

El Programa de Mercadeo Agropecuario en 1985 se rigió por la acción tendiente a mejorar los sistemas de comercialización de productos agrícolas, procurando la mejor utilización de la infraestructura para el mercadeo y fortaleciendo los servicios de información de mercados.

Los objetivos generales durante el año transcurrido pueden enumerarse de la manera siguiente:

Fomentar la producción y productividad agrícola mediante la investigación de los problemas que afectan el mercadeo y garantizar un abastecimiento continuo de alimentos a los consumidores, al igual que un precio razonable a los productores por su cosecha y un precio justo a los consumidores.

Hacer llegar al medio rural, los servicios básicos de estudios, información y capacitación sobre aspectos de mercado y comercialización de productos agrícolas, con énfasis en perecederos, abarcando lo que es exportación.

Brindar asistencia técnica en diferentes aspectos de mercadeo a proyectos que incluyan cooperativas, centros de acopio y agroindustria.

Establecer un régimen equitativo en las relaciones entre productores y consumidores a través de un mercado restringido como son las Ferias del Agricultor.

Atender la problemática de comercialización de los productos agrícolas perecederos.

Dotar a los productores, a través de las ocho Direcciones Regionales del Ministerio de Agricultura y Ganadería, de poder de comercialización mediante el suministro de información oportuna, respecto del comportamiento de los mercados y de los precios.

1. PROGRAMA DE ESTUDIOS ECONOMICOS

Se realizó durante el año un compendio de labores, materiales y costos de producción de diferentes cultivos hortícolas, publicado en el mes de febrero. Se realizaron análisis económicos de la producción de cebolla y de papa en la zona de Cartago, los cuales se publicaron en febrero y mayo respectivamente. En

cuanto a pronósticos de cosecha se realizaron 3: dos en cebolla y uno en papa, publicados en julio y agosto. Asimismo, se publicaron dos estudios de precios de los principales insumos usados en la producción agrícola de Costa Rica en los meses de julio y diciembre respectivamente. Además se efectuó un análisis del consumo nacional de productos horti-frutícolas en hogares, publicado en el mes de setiembre.

Paralelamente, se realizaron otras actividades, tales como la asesoría en pesca sobre el análisis de costos de operación y estimación de costos fijos, a efecto de calcular los costos totales, y regular el subsidio de combustible a los pescadores, así como el informe sobre demanda agro-industrial de papa para el Programa Nacional de Papa.

2. PROGRAMA DE INFORMACION DE PRECIOS Y MERCADOS

Se mantienen registros actualizados de los productos comercializados en los mercados más importantes (al productor, CENADA, Ferias del Agricultor y CORECA), por semana, mensual y anualmente. Asimismo, las cantidades de productos comercializados en el CENADA se tienen en un registro actualizado.

Se prepararon boletines semanales, mensuales y anuales conteniendo información sobre los precios y cantidades de productos comercializados en los mismos mercados.

Se elaboró conjuntamente con el Ministerio de Economía y Comercio las normas de calidad para dos productos perecederos: papa y chayote.

Con una base metodológica se elaboraron informes mensuales y anuales determinando la situación de mercado y condición de oferta para los productos comercializados en el CENADA y las Ferias del Agricultor; se efectuó solamente para la variable "cantidad" ya que para la variable "precio" se está definiendo la metodología.

2.1 Mercado Interno

Dentro de este Programa se incluye la asistencia técnica a centros de acopio, juntas de comercialización, cooperati-

vas, agroindustria, etc. También la implementación y análisis de proyectos en mercadeo, al igual que la organización de los productores para la comercialización misma.

Se brindó asesoría a cooperativas y grupos organizados como son CIACOOB, COOPERCOYOLAR, Productores de Corredores y Agricultores de Bijagua-Cañas, en estudios específicos. Asimismo, se brindó asistencia técnica en diferentes aspectos de mercado y mercadeo a tres cooperativas, dos grupos organizados de productores y un asentamiento.

Paralelamente, se coordinaron actividades con diferentes instituciones del Sector Público y Privado.

2.2 Mercado Externo

Se elaboró un registro de exportadores de productos agrícolas no tradicionales, que especifica el producto exportado, nombre de la empresa, razón social, etc.

Se determinó la disponibilidad de empaque para la exportación de productos agrícolas no tradicionales, los tipos usados, el material y las fábricas existentes en el país.

Con información proveniente de la Dirección General de Estadísticas y Censos y de Sanidad Vegetal del MAG, se estableció un control sobre 24 productos agrícolas de exportación y 66 de importación, con una serie estadística de 1980 a 1984 incluyendo volumen y valor.

Se recopiló todo lo referente a leyes y decretos que sobre exportaciones existe en el país, desde la creación de CEMPRO, a fin de ponerlos a disposición de exportadores u otros interesados en el fomento de las exportaciones.

Con base en información procedente de Sea Land, CCT Sea Born y Laesa Carga, se realizó un estudio sobre transporte aéreo y terrestre de productos agrícolas no tradicionales de exportación. En mango y aguacate se realizaron dos estudios sobre el comportamiento de los mismos en el mercado internacional y otros estudio de factibilidad para la exportación de claveles.

Se puso a disposición de los usuarios las tablas sobre requerimientos de temperatura y tiempos de duración de los productos hortifrutícolas en almacenamiento.

Con la colaboración de la Misión Española se obtuvo, en un solo documento, toda la información que sobre comercio exterior tienen las diferentes instituciones: Cámara de Agricultores, SEPSA, Estadísticas y Censos, MINEX, CEMPRO y CINDE.



Empaque conteniendo flores de exportación, de una burra estibadora portátil al compartimento de carga de un Boeing 727.

3. PROGRAMA “ FERIAS DEL AGRICULTOR ”

Las labores de este programa se concentraron en inspección, control y coordinación de las Ferias del Agricultor.

Directamente y en forma continua se inspeccionaron cuatro ferias, a saber: Guadalupe, Desamparados, Zapote y Hatillo. Se extrajo información estadística continua sobre la procedencia, volumen y precio de treinta y tres productos principales, además de la revisión de carnés de productores y supervisión de las administraciones.

Aproximadamente cincuenta carnés se recogen por semana para distintas acciones: vencimiento, amonestación y sanción. Se tiene un registro debidamente actualizado de carnés y se cuenta con un 75 por ciento de los datos necesarios para la confección del archivo nacional.

De los datos obtenidos de las Ferias se confecciona:

Informes semanales, mensuales y anuales para diferentes organismos, cooperativas, Agencias de Extensión y empresas agropecuarias.

Lista oficial de precios publicada semanalmente en el Diario La Nación y distribuída simultáneamente a los administradores y Guardia Rural.

Boletín para SIECA sobre precios de productos agrícolas en forma semanal.

Boletín comparativo de precios para 18 productos entre Ferias y otros mercados.

Gráficos sobre volúmenes y precios de los principales productos hortifrutícolas.

4. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

La Dirección de Mercadeo Agropecuario realiza otras acciones por sí y en representación de la Institución.

La Junta de Defensa del Tabaco y la Junta de Desarrollo Salinero, La Comisión Nacional de Bienes de Capital y el Programa Integral de Mercadeo Agropecuario (PIMA), son algunas de las entidades en las que esta Dirección participa directamente como miembro de sus juntas directivas. Con este fin se le da un apoyo intenso en las áreas de economía, mercado y mercadeo, administración. etc.

Como colaboración a la Dirección Regional Valle Central Occidental se elaboró un proyecto de aguacate, con el propósito de obtener financiamiento a una sectorial de Upanacional y Agricultores interesados

En el proyecto de presupuesto de la Institución se participa activamente integrando la Comisión Institucional encargada de formular y analizar el presupuesto.

En el área de planificación se interviene dando colaboración institucional en varios Congresos efectuados.