

Plan estratégico 2022



Promoción y comercialización



Crear nuevos canales que permitan unir la oferta de los productores con la demanda local

Servicios al productor



Desarrollar y mejorar servicios de valor que redunden en el beneficio comercial del productor

Inteligencia de mercado



Recolectar, analizar y visibilizar información nacional agropecuaria

COMUNICACIÓN TRANSPARENTE

INSTITUCIONALIDAD



Promoción y comercialización



Crear nuevos canales que permitan unir la oferta de los productores con la demanda local

1 Compra producto nacional para suplir sector público

2 Impulsar plazas y oportunidades comerciales (ferias del productor, foros, rondas de negocios etc.)

3 Visibilizar la oferta por medios tradicionales y digitales



Impulsar plazas comerciales

Ruta macro de implementación

Objetivos de impulsar plazas comerciales

- Implementar nuevos modelos de plazas comerciales a nivel nacional que faciliten la comercialización y promoción de los productos agropecuarios del país.

Propuesta:

- Crear al menos 2 nuevos modelos de plazas comerciales, con todo su marco reglamental y procesal que permita darle sostenibilidad a la iniciativa y con esto apoyar a la comercialización de los productos de nuestros productores, comerciantes, artesanales y agroindustrias.

Conceptualización
Se definen los criterios, protocolos, planes para la creación de los modelos de plazas comerciales.

01

Identificación
Se investiga, inspecciona y seleccionan los lugares propicios para implementar la plaza comercial.

02

Ejecución
Se implementa la nueva plaza comercial con las estructuras en su lugar, productores y comerciantes vendiendo y el público en general es atendido..

04

Coordinación
Se organiza con los productores y comerciantes para llenar los espacios disponibles dentro de la nueva plaza establecida, además se realizan las adecuaciones a los lugares definidos.

03

Impulsar plazas comerciales



REPÚBLICA DE PANAMÁ
— GOBIERNO NACIONAL —

INSTITUTO DE
MERCADERO
AGROPECUARIO

Ferias del productor

Ferias organizadas, promovidas, administradas por el IMA, donde solo sea el productor directo el que comercializa sus productos 100% nacionales



Ferias comunitarias

Ferias organizadas, promovidas, administradas por el IMA, donde solo sean comerciantes panameños lo que comercialicen productos agropecuarios en las periferias de la ciudad.





Agrocom

Objetivos de Agrocom

- Implementar nuevos mecanismos para darle exposición a los productos agropecuarios de pequeños productores y ayudarlos a comercializar sus productos a la industria general (mayoristas, agroindustria, etc)

Propuesta:

- Foro comercial de un día donde se reúna a al menos 10 asociaciones de pequeños productores por provincia y darles la oportunidad de presentar sus productos a través de stands y mesas de negociación a la industria general. Además de brindar una exposición magistral para educar y actualizar en temas de interés para los asistentes.

Ruta macro de implementación





Servicios al Agro



Desarrollar y mejorar servicios de valor que redunden en el beneficio comercial del productor

Iniciativas estratégicas

1

Herramientas tecnológicas, centradas en el productor, para promover su avance comercial.

2

Estructuras de Servicios Agroindustriales



Herramientas tecnológicas,
centradas en el productor, para
promover su avance comercial.

Objetivo del sistema CRM

- Identificación, Mapeo y Seguimiento de las interacciones, servicios de la institución y progreso comercial del productor.
- Generación de base de datos para la gestión de relaciones y métricas para distintos programas de la Institución.

Propuesta:

- Implementar el sistema CRM
- Equipo capacitado en el uso de la herramienta (tanto en el soporte técnico como en servicio al productor)

Ruta macro de implementación





Estructura de Servicios Agroindustriales

Objetivo

- Consolidar estructura de Servicios Agroindustriales que ofrece el IMA, a fin de apoyar al productor a valor accesible.

Propuesta:

- Revisar y valorar costos de la prestación de servicios actuales e identificar oportunidades para servicios adicionales.
- Fortalecer y modernizar procesos actuales con tecnología para trazabilidad, mantenimiento y buen uso de los recursos del Estado.
- Crear servicios adicionales para atender a una amplia cantidad de productores a nivel nacional, apoyando en su desarrollo comercial.

Ruta macro de implementación



Algunas áreas generales identificadas preliminarmente para reestructurar y crear asesorías & servicios a la agroindustria

- Crear el Laboratorio Central de calidad de granos y productos perecederos / Adecuar los laboratorios para ser entes Certificadores Nacionales, con laboratoristas preparados y actualizados.
- Crear un programa de apoyo a la certificación tipo global Gap, ISO 9000, HAACP, FairTrade, entre otras.
- Ampliar capacidad de Servicios de Secado (Silos)
- Modernizar y ampliar servicio de Pesas.
- Certificación de Calidad para infraestructuras del IMA (bodegas) para almacenar alimento.
- Crear servicios de Diseño de Infraestructuras básicas para la agricultura familiar
 - Bodega de Almacenamiento según uso destinado (Semillas, producto terminado, insumos)
 - Estaciones de Secado





Inteligencia de mercado

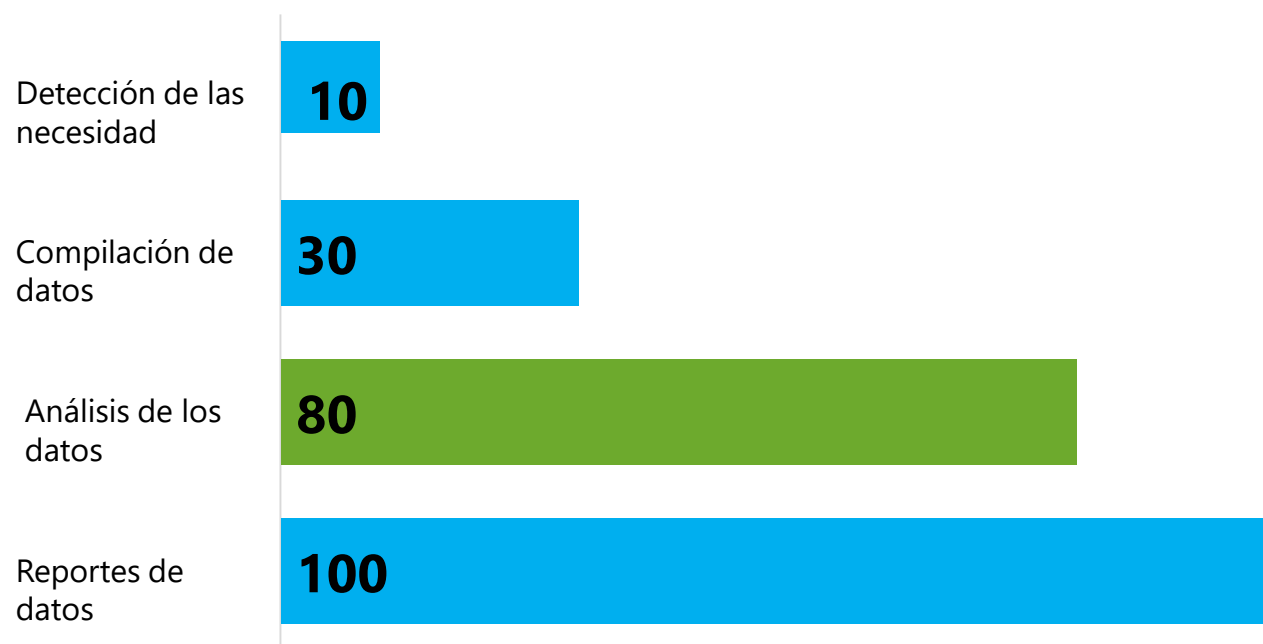


Recolectar, analizar
y visibilizar
información nacional
agropecuaria

- 1 Mejorar y ampliar la recolección de datos
- 2 Continuar con la implementación de herramientas de análisis de datos
- 3 Visibilizar por medios tradicionales y digitales



4 pasos en inteligencia de negocios



Detección de las necesidades

- ¿Que queremos?
- ¿Que datos tenemos?
- ¿Cual es la relación entras las tablas y columnas?

Compilación de datos

Conseguir toda la data que necesitamos de:

- Todos nuestros sistemas y fuentes
- Fuentes externas

Mover los datos de *donde sea que estén y en la forma en que estén* a: **donde sea y como sea que los necesitemos**

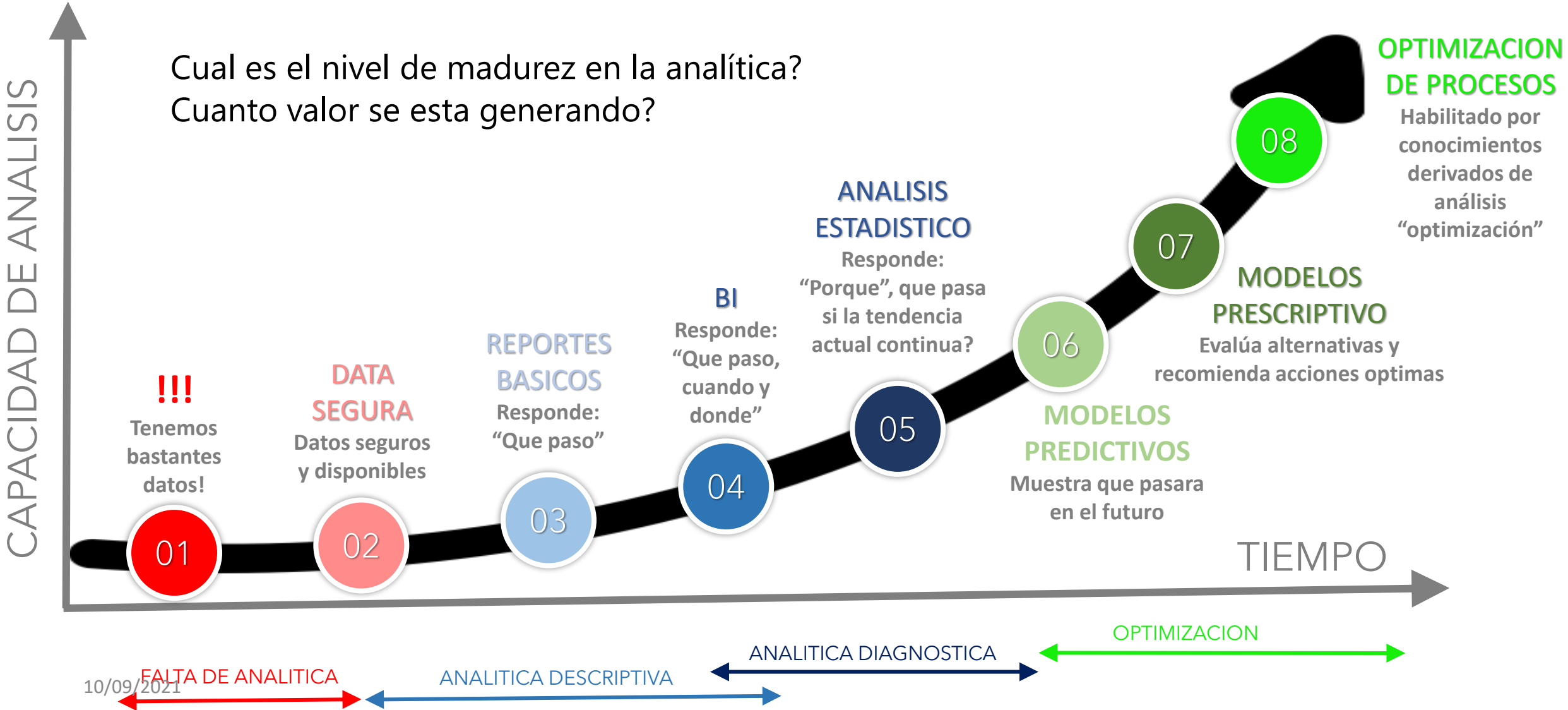
Análisis de datos

- OLTP (online transaction processing)
- OLAP (online analytical processing)
- Data Warehouse
- Qubes

Reportes de datos

- Reportes Ad hoc
- Portales integrados (autogestionables)

Curva de valor en analítica





Merca Panamá - Reporte Diario

Introduzca la fecha para el reporte:





Merca Panamá - Reporte Semanal
 Merca Panamá - Reporte Mensual

A	B	C	D	E	F	G	H	I
INSTITUTO DE MERCADERO AGROPECUARIO DIRECCION DE INFORMACIÓN COMERCIAL Precios Diarios de Productos Agríc								
Frutas	Producto	PrecioMax	PrecioMed	PrecioMin	PrecioProm	UnidMedida	Min-PrecioM	Min-P
	Aguacate Mec	80	70	60	70	Ciento		0.8
	Coco	75	75	75	75	Ciento		0.75
	Granadilla	18	15	12	15	Docena		1.5
	Guanábana	10	10	10	10	10 Libras		1
	Guineo	24	24	24	24	Caja de 100 lib		0.24
	Limón	6	5	5	5.33	Ciento		0.06
	Limón Manda	4	4	3	3.67	Ciento		0.04
	Limón Persa	9	9	8	8.67	Ciento		0.09
	Mamey	40	35	35	36.67	Ciento		0.4
	Mamón Chinc	2.5	2	2	2.17	Ciento		0.03
	Mangotín	5	4.5	4.5	4.67	Ciento		0.05
	Maracuyá	32	32	28	30.67	Saco de 80 lib		0.4
	Melón Cantal	9	7.2	6	7.4	Docena		0.75
	Melón Cantal	36	30	24	30	Docena		3



REPÚBLICA DE PANAMÁ
INSTITUTO DE MERCADERO AGROPECUARIO
DIRECCION DE INFORMACIÓN COMERCIAL
Precios Diarios de Productos Agrícolas
en el Merca Panamá de la Ciudad de Panamá
Cifras en Balboas



Producto	Precios Mayorista				Unidad Estándar				Hora de Capturación 6:00 a.m. a 8:30 a.m.	Origen	
	Unidades de Mercado				Unidades Estándar						
	Máx	Med	Min	Prom	Unidad de Medida	Máx	Med	Min	Prom	Unidad de Medida	
24-09-2020 00:00											
Frutas											
Aguacate Mediano	80.00	70.00	60.00	70.00	Ciento	0.80	0.70	0.60	0.70	Unidad	Chiriquí
Coco	75.00	75.00	75.00	75.00	Ciento	0.75	0.75	0.75	0.75	Unidad	Chiriquí
Granadilla	18.00	15.00	12.00	15.00	Docena	1.50	1.25	1.00	1.25	Unidad	Chiriquí
Guanábana	10.00	10.00	10.00	10.00	10 Libras	1.00	1.00	1.00	1.00	Libra	Chiriquí, Capira
Guineo	24.00	24.00	24.00	24.00	Caja de 100 libras	0.24	0.24	0.24	0.24	Libra	Bocas del Toro, Chiriquí
Limón	6.00	5.00	5.00	5.33	Ciento	0.06	0.05	0.05	0.05	Unidad	Los Santos
Limón Mandarina	4.00	4.00	3.00	3.67	Ciento	0.04	0.04	0.03	0.04	Unidad	Rio Sereno, Volcan.
Limón Persa	9.00	9.00	8.00	8.67	Ciento	0.09	0.09	0.08	0.09	Unidad	Chiriquí, Coclé
Mamey	40.00	35.00	35.00	36.67	Ciento	0.40	0.35	0.35	0.37	Unidad	Capira
Mamón Chino	2.50	2.00	2.00	2.17	Ciento	0.03	0.02	0.02	0.02	Unidad	Chiriquí



Recolectar, analizar
y visibilizar
información nacional
agropecuaria

10/09/2021



Gracias