6. DIFUSIÓN DE INFORMES

Los informes son difundidos en la página web de la fundación idr y en diversos medios de comunicación local y nacional.

7. LOGROS Y RECONOCIMIENTOS

Es importante destacar que este trabajo de relevamiento de precios se realizó en noviembre de 1999. Aunque este es un sistema de información con más de 20 años de seguimiento ininterrumpido bajo una metodología que se ha ido ajustando de acuerdo a la complejidad del comercio frutihortícola, pero que ha mantenido sus principios para poder hacer comparables las series históricas. También podemos recalcar que el sistema de información de precios de mercados mayoristas de IDR contribuye enviando la información recabada en los mercados al Ministerio de Agricultura de la Nación, participando en una red nacional de información de precios de mercado mayorista. El sistema de precios de Mendoza es el único que se lleva a cabo en mercados del interior del país donde se relevan en forma sistemática los precios tal cual lo realiza el Mercado de Concentración de Buenos Aires, con la salvedad que este último es administrado por el estado y los de Mendoza son totalmente privados, situación que pone en valor el trabajo

Otro de los logros importantes a destacar del sistema de información de precios de mercados mayoristas de IDR, es que además integra en carácter de observador de la **Organización de Información de Mercados de las Américas (OIMA)**, que es una red de cooperación integrada por los Sistemas de Información de Mercados Agrícolas (SIMA) de 33 países del hemisferio, que tiene por objetivo facilitar el oportuno y constante intercambio de información de mercado de productos agropecuarios; siendo el IDR invitado en varias oportunidades a capacitar en la metodología empleada a funcionarios nacionales e internacionales. Asimismo en junio del año 2018, la fundación IDR fue sede del **Encuentro Regional para el Cono Sur de OIMA**, integrada por representantes de los gobiernos de Brasil, Uruguay, Paraguay y Chile. Además de realizar talleres, visitaron el Mercado Cooperativo de Guaymallén. El objetivo de la visita fue conocer el Sistema de Relevamiento de Precios de Mercados Mayoristas utilizado por Mendoza.