

Guía Internacional de Mercados Agrícolas on-line

Internet y los mercados agroalimentarios

La «Guía Online de Mercados Agroalimentarios» es una nueva sección de HORTICOM con gran visión de futuro. Ofrece la posibilidad de estar en contacto con mercados de todo el mundo y facilitar el conocimiento de sus productos, precios y funcionamiento

Por: SONIA ALVAREZ - sag@ediho.es
 MARCEL ARAGONES - mas@ediho.es
 LINDA DE JONG - linda@ediho.es
 NURIA TORRES - ntb@ediho.es



¿Qué hay en Internet sobre mercados agroalimentarios?

Hace unos meses, esta era una pregunta importante para el grupo de HORTICOM de Ediciones de Horticultura S.L., y así nació la idea de lanzar la «Guía Online de Mercados

Agroalimentarios», el proyecto de crear una guía internacional de mercados agrícolas en Internet.

Este proyecto lo está llevando a cabo Linda de Jong durante 5 meses de prácticas de final de carrera en Ediciones de Horticultura. Linda es una estudiante holandesa del «Larenstein», Colegio Agrícola

la Internacional de Holanda. Estudia el último año de Comercio Internacional Agrícola (nivel de Ingeniería Técnica) y está especializada en Management Logístico y Marketing Internacional.

La «Guía Online de Mercados Agroalimentarios» es una nueva sección de HORTICOM con gran visión de futu-

La Plataforma HORTICOM tiene como objetivo promover la comunicación en el campo de los Agronegocios y es en los Mercados Agroalimentarios de Internet donde se encuentra el mayor índice de comercio de productos agrícolas

ro. Ofrece la posibilidad de estar en contacto con mercados de todo el mundo y facilitar el conocimiento de sus productos, precios y funcionamiento. Todo ello de manera virtual, a través de páginas Web en Internet.

La Plataforma HORTICOM tiene como objetivo promover la comunicación en el campo de los Agronegocios y es en los Mercados Agroalimentarios de Internet donde se encuentra el mayor índice de comercio de productos agrícolas.

¿Por qué en este momento es de gran importancia?

Este nuevo Site de la Plataforma HORTICOM es de gran importancia para todos los mercados, porque así se dan a conocer a nivel internacional y se unifican, facilitando el intercambio de todo tipo de información agroalimentaria. Mediante los Websites en Internet se puede iniciar una nueva forma de comercio electrónico que agilice los intercambios de productos en tiempo real.

En el proceso de elaboración de esta Guía On-line, Linda ha observado que «actualmente, los mercados mayoristas son todavía mercados internos, para clientes domésticos. Los operadores compran las mercancías de productores locales para venderlas a detallistas. Los consumidores cambian sus costumbres, hacen sus compras en supermercados y centros comerciales y abandonan progresivamente el punto de venta del pequeño comerciante, que es el cliente tradicional de los operadores de los mercados de mayoristas».

Tras esta observación sobre la continua y rápida evolución coyuntural del mercado agroalimentario resulta evidente la situación de crisis que están atravesando los mercados mayoristas. La clave para salir de esta crisis es saber cómo cambiar el desa-

rollo de las actividades de sus operadores actuales, saber hacia dónde debe ir el mercado mayorista.

El pasado 12 de marzo de este año tuvo lugar en Mercavalencia, el mercado mayorista de la ciudad de Valencia, en España, el I Encuentro del Comercio Alimentario Mediterráneo ante el Tercer Milenio (un anticipo del XXI Congreso Unión Mundial de Mercados Mayoristas, que se celebrará del 13 al 15 de octubre de 1999). El Consejero del Mercado de Catania (Italia), Raffaele Tregua destacó la influencia decisiva de la Gran Distribución Organizada (GDO) y el enfoque paulatino del mercado hacia la globalización.

La Plataforma HORTICOM cree además en la necesidad de internacionalizar la información y con este objetivo está construyendo y planificando una estrategia global: un comercio electrónico que, sin duda, favorecerá el progreso de los Mercados Agroalimentarios.

Con motivo de este I Encuentro, HORTICOM publicó la News «El Mercado Mayorista, ¿hacia dónde?», una noticia que muestra la importancia de la internacionalización de la información de los mercados agroalimentarios.

Mediante los Websites en Internet se puede iniciar una nueva forma de comercio electrónico que agilice los intercambios de productos agrícolas en tiempo real

Según Linda, las palabras claves para el futuro de los Mercados Agroalimentarios son Integración y Globalización, en las que se incluye la comparación y el intercambio de información de diferentes Mercados Agroalimentarios mundiales. «Con la optimización del mercado interior, es necesario desarrollar progresivamente una vocación hacia



una información on-line de lo que ocurre en otras regiones o países y una integración siempre mayor de los diferentes operantes en las mismas áreas de productos. Resulta indispensable la integración de mercados de diferentes países y la creación de acuerdos de partenariatio entre operadores». Por tanto, la Plataforma HORTICOM ve necesario promover los intercam-

¿Cómo se podría iniciar una estrategia que condujera a crear sinergias entre mercados y operadores? En HORTICOM creemos que es necesario homogeneizar las actividades de los diferentes Mercados creando conexiones telemáticas; una Website que facilitará información sobre productos disponibles, precios y una serie de información que se actualizará constantemente por parte de los operadores y «netizens» de la GDO.

Por otra parte, para cumplir con la Integración y Globalización de mercados, sería fundamental que los intercambios se ampliasen más allá de la Unión Europea.

Objetivo

El objetivo de HORTICOM es facilitar información internacional de mercados agroalimentarios, además de promover su intercomunicación, integración y globalización. Linda afirma que «será más fácil la comunicación entre mercados con la «Guía Online de los Mercados Agroalimentarios». Desde su Website y mediante links se puede entrar fácilmente a los



El nuevo site de la Plataforma es de gran importancia para los mercados, porque así se dan a conocer a nivel internacional y se unifican, facilitando el intercambio de todo tipo de información agroalimentaria

Home Pages de todos los mercados del mundo entero y a Websites afines que contienen información de interés. Además de los links hay una base de datos con una lista de direcciones de los mercados que aún no tienen un Website».

Otra meta que se propone la Plataforma HORTICOM a través de la «Guía Online de los Mercados Agroalimentarios», es desarrollar los contenidos y facilitar el uso del correo electrónico entre clientes y proveedores de las actividades económicas que se efectúan en el entorno de los mercados agroalimentarios.

El método de trabajo

Al iniciarse este proyecto, Linda empezó su trabajo buscando algunos Websites para ver simplemente qué in-

formación contiene Internet sobre Mercados Agroalimentarios. De todos los Webs de interés y adecuados para crear la nueva guía, Linda apuntó los siguientes datos:

- nombre del mercado
- dirección del Web
- e-mail de contacto
- los idiomas del Web
- los idiomas en los que el mercado puede contestar
- observaciones

Además de buscar en Internet por palabras claves en los mejores buscadores, Linda también ha consultado libros como el International Fruit World, revistas como Horticultura Internacional y catálogos de ferias agroalimentarias, fuentes que le han facilitado algunos nombres de mercados y eventualmente sus direcciones.

A partir de aquí, Linda empezó a contactar con los mercados para ver si tenían página Web: «La correspondencia con todos los mercados ha sido por correo electrónico, fax, correo y teléfono. Con los mercados agroalimentarios que tenían Web en Internet he contactado en gene-

aún un poco bajo, aunque ya ha contestado un 50%. Existe una gran diferencia entre los países en cuanto a las respuestas, en general los países asiáticos contestan rápido y los países europeos tardan más o incluso no contestan».

En estos momentos tenemos información sobre mercados de todo el mundo y de diferentes fuentes y hemos podido constatar que hay muchos mercados que todavía no tienen Website. Por eso, la Plataforma HORTICOM decide añadir también una lista con información de estos mercados agroalimentarios. Para completar este listado, Ediciones de Horticultura S.L., ha contactado con un gran número de Oficinas Comerciales de España en el extranjero, de quienes ha recibido mucha información.

Al contactar con los mercados agroalimentarios, Linda ha detectado una diferencia notable entre países en cuanto a la existencia de Webs. «Por ejemplo en Holanda y en España hay muchos mercados que tienen Web, en cambio en Francia, Alemania, Inglaterra

y Bélgica pocos mercados o ningún mercado tiene aún resuelta su presencia en la Web. Sin embargo, en estos países, las empresas de la GDO (cadenas de supermercados y HORECA) tienen Webs muy interesantes. En Sudamérica hay también bastantes mercados mayoristas como CEAPEGE en Brasil, Mercado Modelo Uruguay y Corporación del Mercado Central de Buenos Aires en Argentina, con Webs. En América del Norte, existen incluso Websites de muchas bolsas de intercambio de productos alimenticios, como New York Grain Exchange y otros, como el del USDA AMS (Sistema de Marketing del Departamento de Agricultura) con mucha información sobre los mercados agroalimentarios».

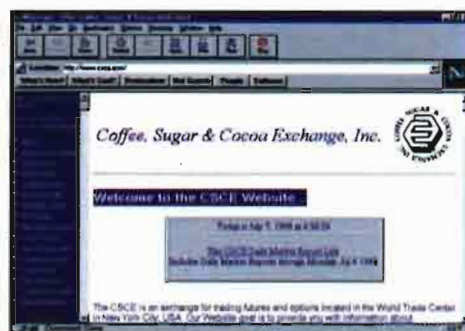
La «Guía de los Mercados Agroalimentarios» refleja las diferencias de los sistemas utilizados por los mercados. En España, Francia, Alemania e Inglaterra existe una Red de Mercados Mayoristas, al contrario que Holanda y Bélgica, que funcionan con el sistema de la Subasta. La Guía también deja en evidencia la diferencia en cuanto a productos comercializados. En los mercados mayoristas se negocian productos agrícolas como frutas, hortalizas, pescado, carne y flores. Mediante la subasta se comercializan frutas, hortalizas y flores. En las bolsas de intercambio de productos

La clave para salir de la crisis que atraviesan los mercados mayoristas es saber cómo cambiar el desarrollo de las actividades de sus operadores actuales, saber hacia dónde debe ir

ral vía e-mail, para preguntarles si les interesaba un intercambio de links con nosotros, es decir, con la «Guía Online de los Mercados Agroalimentarios», y para pedirles, en algunas ocasiones, información para añadir al contenido de la guía. El nivel de respuesta es

Las palabras claves para el futuro de los Mercados Agroalimentarios son Integración y Globalización Agroalimentarios mundiales





agrícolas se comercializan en general, productos de grano, café, azúcar, productos lácteos y algodón.

La versión beta de esta guía y los Webs

De momento, unas cien Websites están insertadas en la «Guía Online de los Mercados Agroalimentarios». En el futuro se irá ampliando la guía que, como Guía Online, permite la actualización diaria. Estos Webs de mercados tienen, por ahora, una gran diferencia entre sus diseños pero también tienen un denominador común: todos los Webs contienen información sobre sus productos y operadores agroalimentarios. Las Webs se han clasificado de acuerdo con las siguientes categorías:

- Mercado Mayorista
- Subasta
- Bolsa de Intercambio
- Información en general

de diferentes mercados agroalimentarios
En la «Guía Online de los Mercados Agroalimentarios», se puede buscar y encontrar rápidamente lo que interesa, tanto por estas categorías como por países o mediante palabras clave. La guía contiene links con Webs de todos los

continentes. Los links son internacionales, desde Australia hasta Inglaterra y desde Chile hasta Canadá. Para que el lector pueda hacerse una idea de la diversidad, internacionalización y extensión de los Webs que participan en la guía, facilitamos un comentario de los Webs más llamativos y con más información.

Caab Mercati

Caab Mercati es un mercado mayorista de frutas y hortalizas de redistribución en Italia. En este mercado hay 39 mayoristas que son suministrados por 600 productores, 450 de los cuales están agrupados en 8 cooperativas. La página Web contiene información de mercado, los precios diarios y la calidad de los productos, una lista de los operadores del mercado y noticias. También contiene información sobre Mercabo, el consorcio de los operadores del centro agroalimentario de Bologna. Está en italiano y contiene una explicación sobre el mercado en alemán.

<http://www.caabmercati.it>

CEAGEPE

La Companhia de Abastecimento e de Armazens Ge-

rais do Estado de Pernambuco es un mercado mayorista cuyos productos son: aves, huevos, carnes, productos lácteos, cereales, frutas, hortalizas y pescado. Su Web contiene mucha información, sobre el mercado y sus objetivos, el silo portuario, precios diarios de todos los productos, su almacenamiento y un boletín informativo. Aparece también información sobre el IX Encontro de Mercados Frutihortícolas do Mercosul y sobre el libro «Análise conjuntural de Mercado a Nivel de Atacado na Unidade CEASA-PE. Período 1986 a 1995».

<http://www.elogica.com.br/ceagepe>

Coffee, Sugar & Cocoa Exchange, Inc.

El «Coffee, Sugar & Cocoa» es una bolsa de intercambio de productos lácteos (leche, queso, mantequilla), café, azúcar y cacao. El objetivo de esta página Web en inglés es ofrecer información sobre las oportunidades de opciones y futuros de sus productos. El Web contiene precios diarios, noticias, información de la historia de Coffee, Sugar & Cocoa Exchange, una lista de operado-

res y links interesantes.
<http://www.csce.com/>

Flower Auction Japan

Flower Auction Japan, la subasta de flores de Japón, está situada en el mercado mayorista central de Tokio, Ohta Market. Su Web informa sobre la subasta y Ohta Market, contiene datos de mercado, de flores, fotos y noticias de la subasta y precios semanales. En inglés y en japonés.

<http://www.faj.co.jp>

FlowerWeb

FlowerWeb, la página Web para la industria de floricultura. El servicio ofrece notas de prensa, datos de las subastas holandesas de flores y plantas, listados de exportadores, importadores y productores, publicaciones y una base de datos con más de 7.000 fotografías de flores y plantas. Dentro del sector de productos ornamentales mundiales destaca FlowerWeb por tener una página Web muy amplia. FlowerWeb es holandesa pero su Web está también en inglés, alemán, francés y pronto en español, este último con un convenio entre el servidor de Internet y proveedor de contenidos Edihio y





Glasshouse, la empresa impulsora de FlowerWeb.

<http://www.flowerweb.nl>

Fruit Online

Bienvenido a Fruit Online, su enlace con los Negocios Frutícolas!

Fruit Online es una página Web que está dedicada especialmente al negocio internacional de las frutas. Cuando navegue por sus páginas, encontrará precios de frutas, análisis de mercados, noticias de la industria frutícola y oportunidades de negocio. La sección de «Fruit Industry» contiene una lista de exportadores de Chile y Argentina. Fruit Online tiene links que le conducirán a páginas Web de muchos exportadores, importadores, productores y otras empresas afines. El Web de Fruit Online está en inglés.

<http://www.fruitaline.com>

Global Agribusiness Information Network (GAIN)

El servicio de Global Agribusiness Information Network facilita información sobre el mercado, la producción y la cosecha. La página Web contiene precios de mercados agroalimentarios mun-

diales (USA, Canadá, México, Sudamérica, Europa, Asia), estadísticas de mercado y de comercio mundial e informes. También contiene información sobre las regulaciones de comercio de USA, guías de productos, eventos mundiales y links interesantes. Este Web está en inglés.

<http://www.fintrac.com/gain>

La Guía de las Frutas y Hortalizas de España

Esta página Web contiene noticias internacionales del sector hortofrutícola y links con Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de España (OPFH). Ofrece diferentes servicios que incluyen una amplia información sobre las empresas: funcionamiento, direcciones, productos, marcas, envasado y mercados de venta. Este Website está en español.

<http://www.frutas-hortalizas.com>

Sydney Markets Limited

Sydney Markets Limited es el mercado mayorista de frutas, hortalizas y flores más grande de Australia. El Web contiene información de Sydney Markets, sus compra-

dores y vendedores, base de datos con direcciones importantes de Australia y ediciones de la revista «Fresh Times». Está en inglés.

<http://www.sydneymarkets.com.au>

Today's Market Prices

Today Market's Prices es un servicio de precios de mercados hortofrutícolas mundiales. La plataforma contiene además del servicio de precios, el Green Wide Web, una sección con «green links» y forúms. En inglés y español.

<http://www.todaymarket.com>

VBA Verenigde Bloemenveilingen Aalsmeer

Bloemenveiling Aalsmeer es la subasta de flores más grande del mundo. La página Web de este mercado contiene los precios promedios de flores y plantas, noticias, información histórica, eventos. Esta Web está en inglés y en holandés.

<http://www.vba.nl>

Conclusión

La «Guía Online de los Mercados Agroalimentarios» se puede actualizar continuamente, de modo que estará

siempre prestando un excelente servicio de comunicación interactivo entre las empresas, sus clientes y proveedores de información, es decir, entre sus usuarios.

Este Web estará operativo en Internet en breve. Todos los mercados podrán contactar para facilitar su propia URL a fin de formar parte activa del Web «Guía Online de los Mercados Agroalimentarios»; de modo que ellos puedan realizar el intercambio de links con la nueva Guía Online. Este Web obtendrá difusión internacional, algo que resulta de gran importancia ya que facilitará la globalización e integración de los mercados agroalimentarios, algo esencial y necesario para el progreso del sector.

Este Website obtendrá y ofrecerá información no sólo vía Internet sino también por otros medios, por ejemplo a través de artículos y «mailings». Los mailings resultan útiles en la comunicación entre los mercados agroalimentarios, facilitan explicaciones y direcciones, que también serán de utilidad para la ampliación de la «Guía Online de los Mercados Agroalimentarios».

En este momento es muy importante que los mercados agroalimentarios lleguen a la globalización y a la integración. Teniendo en cuenta que la «Guía Online de los Mercados Agroalimentarios» es un medio auxiliar para la consumación de estos fines, debemos otorgarle la importancia y atención que se merece.

