

INTRODUCCION

La Dirección General de Mercadeo Agropecuario, durante 1987 utilizó como estrategia de trabajo continuar con los rubros que tradicionalmente han desarrollado y que están incluidos dentro de la agricultura de cambio, esto son: Papaya, piña, manzana, aguacate, marañón, guayaba, naranja, papa, cebolla, tomate, chile, yuca, ñame, chamol, ñampi, crucíferas, cardamomo, vainilla, pimienta, macadamia, clavel, caña india, itabo, maní y otros más.

Esta Dirección extendió el servicio a las regiones, para lo que coordinó con las mismas la identificación de temas de investigación, fundamentales para trabajar en el área de mercadeo y preparó 54 programas de acuerdo a esa información, logrando una mayor participación en algunos estudios. El volumen de trabajo creó la necesidad de tener personal regionalizado, por lo cual este año se designó a funcionarios en tres regiones. Además de esto, brindó capacitación en el área de manejo post cosecha, Centros de acopio de Mercadeo y gestión comercial a técnicos y productores en el país.

En el ámbito agropecuario se coordinó con las instituciones del sector y se participó activamente en nueve comisiones: Junta de Defensa del Tabaco, Junta Nacional de la Sal, Comisión Interinstitucional (MEIC), Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica, Codex Alimentario, Comisión de Bienes de Capital, Comisión del Programa de Acción de Mercadeo Agropecuario (PAM), Comisión del Estudio de Mercadeo Internacional de Mango, Comisión para la adjudicación de la Red de Frío.

El trabajo realizado se llevó a cabo por medio de los programas que anteriormente se venían realizando y se creó uno más para su proyección a las regiones; el programa de Servicios Técnicos Administrativos.

1.3.1 DIRECCION

La Dirección definió los lineamientos y estrategias de trabajo para el adecuado funcionamiento de sus labores y efectuó el Seguimiento y Evaluación del trabajo técnico realizado durante 1987.

Se logró interinstitucionalmente participar en varios proyectos, como el de mango y el Programa de Acción en Mercadeo.

En el ámbito de la Institución, se logró una mayor coordinación en departamentos con las Direcciones Regionales.

Con el apoyo de la Secretaría Técnica, se iniciaron acciones en materia de Extensión y Capacitación en Mercadeo Agropecuario para las regiones, ésto fue realizado con la ayuda de la Misión de Cooperación Técnica Española de la Universidad de Costa Rica, la Embajada de Israel y el IICA, además en este sentido se elaboró un proyecto para el Servicio de Extensión en Mercadeo.



El mercadeo agropecuario brindó capacitación en el manejo de post cosecha a técnicos y productores

1.3.2 ANALISIS E INFORMACION DE MERCADOS

Entre las principales acciones realizadas por el Departamento de Análisis e Información de Mercados, están los estudios de comercialización enfocados

a la instalación de pequeños centros de acopio, a la instalación de una cámara de frío y a la oferta de productos tanto en el mercado nacional como internacional. Se realizaron estudios para centros de acopio en los cultivos de papaya y melón, además de chile dulce y tomate.

El estudio de factibilidad para la instalación de una cámara de frío contempló su utilización para los cultivos de manzana, melocotón, aguacate y granadilla, en la zona de Los Santos.

Las acciones de desarrollo y supervisión de centros de comercialización, tuvieron su atención en nueve Ferias del Agricultor, atendidas con una frecuencia semanal: Alajuela, Heredia, San Ramón, Guadalupe, Zapote, Hatillo, Plaza González Víquez, Desamparados y Tibás. En estas ferias se llevaron estadísticas especialmente en volúmenes y precios, además de que se supervisa las respectivas administraciones en cuanto a carnés, designación de espacios, pesas, medidas, control de precios, entre otros.

Otras actividades de importancia realizadas fueron: la apertura de la Feria del Agricultor en Hojancha y Campo Ayala, el archivo nacional de productores (por cómputo), la instalación de servicios sanitarios en coordinación con el Ministerio de Salud y el de Obras Públicas y Transportes, cierto grado de clasificación de productores y la utilización de tarimas. Además se inició la capacitación de productores y consumidores a través de boletines.

Las acciones de desarrollo de Sistemas de Información para la Comercialización Interna y la Exportación ha dado logros significativos en la generación, análisis y difusión de información sobre mercados nacionales e internacionales, el sistema de información sobre precios y volúmenes en los principales mercados hortifrutícolas y la difusión de boletines sobre precios a través de un periódico de circulación nacional, una televisora, 22 radiodifusoras en todo el país, entes administrativos de las Ferias del Agricultor y Agencias de Extensión Agrícola.

El sistema de información sobre alternativas agroindustriales, se basa en doce productos percederos con los que se trabajó para priorizar el registro de la empresa que los procesan, los volúmenes que tratan la capacidad instalada y ociosa de las agroindustrias y las épocas en que se compra el producto. Estos son: crucíferas, marañón, guayaba, papaya, piña, cebolla, zanahoria, maní, tomate, palma aceitera y naranja.

1.3.3. ECONOMIA DE MERCADOS:

Entre las principales acciones realizadas por el Departamento de Economía de Mercados están los estudios de mercado, la demanda de productos pere-

cederos en agroindustria, el consumo de productos hortifrutícolas en servicios (restaurantes y hoteles) e institución y al consumo per cápita a nivel de hogares.

Los estudio de colocación de oferta de productos tanto en el mercado nacional como internacional fueron en cardamomo, aguacate de altura, marañón, vainilla, pimienta, macadamia, caña india e itabo y un estudio de raíces y tubérculos que se están procesando los datos con apoyo del Centro Agrícola Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE). Los estudios en mención proporcionan detalles de área sembrada en el país, importaciones, exportaciones precios, canales y aspectos diversos de comercialización entre otros.

Sobre el estudio de demanda de productos perecederos en agroindustria fue realizado en los primeros meses del año 1987 y se determinó el consumo agroindustrial de 40 productos perecederos, detectando con ello el volumen demandado el año anterior. El estudio del consumo de productos hortifrutícolas en servicios (restaurantes y hoteles) e instituciones determinó la correspondiente cuantificación del consumo en diversas instituciones y hoteles para 32 productos hortifrutícolas. El estudio de consumo per cápita a nivel de hogares se finalizó con la elaboración de un documento completo sobre el consumo de hogares, en 60 productos que incluyen carnes, mariscos, lácteos, granos, grasas, raíces y tubérculos, aceites, café, entre otros, dicho estudio se desarrolló en diferentes zonas del país. Además se determinó la estacionalidad de la demanda, tomando como muestra los usuarios de la Feria del Agricultor, por ser un mercado muy indicativo del consumo nacional.

1.3.4 SERVICIOS TECNICOS ADMINISTRATIVOS

El Departamento de Servicios Técnicos Administrativos, entre sus principales acciones desarrolló estudios sobre la oferta anual, realizando para ello tres pronósticos de producción, dos en la zona alta de Cartago en papa y dos en cebolla, uno en Cartago y zonas circunvecinas y el otro de cebolla veranera en las áreas de Santa Ana y San Antonio de Belén entre otros lugares.

Por otra parte se iniciaron acciones para determinar la oferta de fresa, para lo cual se cuantificaron las áreas de siembra y cosecha.

1.3.5 OTRAS ACTIVIDADES

A pesar de que la Dirección General de Mercadeo Agropecuario coordinó correctamente las actividades durante el año 1987, surgieron otras que por su naturaleza fueron de carácter urgente o de necesidad inmediata, debiendo

de atender aunque no estuvieron programadas. Entre otras fueron de carácter importante las charlas a productores sobre cultivos en agricultura de cambio como: cardamomo, macadamia, marañón, maní, mango y cítricos. La evaluación del Sistema de Información de Mercadeo Agropecuario, usado por medio de las Agencias de Extensión Agrícola.

Y la realización de diversos estudios como son: Estudio de la Fresa (COOPEFRESA), Diagnóstico del Clavel, Investigación sobre Importación y Consumo de Algodón, Tortas para Alimento Animal, Plan de Normalización de Productos en las Ferias del Agricultor, Calendario de Comercialización de Frutas y Hortalizas en el Mercado Mayorista (CENADA), y la participación en el estudio preliminar del Mercado de Maní, Estudio Económico y Técnico en PINDECO, para la solicitud de exoneración de impuestos efectuada por la empresa y en el análisis de ofertas técnicas presentadas para la adjudicación del Sistema de la Red de Frío Nacional.

Además se llevaron a cabo otras actividades sobre coordinación en el Programa de Incremento de la Productividad Agrícola (PIPA) y el Consejo Nacional de Producción del Sistema de Fijación de Precios en los agroquímicos y márgenes de utilidad por medio de los agentes comerciales y la definición de indicadores socioeconómicos de 25 productos agropecuarios como base para determinar prioridades de investigación.