

# INFORME DE EVALUACIÓN DE SIMA PANAMÁ

## Resumen Ejecutivo

La visita al Sistema de Información para Agronegocios, SIPAN, de Panamá fue desarrollada entre el 30 de noviembre y el 4 de diciembre de 2005.

### 2.1--Evolución y estado actual de SIPAN.

El Sistema de Información para Agro Negocios, SIPAN, como se denomina el SIMA de Panamá, pertenece a la Dirección de Análisis y Estudios de Mercados del Instituto de Mercadeo Agropecuario de Panamá- IMA-, perteneciente al Ministerio de Desarrollo Agropecuario, MIDA. Ver estructura funcional en el Anexo No 2.1.

El Servicio fue creado en 1995, bajo la Dirección de Información Comercial del IMA, convertida a fines del 2005 en la Dirección de Análisis y Estudio de Mercados. El SIPAN se fortaleció con el Programa de Modernización de los Servicios Agropecuarios (PROMOSA, 2000 a 2003) del MIDA.

Desde sus inicios, SIPAN se especializa en la captura, análisis y difusión de precios diarios mayoristas, minoristas y volúmenes de productos agrícolas en la ciudad de Panamá y en diferentes mercados y zonas productoras del país. Igualmente, precios minoristas y mayoristas de productos del mar, y precios de transacciones en las subastas ganaderas del país. En el ámbito internacional, se apoya en fuentes internacionales con suscripciones pagadas y gratuitas para preparar informes de precios e inteligencia de mercados.

En el 2005, el SIPAN entra a formar parte del proyecto ENDEP (Estrategia Nacional para el Desarrollo Estadístico de Panamá), liderado por La Contraloría General de La República - organismo responsable de las estadísticas nacionales-, que busca homogenizar las estadísticas y elaborar indicadores comparativos para el estudio de la Región Centroamericana.

### 2.2 - El estado actual de SIPAN.

#### 2.2.1- Fase 1: Toma de datos.

El SIPAN informa sobre los precios mayoristas y minoristas de 6 provincias de las nueve del país, en cada provincia opera una Regional del IMA y un responsable de reportar los precios locales. Hay nueve reporteros en el país, de los cuales dos a tiempo completo y siete a tiempo parcial, se localizan 3 en ciudad de Panamá y 6 en las regionales. El personal de las regionales depende de los Directores Regionales de IMA y no de SIPAN, por lo que su función en los precios es de apoyo y no como responsabilidad principal. En total el personal de SIPAN es de 19, de los cuales 9 reporteros, 7 analistas y difusores y el resto auxiliares. No se cuenta con un técnico de sistemas, como ocurrió anteriormente.

#### a.--Rubros y puntos de información. Precios mayoristas.

Toma de datos mayorista y detallista tres veces a la semana (antes con frecuencia diaria), en 6 provincias, excepto ciudad de Panamá que se mantiene diario. Son 145 ítems agropecuarios entre frutas, hortalizas, pecuarios, granos tubérculos y otros.

En la Capital los datos se obtienen en el Mercado Agrícola Central, MAC, que es el dominante tanto en el abastecimiento a la ciudad como a la región central del país; la formación de precios en este mercado tiene influencia nacional.

SIPAN no registra los “precios de venta del mayorista”, que es el dato universal registrado en los sistemas de información de mercados, sino el “precio de compra del mayorista”. El objetivo de este dato es conocer cual sería la situación del productor que llega a la Capital o a otro gran mercado (Ej. Colón) a vender la cosecha; es una aproximación al precio del productor, pero asumiendo los costos entre finca y la Capital y vendiendo al mayorista de la ciudad. La presente investigación ha considerado que este dato de precio de compra del mayorista es errático, y debería optarse solamente por conocer el “precio de venta del mayorista”, que es dato que ofrece mayor efectividad para conocer las tendencias reales del mercado, y es lo que publican los SIMAs en todos los países.

#### **b.--Precios en finca.**

Se tomaron en las 6 Provincias pero en el presente sólo se conserva en Chiriquí, por falta de recursos. SIPAN considera importante la toma de estos datos y espera retomarla.

#### **c.—Precios en Centros de Acopio.**

Los precios en “centros de acopio” o mercados regionales no se investigan, es una labor de la Contraloría General de la República, entidad responsable de las estadísticas nacionales.

#### **e.--Precios en industria**

No se toman los precios de productos agrícolas comprados como materias primas por la industria.

#### **f.--Precios de consumidor.**

Se trabaja con 94 ítems, con fuente en SIPAN y en la CLICAC (Comisión de Libre Competencia y Asuntos del Consumidor, de la Dirección Nacional de Asuntos Económicos).

#### **g.—Precios del mercado externo.**

Hay informes de precios de productos agrícolas de cinco mercados de los Estados Unidos para 31 productos agrícolas, con datos por país de origen, tamaño y variedad; la fuente es el USDA MNS. También, se rinde información con fuente en Today Market Price y se incluyen productos agrícolas del mercado de Europa.

#### **h.—Volúmenes transados.**

Se registran únicamente en el Mercado Agrícola Central de ciudad de Panamá, MAC; datos del MAC pueden corresponder a un 60 % de los volúmenes del mercado, por dificultades técnicas de precisar la información.

### **2.2.2—Fase 2: Procesamiento y agregación de valor a los datos.**

Una primera depuración de los datos es realizada por el reportero al tomar los datos. Luego de una segunda revisión en la Sede, el Reportero digitaliza la información en formatos preelaborados y se hace una segunda revisión; los datos van por fax o teléfono al responsable en SIPAN y por último al CID (Centro de Información y

Documentación), responsable de la difusión. Los boletines diarios salen en formato Excel.

La recepción de los datos, su adecuación y preparación para la divulgación se cumple entre las 7:30 AM y las 9:30 AM, hora en que los datos entran a Divulgación por la Web (3 veces a la semana).

### **2.2.3—Fase 3: Divulgación de los datos.**

#### **a).—Tipo de información.**

El SIPAN suministra información de precios de productos agrícolas, pecuarios y del mar, de los mercados mayoristas y minoristas nacionales. Igualmente de precios semanales de las subastas ganaderas y precios de productos agrícolas en el mercado internacional. El contenido informativo es el siguiente:

- **Precios diarios de los mercados mayoristas.**
- **Precios mayoristas semanales.**
- **Precios mayoristas de los mercados regionales.**
- **Precios mayoristas históricos. Índices estacionales de precios.**
- **Informes de coyuntura o resúmenes periódicos.**
- **Precios internacionales.**
- **Boletines para prensa, radio y TV.**
- **Costo canasta básica de los alimentos.** Es el costo de la canasta por grupos de productos y el costo total. La fuente de los datos es la CLICAC.

#### **b). —Medios y métodos de difusión.**

La difusión de precios y mercados es por dos medios: la Web de IMA y una lista de suscriptores, en un 80% por correo electrónico, un 5% vía fax y un 15% telefónico y personalmente. Suscripción libre y sin costo, con más de 400 suscriptores entre asociaciones de productores, gremios, empresas agropecuarias, comerciantes independientes, embajadas, instituciones gubernamentales, particulares y otros.

Los Boletines y publicaciones periódicas impresas están suspendidos por falta de recursos, anteriormente hubo boletines quincenales. No hay un programa de difusión a través de radio y prensa, a los medios se remiten los boletines diarios pero no hay certeza de una reproducción eficiente sistemática.

Entre los clientes inscritos del sistema hay 11 gremios de productores, de larga trayectoria nacional, que replican la información entre sus organizaciones, que suman 35.000 miembros.

En el presente no hay actividades capacitación – difusión del Servicio Informativo con productores o sus organizaciones para enseñarles a conocer y usar el servicio, por falta de recursos para acercarse a las mismas. Hay una labor de apoyo vía telefónica y por correo electrónico con las entidades que cuentan con acceso a Internet; algunas visitan las oficinas de SIPAN y en ocasiones los técnicos regionales se acercan a las organizaciones locales con ese propósito.

No hay evaluaciones del SIPAN ni el alcance de su difusión. Para inicios del 2006 se programó una evaluación de los usuarios mediante encuesta por correo electrónico.

### **2.3—Resumen.**

El SIPAN de Panamá registra una interesante trayectoria de servicio informativo, comenzando por su creación en 1995 como un centro de información comercial y de fortalecimiento a las negociaciones, y en el presente bajo la Dirección de Análisis y Estudio de Mercados del IMA. Es un servicio informativo reconocido en el país, difundido por la Web de IMA y un listado dinámico de subscriptores de diferentes lugares y sectores económicos del país.

En SIPAN se observa un meritorio esfuerzo por atender las demandas de información de diversas fuentes, públicas o privadas. El equipo técnico tiene asignadas unas funciones específicas según el reporte a actualizar y a difundir, para contar en todo momento con documentos al día y personal responsable para atender las demandas del público, que llegan por correo o visitas personales. Se lleva un buen registro de estas atenciones, y se cuenta con el apoyo especializado del Centro de Información y Documentación, encargado de la difusión.

SIPAN procura rendir buena información e intenta agregarle valor, y complementarla con otras fases del proceso como son los estudios y la inteligencia de mercados, aunque no dispone de los recursos que implica una mayor agregación de valor a los datos.

Aunque no cuenta con medios para llevar a cabo estudios adicionales, el Servicio acude a diversas fuentes de suministro, por intercambio o suscripciones, lo cual le permite contar más de 100 documento actualizados sobre mercado y comercialización de alcance nacional e internacional, los cuales que difunde tanto en las consultas directas, como en reproducción impresa y en la Web.

El sistema se esfuerza por informar con eficiencia sobre los precios internacionales en los productos de interés para el país, datos que presenta de manera práctica, didáctica y en formatos accesibles para todo público.

En su conjunto, SIPAN parece bien concebido como servicio informativo, aunque demuestra limitaciones metodológicas y en metas de trabajo (Ej. Reducción en la toma de datos y en la difusión en los departamentos del interior), como consecuencia de los recortes presupuestales.

**Gráfico Anexo 2.1. Estructura funcional del Instituto de Mercadeo Agropecuario, IMA y de SIPAN Panamá**

