

# Entender los mercados: investigación e información sobre mercados

## Propuesta

Los mercados están cambiando rápidamente, reflejan la globalización, involucran la calidad y la seguridad alimentaria y el crecimiento dinámico de los distribuidores y comerciantes minoristas de alimentos. Comprender como funcionan los mercados y los requerimientos para acceder a los modernos canales de distribución requiere información, pero si los servicios de información existentes no son renovados y reestructurados, será imposible progresar.

## Fundamentos y respuesta recomendada

La información sobre los mercados es la clave para el éxito comercial en el sector agroindustrial: los productos pueden ser altamente perecederos y los períodos de transacción pueden ser breves, la demanda y el abastecimiento son muy sensibles a los precios, los mercados existentes se están volviendo cada vez más diferenciados y mercados completamente nuevos están emergiendo, las especificaciones y los requerimientos del comprador son cada vez más complejos y cuando hay un incesante aumento de la competencia tanto en los mercados domésticos como en los de exportación.

Con las nuevas tecnologías de información y comunicaciones, una información total sobre el mercado está disponible en «tiempo real» permitiendo una planificación rápida completamente informada y adecuada para tomar decisiones por parte de los compradores y de los vendedores. Paralelamente, han aumentado las expectativas. Los compradores ahora esperan que los potenciales vendedores satisfagan demandas más precisas más rápidamente y del mismo modo que ajusten sus prácticas comerciales.

Algunos abastecedores en países en desarrollo han aceptado el desafío y establecido su propia capacidad de adquisición de información y de investigación. El sector privado de la información proporciona servicios especializados disponibles en línea. Sin embargo, la información sobre comercialización a menudo es considerada como un «bien público» que debería ser proporcionado sin costo por el sector público, a pesar de que esos servicios cuentan con recursos insuficientes, son lentos y en muchos casos son «inadecuados para satisfacer los objetivos buscados».

De cualquier manera, hay ejemplos de respuestas efectivas de los sectores público y privado a las oportunidades y desafíos que involucran la adquisición y diseminación de información en el sector agroindustrial y comprenden la complementación

de las iniciativas del sector privado con el contexto de una asociación informal público-privada para proveer información.

## Enfoque del debate

**1** ¿Cuáles son las tendencias del mercado en los agronegocios en los cuales los proveedores de información de los países en desarrollo deberían poner mayor atención? ¿Cuáles son los tipos de información que deberían ser más útiles a las agroindustrias domésticas y a los agronegocios para las actividades que desarrollan, o podrían desarrollar, esos mercados?

**2** ¿Cuáles son los mejores modelos para proveer información sobre los mercados agroindustriales? ¿Cuáles tecnologías y sistemas son los más efectivos? ¿Qué asociaciones público-privadas deberían establecer los países en desarrollo para proveer esa información?

**3** ¿Cuál es la función específica del sector público en la adquisición y diseminación de información en lo que respecta a los requerimientos del sector agroindustrial? ¿Porqué la mayoría de los servicios de información del sector público han respondido con lentitud a la evolución de las necesidades de información e investigación del sector? ¿Cómo pueden esas limitaciones ser realísticas y efectivamente superadas?

**4** ¿Cuáles son las necesidades de información del pequeño agricultor que es el participante más débil en el sector agroindustrial? ¿Cómo puede el esfuerzo nacional de información responder más efectivamente a las necesidades de información del pequeño agricultor?



Fotografía: ©FAO/Giuseppe Bizzarri

## Propuesta de mesa redonda 1

**Timothy Williams** es un economista agrícola con más de 25 años de experiencia en el desarrollo de pequeñas y medianas empresas, análisis y asesorías de políticas. Actualmente encabeza la sección *Enterprise and Agriculture* (EAS) de la Secretaría del *Commonwealth*. Su trabajo profesional se ha enfocado en la asistencia a los gobiernos de los países en desarrollo para preparar políticas a fin de que los mercados trabajen en mejor forma en favor de los pequeños agricultores y para solucionar los desafíos que enfrentan las pequeñas y medianas empresas. Anteriormente fue líder del equipo de investigación y Representante en África Occidental del Instituto Internacional de Investigación en Ganadería (ILRI), uno de los 16 Centros del CGIAR. Tiene un doctorado en Economía Agrícola de la Universidad de Oxford (R.U.).



**Profesor David Hughes** es inglés, Profesor Emérito de Comercialización de Alimentos en el *Imperial College of London* (R.U.) y Profesor Visitante en la Universidad de Kent, *Business School* y en el *Royal Agricultural College* (R. U.). Es conferencista sobre temas de asesoramiento de gestión e industria alimentaria global, especialmente tendencia de los consumidores, y es un activo promotor de las alianzas verticales entre los principales miembros de la cadena agroindustrial: agricultores, ciencias biológicas y compañías de insumos, firmas de ingredientes, procesadores de alimentos y bebidas, comercio minorista y servicios alimentarios. Ha vivido y trabajado en cuatro continentes y tiene amplia experiencia como miembro asesor internacional en compañías y organizaciones relacionadas con la alimentación. Es director no ejecutivo de *KGG*, una empresa inglesa propiedad de productores de bayas con ventas anuales de alrededor 260 millones de dólares estadounidenses; está en el Cuerpo Asesor de Rabobank, R. U.

**Graham Dixie** es un economista con amplia experiencia en comercialización, Especialista Principal en Agronegocios y Comercialización del Banco Mundial (División del Sur de Asia). Tiene una amplia experiencia de consultorías con la FAO, el Banco Mundial y el FIDA y ha escrito sobre extensión de la comercialización para AGFS/FAO. Tiene amplia experiencia en África, Asia y el Caribe. Es bien conocido por sus trabajos sobre Tecnologías de Información y Comunicaciones y Acceso a la Información sobre Mercados y Desarrollo Empresarial.



**Kofi Debrah** es el Jefe del Programa de Políticas y Comercialización del Centro Internacional de Desarrollo de Fertilizantes. Opera el proyecto *Regional Market Information Systems and Traders Organizations* (MISTOWA) financiado por USAID. Su trabajo está dirigido a poner más información en las manos de los productores y comerciantes haciendo el mercado más transparente y eficiente y asistiendo en la toma de decisiones acerca de qué y cuánto cultivar, con quién comercializar, cuándo vender y a qué precio. MISTOWA tiene su base en Accra, Ghana, con oficinas locales en Benin, Burkina Faso, Malí, Nigeria, Senegal y Togo..

**Moderador: Edward Seidler** tiene una maestría en Economía Agrícola (Comercialización) por la Universidad de Londres (R. U.). Es especialista en comercialización agrícola y ha trabajado con la FAO en los últimos 33 años donde es funcionario principal de comercialización en la sede de Roma. Con anterioridad trabajó durante 13 años como especialista de comercialización y planificación en África del Sur y Oriental; ha viajado a África, Asia y el Pacífico, Europa Oriental y el Caribe. Edward Seidler ha estado involucrado en el apoyo a proyectos de mercados mayoristas en varios países de Asia y Europa Oriental y ha trabajado activamente para vincular los agricultores a los mercados, extensión de comercialización y formulación y evaluación de políticas.

