

SISTEMA DE INFORMACIÓN COMERCIAL PARA LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO

Quispillo M.¹, Falconi C.¹, Humanante P.^{1,2}

¹ Fundación Minga para la Acción Rural y la Cooperación (MARCO), Riobamba.

² Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba.

E-mail: mquispillo@fundacionmarco.org

Palabras clave: papa, mercado, precios, comercialización

INTRODUCCION

Un sistema de información comercial, también denominado sistema de precios y mercado, es un conjunto de elementos cuyo principal objetivo es proveer de información actual y oportuna de precios de mercado para la toma de decisiones de los usuarios del sistema (Peralta, 2011).

En la sierra del Ecuador los agricultores no disponen de información actualizada de mercado. Esto genera que su poder de negociación sea bajo. Al mismo tiempo, varias iniciativas públicas y privadas relacionadas a sistemas de información han estado dispersas y ha faltado coordinación. Este estudio describe una experiencia de la Fundación MARCO sobre el desarrollo de un sistema de información comercial, adaptado para pequeños productores de papa y otros cultivos desde 2007. Experiencias similares se han implementado en Perú y Bolivia, a través del proyecto InnovAndes coordinado por el Centro Internacional de la Papa (CIP).

MATERIALES Y METODOS

Los pasos para desarrollar este sistema fueron los siguientes:

Taller inicial. La implementación del sistema de información comercial inicio con un taller en Puno, Perú, en el que se definieron conceptos y estrategias básicos. El taller fue conducido por especialistas de la zona Andina.

Diagnóstico. Mediante talleres y con la participación de beneficiarios e instituciones de apoyo, se realizó un diagnostico para determinar las necesidades de información de los productores y otros actores de la cadena productiva. Varios de estos diagnósticos se realizaron en comunidades del Cantón Colta, provincia de Chimborazo.

Alianzas institucionales. Se formó un equipo de trabajo con técnicos de las siguientes instituciones: Fundación Minga para la Acción Rural y la Cooperación (MARCO), Empresa Municipal Mercado de Productores Agrícolas (EMMPA), Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE), Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Confederación del Movimiento Indígena de Chimborazo (COMICH), Consorcio de Pequeños Productores de la Papa (CONPAPA),

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP) y Fundación Chuquiragua.

Diseño del sistema. El sistema fue diseñado en base al modelo en cascada donde cada componente del sistema interactúa entre sí permitiendo la validación y corrección de errores de manera conjunta. Los pasos de esta metodología son: análisis de requerimientos, implementación, pruebas y mantenimiento.

Capacitación. Se realizaron 6 talleres de capacitación para el uso del sistema de información comercial destinado a productores/as, líderes y estudiantes. Se dictó además un curso de capacitación en estadística básica para la interpretación de tendencias de precios destinado a estudiantes de secundaria del Colegio Jacobo Yépez de la comunidad de Labranza, cantón Colta.

RESULTADOS Y DISCUSION

Este sistema está formado por los siguientes módulos: recopilación de información, envío, procesamiento y publicación en medios radiales, escritos y digitales.

La recopilación de la información es realizada por inspectores del EMPPA, quienes realizan tres tomas de datos de 6:00 a 7:00 A.M. todos los días en formatos proporcionados por el MAGAP. La validación se realiza mediante el chequeo y comparación de precios diarios enviados por el EMPPA. Si existe una variación excesiva de precios de algún producto se opta por no publicar en el boletín el producto con esta anomalía o si existe diferencia de precios mínimos entre las tres tomas se opta por sacar un promedio. El procesamiento de la información y la generación de un boletín de precio están a cargo de la Fundación MARCO. La FAO, ERPE, INIAP, COMICH, Fundación Chuquiragua, y CONPAPA difunden la información.

El producto generado por el sistema de información es un boletín en español y en kichwa, el cual contiene los principales productos comercializados en Chimborazo divididos en los siguientes grupos: cereales, frutas frescas y procesadas, hortalizas, leguminosas, pastos naturales y, tubérculos y raíces. Este boletín se difunde de manera semanal los días viernes con un compilado de la semana.

El boletín se distribuye a través de los siguientes medios: papel (120 boletines impresos por semana); páginas Web de Fundación MARCO (www.fundacionmarco.org/precios.html) y CONPAPA (www.conpapa.com/precios.htm); correo electrónico a 40 personas e instituciones públicas y privadas; radio emitido una vez a la semana los días sábados a las 4:30 A.M. en la frecuencia de 710 amplitud modulada radio ERPE en idioma español y kichwa; tres pantallas ubicadas en el EMPPA; y una pizarra en el colegio Jacobo Yépez (comunidad de San Isidro, Colta).

Para promover el uso del sistema de información se capacitó a 9 líderes comunitarios (7 hombres, 2 mujeres), 152 agricultores (98 hombres y 54 mujeres) y 69 estudiantes. Se ha estimado que el número de oyentes de los programas de radio es de 30.000 por día y que entre 500 a 1000 usuarios utilizan la información de precios en el EMPPA diariamente. De acuerdo a la herramienta *Web Analyzer*, un promedio de 217 personas visitan diariamente el sistema de información comercial en las páginas Web de Fundación MARCO y CONPAPA. De los 120 boletines impresos semanalmente se estima que el 85% de estos son utilizados por los productores. Finalmente, el 90% de los suscriptores al boletín vía correo electrónico han solicitado este servicio, lo que demuestra su uso.

CONCLUSIONES

El sistema de información comercial implementado en la zona de Chimborazo ha tenido una gran acogida por productores e instituciones públicas y privadas. Sin embargo, resta por documentar cómo el sistema de información comercial ayuda a la toma de decisiones productivas y comerciales. La perspectiva del sistema es ampliar su cobertura a los principales mercados de la sierra centro como Ambato y Latacunga.

BIBLIOGRAFIA

Peralta, M. Sistema de Información En: Monografías,
<http://www.monografias.com/trabajos7/sisinf/sisinf.shtml>, Enero 2011.