

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE AGRONOMIA**

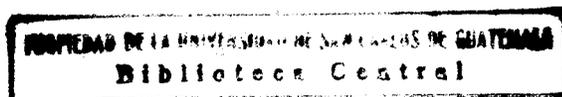
**EVALUACION PRELIMINAR DE LOS MERCADOS FERIAS DEL
AGRICULTOR, COMO MEDIDA DE POLITICA AGRICOLA, PARA
SUMINISTRAR PRODUCTOS DE LA CANASTA FAMILIAR, Y REDUCIR
PRECIOS AL CONSUMIDOR FINAL**



**INGENIERO AGRONOMO
EN SISTEMAS DE PRODUCCION AGRICOLA**

EN EL GRADO ACADEMICO DE LICENCIADO

GUATEMALA, ABRIL DE 1991



DL
01
711959)

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

RECTOR

DR. ALFONSO FUENTES SORIA

JUNTA DIRECTIVA DE LA FACULTAD DE AGRONOMIA

- | | |
|---------------|------------------------------------|
| DECANO | Ing. Agr. ANIBAL B. MARTINEZ M. |
| VOCAL PRIMERO | Ing. Agr. MAYNOR E. ESTRADA R. |
| VOCAL SEGUNDO | Ing. Agr. EFRAIN MEDINA G. |
| VOCAL TERCERO | Ing. Agr. WOTZBELI MENDEZ ESTRADA. |
| VOCAL CUARTO | P. A. ALFREDO ITZEP MANUEL. |
| VOCAL QUINTO | P. A. MARCO TULIO SANTOS A. |
| SECRETARIO | Ing. Agr. ROLANDO LARA ALECIO. |

Guatemala, abril de 1991.

Señores

Honorables Miembros

Junta Directiva

Tribunal Examinador

Facultad de Agronomía

Presente .

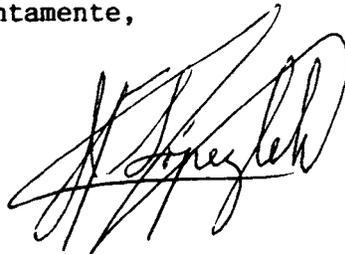
Respetables Señores:

De conformidad con lo establecido por la Ley Orgánica de la Universidad de San Carlos de Guatemala, tengo el honor de someter a vuestra consideración el trabajo de tesis titulado:

"EVALUACION PRELIMINAR DE LOS MERCADOS FERIAS DEL AGRICULTOR, COMO MEDIDA DE POLITICA AGRICOLA, PARA SUMINISTRAR PRODUCTOS DE LA CANASTA FAMILIAR , Y REDUCIR PRECIOS AL CONSUMIDOR FINAL".

Presentándolo como requisito previo a optar al título de Ingeniero Agrónomo, en el grado académico de Licenciado en Ciencias Agrícolas.

Atentamente,



José Fernando López Chávez.

ACTO QUE DEDICO

A DIOS

Creador del Hombre y de la Naturaleza;
Fuente inagotable del saber y punto de
apoyo en mi formación.

A MIS PADRES

Ana María Chávez Woods de Fajardo
Quien por su esfuerzo y amor, hoy culmino
una etapa más en nuestras vidas.
Luis Alfonso López Calvo (Q.E.P.D.)
Comparte conmigo este triunfo.

A MIS ABUELOS

Ana Julia Woods de Chávez (Q.E.P.D.)
Jose Luis Chávez Castellanos (Q.E.P.D.)
María Simeona Calvo Mendizábal
Luis Alfonso López (Q.E.P.D.)
Como recuerdo de sus enseñanzas y
ejemplos en la vida.

A MIS HERMANAS

Susana Elisa, Lesbia Patricia y Ligia
María
Con especial cariño.

A MI ESPOSA

Carmen Elizabeth Dubón Guerra de López
Como un pequeño agradecimiento por su
apoyo y compañía.

A MI HIJO

José Fernando López Dubón
Con amor al participar en este momento
importante de mi vida

A MIS TIOS, PRIMOS Y
FAMILIARES

En especial a Edgar Arturo López Calvo
y Mario Antonio Fajardo Rodríguez, como
una muestra de agradecimiento al apoyo
recibido.

TESIS QUE DEDICO

- A: Mi Patria Guatemala.
- A: La Universidad de San Carlos de Guatemala.
- A: La Facultad de Agronomía.
- A: Los mercados tradicionales y no tradicionales de la Ciudad Capital de Guatemala.
- A: Mis compañeros de promoción, en especial a Eduardo Antonio Calderón Saenz, como recuerdo de los momentos vividos en nuestra vida universitaria.
- A: El Instituto Nacional de Comercialización -INDECA-, específicamente al Programa de las Ferias del Agricultor.

AGRADECIMIENTOS

- Al: Ing. Agr. Msc. Ariel Ortíz López, por su valiosa asesoría y conducción en la realización del presente trabajo.
- Al: Instituto Nacional de Comercialización Agrícola -INDECA- , y a la División de Mercados del mismo, por el apoyo logístico de información en el trabajo de campo y en el trabajo de gabinete.
- Al: Ing. Agr. Gustavo Adolfo Fabián Grijalva, por la colaboración prestada en la realización de la presente investigación.
- A: Todas aquellas personas que en una u otra forma colaboraron para hacer posible el desarrollo del presente trabajo de investigación.

INDICE DE CONTENIDO

	Página
Indice de Cuadros	v
Indice de Figuras	viii
Resumen	ix
I. INTRODUCCION	1
II. OBJETIVOS	1
III. REVISION DE LITERATURA	2
III.1. LAS FERIAS DEL AGRICULTOR	2
III.2. LA CANASTA FAMILIAR	3
III.2.1. COMPOSICION DE LA CANASTA FAMILIAR	3
III.2.2. LA AGRUPACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DENTRO DE LA CANASTA FAMILIARA	3
III.3. ANALISIS SOCIOECONOMICO DE LA POBLACION DE LA CIUDAD CAPITAL DE GUATEMALA.	4
III.3.1. INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR	4
III.3.2. VARIACION EN LA AGRUPACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DENTRO DE LA CANASTA FAMILIAR EN EL AÑO DE 1989	4
III.3.3. EL COSTO DE VIDA EN GUATEMALA	5
IV. METODOLOGIA.	6
IV.1. ESTUDIO DE PRECIOS AL CONSUMIDOR	6
IV.2. ESTUDIO DEL ALCANCE DE LOS MERCADOS FERIAS DEL AGRICULTOR	8
IV.2.1. TAMAÑO DE LOS MERCADOS NO TRADICIONALES	8

	Página
IV.2.2.2. OTROS PRODUCTOS QUE SE OFRECEN EN LOS MERCADOS "FERIAS DEL AGRICULTOR"	10
IV.2.2.3. PRODUCTOS NO OFERTADOS EN LAS "FERIAS DEL AGRICULTOR"	10
IV.2.2.4. GRUPOS DE OFERENTES EN LOS MERCADOS "FERIAS DEL AGRICULTOR"	10
IV.2.2.5. PERIODICIDAD DE LOS MERCADOS "FERIAS DEL AGRICULTOR"	10
V. RESULTADOS Y DISCUSION.	11
V.1. ESTUDIO DE PRECIOS AL CONSUMIDOR.	11
V.1.1. CEBOLLA	11
V.1.2. PAPA	12
V.1.3. REPOLLO	13
V.1.4. TOMATE	14
V.1.5. ZANAHORIA	15
V.2. ESTUDIO DEL ALCANCE DE LOS MERCADOS "FERIAS DEL AGRICULTOR"	16
V.2.1. TAMAÑO DE LOS MERCADOS NO TRADICIONALES	16
V.2.2. CAPACIDAD DE OFERTA	18
V.2.2.1. ANALISIS DE LA OFERTA DE DISTINTOS PRODUCTOS DE LA AGRUPACION DE "ALIMENTOS Y BEBIDAS" EN LAS FERIAS DEL AGRICULTOR DURANTE EL AÑO DE 1989	18
V.2.2.1.1. GRUPO DE CARNES, PESCADO Y MARISCOS	19
- MOJARRA	19
- CAMARON	19

	Página
V.2.2.1.2. GRUPO "GRANOS BASICOS"	20
- MAIZ	20
- FRIJOL NEGRO	23
- ARROZ	23
V.2.2.1.3. GRUPO "HUEVOS Y PRODUCTOS LACTEOS"	24
- HUEVOS	24
- QUESOS FRESCOS	25
- CREMA	28
V.2.2.1.4. GRUPO "FRUTAS"	29
- LIMON	29
- MELON	33
- PIÑA	34
- PLATANOS	35
V.2.2.1.5. GRUPO "VERDURAS Y LEGUMBRES"	36
- SUBGRUPO DE PAPA, TOMATE Y EJOTE.	36
- PAPA	36
- TOMATE	38
- EJOTE	42
- SUBGRUPO DE CEBOLLA Y ACELGA	44
- CEBOLLA	44
- ACELGA	47
- SUBGRUPO DE ZANAHORIA	48
- SUBGRUPO DE GUISQUIL, GUICOY MADURO, REPOLLO, ELOTE, LECHUGA Y PEPINO.	49
- GUISQUIL	51
- GUICOY MADURO	56
- REPOLLO	57
- ELOTE	59
- LECHUGA	61
- PEPINO	62
V.2.2.1.6. GRUPO "ALIMENTOS VARIOS Y BEBIDAS NO ALCOHOLICAS".	63

	Página
- PEREJIL	63
- CULANTRO	64
V.2.2.2. OTROS PRODUCTOS QUE SE OFRECEN EN LAS FERIAS DEL AGRICULTOR	65
V.2.2.3. PRODUCTOS NO OFERTADOS EN LOS MERCADOS FERIAS DEL AGRICULTOR	65
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	72
VI.1. CONCLUSIONES	72
VI.2. RECOMENDACIONES	73
VII. BIBLIOGRAFIA	74
APENDICE	

INDICE DE CUADROS

Cuadro		Página
1	Modelo de regresión estimado para precios de cebolla, con influencia y sin influencia, de las ferias del agricultor. Guatemala, 1989.	11
2	Modelo de regresión estimado para precios de papa, con influencia y sin influencia, de las ferias del agricultor. Guatemala, 1989.	12
3	Modelo de regresión estimado para precios de repollo, con influencia y sin influencia, de las ferias del agricultor. Guatemala, 1989.	13
4	Modelo de regresión estimado para precios de tomate, con influencia y sin influencia, de las ferias del agricultor. Guatemala, 1989.	15
5	Modelo de regresión estimado para precios de zanahoria, con influencia y sin influencia, de las ferias del agricultor. Guatemala, 1989.	16
6	Oferta de maíz por INDECA en los mercados no tradicionales de las ferias del agricultor. Año de 1989. Primer y segundo bloques. Libras de maíz.	22

Cuadro		Página
7	Oferta de huevos por los mercados no tradicionales de las ferias del agricultor. Año de 1989. Primer y segundo bloques. Docenas de huevos.	27
8	Oferta de limón por los mercados no tradicionales de las ferias del agricultor. Año de 1989. Primer y segundo bloques. Manos de limón.	32
9	Oferta de plátano por los mercados no tradicionales de las ferias del agricultor. Año de 1989. Primer y segundo bloques. Docenas de plátanos.	37
10	Oferta de papa por los mercados no tradicionales de las ferias del agricultor. Año de 1989. Primer y segundo bloques. Libras de papa.	40
11	Oferta de tomate por los mercados no tradicionales de las ferias del agricultor. Año de 1989. Primer y segundo bloques. Libras de tomate.	43
12	Oferta de cebolla por los mercados no tradicionales de las ferias del agricultor. Año de 1989. Primer y segundo bloques. Manojos de cebolla.	46
13	Oferta de zanahoria por los mercados no tradicionales de las ferias del agricultor. Año de 1989. Primer y segundo bloques. Docenas de zanahoria.	51

Cuadro		Página
14	Oferta de güisquil por los mercados no tradicionales de las ferias del agricultor. Año de 1989. Primer y segundo bloques. Unidades de güisquil.	55
15	Oferta de repollo por los mercados no tradicionales de las ferias del agricultor. Año de 1989. Primer y segundo bloques. Unidades de repollo.	
16	Oferta de elote por los mercados no tradicionales de las ferias del agricultor. Año de 1989. Primer y segundo bloques. Unidades de elote.	60
17	Otros productos agrícolas o artículos que se ofrecen en las ferias del agricultor durante el año de 1989.	66
18	Productos no ofertados en los mercados no tradicionales de las ferias del agricultor durante 1989.	67
19	Grupos de oferentes en las ferias del agricultor. Primer bloque. Año de 1989.	70
20	Grupos de oferentes en las ferias del agricultor. Segundo bloque. Año de 1989.	71

INDICE DE FIGURAS

Figura		Página
1	Tamaño de mercado de las ferias del agricultor, por oferta total de productos de la agrupación de "alimentos y bebidas" de la canasta familiar. Primer semestre de 1989.	17
2	Oferta de granos básicos por INDECA y pequeños agricultores, por semestre, durante 1989. Primer y segundo bloques de las ferias del agricultor.	21
3	Oferta por semestre de huevos y productos lácteos durante 1989. Primer y segundo bloques de las ferias del agricultor.	26
4	Oferta de frutas por semestre durante 1989. Primer y segundo bloques de las ferias del agricultor.	30
5	Oferta de papa, tomate y ejote por semestre, durante 1989. Primer y segundo bloques de las ferias del agricultor.	39
6	Oferta de cebolla y acelga por semestre durante 1989. Primer y segundo bloques de las ferias del agricultor.	45
7	Oferta de zanahoria por semestre durante 1989. Primer y segundo bloques de las ferias del agricultor.	50
8	Oferta de güisquil, güicoy maduro, repollo, elote, lechuga y pepino, por semestre, durante 1989. Primer y segundo bloques de las ferias del agricultor.	53

EVALUACION PRELIMINAR DE LAS FERIAS DEL AGRICULTOR COMO MEDIDA DE POLITICA AGRICOLA, PARA SUMINISTRAR PRODUCTOS DE LA CANASTA FAMILIAR, Y REDUCIR PRECIOS AL CONSUMIDOR FINAL.

EVALUATE PRELIMINARY OF THE MARKETS FAIRS OF THE AGRICULTURIST, AS MEASURE OF POLITICS AGRICULTURAL, FOR TO GIVE PRODUCTS OF THE CASTE DOMESTIC, AND TO REDUCE PRICES TO THE CONSUMER FINAL.

RESUMEN

Las ferias del agricultor o mercados no tradicionales podrían al menos en teoría, constituir una alternativa de solución al problema de los intermediarios innecesarios que inciden en precios más altos de lo normal, a nivel de consumidor; problema que se afronta diariamente en nuestra sociedad. Aparentemente, los resultados esperados de estos mercados no se han logrado, por lo que la presente investigación tiene el propósito de evaluar el desarrollo de los mismos.

La investigación comprende una etapa que estudia el comportamiento de los precios en los mercados tradicionales y no tradicionales, y otra etapa, que estudia el alcance de los mercados "ferias del agricultor" en término de número de oferentes, productos y cantidades ofrecidas, y periodicidad de dichos mercados.

La metodología empleada para poder cumplir con la primera etapa, consistió en la comparación de los precios obtenidos en los mercados tradicionales y no tradicionales en función del tiempo a través de un modelo teórico lineal, en que la variable dependiente o precio al consumidor, se expresa en función de la variable independiente o tiempo. La metodología empleada en la segunda etapa, consistió en la recopilación de toda aquella información que permitió dimensionar las variables "oferentes", "productos y cantidades ofrecidas", "grupos de oferentes", y "periodicidad de las ferias del agricultor", dentro del programa de dichos mercados realizado durante el año de 1989.

Los resultados obtenidos en ambas etapas de la investigación permiten dar las siguientes conclusiones:

1. Los mercados "El Trébol" y "Proyecto 4-4", revisten principal importancia, ya que son los mercados en que se ofrecieron mayor número de los productos evaluados, así como las mayores ofertas de dichos productos.
2. Los precios de los distintos productos estudiados en las ferias del agricultor, no influyen significativamente en la disminución de los precios cantonales. Sin embargo, es característica de los mercados cantonales, la de modificar sus precios en el transcurso de la semana en detrimento de la capacidad de adquisición de los consumidores finales.
3. Los productos ofrecidos en las ferias del agricultor, principalmente pertenecen a las agrupaciones de "vegetales y legumbres" y "frutas" de la canasta familiar, por lo que las demás agrupaciones no son atendidas, y algunas otras, son atendidas poco satisfactoriamente.
4. Los grupos "Sololá", "Sumpango", "Santiago Sacatepéquez", "Santa María de Jesús" y "Patzún", constituyen los principales grupos que intervienen en las ferias del agricultor. Dicha importancia radica en la cantidad de agricultores participantes por grupo en cada mercado, y por los productos y cantidades ofrecidas. Sin embargo, los otros grupos minoritarios, también revisten importancia, especialmente porque constituyen puntos débiles en la oferta en cantidad y en calidad de los productos de la canasta familiar.

I. INTRODUCCION.

Las ferias del agricultor o mercados no tradicionales podrían al menos en teoría, constituir una alternativa de solución al problema de los intermediarios innecesarios que inciden en precios más altos de lo normal, a nivel de consumidor; problema que se afronta diariamente en nuestra sociedad.

El Instituto Nacional de Comercialización Agrícola, con la colaboración de otras instituciones, formularon y han ejecutado desde 1986 la idea de los mercados no tradicionales, que debería por un lado, permitir la venta directa de productos del productor al consumidor, y por ende, mejores ingresos para los primeros, así como una disminución en los precios de los productos ofertados para los segundos, y a la vez, una oferta en calidad y cantidad adecuadas y oportunas.

Aparentemente, los resultados esperados no se han logrado, por lo que se realizó la presente investigación con el propósito de evaluar el desarrollo de dichos mercados. La evaluación se considera parcial, o preliminar, porque corresponde a un momento en el tiempo, y no toma en cuenta todos los aspectos y productos que la integran. No por ello, la misma deja de ser válida para obtener conclusiones que permitan generar algunas ideas positivas al respecto.

II. OBJETIVOS.

II.1. OBJETIVO GENERAL.

Evaluar la efectividad de los mercados "ferias del agricultor", como medida de política agrícola, para suministrar los productos de la canasta familiar, y reducir precios al consumidor final.

II.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.

II.2.1. Establecer y comparar el comportamiento de los precios dentro de los mercados no tradicionales y mercados tradicionales.

II.2.2. Estudiar el alcance de los mercados no tradicionales en término de número de oferentes, productos y cantidades ofrecidas, y periodicidad de los mercados "ferias del agricultor".

III. REVISION DE LITERATURA.

III.1. LAS FERIAS DEL AGRICULTOR.

Las ferias del agricultor, son mercados no tradicionales creados en junio de 1986, con el fin de poner en contacto directo al productor con el consumidor final, ya que los canales tradicionales de comercialización de la producción agropecuaria en Guatemala, se ha caracterizado por la típica participación de los intermediarios entre productores y consumidores, estructura que ha incidido en contra en la economía doméstica de la población consumidora, en especial, la de escasos recursos. (2).

Por aparte, la presencia de intermediarios innecesarios en el esquema de comercialización, inserta a los productores en una situación de inestabilidad y deterioro económico, en donde lo único que resultan percibiendo es la satisfacción de haber labrado la tierra de sol a sol. (5).

Ambas situaciones de apuro económico, tanto a nivel de productores como de consumidores, inequívocamente están determinadas por la estructura de los mercados intermediarios, ya que en la realidad diaria se ha demostrado que es el intermediario quien a base de especulación, concientemente contribuye a la elevación de los precios al consumidor, luego de haber condicionado el precio a pagar a productores sin financiamiento, sin asesoría, ni facilidades para comercializar, y que, para satisfacer sus necesidades de subsistencia, se ven obligados a desprenderse de sus productos arbitrariamente. (2).

Entre los productos que se comercializan en las ferias del agricultor figuran hortalizas y frutas, pescado, distintas especias o condimentos, productos agroindustriales y de origen pecuario, artesanías y otros. Además, el Instituto Nacional de Comercialización Agrícola -INDECA-, ofrece granos básicos tales como maíz, arroz y frijol.

Las ferias del agricultor se iniciaron en la Ciudad de Guatemala, en el sector de "El Trébol", pero las mismas se vieron incrementadas en 1988 en otros puntos de la Ciudad, a tal grado que ya se realizan ventas en los municipios de

Villa Nueva, Mixco, y otros lugares de la República, como lo son algunas cabeceras departamentales. (2).

En el año de 1988, según informe presentado por la Dirección de Mercadeo del Instituto Nacional de Comercialización Agrícola, se realizaron 89 ferias del agricultor en 8 distintos lugares en la Ciudad Capital, beneficiando así a grupos de 13 comunidades agrícolas del interior, así como una población estimada de 317,700 consumidores, ofertando dichos agricultores, una cantidad de 44,956.66 quintales (2,247.833 T.M.). Además, el Instituto Nacional de Comercialización Agrícola -INDECA-, suministró una cantidad de 2,539 toneladas de granos básicos. (3 y 4).

III.2. LA CANASTA FAMILIAR.

Es el conjunto de bienes y servicios representativos del gasto de consumo de los diferentes estratos socioeconómicos de la población. En el caso específico de la Ciudad Capital, la composición de la canasta familiar se determinó con base en los resultados de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos realizada en noviembre de 1979 y agosto de 1981. (6 y 7).

III.2.1. COMPOSICION DE LA CANASTA FAMILIAR.

La canasta actual de bienes y servicios que se utiliza en el cálculo de los Indices de Precios al Consumidor, y que corresponde a la zona Urbana Central, está integrada por 9 agrupaciones, 38 grupos, 111 subgrupos, y 212 productos o artículos. (Ver cuadro 1 del Apéndice.).

III.2.2. LA AGRUPACION DE "ALIMENTOS Y BEBIDAS" DENTRO DE LA CANASTA FAMILIAR.

La agrupación de "Alimentos y Bebidas" posee 9 grupos, 41 subgrupos, y 99 artículos, ponderándose la misma con un valor de 42.25 puntos dentro de lo que es la canasta familiar, lo que indica que el 42.25% del ingreso familiar, se destina para la compra de alimentos y bebidas. (Ver cuadros 1 y 2 del Apéndice.).

III.3. ANALISIS SOCIOECONOMICO DE LA POBLACION DE LA CIUDAD CAPITAL DE GUATEMALA.

III.3.1. INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR.

El Indice de Precios al Consumidor (IPC), es un indicador económico que muestra la variación en los precios de un conjunto de bienes y servicios (canasta familiar), que consume habitualmente un grupo representativo de familias de los diferentes estratos socioeconómicos, que viven en la Ciudad Capital. (7).

Al hacer la comparación del IPC promedio anual registrado en el período 1985-89 (Ver cuadro 3 del Apéndice), se observa que el ritmo de crecimiento del Indice alcanza un 12.95% anual para 1989, cifra superior a los años 1988-87, en que los crecimientos fueron de 10.3% y 10.9% anual, respectivamente.

Respecto a las agrupaciones que conforman el Indice de Precios al Consumidor, y que mostraron un mayor crecimiento en sus precios en 1989, en relación al año anterior, fueron en orden de importancia, "Gastos de Vivienda", "Educación", "Amueblamiento y Mantenimiento del Hogar", "Asistencia Médica", y "Alimentos y Bebidas", con: 21.3%, 15.0%, 14.1%, 13.8% y 13.3%, respectivamente. (6).

III.3.2. VARIACION EN LA AGRUPACION DE "ALIMENTOS Y BEBIDAS" DENTRO DE LA CANASTA FAMILIAR EN EL AÑO DE 1989.

La variación acumulada en todos los grupos de la agrupación de "alimentos y bebidas" fue poco significativa. Sin embargo, el grupo de vegetales y legumbres tuvo una variación altamente significativa a lo largo de los 12 meses del año, con una variación total acumulada de 198.1 puntos (Ver cuadro 4 del Apéndice.).

La agrupación de alimentos y bebidas mostró una variación porcentual en la inflación total acumulada de un 22.26% durante el año de 1989, contra un 15% en los años de 1988 y 1987.

III.3.3. EL COSTO DE VIDA EN GUATEMALA.

En los últimos meses del año 1989, la población guatemalteca vió como el poder de compra de su salario, expresado en la cantidad de bienes y servicios que podía adquirir con su remuneración, comenzó a disminuir drásticamente como efecto del alza en los precios de la mayoría de productos de consumo básico.

El Índice de Precios al Consumidor, que de Enero a Octubre inclusive, mostró una tendencia de relativa estabilidad, a partir del mes de noviembre, tuvo un ritmo inflacionario acelerado, de manera tal, que de una inflación acumulada de enero a octubre de 10.48%, se llegó al final del año a tener una inflación del 20.17%, es decir, tan sólo en los últimos dos meses del año, prácticamente se duplicó el ritmo inflacionario. Ello significaba en términos del Índice de Precios al Consumidor, base 1983, una pérdida del poder de compra del Quetzal, del 62% respecto a lo que en 1983 podía adquirirse. (6).

Desde 1988 en que se acordaron nuevos salarios para el campo y la ciudad, los mismos no han sido ajustados al poder de compra del Quetzal. Recientes cálculos oficiales sobre los precios de los alimentos que consume una familia urbana de 5 miembros habitualmente por mes, para su sobrevivencia, revelan parte de lo grave de la situación socioeconómica del país. Estos cálculos mencionan que, a febrero de 1987, el costo mensual de la dieta mínima para una familia de 5 miembros en el Area Urbana era de aproximadamente Q 234.60. A octubre de 1989, el costo mensual de la misma familia era alrededor de Q 324.00, y se calcula que para finales de marzo de 1990, el mismo sería de aproximadamente Q 379.38 mensuales. (1).

Sin embargo, en el cálculo de la dieta mínima solamente se incluyen alimentos. En general, cada guatemalteco además de alimentos necesita vivienda, vestido, salud, educación, transporte, recreación y otros gastos necesarios para su subsistencia. Para ello, se recurre al cálculo del MINIMO VITAL, el cual demuestra que para una familia de 5 miembros, en el Area Urbana, en febrero de 1987, éste era de Q 485.70; rubro que llegó a ser de Q 651.90 mensuales en Octubre de 1989, y se calcula que a finales de marzo de 1990, el mismo sería aproximadamente de Q 754.80 mensuales. (1)./

Si las cifras anteriores se comparan con el promedio mensual del ingreso de los trabajadores guatemaltecos, se ve que con este ingreso no pueden ni siquiera cubrir el costo del mínimo vital, pues el promedio apenas llega a los Q 450.00 mensuales.

Desde octubre de 1989, los salarios mínimos no han sido ajustados, es decir, han permanecido estables, mientras que la inflación se ha acelerado. Ello quiere decir, que a los precios actuales, con el salario mínimo promedio, cada asalariado podía cubrir nada más que alrededor del 26% del costo del mínimo vital, es decir, que con el salario mínimo promedio, una familia urbana no podría cubrir ni siquiera sus necesidades de alimentación, pues, para el caso de la Ciudad de Guatemala, el rubro de alimentos y bebidas, cubre más del 40% del promedio del gasto familiar. Esta situación determina entonces, los altos niveles de extrema pobreza en que la población guatemalteca ha caído. (1).

IV. METODOLOGIA.

IV.1. ESTUDIO DE PRECIOS AL CONSUMIDOR.

El estudio de precios al consumidor, o primer objetivo de la investigación, se cumplió a través de una encuesta de precios al consumidor, habiendo seleccionado para ello, algunos productos que integran la agrupación de "alimentos y bebidas", específicamente el grupo de "verduras y legumbres", que son bastante demandados, tanto en los mercados tradicionales como en los mercados no tradicionales.

Los productos seleccionados para ello, fueron papa, cebolla, repollo, tomate y zanahoria, homogeneizando la información a obtener de la siguiente manera:

- Papa de primera calidad, tamaño grande, medida en libras.
- Cebolla, con cabeza de tamaño mediano, medida en manojos.
- Repollo, tamaño mediano, medido en unidades.
- Tomate, tipo pasta, tamaño grande, medido en libras.
- Zanahoria, de tamaño mediano, medida en docenas.

Los productos seleccionados, fueron estudiados tanto en el mercado no tradicional seleccionado ("El Trébol"), como en los mercados tradicionales escogidos para el efecto ("La Término", "La Reformita", y "El Guarda").

La selección de tales mercados, para este estudio, se realizó por las siguientes razones:

MERCADO NO TRADICIONAL.

- Pionero en las ferias del agricultor.
- Posición geográfica ideal ante demanda de productos de consumo familiar por su acceso.

MERCADOS TRADICIONALES.

- Mercado mayorista, intermedio y minorista de productos de la canasta familiar.
- Mercados cercanos al mercado no tradicional de "El Trébol".

La encuesta de precios al consumidor, se realizó durante los meses de junio, julio, agosto, y septiembre de 1989, haciendo observaciones en los mercados tradicionales los días lunes, miércoles, viernes y sábado, mientras que en las ferias del agricultor o mercados no tradicionales (mercado "El Trébol"), dichas observaciones siguieron el programa de ferias para el año de 1989. (Ver programa de ferias en el Apéndice.).

Se obtuvieron un número de 10 observaciones por producto, por cada fecha de lectura, y posteriormente, luego de haber obtenido el promedio de las mismas, en los tres mercados tradicionales, se procedió a compararlas con los datos promedio obtenidos en el mercado no tradicional, a través del modelo teórico en que la variable dependiente, o precio al consumidor, se expresa en función de la variable tiempo, o variable independiente. El modelo teórico utilizado es:

$$P_i = B_0 + B_1t + B_2D + e$$

En donde:

- Pi = Precio a nivel de consumidor, del i-ésimo producto, en quetzales por unidad de medida.
- t = Tiempo en días.
- D = Variable indicadora DUMMY, para precios en mercados cantonales, cuando la feria del agricultor ocurra.
- Bo = Término constante.
- B1 = Coeficiente de regresión del precio con respecto al tiempo.
- B2 = Coeficiente para la variable indicadora.
- e = Error experimental.

IV.2. ESTUDIO DEL ALCANCE DE LOS MERCADOS "FERIAS DEL AGRICULTOR".

El segundo objetivo de la presente investigación, se alcanzó a través del análisis de la información contenida en los informes periódicos de las Ferias del Agricultor suministrados por la Dirección de Mercadeo del Instituto Nacional de Comercialización Agrícola -INDECA-.

IV.2.1. TAMAÑO DE LOS MERCADOS NO TRADICIONALES.

El tamaño de mercado o feria, por bloque, se obtuvo con la información contenida en los informes del primer semestre de 1989 de las fechas en que se realizó día de mercado. Para ello, se seleccionaron 26 productos integrantes de la agrupación de "alimentos y bebidas", específicamente, productos de los grupos "carnes, pescado y mariscos", "granos básicos", "huevos y productos lácteos", "frutas", "verduras y legumbres", y "alimentos varios y bebidas no alcohólicas".

Para la estimación del tamaño de feria, se tomó en cuenta la oferta de tales productos, convirtiendo cada unidad de medida de los mismos en unidades equivalentes (puntos), y así obtener los tamaños de dichos mercados.

Los productos seleccionados y sus unidades de medida fueron los siguientes:

- Camarón y mojarra en libras.
- Huevos en docenas, quesos frescos en unidades, y crema en litros.
- Limones en manos, melones y piñas en unidades, y plátanos en docenas.
- Maíz, frijol, y arroz, en libras.
- Papa, tomate y ejote, en libras. Cebolla y acelga en manojos. Güisquiles, güicoyes maduros, repollos, elotes, lechugas y pepinos, en unidades.
- Zanahorias en docenas.
- Perejil y culantro, en manojos.

IV.2.2. CAPACIDAD DE OFERTA EN LOS MERCADOS NO TRADICIONALES.

IV.2.2.1. ANALISIS DE LA OFERTA DE LOS DISTINTOS PRODUCTOS DE LA AGRUPACION DE "ALIMENTOS Y BEBIDAS" POR FECHA DE REALIZACION.

Se analizó la oferta de los 26 productos seleccionados y citados en el inciso IV.2.1. (tamaño de los mercados no tradicionales), tanto en el primer bloque de mercados, como en el segundo bloque, de las ferias del agricultor.

En el primer bloque de ferias, que comprenden los mercados "Proyecto 4-4", "Montserrat", "Nimajuyú", "Atlántida", y "El Frutal", se estimaron las ofertas de los distintos productos durante las 23 fechas de realización de feria en tales sectores. Además, se cuantificó la variable "productores u oferentes".

De igual manera, se procedió para establecer las distintas ofertas para el segundo bloque, el cual está integrado por los mercados "El Trébol", "Cerro del Carmen", "San Rafael", "Ciudad San Cristóbal", y "Carolingia".

Para estimar la oferta durante el primer semestre, se contó con los informes individuales de cada feria, estimando una oferta por producto, y luego una oferta total

por bloque, tanto en el primer grupo como en el segundo grupo de ferias del agricultor; mientras que en el segundo semestre, se contó con la información general de cada grupo o bloque de mercados (informes globales).

IV.2.2.2. OTROS PRODUCTOS QUE SE OFRECEN EN LOS MERCADOS "FERIAS DEL AGRICULTOR".

Se obtuvo un listado general, en el cual además de figurar los productos seleccionados para los estudios anteriores, figuran todos aquellos que fueron ofertados en los mercados no tradicionales. Para ello, se contó tanto con los informes individuales como globales de las ferias del agricultor, agrupando dichos productos en grupos o categorías según características comunes en los mismos.

IV.2.2.3. PRODUCTOS NO OFERTADOS EN LOS MERCADOS "FERIAS DEL AGRICULTOR".

El listado de tales productos se obtuvo de la comparación de los productos o artículos que figuran en la agrupación de "alimentos y bebidas" de la canasta familiar, que son 99, contra el listado general citado en el inciso IV.2.2.2.

IV.2.2.4. GRUPOS DE OFERENTES EN LOS MERCADOS "FERIAS DEL AGRICULTOR".

Se tomó tanto información primaria como secundaria de los informes de las ferias del agricultor, para luego destacar la participación de los distintos grupos de agricultores que ofertaron en los mercados no tradicionales. Es así, como se establecieron los principales grupos de agricultores, como también la importancia de los grupos en dichos mercados. (Número promedio de participantes de grupo por fecha, y fechas de participación de cada grupo.

IV.2.2.5. PERIODICIDAD DE LOS MERCADOS "FERIAS DEL AGRICULTOR".

Las ferias del agricultor, tanto en el primer bloque como en el segundo, tienen una periodicidad de 15 días entre fecha de mercado y la próxima fecha. Se logró establecer las ferias realizadas, y por ende, las no realizadas.

V. RESULTADOS Y DISCUSION.

V.1. ESTUDIO DE PRECIOS AL CONSUMIDOR.

V.1.1. CEBOLLA.

Estadísticamente, el modelo teórico lineal utilizado , se ajusta apropiadamente a los datos obtenidos, ya que la variación en los precios se explica en un 93.72% y en un 91.61% respectivamente, para el modelo con influencia de la feria y sin influencia de la feria del agricultor, con respecto a la variable "días de observación". (Ver Cuadro 1.).

Cuadro 1. Modelo de regresión estimado para precios de cebolla, con influencia y sin influencia, de las ferias del agricultor. Guatemala, 1989.

F U E N T E	CON INFLUENCIA		SIN INFLUENCIA	
	ESTIMADO	tc	ESTIMADO	tc
Constante	0.370754	8.52 * *	0.349085	6.34 **
Error Estándar	0.043516		0.055054	
Coeficiente "x"	0.008000	31.13 * *	0.008608	26.49 **
Error Estándar	0.000257		0.000325	
Coef. DUMMY	-0.08677	5.31 * *	0.130163	6.29 **
Error Estándar	0.016350		0.020685	
R al cuadrado	0.937207		0.916191	

** Significativos al 1%.

Los resultados del modelo estimado "con influencia", implican que el precio del manojo de cebolla tamaño mediano es, en promedio, Q 0.087 más bajo en la feria del agricultor que en los mercados cantonales estudiados (coef. DUMMY). Se observa además, que el precio de la cebolla manifestó una tendencia a incrementarse en Q 0.008 por intervalo de observación (coef. "x").

Por su parte, los resultados de la estimación del modelo "sin influencia" indican que el efecto del precio en la feria del agricultor

no se manifiesta o transfiere a los mercados cantonales, ya que el día en que la feria del agricultor ocurre, el precio del manojo de cebolla es Q 0.13 más alto que el resto de días observados (coeficiente DUMMY). Se ha observado también, que normalmente los precios tienden a incrementarse durante el fin de semana y la feria del agricultor no es capaz de contrarrestar tal tendencia.

V.1.2. PAPA. (Ver Cuadro 2.).

El modelo de regresión lineal utilizado, se ajusta apropiadamente a los datos obtenidos, ya que la variación en los precios se explica en un 75% y en un 74%, por la variable "días de observación", para el modelo con influencia y sin influencia de la feria, respectivamente.

Cuadro 2. Modelo de regresión estimado para precios de papa, con influencia y sin influencia, de las ferias del agricultor. Guatemala, 1989.

FUENTE	CON INFLUENCIA		SIN INFLUENCIA	
	ESTIMADO	tc	ESTIMADO	tc
Constante	0.543009	9.19 **	0.542691	8.93 **
Error Estándar	0.059058		0.060763	
Coeficiente "x"	-0.00496	14.21 **	-0.00496	13.82 **
Error Estándar	0.000349		0.000359	
Coef. DUMMY	-0.02532	1.14 NS	-0.00906	0.40 NS
Error Estándar	0.022189		0.022830	
R al cuadrado	0.751881		0.739688	

** Significativos al 1%.

NS No significativos al 1%.

Los resultados del modelo estimado "con influencia", implican que el precio de la libra de papa, tamaño grande, es en promedio, Q 0.03 más bajo en la feria del agricultor que en los mercados cantonales (coef. DUMMY). Se observa además, que el precio de papa manifestó una tendencia a decrementarse en Q 0.005 por intervalo de observación

(coef. "x").

Por su parte, los resultados de la estimación del modelo "sin influencia" indican que el precio en los mercados cantonales por libra de papa es similar, ya que cada libra de papa cuesta en promedio Q 0.01 más en dichos mercados que en el mercado de la feria del agricultor (coef. DUMMY). Igual comportamiento se manifestó en la tendencia a decrecerse el precio de la libra de papa con respecto a los días de observación, en comparación con el comportamiento denotado en el modelo "con influencia" de los mercados no tradicionales (coef. "x").

V.1.3. REPOLLO.

Estadísticamente, el modelo teórico lineal utilizado se ajusta ligeramente a los datos obtenidos, ya que la variación en los precios se explica en un 53% por la variable "días de observación" en ambos modelos estimados. (Ver Cuadro 3.).

Cuadro 3. Modelo de regresión estimado para precios de repollo, con influencia y sin influencia, de las ferias del agricultor. Guatemala, 1989.

FUENTE	CON INFLUENCIA		SIN INFLUENCIA	
	ESTIMADO	tc	ESTIMADO	tc
Constante	0.748777	12.68 **	0.745254	9.12 **
Error Estándar	0.059058		0.081676	
Coeficiente "x"	-0.00432	8.55 **	-0.00422	8.74 **
Error Estándar	0.000505		0.000483	
Coef. DUMMY	-0.06456	2.01 **	-0.00069	0.02 NS
Error Estándar	0.032083		0.030688	
R al cuadrado	0.533934		0.533122	

** Significativos al 1%.

NS No significativos al 1%.

Los resultados del modelo estimado "con influencia", implican que el precio de la unidad de repollo, tamaño mediano, es en promedio,

Q 0.06 más bajo en la feria del agricultor que en los mercados cantonales estudiados (coef. DUMMY). Se observa además, que el precio de cada repollo con respecto a los días de observación manifestó una tendencia al decremento de Q 0.004 por intervalo de observación (coef. "x").

Por su parte, los resultados de la estimación del modelo "sin influencia" indican que el efecto del precio en la feria del agricultor en los mercados cantonales no se transfirió en buena proporción, ya que el día en que la feria del agricultor ocurre, apenas el precio fijado en los mismos es de Q 0.001 menos, mientras que en la feria del agricultor es de Q 0.06 por cada unidad de repollo. Además, en lo que respecta a la tendencia del precio con respecto a los días de observación, la misma es similar a la obtenida en el modelo estimado "con influencia", ya que la misma es del decremento (coef. "x").

V.1.4. TOMATE.

Estadísticamente, el modelo teórico lineal utilizado es poco ajustable a los datos obtenidos, ya que la variación en los precios se explica en un 39% y un 41% por la variable días de observación, según el modelo "con influencia" y "sin influencia", respectivamente.

Los resultados del modelo estimado "con influencia", implican que aunque los precios en las ferias son en promedio más bajos que en los mercados cantonales, dicha característica del mismo no es significativa (coef. DUMMY). Por aparte, los precios en relación a los días de observación muestran una tendencia al incremento a razón de Q 0.003 por intervalo de observación (coef. "x").

Los resultados del modelo estimado "sin influencia", implican que a pesar de que el precio en las ferias es inferior y no significativo, dicho comportamiento no se transfiere al comportamiento observado en los mercados cantonales, ya que el precio es, en promedio, más alto en los días en que ocurre la feria del agricultor. (Ver Cuadro 4.).

Cuadro 4. Modelo de regresión estimado para precios de tomate, con influencia y sin influencia, de las ferias del agricultor. Guatemala, 1989.

FUENTE	CON INFLUENCIA		SIN INFLUENCIA	
	ESTIMADO	tc	ESTIMADO	tc
Constante	0.419097	5.19 **	0.408914	4.96 **
Error Estándar	0.080715		0.082490	
Coeficiente "x"	0.003076	6.45 **	0.003362	6.89 **
Error Estándar	0.000477		0.000488	
Coef. DUMMY	-0.04023	1.33 NS	0.008836	0.28 NS
Error Estándar	0.030327		0.030994	
R al cuadrado	0.394109		0.414786	

** Significativos al 1%.

NS No significativos al 1%.

V.1.5. ZANAHORIA.

Estadísticamente, el modelo teórico lineal utilizado es bastante ajustable, a los datos obtenidos, ya que la variación en los precios se explica en un 79% y en un 87% por la variable días de observación, según el modelo "con influencia" y "sin influencia" de las ferias del agricultor, respectivamente. (Ver Cuadro 5.).

Los resultados del modelo estimado "con influencia", implican que el precio de cada docena de zanahoria, tamaño mediano, es, en promedio, Q 0.14 más bajo en la feria del agricultor que en los mercados cantonales estudiados (coef. DUMMY). Se observa además, una tendencia al incremento en el precio con respecto a los días de observación de Q 0.01 por intervalo de observación (coef. "x").

Por otra parte, los resultados obtenidos con el modelo estimado "sin influencia" de la ferias del agricultor, en los mercados cantonales, nos demuestra que los precios en éstos últimos es de Q 0.16 más caro que en los mercados "ferias del agricultor" cuando se celebra día de mercado en los mercados no tradicionales.

Cuadro 5. Modelo de regresión estimado para precios de zanahoria, con influencia y sin influencia, de las ferias del agricultor. Guatemala, 1989.

FUENTE	CON INFLUENCIA		SIN INFLUENCIA	
	ESTIMADO	tc	ESTIMADO	tc
Constante	0.428917	3.03 **	0.397337	3.47 **
Error Estándar	0.141462		0.114593	
Coficiente "x"	0.013122	15.70 **	0.014176	20.94 **
Error Estándar	0.000836		0.000677	
Coef. DUMMY	-0.14038	2.64 **	0.164835	3.82 **
Error Estándar	0.053151		0.043056	
R al cuadrado	0.791505		0.870194	

** Significativos al 1%.

V.2. ESTUDIO DEL ALCANCE DE LOS MERCADOS "FERIAS DEL AGRICULTOR" .

V.2.1. TAMAÑO DE LOS MERCADOS NO TRADICIONALES.

La estimación de las distintas cantidades ofertadas de los productos seleccionados en el primer semestre de 1989, permite obtener en orden descendente el tamaño de cada feria como oferente de productos de la agrupación de alimentos y bebidas de la canasta familiar, de la siguiente manera:

El Trébol; Proyecto 4-4; Nimajuyú; Cerro del Carmen, San Rafael y Montserrat; Atlántida; Ciudad San Cristóbal; Carolingia; y El Frutal.

Las ferias del agricultor ubicadas en los sectores de "El Trébol" y del "Proyecto 4-4", resultaron ser los mercados no tradicionales más grandes, en cuanto a que ofrecieron los mayores volúmenes de productos seleccionados en la agrupación de "alimentos y bebidas" de la canasta familiar. (Ver figura 1).

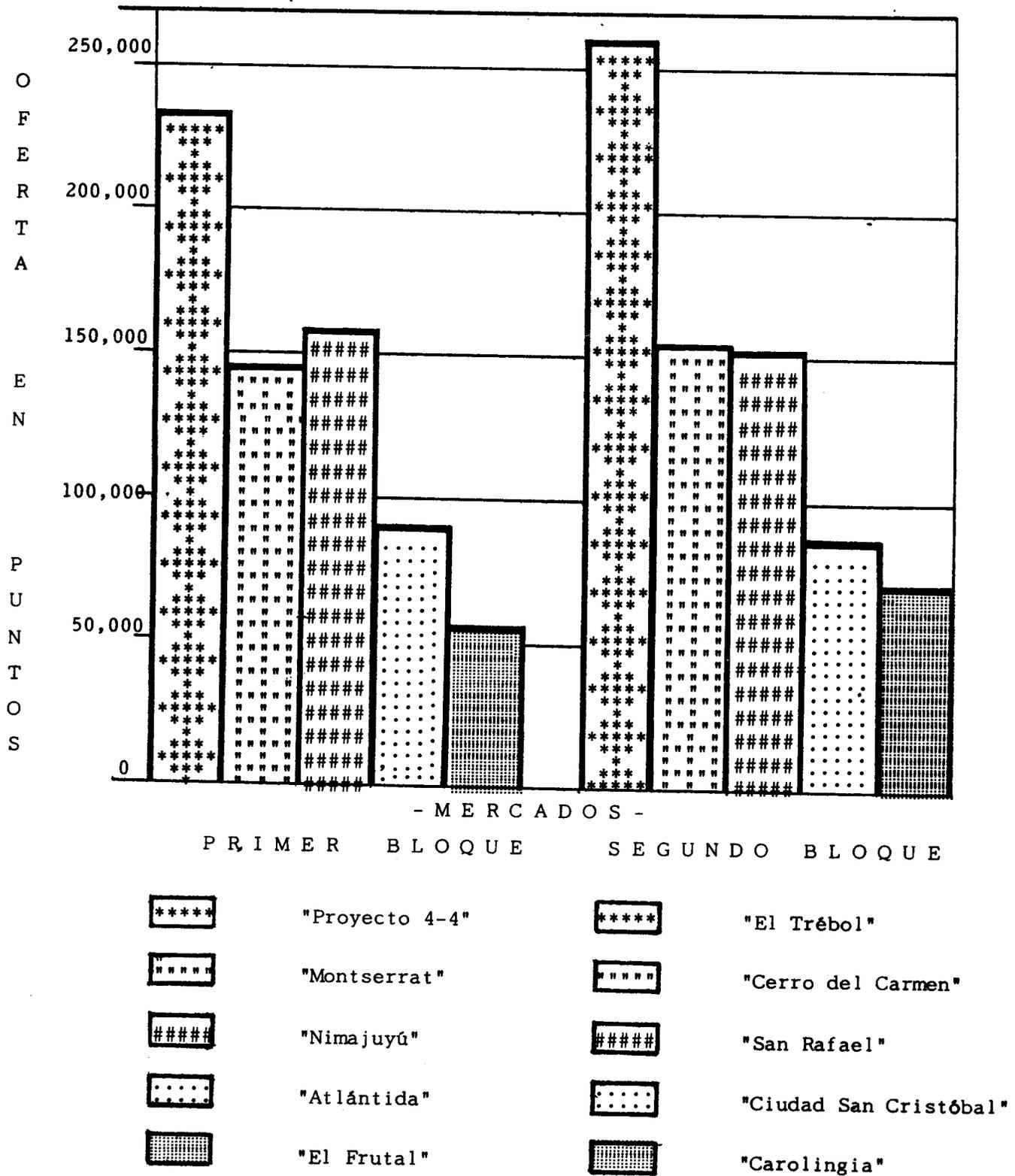


Figura 1. Tamaño de mercado de las ferias del agricultor, por oferta total de productos de la agrupación de "alimentos y bebidas" de la canasta familiar. Primer semestre de 1989.

El segundo grupo de mercados no tradicionales en cuanto a tamaño, por la oferta de los distintos productos seleccionados (26 productos), está constituido por los mercados ubicados en los sectores de "Nimajuyú", "Cerro del Carmen", "San Rafael", y "Montserrat".

El último grupo de mercados no tradicionales que ofertaron pocos productos y/o pequeñas cantidades de los productos seleccionados, está constituido por los mercados "La Atlántida", "Ciudad San Cristóbal", y "El Frutal".

La estimación del tamaño de feria estuvo en función de los grupos de "verduras y legumbres", "granos básicos" y "frutas", en un alto porcentaje en ambos bloques de mercados no tradicionales (96.03% y 95.72%, respectivamente), mientras que los grupos de "carnes, pescado y mariscos", "huevos, y productos lácteos" y "alimentos varios y bebidas no alcohólicas", participaron en un menor porcentaje (3.97% y 4.28%, respectivamente).

V.2.2. CAPACIDAD DE OFERTA.

V.2.2.1. ANALISIS DE LA OFERTA DE DISTINTOS PRODUCTOS DE LA AGRUPACION DE "ALIMENTOS Y BEBIDAS" EN LAS FERIAS DEL AGRICULTOR DURANTE EL AÑO DE 1989.

Al haber hecho un análisis minucioso de los distintos grupos de productos ofertados, que integran la agrupación de "alimentos y bebidas", dentro de la canasta familiar, sobresale la importancia en orden descendente de los grupos "verduras y legumbres", "granos básicos" y "frutas", no así, de los grupos "huevos y productos lácteos", "carnes, pescado y mariscos", y "alimentos varios y bebidas no alcohólicas".

Dicha importancia obedece, que por un lado, los productos ofertados en los grupos con mayor importancia, tienen una mayor diversidad de productos ofrecidos, sino también por las cantidades ofrecidas que son mayores en los grupos con mayor importancia.

V.2.2.1.1. GRUPO "CARNES, PESCADO Y MARISCOS".

Los productos "camarón" y "mojarra", cuya unidad de medida fue la libra en ambos casos, fueron productos poco ofertados, tanto a nivel de mercados atendidos, como a nivel de oferta por fecha en dichos mercados.

- CAMARON.

Este producto fue ofrecido solamente en los mercados "Proyecto 4-4" y "Nimajuyú" del primer bloque, y en los mercados "El Trébol", "Cerro del Carmen" y "San Rafael" del segundo bloque de mercados "no tradicionales".

La oferta promedio en los mercados del primer bloque durante el primer semestre fue de 34.75 libras durante 10 fechas de 11 programadas, de las cuales, en 2 fechas, la oferta se dió en los dos mercados citados, pero en las restantes fechas, la oferta se dió solamente en el mercado del "Proyecto 4-4".

La oferta promedio en los mercados del segundo bloque, fue aún menor, ya que fue de solamente 22.5 libras por 6 fechas de las 11 programadas. De las fechas de oferta, solamente en 3 de ellas, se dió la oferta promedio en 2 mercados, pero nunca en los 3 mercados al mismo tiempo, quedando las otras 3 fechas de oferta atendiendo en 1 mercado.

En el segundo semestre, en ambos bloques, la falta de información específica (libras de camarón, y no libras de mariscos), limitó la cuantificación de la oferta promedio. Sin embargo, se puede destacar que en ambos bloques, la no oferta se hizo presente en 5 fechas en el primer bloque, y en 6 fechas en el segundo bloque.

- MOJARRA.

El producto "mojarra" no fue ofertado en los mercados "Atlántida" y "El Frutal" del primer bloque, y en el mercado "Carolingia" en el segundo bloque de mercados "ferias del agricultor".

La oferta promedio que asciende a 106.4 libras por cada una de las 10 fechas de 11 programadas en el primer bloque, atendió solamente en 3 fechas a dos mercados, mientras que en las restantes fechas, solamente atendió en la misma fecha, un solo mercado.

En el segundo bloque de mercados, la oferta promedio fue de 91.2 libras por fecha, la cual se dió durante todo el primer semestre de 1989 en los cuatro mercados del citado bloque.

En el segundo semestre, tanto en el primer bloque como en el segundo, la oferta promedio no se pudo establecer por la falta de información específica. Sin embargo, la no oferta de producto se hizo presente en 8 de las 11 fechas programadas en el primer bloque, y en 6 fechas de las 10 programadas en el segundo bloque de mercados no tradicionales.

V.2.2.1.2. GRUPO "GRANOS BASICOS".

La oferta de granos básicos (maíz, frijol negro y arroz), durante el año de 1989, en los 10 mercados no tradicionales, fue deficiente, ya que no se logró atender a todos los mercados en las fechas de programa, y además, la oferta en los mercados atendidos no fue la deseada. (Ver figura 2.).

- MAIZ. (Ver Cuadro 6.).

El Instituto Nacional de Comercialización Agrícola -INDECA-, ofertó un promedio de 7,920 libras durante 12 fechas de 23 programadas, en un mercado de cinco mercados del primer bloque. En 2 fechas de las restantes 11 fechas, INDECA ofertó un promedio de 3,125 libras en dos mercados del citado bloque.

En el segundo bloque de mercados no tradicionales, INDECA ofertó un promedio de 9,552 libras en un sólo mercado durante 15 fechas de las 22 fechas programadas.

Por su parte, los pequeños productores ofertaron en promedio, las cantidades de 76.7 libras y 100.5 libras, en el primer y segundo bloque respectivamente. Dichas ofertas se dieron en 19 fechas de 23 programadas en el primer bloque, y en 18 fechas de 22 programadas en el segundo bloque.

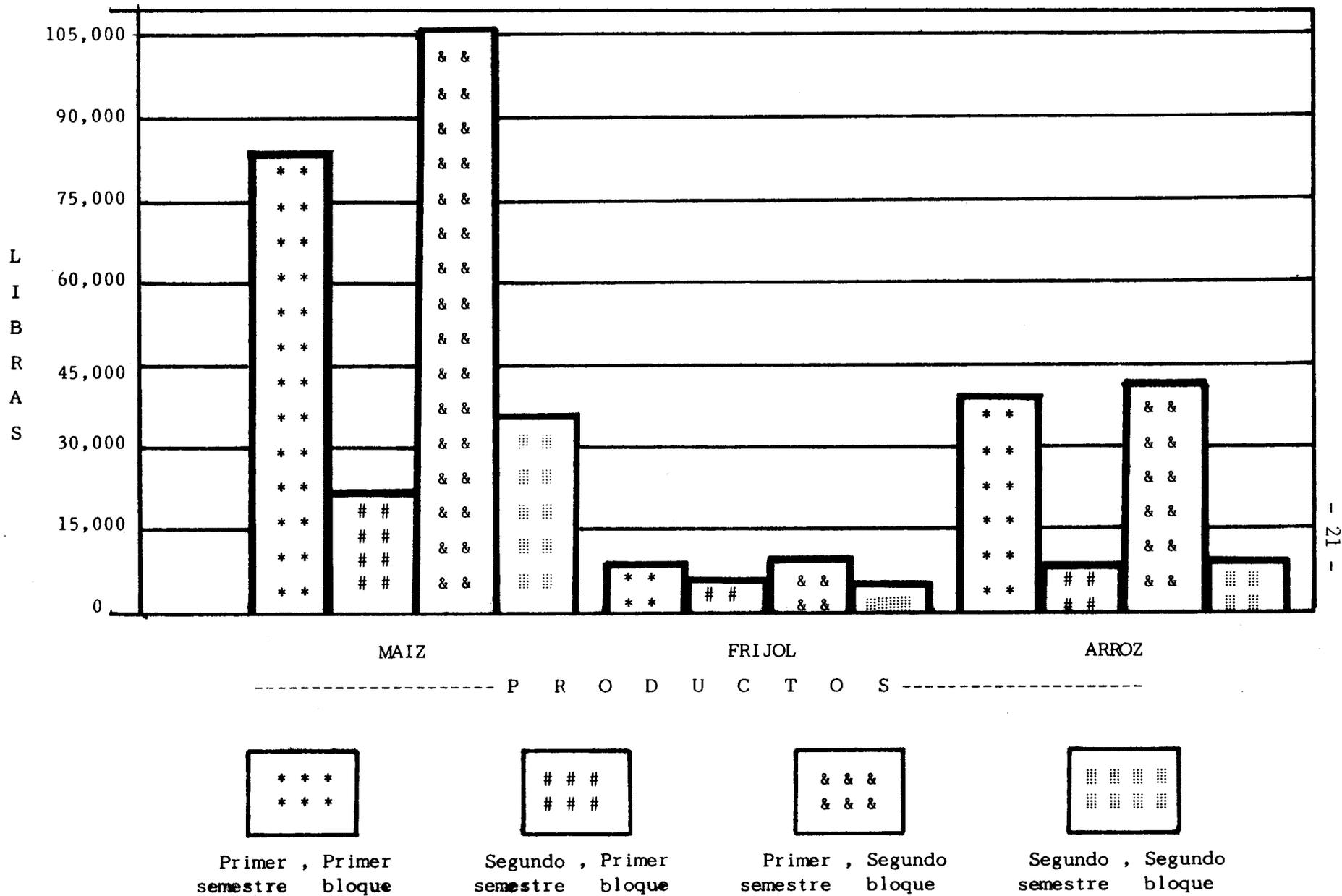


Figura 2. Oferta de granos básicos por INDECA y pequeños agricultores, por semestre, durante 1989. Primer y segundo bloque de las ferias del agricultor.

Cuadro 6. Oferta de Maíz por INDECA en los mercados tradicionales de las Ferias del Agricultor. Año de 1989. Primer y Segundo Bloque. Libras de maíz.

PRIMER BLOQUE		SEGUNDO BLOQUE	
FECHA	OFERTA	FECHA	OFERTA
21/01/89	---	28/01/89	---
04/02/89	---	11/02/89	4,000
18/02/89	2,300	25/02/89	5,500
04/03/89	5,500	11/03/89	2,900
18/03/89	9,150	01/04/89	8,500
08/04/89	9,700	15/04/89	8,250
22/04/89	10,500	29/04/89	16,800
06/05/89	10,500	13/05/89	12,500
20/05/89	14,000	27/05/89	12,500
03/06/89	13,000	10/06/89	15,000
17/06/89	10,000	24/06/89	20,500
01/07/89	---	07/07/89	---
15/07/89	---	22/07/89	---
29/07/89	---	05/08/89	9,000
12/08/89	---	19/08/89	---
26/08/89	9,500	02/09/89	7,500
09/09/89	---	23/09/89	---
30/09/89	---	07/10/89	---
14/10/89	---	28/10/89	10,000
04/11/89	1,800	11/11/89	2,330
18/11/89	2,600	25/11/89	---
02/12/89	6,000	09/12/89	8,000
16/12/89	3,000		

- FRIJOL NEGRO.

Los pequeños productores lograron ofertar en promedio las cantidades de 154.2 libras y 111.8 libras, en el primer bloque y segundo bloque, respectivamente, de los mercados "ferias del agricultor".

En el primer bloque de mercados no tradicionales, solamente en el mercado "El Frutal" no se logró ofertar este producto, mientras que la oferta promedio se dió en 22 de 23 fechas programadas. La atención por mercado en esas 22 fechas de mercado, fue de la siguiente manera:

1 mercado : 1 fecha.
2 mercados : 2 fechas.
3 mercados : 7 fechas.
4 mercados : 12 fechas.

En el segundo bloque de mercados no tradicionales, la oferta promedio se dió en 19 fechas de las 22 programadas. La atención por mercado en dichas fechas de oferta en los mercados, fue de la siguiente manera:

3 mercados : 9 fechas.
4 mercados : 4 fechas.
5 mercados : 6 fechas.

El Instituto Nacional de Comercialización Agrícola -INDECA-, ofertó en el segundo semestre en el primer bloque, un promedio de 3,780 libras en cinco fechas. De las cinco fechas, en dos de ellas, se atendió la oferta promedio en dos mercados, y en las restantes, se atendió solamente un mercado. En el segundo bloque de mercados ferias del agricultor, la oferta promedio de INDECA nuevamente se dió solamente en cinco fechas, pero solamente en un mercado, la cual alcanzó la cantidad de 4,660 libras por fecha.

- ARROZ.

El Instituto Nacional de Comercialización Agrícola -INDECA-, distribuyó un total de 40,400 libras en 11 de las 23 fechas programadas, en los mercados del primer bloque. En el segundo bloque de mercados, INDECA distribuyó en los cinco mercados, un total de 50,688 libras, durante 14 de las 22 fechas programadas.

La oferta promedio en el primer bloque, durante las 8 fechas de oferta del primer semestre, fue de 797.5 libras en cada uno de los cinco mercados, mientras que en el segundo semestre, la oferta promedio se dió solamente en 3 fechas de las 11 programadas, disminuyendo la misma a la cantidad de 708.3 libras en cada uno de los mercados del bloque.

La oferta promedio en el segundo bloque, durante 10 fechas de oferta del primer semestre, fue de 825.8 libras, en cada uno de los cuatro mercados que funcionaron en dicho período de tiempo. En el segundo semestre, dicha oferta disminuyó drásticamente a la cantidad de 470 libras, y la misma se dió solamente en 4 fechas de oferta, en los cinco mercados definitivos del bloque.

V.2.2.1.3. GRUPO "HUEVOS Y PRODUCTOS LACTEOS".

Las ferias del agricultor, tanto del primero como del segundo bloques, denotaron decrementos en sus ofertas globales del segundo semestre, con respecto al primer semestre, de los productos estudiados en este grupo de alimentos.

Las razones fundamentales de tales decrementos son las fechas de no oferta, como la disminución en la oferta misma, ya que tanto en el análisis del producto "huevos", como en los análisis de los productos "quesos frescos" y "crema", así lo demostraron. (Ver figura 3.).

- HUEVOS.

En el primer bloque de mercados "ferias del agricultor", el decremento de la oferta global del segundo semestre con respecto a la del primer semestre, se debe a las 2 fechas de no oferta en ninguno de los cinco mercados del citado bloque. En el segundo bloque, a pesar de que la no oferta se hizo presente tanto en el primer semestre como en el segundo, el decremento también se debió a la disminución de la oferta en los mercados del segundo bloque.

En el primer bloque, la oferta promedio asciende a la cantidad de 1,755 docenas de huevos por bloque en los cinco mercados, en 21 fechas de las 23 programadas, mientras que en el segundo bloque, la oferta promedio es de 1,796 docenas

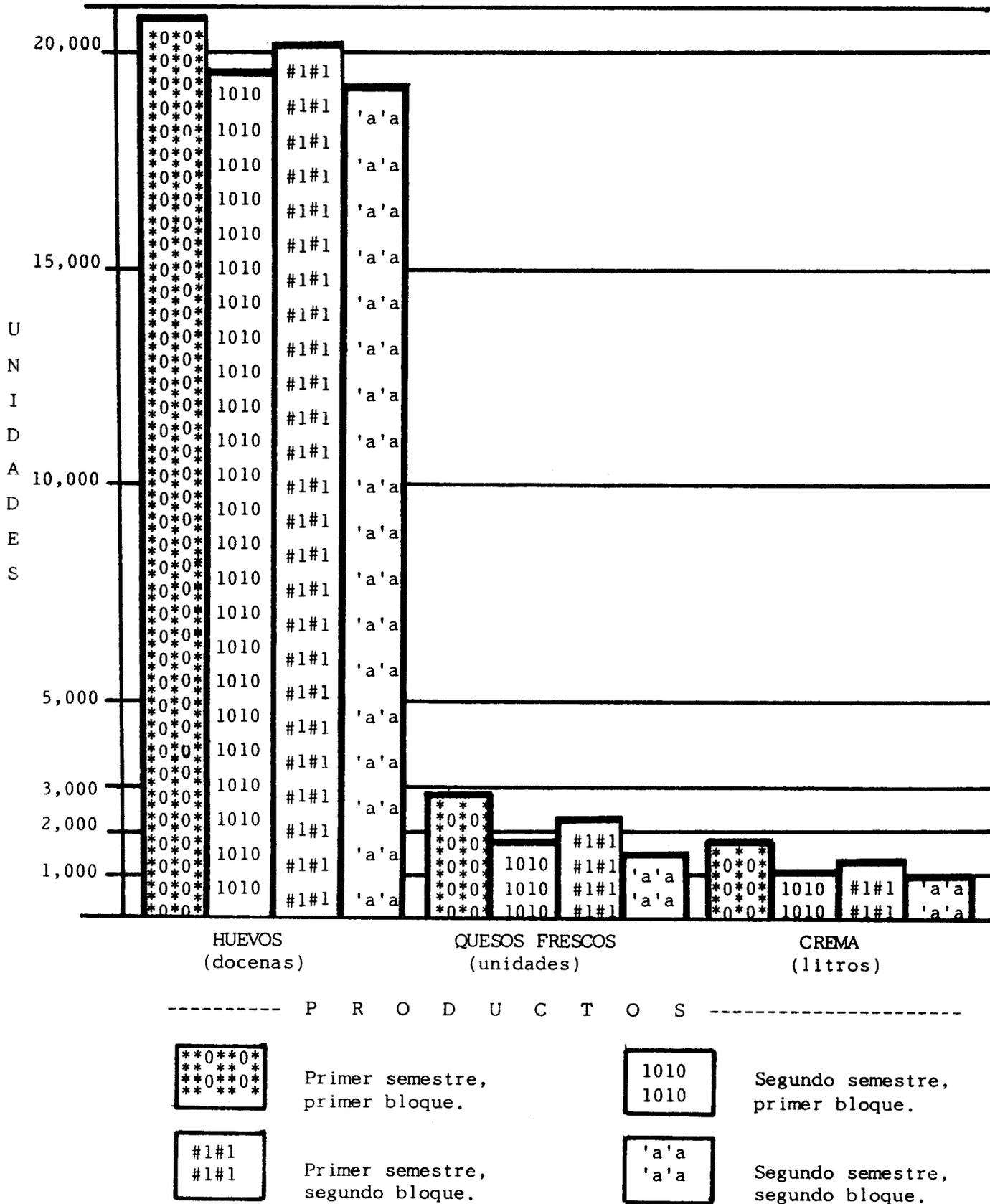


Figura 3. Oferta por semestre de huevos y productos lácteos durante 1989. Primer y segundo bloques de las ferias del agricultor.

de huevos por bloque en los cinco mercados, y la misma se dió en 19 fechas de las 22 fechas programadas. (Ver cuadro 7.).

El análisis de la información contenida en los informes del primer semestre, permitió hacer el siguiente análisis:

En el primer bloque, es en el mercado del "Proyecto 4-4" en que se observó la mayor oferta (645 docenas), mientras que en los mercados "Montserrat" y "Nimajuyú" se obtuvo una oferta promedio de 573 y 533 docenas respectivamente. La oferta promedio en el mercado "Atlántida" fue de 400 docenas, sin embargo, la oferta en el mercado "El Frutal", la misma fue de tan solo 30 docenas en 2 fechas de oferta.

En el segundo bloque de mercados "ferias del agricultor", en la primera fecha del primer semestre, la oferta de huevos en los mercados del bloque fue nula. Sin embargo, fue en el mercado "San Rafael" en donde se dió la mayor oferta (824 docenas), mientras que en los mercados "Cerro del Carmen" y "El Trébol", las ofertas fueron menores (469 y 463 docenas, respectivamente). La oferta en el mercado "Carolingia" fue de 565 docenas, pero la misma sólo se hizo presente en 7 de las 11 fechas del primer semestre, no así en el mercado "Ciudad San Cristóbal", en que sólo se ofertó en 2 fechas, teniendo como oferta promedio la cantidad de 420 docenas de huevos.

- QUESOS FRESCOS.

En ambos bloques de las ferias del agricultor, el decremento de la oferta global del segundo semestre con respecto a la del primer semestre, se debe a las fechas de no oferta que ocurrieron en los mercados "ferias del agricultor".

En el primer bloque de ferias del agricultor, la oferta promedio asciende a la cantidad de 206 quesos por bloque en los 5 mercados, en 21 fechas de las 23 fechas programadas, mientras que en el segundo bloque, la oferta promedio es de 173 quesos por los mercados del bloque, dándose la misma en 19 fechas de las 22 fechas programadas.

El análisis de la información del primer semestre contenida en los informes individuales de las ferias del agricultor, permitió obtener la siguiente información:

La mayor oferta promedio en el primer bloque de ferias durante el primer semestre, fue en el mercado "Nimajuyú" (121 quesos), sin embargo, esta oferta promedio por fecha se dió en un número alto de fechas (9) de las

Cuadro 7. Oferta de Huevos por los mercados no tradicionales de las Ferias del Agricultor. Año de 1989. Primer y Segundo Bloque. Docenas de huevos.

PRIMER BLOQUE		SEGUNDO BLOQUE	
FECHA	OFERTA	FECHA	OFERTA
21/01/89	900	28/01/89	---
04/02/89	1,800	11/02/89	1,290
18/02/89	2,250	25/02/89	2,350
04/03/89	930	11/03/89	2,514
18/03/89	1,860	01/04/89	1,356
08/04/89	1,380	15/04/89	1,260
22/04/89	2,760	29/04/89	2,370
06/05/89	2,100	13/05/89	2,010
20/05/89	2,700	27/05/89	2,610
03/06/89	1,740	10/06/89	2,400
17/06/89	2,400	24/06/89	2,100
01/07/89	---	08/07/89	---
15/07/89	2,250	22/07/89	2,850
29/07/89	3,000	05/08/89	3,000
12/08/89	1,950	19/08/89	3,150
26/08/89	1,800	02/09/89	2,250
09/09/89	---	23/09/89	1,710
30/09/89	1,710	07/10/89	1,620
14/10/89	1,590	28/10/89	1,230
04/11/89	900	11/11/89	1,350
18/11/89	2,010	25/11/89	---
02/12/89	1,800	09/12/89	2,100
16/12/89	2,550		

11 fechas, no siendo así el mismo caso en la feria del "Proyecto 4-4", en que la oferta promedio fue de 81 quesos por fecha. El mercado "Montserrat" en 10 de las 11 fechas de programa, ofertó como promedio la cantidad de 61 quesos. En las ferias de "Atlántida" y "El Frutal", la oferta promedio fue de 20 y 17 quesos en 6 y 5 fechas respectivamente.

En el segundo bloque de ferias del agricultor, la no oferta y falta de información específica, limitó el promedio general de tales mercados en 42 quesos frescos por fecha en uno de los mercados del mismo bloque.

En el segundo semestre, la no oferta se hizo presente en 2 y 3 fechas respectivamente (primer y segundo bloques), teniendo como promedio la oferta de 181 quesos como oferta total en los mercados del primer bloque, mientras que en el segundo bloque de mercados, la oferta promedio fue de 188 quesos en los cinco mercados del bloque.

- CREMA.

En el primer bloque de mercados no tradicionales o ferias del agricultor, la disminución de la oferta global del segundo semestre, con respecto a la oferta presentada en el primer semestre, obedece a que en el mismo no se celebraron u ofertaron alguna cantidad de este producto en algunas fechas de mercado en cada feria. En el segundo bloque de mercados no tradicionales, la no oferta se dió en tres fechas de mercado, lo cual indudablemente contribuyó a que disminuyera la oferta total presentada con respecto a la oferta total presentada en el primer semestre.

En el primer bloque de mercados, la oferta promedio asciende a la cantidad de 128 litros de crema en los cinco mercados, mientras que en el segundo bloque, dicha oferta promedio fue menor, ya que la oferta promedio total por bloque fue de 104 litros.

El análisis de la información del primer semestre contenida en los informes individuales de las ferias del agricultor, conjuntamente con la información presentada en los informes de cada bloque, permitió hacer el siguiente análisis de información:

La mayor oferta promedio en el primer bloque durante el primer semestre, fue la que se dió en el mercado de "Nimajuyú" (86 litros), aunque la misma sucedió en 9 fechas de 11 programadas, no así en el sector del mercado "Proyecto 4-4", en que la oferta fue de 35 litros por cada una de las once fe-

chas. En el mercado de "Montserrat", la oferta promedio en 10 fechas, fue de 33 litros por fecha. Las ferias "Atlántida" y "El Frutal" presentaron menores ofertas, y en el caso de la feria "Atlántida", la no oferta sucedió en 4 fechas, mientras que en "El Frutal", la no oferta se dió en 6 fechas. La oferta promedio en tales mercados fue de 34 y 14 litros, respectivamente.

En el segundo bloque, siempre en el primer semestre, la mayor oferta se obtuvo en el mercado "El Trébol", con una cantidad de 44 litros por fecha (2 fechas con no oferta), mientras que la menor oferta se obtuvo en el mercado "Carolingia", con una oferta promedio de 26 litros en 6 fechas de oferta. En los mercados "Cerro del Carmen" y "San Rafael", las ofertas promedio fueron de 34 y 45 litros respectivamente, con 3 y 4 fechas de no oferta.

En el segundo semestre, la no oferta se hizo presente en el primer bloque en todos los mercados, en 2 fechas, mientras que en el segundo bloque de mercados, la no oferta se dió en 3 de las 11 fechas programadas. Las ofertas promedio totales por bloque fueron de 114 litros en los mercados del primer bloque (oferta total por bloque), y de 126 litros en los cinco mercados del segundo bloque.

V.2.2.1.4. GRUPO "FRUTAS".

La oferta de limón, melón, y piña, no así el caso de plátano, tuvo decrementos significativos en las ofertas promedio por fecha, del segundo semestre, con respecto al primer semestre, debido a que no solamente disminuyó la oferta promedio por fecha por oferente, sino que también, hubo una disminución en los oferentes en cada bloque, y por lo tanto, en cada mercado. En el caso del plátano, la oferta total por bloque, disminuyó con respecto al semestre citado, solamente por la disminución del número de oferentes promedio por bloque. (Ver figura 4.).

- LIMON. (Ver cuadro 8).

La oferta promedio del primer bloque en el primer semestre fue de 137 manos, la cual fue ofertada por 17 oferentes en promedio, mientras que en el segundo semestre, no solamente descendió la cantidad promedio de manos de limón a 127 manos, sino también descendió la cantidad promedio de oferentes de 17 en el primer semestre a 13 oferentes en el segundo semes-

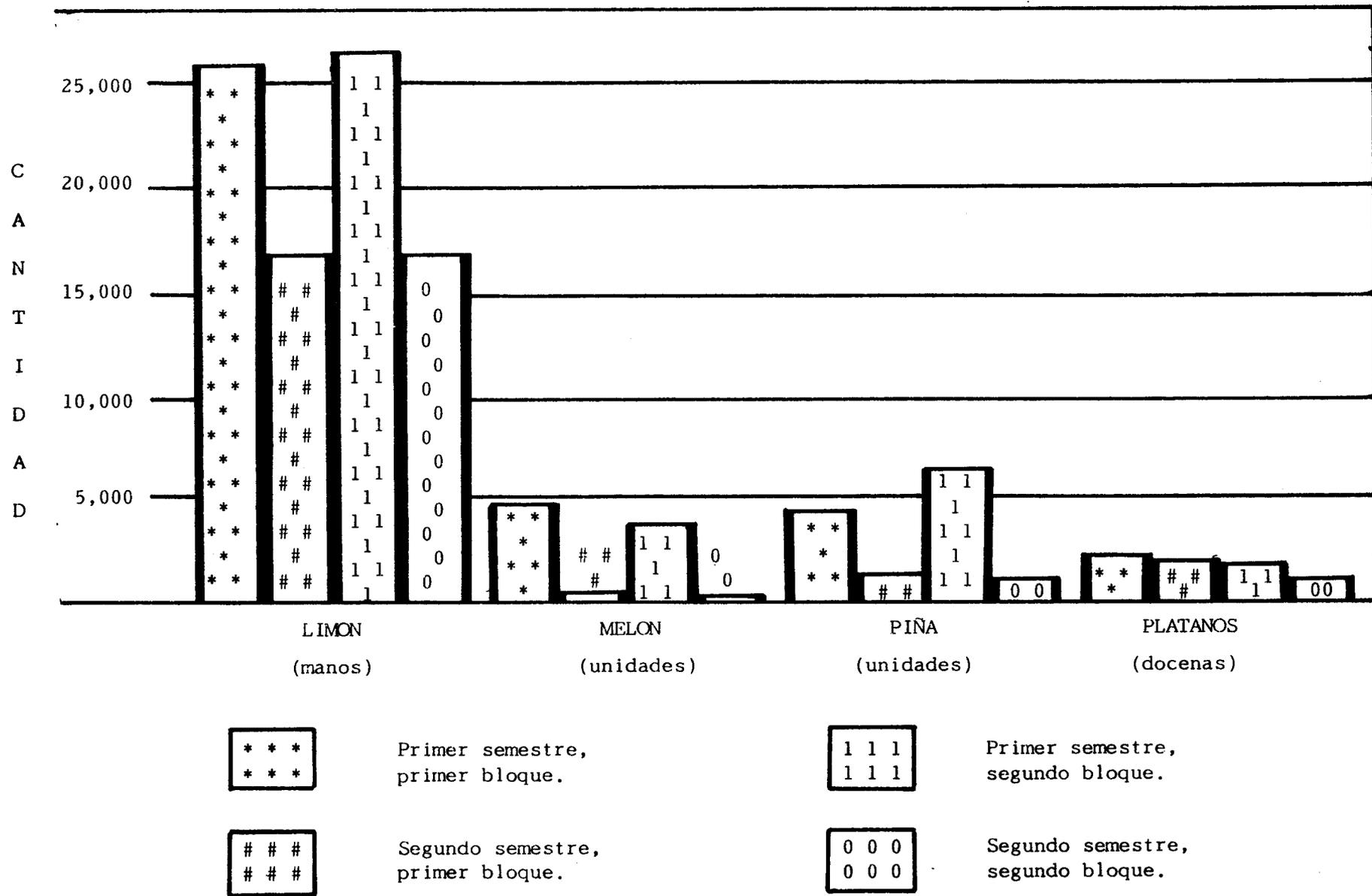


Figura 4. Oferta de frutas por semestre durante 1989. Primer y segundo bloques de las ferias del agricultor.

Cuadro 8. Oferta de Limón por los mercados no tradicionales de las Ferias del Agricultor. Año de 1989. Primer y Segundo Bloques. Manos de limón.

PRIMER BLOQUE		SEGUNDO BLOQUE	
FECHA	OFERTA	FECHA	OFERTA
21/01/89	390	28/01/89	1,660
04/02/89	560	11/02/89	2,240
18/02/89	1,170	25/02/89	2,040
04/03/89	1,840	11/03/89	1,142
18/03/89	1,920	01/04/89	1,270
08/04/89	2,210	15/04/89	2,950
22/04/89	2,920	29/04/89	4,195
06/05/89	2,920	13/05/89	3,120
20/05/89	5,080	27/05/89	1,983
03/06/89	3,140	10/06/89	2,400
17/06/89	3,500	24/06/89	3,380
01/07/89	---	08/07/89	---
15/07/89	2,522	22/07/89	780
29/07/89	1,880	05/08/89	1,300
12/08/89	1,850	19/08/89	4,060
26/08/89	2,000	02/09/89	2,704
09/09/89	2,182	23/09/89	683
30/09/89	1,850	07/10/89	2,370
14/10/89	2,280	28/10/89	1,664
04/11/89	952	11/11/89	1,560
18/11/89	560	25/11/89	802
02/12/89	200	09/12/89	740
16/12/89	520		

tre.

En el segundo bloque, el descenso o decremento de la oferta promedio fue aún mayor, ya que de 200 manos como oferta promedio en el primer semestre, la misma descendió a las 143 manos en el segundo semestre. El número promedio de oferentes del segundo semestre con respecto al primer semestre, también descendió, ya que en el primer semestre, fueron 16 oferentes los que ofrecieron la oferta promedio, mientras que en el segundo semestre, dicha cantidad fue de solamente 13 oferentes.

El análisis de la información del primer semestre contenida en los informes individuales de las ferias del agricultor, conjuntamente con la información presentada en los informes globales, permitió hacer el siguiente análisis:

En el primer bloque, durante el primer semestre, la oferta promedio en los mercados "Proyecto 4-4", "Nimajuyú", "Montserrat", y "Atlántida", fue de 734 manos, 767 manos, 540 manos, y 428 manos por fecha, respectivamente. En las ferias "Proyecto 4-4" y "Montserrat", la oferta fue durante las 11 fechas del programa, no así en los mercados "Nimajuyú" y "Atlántida", en que la oferta se hizo presente en 2 y 1 fechas respectivamente. En la feria de "El Frutal", la oferta promedio en 2 de las 11 fechas, fue de 225 manos.

En el segundo bloque los mercados "Cerro del Carmen", "El Trébol" y "San Rafael", presentaron las mayores ofertas, en el mayor número de fechas en que se realizaron las ferias. Es así, como en el mercado "Cerro del Carmen", durante las 11 fechas se logró una oferta promedio por fecha de 424 manos, mientras que en el mercado "El Trébol", la oferta promedio se dió durante 10 de las 11 fechas de programa, siendo ésta de 829 manos. En el mercado "San Rafael", la oferta promedio durante 9 de las 11 fechas de programa, fue de 639 manos por fecha.

En el mercado "Ciudad San Cristóbal", la oferta promedio en 7 de las 11 fechas de programa, fue de 994 manos de limones, mientras que en el mercado de "Carolingia", la oferta promedio alcanzada de 236 manos de limones solamente se dió en 3 de las 11 fechas programadas.

En el segundo semestre, durante 11 de las 12 fechas de programa, en

el primer bloque, la oferta promedio total fue de 1,769 manos de limones, mientras que en el segundo bloque, durante 10 de las 11 fechas de mercado, la oferta total fue de 1,658 manos de limones. Sin embargo, el 2 de diciembre, sólo se ofertó en uno de los cinco mercados, una oferta de 200 manos de limones, mientras que en el segundo bloque, fue el caso similar en 3 de las ferias, el 9 de diciembre, cuando se dió una oferta promedio por feria de 246 manos de limones por mercado.

- MELON.

En la oferta promedio de melón, tanto por bloque, como por semestre, fue aún más inestable, ya que no solamente se obtuvo una oferta promedio mayor en el primer semestre, sino que también la no oferta en el segundo semestre fue más evidente.

El descenso en el número de oferentes, tanto en el primer bloque como en el segundo bloque de mercados ferias del agricultor, no fue lo que incidió más en que este producto fuera poco ofertado en los mismos. Sin embargo, el descenso de la oferta promedio del primer semestre por bloque, que fue de 132 melones por cada fecha de oferta, a la oferta promedio del segundo semestre, que fue de 49 melones, fue la que incidió más en que se calificó al melón como un producto poco ofertado en los mercados no tradicionales.

El análisis de la información del primer semestre contenida en los informes individuales de cada feria del agricultor, como en los informes globales de dichos mercados, permitió obtener la siguiente información:

La no oferta de melón en los cinco mercados de cada bloque fue similar, ya que tanto en el mes de enero, mayo y junio, en ninguno de los mercados hubo oferta alguna. Sin embargo, en el segundo bloque, en la segunda quincena del mes de junio, la oferta se hizo presente en el mercado "San Rafael", no así en los demás mercados.

La oferta promedio en el primer bloque fue de 370 melones en el mercado "Proyecto 4-4" (6 fechas), 165 melones en el mercado "Montserrat" (6 fechas), 300 melones en el mercado "Nimajuyú" (3 fechas), y 250 melones en el mercado "Atlántida" (2 fechas). En el mercado "El Frutal", este producto no fue ofertado en todo el primer semestre.

La oferta promedio en el segundo bloque fue de 320 melones en el mercado "San Rafael" (6 fechas), 230 melones en el mercado "El Trébol"

(4 fechas), y 80 melones en el mercado "Cerro del Carmen" (3 fechas). En el mercado "Carolingia", hubo una sola oferta de 140 melones en una fecha, mientras que en el mercado "Ciudad San Cristóbal", la oferta promedio de 135 melones se dió en 4 fechas.

En el segundo bloque, en el segundo semestre, la oferta total por bloque promedio, se dió solamente en tres fechas, situación que se repitió en el primer bloque de mercados en el citado semestre.

- PIÑA.

La oferta promedio en el primer bloque fue similar en el primer y en el segundo semestre, no así el número promedio de oferentes. En el segundo bloque, la oferta promedio descendió de 84 piñas por fecha en el primer semestre, a 66 piñas en el segundo semestre. Sin embargo, en el segundo bloque, también descendió el número promedio de oferentes del segundo semestre, con respecto a los oferentes en el primer semestre.

La oferta promedio en el primer bloque fue de 54 piñas como oferta total en los cinco mercados, mientras que el número promedio de oferentes en el primer semestre, fue de 6 oferentes por bloque, mientras que en el segundo semestre, dicha cantidad fue de 4 oferentes por bloque.

El análisis de la información contenida tanto en los informes individuales de cada feria, como en los informes globales de cada bloque de ferias, permitió obtener la siguiente información:

En el primer semestre, la oferta promedio por mercado del primer bloque, se hizo más evidente en el mercado "Proyecto 4-4" (315 piñas por fecha en 9 fechas), no así en los mercados "Montserrat", "Nimajuyú", y de la "Atlántida", en que tanto las cantidades ofrecidas, como las fechas de oferta fueron menores. En el mercado "El Frutal", la oferta de piña se hizo presente en todo el semestre.

En el segundo bloque, la oferta promedio en los mercados "Cerro del Carmen" y "San Rafael", fue similar en cuanto a fechas de oferta (9 fechas), no así en las cantidades ofrecidas (275 y 75 piñas, respectivamente). En el mercado "El Trébol", la oferta promedio durante 8 fechas fue de 200 piñas, mientras que en el mercado "Ciudad San Cristóbal", la oferta promedio de 180 piñas se dió durante 8 fechas de mercado.

En el mercado "Carolingia", la oferta promedio fue de 80 piñas, aunque la misma solamente se dió en 2 de las 11 fechas programadas de mercado.

En el segundo semestre, en el primer bloque, la oferta promedio se dió en 9 de las 12 fechas de programa, mientras que en el segundo bloque la oferta promedio se ofreció en 7 fechas de las 11 fechas de programa. En el primer bloque, se atendió en mayor razón a 1 ó 2 de los 5 mercados, mientras que en el segundo bloque, la situación fue similar, ya que en un 40% se estima que se atendieron la mayoría de mercados (3 a 5 mercados), mientras que en un 60%, se lograron atender solamente uno, o bien, dos de los cinco mercados.

- PLATANOS. (Ver cuadro 9).

La oferta promedio del primer semestre, con relación a la del segundo semestre, en ambos bloques, fueron incrementadas, a pesar de que en el primer bloque hubo una disminución en el número promedio de oferentes en el segundo semestre, con respecto a la del primer semestre, manteniéndose dicha relación de oferentes en el segundo bloque.

La oferta promedio en el primer bloque, en el primer semestre, fue de 37 docenas de plátano, ofertada por un promedio de 6 oferentes, mientras que en el segundo semestre, un número promedio de 3 oferentes, ofertaron en promedio la cantidad de 57 docenas de plátano en los cinco mercados. La oferta promedio en el primer semestre, en el segundo bloque, ofrecida por 4 oferentes, fue de 45 docenas de plátano, incrementándose a 57 docenas de plátano en el segundo semestre, siempre ofertada por la misma cantidad promedio de oferentes.

El análisis de la información contenida en los informes individuales de las ferias del agricultor, como la de los informes globales de cada bloque, permitió a la vez, obtener la siguiente información:

En el primer semestre, la oferta promedio fue mayor en los mercados "Proyecto 4-4" y "Montserrat", que en los restantes mercados del primer bloque. La oferta en el mercado "Proyecto 4-4" fue de 98 docenas por fecha (11 fechas), y en el mercado "Montserrat" fue de 93 docenas por fecha (9 fechas).

En el segundo bloque, la diferencia de oferta se dió tanto en fechas de oferta, como en la cantidad ofrecida. Es así, que en los mercados "El Trébol" y "Cerro del Carmen", hubieron 9 fechas con oferta de plátano, sin embargo, la oferta promedio del primer mercado fue de 97 docenas, y en el segundo fue de 40 docenas por fecha. En el caso de los mercados "San Rafael" y "Ciudad San Cristóbal", la oferta de plátano se dió en 7 de las 11 fechas de programa, aunque la oferta de "Ciudad San Cristóbal" fue mayor que la de "San Rafael" (54 y 39 docenas, respectivamente).

En el segundo semestre, en el primer bloque se presentó oferta promedio en mayor número de fechas, que en el segundo bloque, presentando una oferta en 11 de las 12 fechas de programa, mientras que en el segundo bloque, la oferta promedio se dió en 8 de las 11 fechas programadas.

V.2.2.1.5. GRUPO "VERDURAS Y LEGUMBRES".

Los productos papa, tomate y ejote medidos en libras, como los productos cebolla y acelga medidos en manojos, y las otras verduras medidas en unidades (guisquil, repollo, elote, lechugas, güicoyes maduros y pepinos), y en docenas (zanahoria), fueron los productos que tuvieron mayor oferta en general en las ferias del agricultor. Así mismo, fueron estos productos quienes mostraron el mayor número de oferentes en algunos de dichos productos.

V.2.2.1.5.1. SUBGRUPO DE PAPA, TOMATE Y EJOTE.

El producto papa fue el único que mostró un incremento tanto en la oferta promedio del segundo semestre con respecto al primer semestre, como también un incremento en el número de oferentes promedio por semestre. (Ver figura 5.).

- PAPA.

La oferta promedio en el primer bloque, en el primer semestre, fue de 189 libras, como oferta total en los mercados del citado bloque, mientras que la misma fue incrementada en el segundo semestre a la cantidad de 256 libras. (Ver cuadro 10.).

Cuadro 9. Oferta de Plátano por los mercados no tradicionales de las Ferias del Agricultor. Año de 1989. Primer y Segundo Bloques. Docenas de plátanos.

PRIMER BLOQUE		SEGUNDO BLOQUE	
FECHA	OFERTA	FECHA	OFERTA
21/01/89	136	28/01/89	186
04/02/89	91	11/02/89	97
18/02/89	93	25/02/89	358
04/03/89	54	11/03/89	159
18/03/89	98	01/04/89	95
08/04/89	641	15/04/89	128
22/04/89	117	29/04/89	150
06/05/89	97	13/05/89	380
20/05/89	257	27/05/89	113
03/06/89	315	10/06/89	149
17/06/89	312	24/06/89	107
01/07/89	-	08/07/89	-
15/07/89	100	22/07/89	100
29/07/89	120	05/08/89	191
12/08/89	125	19/08/89	180
26/08/89	137	02/09/89	216
09/09/89	696	23/09/89	-
30/09/89	475	07/10/89	288
14/10/89	58	28/10/89	50
04/11/89	90	11/11/89	83
18/11/89	93	25/11/89	-
02/12/89	86	09/12/89	100
16/12/89	88		

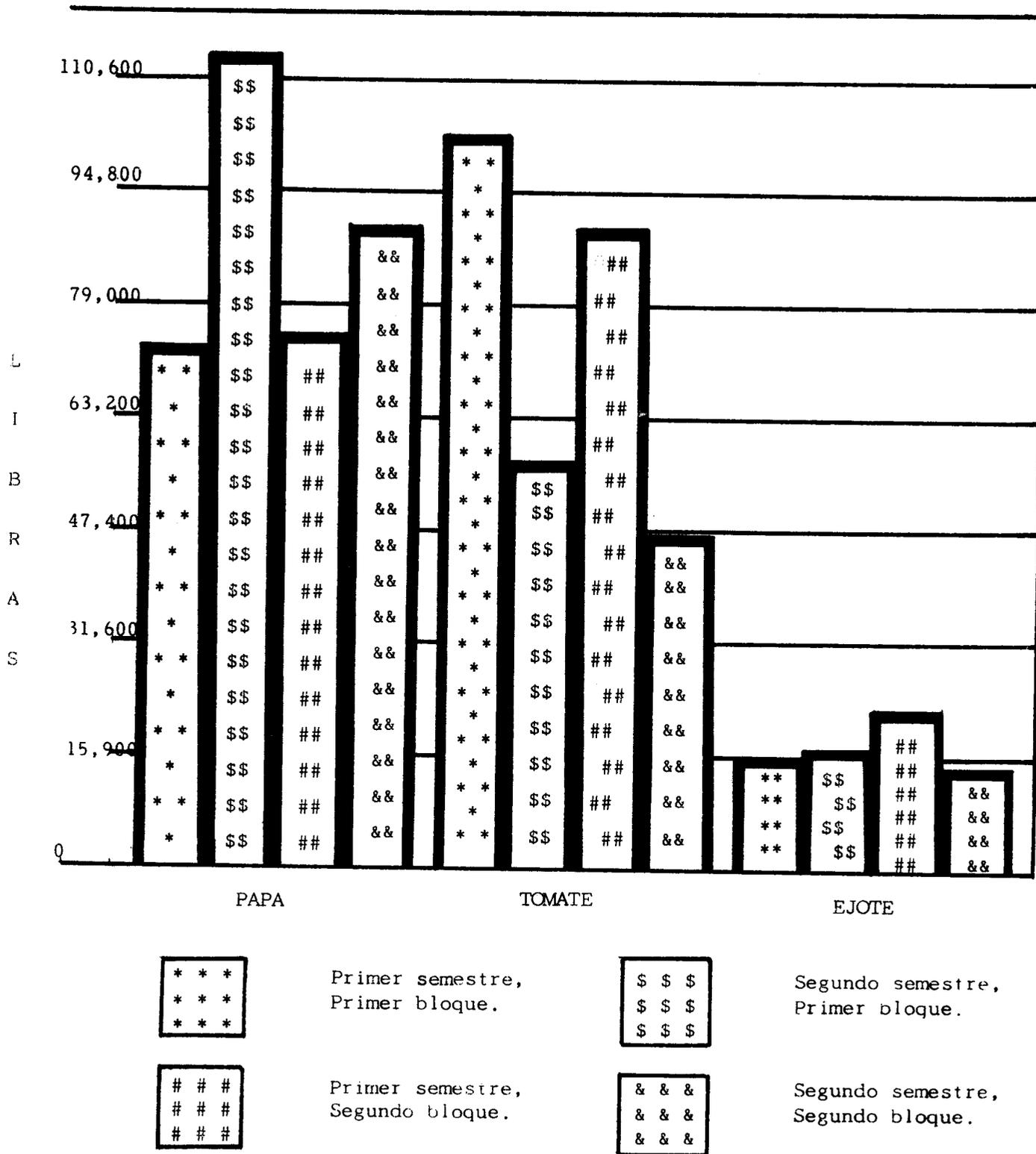


Figura 5. Oferta de papa, tomate y ejote, por semestre, durante 1989
Primer y segundo bloques.

El número promedio de oferentes en el primer semestre fue de 34 oferentes, mientras que en el segundo semestre fue de 42 oferentes.

La oferta promedio en el segundo bloque, en el primer semestre, fue de 185 libras, como oferta promedio en los mercados "El Trébol", "Cerro del Carmen", "San Rafael", "Ciudad San Cristóbal" y "Carolingia", mientras que en el segundo semestre, dicha oferta promedio fue incrementada a las 196 libras.

El número promedio de oferentes en el primer semestre fue de 37 oferentes, mientras que en el segundo semestre fue de 46 oferentes.

El análisis de la información contenida en los informes individuales de las ferias del agricultor, así como la información de los informes globales de cada bloque, permitió obtener la siguiente información específica:

Los mercados "Proyecto 4-4", "Montserrat" y "Nimajuyú", lograron ofrecer cantidades alrededor de las 1,700 libras por fecha y por mercado, siendo el mercado "Nimajuyú" en que la oferta se dió en 3 de las 11 fechas del primer semestre, no así la feria "Atlántida", en que su oferta promedio de 1,176 libras se dió en las 11 fechas de mercado. En el caso de la feria "El Frutal", la oferta promedio en 9 fechas, ascendió a la cantidad de 563 libras por fecha.

En el segundo bloque, siempre en el primer semestre, la situación de la oferta fue similar, aunque en el mercado "El Trébol" se dió la mayor oferta promedio en todas las fechas, la cual fue de 2,320 libras por fecha, no así en los mercados "Cerro del Carmen" y "San Rafael", en que las ofertas promedio por fecha fueron de 1,610 y 1,407 libras por mercado, respectivamente. En los mercados "Ciudad San Cristóbal" y "Carolingia", en 7 de las 11 fechas, la oferta promedio ascendió a las cantidades de 781 y 668 libras por fecha, respectivamente.

En el segundo semestre, en el primer bloque, la oferta promedio por bloque y por fecha, ascendió a la cantidad de 2,275 libras, mientras que en el segundo bloque, dicha oferta promedio fue de 1,790 libras por fecha y por bloque.

- TOMATE. (Ver cuadro 11.).

La oferta promedio del primer bloque, en el segundo semestre descendió a las 255 libras, como oferta promedio por fecha en cada uno de los

Cuadro 10. Oferta de Papa por los mercados no tradicionales de las Ferias del Agricultor. Año de 1989. Primer y Segundo Bloque. Libras de papa.

PRIMER BLOQUE		SEGUNDO BLOQUE	
FECHA	OFERTA	FECHA	OFERTA
21/01/89	2,750	28/01/89	5,225
04/02/89	3,000	11/02/89	5,250
18/02/89	5,635	25/02/89	7,710
04/03/89	9,340	11/03/89	10,800
18/03/89	13,800	01/04/89	4,470
08/04/89	8,200	15/04/89	9,520
22/04/89	6,125	29/04/89	5,800
06/05/89	6,900	13/05/89	6,445
20/05/89	6,925	27/05/89	6,500
03/06/89	5,860	10/06/89	5,500
17/06/89	3,900	24/06/89	7,400
01/07/89	---	08/07/89	---
15/07/89	15,130	22/07/89	8,675
29/07/89	8,325	05/08/89	9,390
12/08/89	7,150	19/08/89	11,480
26/08/89	6,875	02/09/89	6,910
09/09/89	14,720	23/09/89	7,100
30/09/89	8,100	07/10/89	10,055
14/10/89	13,205	28/10/89	10,960
04/11/89	3,900	11/11/89	9,460
18/11/89	12,075	25/11/89	6,000
02/12/89	13,200	09/12/89	9,480
16/12/89	11,055		

cinco mercados del bloque. La oferta promedio en el primer semestre fue de 349 libras.

El número promedio de oferentes en el segundo semestre fue de 20 oferentes, mientras que en el primer semestre el promedio de oferentes por fecha en los mercados del bloque fue de 28 oferentes.

La oferta promedio del segundo bloque, en el segundo semestre descendió a las 225 libras, como oferta promedio por fecha en cada uno de los mercados. La oferta promedio en el primer semestre fue de 285 libras en cada uno de los mercados de "El Trébol", "Cerro del Carmen", "San Rafael", "Ciudad San Cristóbal", y "Carolingia".

El número promedio de oferentes en el primer semestre fue de 28 oferentes, mientras que en el segundo semestre, dicha cantidad descendió a los 21 oferentes como promedio en cada uno de los mercados citados anteriormente.

El análisis de la información contenida en los informes individuales de las ferias del agricultor, así como la de los informes globales de cada bloque, permitió obtener la siguiente información:

En el primer semestre de 1989, los mercados "Proyecto 4-4", "Montserrat", "El Trébol", y "San Rafael", lograron ofertas promedio mayores a las 2,000 libras por fecha, y por mercado, logrando una oferta general de 2,440 libras en cada uno de los mercados citados, en cada una de las fechas de oferta, a excepción del mercado "San Rafael", en el cual, el 10 de abril no hubo oferta alguna.

El único mercado que logró una mejor oferta, fue el mercado "Nimajuyú", que en 10 de las 11 fechas de mercado, logró una oferta promedio de 3,521 libras de tomate por fecha. Los mercados "Cerro del Carmen", "Atlántida", y "Ciudad San Cristóbal", lograron ofertas menores a las 2,000 libras por fecha y por mercado, pero superiores a las 1,000 libras, siendo el mercado "Ciudad San Cristóbal", el que no ofertó en 4 de las 11 fechas de programa. La oferta promedio de estos tres mercados asciende a la cantidad de 1,555 libras de tomate en cada mercado por fecha.

Sin embargo, en los mercados "El Frutal" y "Carolingia", se dieron ofertas promedio de 265 libras (6 fechas), y 721 libras (7 fechas), respectivamente.

En el segundo semestre, en el primer bloque, se obtuvo una oferta promedio por bloque de 1,038 libras por fecha, en 10 de las 11 fechas de

Cuadro 11. Oferta de Tomate por los mercados no tradicionales de las Ferias del Agricultor. Año de 1989. Primer y Segundo Bloques. Libras de tomate.

PRIMER BLOQUE		SEGUNDO BLOQUE	
FECHA	OFERTA	FECHA	OFERTA
21/01/89	18,829	28/01/89	9,735
04/02/89	5,865	11/02/89	7,609
18/02/89	8,015	25/02/89	9,818
04/03/89	8,970	11/03/89	10,237
18/03/89	8,194	01/04/89	7,176
08/04/89	11,000	15/04/89	9,840
22/04/89	9,250	29/04/89	6,960
06/05/89	9,946	13/05/89	10,260
20/05/89	11,480	27/05/89	9,830
03/06/89	3,925	10/06/89	3,000
17/06/89	6,660	24/06/89	5,050
01/07/89	---	08/07/89	---
15/07/89	5,980	22/07/89	6,500
29/07/89	6,221	05/08/89	2,670
12/08/89	3,475	19/08/89	6,325
26/08/89	3,600	02/09/89	5,260
09/09/89	5,872	23/09/89	8,630
30/09/89	6,210	07/10/89	5,250
14/10/89	8,115	28/10/89	5,000
04/11/89	2,160	11/11/89	3,180
18/11/89	4,210	25/11/89	510
02/12/89	2,679	09/12/89	3,625
16/12/89	8,600		

programa, mientras que en el segundo bloque, dicha oferta promedio se dió en 11 de las 12 fechas de programa, ascendiendo dicha oferta por bloque a la cantidad de 971 libras por fecha.

- EJOTE.

Aunque la oferta promedio en ambos bloques aumento en el segundo semestre, con respecto a la del primer semestre, el número promedio de oferentes en ambos bloques, descendió en una buena proporción.

La oferta promedio en el primer bloque aumento de 44 libras en el primer semestre, a 53 libras en el segundo semestre. Sin embargo, el número promedio de oferentes descendió a 29 oferentes en el segundo semestre, mientras que en el primer semestre, dicho número promedio de oferentes en el bloque fue de 32 oferentes por fecha.

La oferta promedio en el segundo bloque aumento de 54 libras en el primer semestre, a 57 libras en el segundo semestre. Sin embargo, el número promedio de oferentes descendió de 38 oferentes en el primer semestre, a 25 oferentes como promedio en el segundo semestre en todos los mercados del bloque.

El análisis de la información contenida en los informes individuales de las ferias del agricultor, así como la de los informes globales de cada bloque, permitió obtener la siguiente información:

La oferta promedio durante el primer semestre de 1989, en los mercados "Proyecto 4-4", "El Trébol", "Cerro del Carmen", y "San Rafael", por fecha, fue de 545 libras de ejote, mientras que en los mercados "Montserrat" y "Ciudad San Cristóbal", dicha oferta promedio alcanza la cantidad de 360 libras por cada fecha. Sin embargo, en el mercado "Ciudad San Cristóbal", la oferta promedio se dió en 7 de las 11 fechas programadas de mercado.

Los mercados "Nimajuyú", "Atlántida" y "El Frutal", ofertaron en promedio por fecha, la cantidad de 245 libras. Sin embargo, la oferta se hizo presente en 1, 2 y 7 fechas, respectivamente. Fue en el mercado "Carolingia", en el cual en 6 fechas de las 11 programadas, la oferta promedio fue de 522 libras por fecha.

En el segundo semestre, la oferta total promedio por el primer bloque fue de 337 libras por cada fecha de oferta, mientras que en el segundo bloque, la oferta promedio total fue de 293 libras por fecha.

V.2.2.1.5.2. SUBGRUPO DE CEBOLLA Y ACELGA.

Ambos productos, medidos en manojos, mostraron decrementos en las ofertas promedio en el segundo semestre con respecto a la presentada en el primer semestre. Igualmente, el número promedio de oferentes descendió ligeramente en el caso de cebolla, no así en el caso de acelga. (Ver figura 6.).

- CEBOLLA. (Ver cuadro 12.).

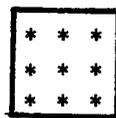
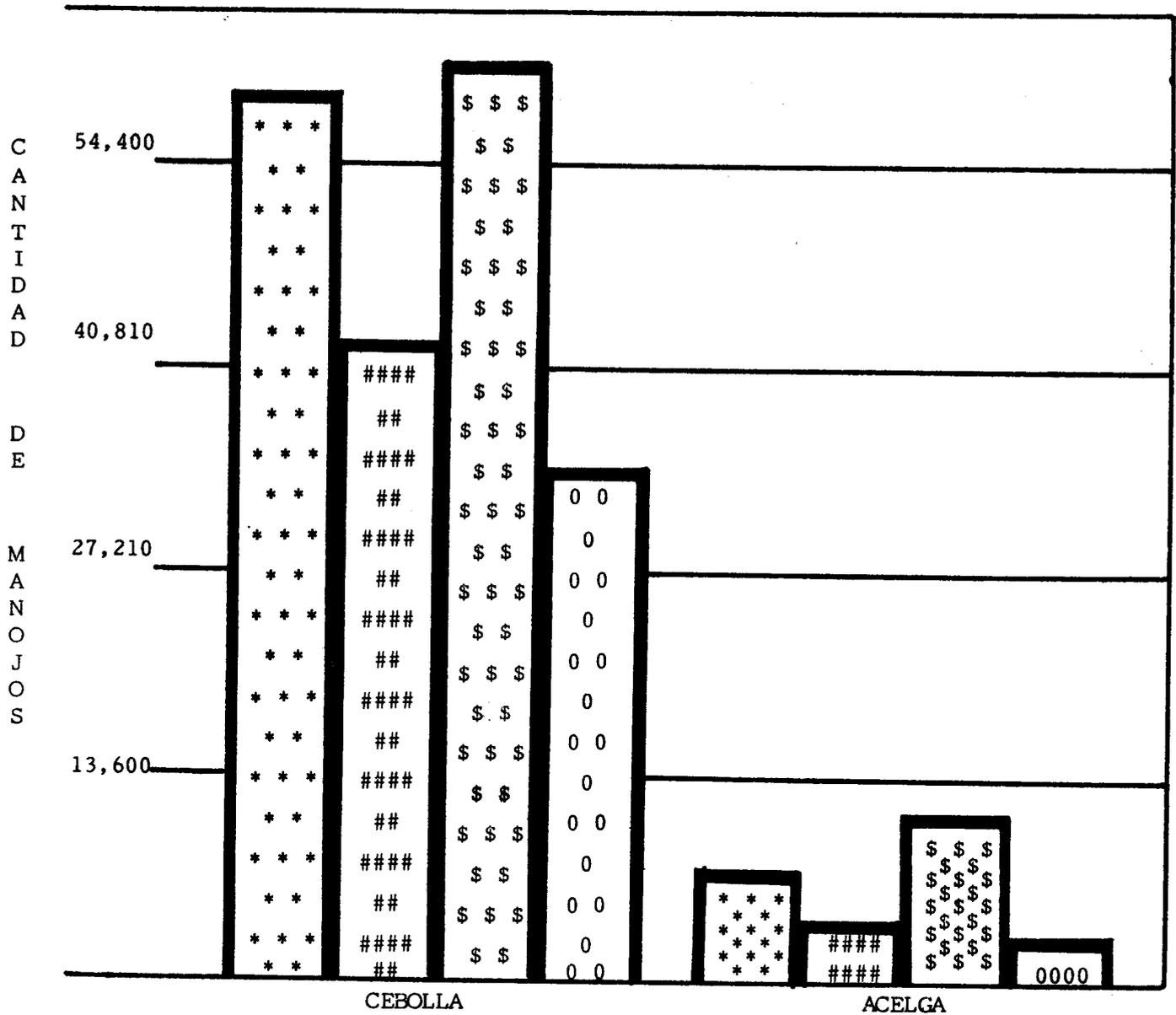
El producto cebolla demostró una mayor oferta en el primer semestre, en ambos bloques, con respecto a la oferta ofrecida en el segundo semestre. Es así, como en el primer bloque, luego de haber ofertado la cantidad de 212 manojos en el primer semestre, dicha cantidad descendió hasta los 184 manojos en el segundo semestre.

El número promedio de oferentes en el primer semestre en este bloque, fue de 25 oferentes por fecha, mientras que en el segundo semestre, el mismo fue de 21 oferentes por cada fecha en promedio.

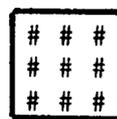
La oferta promedio en el segundo bloque, mostró el mismo comportamiento que en el anterior bloque. Es así, como en el primer semestre se ofrecieron en promedio 202 manojos en cada mercado, mientras que en el segundo semestre dicha oferta promedio descendió a los 167 manojos por cada fecha.

El número promedio de oferentes en el primer semestre también fue de 25 oferentes, mientras que en el segundo semestre el número promedio de oferentes por fecha fue de 23 oferentes.

El análisis de la información de los dos semestres de 1989, por separado, de los informes de las ferias del agricultor, permitió obtener la siguiente información:



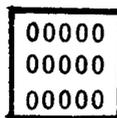
Primer semestre, Primer bloque.



Segundo semestre, Primer bloque.



Primer semestre, Segundo bloque.



Segundo semestre, Segundo bloque.

MINISTERIO DEL GOBIERNO DE SAN CARLOS DE GUAYAMA
Biblioteca Central

Figura 6. Oferta de cebolla y acelga, por semestre, durante 1989. Primer y segundo bloques de las ferias del agricultor.

Cuadro 12. Oferta de Cebolla por los mercados no tradicionales de las Ferias del Agricultor. Año de 1989. Primer y Segundo Bloques. Manojos de cebolla.

PRIMER BLOQUE		SEGUNDO BLOQUE	
FECHA	OFERTA	FECHA	OFERTA
21/01/89	1,300	28/01/89	2,335
04/02/89	2,690	11/02/89	2,980
18/02/89	3,450	25/02/89	4,680
04/03/89	6,750	11/03/89	9,240
18/03/89	9,940	01/04/89	3,450
08/04/89	7,099	15/04/89	7,825
22/04/89	9,100	29/04/89	7,500
06/05/89	3,975	13/05/89	3,900
20/05/89	5,420	27/05/89	3,830
03/06/89	3,980	10/06/89	4,440
17/06/89	5,590	24/06/89	6,520
01/07/89	---	08/07/89	---
15/07/89	400	22/07/89	4,525
29/07/89	4,600	05/08/89	3,500
12/08/89	5,300	19/08/89	5,455
26/08/89	2,240	02/09/89	3,200
09/09/89	3,400	23/09/89	3,350
30/09/89	4,585	07/10/89	1,885
14/10/89	6,000	28/10/89	3,180
04/11/89	450	11/11/89	3,825
18/11/89	4,960	25/11/89	5,240
02/12/89	5,060	09/12/89	4,805
16/12/89	5,580		

Los mercados "Proyecto 4-4", "Montserrat" y "Atlántida", pertenecientes al primer bloque, ofertaron en todas las fechas del primer semestre, destacando como mayor oferente el mercado "Proyecto 4-4" con una oferta promedio de 1,279 manojos de cebolla por fecha. Los mercados "Nimajuyú" y "El Frutal", no ofertaron en 2 fechas, pero las ofertas promedio fueron de 1,202 y 1,846 manojos de cebolla, respectivamente.

La oferta en toda fecha, en el segundo bloque, solamente se dió en el mercado "El Trébol", y en el mercado "Cerro del Carmen", con ofertas promedio de 1,755 y 1,134 manojos, respectivamente, mientras que en los mercados "San Rafael", "Ciudad San Cristóbal" y "Carolingia", no ofertaron en 1, 2, y 4 fechas, respectivamente.

Durante el segundo semestre, en el primer bloque, la oferta promedio por bloque, y por fecha, fue de 3,780 manojos, habiendo especial falta de oferta en los días 15 de julio y 4 de noviembre, en que solamente se ofertaron en total en el bloque las cantidades de 400 y 450 manojos, respectivamente.

En el segundo bloque, siempre en el segundo semestre, la oferta promedio por bloque y por fecha, alcanzó la cantidad de 765 manojos de cebolla, denotando así una disminución drástica en comparación con la oferta inicial del primer semestre, aunque la misma se dió en toda fecha.

- ACELGA.

Aunque la oferta promedio aumento en el segundo semestre, en el primer bloque, la cantidad promedio de oferentes disminuyó en el segundo semestre. En el segundo bloque, la oferta promedio disminuyó de 89 manojos en el primer semestre, a 71 manojos en el segundo semestre.

En el primer bloque de mercados, el aumento en la oferta promedio fue de tan solo 6 manojos con respecto a la oferta promedio del primer semestre, que fue de 83 manojos.

El número promedio de oferentes, en el primer bloque, fue de 8 en el primer semestre, y de 4 oferentes en el segundo semestre. En el segundo bloque, dicha cantidad promedio de oferentes en el primer semestre fue de 12 oferentes, mientras que en el segundo semestre fue de tan solo 4 oferentes.

El análisis de la información contenida tanto en los informes individuales como globales de las ferias del agricultor o mercados no tradicionales, permitió obtener la siguiente información:

El mercado "El Trébol", del segundo bloque, fue el que mayor oferta promedio presentó en el máximo número de fechas de programa. Es así, que la oferta promedio por fecha ascendió a la cantidad de 364 manojos. En los mercados de "Montserrat" y de "Cerro del Carmen", la oferta promedio fue de 314 manojos por fecha, dándose la misma en 9 de las 11 fechas de programa del primer semestre.

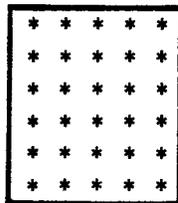
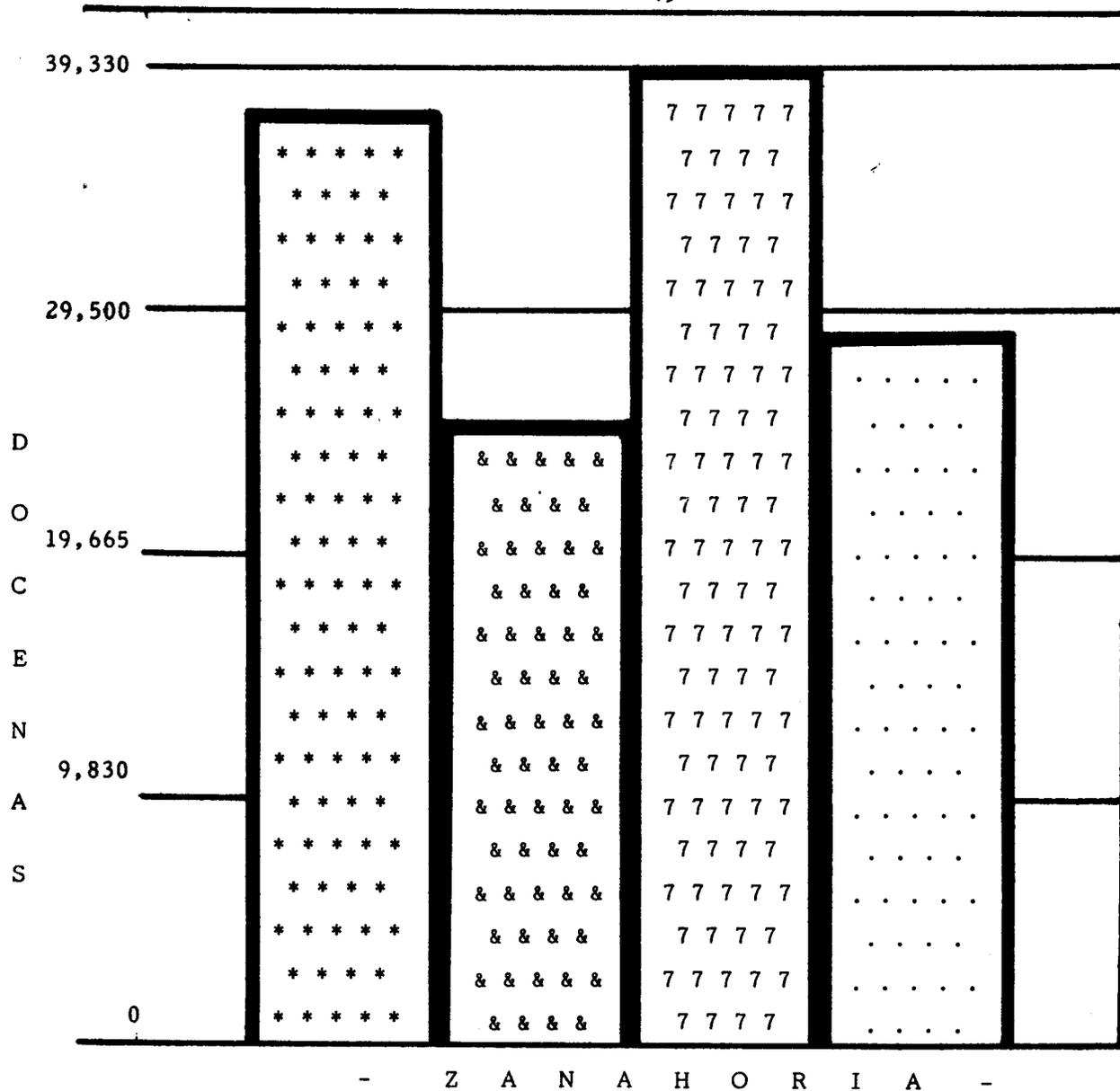
En los mercados "Proyecto 4-4", "Nimajuyú" y "Atlántida", la oferta promedio se dió en 8 de las 11 fechas del programa general. Dicha oferta promedio fue de 193 manojos por fecha. En los mercados "San Rafael" y "El Frutal", la oferta promedio en el caso del primero fue de 345 manojos por cada fecha de oferta (7 de 11 fechas), mientras que en el segundo bloque, la oferta se dió en una sola fecha del primer semestre, siendo ésta de 152 manojos. Los restantes mercados, tanto del primer bloque como del segundo grupo de mercados, específicamente, los mercados "Ciudad San Cristóbal" y "Carolingia", ofertaron en promedio la cantidad de 152 manojos, en 6 y en 4 fechas de 11 fechas programadas de este tipo de mercado, respectivamente.

En el segundo semestre, la oferta promedio en el primer bloque, se dió en 10 de 12 fechas programadas, mientras que en el segundo bloque, la oferta promedio se dió en 10 de las 11 fechas del programa de ferias del agricultor.

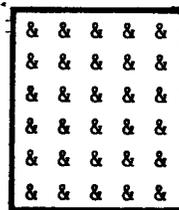
V.2.2.1.5.3. SUBGRUPO DE ZANAHORIA. (Ver cuadro 13.).

La oferta de zanahoria, medida y cuantificada en docenas, denotó un decremento tanto en el primer bloque de mercados "ferias del agricultor", como en el segundo bloque de estos mercados, de la oferta promedio del segundo semestre con respecto a la oferta promedio del primer semestre. (Ver figura 7.).

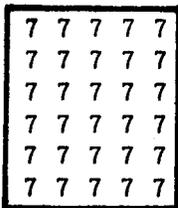
En el primer bloque de mercados, la oferta promedio en el primer semestre fue de 80 docenas por cada oferente que participó en la misma. La oferta promedio en el segundo semestre aumentó por oferente que participó en 47 docenas, sin embargo, en el segundo semestre, el número promedio de oferentes en el primer bloque descendió de 42 oferentes en el primer semestre, a 20 oferentes en el segundo semestre, lo que influyó en el decremento anteriormente citado.



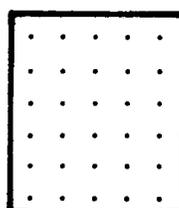
Primer semestre, Primer bloque.



Segundo semestre, Primer bloque.



Primer semestre, Segundo bloque.



Segundo semestre, Segundo bloque.

Figura 7. Oferta de zanahoria, por semestre, durante 1989. Primer y segundo bloques de las ferias del agricultor.

Situación similar se presentó en los mercados del segundo bloque, ya que a pesar de haber aumentado la oferta promedio en el segundo semestre, también disminuyó el número promedio de oferentes en los mercados del bloque. Es así, que a pesar de haber aumentado de 77 docenas a 99 docenas por oferente por fecha, el número promedio de oferentes descendió de 46 oferentes en el primer semestre, a 29 oferentes en el segundo semestre por fecha. (Ver cuadro 13.).

El análisis de la información contenida tanto en los informes individuales como globales de los mercados "ferias del agricultor", permitió obtener la siguiente información:

Durante el primer semestre de 1989, en el primer bloque de mercados, fue en el mercado "Proyecto 4-4" en que se obtuvo la mayor oferta promedio en todas las fechas del programa, mientras que en los mercados de "Montserrat" y de "Atlántida", fue menor. La oferta en tales mercados fue de 940, 743 y 647 docenas de zanahoria, respectivamente. En los mercados "Nimajuyú" y "El Frutal", la no oferta se hizo presente en 1 y 2 fechas, respectivamente, logrando ofertas promedio por fecha de 916 y 283 docenas de zanahoria en tales mercados.

En el segundo bloque, solamente dos de los cinco mercados ofertaron en las fechas del primer semestre. El mercado "El Trébol" y el mercado "Cerro del Carmen", lograron ofertas promedio por fecha de 1,030 docenas, mientras que en los mercados "Nimajuyú" y "El Frutal", la no oferta se hizo presente en 4 de las 11 fechas del primer semestre, con ofertas promedio de 556 y 411 docenas por fecha, respectivamente. El mercado "San Rafael" ofertó un promedio de 988 docenas de zanahoria por fecha en 10 de las 11 fechas de programa.

En el segundo semestre, en 10 de las 11 fechas programadas, tanto en el primer bloque como en el segundo bloque de mercados no tradicionales, se lograron ofertas promedio por bloque de 500 y 570 docenas, respectivamente.

V.2.2.1.5.4. SUBGRUPO DE GUIQUIL, GUICOY MADURO, REPOLLO, ELOTE, LECHUGA Y PEPINO.

Solamente el producto pepino, de estos seis productos, demostró una disminución de la oferta total presentada en el segundo semestre con respecto a la oferta total del primer semestre en ambos bloques de mercados no tradicionales. Los productos repollo y

Cuadro 13. Oferta de Zanahoria por los mercados no tradicionales de las ferias del agricultor. Año de 1989. Primer y segundo bloques. Docenas de zanahoria.

PRIMER BLOQUE		SEGUNDO BLOQUE	
FECHA	OFERTA	FECHA	OFERTA
21/01/89	2,295	28/01/89	3,333
11/02/89	2,313	11/02/89	3,410
18/02/89	3,450	25/02/89	3,685
04/03/89	3,618	11/03/89	4,871
18/03/89	4,925	01/04/89	2,963
08/04/89	5,327	15/04/89	3,177
22/04/89	4,354	29/04/89	4,115
06/05/89	3,185	13/05/89	3,675
20/05/89	3,118	27/05/89	2,290
03/06/89	2,490	10/06/89	4,266
17/06/89	2,290	24/06/89	3,547
01/07/89	---	08/07/89	---
15/07/89	1,926	22/07/89	3,850
29/07/89	3,810	05/08/89	3,567
12/08/89	2,265	19/08/89	3,550
26/08/89	2,090	02/09/89	3,510
09/09/89	2,885	23/09/89	3,056
30/09/89	2,450	07/10/89	2,090
14/10/89	2,280	28/10/89	2,190
04/11/89	146	11/11/89	1,540
15/11/89	1,500	25/11/89	2,975
02/12/89	2,815	09/12/89	2,195
16/12/89	2,865		

lechuga también demostraron decrementos en las ofertas totales, pero dichos decrementos fueron solamente en el primer bloque en el caso del pollo, y en ambos bloques, en el caso de la lechuga.

Los otros productos, específicamente, güisquil y elote, mostraron incrementos notables en las ofertas totales del segundo semestre con respecto a la del primer semestre en ambos bloques. El producto güicoy maduro también denotó un incremento en ambos bloques, pero el mismo no fue tan notable como en los productos güisquil y elote. (Ver figura 8.).

- GUISQUIL. (Ver cuadro 14.).

Tanto la oferta promedio por fecha, como el número promedio de oferentes por fecha, del segundo semestre, en ambos bloques, con respecto al primer semestre, mostraron incrementos.

Es así, que en el primer bloque de mercados "ferias del agricultor", que comprenden los mercados "Proyecto 4-4", "Montserrat", "Nimajuyú", "San Rafael" y "El Frutal", la oferta promedio total por fecha fue de 249 güisquiles por cada oferente que participó en cada fecha de oferta. Posteriormente, en el segundo semestre, dicha oferta promedio por oferente fue incrementada en 10 güisquiles.

El número promedio de oferentes en el primer bloque, por fecha, fue de 14 oferentes en el primer semestre en los mercados del bloque, y ya en el segundo semestre, dicho número promedio aumento a 27 oferentes por bloque en cada fecha de oferta.

En el segundo bloque, la oferta promedio por oferente en el primer semestre fue de 249 güisquiles, mientras que en el segundo semestre, dicha oferta promedio fue incrementada a la cantidad de 288 güisquiles por cada uno de los oferentes participantes en dicho período de tiempo.

El número promedio de oferentes en el primer semestre, en los mercados "El Trébol", "Cerro del Carmen", "Atlántida", "Ciudad San Cristóbal" y "Carolingia", fue de 18 oferentes, mientras que en el segundo semestre, dicho número promedio de oferentes en dichos mercados, fue de 32 oferentes en cada fecha de oferta.

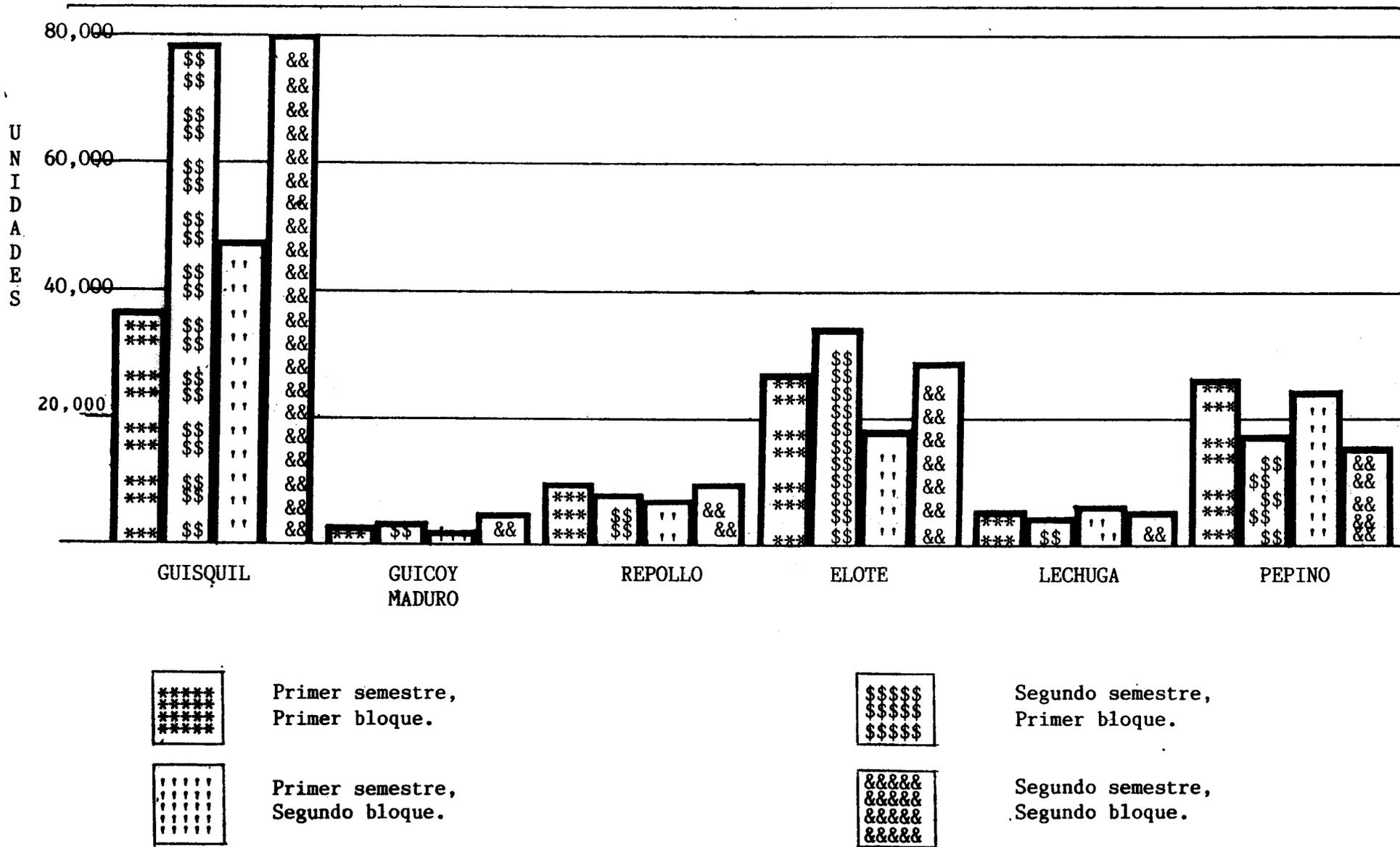


Figura 8. Oferta de guisquil, guicoy maduro, repollo, elote, lechuga y pepino, por semestre, durante 1989. Primer y segundo bloque de las ferias del agricultor.

Cuadro 14. Oferta de Güisquil por los mercados no tradicionales de las "Ferias del Agricultor". Año de 1989. Primer y segundo bloques. Unidades de Güisquil.

PRIMER BLOQUE		SEGUNDO BLOQUE	
FECHA	OFERTA	FECHA	OFERTA
21/01/89	2,230	28/01/89	5,675
04/02/89	4,325	11/02/89	3,976
18/02/89	3,525	25/02/89	4,900
04/03/89	4,435	11/03/89	3,980
18/03/89	2,175	01/04/89	1,900
08/04/89	4,505	15/04/89	4,725
22/04/89	2,500	29/04/89	5,500
06/05/89	3,850	13/05/89	5,275
20/05/89	3,755	27/05/89	1,480
03/06/89	3,600	10/06/89	5,175
17/06/89	1,715	24/06/89	4,950
01/07/89	---	08/07/89	---
15/07/89	9,490	22/07/89	7,575
29/07/89	8,020	05/08/89	9,330
12/08/89	6,575	19/08/89	9,525
26/08/89	8,200	02/09/89	9,580
09/09/89	10,810	23/09/89	11,562
30/09/89	5,925	07/10/89	8,600
14/10/89	8,285	28/10/89	8,665
04/11/89	5,745	11/11/89	8,350
18/11/89	7,864	25/11/89	6,910
02/12/89	5,705	09/12/89	---
16/12/89	1,795		

El análisis de la información contenida tanto en los informes individuales como globales de las ferias del agricultor, permitió obtener la siguiente información:

En el primer semestre, en el primer bloque de mercados, es en el mercado "Proyecto 4-4" en el que se ofrece la mayor oferta por fecha, de cada una de las fechas programadas. La oferta promedio fue de 1,582 güisquiles. Sin embargo, en el mercado "Nimajuyú", durante 9 fechas de programa, se logró dar una oferta promedio de 938 güisquiles por fecha, mientras que en el mercado "Montserrat", quien ofertó en 10 fechas, su oferta promedio por fecha, fue de tan sólo 582 güisquiles por fecha.

Los mercados "Atlántida" y "El Frutal" ofertaron en 7 y en 1 fecha, ofertas menores. En el caso del mercado "Atlántida", la oferta promedio fue de 353 güisquiles por fecha, y en el caso del mercado "El Frutal", la oferta promedio fue de 823 güisquiles en la única fecha de oferta.

En el segundo semestre, la oferta promedio por fecha, y por mercado mejoró, ya que la misma aumentó en general a la cantidad de 1,425 güisquiles por mercado y por fecha.

En el segundo bloque de mercados "ferias del agricultor", en el primer semestre, es en los mercados "El Trébol" y "San Rafael", en los cuales se ofrecieron las mayores ofertas promedio (1,533 y 1,391 güisquiles por fecha, respectivamente). Dichas ofertas promedio fueron ofrecidas en cada una de las fechas de mercado del primer semestre en el caso del mercado "El Trébol", y en 10 de 11 fechas, en el caso del mercado "San Rafael".

En los mercados "Cerro del Carmen", "Ciudad San Cristóbal" y "Carolingia", las ofertas promedio por fecha fueron menores a los 1,000 güisquiles por fecha. Sin embargo, el número de fechas en que se atendió al público consumidor, también fueron menores.

Es así, que las ofertas promedio fueron de 784, 627 y 931 güisquiles respectivamente, mientras que el número de fechas en que se ofrecieron dichas ofertas fueron de 11 fechas en "Cerro del Carmen", 7 fechas en "Ciudad San Cristóbal", y 4 fechas en "Carolingia".

En el segundo semestre, la oferta promedio en 9 de las 11 fechas, ascendió a la cantidad de 1,779 güisquiles por cada uno de los mercados definitivos del bloque, denotando así un incremento en general en la oferta promedio.

- GUICOY MADURO.

En la oferta de güicoy maduro en ambos bloques, sobresalieron los siguientes aspectos:

Decremento en las ofertas promedio del segundo semestre con respecto a la oferta del primer semestre.

Incremento en el número promedio de oferentes en el segundo semestre, con respecto al número promedio de oferentes en el primer semestre.

Mayor número de fechas de no oferta.

En la oferta promedio del primer bloque de mercados "ferias del agricultor", en el primer semestre, se logró ofertar en promedio la cantidad de 44 güicoyes por oferente, sin embargo, en el segundo semestre, dicha oferta promedio por oferente disminuyó a la cantidad de 28 güicoyes. Por otro lado, el número promedio de oferentes por bloque, se incrementó en el segundo semestre, ya que por fecha existieron en promedio 14 oferentes en dicho período, contra 8 oferentes en el primer semestre.

En el segundo bloque de mercados "ferias del agricultor", la oferta promedio por oferente, en el primer semestre fue de 40 güicoyes, descendiendo la misma a 31 güicoyes en el segundo semestre. Sin embargo, el número promedio de oferentes en el segundo semestre aumentó a 17 oferentes, ya que en el primer semestre existieron 7 oferentes en promedio en los cinco mercados del bloque.

El análisis por separado de los informes de las ferias del agricultor de ambos bloques en lo que respecta al período semestral, permitió hacer el siguiente análisis:

El güicoy maduro en el primer semestre, en todos los mercados mostró un comportamiento irregular en su oferta, ya que así fue observado. Es así, como en el mercado "Proyecto 4-4" se obtuvo la mayor oferta mientras que en el mercado "El Frutal" y en el mercado "Carolingia", las ofertas fueron las más bajas.

Las ofertas en estos mercados fueron de 173, 30 y 20 güicoyes respectivamente, en ocho, una y dos fechas de atención de 11 programadas.

El mercado "Montserrat" y el mercado "Nimajuyú", ofertaron en 7 y 5 fechas, respectivamente, las ofertas promedio de 88 y 144 güicoyes por fecha, mientras que en los mercados "Cerro del Carmen", "San Rafael", "Atlántida" y "Ciudad San Cristóbal", la oferta promedio fue de 174 güicoyes maduros por cada fecha de oferta.

En el segundo semestre, en el primer bloque de ferias, la oferta promedio fue de 82 güicoyes maduros por mercado, y por cada una de las nueve fechas de oferta, mientras que en el segundo bloque, la oferta promedio en ocho de las 11 fechas de mercado, la oferta ascendió a la cantidad de 120 güicoyes maduros por cada mercado.

- REPOLLO. (Ver cuadro 15.).

En el primer semestre de 1989, en ambos bloques de mercados, la oferta promedio por oferente fue de 40 repollos, mientras que en el segundo semestre, dicha oferta disminuyó ligeramente a la cantidad de 35 repollos por oferente en cada bloque.

Sin embargo, el comportamiento de la cantidad del número promedio de oferentes en los semestres en ambos bloques fue distinto. Por un lado, en el primer bloque de mercados, en el primer semestre, el número promedio de oferentes por fecha fue de 22 oferentes, mientras que en el segundo semestre, disminuyó ligeramente a 21 oferentes por fecha. En cambio, en el segundo bloque de mercados, en el primer semestre, dicha variable alcanzó la cantidad de 17 oferentes en los cinco mercados del bloque, y en el segundo semestre, el número promedio de oferentes por bloque, y por fecha, ascendió a la cantidad de 28 oferentes.

El análisis por separado de los informes individuales y globales de las ferias del agricultor, permitió obtener la siguiente información:

En el primer semestre, el mayor número de mercados del primer bloque, como del segundo, lograron dar una oferta promedio de 147 repollos por fecha de oferta (6 de los 10 mercados), mientras que en los demás mercados, la oferta ascendió a la cantidad de 265 repollos por fecha de oferta (4 de los 10 mercados).

Cuadro 15. Oferta de Repollo por los mercados no tradicionales de las "Ferias del Agricultor". Año de 1989. Primero y segundo bloques. Unidades de repollo.

PRIMER BLOQUE		SEGUNDO BLOQUE	
FECHA	OFERTA	FECHA	OFERTA
21/01/89	764	28/01/89	484
04/02/89	1,471	11/02/89	889
18/02/89	1,361	25/02/89	928
04/03/89	1,197	11/03/89	707
18/03/89	1,103	01/04/89	1,093
08/04/89	1,061	15/04/89	1,022
22/04/89	650	29/04/89	450
06/05/89	928	13/05/89	703
20/05/89	150	27/05/89	155
03/06/89	232	10/06/89	224
17/06/89	809	24/06/89	530
01/07/89	--	08/07/89	--
15/07/89	915	22/07/89	1,032
29/07/89	894	05/08/89	784
12/08/89	846	19/08/89	1,319
26/08/89	775	02/09/89	1,518
09/09/89	1,022	23/09/89	933
30/09/89	494	07/10/89	778
14/10/89	526	28/10/89	793
04/11/89	455	11/11/89	839
18/11/89	816	25/11/89	1,101
02/12/89	411	09/12/89	525
16/12/89	942		

Los mercados "Montserrat" y "Cerro del Carmen", ofertaron en las 11 fechas de mercado, mientras que en los mercados "Proyecto 4-4", "Nimajuyú" y "San Rafael", la no oferta en el primer semestre se dió solamente en una fecha, no así en los mercados "Atlántida" y "El Trébol", en los cuales la no oferta se dió en dos fechas.

En los mercados "El Frutal", "Ciudad San Cristóbal" y "Carolingia", la no oferta se dió en cinco fechas, y hasta en seis fechas, de celebración de mercado.

En el segundo semestre, la oferta en el primer bloque de mercados, se mantuvo en 147 repollos por fecha y por mercado, como oferta promedio, mientras que en el segundo bloque, dicha oferta alcanzó la cantidad de 192 repollos, por fecha, y por mercado.

- ELOTE. (Ver cuadro 16.).

El producto elote, medido en unidades o número de elotes, mostró tanto en el primer bloque como en el segundo bloque, un incremento en la oferta promedio por oferente en el segundo semestre con respecto a la oferta presentada en el primer semestre. Además, también el número promedio de oferentes, en ambos bloques, aumentó en el segundo semestre con respecto al número de oferentes promedio, que ofertaron en los mercados en el primer semestre.

Es así, que en el primer bloque de mercados no tradicionales, la oferta promedio de 161 elotes en el primer semestre, por oferente, aumentó a 217 elotes en el segundo semestre. En el segundo bloque, la oferta promedio por oferente en el primer semestre de 170 elotes, aumentó a la cantidad de 182 elotes por oferente en el segundo semestre.

En lo que respecta al número de oferentes en ambos bloques, el número promedio de oferentes en el segundo semestre aumentó en 6 oferentes con respecto al número de oferentes en el primer semestre. El número promedio de oferentes en el primer semestre, en el primer bloque, fue de 9 oferentes, mientras que en el segundo bloque, dicho número promedio fue de 11 oferentes.

El análisis por separado de la información por semestre de las ferias del agricultor en ambos bloques, permitió obtener la siguiente información:

Cuadro 16. Oferta de Elote por los mercados no tradicionales de las Ferias del Agricultor. Año de 1989. Primer y segundo bloques. Unidades de elote.

PRIMER BLOQUE		SEGUNDO BLOQUE	
FECHA	OFERTA	FECHA	OFERTA
21/01/89	480	28/01/89	445
04/02/89	580	11/02/89	600
18/02/89	400	29/02/89	800
04/03/89	800	11/03/89	1,150
18/03/89	1,300	01/04/89	1,575
08/04/89	1,675	15/04/89	3,100
22/04/89	1,325	29/04/89	2,370
06/05/89	1,475	13/05/89	1,350
20/05/89	1,900	27/05/89	1,400
03/06/89	1,425	10/06/89	3,060
17/06/89	3,050	24/06/89	2,150
01/07/89	---	08/07/89	---
15/07/89	2,420	22/07/89	2,200
29/07/89	4,300	05/08/89	4,380
12/08/89	4,090	19/08/89	6,025
26/08/89	8,400	02/09/89	2,400
09/09/89	6,725	23/09/89	3,025
30/09/89	2,310	07/10/89	4,500
14/10/89	3,200	28/10/89	3,700
04/11/89	1,100	11/11/89	900
18/11/89	700	25/11/89	1,800
02/12/89	820	09/12/89	150
16/12/89	--		

Los mercados "Proyecto 4-4", "Cerro del Carmen" y "San Rafael", ofertaron en 10 de las 11 fechas de mercado, la cantidad promedio de 494 elotes en cada fecha, no así los mercados "El Frutal" y "Carolingia" que ofertaron solamente en 1 y 3 fechas, respectivamente, las cantidades promedio de 466 y 100 elotes por fecha.

Los mercados "El Trébol" y "Montserrat", ofertaron en 9 de las 11 fechas de mercado del primer semestre, ofertas promedio de 662 y 328 elotes, respectivamente, mientras que en los mercados "Atlántida", "Nimajuyú" y "Ciudad San Cristóbal", se ofertaron las cantidades de 206, 525, y 323 elotes en cada una de las fechas de oferta en cada mercado (8, 7, y 6 fechas, respectivamente).

En el segundo semestre, en el primer bloque, sólo se registraron dos fechas de no oferta, logrando una oferta promedio en general por fecha, de 681 elotes por mercado, mientras que en el segundo bloque, la no oferta se dió en una fecha, y la oferta promedio por mercado, fue de 581 elotes por fecha.

- LECHUGA.

A pesar de que la oferta promedio por oferente aumento en el segundo semestre con respecto a la oferta del primer semestre, también el número promedio de oferentes disminuyó en el segundo semestre, lo cual influyó en la oferta total de ambos bloques.

La oferta promedio en el primer bloque, en el primer semestre, fue de 43 lechugas por oferente, la cual aumentó a 56 lechugas en el segundo semestre. Sin embargo, el número promedio de oferentes por fecha en el primer semestre fue de 11 oferentes, mientras que en el segundo semestre, disminuyó a 8 oferentes por fecha.

En el segundo bloque de mercados "ferias del agricultor", la oferta promedio por oferente fue de 47 lechugas en el primer semestre. Dicha oferta promedio en el segundo semestre fue incrementada a 66 lechugas por oferente. Sin embargo, también el número promedio de oferentes por cada fecha en el segundo semestre disminuyó a 10 oferentes, mientras que en el primer semestre fue de 12 oferentes como promedio en cada fecha.

El análisis separado de la información de los informes individuales de cada feria del agricultor, así como la información de los informes globales de cada uno de los dos bloques, permitió obtener la siguiente información:

Los mercados "Proyecto 4-4" y "El Trébol", ofertaron 178 lechugas por cada una de las diez fechas de mercado, mientras que en los mercados "Montserrat", "Nimajuyú" (9 fechas), "Atlántida", "San Rafael" y "Ciudad San Cristóbal" (7 fechas), las ofertas promedio fueron de 145 y 154 lechugas, respectivamente.

Fueron únicamente los mercados "Carolingia" y "El Frutal", en que la oferta se dió solamente en 5 y en 2 fechas, respectivamente, con una oferta promedio de 190 y 70 lechugas en cada uno.

- PEPINO.

En ambos bloques de mercados "ferias del agricultor", tanto la oferta promedio por oferente, como el número promedio de oferentes, mostraron decrementos en el segundo semestre con respecto a dichas variables en el primer semestre.

En el primer bloque de mercados, el número promedio de oferentes en el segundo semestre fue de 13 oferentes por fecha, mientras que en el primer semestre, dicho número fue de 18 oferentes por fecha.

La oferta promedio en este bloque por oferente en el primer semestre, fue de 136 pepinos por fecha, mientras que en el segundo semestre, la misma decreció a los 114 pepinos por fecha.

En el segundo bloque de mercados, el número promedio de oferentes por bloque y por fecha, en el primer semestre fue de 17 oferentes, el cual disminuyó ligeramente a 16 oferentes en el segundo semestre. Sin embargo, la oferta promedio disminuyó a 111 pepinos por fecha en el segundo semestre, en relación a los 134 pepinos ofrecidos por oferente en el primer semestre.

El análisis de la información contenida en los informes individuales de las ferias del agricultor, permitió obtener la siguiente información por mercado y por fecha:

En el primer semestre de 1989, en 11 fechas del programa, los mercados "Proyecto 4-4", "Montserrat", "Atlántida", "El Trébol" y "Cerro del Carmen", lograron ofertar como promedio en cada mercado, la cantidad de 561 pepinos, mientras que en los mercados "Nimajuyú" y "San Rafael", la oferta promedio en 10 fechas, en cada mercado, fue de 965 y 425 pepinos respectivamente.

Los mercados "El Frutal", "Ciudad San Cristóbal" y "Carolingia", ofertaron en promedio, la cantidad de 338 pepinos en cada fecha de oferta.

V.2.2.1.6. GRUPO "ALIMENTOS VARIOS Y BEBIDAS NO ALCOHOLICAS".

Los productos estudiados en este grupo fueron solamente el perejil y el culantro, condimentos más ofrecidos y demandados en el consumo doméstico habitualmente. Es así, que no solamente ambos mostraron decrementos significativos en ambos bloques en el segundo semestre con respecto al primer semestre, sino que el producto perejil casi no fue ofertado en las ferias del agricultor.

- PEREJIL.

La oferta promedio por oferente en el primer bloque de mercados, en el primer semestre, fue de 25 manojos, mientras que en el segundo semestre, la misma oferta promedio descendió a la cantidad de 15 manojos por oferente.

El número promedio de oferentes por fecha en el primer semestre fue de 4 oferentes, sin embargo en el segundo semestre, el mismo número promedio de oferentes fue de únicamente 2 oferentes en los mercados del citado bloque.

La oferta promedio en el segundo bloque, en el primer semestre, fue de 19 manojos por oferente, y a pesar de que en el segundo semestre dicha oferta promedio aumentó a 28 manojos, el número promedio de oferentes descendió a 2 oferentes, mientras que en el primer semestre, habían sido 4 los oferentes como promedio por fecha.

La información contenida en los informes individuales y globales de las ferias del agricultor, permitió obtener la siguiente información:

La oferta promedio en los mercados "ferias del agricultor", en el primer semestre, a excepción del mercado "Atlántida", en el cual nunca se dió oferta alguna, la misma se dió en 4 de las 11 fechas programadas de mercado.

En el segundo semestre, en dos de cinco mercados del primer bloque de ferias del agricultor, la oferta promedio se dió solamente en 4 de 12 fechas de programa, mientras que en el segundo bloque de estos mercados, la oferta promedio solamente se dió en tres fechas, siempre en 2 de 5 mercados.

- CULANTRO.

En el segundo bloque de mercados "ferias del agricultor", es en el cual se nota un incremento en la oferta total de culantro, ya que no sólo se incremento la oferta promedio por oferente ligeramente, sino que también se aumentó de igual manera el número promedio de oferentes en cada fecha de oferta. En el primer bloque, a pesar de que se incrementó la oferta promedio por oferente, también disminuyó el número promedio de oferentes en cada fecha de oferta.

En el primer semestre, en el primer bloque de mercados no tradicionales, la oferta promedio por oferente fue de 19 manojos, mientras que en el segundo semestre, fue de 22 manojos. Sin embargo, el número promedio de 10 oferentes en el primer semestre, disminuyó a 5 oferentes en el segundo semestre, en cada fecha de oferta.

En el primer semestre, en el segundo bloque de mercados no tradicionales, la oferta promedio fue de 24 manojos por oferente, incrementándose en 1 manojc más en el segundo semestre. Sin embargo, en este bloque envés de disminuir el número promedio de oferentes en el segundo semestre, aumento ligeramente de 11 en el primer semestre, a 12 oferentes en el segundo semestre.

El análisis de la información contenida en los informes individuales y globales de las ferias del agricultor, permitió obtener la siguiente información:

El mercado "Proyecto 4-4" fue el que mayor oferta promedio alcanzó en todas las fechas de mercado en el primer semestre, ya que ofertó 94 manojos por fecha, en contra de una oferta ligeramente inferior de 91 manojos en los mercados "Montserrat", "El Trébol" y "Cerro del Carmen", quienes ofertaron en 10 de las 11 fechas programadas.

Los mercados "Nimajuyú", "Atlántida", "El Frutal", "San Rafael", "Ciudad San Cristóbal" y "Carolingia", lograron ofertar en promedio, la cantidad de 52 manojos en cada 2 de las 5 fechas de oferta.

En el segundo semestre, la no oferta en los mercados del primer bloque se dió en 5 de las 12 fechas programadas, mientras que en el segundo bloque de mercados no tradicionales, la no oferta se dió en 7 de las 11 fechas de programa.

V.2.2.2. OTROS PRODUCTOS QUE SE OFRECEN EN LAS FERIAS DEL AGRICULTOR.

Además de los 26 productos agrícolas analizados en el inciso anterior, hay más de 150 artículos y productos agrícolas que en más de alguna oportunidad se ofrecieron en las ferias del agricultor.

Dentro de estos artículos o productos agrícolas, hay algunos que pertenecen a la agrupación de "alimentos y bebidas", mientras que otros pertenecen a las agrupaciones de "Amueblamiento, equipo y mantenimiento del Hogar" y "Otros gastos de consumo", dentro de lo que se ha definido como "canasta familiar". (Ver cuadro 17.).

V.2.2.3. PRODUCTOS NO OFERTADOS EN LOS MERCADOS "FERIAS DEL AGRICULTOR".

Los productos que integran la agrupación de "alimentos y bebidas" son 99. En las ferias del agricultor se ofertaron 51 de estos 99 productos. Entre los productos o artículos de esta agrupación que no se ofrecieron en las ferias o mercados no tradicionales, figuran diversos cortes de carne de res y de marrano, pastas, leche, y otros alimentos. (Ver cuadro 18.).

Cuadro 17. Otros productos agrícolas o artículos que se ofrecen en las "ferias del agricultor", durante el año de 1989.

AGRUPACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.

Grupo de "Carne, pescado y mariscos".

Filete de sierra; filete de pescado; filín o juilín; gallinas; carne de pollo; pescado seco; patos; embutidos, chorizo y salami; chacalín; conchas; camaroncillo; y chompipes.

Grupo de Harinas, cereales y sus productos.

Ajonjolí, harina de arroz, shecas, harina para pankekes, paches, quezadillas, chao-mein, harina de haba, diversos tipos de pan y panes sandwich; tiste; salporas; tostadas; pinol; wantan y fideos.

Grupo de Huevos y productos lácteos.

Requesón, queso seco, queso de capas y mantequilla.

Grupo de Dulces, azúcar y confites.

Azúcar, dulces en miel, dulces típicos, dulces, marquesote, colochos, miel.

Grupo de Aceites y Grasas.

Aceite (galón, medio galón y botella), y margarina.

Grupo de Frutas.

Mango, aguacate, granadillas, banano, naranja, papaya, fresa, higo, mora, naranja agria, caña, jocote, nance, limón persa, lima limón, caimito, tamarindo, mandarina, cereza, sandía, durazno, lima, pera, ciruela, tuna, anona, melocotón, guayaba, cocos, membrillo, mamey, y manzana.

Grupo de Vegetales y Legumbres.

Cebolla (libras), peruleros, miltomate, puerro, chile largo, chilacayote, ichintal, camote, coliflor, chile pimiento, arveja con vaina y arveja sin vaina, berenjena, güicoy sazón y tierno, frijol piloy, remolacha, ayote, nabo, espinaca, brocolí, apio, arveja china, frijol blanco, col de bruselas, rábano, caibas, ayote suchini, tomate manzano, cebollín, frijol colorado, haba, colinabo, chile jalapeño, yuca, . quilete, macuy, alcachofa, garbanzo, berro, pasas secas, chipilín, loro-co, pacayas, flor de izote, bledo, cebada, chile guaqué y pasa, chile corto, chile curtido, salsa de tomate, salsa de soya, salsa picante y jalea.

Grupo de "Alimentos varios y bebidas no alcohólicas".

Espicias (pericón, hierbabuena, manzanilla, canela, clavo), café en grano, sal de ajo, pimienta, cremas, sopas, consomes, sopitas, chile molido, chile jalapeño en latas, saborín, rosa de jamaica, chiles rellenos, chocolate, toki y achiote.

Agrupación de Amueblamiento, equipamiento y mantenimiento del hogar.

Detergentes, jabón en bola, gusanos para baño, escobas y cepillos, canastos y canastas, plantas ornamentales.

Agrupación de Otros gastos de consumo.

Crema dental y papel de baño.

Agrupación de Gastos de Vivienda utilizados en el Hogar.

Brochas y carbón.

Cuadro 18. Productos no ofertados en los mercados no tradicionales "ferias del agricultor", durante el año de 1989.

Cortes en carne de res , tanto de primera como de segunda (lomito, carne molida, puyaso, rochoy, bolovique, tasbal hueso con carne, criadillas, viuda, lomo grande y marranito.).

Cortes en carne de cerdo (lomo de cinta, costilla, chuleta y chicharrones).

Pan francés y tortilla.

Pastas para sopa, canelones y spaguetti.

Corn flakes, mosh e incaparina.

Tamales.

Leche corriente, pasteurizada y en polvo.

Helados.

Manteca de cerdo.

Salsa de tomate.

Papalinas.

Polvo para postres.

Esencia para refrescos.

Sal común.

Alimentos para niños y uso dietético.

Bebidas no alcohólicas y bebidas alcohólicas.

V.2.2.4. GRUPOS DE OFERENTES EN LOS MERCADOS "FERIAS DEL AGRICULTOR".

En el primer bloque de mercados no tradicionales, los grupos "Sumpango", "Sololá", "Santiago Sacatepéquez" y "Santa María de Jesús", merecen especial importancia en el transcurso del año 1989, ya que no solamente son los grupos que participaron en el mayor número de fechas de mercado, sino también son los grupos que mayor número de participantes tuvieron por fecha en la celebración de dichos mercados. (Ver cuadro 19.).

En el segundo bloque de mercados no tradicionales, dichos grupos también destacaron por su importante participación en la celebración de los mercados "ferias del agricultor", ya que no solamente mantuvieron su participación durante el mayor número de ferias, sino también tuvieron las mayores cantidades de oferentes en las mismas. (Ver cuadro 20.).

Sin embargo, en el primer bloque de estos mercados, existieron alrededor 17 grupos que participaron en las ferias, pero en una forma poco significativa, ya que algunos de ellos no solo participaron en uno de los dos semestres, sino también su contribución con respecto al número de oferentes fue similar, ya que fue baja. En el segundo bloque de mercados no tradicionales, la situación de estos grupos poco significativos fue similar, ya que el número de dichos grupos ascendió a la cantidad de 18.

V.2.2.5. PERIODICIDAD DE LAS FERIAS DEL AGRICULTOR.

La frecuencia o período de tiempo en que se celebra una y otra feria en un sector en cualquier bloque que sea, es de 15 días. Es así, como reviste principal importancia las fechas de no oferta en cada uno de los sectores de los dos bloques de las ferias del agricultor.

En el primer semestre, en el primer bloque de ferias del agricultor, es en los mercados "El Frutal" y "Nimajuyú" en que hubo fecha de no oferta de productos en estos sectores de la siguiente manera:

- Mercado "Nimajuyú": 3 de junio.
- Mercado "El Frutal": 21 de enero, 4 de febrero, y 20 de mayo.

En el segundo semestre, siempre en los mercados del primer bloque, por la información suministrada, la única fecha en que no se celebró día de mercado en ninguno de los cuatro sectores definitivos fue el 10. de julio, ya que en dicha feria, se celebró un aniversario más de las ferias del agricultor.

En el segundo bloque de mercados "ferias del agricultor", es en los mercados "San Rafael" y "Ciudad San Cristóbal", en que las fechas de no oferta se dieron de la siguiente manera:

- Mercado "San Rafael": 10. de abril.
- Mercado "Ciudad San Cristóbal": 13 y 27 de mayo, y
20 y 25 de junio.

El mercado "Carolingia" inició fechas de mercado el 10. de abril, por lo que las primeras cuatro fechas de programa no entran dentro de la programación de tal sector.

En el segundo semestre, siempre en los mercados del segundo bloque, por la información suministrada, el 8 de julio, en ninguno de los mercados que integran el bloque citado, se realizó día de mercado, ya que en los mismos se celebró un aniversario más de las ferias del agricultor.

Cuadro 19. Grupos de oferentes en las ferias del agricultor.
Primer bloque. Año de 1989.

NUMERO	GRUPO DE OFERENTES	NUMERO DE PARTICIPANTES POR GRUPO POR CADA SEMESTRE.	FECHAS DE PARTICI- PACION.
01	Sololá	26 y 25	22/23
02	Palencia	9 y 11	21/23
03	Canoas	6 y 8	20/23
04	San Marcos	6 y 6	19/23
05	Patzún	7 y 10	20/23
06	Puerto San José	1 y 3	11/23
07	San Andrés Itzapa	3 y 3	14/23
08	Santa María de Jesús	11 y 21	21/23
09	San Bartólome Milpas Altas	3 y 14	16/23
10	Sumpango	17 y 18	22/23
11	Mazatenango	1 y 5	12/23
12	San José Villa Nueva	3 y 4	18/23
13	Santiago Sacatepéquez	10 y 11	21/23
14	Mixco	2 y 3	14/23
15	San Martín Jilotepeque	6 y 8	21/23
16	Izabal	2 y 4	18/23
17	Retalhuleu	7 y 5	15/23
18	Escuintla	1 y 13	4/23
19	Sanarate	2 y 7	2/23
20	Churranchito	1 y 4	15/23
21	El Semillero	2 y 4	4/23
22	Entre Ríos	1 y 1	3/23
23	San Bartolo	2 y 15	10/23
24	Chichicastenango	1 y 4	7/23
25	Mariscos	2 y 5	14/23

Cont. Cuadro 19. Grupos de oferentes en las ferias del agricultor. ...

NUMERO	GRUPO DE OFERENTES	NUMERO DE PARTICIPANTES POR GRUPO POR CADA SEMESTRE			FECHAS DE PARTICI- PACION.
26	San Juan Sacate- péquez	2	y	0	1/23
27	Zacapa	1	y	0	1/23
28	Momostenango	1	y	0	1/23
29	Playitas	1	y	0	1/23
30	Huehuetenango	1	y	0	1/23
31	Tiquisate	1	y	0	1/23
32	Santa Catarina	1	y	0	1/23
33	Amatitlán	1	y	0	1/23
34	Chiquimulilla	2	y	0	1/23
35	Santa Lucía Cotzumalguapa	1	y	0	1/23
36	San Miguel Petapa	1	y	0	1/23
37	Jutiapa	2	y	0	1/23
38	San Pedro Sacate- péquez	2	y	0	1/23
39	San Antonio Sacate- péquez	1	y	0	1/23
40	San José Pinula	3	y	0	1/23
41	Chimaltenango	2	y	0	1/23
42	San Antonio Aguas Calientes	0	y	7	1/23

Cuadro 20. Grupo de oferentes en las ferias del agricultor. Segundo bloque. Año de 1989.

NUMERO	GRUPOS DE OFERENTES	NUMERO DE PARTICIPANTES			FECHAS DE PARTICIPACION
		POR GRUPO POR CADA SEMESTRE			
01	Palencia	9	y	15	19/22
02	Canoas	6	y	9	19/22
03	San Martín Jilotepeque	5	y	9	19/22
04	Mixco	2	y	2	12/22
05	Puerto San José	2	y	3	13/22
06	Sumpango	18	y	20	21/22
07	Patzún	7	y	11	19/22
08	Sololá	27	y	30	21/22
09	San Marcos	5	y	8	16/22
10	Santiago Sacatepéquez	10	y	13	21/22
11	Santa María de Jesús	14	y	24	20/22
12	Retalhuleu	6	y	10	15/22
13	San Bartolomé Milpas A Altas	3	y	18	13/22
14	Izabal	3	y	3	13/22
15	San José Villa Nueva	2	y	5	18/22
16	San Andrés Itzapa	2	y	4	13/22
17	Mazatenango	1	y	6	11/22
18	Chichicastenango	1	y	3	8/22
19	Entre Ríos	1	y	1	11/22
20	San Bartolo	1	y	15	12/22
21	Mariscos	1	y	5	6/22

Cont. Cuadro 20. Grupos de oferentes en las ferias del agricultor. ...

NUMERO	GRUPOS DE OFERENTES	NUMERO DE PARTICIPANTES			FECHAS DE PARTICI- PACION
		POR GRUPO POR CADA SEMESTRE			
22	Tiquisate	1	y	0	2/11
23	Escuintla	1	y	0	3/11
24	El Semillero	1	y	0	3/11
25	Champerico	1	y	0	2/11
26	Chuarrancho	1	y	0	9/11
27	Chiquimulilla	1	y	0	3/11
28	Santa Lucía Milpas				
	Altas	1	y	0	1/11
29	San José Pinula	2	y	0	1/11
30	Polochic	1	y	0	1/11
31	Playitas	1	y	0	1/11
32	El Quiché	1	y	0	1/11
33	Nueva Concepción	3	y	0	1/11
34	El Triunfo	1	y	0	1/11
35	Antigua Guatemala	3	y	0	2/11
36	San Sebastián	1	y	0	1/11
37	Amatitlán	1	y	0	1/11
38	Jutiapa	1	y	0	2/11
39	Sanarate	0	y	11	1/10

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

VI.1. CONCLUSIONES.

1. Del tamaño de las ferias y la no realización de mercado en las fechas del programa.

De los 10 mercados no tradicionales, los mercados "El Trébol" y "Proyecto 4-4", revisten principal importancia, ya que los mismos ofrecen las mayores cantidades y ofertas de productos.

La no realización de ferias, tanto en el primer bloque, como en el segundo bloque, y por lo tanto, la falta de oferta, constituyen características negativas de dichos mercados.

2. De los productos ofrecidos y las ofertas de dichos productos.

Los productos ofrecidos en las ferias del agricultor, principalmente pertenecen a las agrupaciones de "vegetales y legumbres" y "frutas", por lo que las demás agrupaciones no son atendidas, y algunas otras, son atendidas poco satisfactoriamente.

3. De los grupos participantes, y de la cantidad de agricultores que participan en las ferias del agricultor.

Los grupos de "Sololá", "Sumpango", y otros, constituyen los principales grupos que intervienen en las ferias del agricultor. Dicha importancia radica en la cantidad de agricultores participantes por mercado, y por los productos y cantidades ofrecidas. Sin embargo, los otros grupos minoritarios, también revisten importancia especialmente por la razón de que constituyen puntos débiles en la oferta en cantidad y en calidad de los productos de la canasta familiar.

4. De los precios que rigen en las ferias del agricultor, y su influencia en la formación de precios en los mercados tradicionales o cantonales.

Los precios de los distintos productos estudiados en las ferias del agricultor, no influyen significativamente en la disminución de los precios en los mercados cantonales. Sin embargo, es característica de los mercados cantonales, la de modificar sus precios en el transcurso de la semana en detrimento de la capacidad de adquisición de los consumidores finales.

VI.2. RECOMENDACIONES.

1. Incluir otros artículos o productos que actualmente no se ofrecen en las ferias del agricultor, como parte de la canasta familiar, y por lo tanto, en bienestar de la familia guatemalteca, así como mejorar la oferta de los distintos productos agrícolas, tanto en todos los mercados no tradicionales, como en el transcurso del tiempo en cada uno de los mismos.
2. Promocionar la participación de los agricultores en las ferias del agricultor, tanto en los que participan actualmente, como en otros grupos de la República.
3. Establecer un mejor sistema para la formación del precio en los distintos bienes ofrecidos en las ferias del agricultor.
4. La institución del Estado encargada por el adecuado y oportuno suministro de granos básicos, deberá establecer políticas y estrategias adecuadas que aseguren dicho suministro.

VII. BIBLIOGRAFIA.

1. EL COSTO de vida en Guatemala. Boletín Economía al Día (Gua) no. 3: 1-8.
2. GUATEMALA. INSTITUTO NACIONAL DE COMERCIALIZACION AGRICOLA. 1986. Las ferias del agricultor. Guatemala. 10 p.
3. _____. 1988. Memoria de labores de las ferias del agricultor. Guatemala. 11 p.
4. _____. 1989. Las ferias del agricultor. Prensa Libre, Guatemala, (Gua); Marzo. 10: 120.
5. _____. s.f. Manual feria del agricultor. Guatemala. 6 p.
6. _____. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA. 1989. Indice anual de precios al consumidor. Guatemala. 44 p.
7. _____. 1989. Metodología del indice de precios al consumidor de Guatemala. Guatemala. 39 p.
8. GUJARATI, D. 1980. Econometría básica. México, McGraw-Hill. p. 12-27, 285-310.

Vo. 180.

Peruella



A P E N D I C E

Cuadro 1. Estructura, cotizaciones y ponderación de la "Canasta Familiar" utilizada para el IPC de la Ciudad de Guatemala.

	GRUPOS	SUBGRUPOS	ARTICULOS	COTIZACIONES	PONDERACION
	38	111	212	8,433	100.00
1. Alimentos y bebidas	9	49	99	7,920	42.25
2. Gastos de Vivienda	2	8	12	72	14.67
3. Amueblamiento	7	16	24	93	7.81
4. Vestido y calzado	6	16	20	120	10.07
5. Asistencia médica	3	6	7	80	2.71
6. Educación	2	3	6	49	2.44
7. Transporte y Comunicaciones	3	8	16	40	11.59
8. Lectura y recreación	3	6	7	22	4.20
9. Otros gastos de consumo	3	7	11	47	4.25

Cuadro 2. Ponderaciones del Índice de Precios al Consumidor en la Ciudad de Guatemala por agrupaciones y Grupos de consumo de Bienes de Consumo (Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 1979-81).

AGRUPACION Y GRUPO	PONDERACION (%)	
	GRUPOS	AGRUPACION
TOTAL		100.00000
1. ALIMENTOS Y BEBIDAS		42.25279
1.1. Carnes, pescado y mariscos	9.44389	
1.2. Harinas, cereales y sus productos	8.33282	
1.3. Huevos y productos lácteos	4.84183	
1.4. Azúcar, dulces y confites	1.61057	
1.5. Aceites y grasas	1.27232	
1.6. Frutas	1.91152	
1.7. Vegetales y legumbres	3.94256	
1.8. Alimentos varios y bebidas no alcohólicas	0.33851	
2. GASTOS DE VIVIENDA UTILIZADOS EN EL HOGAR		14.67425
2.1. Alquileres, consumo de agua y otros gastos	9.94045	
2.2. Combustibles y alumbrado	4.73380	
3. AMUEBLAMIENTO Y MANTENIMIENTO DEL HOGAR		7.80741
3.1. Muebles	1.45280	
3.2. Equipamiento (excepto textiles)	1.07897	
3.3. Decoraciones	0.25090	

		PONDERACION (%)	
		GRUPOS	AGRUPACION
	3.4. Otros artículos para el hogar	1.27291	
	3.5. Mantenición de muebles	0.31290	
	3.6. Textiles para el hogar	0.36855	
	3.7. Servicio doméstico	3.07038	
4.	VESTIDO Y CALZADO		10.06914
	4.1. Confecciones para hombres y niños mayores de 4 años	2.98259	
	4.2. Confecciones para mujeres y niñas mayores de 4 años	2.97770	
	4.3. Confecciones y otros vestuarios	0.96436	
	4.4. Calzado	2.79523	
	4.5. Mantenimiento de ropa y calzado	0.34926	
5.	ASISTENCIA MEDICA		2.70880
	5.1. Honorarios médicos, otros profesionales	1.40931	
	5.2. Servicios médicos	0.53777	
	5.3. Medicamentos	0.76172	
6.	EDUCACION		2.44175
	6.1. Matriculas, mensualidades y cuotas	2.00434	
	6.2. Materiales para la educación	0.43741	
7.	TRANSPORTE Y COMUNICACIONES		11.59248
	7.1. Transporte privado	9.05068	
	7.2. Transporte público	2.09653	
	7.3. Comunicaciones	0.44527	

	PONDERACION (%)	
	GRUPO	AGRUPACION
8. LECTURA Y RECREACION		4.19997
8.1. Lectura	0.47550	
8.2. Materiales y objetos de recreo	1.94774	
8.3. Otros gastos de recreación	1.77673	
9. OTROS GASTOS DE CONSUMO		4.25341
9.1. Otros gastos de consumo diversos	3.16673	
9.2. Tabacos	0.74203	
9.3. Ceremonias, gastos legales y banca	0.34465	

Cuadro 5. Programación de las Ferias del Agricultor durante el año de 1989.

M E S	PRIMER BLOQUE MERCADOS (Atlántida, Montserrat, Nimajuyú, Proyecto 4-4, y El Frutal).	SEGUNDO BLOQUE MERCADOS (El Trébol, Cerro del Carmen, San Rafael, Ciudad San Cristóbal, y Carolingia).
ENERO	21	28
FEBRERO	4 18	11 25
MARZO	4 18	11 F
ABRIL	8 22	1o. 15/29
MAYO	6 20	13 27
JUNIO	3 17	10 24
JULIO	1o. 15/29	8 22
AGOSTO	12 26	5 19
SEPTIEMBRE	9 30	2 23
OCTUBRE	14 F.	7 28
NOVIEMBRE	4 18	11 25
DICIEMBRE	2 16	9 —

Cuadro 26. Estimación del tamaño de feria en función de la oferta de productos. Primer bloque. Año de 1989. Puntos.

	Proyecto 4-4	Montserrat	Nimajuyú	Atlántida	El Frutal
GRUPO CARNES, PESCADO Y MARISCOS.					
1. Camarones.	250	---	155	---	---
2. Mojarra.	1,615	228	100	---	---
Sub-total:	1,865	228	255	---	---
GRUPO GRANOS BASICOS.					
3. Maíz-INDECA.	38,000	13,200	8,650	5,000	19,800
4. Maíz-Otros.	1,325	750	400	175	---
5. Arroz.	14,500	6,450	4,150	2,500	4,300
6. Frijol-INDECA.	---	---	---	---	---
7. Frijol-Otros.	6,575	1,615	643	1,110	---
Sub-total:	60,400	22,015	13,843	8,785	24,100
GRUPO HUEVOS Y PRODUCTOS LACTEOS.					
8. Huevos.	6,450	5,730	4,980	3,600	60
9. Quesos frescos.	895	614	1,214	120	88
10. Crema.	391	339	779	241	72
Sub-total:	7,736	6,683	6,973	3,961	220
GRUPO FRUTAS.					
11. Limón.	40,000	29,700	34,500	21,400	2,250
12. Melón.	2,240	998	900	500	---
13. Piña.	2,375	596	779	150	---
14. Plátanos.	1,083	844	199	75	10
Sub-total:	46,596	32,140	36,378	22,125	2,260
GRUPO VERDURAS Y LEGUMBRES.					
15. Papa.	19,915	18,725	15,775	12,945	5,075
16. Cebolla.	14,079	10,330	10,820	7,445	16,620
17. Zanahoria.	10,349	8,180	9,163	7,118	2,555
18. Guisquil.	17,405	5,820	8,445	2,475	2,470
19. Tomate.	26,950	23,039	35,218	15,333	1,594
20. Ejote.	6,231	3,856	2,538	2,521	825
21. Guicoy maduro.	1,385	621	721	536	30
22. Repollo.	3,324	1,823	2,617	1,462	500
23. Elote.	6,025	2,955	3,680	1,650	100
24. Lechuga.	1,763	1,232	1,392	636	140
25. Pepino.	7,909	4,851	9,657	3,550	495
26. Acelga.	1,589	2,741	1,780	---	51
Sub-total:	116,924	84,173	101,806	56,951	30,454
GRUPO ALIMENTOS VARIOS Y BEBIDAS NO ALCOHOLICAS.					
27. Perejil.	170	222	122	---	51
28. Culantro.	1,032	583	382	28	235
Sub-total:	1,202	805	504	28	286
TOTAL:	234,723	146,044	159,759	91,850	57,320



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE AGRONOMIA
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
AGRONOMICAS

REF: 018-91

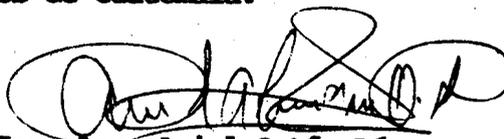
LA TESIS TITULADA: "EVALUACION PRELIMINAR DE LOS MERCADOS FERIAS DEL AGRICULTOR, COMO MEDIDA DE POLITICA AGRICOLA, PARA SUMINISTRAR PRODUCTOS DE LA CANASTA FAMILIAR, Y REDUCIR PRECIOS AL CONSUMIDOR FINAL".

CARNET NO: 8012548

DESARROLLADA POR EL ESTUDIANTE: JOSE FERNANDO LOPEZ CHAVEZ.

Ha sido evaluada por los profesionales: Ingenieros Manuel de Jesús Martínez y Marco Estrada Muy.

El Asesor y las Autoridades de la Facultad de Agronomía hacen constar que ha cumplido con las normas Universitarias y Reglamentos de la Facultad de Agronomía de la Universidad de San Carlos de Guatemala.


Ing. Agr. Ariel Ortíz López
ASESOR



Ing. Agr. Hugo A. Tobias
DIRECTOR DEL IIA

UNIVERSIDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

6-5-91
DIRECCION
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES

IMPRIMASE:


Ing. Agr. Anibal Martínez
DECANO

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE AGRONOMIA
DECANO

HAT/sler.