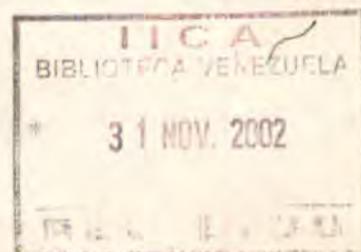


IICA
E72
16

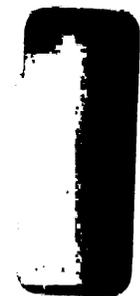
Red Colaborativa de Investigación y Desarrollo de las Hortalizas para América Central, Panamá y República Dominicana - REDCAHOR

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura - IICA



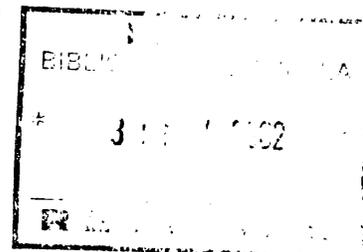
***Análisis del
Sistema
Producción
Consumo de
Hortalizas en
Panamá***

Danamá, Abril de 1999



Red Colaborativa de Investigación y Desarrollo de las Hortalizas para América Central, Panamá y República Dominicana - REDCAHOR

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura - IICA



***Análisis del
Sistema
Producción
Consumo de
Hortalizas en
Panamá***

Danamá, Abril de 1999

00000459

1

Presentación

El presente estudio se realizó bajo los auspicios y como actividad del programa de trabajo de REDCAHOR. Forma parte de una tarea mayor a nivel de los países que la integran (Panamá, Centroamérica y República Dominicana, todos miembros de la Red) que intenta desarrollar un amplio conocimiento de la problemática de comercialización de las hortalizas. Con éste propósito se están realizando estudios similares en cada uno de estos países para integrar una perspectiva regional de la comercialización de hortalizas.

REDCAHOR, como proyecto de Red, ha sido orientada en una primera etapa hacia la investigación hortícola y el conocimiento tecnológico a partir de un diagnóstico inicial desarrollado con los países que identificó este, como uno de los principales escollos para el desarrollo de este sector. Así se crearon comisiones a nivel de los países coordinadas por los organismos de investigación nacionales, orientadas a desarrollar los proyectos de investigación identificados y compartir, a través de talleres y seminarios, la tecnología vigente y moderna para la mayor competitividad de la producción hortícola.

En esta segunda etapa se intenta identificar, en una visión de amplio alcance, los principales problemas que limitan la expansión del comercio de hortalizas y promover el diseño, la elaboración e implementación de proyectos dirigidos a solucionarlos. Esto, haciendo énfasis en un marco de trabajo orientado por la metodología y los procedimientos de una red, que ponga en contacto y promueva la acción interactiva de sus miembros en la implementación de acciones y servicios.

El estudio en Panamá será, por lo tanto, presentado en el contexto de los actores que participan de la problemática de la producción y comercialización de las hortalizas. Esta presentación tiene por propósito la validación del diagnóstico y la focalización del grupo de actores en la definición priorizada de sus principales problemas. Esto servirá de base para integrar la visión con los demás países en un evento que se realizará una vez que finalicen los otros trabajos.

El trabajo en Panamá contó para su desarrollo con el apoyo del Agr. Mario Serrano quien capturó la información básica, realizó las entrevistas y presentó el informe que fue la base del presente trabajo. También se hace notar la contribución inestimable del Ing. Rubén de Gracia, actual Director Nacional de Investigación Agrícolas y Semillas del IDIAP no solo por promover la entusiasta participación de su Institución en el Proyecto REDCAHOR y en esta acción, sino también como contribuidor principal en el desarrollo de las ideas y el diseño de las actividades que condujeron a la preparación del presente estudio.

De la misma manera, es importante destacar la colaboración recibida de todos los productores, comercializadores y en general de las personas con las que se realizó el trabajo de las entrevistas o que contribuyeron, a partir de consultas informales, con el desarrollo de las ideas que se integran en el estudio.

Héctor R. Barreyro

Especialista en Políticas y Comercio de la ACT IICA Panamá y Asesor en Comercialización del Proyecto REDCAHOR.

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

Tabla de contenido

PRESENTACIÓN	I
TABLA DE CONTENIDO	III
INDICE DE CUADROS Y TABLAS	IV
ASPECTOS GENERALES DEL SECTOR AGRÍCOLA	1
REGIONES DE PRODUCCIÓN Y SUPERFICIES CULTIVADAS	2
VOLUMEN Y VALOR DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL	3
<i>Volumen y valor comparativo.</i>	<i>4</i>
PAPA	4
CEBOLLA	5
TOMATE INDUSTRIAL	6
TOMATE DE MESA	7
REPOLLO	9
PIMENTÓN:.....	10
ZAPALLO:	11
PRECIOS DE LAS HORTALIZAS.....	12
EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS POR PRODUCTO.....	13
<i>Tomate de mesa.....</i>	<i>13</i>
<i>Pimentón.....</i>	<i>14</i>
<i>Otros productos.</i>	<i>16</i>
<i>Repollo.....</i>	<i>16</i>
<i>Cebolla.....</i>	<i>17</i>
<i>Papa.....</i>	<i>18</i>
<i>Importaciones de hortalizas.....</i>	<i>19</i>
LA DEMANDA DE HORTALIZAS.....	20
SISTEMA DE PRODUCCIÓN CONSUMO DE LAS HORTALIZAS EN PANAMÁ.....	21
LAS ENTREVISTAS	23
PRODUCTORES	23
INTERMEDIARIOS.....	25
SUPERMERCADOS Y DETALLISTAS	26
REFLEXIONES A MODO DE CONCLUSIÓN.....	28
EPÍLOGO.....	30
ANEXO 1 LOS PRECIOS	34
PRODUCTO - TOMATE DE MESA, (LYCAPERSICUM SCULENTUM.....	35
PRODUCTO - PIMENTÓN (CAPSICUM ANNUM)	37
PRODUCTO - REPOLLO NACIONAL (BRASSICA OLERÁCEA)	39
PRODUCTO - CEBOLLA (ALLIUM CEPA)	41
PRODUCTO - PAPA (SALANUM TUBEROSUM).....	43
ANEXO 2 LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN	45
ANEXO 3 LA ENTREVISTAS.....	54
CIUDAD DE PANAMÁ, COMERCIALIZADORA	55
BOQUETE, SUPERMERCADOS	56
BOQUETE, INTERMEDIARIO.....	57
BOQUETE, COMERCIALIZADORA.....	59
BOQUETE, COMERCIALIZADORA.....	60
BOQUETE, INTERMEDIARIO A PEQUEÑA ESCALA.....	63



AZUERO, PRODUCTOR.....	64
AZUERO, PRODUCTOR.....	65
CERRO PUNTA, PRODUCTOR.....	66
CERRO PUNTA, PRODUCTOR.....	68
BOQUETE, PRODUCTOR.....	70
BOQUETE, SERVICIOS FINANCIEROS.....	73
ANEXO 4 LOS PARTICIPANTES DEL TALLER PARA LA EVALUACIÓN DE LA SITUACIÓN DE LAS HORTALIZAS EN PANAMÁ.....	76
LISTADO DE LOS PARTICIPANTES EN EL TALLER DE LA REUNIÓN DE EVALUACIÓN DE LA SITUACIÓN DE LAS HORTALIZAS EN PANAMÁ, ASPECTOS DE MERCADO. REDCAHOR-IDIAP-IICA.....	77

Índice de Cuadros y Tablas

CUADRO 1. EL SECTOR AGRÍCOLA EN CIFRAS, MILLONES DE BALBOAS.....	1
CUADRO 2 : CULTIVO ANUAL DE LAS 7 HORTALIZAS SELECCIONADAS (HA).....	3
CUADRO 3. VALOR DE LA PRODUCCIÓN DE LAS HORTALIZAS SELECCIONADAS (MILES \$)	3
CUADRO 4. RUBRO PAPA.....	4
CUADRO 5 . RUBRO CEBOLLA.....	5
CUADRO 6. RUBRO TOMATE INDUSTRIAL.....	7
CUADRO 7. RUBRO TOMATE DE MESA.....	8
CUADRO 8. RUBRO REPOLLO.....	9
CUADRO 9. RUBRO PIMENTÓN.....	10
CUADRO 10. RUBRO ZAPALLO.....	11
CUADRO 11. IDENTIFICACIÓN Y PRIORIZACIÓN DE ACCIONES DE SOLUCIÓN.....	31
CUADRO 12. PRECIO PRODUCTOR VS CONSUMIDOR (B/. /QQ).....	35
CUADRO 13. MÁRGENES DE PRECIOS ENTRE LOS DIFERENTES ACTORES DE LA CADENA DEL TOMATE DE MESA.....	36
CUADRO 14. PRECIO PRODUCTOR VS CONSUMIDOR(B/. /QQ).....	37
CUADRO 15. MÁRGENES DE PRECIOS ENTRE LOS DIFERENTES ACTORES DE LA CADENA DEL PIMENTÓN.....	38
CUADRO 16. PRECIO PRODUCTOR VS CONSUMIDOR (B/. /QQ).....	39
CUADRO 17. MÁRGENES DE PRECIOS ENTRE LOS DIFERENTES ACTORES DE LA CADENA DEL REPOLLO.....	40
CUADRO 18. PRECIO PRODUCTOR VS CONSUMIDOR (QQ /B/.).....	41
CUADRO 19. MÁRGENES DE PRECIOS ENTRE LOS DIFERENTES ACTORES DE LA CADENA DE LA CEBOLLA NACIONAL.....	42
CUADRO 20 PRECIO PRODUCTOR VS CONSUMIDOR (QQ /B/.).....	43
CUADRO 21. MÁRGENES DE PRECIOS ENTRE LOS DIFERENTES ACTORES DE LA CADENA DE LA PAPA.....	44
.....
TABLA 1. COSTO DE PRODUCCIÓN DE TOMATE INDUSTRIAL CON RIEGO POR GOTEO (B./HA).....	46
TABLA 2. COSTO DE PRODUCCIÓN DE CEBOLLA.....	47
TABLA 3. COSTO DE PRODUCCIÓN DE PAPA, SIEMBRA DE INVIERNO.....	48
TABLA 4. COSTO DE PRODUCCIÓN DE PAPA, SIEMBRA DE VERANO.....	49
TABLA 5. COSTO DE PRODUCCIÓN DE ZAPALLO, B./HA.....	50
TABLA 6. COSTO DE PRODUCCIÓN DE REPOLLO, B./HA.....	51
TABLA 7. COSTO DE PRODUCCIÓN DE PIMENTÓN (CAPSICUM ANUM) B./HA.....	52
TABLA 8. COSTO DE PRODUCCIÓN DE TOMATE (B./HA),.....	53



Aspectos generales del Sector Agrícola

El cultivo de hortalizas y legumbres, en el contexto agrícola, es el subsector de menor importancia. Sin embargo, en los últimos años, esto ha comenzado a cambiar dada la trascendencia que se le asigna al mercado de exportación y las oportunidades de producción e ingreso que ofrecen las ventanas que se dan en el mercado internacional, en ciertas épocas del año, para algunos cultivos como la sandía, melón, zapallo, ñame y otros, considerados como Cultivos No Tradicionales.

La exportación de hortalizas es una fuente potencial de ingresos y abre substancialmente el abanico de oportunidades que se ofrecen a los productores nacionales.

La producción hortícola es intensiva y se realiza durante todo el año, por las condiciones de clima tropical en Panamá. El cultivo se efectúa en base a un uso intensivo de mano de obra no calificada, por lo cual, si bien su importancia nacional es relativamente menor, a nivel de las economías locales es una fuente muy importante de trabajo y desarrollo económico.

Cuadro 1. El Sector agrícola en cifras, millones de Balboas

Rama de actividad económica	1993	1994	1995	1996	1997	Promedio	Importancia relativa a su rama %
Cultivo de cereales y otros cultivos	82.9	84.7	85.4	90.2	74.0	83.4	32.4%
Arroz	31.8	32.3	33.2	35.1	24.5	31.4	37.6%
Maíz	17.1	17.3	17.6	18.2	10.9	16.2	19.4%
Caña	19.0	19.3	18.2	19.6	22.3	19.7	23.6%
Sorgo	2.4	2.5	2.7	3.1	2.1	2.6	3.1%
Frijol	1.9	2.4	2.6	2.3	2.1	2.3	2.7%
Otros	10.7	10.9	11.1	11.9	12.1	11.3	13.6%
Cultivos de hortalizas y legumbres, especialidades hortícolas y productos de viveros	18.0	18.4	19.2	19.7	21.9	19.4	7.5%
Productos hortícolas y viveros	15.5	16.0	16.9	17.7	19.7	17.2	88.3%
Floricultura	2.5	2.4	2.3	2.0	2.2	2.3	11.7%
Cultivo de frutas, nueces, plantas que se utilizan para preparar bebidas y especias.	158.5	165.9	158.3	149.1	143.4	155.0	60.1%
Banano	130.5	136.1	126.6	115.7	109.2	123.6	79.7%
Café	11.8	13.2	15.0	19.7	20.2	16.0	10.3%
Frutas diversas	16.2	16.6	16.7	13.7	14.0	15.4	10.0%
Sector agrícola	259.4	269.0	262.9	259.0	239.3	257.9	100.0%

Fuente: Dirección de Estadística y Censos de la Contraloría de la República

Por otra parte, desde el punto de vista del abastecimiento de la demanda nacional, el crecimiento de la demanda en volumen y diver-



La producción de hortalizas ha crecido, no sólo por el aumento de la población y de la población urbana, sino a consecuencia de una mayor inclinación del consumidor al consumo de "alimentos saludables". Los vegetales nos proporcionan principalmente vitaminas, minerales, fibras y carbohidratos, los cuales son básicos para el desarrollo y mantenimiento de una buena salud. En Panamá también son utilizados para la crianza de aves de corral y otros animales.

La mayoría de las hortalizas, desde hace ya muchos años, han cobrado especial interés por los consumidores que cada día confirman su importancia, incrementándose constantemente su consumo.

Por lo tanto, la importancia relativa que parece surgir de las cifras no condice, necesariamente, con las posibilidades de expansión e importancia futura del subsector.

Regiones de producción y superficies cultivadas

La producción de hortalizas en Panamá tiene dos regiones bien definidas, con características agrológicas bien diferentes:

- ⇒ Las **Tierras Altas**, ubicadas en el occidente del país, en la provincia de Chiriquí comprenden dos áreas importantes: Boquete y Cerro Punta, con alturas entre los 1,400 y 2,300 m.s.n.m., temperaturas promedio que fluctúan entre los 16 y 24 °C y precipitación pluvial abundante, con promedio anual de 2,000 mm. La mayoría de los suelos son de topografía quebrada, de origen volcánico, textura franco arenosa y con alto contenido de materia orgánica.
- ⇒ Las **Tierras Bajas**, en la parte central del país, comprenden las provincias de Los Santos, Herrera y Coclé, con alturas entre los 10 y 100 m.s.n.m., temperaturas promedio entre los 18 y 29 °C y precipitación pluvial irregular, entre 1,000 y 1,500 mm. En esta área predominan suelos que, desde el punto de vista geomorfológico, comprenden llanuras aluviales de inundación reciente y terrazas fluviales viejas de origen coluvial.



Cuadro 2 : Cultivo anual de las 7 hortalizas seleccionadas (Ha)

Ciclo	Papa	Cebolla	Tomate industrial	Tomate de mesa	Repollo	Pimentón	Zapallo	Total
92/93	1,014	534		201	162			1,911
93/94	763	456		127	170			1,516
94/95	1,027	757		109	175		251	2,319
95/96	756	560	890	167	176	16	1193.4	3,758
96/97	830	441	798	155	105	16	1689.3	4,034
97/98	934	250	549	103	119	13	951.3	2,919
Tendencia interanual	(13)	(47)	(171)	(10)	(12)	(2)	260	401

Fuente: MIDA - Dpto. de Planificación y Estadística y cálculos propios

Además, hay en el país otras áreas con potencial de explotación hortícola para productos exportables como lo son el Norte de la provincia de Veraguas, el Norte de la provincia de Coclé y la provincia de Panamá, todas de explotación incipiente.

Las superficies de producción hortícola en Panamá, de acuerdo a las estadísticas disponibles entre los años de 1992 a 1998, han tendido gradualmente a la disminución en algunos rubros como los que aquí se señalan (el zapallo aparece con una tendencia errática). Esto se ha debido en parte a fenómenos climáticos inusuales pero también por el impacto de la apertura de los mercados y la política nacional de reducción de los aranceles en el contexto de los acuerdos con la Organización Mundial de Comercio.

Cuadro 3. Valor de la producción de las hortalizas seleccionadas (miles \$)

Ciclo	Papa	Cebolla	Tomate industrial	Tomate de mesa	Repollo	Pimentón	Zapallo	Total
92/93	7,545	7,534		2,652	691			18,421
93/94	5,391	5,368		2,509	647			13,915
94/95	7,676	11,545		3,271	917		261	23,671
95/96	11,237	5,440	2,778	2,780	893	278	783	24,188
96/97	6,029	4,123	2,329	1,951	372	92	1,449	16,344
97/98	10,981	2,685	2,248	1,428	603	193	533	18,671
Tendencia interanual	647	(974)	(265)	(237)	(37)	(43)	148	259

Fuente: MIDA - Dpto. de Planificación y Estadística y cálculos propios

Volumen y valor de la producción nacional

En el presente trabajo han sido considerados siete rubros de la producción nacional, los cuales son de gran importancia en las economías de las áreas productoras. Se presentan las cifras estadísticas correspondientes a los mencionados cultivos, que nos permiten evaluar, por separado, el comportamiento de los últimos años y que abarca el pe-

río de tiempo anterior y posterior a la implementación de las políticas de apertura comercial, las que han afectado las decisiones de producción de los productores.

Volumen y valor comparativo.

La independencia en el suministro de alimentos hortícolas para el abastecimiento del consumo interno es considerada de gran importancia, tanto por ser una fuente generadora de empleos como por brindar al consumidor un producto fresco y un suministro constante.

En los cuadros siguientes se presentan las diferentes relaciones entre el volumen de la producción de los rubros estudiados y los valores correspondientes.

Papa

El cultivo de la papa en Panamá se realiza en Tierras Altas, provincia de Chiriquí, con condiciones agroclimáticas adecuadas para su desarrollo. Conjuntamente con la cebolla, representan más del 60% del total del área sembrada con hortalizas en la región.

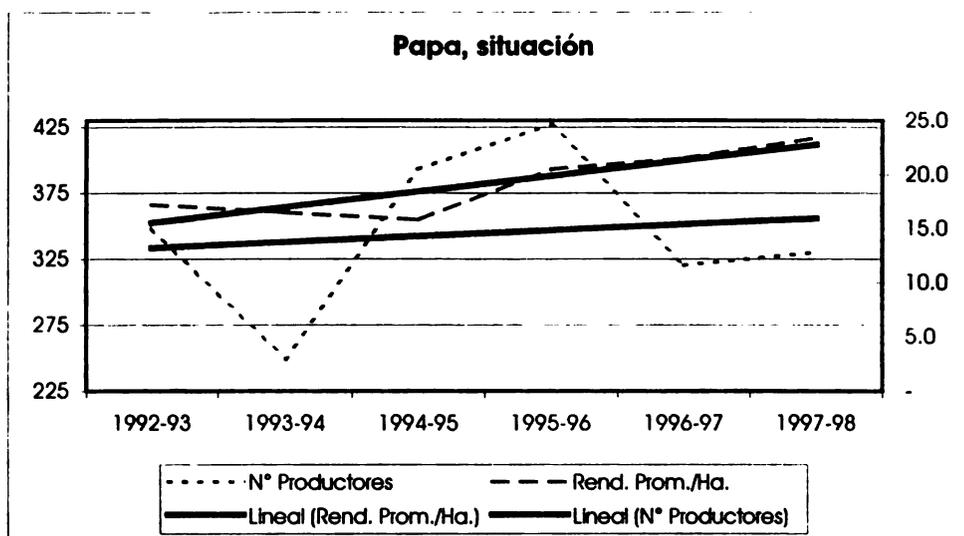
Cuadro 4. Rubro Papa

Año	N° Productores^{1/}	Has Cultivadas^{1/}	Producción^{1/} T.M.	Rendimiento Promedio TM/Ha.	Valor^{2/} B/.
1992-93	348	1,014	17,436	17.2	7,545,117
1993-94	249	763	12,567	16.5	5,391,204
1994-95	393	1,027	16,176	15.8	7,676,008
1995-96	427	756	15,497	20.5	11,236,500
1996-97	320	830	17,852	21.5	6,028,789
1997-98	330	934	21,882	23.4	10,980,643
Tendencia Interanual	4.49	(13.43)	1,068.74	1.45	647,167.91

Fuente: (1) - MIDA - Dpto. de Planificación y Estadística. (3) - COOHMERC - Precio Promedio pagado al agricultor, y cálculos propios.

La superficie sembrada con papa durante 1993-1998 muestra altibajos con un máximo de 1,027 has en 94/95 y un mínimo de 756 has en 95/96. Pero, si se toma en cuenta todo el período, la superficie tiene una tendencia a disminuir 13.43 has por año. Sin embargo, se observa que, a pesar de la baja en la superficie cultivada, se dio un incremento en los rendimientos a razón de 1.45 Tm/ha por año, desde 17.2 Tm en 92/93 a 23.4 Tm/ha en 97/98. Esto como resultado directo de un mejoramiento en los niveles de productividad por la introducción de nuevas variedades, la aplicación de nuevas técnicas a nivel de campo y la selección natural que realizaron los agricultores por las recomendaciones sobre cultivos que emanan de la zonificación, entendiéndose que





las parcelas que no poseen las condiciones agroclimáticas adecuadas han dejado de cultivarse.

Es importante señalar que la cantidad de productores tiene una fluctuación aún mayor que la de la superficie sembrada, aunque en el promedio del período haya tendido a aumentar.

Cebolla

La producción de cebolla comienza en Panamá a finales de los años 50 en las tierras altas de Boquete de la provincia de Chiriquí, para luego extenderse a las tierras bajas de las provincias de Herrera, Los Santos y Coclé. Este cultivo, conjuntamente con el de papa, representa el 70% de la producción hortícola de Teras Altas y es, a su vez, una importante fuente de mano de obra e ingresos para la economía de la región.

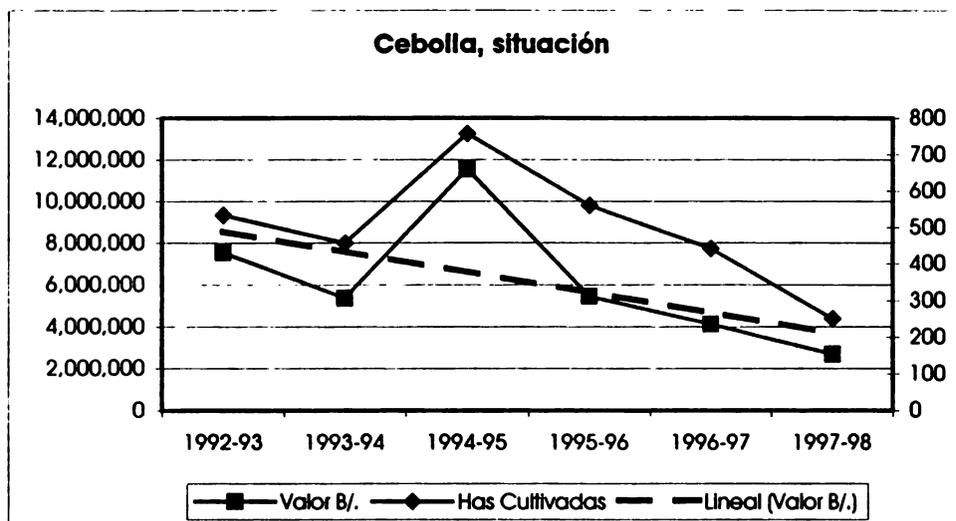
Cuadro 5 . Rubro Cebolla

Año	N° Productores	Has Cultivadas	Producción T.M.	Rendimiento TM/Ha.	Valor B/.
1992-93	260	534	13,429	25.1	7,533,694
1993-94	354	456	11,815	25.9	5,367,658
1994-95	339	575	16,809	22.2	11,545,343
1995-96	442	560	12,704.5	22.7	5,439,675
1996-97	260	441	10,360	23.5	4,123,199
1997-98	120	250	5,909	23.6	2,684,500
Tendencia Interanual	(25.11)	(47.49)	(1,316.27)	(0.41)	(973,858)

Fuente: MIDA - Dpto. de Planificación y Estadística y COOHMERC - Precio Promedio pagado al agricultor.



La producción de cebolla ha entrado en una profunda crisis por la



competencia del producto importado y tiende a disminuir en todas sus formas, tanto en la superficie, en 47.5 ha por año, como en valor, en una cifra cercana al millón de balboas por año. En las provincias de Los Santos, Herrera y Coclé, este rubro a tendido a desaparecer, dando paso a otros cultivos con potencial en el mercado de exportación. Como consecuencia, lo que queda de su producción está concentrada en Tierras Altas.

La libre importación de la cebolla, permitida por la política vigente cuando se realizan las cosechas en países tales como Estados Unidos, Chile, Holanda, ha traído como consecuencia una fuerte competencia en los mercados locales debido a su calidad y precio.

Por otra parte, si bien los rendimientos promedios por hectárea en los últimos años han descendido suavemente, a nivel de algunos productores individuales se encuentran casos de hasta 50 Tm/Ha, lo que indica un potencial de competitividad para el rubro que puede ser trabajado a nivel de campo por medio de programas de asesorías y extensión, con lo que se le estaría dando una salida a la situación de crisis actual.

Se logró incursionar en el mercado de exportación, principalmente para los Estados Unidos, donde la calidad del producto nacional fue aceptable. Sin embargo, la experiencia de comercialización que se tuvo por parte de los agricultores no fue buena e impidió su continuación.

Tomate industrial

El tomate industrial se cultiva principalmente en las provincias de Los Santos, Herrera y Coclé. Su producción se comercializa principal-

mente con la empresa Nestlé S.A., para su procesamiento en salsas, pastas y otros derivados, dirigidos al mercado nacional y al de exportación.

Cuadro 6. Rubro Tomate Industrial

Año	N° Productores	Has Cultivadas	Producción TM.	Rendimiento TM/Ha.	Valor B/.
1995-96	488	890	22,956.0	25.8	2,777,676
1996-97	476	798	19,244.8	24.1	2,328,621
1997-98	325	549	18,580	33.8	2,248,180
Tendencia Interanual	(81)	(170)	(2,188)	4.0	(264,748)

Fuente: MIDA - Región Central, IMA - Precio recibido por el agricultor en la planta procesadora.

La producción actual de tomate industrial se encuentra localizada casi en su totalidad en la provincia de Los Santos. Los productores reciben, hasta el presente año, un apoyo gubernamental a través de un sobreprecio (en base al precio de importación más bajo) pagado a través de la planta procesadora, en este caso la Nestlé S.A.. Esta suma se paga al agricultor en base a la cantidad de producto recibido en planta.

El futuro de este cultivo, atado al procesamiento de la única planta existente, se ve comprometido por el posible cierre de dicha planta industrial y por la competencia de otros rubros de producción que han comenzado a crecer en términos de superficie y también de importancia económica en la zona, tales como el maíz, la ganadería y otros cultivos de exportación.

Tomate de mesa

La mayor parte de la producción de tomate para consumo en fresco se realiza en la Tierras Altas, donde las condiciones agroclimáticas, totalmente diferentes a las de las Tierras Bajas, requieren de una selección de variedades adaptadas a la región. Actualmente, se utilizan semillas de híbridos mejorados de alto rendimiento, que también están siendo usados en cultivos bajo invernadero, mejorándose de ésta manera tanto los rendimientos como la calidad del producto, de acuerdo a las exigencias del mercado.



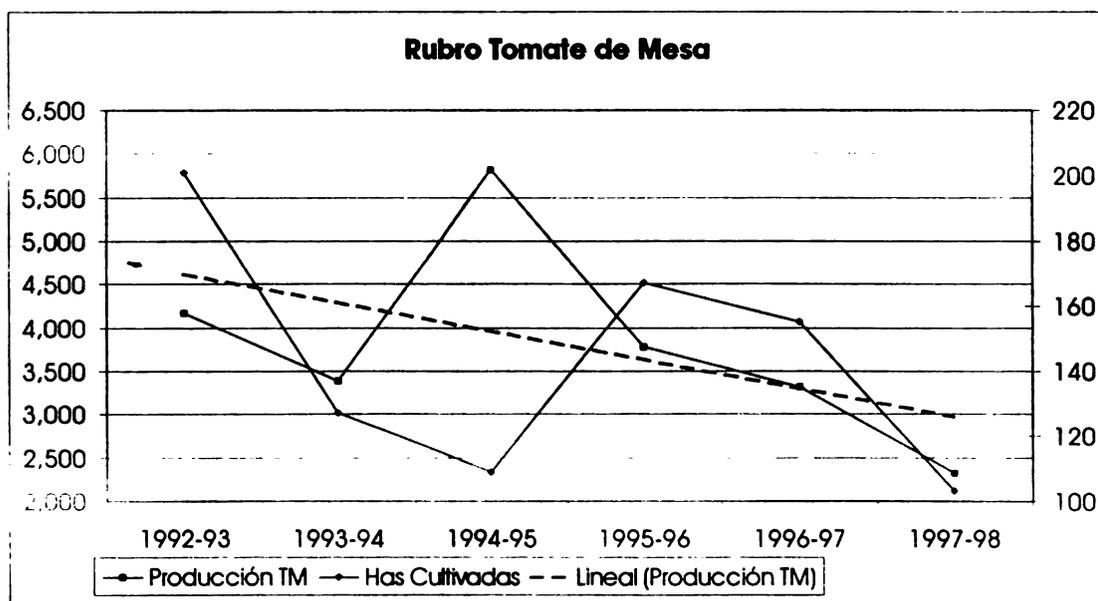
Cuadro 7. Rubro Tomate de Mesa

Año	N° Produc- tores	Has Cultiva- das	Producción TM.	Rendimiento TM/Ha.	Valor B/.
1992-93	130	201	4166.4	20.7	2,651,724
1993-94	138	127	3386.8	26.7	2,508,752
1994-95	282	109	5819.9	53.4	3,271,345
1995-96	192	167	3,772.7	22.6	2,780,466
1996-97	430	155	3,309.7	21.4	1,950,687
1997-98	281	103	2,322.0	22.5	1,428,337
Tendencia Interanual	44	(10)	(329)	(1)	(236,629)

Fuente: MIDA - Dpto. de Planificación y Estadística, IMA- Precio Promedio anual recibido por el agricultor

El tomate de mesa es una hortaliza que se cultiva durante los doce meses del año y, por lo tanto, susceptible a plagas y enfermedades, producto de las variaciones en las temperaturas y precipitaciones, razón por la cual se dan cambios bruscos en la oferta. Esta se refleja también en las variaciones que se producen año a año en los datos presentados, aunque la tendencia general es a la disminución de la actividad.

El crecimiento del cultivo, por la incorporación de nuevas áreas para su producción en la región de Tierras Altas, tiene nuevas posibilidades de crecimiento por las nuevas variedades incorporadas y la tecnología de invernadero que están comenzando a expandirse entre los productores de la región, particularmente en algunos de los que tuvieron malas experiencias con el cultivo de cebolla.



1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

Repollo

El repollo se cultiva principalmente en la región de Tierras Altas donde, por las condiciones agroclimáticas, se logran calidades y rendimientos aceptables. Sin embargo y a pesar de que se están utilizando variedades de híbridos mejorados, el potencial productivo de este cultivo no se ha explotado totalmente.

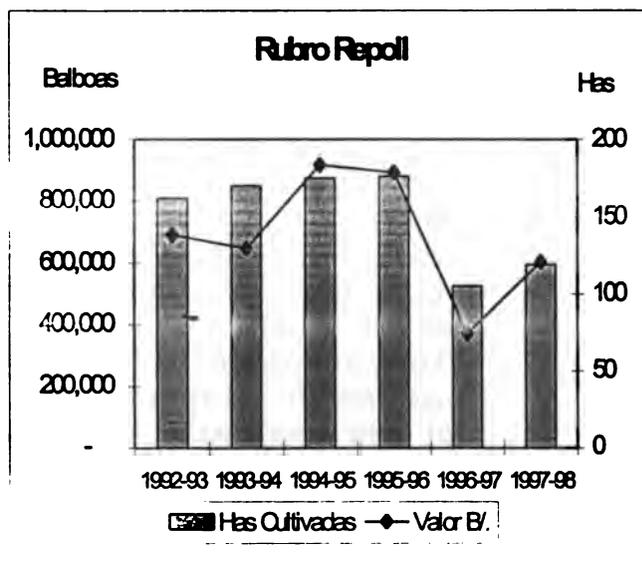
Este cultivo se da durante los doce meses del año.

Cuadro 8. Rubro Repollo

Año	Has Cultivadas	Producción TM.	Rendimiento TM/Ha.	Valor B/.
1992-93	162	3127.2	19.3	690,732
1993-94	170	3280.1	19.3	647,293
1994-95	175	3375.4	19.3	917,099
1995-96	176	3,396.5	19.3	892,940
1996-97	105	2,033.6	19.4	371,789
1997-98	119	2,300 (E)	19.3	603,152
Tendencia Interanual	(11.69)	(224.41)	0.01	(36,816)

Fuente: MIDA - Dpto. de Planificación y Estadística, COOHMERC - Precio Promedio anual pagado al agricultor.

El repollo, al igual que los cultivos señalados con anterioridad, presenta una tendencia decreciente. El área sembrada se reduce a razón de 11.7 has por año, con una merma en el producto ofertado por el orden de 224 Tm/año a pesar que los rendimientos se han mantenido relativamente constantes.



En términos generales, el cultivo del repollo se produce como cultivo secundario en las labores hortícolas, pues sirve para mantener ocupada la mano de obra y generar ingreso adicional entre cultivos de más largo período vegetativo como la papa y la cebolla. Los precios no han variado mucho en el período analizado y, antes bien, han tendido a aumentar suavemente, por lo que la reducción en el área cultivada puede obedecer a la si-

tución general de los cultivos hortícolas principales.

Pimentón:

El pimentón se cultiva tanto en Tierras Altas como en Tierras Bajas y en menor escala. También se producen ajíes que tienen un buen mercado de consumo ya que ambos son de un gran valor nutritivo.

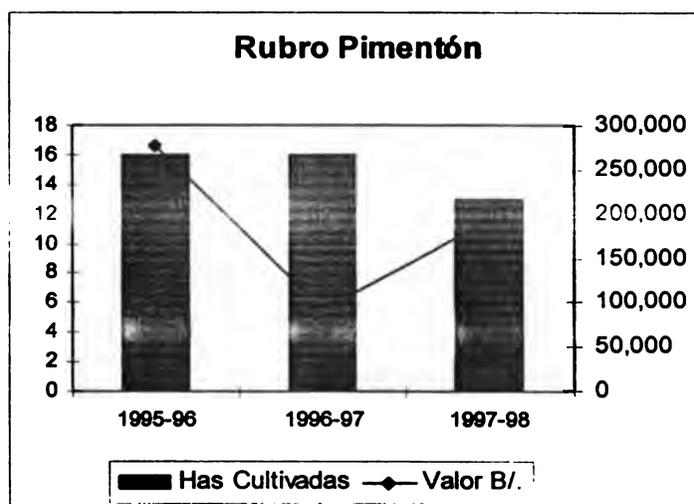
El pimentón es utilizado en ensaladas, fresco o cocido, también rellenos como plato principal. El fruto del pimentón es de mayor tamaño y su piel es mucho más gruesa. Las variedades que se cultivan son híbridos mejorados, tales como: Yolo Wonder, California Wonder, Jupiter y otros. Por otra parte, el ají es utilizado principalmente como sazónador en la preparación de diferentes platos y carnes. Se producen una gran cantidad de variedades, con diferentes tamaños, formas y colores clasificados por su sabor, dulces o picantes de acuerdo a las preferencias del consumidor.

Cuadro 9. Rubro Pimentón

Año	N° Productores	Has Cultivadas	Producción TM.	Rendimiento TM/Ha.	Valor B/.
1995-96	42	16	325.7	20.2	277,945
1996-97	41	16	117.7	7.4	91,768
1997-98	59	13	177.3	13.6	192,923
Tendencia Interanual	9	(2)	(74.2)	(3.3)	(42,511)

Fuente: MIDA - Dpto. de Planificación y Estadística, COOHMERC - Precio Promedio anual pagado al agricultor.

El área cultivada con pimentón ha permanecido relativamente estable, no así los rendimientos que han sido los mayores causantes de los altibajos en la producción, con una tendencia general a la reducción del mismo a razón de 3.3 TM/ha año. Esto se debe, en gran parte, a los cambios climáticos que inducen a la proliferación de plagas y enfermedades. Actualmente se están realizando cambios en la tecnología de producción con la introducción del cultivo bajo techo o invernadero.





Zapallo:

Es un rubro que se cultiva en el área de Tierras Bajas de la geografía nacional, en las provincias de Darién, Panamá, Coclé, Herrera, Los Santos, Veraguas y Chiriquí. La producción, en su mayoría, va dirigida al mercado de exportación ya que el consumo nacional es limitado en relación a los volúmenes de producción.

Cuadro 10. Rubro Zapallo

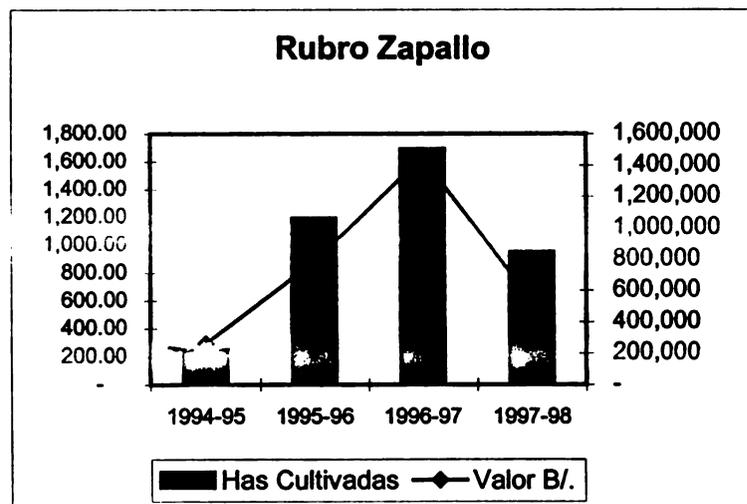
Año	N° Produc- tores	Has Culti- vadas	Rendimiento TM/Ha.	Producción TM.	Valor B/.
1994-95	101	251.0	13.0	3,264.4	261,152
1995-96	327	1193.4	8.2	9,784.8	782,784
1996-97	603	1689.3	10.7	18,108.3	1,448,664
1997-98	149	951.3	7.0	6,664.1	533,128
Tendencia Interanual	42	259.7	(1.6)	1,852.3	148,181

Fuente: - MIDA - Dpto. de Planificación y Estadística.

El cultivo de zapallo está dirigido principalmente al mercado de exportación. La mayor oferta se produjo en el año agrícola 96-97, con una disminución del 36.8% al año siguiente, dándose también en este año el menor rendimiento por hectárea como consecuencia de los efectos climatológicos producidos por el fenómeno de "El Niño".

La cantidad de productores tuvo un incremento considerable hasta

el año 1996-97, tal como puede verse en el cuadro anterior. Igualmente, en los volúmenes de producción donde se dio un incremento del 184% en el área cultivada y de 185% en la producción, en el mismo periodo de tiempo, produciéndose una disminución en los precios pagados al agricultor.



pues las cuentas de los productores no fueron saldadas. Con estos resultados, los productores del oriente de Chiriquí, que habían comenzado a producir zapallo, decidieron, al año siguiente, abandonar esta actividad. Queda como experiencia la necesidad de mejorar la comercialización y disminuir el riesgo, tanto de los productores como el

Se realizaron experiencias de exportación, en muchos casos con resultados malos



de los exportadores locales en su relación con los intermediarios en Miami -USA, que es con quienes se desarrollaron las ventas.

Precios de las hortalizas

El mercado de hortalizas en Panamá está en proceso de desarrollo con la integración de nuevas áreas de producción así como con el surgimiento, en cuanto a volumen, de los mercados en las provincias, aunque aún la casi totalidad de las hortalizas se comercializa en el mercado de la ciudad de Panamá y por lo tanto este mercado funciona como líder en el proceso de formación de precios.

Por otra parte, la participación de los Supermercados como compradores directos del producto está comenzando a redefinir la importancia relativa del Mercado de Abasto de Panamá en la fijación de los precios. Sin embargo su influencia es aún pequeña. Otro elemento de cambio que está sucediendo en el desarrollo del mercado es la introducción de las comercializadoras como intermediarias entre el productor, los supermercados y la exportación, con el agregado de que éstas pueden llegar a manejar también la importación de hortalizas para abastecer a los supermercados.

Por lo tanto, en la interpretación de los precios, sobre todo desde un punto de vista histórico, es importante incorporar la influencia de estas nuevas fuerzas o intereses económicos que comienzan a desarrollarse en el mercado nacional de Panamá.

Los precios presentados se refieren a:

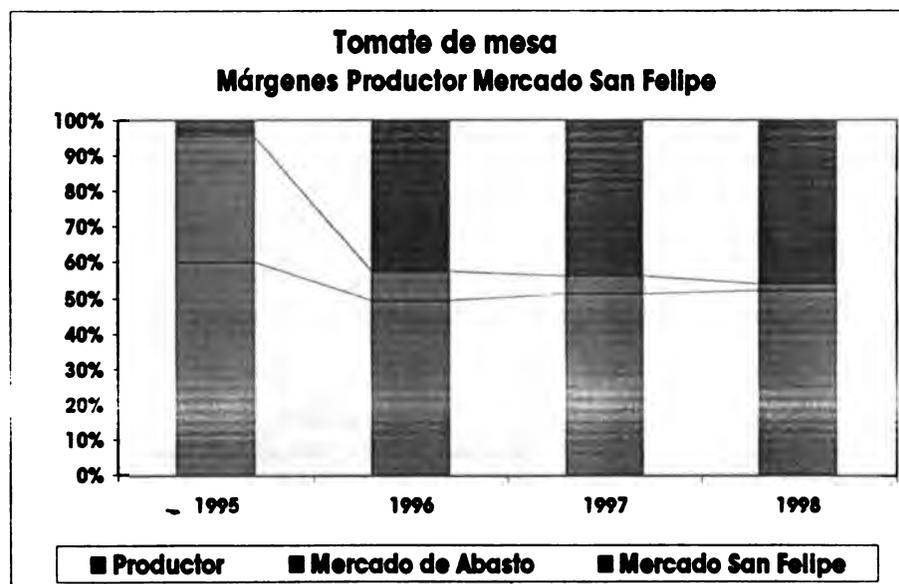
- ⇒ Precio al productor: precio promedio mensual recibido por los agricultores en la Cooperativa Hortícola de Mercadeo R.L. (COOHMERC). Se escogió esta empresa ya que sus compras las realiza de manera constante y directa a los agricultores, además con la información estadística confiable sirve como ente regulador en los precios pagados en las áreas de producción.
- ⇒ Mercado de Abastos (Mercado Agrícola Central): precio promedio frecuente mensual, recibido por los transportistas, agricultores e intermediarios en el Mercado Agrícola Central ubicado en la ciudad de Panamá. Estos precios son pagados generalmente por clientes mayoristas tales como supermercados, restaurantes, hoteles, fruterías, abarroterías, carretilleros, pick up de rutas de barriadas y otros. Este es el principal centro de mercadeo al por mayor.

- ⇒ Mercado de San Felipe: precio promedio mensual de venta al minorista; este centro de expendio está ubicado también en la ciudad de Panamá. Aquí venden generalmente los que compran en el Mercado Agrícola Central y sus clientes los representan directamente los consumidores, quienes compran por pequeñas cantidades y corresponden en su mayoría a la clase económica baja y media.
- ⇒ Precios al público de los supermercados reportados por Comisión de Libre Competencia y Asuntos del Consumidor CLICLAC, a partir de encuestas que realiza su Departamento de Estadística.

Evolución de los precios por producto

Tomate de mesa

El fenómeno más interesante que surge del análisis de las estadísticas de precios es el de la disminución de los márgenes promedio en el Mercado de Abasto, como se puede apreciar en los gráficos adjuntos.



El margen productor/ Mercado de Abasto está indicando una creciente participación de los productores en la comercialización, tal como indican las respuestas a las entrevistas realizadas. La creciente participación del margen de

los minoristas a nivel del Mercado San Felipe (típico mercado popular) puede estar indicando la creciente importancia de la demanda por parte de los consumidores de hortalizas.

El siguiente gráfico presenta los márgenes tomando como referencia a los supermercados que refleja la participación en la demanda de los consumidores de mayores ingresos. Aquí se observa la tendencia definitiva que tienen los márgenes productor/mercado de abasto a disminuir. No puede decirse lo mismo del margen final con los super-

Tomate de Mesa

Márgenes Productor Mercado San Felipe

Años	Productor	Mercado de Abasto	Mercado San Felipe	Precio Consumidor
1995	25.55	14.93	1.82	42.30
1996	27.93	4.56	24.01	56.50
1997	26.79	2.78	22.93	52.50
1998	30.50	1.05	26.91	58.45

Porcentajes de participación en el Precio al Consumidor

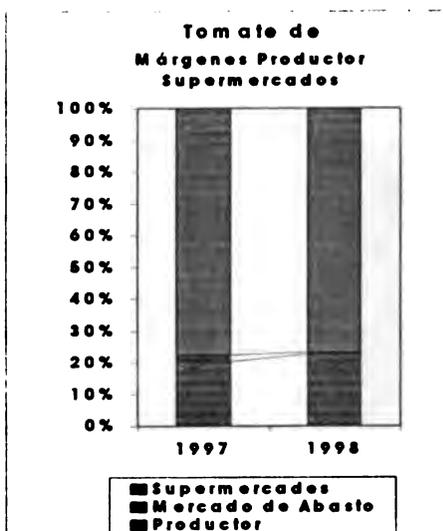
1995	60.39%	35.30%	4.31%	100%
1996	49.43%	8.07%	42.50%	100%
1997	51.02%	5.30%	43.68%	100%
1998	52.18%	1.79%	46.03%	100%

Márgenes Productor Supermercados

Años	Productor	Mercado de Abasto	Supermercados	Precio Consumidor
1995	25.55	14.93		40.48
1996	27.93	4.56		32.49
1997	26.79	2.78	102.55	132.12
1998	30.50	1.05	103.36	134.90

Porcentajes de participación en el Precio al Consumidor

1995	63.11%	36.89%	0.00%	100%
1996	85.96%	14.04%	0.00%	100%
1997	20.27%	2.11%	77.62%	100%
1998	22.61%	0.77%	76.62%	100%

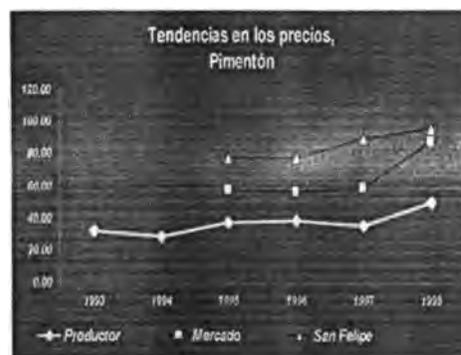
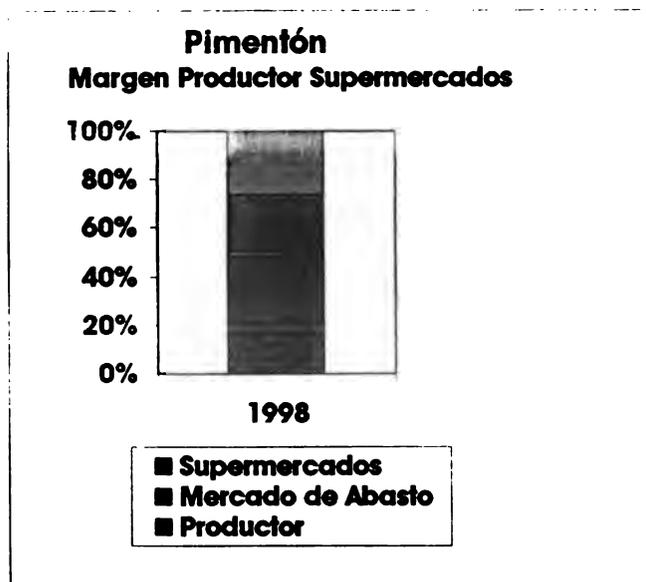


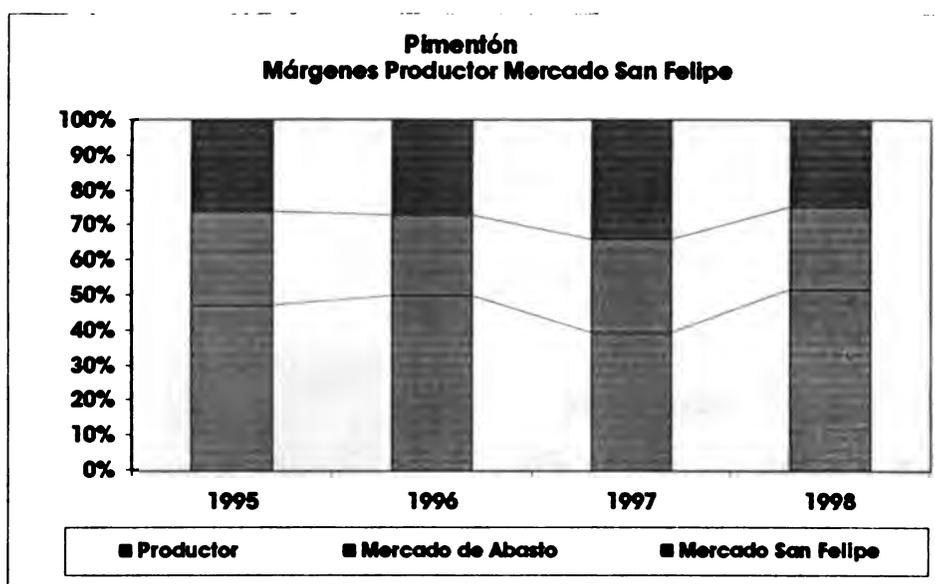
mercados que se mantiene relativamente estable, aunque sólo pueden disponerse de dos años de observaciones.

El otro elemento es el de la tendencia histórica de los precios de tomate de mesa. Surge de los datos que los precios en el mercado de abasto han tendido a disminuir, no así en los otros mercados incluyendo el precio al productor. Esto enfatiza la conclusión de la reducción de los márgenes a nivel del mercado mayorista.

Pimentón

Los precios del pimentón han tendido a subir en los últimos años a todos los niveles como se observa en los gráficos. No se disponen de series de tiempo para el precio al consumidor en los supermercados pero la indicación dada por el Mercado de San Felipe permite inferir una tenden-





cia similar. Los del Mercado de Abasto muestran una relativa estabilidad aunque se nota el incremento ocurrido en 1997.

Lo mismo puede apreciarse en los gráficos sobre los márgenes entre el productor y el Mercado San Felipe y la única observación que se dispone para la relación productor Supermercados.

Pimentón
Márgenes Productor Mercado San Felipe

Años	Productor	Mercado de Abasto	Mercado San Felipe	Precio Consumidor
1995	37.18	20.66	20.53	78.36
1996	38.79	17.92	21.17	77.89
1997	35.44	23.71	30.60	89.75
1998	49.46	22.35	23.73	95.55

Porcentajes de participación en el Precio al Consumidor

1995	47.44%	26.36%	26.20%	100%
1996	49.81%	23.01%	27.18%	100%
1997	39.49%	26.41%	34.09%	100%
1998	51.77%	23.40%	24.83%	100%

Márgenes Productor Supermercados

Años	Productor	Mercado de Abasto	Supermercados	Precio Consumidor
1995	37.18	20.66		57.83
1996	38.79	17.92		56.72
1997	35.44	23.71		59.15
1998	49.46	22.35	24.58	96.40

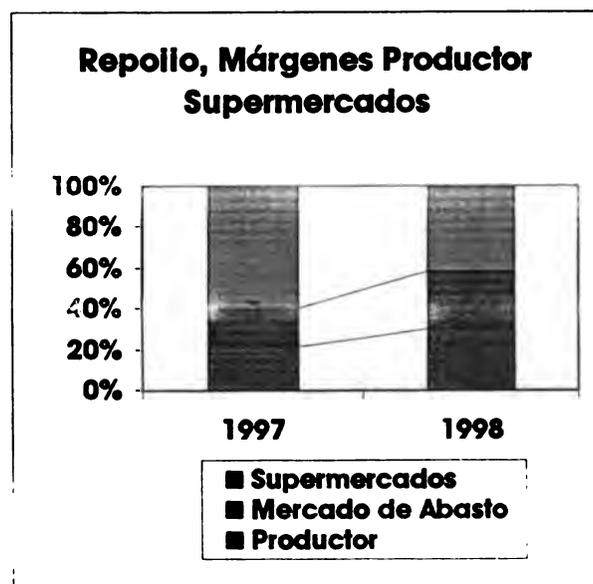
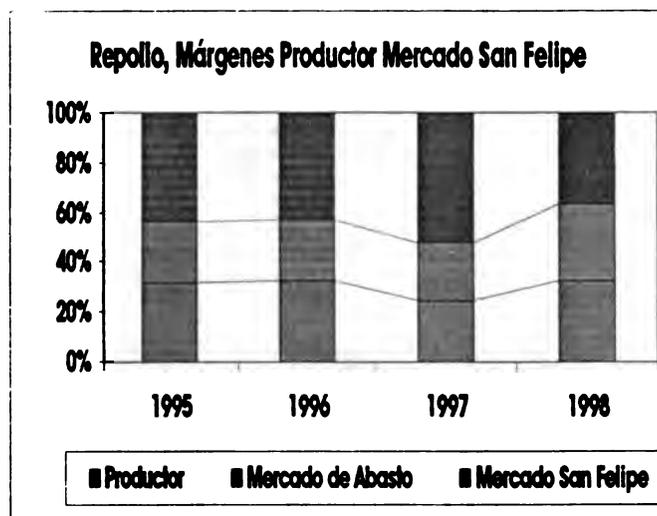
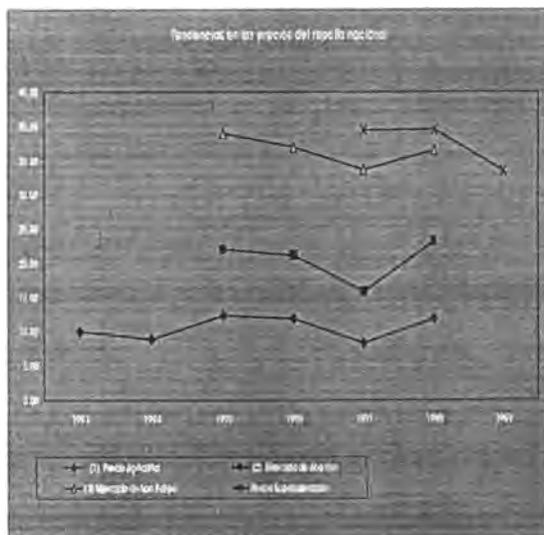
Porcentajes de participación en el Precio al Consumidor

1995	64.28%	35.72%	0.00%	100%
1996	68.40%	31.60%	0.00%	100%
1997	59.92%	40.08%	0.00%	100%
1998	51.31%	23.19%	25.50%	100%

Otros productos.

Se presenta a continuación el análisis gráfico de la situación de los otros productos involucrados en el estudio a los que se puede aplicar un razonamiento similar al presentado arriba.

Repollo



Repollo

Márgenes Productor Mercado San Felipe

Años	Productor	Mercado de Abasto	Mercado San Felipe	Precio Consumidor
1995	12.35	9.65	17.00	39.00
1996	11.95	9.15	15.82	36.92
1997	8.31	7.52	17.75	33.58
1998	11.92	11.19	13.34	36.45

Porcentajes de participación en el Precio al Consumidor

1995	31.67%	24.74%	43.59%	100%
1996	32.37%	24.78%	42.85%	100%
1997	24.75%	22.39%	52.86%	100%
1998	32.70%	30.70%	36.60%	100%

Márgenes Productor Supermercados

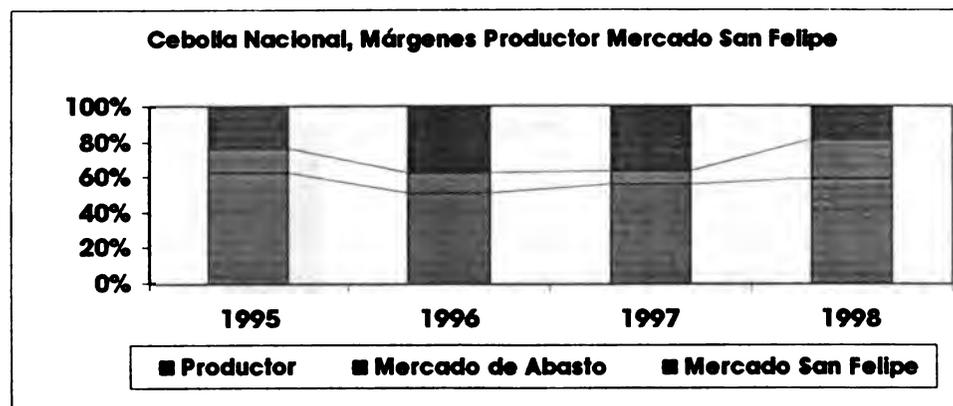
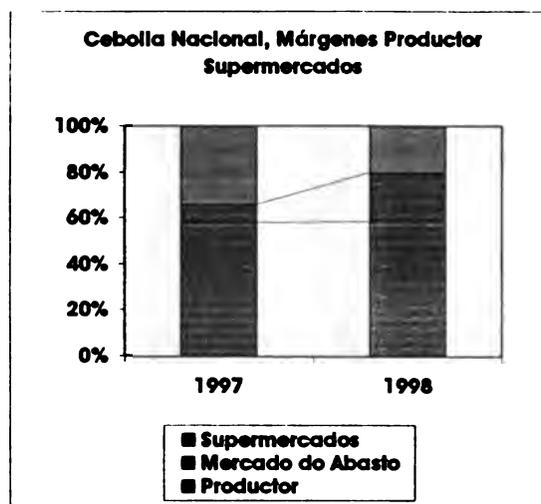
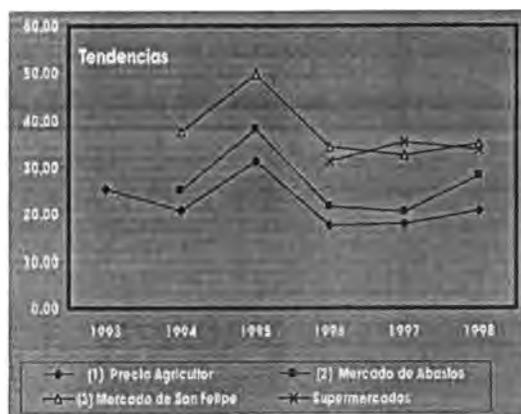
Años	Productor	Mercado de Abasto	Supermercados	Precio Consumidor
1995	12.35	9.65		22.00
1996	11.95	9.15		21.10
1997	8.31	7.52	23.61	39.44
1998	11.92	11.19	16.38	39.49

Porcentajes de participación en el Precio al Consumidor

1995	56.14%	43.86%	0.00%	100%
1996	56.64%	43.36%	0.00%	100%
1997	21.07%	19.07%	59.86%	100%
1998	30.19%	28.34%	41.48%	100%



Cebolla



Márgenes Productor Mercado San Felipe

Años	Productor	Mercado de Abasto	Mercado San Felipe	Precio Consumidor
1995	31.22	6.89	11.72	49.83
1996	17.69	3.82	12.82	34.33
1997	18.09	2.38	11.98	32.45
1998	20.65	7.57	6.58	34.80

Porcentajes de participación en el Precio al Consumidor

1995	62.65%	13.83%	23.52%	100%
1996	51.53%	11.13%	37.34%	100%
1997	55.75%	7.33%	36.92%	100%
1998	59.34%	21.75%	18.91%	100%

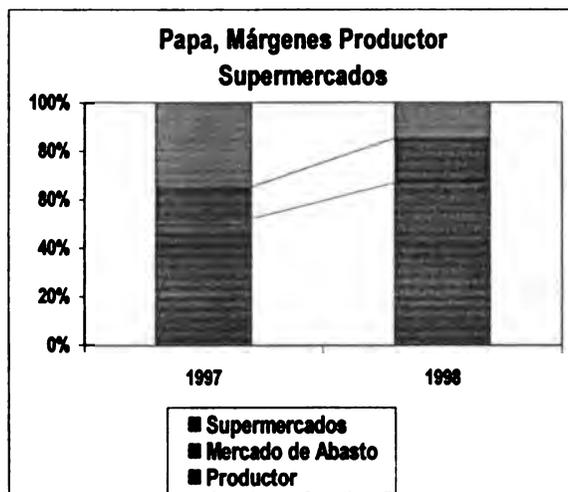
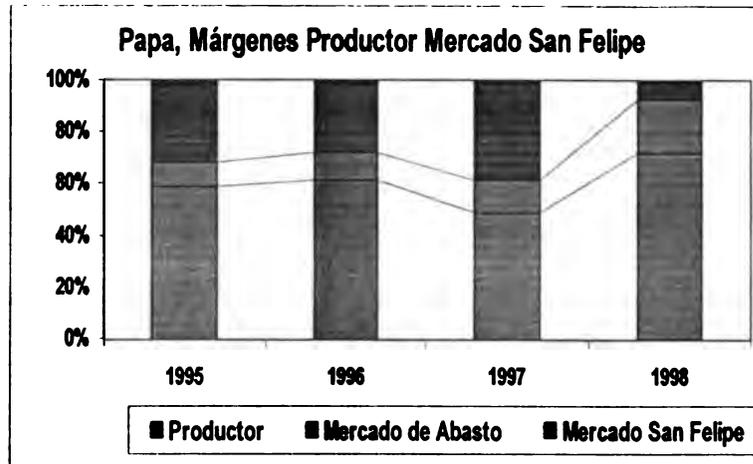
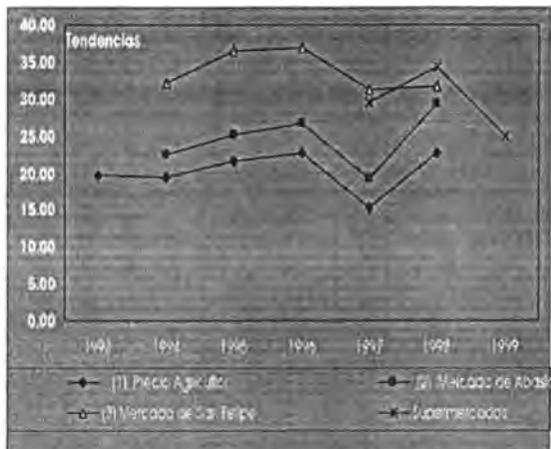
Márgenes Productor Supermercados

Años	Productor	Mercado de Abasto	Supermercados	Precio Consumidor
1995	31.22	6.89		38.11
1996	17.69	3.82		21.51
1997	18.09	2.38	10.62	31.09
1998	20.65	7.57	7.16	35.38

Porcentajes de participación en el Precio al Consumidor

1995	81.92%	18.08%		100%
1996	82.24%	17.76%		100%
1997	58.19%	7.66%	34.16%	100%
1998	58.37%	21.40%	20.23%	100%

Papa



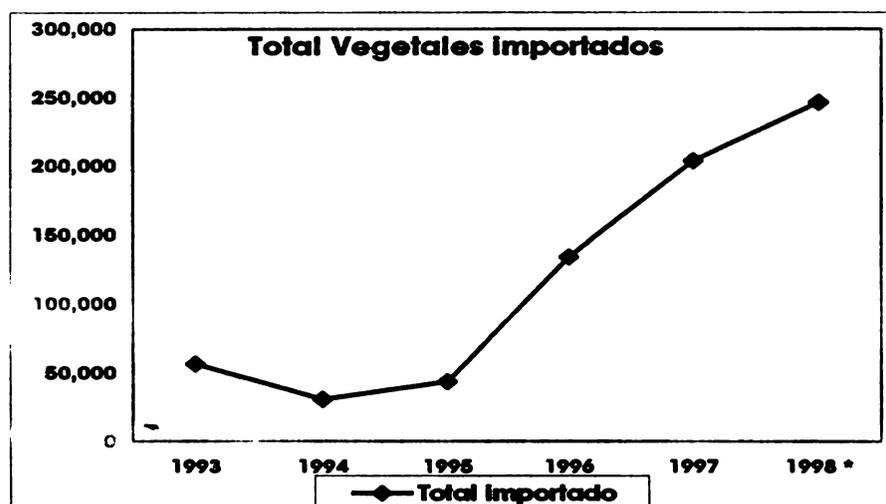
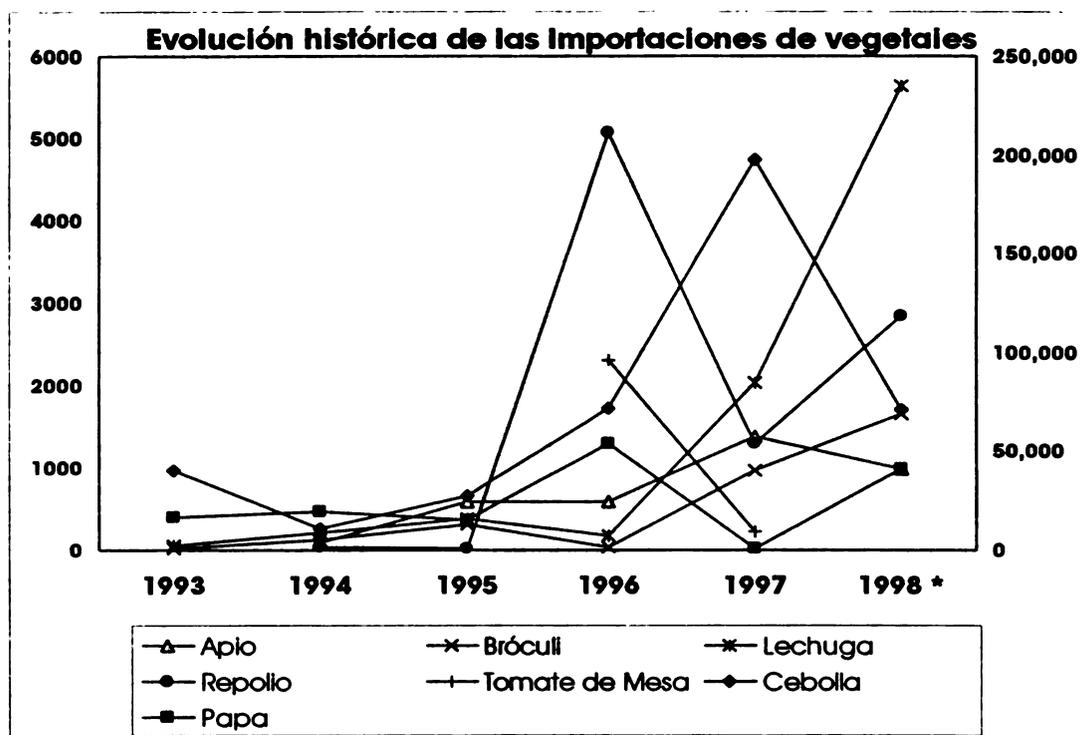
Papa, Márgenes Productor Mercado San Felipe

Años	Productor	Mercado de Abasto	Mercado San Felipe	Precio Consumidor
1995	21.57	3.46	11.47	36.50
1996	22.70	3.99	10.31	37.00
1997	15.35	3.82	12.08	31.25
1998	22.81	6.44	2.39	31.64
Porcentajes de participación en el Precio al Consumidor				
1995	59.10%	9.48%	31.42%	100%
1996	61.35%	10.78%	27.86%	100%
1997	49.12%	12.22%	38.66%	100%
1998	72.09%	20.35%	7.55%	100%

Márgenes Productor Supermercados

Años	Productor	Mercado de Abasto	Supermercados	Precio Consumidor
1995	21.57	3.46		25.03
1996	22.70	3.99		26.69
1997	15.35	3.82	10.35	29.52
1998	22.81	6.44	5.00	34.25
Porcentajes de participación en el Precio al Consumidor				
1995	86.18%	13.82%		100%
1996	85.05%	14.95%		100%
1997	52.00%	12.94%	35.06%	100%
1998	66.60%	18.80%	14.60%	100%

Importaciones de hortalizas



Comportamiento de las Importaciones de Productos Hortícolas

Quintales importados por año

Cultivo	1993	1994	1995	1996	1997	1998 *
Cebolla	40,200	11,113	27,507	71,635	197,447	71,049
Papa	16,530	19,250	15,111	53,996	786	41,157
Apio		94	578	589	1,383	977
Brócoli	20	121	304	41	964	1,649
Lechuga	53	211	372	176	2,026	5,645
Repollo		28	23	5,076	1,293	2,845
Tomate de Mesa				2,304	216	
Total impor	56,803	30,817	43,895	133,817	204,115	246,644

(*) Las cifras de 1998 solo incluyen el primer semestre.

Fuente: - MIDA - Departamento de Planificación.

La Demanda de Hortalizas.

El consumo de hortalizas presenta, durante los últimos años, una tendencia al incremento. Esto se observa en los rubros papa, cebolla, repollo, tomate y pimentón, con aumentos del 43%, 23%, 15%, 12% y 31%, respectivamente, en el año 96, con relación al año 1993.

El siguiente cuadro muestra un resumen de estas tendencias. Si bien las estadísticas están disponibles sólo hasta el año 96, todas ellas muestran una clara tendencia positiva. Notablemente el consumo de papa aumenta en un promedio de 2,197 Tm por año y las 5 hortalizas en un promedio de 4,051 Tm por año.

Cuadro 1. Mercado Nacional, Volumen y Tendencia (TM)

Rubro	1993	1994	1995	1996	Tendencia Interanual
Papa	12,542.0	16,707.6	22,453.2	17,951.4	2,197.38
Cebolla	12,961.9	16,835.6	16,534.2	15,960.6	869.47
Tomate	27,043.9	29,914.1	26,372.6	30,399.9	652.65
Pimentón	1,617.9	1,772.4	1,941.7	2,127.2	169.72
Repollo	3,127.2	3,280.7	3,441.8	3,610.8	161.19
Total	59,285.90	70,504.40	72,738.50	72,045.90	4,051.41

Fuente: Contraloría General de la República.

Hojas de balance de alimentos: Años 1993 94 95 96.

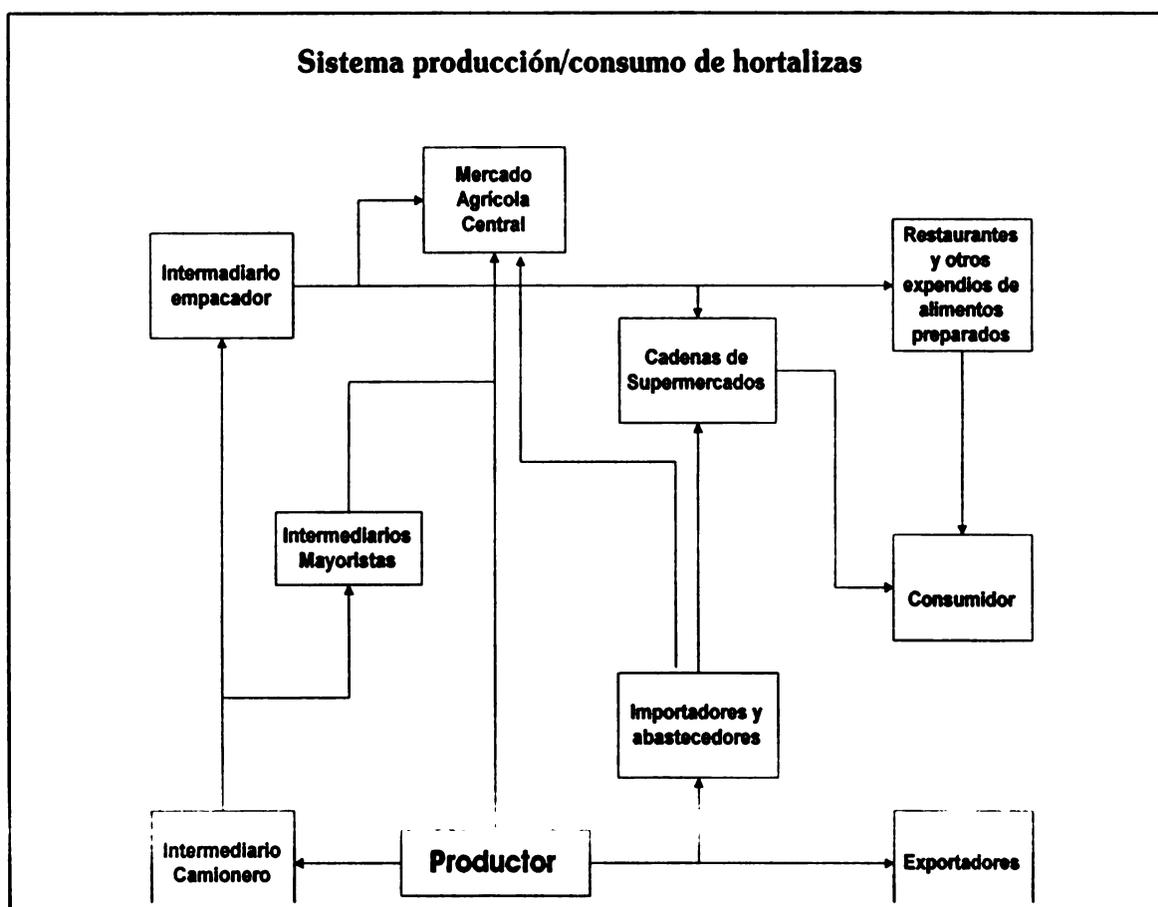
Esta demanda es abastecida principalmente con la producción nacional, dándose una participación superior al 80% en los rubros presentados, hasta 1996. Sin embargo, es importante notar el incremento sustantivo de las importaciones recientes, lo que indicaría una creciente sustitución en el abasto de la producción nacional.

Cuadro 2. Satisfacción de la demanda según origen de la oferta (Tm)

Cultivo	Demanda	Satisfacción de la Demanda		% de la Producción Nacional
		Importación	Producción Nacional	
Papa	17,951.4	2,454.4	15,497.0	86.33%
Cebolla	15,960.6	3,256.1	12,704.5	79.60%
Repollo	3,610.8	230.7	3,380.1	93.61%
Tomate	30,399.9	1,381.8	29,018.1	95.45%
Pimentón	2,127.2	0	2,127.2	100.00%
Total	70,049.90	7,323.00	62,726.90	89.55%

Sistema de producción consumo de las hortalizas en Panamá

El sistema producción/consumo define cómo se integran y relacionan los diferentes actores entre sí para el abastecimiento de hortalizas al consumidor. El cuadro siguiente describe los actores y cómo se relacionan entre sí de una manera general. En algunos casos, por ejemplo la relación de los productores con los supermercados, las líneas de relación no están explicitadas pero en el texto más adelante se las des-



cribe, en la medida en que de las entrevistas surge la información pertinente.

Los actores son los siguientes:

- ⇒ Productores: Que cultivan la tierra y generan el producto básico que se ofrece al mercado.
- ⇒ Intermediario camionero: Compra el producto directamente del productor y lo distribuye a los intermediarios, empacadores y mayoristas que tengan contratos con supermercados, hospitales u otros centros de distribución y consumo.

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

- ⇒ Intermediario empacador: Compra la mercadería en general del intermediario camionero, la clasifica y empaca para ofrecerlas a fruterías, restaurantes y hoteles.
- ⇒ Mercado Agrícola Central: Por este mercado, ubicado en la Ciudad de Panamá, pasa el 71% de la producción nacional. Este mercado, por lo tanto, funciona como formador de precios y está manejado por los intermediarios mayoristas que tienen sus cubículos dentro de sus instalaciones.
- ⇒ Cadenas de Supermercados: son grandes instalaciones de distribución de mercaderías al consumidor final. Adquieren el producto a través de importadores y abastecedores reconocidos, intermediarios mayoristas y productores. En general realizan una reclasificación y reembase del producto para su distribución a los centros comerciales.
- ⇒ Fruterías, restaurantes y hoteles: Estas empresas manejan un cierto volumen constante de producto. Tienen como exigencia la clasificación y la calidad del producto, son considerados como clientes muy cotizados.
- ⇒ Carretilleros, carnicerías, pickup de ventas de barriadas: Estos pequeños distribuidores se suplen de los intermediarios mayoristas en el Mercado Central. Sus exigencias de calidad son menores.
- ⇒ Importadores y abastecedores: Abastecen directamente al consumo intermedio a través de importaciones o de compras en el mercado nacional. Son empresas establecidas que cumplen con las reglamentaciones vigentes. Sus principales clientes son los supermercados, aunque en ocasiones abastecen a los mayoristas del Mercado Central.
- ⇒ Consumidor: El eslabón final de la cadena. En general no mantiene una demanda especial en cuanto a variedad y calidad de productos y su presentación. Sin embargo, el crecimiento y las exigencias del consumo en los últimos años indican un aumento global de la demanda y mayores exigencias en calidad y variedad de productos. Las importaciones por un lado y las demandas especiales de grupos étnicos, especialmente los asiáticos, han contribuido enormemente a la expansión del consumo de hortalizas.

Las Entrevistas

Productores

Las entrevistas llevan a entender algunos de los principales problemas que enfrentan los productores en el cultivo y comercialización de las hortalizas.

En primer lugar, una coincidencia en todos los entrevistados plantea el problema de los cambios que han comenzado a realizar para ajustarse a las condiciones del mercado abierto a las importaciones. La crisis en la producción de cebollas, por ejemplo, se centra en la imposibilidad (a veces más psicológica que cierta) de poder competir con el producto importado. La crisis se manifiesta aun más por la modalidad que comparten la mayoría de los productores de tener un cultivo principal del cual deviene la mayor parte de sus ingresos y una serie de cultivos secundarios que le ayudan a aprovechar la tierra durante los períodos intermedios. Esto hace que la crisis económica sea mayor cuando el cultivo principal enfrenta períodos de bajos precios y debe ser substituido.

La otra característica del sistema de producción de hortalizas es la dependencia en el capital operativo. La mayor parte de los gastos de producción son en efectivo (semillas, agroquímicos, mano de obra) para los que dependen de sus propios recursos o de préstamos de diversas fuentes. Cuando la fuente es el banco nacional, éste tiene más flexibilidad para extender los plazos para el pago, pero cuando los préstamos provienen de casas comerciales o de los compradores del producto la situación tiende a ser conflictiva, en algunos casos con la pérdida de las propiedades. En general parece que este problema, del endeudamiento, es más crítico que el de la falta de créditos o la baja disponibilidad de los mismos. En este sentido, la flexibilidad del BDA y del BNP han ayudado, con la extensión de los plazos, a la recuperación de los productores.

El otro problema planteado es el del proceso de transición en sí, frente a los ajustes que impone la competitividad de un mercado abierto. Para que estos se realicen es necesario disponer de tecnología alternativa (mejorar la competitividad), mayor información comercial (mercados nuevos, modalidades de operación de los mismos, precios, entre otros) y sobre todo de un ambiente de negocios relativamente seguro, con una fuerte presencia de la asistencia técnica en todas sus modalidades. Esto no ha sucedido y los productores enfrentaron nuevas formas de intermediación con los mercados de exportación, condiciones y productos con los que competir, para los que la tecnología disponible no les era útil.

Los productores manifiestan con mucho énfasis la falta de apoyo institucional en los aspectos técnicos y de mercados. El tema de las

semillas se manifiesta como problema, tanto en su disponibilidad en el momento de la siembra como en las variedades que pueden ser buenas competidoras en el mercado del producto.

La mayor parte de las semillas y los agroquímicos son distribuidos por las casas comerciales y los contratistas. En muchos casos, su uso se produce sin el apoyo técnico ni la seguridad que da la liberación oficial de las tecnologías para su distribución, producida por los organismos oficiales. En otros casos, los productores mismos las importan a su propio riesgo.

Yo sembré melón y zapallo y exporté a través de una compañía de XXXXXX y aún me deben B/4,500, por lo que no tengo planes para cultivar estos rubros.

Entrevistas

Esta situación es de relativo descontrol, pues los organismos oficiales realizan la validación de las tecnologías y su liberación. El descontrol es producto de la velocidad con que están ocurriendo los cambios en materia tecnológica y del justo deseo de los productores de ser exitosos en su negocio.

Un tema adicional de importancia para el futuro de las regiones productivas es el de los servicios al productor, particularmente el de los laboratorios. Es conocido de muchos de ellos que están utilizando dosis de fertilizantes mayores de las que necesitan y esto tiene un efecto negativo, pues la presencia de algunos productos químicos en exceso está dañando el suelo y reduciendo la producción.

La mayoría de los productores identifica al mercado como su principal problema. En el caso del zapallo, por ejemplo, se han dado pérdidas importantes por la falta de cumplimiento en el pago o por el deterioro del producto en el mercado o en el tránsito al mercado. En general los productores han tenido que aprender a relacionarse con este nuevo tipo de intermediario "el Broker", lo que enfrentan con un alto grado de inseguridad.

Por otra parte, la creciente participación de los supermercados en la demanda de productos hortícolas ha comenzado a cambiar las modalidades en la comercialización de los productos, con un mayor énfasis en calidad, presentación y durabilidad en los estantes. Esta también es una relación nueva que, si bien ha mostrado un gran potencial, también genera incertidumbre.

"El principal problema que se observa es el del mercado, ha llegado el momento de sentarse con las cadena de supermercados, quienes en su mayoría son los importadores, porque no les conviene continuar perdiendo dinero con estos productos perecederos si pueden llegar a un acuerdo con los productores donde se les garantice un abastecimiento continuo y de calidad".

Entrevistas

Intermediarios

La intermediación tradicional de hortalizas es llevada a cabo por pequeños camioneros ligados al abastecimiento del Mercado de Abasto en Panamá principalmente y de los mercados regionales de David, Santiago, Las Tablas, Chitré, entre otros, y los intermediarios que se ocupan de abastecer a los supermercados y otros negocios de venta al menudeo, ya sea con producto nacional o importado.

Compro directamente a los productores que vendan más barato y con una excelente calidad, de lo contrario no podría competir.

El comprador exige clasificado de primera calidad y a pesar de ello me transfieren las mermas que se dan en el manejo.

El principal problema para ser más competitivo es el precio muy alto que pago y la competencia directa de los productores con mis clientes.

*Entrevistas,
pequeño Intermediario*

En muchos casos, los intermediarios han surgido de productores que, para poder comercializar su producción se relacionan con los consumidores intermedios, ya sea a través de contratos o libremente. También los mismos productores realizan actividades de comercialización directa, sin abandonar su actividad principal de producción.

Frente a este escenario de competencia en la comercialización, los intermediarios se diferencian entre sí por la calidad del servicio que ofrecen. Por un lado, a los productores le ofrecen financiamiento, transporte y ayuda en la clasificación; a los compradores le ofrecen abastecimiento seguro y el producto ya clasificado y puesto en sus bodegas.

La relación con los productores es hecha normalmente en forma de contrato de tal manera de asegurar el abastecimiento. Esta modalidad, por ejemplo, muy difundida en Boquete, promueve una mayor estabilidad en la producción pero limita la competencia cuando pequeños intermediarios, sin el adecuado nivel de financiamiento, quieren entrar a comprar producto.

Vende en un mercado considerado como cautivo (Supermercado en Panamá) y piensa que mientras mantenga la calidad no tendrá problemas. La finca productora le entrega el producto ya clasificado y él personalmente vigila la operación para que ésta se cumpla de acuerdo a las exigencias.

Entrevistas

Para los intermediarios, tal vez el principal problema es la disponibilidad de financiamiento que les permita hacer contratos de abastecimiento más seguros con los productores o compras al contado. En general, no identifican la falta de mercado (demanda) como un problema importante sino el nivel de

competencia que existe con los otros intermediarios.

En general, plantean a las importaciones como competitivas con el producto nacional que ellos ofrecen, cuestión que debe ser resuelta a nivel de los consumidores, pero enfatizan más como un peligro cierto a su permanencia competitiva en el negocio de la intermediación, la tendencia a la concentración, de la actividad de comercialización, en grandes empresas.

La producción puede crecer en un 50% más de acuerdo a los requerimientos y oportunidades que se den en el mercado de consumo.

Entrevistas

Supermercados y detallistas

La participación de las hortalizas en el negocio de venta al consumidor ha crecido en los últimos años y de ahí la importancia creciente que se le ha dado a los departamentos de ventas de esta producto en los supermercados y a la aparición y crecimiento de fuentes alternas de expendio. De hecho, uno de los problemas planteados es el del abastecimiento continuo que resultó en la introducción de productos importados como complemento a la producción nacional.

La importancia creciente de las ventas de hortalizas plantea problemas en su manejo, por ser productos altamente perecederos, que resultan en pérdidas, a veces importantes. Uno de los problemas precisamente se refiere a las pérdidas ocasionadas con la introducción de importaciones en volúmenes que no pueden mercadearse con la velocidad necesaria para mantener el producto fresco. Estos problemas se extienden a la disponibilidad de personal y de estrategias de mercado que tengan por propósito minimizar estas pérdidas. Sin embargo, el problema de calidad que éstas plantean tiene raíces más profundas en la organización y desarrollo incipiente de la economía de las hortalizas. No existen, excepto para el producto importado, estándares aceptados de calidad ni organismo que los garantice

Esta empresa tiene contrato con un Intermediario abastecedor de productos y le compra también de manera directa a los agricultores, a quienes les exige una buena calidad en los productos, ofreciéndoles un sobreprecio de dos o tres centavos sobre el precio en plaza al momento de la compra y pagan al contado. Como política de la empresa, de darse alguna merma, ésta se carga al Intermediario o al agricultor, dependiendo cuál sea el caso y se le descuentarán las compras futuras que se le hagan.

Entrevistas

La competencia a nivel de los supermercados se da mucho más, por lo tanto, en la programación de un abastecimiento coordinado a todas las empresas. En este sentido los contratos de abastecimiento se cumplen a partir de la disponibilidad del producto y de la necesidad de mantener la oferta en las góndolas de manera permanente. Aquí,

por lo tanto, los niveles de competencia son aceptables aunque las dimensiones de las empresas sean mucho más grandes. Los supermercados prefieren mantener una coordinación en sus compras pero también asegurarse abastecimientos alternos que les permitan dar continuidad al mismo.

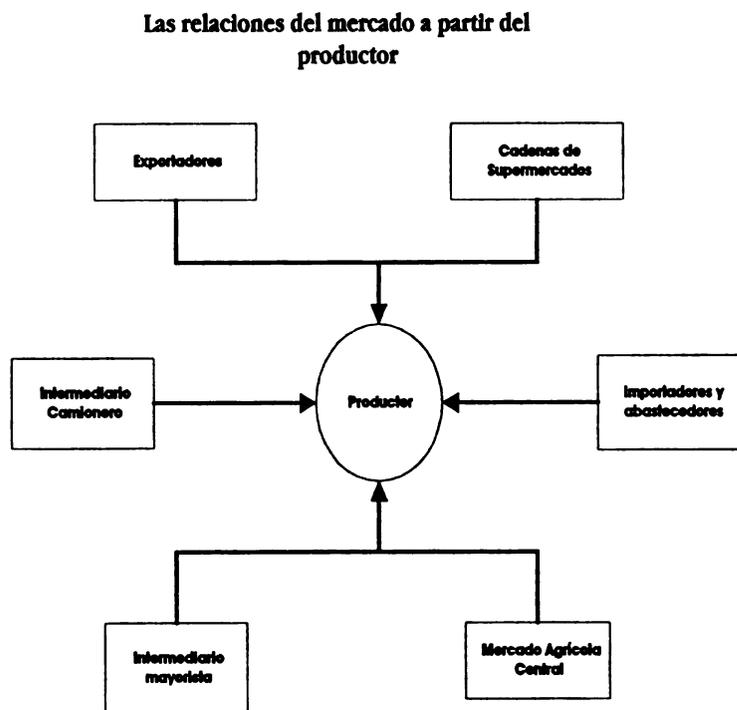
Su empresa también importa productos hortícolas, pero esto sólo se da cuando los precios nacionales suben mucho y los del extranjero están más bajos.

El futuro de la actividad lo vislumbra creciendo a medida que vaya en aumento la población. Piensa que las relaciones con los proveedores deben ser más personales y formales, evitando en la medida de lo posible, el juego vivo, sobre todo en lo que a la calidad del producto se refiere.

Entrevistas

Reflexiones a modo de conclusión

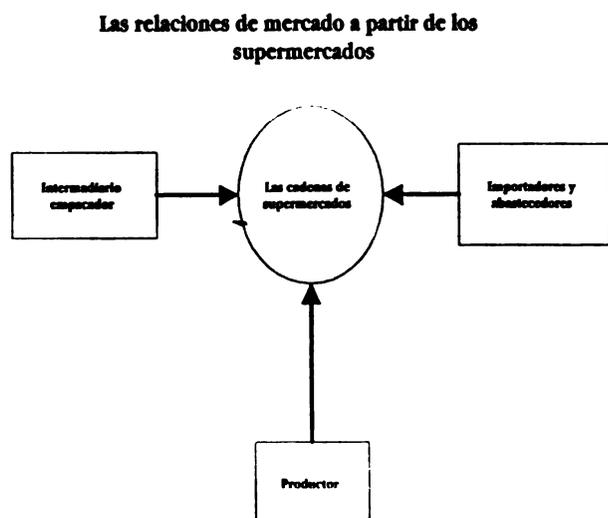
En el contexto de la situación del sistema producción/consumo de hortalizas aparecen dos puntos dentro de la cadena de relaciones que concentran o funcionan como los pivotes del sistema.



Por un lado, alrededor de los productores se desarrolla una fuerte actividad competitiva generada por los compradores intermediarios y alimentada por un creciente consumo de vegetales (ver xx y xx). Es importante notar que la competencia entre intermediarios alrededor de ciertos cultivos se hace sobre la base de servicios que incluyen financiamiento y trans-

porte como mínimo. Los niveles de competencia en este nivel también se reflejan, aunque no tan claramente, en una cierta constancia en el nivel general de los precios promedios a pesar de las mayores varia-

ciones diarias que presentan los mismos. El caso más claro de esta relación lo muestra el tomate, donde la tendencia de los márgenes a nivel mayorista es a reducirse substancialmente, mientras que los márgenes de los detallistas se mantienen más o menos constantes o aún suben un poco.



de vegetales para abastecer a los supermercados. Sin embargo, la mayor parte de la producción es aún comercializada a través de los

El otro punto que comienza a funcionar como pivote de concentración de las relaciones se da con los supermercados. Esto particularmente con el incremento de las importaciones y la aparición de la actividad concentrada de importación

mercados "populares" que mantienen su estructura de márgenes relativamente constantes. Es importante notar que el análisis se basa en datos de tipo anual que dan una idea de las relaciones promedio que ocurrieron en un determinado año y permiten inferir un tipo de situación en la relación día a día pero no la definen específicamente.

El otro punto de reflexión ocurre en la situación general de la demanda de hortalizas. De acuerdo a las estadísticas ofrecidas por la Contraloría de la República la tendencia es al aumento. A pesar de que la serie de tiempo solo nos presenta información hasta el año 96, es posible inferir que este, como todos los fenómenos asociados a los patrones de consumo, es también una indicación de la tendencia actual.

El incremento en el consumo de hortalizas puede deberse a los siguientes motivos: un factor tradicional es el del aumento de la población que refleja una tendencia asociada con el crecimiento vegetativo del mercado. El otro factor es más complicado de probar, se ofrece como hipótesis acerca del comportamiento del consumidor: la influencia del consumo étnico, particularmente de los grupos asiáticos, con un fuerte contenido de vegetales en sus dietas, está influyendo en el modo de consumo de la población general al promover la disponibilidad de una mayor variedad de vegetales y su tipo de dieta.

Finalmente, el consumo de vegetales aumenta por un incremento general en el nivel de ingresos de la población pues este tipo de producto tiene elasticidad ingreso positiva, como ha sido demostrado en otros países.

Por lo anterior, es posible suponer que estamos frente a un mercado nacional en expansión. Esta situación se refleja en los cambios que están ocurriendo en el mercado nacional y que están siendo promovidos por el proceso de apertura comercial. Las importaciones se han iniciado y ya no será posible cerrarlas, por lo que a los productores locales les queda abierto solamente el camino de la competencia.

También están ocurriendo cambios en los mercados centroamericanos particularmente en Costa Rica donde han comenzado a surgir intereses de comercialización, en empresas de regular tamaño, con una visión regional del comercio. Esto promovería el actualmente pobre comercio entre los países de la región del Istmo Centroamericano.

Parece, por lo tanto, importante enfatizar las palabras de uno de los entrevistados acerca del momento actual: *"ha llegado el momento de sentarse con las cadenas de supermercados"* que bien puede generalizarse a todos los componentes del sistema producción/consumo de hortalizas sobre la base de que el mejor desarrollo del mercado nacional y su adecuado abastecimiento es una responsabilidad de todos y cada uno de sus integrantes.

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

Epílogo

El trabajo de diagnóstico de la situación de las hortalizas seleccionadas, reflejado en este estudio del "Sistema Producción/Consumo de Hortalizas en Panamá", fue presentado a un "grupo de interés" integrado por los representantes del sistema o de la cadena como usualmente se lo denomina. Una lista de los asistentes se presenta en un anexo de este documento.

La presentación siguió la forma de taller en dos partes: una dirigida a la discusión del estudio en sí y otra a la identificación y priorización de acciones de solución frente a los hallazgos del diagnóstico.

En cuanto a la discusión del diagnóstico, los comentarios generales aceptaron el contenido del mismo como útil para la elaboración de propuestas de solución. Se hicieron comentarios acerca de la necesidad de utilizar los precios del tomate al productor que se ofrecen en la región más importante de producción (Río Sereno) en vez de los utilizados en el estudio y que están referidos a Boquete. Esto agregaría precisión al análisis de los márgenes en la distribución de la participación de productores, intermediarios y consumidores en el precio final del producto.

Para un mejor desarrollo del taller de identificación y priorización de acciones de solución, se identificaron tres grandes áreas de problemas que fueron presentadas al grupo:

1. La existencia de una crisis de oferta, demostrada por las tendencias recesivas en la producción de la mayoría de los cultivos analizados, contrapuesta con un incremento de la demanda demostrado por las estadísticas de la Contraloría y argumentadas en el incremento de la población, del ingreso per cápita y por una hipotizada tendencia al incremento en el consumo de hortalizas como alimento "saludable" y por el efecto demostrativo de las demandas étnicas en la población nacional.
2. Los problemas generados por los grandes cambios que están ocurriendo en el mercado a partir de los procesos de globalización y apertura comercial que se viven en Panamá.
3. Finalmente, se agrupan los problemas planteados por las nuevas tecnologías requeridas para enfrentar la competitividad en los mercados nacionales e internacionales y las nuevas demandas de calidad exigidas por los consumidores.

En el Cuadro 11 se presentan los resultados de esta parte del taller. Este cuadro sirve de base para un análisis posterior que conduzca a la identificación y elaboración de programas y proyectos para enfrentar los diferentes problemas encontrados. Esta será una etapa posterior sustentada en este estudio y con la priorización de problemas y acciones.



Cuadro 11. Identificación y priorización de acciones de solución

Problema	Alternativa de solución	Prioridad
I) Crisis de oferta con incremento de demanda	a) Programación estacional de la producción	3
	b) Consenso entre productores	1
	c) Acuerdos comerciales	2
	d) Capacitación de administración	1
B) Manejo empresarial de la finca	a) Información gerencial	2
	b) Información tecnológica	3
	c) Capacidad de manejo de tecnología	4
	d) Capacitación de administración	1
C) Sostenibilidad	a) Programa de identificación de nuevos productos	1
	b) Políticas de incentivo de nuevos productos y penetración del mercado	1
	c) Promoción de las exportaciones	1
D) Diversificación de oferta	a) Programa de identificación de nuevos productos	1
	b) Políticas de incentivo de nuevos productos y penetración de mercado	2
	c) Promoción de las exportaciones	3
	d) Políticas específicas para la promoción e incentivo a la exportación	1
	e) Estrategias de incremento de las exportaciones	2
	f) Proyectos de inversión para la promoción de las exportaciones	3

Problema	Alternativa de solución	Prioridad
II) Cambios en el mercado	a) Política de protección de la actividad comercial y ambiente seguro de trabajo	
	(1) Disponibilidad de estándares y normas de calidad	2
	(2) Procedimientos claros de acuerdos comerciales	3
	(3) Organización de garantía y resoluciones de diferencia	1
	(4) Asesoría, apoyo y capacitación para la implementación de procedimientos de comercio exterior	4
A) Nuevos actores y procedimientos	(5) Acción integrada nacional de normas y procedimientos de comercio	5
	b) Supervisión y seguimiento a la comercialización	
	(1) CLICAC	1
	(2) Asociaciones de Productores	2
	a) Nacional	
B) Nuevos mercados	(1) Identificación de mercados	
	(2) Hacia la Capital (EMEX)	2
	(3) Hacia el resto del país	3
	(4) Hacia el canal	1
	Promoción de mercados	
	(1) Legislación y ordenamiento municipal	2
	(2) Políticas de promoción e incentivos de nuevos mercados	1
	c) Regional (América Central y República Dominicana)	
	(1) Acuerdos de comercio y transporte entre los países	3
	(2) Coordinación e intercambio de información comercial y de negocios	2
	(3) Desarrollo y acciones de alianzas estratégicas, inversiones conjuntas	1
	d) Extrarregional USA, UE	
	(1) Información comercial y de negocios	2
(2) Desarrollo de comercializadoras y/o relaciones confiables de interés mutuo con otras existentes	1	



Problema	Alternativa de solución	Prioridad
III) Nuevas tecnologías y nuevas demandas de calidad de calidad		
A) Generación y transferencia de tecnología	a) Acción asesora para la transferencia tecnológica	2
	b) Investigación dirigida al desarrollo de la producción nacional	1
	c) Capacitación y transferencia de la tecnología adecuada por medios públicos y privados	3
B) Agroindustrias		1
a) Otros	(1) Implementación de un control de calidad a través de laboratorio/s para la determinación de residuos químicos, en productos agrícolas nacionales y extranjeros	1

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

Anexo 1
Los precios

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

Producto - Tomate de Mesa, (Lycopersicum Sculentum

Cuadro 12. Precio Productor vs Consumidor (B./QQ)

Meses/Años	(1) Precio Agricultor												(2) Mercado de Abastos			(3) Mercado San Felipe			(4) Supermercados	
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1995	1996	1997	1998	1995	1996	1997	1998	1997	1998	1998	1999		
Enero	15.25	16.92	29.75	14.16	30.25	35.42	48.75	15.17	32.17	30.00	60.00	28.00	51.00	61.00	112.48	124.35				
Febrero	12.92	17.58	18.33	19.21	21.00	22.42	24.92	24.83	15.58	25.00	27.00	39.00	32.00	50.00		87.50				
Marzo	23.00		14.25	37.83	12.33	34.92	27.83	30.00	15.00	32.00	27.00	70.00	31.00	65.00						
Abril	19.75	23.75	23.25	15.75	13.58	42.08	35.42	24.08	18.42	32.00	28.00	42.00	30.00	63.00	104.86					
Mayo	33.58	28.75	27.50	22.17	21.92	32.08	40.75	26.92	25.17	33.00	39.00	44.00	46.00	59.00	105.42					
Junio	37.75	21.50	25.17	36.92	27.50	33.08	33.33	39.17	32.17	41.00	40.00	59.00	54.00	72.00	108.47					
Julio	42.17	15.08	25.67	51.67	31.67	38.33		48.92	35.08	34.00		79.00	62.00	65.00	97.87					
Agosto	24.33	11.08	24.25	40.58	28.25	25.75	38.00	38.33	30.42	27.00		66.00	71.00	48.00	96.86					
Septiembre	11.83	89.75	39.83	34.33	19.92	24.33	60.75	17.08	23.58	24.00	63.00	34.00	39.00	43.00	87.78					
Octubre	37.42	37.25	33.83	20.83	43.92	23.42	57.00	27.17	45.58	30.00	58.00	43.00	68.00	50.00	106.88					
Noviembre	45.42	66.67		20.83	38.42	23.67	40.42	47.08	39.83	39.00	43.00	73.00	70.00	67.00	113.33					
Diciembre	43.75	42.00	19.17	20.83	32.67		38.08	51.08	41.83		38.00	101.00	76.00		133.28					
Promedio	28.93	33.67	25.55	27.93	26.79	30.50	40.48	32.49	29.57	31.55	42.30	56.50	52.50	58.45	102.55	103.36	105.93			

(1) Precio promedio mensual recibido por los agricultores en la COOHMERC

(2) Precio promedio frecuente mensual, recibido por los transportistas, agricultores e intermediarios en el Mercado Agrícola Central / Panamá.

(3) Precio promedio mensual al minorista en el Mercado Público de San Felipe / Panamá.

(4) Precio promedio reportado por las encuestas de CLICLAC.

Fuentes: (1) Cooperativa Hortícola de Mercadeo, R.L

(2 - 3) IMA / Dirección de Servicio de Información Comercial

(4) Comisión de Libre Competencia y Asuntos del Consumidor, Dirección de Asuntos de la Competencia, Departamento de Estadística.



Cuadro 13. Márgenes de precios entre los diferentes actores de la Cadena del Tomate de mesa

Meses / Años	Agricultor Mercado Abasto					Agricultor mercado San Fe- pe					Agricultor Su- permercados			Mercado de abasto / San Fe- lipe			Mercado de Abasto / Su- permercados			
	1995	1996	1997	1998	1998	1995	1996	1997	1998	1998	1997	1998	1997	1998	1995	1996	1997	1998	1997	1998
Enero	19.00	1.01	1.92	-5.42	30.25	13.84	20.75	25.58	-	77.06	11.25	12.83	18.83	31.00	-	-	-	-	-	82.48
Febrero	6.59	5.62	-5.42	2.58	8.67	19.79	11.00	27.58	-	-	2.08	14.17	16.42	25.00	-	-	-	-	-	-
Marzo	13.58	-7.83	2.67	-2.92	12.75	32.17	18.67	30.08	-	-	-0.83	40.00	16.00	33.00	-	-	-	-	-	-
Abril	12.17	8.33	4.84	-10.08	4.75	26.25	16.42	20.92	-	62.78	-7.42	17.92	11.58	31.00	-	-	-	-	-	72.86
Mayo	13.25	4.75	3.25	0.92	11.50	21.83	24.08	26.92	-	73.34	-1.75	17.08	20.83	26.00	-	-	-	-	-	72.42
Junio	8.16	2.25	4.67	7.92	14.83	22.08	26.50	38.92	-	75.39	6.67	19.83	21.83	31.00	-	-	-	-	-	67.47
Julio	-25.67	-2.75	3.41	-4.33	-25.67	27.33	30.33	26.67	-	59.54	0.00	30.08	26.92	31.00	-	-	-	-	-	63.87
Agosto	13.75	-2.25	2.17	1.25	-24.25	25.42	42.75	22.25	-	71.11	0.00	27.67	40.58	21.00	-	-	-	-	-	69.86
Septiembre	20.92	-17.25	3.66	-0.33	23.17	-0.33	19.08	18.67	-	54.80	2.25	16.92	15.42	19.00	64.20	55.13	-	-	-	55.13
Octubre	23.17	6.34	1.66	6.58	24.17	22.17	24.08	26.58	67.86	58.45	1.00	15.83	22.42	20.00	61.30	51.87	-	-	-	51.87
Noviembre	40.42	26.25	1.41	15.33	43.00	52.17	31.58	43.33	74.58	89.66	2.58	25.92	30.17	28.00	73.17	74.33	-	-	-	74.33
Diciembre	18.91	30.25	9.16	0.00	18.83	80.17	43.33	0.00	-	-	-0.08	49.92	34.17	0.00	-	-	-	-	-	-
Promedio	14.93	4.56	2.78	1.05	16.75	28.57	25.71	27.95	75.77	72.86	1.82	24.01	22.93	26.91	72.98	71.81	-	-	-	71.81



Producto - Pimentón (Capsicum annum)

Cuadro 14. Precio Productor vs Consumidor(B./IQQ)

Meses/Años	(1) Precio Agricultor					(2) Mercado de Abastos				(3) Mercado de San Felipe				Super- merca- dos 1998	
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1995	1996	1997	1998	1995	1996	1997		1998
Enero	27.56	29.30	41.50	23.63	53.77	58.66	68.00	58.50	69.30	67.00	100.00	83.00	139.00	108.00	
Febrero	23.60	18.63	27.73	35.54	34.21	42.75	49.00	55.70	52.80	68.00	68.00	72.00	77.00	93.00	
Marzo	20.30	17.53	27.16	32.06	26.89	57.06	43.00	47.00	43.30	72.00	50.00	68.00	64.00	95.00	
Abril	14.04	20.59	27.33	24.55	24.58	50.07	36.00	35.00	41.30	78.00	47.00	66.00	60.00	98.00	
Mayo	15.82	19.22	24.55	25.18	24.15	49.72	37.00	51.40	42.00	76.00	52.00	73.00	60.00	96.00	
Junio	41.22	15.99	35.98	35.46	32.95	53.13	55.00	48.10	40.60	75.00	87.00		87.00	94.00	103.23
Julio	48.91	38.62	41.95	56.30	53.57	51.51	69.00	60.60	71.60	81.00	94.00		128.00	100.00	102.11
Agosto	44.05	28.06	42.53	50.20	40.94	47.83	60.00	66.90	74.90	75.00	83.00	80.00	129.00	98.00	92.28
Septiembre	28.43	25.69	47.45	31.91	30.30	45.43	58.00	59.60	68.20	63.00	79.00	74.00	90.00	92.00	92.87
Octubre	39.21	28.47	42.47	34.84	39.07	38.48	71.00	58.30	58.60	66.00	99.00	85.00	71.00	88.00	84.27
Noviembre	38.77	45.00	40.00	55.92	37.19		73.00	65.00	64.40	69.00	103.00	100.00	79.00	89.00	
Diciembre	44.22	59.15	47.45	59.94	27.71		75.00	74.50	82.80				93.00		
Promedio	32.18	28.85	37.18	38.79	35.44	49.46	57.83	56.72	59.15	71.82	78.36	77.89	89.75	95.55	96.40

(1) Precio promedio mensual recibido por los agricultores en la COOHMERC.

(2) Precio promedio frecuente mensual recibido por los transportistas agricultores e intermediarios en el Mercado Agrícola Central / Panamá.

(3) Precio promedio mensual al minorista en el Mercado Público de San Felipe / Panamá.

Fuentes: (1) Cooperativa Horticola de Mercadeo R.L.

(2 - 3) IMA / Dirección de Servicio de Información Comercial.

(4) Comisión de Libre Competencia y Asuntos del Consumidor Dirección de Asuntos de la Competencia Departamento de Estadística.



Cuadro 15. Márgenes de precios entre los diferentes actores de la Cadena del Pimentón

Me- ses/Años	Productor Mercado Cen- tral			Productor Mercado San Felipe			Productor Super- mercados	Mercado de Abastos San Felipe			Mercado de Abasto Super- mercados		
	1995	1996	1997	1998	1995	1996	1997	1998	1995	1996	1997	1998	
Enero	26.50	34.87	15.53	8.34	58.50	59.37	85.23	49.34	32.00	24.50	69.70	41.00	-
Febrero	21.27	20.16	18.59	25.25	40.27	36.46	42.79	50.25	19.00	16.30	24.20	25.00	-
Marzo	15.84	14.94	16.41	14.94	22.84	35.94	37.11	37.94	7.00	21.00	20.70	23.00	-
Abril	8.67	10.45	16.72	27.93	19.67	41.45	35.42	47.93	11.00	31.00	18.70	20.00	-
Mayo	12.45	26.22	17.85	26.28	27.45	47.82	35.85	46.28	15.00	21.60	18.00	20.00	-
Junio	19.02	12.64	7.65	21.87	51.02	-	54.05	40.87	32.00	-	46.40	19.00	28.23
Julio	27.05	4.30	18.03	29.49	52.05	-	74.43	48.49	25.00	-	56.40	19.00	21.11
Agosto	17.47	16.70	33.96	27.17	40.47	29.80	88.06	50.17	23.00	13.10	54.10	23.00	17.28
Septiem- bre	10.55	27.69	37.90	17.57	31.55	42.09	59.70	46.57	21.00	14.40	21.80	29.00	29.87
Octubre	28.53	23.46	19.53	27.52	66.53	60.16	31.93	49.52	28.00	26.70	12.40	22.00	16.27
Noviem- bre	33.00	9.08	27.21	-	63.00	-	41.81	-	30.00	-	14.60	20.00	-
Diciem- bre	27.55	14.56	55.09	-	-	40.06	65.29	-	-	25.50	10.20	-	-



Producto - Repollo Nacional (Brassica olerácea)
Cuadro 16. Precio Productor vs Consumidor (B./QQ)

Años	(1) Precio Agricultor												(2) Mercado de Abastos			(3) Mercado de San Felipe			Precio Supermer- cados			
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1998	1995	1996	1997	1997	1998	1998	1995	1996	1997	1998	1997	1998	1998	1999	
Enero	11.34	4.10	16.57	5.83	17.66	10.62	27.00	13.70	25.50	17.00	17.00	50.00	30.00	49.00	38.00				38.73	37.56	37.56	
Febrero	4.96	4.02	17.80	13.29	7.43	14.74	26.00	20.50	15.50	26.00	26.00	40.00	34.00	34.00	37.00						29.50	
Marzo	8.63	6.65	20.09	15.29	5.66	28.14	29.00	33.60	11.70	38.00	38.00	50.00	40.00	30.00	48.00							
Abril	6.26	7.27	7.08	20.04	5.56	19.52	17.00	21.30	10.60	30.00	30.00	34.00	48.00	28.00	47.00					44.61		
Mayo	5.21	6.43	7.40	12.68	5.39	12.27	14.00	15.20	9.50	20.00	20.00	28.00	41.00	29.00	38.00					42.87		
Junio	7.85	10.16	6.79	8.09	6.00	8.38	15.00	16.10	15.80	18.00	18.00	35.00	35.00	33.00	34.00					44.40		
Julio	15.40	13.82	10.89	7.56	10.80	4.85	21.00	14.40	17.90	12.00	12.00	35.00	31.00	35.00	35.00					40.77		
Agosto	15.49	6.04	13.77	6.26	8.21	4.73	25.00	12.80	18.70	11.00	11.00	42.00	29.00	34.00	30.00					38.51		
Septiembre	13.12	4.91	21.79	5.35	9.35	4.57	32.00	20.00	17.30	9.00	9.00	50.00	28.00	29.00	26.00					42.16	35.09	
Octubre	11.94	8.22	9.38	11.72	7.31	11.38	18.00	27.00	14.20	10.00	10.00	35.00	34.00	35.00	30.00					35.05	34.54	
Noviembre	10.46	15.11	8.31	13.91	5.88		17.00	5.00	14.80	17.00	17.00	34.00	42.00	30.00	38.00					41.11	37.96	
Diciembre	9.80	20.95	8.31	23.32	10.49		18.00	33.20	18.50			35.00	51.00	37.00						37.39		
Promedio	10.04	8.97	12.35	11.95	8.31	11.92	22.00	21.10	15.83	23.11	23.11	39.00	36.92	33.58	36.45					39.44	39.49	33.53

(1) Precio promedio mensual recibido por los agricultores en la COOHMERC.

(2) Precio promedio frecuente mensual recibido por los transportistas agricultores e intermediarios en el Mercado Agrícola Central / Panamá.

(3) Precio promedio mensual al minorista en el Mercado Público de San Felipe / Panamá.
 Fuentes: (1) Cooperativa Hortícola de Mercadeo R.L.

(2 - 3) IMA / Dirección de Servicio de Información Comercial.

(4) Comisión de Libre Competencia y Asuntos del Consumidor Dirección de Asuntos de la Competencia Departamental de Estadística.



Cuadro 17. Márgenes de precios entre los diferentes actores de la Cadena del Repollo

Años	Productor Mercado de Abasto				Productor Mercado San Felipe				Productor Supermercados				Mercado de abasto San Felipe				Mercado de Abasto Supermercados	
	1995	1996	1997	1998	1995	1996	1997	1998	1995	1996	1997	1998	1995	1996	1997	1998	1997	1998
Enero	10.43	7.87	7.84	6.38	33.43	24.17	31.34	27.38	23.00	16.30	23.50	21.00	23.00	16.30	23.50	21.00	-	21.73
Febrero	8.20	7.21	8.07	11.26	22.20	20.71	26.57	22.26	14.00	13.50	18.50	11.00	14.00	13.50	18.50	11.00	-	-
Marzo	8.91	18.31	6.04	9.86	29.91	24.71	24.34	19.86	21.00	6.40	18.30	10.00	21.00	6.40	18.30	10.00	-	-
Abril	9.92	1.26	5.04	10.48	26.92	27.96	22.44	27.48	17.00	26.70	17.40	17.00	17.00	26.70	17.40	17.00	-	14.61
Mayo	6.60	2.52	4.11	7.73	20.60	28.32	23.61	25.73	14.00	25.80	19.50	18.00	14.00	25.80	19.50	18.00	-	22.87
Junio	8.21	8.01	9.80	9.62	28.21	26.91	27.00	25.62	20.00	18.90	17.20	16.00	20.00	18.90	17.20	16.00	-	26.40
Julio	10.11	6.84	7.10	7.15	24.11	23.44	24.20	30.15	14.00	16.60	17.10	23.00	14.00	16.60	17.10	23.00	-	28.77
Agosto	11.23	6.54	10.49	6.27	28.23	22.74	25.79	25.27	17.00	16.20	15.30	19.00	17.00	16.20	15.30	19.00	-	27.51
Septiembre	10.21	14.65	7.95	4.43	28.21	22.65	19.65	21.43	18.00	8.00	11.70	17.00	18.00	8.00	11.70	17.00	24.86	26.09
Octubre	8.62	15.28	6.89	(1.38)	25.62	22.28	27.69	18.62	17.00	7.00	20.80	20.00	17.00	7.00	20.80	20.00	20.85	24.54
Noviembre	8.69	(8.91)	8.92	-	25.69	28.09	24.12	-	17.00	37.00	15.20	21.00	17.00	37.00	15.20	21.00	26.31	20.96
Diciembre	9.69	9.88	8.01	-	26.69	27.68	26.51	-	17.00	17.80	18.50	-	17.00	17.80	18.50	-	-	-
Promedio	9.65	9.15	7.52	11.19	26.65	24.97	25.27	24.53	17.00	15.82	17.75	13.34	17.00	15.82	17.75	13.34	23.61	16.38



Producto - Cebolla (Allium cepa)

Cuadro 18. Precio Productor vs Consumidor (QQ /B/.)

Años	(1) Precio Agricultor					(2) Mercado de Abastos					(3) Mercado de San Felipe					Supermercados			
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1994	1995	1996	1997	1998	1994	1995	1996	1997	1998	1997	1998	1999
Enero	28.52	20.16	38.48	29.89	20.06	18.27	25.68	45.50	34.70	20.60	20.00	47.00	52.00	48.00	34.00	32.00		33.03	33.22
Febrero	20.03	21.16	24.97	26.47	16.02	18.61	25.50	32.22	30.20	18.60	19.00	36.00	50.00	44.00	33.00	33.00			34.00
Marzo	13.76	17.92	20.93	17.53	9.03	24.00	21.00	25.72	24.00	12.10	31.00	35.00	40.00	38.00	26.00	36.00			
Abril	15.32	18.10	19.64	11.82	10.00	21.59	19.36	21.00	16.00	10.80	30.00	33.00	35.00	31.00	26.00	35.00		36.57	
Mayo	13.44	16.69	21.07	11.67	8.12	23.40	17.78	20.10	13.40	12.50	25.00	30.00	35.00	27.00	25.00	35.00		36.81	
Junio	23.04	20.24	30.00	9.31	19.00	26.24	23.20	28.80	12.20	23.90	28.00	35.00	40.00	25.00	32.00	35.00		38.58	
Julio	30.22	26.85	37.65	14.14	28.86	21.31	28.40	38.40	17.60	30.50	26.00	39.00	49.00	30.00	38.00	36.00		43.71	
Agosto	31.69	24.86	50.00	17.16	21.99	19.88	27.54	57.30	21.00	26.20	23.00	39.00	68.00	32.00	38.00	36.00		41.29	
Septiembre	29.21	17.65	29.34	21.92	19.43	16.83	20.26	44.52	27.30	20.80	18.00	35.00	55.00	37.00	35.00	35.00	40.51	34.24	
Octubre	28.08	16.57	32.72	18.75	15.37	16.36	18.82	50.00	23.00	17.10	16.00	35.00	59.00	35.00	34.00	35.00	30.25	29.41	
Noviembre	41.73	24.89	34.85	15.00	24.57		29.00	50.00	18.40	24.90	18.00	39.00	60.00	33.00			22.50	30.60	
Diciembre	30.98	22.74	35.00	18.66	24.67		43.10	43.72	20.30	27.70		47.00	55.00	32.00	36.00		29.50		
Promedio	25.50	20.65	31.22	17.69	18.09	20.65	24.97	38.11	21.51	20.47	28.22	37.50	49.83	34.33	32.45	34.80	31.09	35.38	33.61

(1) Precio promedio mensual recibido por los agricultores en la COOHMERC.

(2) Precio promedio frecuente mensual recibido por los transportistas agricultores e intermediarios en el Mercado Agrícola Central / Panamá.

(3) Precio promedio mensual al minorista en el Mercado Público de San Felipe / Panamá.

Fuentes:(1) Cooperativa Hortícola de Mercadeo R.L.

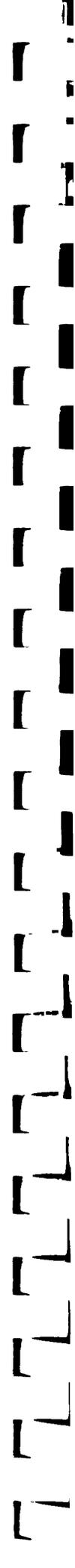
(2 - 3) IMA / Dirección de Servicio de Información Comercial.

(4) Comisión de Libre Competencia y Asuntos del Consumidor Dirección de Asuntos de la Competencia Departamento de Estadística.



Cuadro 19. Márgenes de precios entre los diferentes actores de la Cadena de la Cebolla Nacional

Años	Productor Mercado de Abasto				Productor Mercado San Felipe				Productor Supermercados		Mercado de abasto San Felipe			Mercado de Abasto Supermercados		
	1995	1996	1997	1998	1995	1996	1997	1998	1997	1998	1995	1996	1997	1998	1997	1998
Enero	7.02	4.81	0.54	1.73	13.52	18.11	13.94	13.73	-	14.76	6.50	13.30	13.40	12.00	-	13.03
Febrero	7.25	3.73	2.58	0.39	25.03	17.53	16.98	14.39	-	-	17.78	13.80	14.40	14.00	-	-
Marzo	4.79	6.47	3.07	7.00	19.07	20.47	16.97	12.00	-	-	14.28	14.00	13.90	5.00	-	-
Abril	1.36	4.18	0.80	8.41	15.36	19.18	16.00	13.41	-	14.98	14.00	15.00	15.20	5.00	-	6.57
Mayo	(0.97)	1.73	4.38	1.60	13.93	15.33	16.88	11.60	-	13.41	14.90	13.60	12.50	10.00	-	11.81
Junio	(1.20)	2.89	4.90	1.76	10.00	15.69	13.00	8.76	-	12.34	11.20	12.80	8.10	7.00	-	10.58
Julio	0.75	3.46	1.64	4.69	11.35	15.86	9.14	14.69	-	22.40	10.60	12.40	7.50	10.00	-	17.71
Agosto	7.30	3.84	4.21	3.12	18.00	14.84	16.01	16.12	-	21.41	10.70	11.00	11.80	13.00	-	18.29
Septiembre	15.18	5.38	1.37	1.17	25.66	15.08	15.57	18.17	21.08	17.41	10.48	9.70	14.20	17.00	19.71	16.24
Octubre	17.28	4.25	1.73	(0.36)	26.28	16.25	18.63	18.64	14.88	13.05	9.00	12.00	16.90	19.00	13.15	13.41
Noviembre	15.15	3.40	0.33	-	25.15	18.00	-	-	(2.07)	-	10.00	14.60	-	-	(2.40)	12.60
Diciembre	8.72	1.64	3.03	-	20.00	13.34	11.33	-	-	-	11.28	11.70	8.30	-	-	-
Promedio	6.89	3.82	2.38	7.57	18.61	16.64	14.36	14.15	13.00	14.73	11.72	12.82	11.98	6.58	10.62	7.16



Producto - Papa (*Solanum tuberosum*)

Cuadro 20. Precio Productor vs Consumidor (QQ /B/.)

Años	(1) Precio Agricultor					(2) Mercado de Abastos					(3) Mercado de San Felipe					(4) Supermercados			
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1994	1995	1996	1997	1998	1994	1995	1996	1997	1998	1997	1998	1999
Enero	13.16	27.00	24.74	29.05	20.62	19.13	28.94	29.56	33.80	27.90	23.00	35.00	35.00	44.00	37.00	25.00		32.25	39.88
Febrero	9.61	29.60	24.28	24.05	21.87	18.75	35.82	29.12	28.90	26.40	23.00	42.00	40.00	38.00	36.00	29.00			35.00
Marzo	14.86	19.58	22.84	17.02	17.78	19.70	23.96	27.72	24.00	20.80	26.00	35.00	38.00	37.00	34.00	34.00			
Abril	18.90	19.75	20.13	21.77	15.66	18.88	21.66	23.34	23.30	18.60	24.00	33.00	35.00	34.00	34.00	34.00		28.71	
Mayo	19.99	21.37	18.57	21.56	15.44	18.94	23.78	21.60	24.10	17.20	21.00	33.00	35.00	35.00	32.00	34.00		33.16	
Junio	22.65	21.13	19.01	20.04	14.70	21.53	22.00	20.00	23.80	16.40	25.00	35.00	35.00	35.00	29.00	31.00		33.76	
Julio	31.18	23.74	18.39	24.41	15.27	20.52	27.06	20.40	29.40	18.60	24.00	39.00	35.00	37.00	32.00	34.00		36.19	
Agosto	26.81	16.53	18.00	26.26	12.19	13.57	18.68	20.96	30.40	16.40	20.00	29.00	35.00	39.00	33.00	34.00		37.30	
Septiembre	19.26	11.23	16.04	22.07	11.64	15.91	12.88	18.90	26.40	15.90	22.00	22.00	31.00	36.00	31.00	28.00		30.06	0.00
Octubre	17.64	12.84	18.96	19.17	11.99	15.57	16.06	21.36	22.80	15.00	26.00	25.00	33.00	33.00	25.00	31.00		27.83	33.99
Noviembre	17.55	13.70	26.87	19.24	11.89		16.44	30.78	21.10	17.20		25.00	39.00	34.00	25.00	34.00		30.67	34.93
Diciembre	24.45	18.53	31.00	27.79	15.21		23.60	36.58	32.30	19.70		32.00	47.00	42.00	27.00			37.19	
Promedio	19.67	19.50	21.57	22.70	15.35	22.81	22.57	25.03	26.69	19.17	29.25	32.08	36.50	37.00	31.25	31.64	29.52	34.25	24.96

(1) Precio promedio mensual recibido por los agricultores en la COOHMERC.

(2) Precio promedio frecuente mensual recibido por los transportistas agricultores e intermediarios en el Mercado Agrícola Central / Panamá.

(3) Precio promedio mensual al minorista en el Mercado Público de San Felipe / Panamá.

Fuentes: (1) Cooperativa Hortícola de Mercadeo R.L.

(2 - 3) IMA / Dirección de Servicio de Información Comercial.

4) Comisión de Libre Competencia y Asuntos del Consumidor Dirección de Asuntos de la Competencia Departamento de Estadística.



Cuadro 21. Márgenes de precios entre los diferentes actores de la Cadena de la Papa

Años	Productor Mercado de Abasto			Productor Mercado Felipe			Productor Supermercados		Mercado de abasto San Felipe			Mercado de abasto Supermercados				
	1995	1996	1997	1998	1995	1996	1997	1998	1995	1996	1997	1998	1997	1998		
Enero	4.82	4.75	7.28	3.87	10.26	14.95	16.38	5.87	-	13.12	5.44	10.20	9.10	2.00	-	9.25
Febrero	4.84	4.85	4.53	4.25	15.72	13.95	14.13	10.25	-	-	10.88	9.10	9.60	6.00	-	-
Marzo	4.88	6.98	3.02	6.30	15.16	19.98	16.22	14.30	-	-	10.28	13.00	13.20	8.00	-	-
Abril	3.21	1.53	2.94	5.12	14.87	12.23	18.34	15.12	-	9.83	11.66	10.70	15.40	10.00	-	4.71
Mayo	3.03	2.54	1.76	2.06	16.43	13.44	16.56	15.06	-	14.22	13.40	10.90	14.80	13.00	-	12.16
Junio	0.99	3.76	1.70	3.47	15.99	14.96	14.30	9.47	-	12.23	15.00	11.20	12.60	6.00	-	8.76
Julio	2.01	4.99	3.33	3.48	16.61	12.59	16.73	13.48	-	15.67	14.60	7.60	13.40	10.00	-	12.19
Agosto	2.96	4.14	4.21	6.43	17.00	12.74	20.81	20.43	-	23.73	14.04	8.60	16.60	14.00	-	17.30
Septiembre	2.86	4.33	4.26	6.09	14.96	13.93	19.36	12.09	18.42	19.11	12.10	9.60	15.10	6.00	14.16	13.02
Octubre	2.40	3.63	3.01	10.43	14.04	13.83	13.01	15.43	15.84	18.42	11.64	10.20	10.00	5.00	12.83	7.99
Noviembre	3.91	1.86	5.31	-	12.13	14.76	13.11	-	18.78	-	8.22	12.90	7.80	-	13.47	34.93
Diciembre	5.58	4.51	4.49	-	16.00	14.21	11.79	-	-	-	10.42	9.70	7.30	-	-	-
Promedio	3.46	3.99	3.82	6.44	14.93	14.30	15.90	8.83	14.17	11.44	11.47	10.31	12.08	2.39	10.35	5.00



Anexo 2
Los Costos de producción



Tabla 1. Costo de producción de tomate industrial con riego por goteo (B./ha)

CONCEPTO	UNIDADES	NUMERO DE UNIDADES	COSTO UNITARIO	VALOR POR HA
I MAQUINARIA:				
Chapeo	Hrs.	1.00	22.00	22.00
Arada	Hrs.	3.00	20.00	60.00
Rastra (2 pases)	Hrs.	2.50	20.00	50.00
Surcado	Hrs.	1.50	20.00	30.00
Sub total				162.00
II INSUMOS:				
Semillero (60 m²)				
Malla	yardas	75.00	1.10	82.50
Tubo PVC 1/2"	tubo (20')	7.00	2.00	14.00
Basamid Granulado	kg.	2.00	5.00	10.00
Semilla	onzas	8.00	2.25	18.00
Fungicida (Orthocide)	libras	2.00	2.50	5.00
Insecticida - Nematicida	libras	1.50	2.00	3.00
Fertilizante Completo	quintal	0.05	14.00	0.70
Campo Definitivo:				
Fertilizante Completo (15 - 30 - 8)	quintal	12.00	13.35	160.20
Fertilizante Nitrogenado	quintal	2.00	15.15	30.30
Nitrato de Amonio	quintal	2.00	14.95	29.90
Nitrato de Calcio	quintal	2.00	22.30	44.60
Nitrato de Potasio	quintal	3.00	31.20	93.60
Sulfato de Magnesio	quintal	2.00	24.70	49.40
Acido Fosfórico	litros	20.00	2.79	55.80
Herbicida (Gifosato)	Galones	1.00	44.00	44.00
Herbicida (Paragreat)	litros	3.00	5.00	15.00
Insecticida (Thiodan)	litros	3.00	10.00	30.00
Insecticida (Cydate I.)	litros	1.00	18.39	18.39
Bravo 500	litros	2.00	12.00	24.00
Adherente	litros	1.00	2.74	2.74
Cajas Plásticas B/ 4.90/ cajas 7 años	Unidad	200.00	0.70	140.00
Diesel	Galones	60.00	1.25	75.00
Aceite	Cuartos	12.00	2.00	24.00
Subtotal				970.13
III MANO DE OBRA:				
Semillero				
Limpieza y prep. de terreno	jornal	3.00	5.00	15.00
Tratamiento y Siembra	jornal	3.00	5.00	15.00
Riego y cuidado del S.	jornal	7.00	5.00	35.00
Campo Definitivo:				
Primer Riego	jornal	1.00	6.00	6.00
Trasplante	jornal	15.00	6.00	90.00
Resiembra	jornal	2.00	6.00	12.00
Limpieza, abonamiento y aporque	jornal	20.00	6.00	120.00
Aplic. De Pesticidas	jornal	7.00	6.00	42.00
Riegos (1 ^a a 2 / riego)	jornal	36.00	6.00	216.00
Limpieza manual	jornal	8.00	6.00	48.00
Cosecha	jornal	85.00	6.00	510.00
Sub total				1,109.00
IV OTROS GASTOS:				
Trans. de Insumos	qq	16.00	0.50	8.00
Trans. de Cosecha	qq	744.00	1.00	744.00
Descarga cosecha (cajas 29 lbs c/u)	cajas	2,566.00	0.02	51.32
Sub total				803.32
Imp. revis. 1 año	I+II+III+I	3,044.45	5.00%	152.22
	V			
Intereses al 9% en 5 meses del 70%		2,237.67	4.50%	100.70
Total Costos de Producción				3,297.37
Costo por qq				4.43



Tabla 2. Costo de producción de cebolla

CONCEPTO	UNIDADES	NUMERO DE UNIDADES	COSTO UNITARIO	VALOR POR HA
I MAQUINARIA:				
Chapia	Hrs.	2.00	20.00	40.00
Arado	Hrs.	6.00	20.00	120.00
Rastra	Hrs.	4.00	20.00	80.00
Sub total				240.00
II INSUMOS				
Semilla	Lbas.	7.00	54.00	378.00
Fertilizante Completo	qq	30.00	15.00	450.00
Fertilizante Nitrogenado	qq	5.00	16.50	82.50
Gallinaza	scs.	200.00	1.50	300.00
Nematicida al 10%	Kg.	30.00	4.60	138.00
Fungicida de Suelo	Kg.	5.00	22.00	110.00
Herbicida Pre-emergente	litro	6.00	17.50	105.00
Herbicida/gramineas	litro	1.00	32.00	32.00
Herbicida/Hojas anchas	Kg.	2.00	22.00	44.00
Controles Químicos	Aplic.	30.00	40.00	1,200.00
Sub Total				2,839.50
III MANO DE OBRA:				
Confección de semillero	jornal	8.00	5.20	41.60
confección de parcela	jornal	20.00	5.20	104.00
Aplic. De Fertilizantes Completo y Nitrogenado	jornal	15.00	5.20	78.00
Trasplante	jornal	100.00	5.20	520.00
Aplic. de Herbicida	jornal	4.00	5.20	20.80
Limpieza Manual	jornal	30.00	5.20	156.00
Control Fitosanit.	jornal	60.00	5.20	312.00
Cosecha	jornal	60.00	5.20	312.00
Manejo de Bodega y Clasif.	jornal	15.00	5.20	78.00
Sub Total				1,622.40
IV OTROS GASTOS:				
Combustible para equipo	Aplic.	30.00	5.00	150.00
Lubricantes	Cuartos	4.00	2.00	8.00
Sacos Rojos	Unid.	1,000.00	0.20	200.00
Trans. Insumos	qq	175.00	0.60	105.00
Trans. Producción	qq	500.00	0.60	300.00
Administración	Semana	16.00	60.00	960.00
Secador Solar	c/u	1.00	250.00	250.00
Prest. De Mano de Obra				224.38
Vacaciones				146.34
XIII				134.17
Sub Total				2,477.89
Total gastos en efectivo				7,179.79
V COSTO NO EN EFECTIVO:				
Renta de Tierra (1)		35.00	3.00	105.00
Depreciación Instalaciones (2)	Bodega	1,250.00	10.00%	125.00
Depreciación Equipo (3)		750.00	33.33%	250.00
Sub Total				480.00
Imprevistos 5%	I+II+III+IV+V	7,659.79	5.00%	382.99
Intereses al 9% en 6 meses del 70%		5,629.95	4.50%	253.35
Total del Costo de Producción				8,296.13
Costo por qq				16.59

(1) - B/3.00 por quintal de semilla sembrada x 35 quintales

(2) - Una bodega B/2500.00 depreciada a 10 años / 2 siembras por año.

(3) - Equipo de riego para una hectárea (B/ 800.00) depreciada en tres años / 2 siembras por año. Bomba de aspersión y equipo menor (B/ 700.00) depreciado a tres años / 2 siembras por año.

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

Tabla 3. Costo de producción de papa, siembra de invierno

CONCEPTO	UNIDADES	NUMERO DE UNIDADES	COSTO UNITARIO	VALOR POR HA
I MAQUINARIA:				
Aradura	Hrs.	2.50	20.00	50.00
Rastra o Tiller	Hrs.	4.00	20.00	80.00
Surcado	Hrs.	1.50	20.00	30.00
Sub total				160.00
II INSUMOS				
Semilla	qq	35.00	30.00	1,050.00
Fertilizante Completo	qq	35.00	15.00	525.00
Fertilizante Nitrogenado	qq	7.00	16.50	115.50
Gallinaza	sacos	300.00	1.50	450.00
Cal	Ton	1.50	60.00	90.00
Nematicida	Kg.	30.00	4.60	138.00
Fungicida de Suelo	Kg.	1.00	22.00	22.00
Herbicida (sencor)	libra	1.00	30.26	30.26
Defoliante	galón	1.00	43.00	43.00
Controles Químicos	Aplíc.	18.00	69.33	1,247.94
Sub Total				3,711.70
III MANO DE OBRA:				
Aplíc. Fung. de suelo	jornal	3.00	5.20	15.60
Aplíc. Nematicida	jornal	2.00	5.20	10.40
Aplíc. Fert. Comp.	jornal	4.00	5.20	20.80
Siembra	jornal	18.00	5.20	93.60
Aplíc. de Fitos	jornal	32.00	5.20	166.40
Aplíc. de Gallinaza	jornal	3.00	5.20	15.60
Aplíc. de Cal	jornal	2.00	5.20	10.40
Aplíc. Fert. Nitrogenado	jornal	2.00	5.20	10.40
Aporque	jornal	22.00	5.20	114.40
Aplíc. Herbicida	jornal	2.00	5.20	10.40
Aplíc. de Defoliante	jornal	3.00	5.20	15.60
Cosecha	jornal	40.00	5.20	208.00
Sub Total				691.60
IV OTROS GASTOS:				
Combustible (Gasolina)	Aplíc.	20.00	2.10	42.00
Lubricantes	cuarto	4.00	2.00	8.00
Sacos	Unidad	900.00	0.20	180.00
Trans. Insumos	qq	257.00	0.60	154.20
Trans. Producción	qq	450.00	0.60	270.00
Administración	Ha	1.00	240.00	240.00
Prest. De Mano de Obra				95.00
Vacaciones				62.38
XIII Mes				57.20
Sub Total				1,109.43
Total gastos en efectivo				5,672.73
V COSTO NO EN EFECTIVO:				
Renta de Tierra (1)	Ha	1.00	105.00	105.00
Depreciación Instalaciones (2)	B./	1,250.00	10.00%	125.00
Depreciación Equipo (3)	B./	750.00	0.33	250.00
Sub Total				480.00
Imprevistos 5%	I+II+III+IV+V	6,152.73	5.00%	307.64
Intereses al 9% en 6 meses del 70%		4,522.26	4.50%	203.50
Total Costo de Producción				6,663.87
Costo por qq				14.81

(1) - B/3.00 por quintal de semilla sembrada x 35 quintales

(2) - Una bodega B/2500.00 depreciada a 10 años / 2 siembras por año.

(3) - Equipo de riego para una hectárea (B/ 800.00) depreciada en tres años / 2 siembras por año. Bomba de aspersión y equipo menor (B/ 700.00) depreciado a tres años / 2 siembras por año.



Tabla 4. Costo de producción de papa, siembra de verano

CONCEPTO	UNIDADES	NUMERO DE UNIDADES	COSTO UNITARIO	VALOR POR HA
I MAQUINARIA:				
Aradura	Hrs.	2.50	20.00	50.00
Rastra o Tiller	Hrs.	4.00	20.00	80.00
Surcado	Hrs.	1.50	20.00	30.00
Sub total				160.00
II INSUMOS				
Semilla *	qq	35.00	63.50	2,222.50
Fertilizante Completo	qq	35.00	15.00	525.00
Fertilizante Nitrogenado	qq	7.00	16.50	115.50
Gallinaza	sacos	300.00	1.50	450.00
Cal	Ton	1.50	60.00	90.00
Nematicida	Kg.	30.00	4.60	138.00
Funcicida de Suelo	Kg.	1.00	22.00	22.00
Herbicida (sencor)	libra	1.00	30.26	30.26
Defoliante	galón	1.00	43.00	43.00
Controles Químicos	Aplic.	18.00	69.33	1,247.94
Sub Total				4,884.20
III MANO DE OBRA:				
Aplic. Fung. de suelo	jornal	3.00	5.20	15.60
Aplic. Nematicida	jornal	2.00	5.20	10.40
Aplic. Fert. Comp.	jornal	4.00	5.20	20.80
Siembra	jornal	18.00	5.20	93.60
Aplic. de Fitos	jornal	32.00	5.20	166.40
Aplic. de Gallinaza	jornal	3.00	5.20	15.60
Aplic. de Cal	jornal	2.00	5.20	10.40
Aplic. Fert. Nitrogenado	jornal	2.00	5.20	10.40
Aporque	jornal	22.00	5.20	114.40
Aplic. Herbicida	jornal	2.00	5.20	10.40
Aplic. de Defoliante	jornal	3.00	5.20	15.60
Cosecha	jornal	40.00	5.20	208.00
Riegos	jornal	20.00	5.20	104.00
Sub Total				795.60
IV OTROS GASTOS:				
Combustible (Gasolina)	Appl.	20.00	2.10	42.00
Lubricantes	cuarto	4.00	2.00	8.00
Sacos	Unidad	980.00	0.20	196.00
Trans. Insumos	qq	257.00	0.60	154.20
Trans. Producción	Qq	490.00	0.60	294.00
Administración	Ha	1.00	240.00	240.00
Prest. De Mano de Obra				95.65
Vacaciones				62.38
XIII Mes				57.20
Sub Total				1,149.43
Total gastos en efectivo				6,989.23
COSTO NO EN EFECTIVO:				
Renta de Tierra (1)	Qq	35.00	3.00	105.00
V Depreciación Instalaciones (2)		1,250.00	10.00%	125.00
Depreciación Equipo (3)		750.00	33.33%	250.00
Sub Total				480.00
Imprevistos 5%	I+II+III+IV+V	7,469.23	5.00%	373.46
Intereses al 9% en 6 meses del 70%		5,489.88	10.00%	548.99
Total Costo de Producción				8,391.68
Costo por qq				17.13

(*) El 25% de los productores siembran semilla certificada (B/ 74.00/qq) y el 75% de los productores siembran semilla no certificada de B/ 60.00/qq

(1) - B/3.00 por quintal de semilla sembrada x 35 quintales

(2) - Una bodega B/2500.00 depreciada a 10 años / 2 siembras por año.

(3) - Equipo de riego para una hectárea (B/ 800.00) depreciada en tres años / 2 siembras por año. Bomba de aspersión y equipo menor (B/ 700.00) depreciado a tres años / 2 siembras por año.



Tabla 5. Costo de producción de zapallo, B./Ha

CONCEPTO	UNIDADES	NUMERO DE UNIDADES	COSTO UNITARIO	VALOR POR HA
I MAQUINARIA:				
Senci - Roma	Hrs.	3.00	22.50	67.50
Surcado	Hrs.	1.00	22.50	22.50
Sub total				90.00
II INSUMOS:				
Semilla (Naifra o Sello de oro)	libras	1.25	25.00	31.25
Fertilizante Comp.	qq.	3.00	14.00	42.00
Fertilizante Nitrigenado	qq.	2.00	15.15	30.30
Super Foos	litros	1.00	9.90	9.90
Furadan	litros	25.00	2.15	53.75
Orthocide	Kg.	2.20	2.50	5.50
Insecticida (Thiodan)	litros	1.00	9.70	9.70
Dipel	Kg.	2.00	15.60	31.20
Ridamil	Kg.	2.00	19.00	38.00
Diesel	Gls.	23.00	1.25	28.75
Sacos	Unidades	100.00	0.20	20.00
Sub Total				300.35
III MANO DE OBRA:				
Siembra	jornal	3.00	5.20	15.60
Aplic. De Fertilizantes	jornal	2.00	5.20	10.40
Aplic. De Urea	jornal	1.00	5.20	5.20
Orientación de guías	jornal	2.00	5.20	10.40
Aporque	jornal	5.00	5.20	26.00
Limpieza de surcos	jornal	5.00	5.20	26.00
Riegos	jornal	20.00	5.20	104.00
Controles químicos	jornal	12.00	6.00	72.00
Control de malezas	jornal	15.00	5.20	78.00
Control de nemátodos	jornal	2.00	5.20	10.40
Cosecha	jornal	40.00	5.20	208.00
Sub Total				566.00
IV OTROS GASTOS:				
Trans. de Insumos	qq	9.00	0.25	2.25
Trans. De Cosecha	qq	400.00	0.25	100.00
Prest. Mano de Obra				109.41
Vacaciones				72.79
XIII mes				65.43
Sub Total				349.88
Total Gastos en Efectivo				1,306.23
V COSTO NO EN EFECTIVO:				
Renta de Tierra	ha.	1.00	100.00	100.00
Bomba de riego (B/ 700 = / 7 años)	Unidad	700.00	0.14	100.00
Bomba de aspersión (B/ 150 = / 5 años)	Unidad	150.00	0.20	30.00
Sub Total				230.00
Imprevistos 5%	I+II+III+IV+V	1,536.23	5.00%	76.81
Sub total				
Intereses al 9% en 4 meses del 70%	70%	1,129.13	4.50%	50.81
Total del Costo de Producción				1,663.85
Costo qq.	QQ	400.00		4.16

(1) - B/3.00 por quintal de semilla sembrada x 35 quintales

(2) - Una bodega B/2500.00 depreciada a 10 años / 2 siembras por año.

(3) - Equipo de riego para una hectárea (B/ 800.00) depreciada en tres años / 2 siembras por año. Bomba de aspersión y equipo menor (B/ 700.00) depreciado a tres años / 2 siembras por año.



Tabla 6. Costo de producción de repollo, B./Ha

CONCEPTO	UNIDADES	NUMERO DE UNIDADES	COSTO UNITARIO	VALOR POR HA
I MAQUINARIA:				
Arado	Hrs.	3.00	20.00	60.00
Rastra o Tiller	Hrs.	4.00	20.00	80.00
Sub total				140.00
II INSUMOS:				
Semilla (Isalco)	latas	4.00	56.00	224.00
Fertilizante Comp.	qq	12.00	15.00	180.00
Urea	qq	3.00	13.50	40.50
Controles Químicos	Aplic.	12.00	35.00	420.00
Sub Total				864.50
III MANO DE OBRA:				
Confección de Semillero	jornal	4.00	5.20	20.80
Mantenimiento de Semillero	jornal	5.00	5.20	26.00
Arreglo de Parcelas	jornal	15.00	5.20	78.00
Trasplante	jornal	20.00	5.20	104.00
Fertilización	jornal	10.00	5.20	52.00
Aplic. De Fitosanitarios	jornal	12.00	5.20	62.40
Control de Malezas	jornal	25.00	5.20	130.00
Cosecha y Embalaje	jornal	25.00	5.20	130.00
Sub Total				603.20
IV OTROS GASTOS:				
Trans. de Insumos	qq	15.00	0.60	9.00
Trans. de Producción	qq	500.00	0.60	300.00
Administración	mes	4.00	60.00	240.00
Prest. Mano de Obra				108.13
Vacaciones				55.67
XIII mes				51.00
Sub Total				763.80
Total Gastos en Efectivo				2,371.50
COSTO NO EN EFECTIVO:				
V Renta de Tierra (1)		35.00	3.00	105.00
Depreciación Equipo (2)		1,250.00	0.10	125.00
Sub Total				230.00
Imprevistos 5% (Total de I+II+III+IV+V)		2,601.50	5.00%	130.08
Intereses al 9% en 6 meses del 70%		1,912.10	4.50%	86.04
Total del Costo de Producción				2,817.62
Costo de Producción por qq				5.64

(1) - B/3.00 por quintal de semilla sembrada x 35 quintales

(2) - Una bodega B/2500.00 depreciada a 10 años y 2 siembras por año.



Tabla 7. Costo de producción de pimentón (Capsicum anum) B./Ha

CONCEPTO	UNIDADES	NUMERO DE UNIDADES	COSTO UNITARIO	VALOR POR HA
I MAQUINARIA:				
Arada y Rotavactor	Hrs.	9.00	20.00	180.00
Sub total				180.00
II INSUMOS:				
Semilla	libra	1.00	126.00	126.00
Nematicida	Bolsas	1.00	34.00	34.00
Vydate	litro	10.00	17.50	175.00
Herbicidas	Aplicación	1.00	149.00	149.00
Gallinaza	saco	100.00	1.50	150.00
Super Fosfato	saco	4.00	15.00	60.00
Abono Completo	saco	30.00	15.00	450.00
Fungicida Sistémico	Aplic.	4.00	46.00	184.00
Fungicida Protector	Aplic.	26.00	44.50	1,157.00
Sacos Rojos	Unidad	1,600.00	0.20	320.00
Sub Total				2,805.00
III MANO DE OBRA:				
Limpieza	jornal	30.00	5.20	156.00
Parcelado	jornal	25.00	5.20	130.00
Marcación	jornal	5.00	5.20	26.00
Mant. de Semillero	jornal	15.00	5.20	78.00
Trasplante	jornal	20.00	5.20	104.00
Aplic. de Fósforo	jornal	2.00	5.20	10.40
Aplic. de Gallinaza	jornal	4.00	5.20	20.80
Aplic. de Abono Completo	jornal	25.00	5.20	130.00
Aplic. de Fitoquímicos	jornal	60.00	5.20	312.00
Cosecha y empaque	jornal	200.00	5.20	1,040.00
Sub Total				2,007.20
IV OTROS GASTOS:				
Combustible	Aplic.	30.00	5.00	150.00
Lubricantes	Cuartos	4.00	2.00	8.00
Trans. de Insumos	qq	66.67	0.60	40.00
Trans. De Producción	qq	400.00	0.60	240.00
Administración	Semana	20.00	60.00	1,200.00
Prest. Mano de Obra				387.93
Vacaciones				258.06
XIII mes				231.97
Sub Total				2,515.96
Total Gastos en Efectivo				7,508.16
COSTO NO EN EFECTIVO:				
Renta de Tierra (1)	qq	35.00	3.00	105.00
Depreciación Instalaciones (2)		1,250.00	10.00%	125.00
Depreciación Equipo (3)		750.00	33.33%	250.00
V Sub Total				480.00
Imprevistos 5% (Total de I+II+III+IV+V)		7,988.16	5.00%	399.41
Intereses al 9% en 6 meses del 60%		4,792.90	4.50%	215.68
Total del Costo de Producción				8,603.25
Costo por qq	qq	400.00		21.51

(1) - B/3.00 por quintal de semilla sembrada x 35 quintales

(2) - Una bodega B/2500.00 depreciada a 10 años / 2 siembras por año.

(3) - Equipo de riego para una hectárea (B/ 800.00) depreciada en tres años / 2 siembras por año. Bomba de aspersión y equipo menor (B/ 700.00) depreciado a tres años / 2 siembras por año.

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

Tabla 8. Costo de producción de tomate (B./Ha).

CONCEPTO	UNIDADES	NUMERO DE UNIDADES	COSTO UNITARIO	VALOR POR HA
I MAQUINARIA:				
Arada y Rotavactor	Hrs.	8	20.00	160.00
Sub total				160.00
II INSUMOS:				
Semilla - SUNNY	Onz.	4	89.00	356.00
Nematicida	Bolsas	2	34.00	68.00
Vydate	Litro	5	17.50	87.50
Busan 30 A	Litro	2	19.20	38.40
Sencor	Libra	2	33.00	66.00
Fusilade	Litro	1	32.00	32.00
Cal	Saco	10	3.25	32.50
Gallinaza	Saco	200	1.50	300.00
Abono Completo	Saco	30	15.00	450.00
Super Fosfato	Saco	4	15.00	60.00
Estacas	Unidad	15,000	0.03	450.00
Hilo	Pelotas	9	16.00	144.00
Fungicida Sistémico	Aplic.	4	46.00	184.00
Fungicidas Protectores	Aplic.	26	44.50	1,157.00
Sub Total				3,425.40
III MANO DE OBRA:				
Desmonte	Jornal	18	5.20	93.60
Semillero	Jornal	55	5.20	286.00
Marcación	Jornal	10	5.20	52.00
Trasplante	Jornal	20	5.20	104.00
Aplic. de Gallinaza y Cal	Jornal	12	5.20	62.40
Amarre y poda	Jornal	270	5.20	1,404.00
Abonamiento y Aporque	Jornal	16	5.20	83.20
Aplic. De Fotiquímicos	Jornal	90	5.20	468.00
Cosecha y empaque	Jornal	176	5.20	915.20
Sub Total				3,468.40
IV OTROS GASTOS:				
Combustible (gasolina)	Aplic.	30	5.00	150.00
Lubricantes	Cuartos	4	2.00	8.00
Trans. de Insumos	qq	243	0.60	146.00
Trans. De Producción	Cajas	5,600	0.10	560.00
Administración	Semana	16	60.00	960.00
Prest. Mano de Obra				479.68
Vacaciones				312.85
XIII mes				286.84
Sub Total				2,903.37
Total Costos en efectivo				9,957.17
V COSTO NO EN EFECTIVO:				
Renta de Tierra (1)	ha	1	105.00	105.00
Depreciación Instalaciones (2)	B./	1,250	10.00%	125.00
Depreciación Equipo (3)	B./	750	33.33%	250.00
Sub Total				480.00
Imprevistos 5%	I+II+III+IV+V	10,437	5.00%	521.86
Intereses al 9% en 6 meses del 70%		7,671	4.50%	345.21
Total del Costo de Producción				11,304.24
Costo por qq	qq	672		16.82

(1) - B/3.00 por quintal de semilla sembrada x 35 quintales

(2) - Una bodega B/2500.00 depreciada a 10 años / 2 siembras por año.

(3) - Equipo de riego para una hectárea (B/ 800.00) depreciada en tres años / 2 siembras por año. Bomba de aspersión y equipo menor (B/ 700.00) depreciado a tres años / 2 siembras por año.

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

Anexo 3
La Entrevistas



Ciudad de Panamá, comercializadora

1. Se conversó con el Gerente, quien es la persona encargada de la planta, en donde observamos que se llevaba a cabo labor de clasificación, reembasado y pesaje de los productos antes de ser enviados a los diferentes supermercados.
2. No tienen contratos firmados con agricultores para el suministro de productos, pero sí le hacen recomendaciones en cuanto a las variedades que deben cultivar, como en el caso del tomate de mesa donde están requiriendo productos extras fuertes de mayor aguante en el manejo postcosecha. Las mismas que tienen con las variedades tradicionales son muy altas y el consumidor no las acepta.
3. Las compras se realizan por lo general a proveedores intermediarios con quienes han mantenido relaciones comerciales hasta por más de 10 años, en menor volumen de manera directa a algunos agricultores.
4. Señala que la demanda en el rubro papa ha tenido un incremento en su caso, de más de 8/26,000 semanales y que en los demás vegetales el aumento ha sido de aproximadamente un 60% en el último año.
5. Tiene problemas con la clasificación y calidad de los productos, el cual sugiere debe darse por variedades, tamaños, formas, etc. ya que un mal producto, según su apreciación, afecta de manera directa los volúmenes de venta.
6. Señala que su empresa tiene problemas a nivel de los supermercados en el manejo de vegetales, los cuales son motivados por el personal, quienes no realizan las rotaciones de productos en las góndolas, con la frecuencia necesaria, pues deben tener claro que trabajan con productos altamente perecederos.
7. Su empresa también importa productos hortícolas, pero estos sólo se dan cuando los precios nacionales suben mucho y los precios en el extranjero están más bajos. Cuentan con un broker en Miami, quien se encarga de realizar los trámites, abasteciéndolos por lo general de California .
8. Las importaciones, nos explica, las utiliza como complemento para el abastecimiento del mercado nacional.
9. La calidad de la papa nacional es muy buena, logran vender hasta 100 quintales por día. Cuando traen producto extranjero, lo hacen de Estados Unidos y Canadá, donde consiguen buena calidad.



10. La empresa que él maneja es el centro de abastos y tiene como competidores otros intermediarios, cuando no logra suplir los volúmenes, calidad y precio que los diferentes gerentes le exigen en determinados momentos.
11. El futuro de la actividad lo vislumbra creciendo a medida que vaya en aumento la población. Piensa que las relaciones con los proveedores deben ser más personales y formales, evitando en la medida de lo posible, el juego vivo, sobre todo en lo que a la calidad del producto se refiere.

Boquete, supermercados

1. Es la persona encargada del departamento de ventas de hortalizas, frutas y verduras.
2. Este supermercado tiene más de 20 años de vender vegetales frescos, pero es en los últimos años que se le ha dado más importancia a este departamento.
3. Considera que el negocio es importante en su calidad de supermercado dentro de la comunidad en relación con los existentes.
4. Es considerado dentro de la cadena como un negocio de intermediario entre el productor y el consumidor.
5. Esta empresa tiene contrato con un intermediario abastecedor de productos y le compra también de manera directa a los agricultores, a quienes les exige una buena calidad en los productos, ofreciéndoles un sobreprecio de dos o tres centavos sobre el precio en plaza al momento de la compra y pagan al contado. Como política de la empresa de darse alguna merma, ésta se carga al intermediario o al agricultor, dependiendo cual sea el caso, y se le descontarán las compras futuras que se le hagan.
6. En algunas ocasiones se abastecen de productos importados, principalmente cebolla y cuando esto se da no se compra producto nacional.
7. Le venden directamente a los consumidores al detalle, dándose de hecho una clasificación pues tienen precios un poco más elevados que los existentes en el mercado público de minorista local.
8. No tiene comprador o cliente en especial.
9. El producto para tener una buena venta debe ser de buena calidad y bien clasificado,. No tienen problema de abastecimiento, ya que cuenta con un contrato de abastecimiento que los cubre y tienen la opción de poder comprar directamente a los agricultores que llegan a ofrecer la mercancía al local.



10. La empresa no brinda ningún apoyo financiero a los productores ni servicios de asistencia técnica.
11. La mano de obra utilizada no es especializada, sin embargo cuenta con cierta capacitación y experiencia en el manejo de vegetales frescos y manejo postcosecha para lograr una buena presentación al cliente consumidor.
12. Sus competidores locales serían el S/M XX y los vendedores minoristas del mercado municipal. El nivel de competitividad es bastante aceptable.
13. El principal problema que tiene es la falta de calidad como consecuencia de la escasez de determinados productos y el alza de los precios. Cuentan con exhibidores de los productos con temperaturas refrigeradas dentro del local.
14. Reciben el producto del vendedor (intermediario o agricultor), verifican la calidad y es expuesto en el mueble de expendio para que lo tome el consumidor. El sistema de venta utilizado es de selección directa por parte del cliente comprador, quien lo toma y lo lleva al despachador para que lo pese y le ponga el precio que debe pagar en la caja registradora.
15. Los productos que se ofrecen en el local van desde mercancía seca, comestibles, productos cárnicos, congelados, vegetales, verduras y otros.
16. Considera que pueden mantener el servicio de ventas. El nivel tecnológico de la empresa es aceptable y le establecen metas de ventas, lo cual es revisado de manera periódica por la administración del departamento.
17. La capacidad administrativa del departamento es buena, ya que los volúmenes han aumentado en relación con los años anteriores y se proyecta mejorar aún más.
18. Para mejorar los problemas de la empresa sería necesario poder aumentar los volúmenes de ventas.
19. El futuro de la empresa lo veo bastante bueno.

Boquete, intermediario

1. Propietario de la actividad
2. Tiene 3 años de estar en el negocio.
3. Considera su negocio mediano en relación con otros locales, realiza dos viajes semanales a la ciudad de Panamá.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100

4. Considera su negocio como de intermediario.
5. Comercializa la producción de sus hermanos solamente. Se metió en este negocio para poder mercadear la producción de la finca, ya que los compradores locales son pequeños y no les daban respuesta a los volúmenes de producción.
6. Vende a un suplidor de XXX, quien le compra la producción total. El sólo mantiene el rubro tomate y tiene como compromiso suplir 1,300 cajas por semana, en dos embarques. La selección y clasificación se dan en la misma finca al igual que el embarque.
7. Manda la producción y al día siguiente está recibiendo el pago del embarque, con el precio de B/.1.00 más por caja del precio del Mercado de Abastos al momento del embarque. No tiene problemas con su vendedor.
8. El producto que le piden debe ser seleccionado en dos categorías I y II, por separado.
9. Considera que para crecer está confrontando problemas con el transporte ya que no está en condiciones óptimas y con ello obtendría un mejor sobreprecio.
10. Considera que su competitividad principal es XXX, quien también vende en la ciudad de Panamá.
11. Otros compradores en el área serían XXX, XXX.
12. Vende en un mercado considerado como cautivo y piensa que mientras mantenga la calidad no tendrá problemas.
13. La finca productora le entrega el producto ya clasificado y él personalmente vigila la operación para que ésta se cumpla de acuerdo a las exigencias.
14. Su empresa está llenando el cometido tecnológico y en la rentabilidad comparada con otras empresas es excelente ya que lo hace personalmente.
15. En términos administrativos su empresa es buena, sus costos operativos son bajos.
16. En conjunto con su comprador, planifica los volúmenes a mercadear cada tres meses, para entonces ir a realizar la siembra en la finca.
17. Conclusiones.
 - 17.1. Ayudar al sector agrícola para que hayan más productores en el área de manera económica, técnica y comercial.

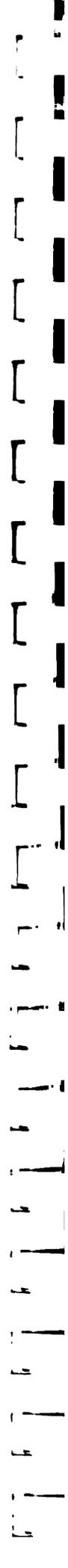


17.2. Considera que necesita apoyo técnico administrativo ya que es importante poder contar con personas que tengan más conocimiento para que lo orienten.

17.3. En el futuro, piensa que su empresa debe crecer en volumen, en proporción a menos clientes compradores, para entonces aumentar el área de producción. La producción puede crecer en un 50% más de acuerdo a los requerimientos y oportunidades que se den en el mercado de consumo.

Boquete, comercializadora

1. Propietario de la empresa comercializadora
2. Dueño
3. Siete años de experiencia en la actividad.
4. Considera su negocio mediano en relación con otros similares locales.
5. Le compra a diferentes productores y mercadea su propia producción ya que también se dedica a la producción.
6. Compra los insumos en casa comercial local, no tiene problemas para conseguir los insumos.
7. Es intenso lo que comercializa en la región.
8. En la parte de servicio, apoya en algo a algunos productores en insumo y efectivos.
9. La mano de obra utilizada no es calificada y el transporte que utiliza para recoger la carga del campo es propio y para transportar a la ciudad de Panamá es alquilado.
10. Su centro de operaciones es en el Mercado de Abastos donde tiene un empleado que hace las ventas, a S/M, fruterías, carretilleros, intermediarios y otros.
11. No podría identificar un comprador pero sabe que es un mayorista.
12. Competidores locales XXX, XXX. No contar con el efectivo suficiente para realizar las compras al contado considera que es su mayor limitante para ser más competitivo.
13. Embarca a criterio de acuerdo a lo que consiga en los siguientes pasos.
 - 13.1. Consulta el precio en el MAC



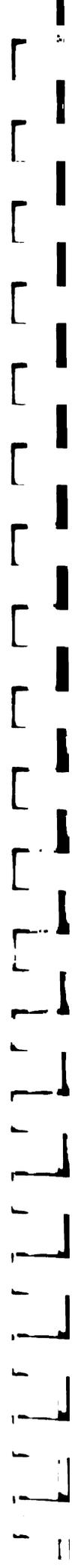
- 13.2. Ofrece al productor/comprador
 - 13.3. El 90% de la carga la manda a recoger al campo del productor
 - 13.4. Embarca en el camión de arrendamiento
 - 13.5. Llega al vendedor
 - 13.6. Paga al productor con un promedio de tres días.
14. Considera que con su clientela tiene buena credibilidad, por que creen en él.
 15. De momento considera que está bastante bien en el orden administrativo, dentro de esta actividad.
 16. No tiene estrategias para planificar, ya que esta actividad es muy incierta por las importaciones que se dan en determinados momentos.
 17. Las propuestas que haría para enfrentar los problemas de su empresa:
 - 17.1. No puede ser competitivo cuando no se tiene la oportunidad de un mecanismo por parte del gobierno que haga causa justa, que los S/M importadores abrieran una ventana de exposición donde se presente al consumidor el producto extranjero junto al nacional para que él decida por precio y calidad.
 18. Vislumbra el futuro hortícola mal, ya que el grande subsiste, mientras que el pequeño tiende a desaparecer.

Boquete, comercializadora

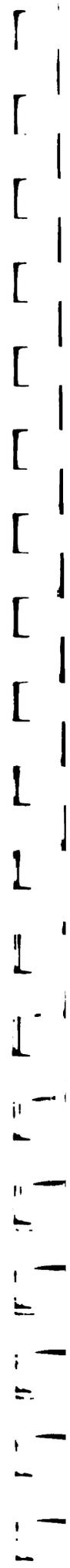
1. Gerente
2. Funciona desde 1962. Se le buscó para que trabajara para una cooperativa con problemas de mercadeo y económicos en aquella época casi en quiebra, habrían realizado algunos programas de mercadeo y la experiencia no era la mejor (tomate).
3. El tamaño de la empresa fue evolucionando hasta 1982 con sus asociados y después cuando decidió ir de manera directa a la ciudad de Panamá para brindar sus servicios de mercadeo y él aumentó de las ventas, produjo créditos hasta por más de 120 días y hubo que buscar préstamos para financiar esta línea y se perdió el control de la merma.



4. Se le paga el 100% al agricultor y las mermas las asumió la cooperativa produciéndose mermas hasta de B/.30,000 mensuales. Las importaciones en exclusividad se le dieron a la cooperativa y con cultivos selectos se realizaba la comercialización de la papa pre-frita.
5. A pesar de los volúmenes de mercadeo no se dieron las utilidades.
6. El negocio se cataloga como de gran importancia en la cadena de mercadeo, ya que ejerce la función reguladora mediadora de los precios que recibe el productor.
7. Les compran especialmente a los asociados que se mantienen dentro de la actividad y en segunda instancia a los no asociados.
8. Compran en Boquete y Cerro Punta.
9. Sólo realizan el servicio de mercadeo.
10. Cuentan con electricidad, fax, Internet, teléfono, centro de acopio y cámaras refrigeradas y autos para el transporte de carga.
11. Cuenta con mano de obra con experiencia en el manejo de los equipos y en el mercado de hortalizas.
12. Al agricultor le falta financiamiento a pesar de todos los problemas climatológicos. El problema de la cooperativa es que no tiene recursos para comprar, no tiene capital de trabajo.
13. Considera que la información adolece de estadística veraz de campo que permita tomar las decisiones sobre importación y mantener el abastecimiento del consumo nacional.
14. Tienen problemas porque el agricultor no tiene una programación de siembra, lo que produce excedentes o faltantes en determinadas épocas del año. Piensa que se debe dar importancia a la programación de siembra y recoger la existencia al nivel de campo.
15. Competidores. Han llegado a ser competidores entre los mismos productores cuando sienten que no tienen ventas en sus productos y ellos se van directamente a mercadear, entonces dan créditos, los que en su mayoría no son cancelados y bajan los precios ante la mafia, mientras la cooperativa tiene que mantener los precios y la competencia principal son los importadores, cadenas de s/m, que tienen un mercado cautivo y llevan productos al MAC y hacen licitaciones directamente a hospitales y otros.



16. Siente que la decisión final es del consumidor y ahora están reemplazando de empaque extranjero a nacional para competir, como lo es en el caso de la papa.
17. Su principal problema para ser más competitivos es la falta de financiamiento para mercadear y la falta de financiamiento a sus asociados para que puedan producir.
18. Lastimosamente no tienen las reservas para afrontar este problema ya que las operaciones anteriores dieron pérdidas.
19. Tiene competidores que financian en parte a los productores, creando control sobre la producción al momento de la cosecha.
20. Entre otros compradores en orden de importancia figuran:
21. XXX, XXX y el grupo de intermediario ambulantes (chigarreros) quienes en conjunto manejan volúmenes considerables.
22. Proceso de producción - servicio que ofrece.
 - 22.1. Servicio de transporte del campo a la planta a los productores
 - 22.2. Mercadeo
 - 22.3. Se trata de conseguir seminarios para orientar a los productores.
23. En síntesis, la cooperativa sin recursos en los últimos 3 años, considera que ha dado respuesta a sus asociados de acuerdo a la medida de la actividad, la que considera que es básica. Piensa que está en una etapa de transición que considera es positiva y que en estos momentos necesita de un empuje para poder continuar al igual que el agricultor. Las bajas en las áreas de producción son notables al punto de no tener en determinados momentos productos para mercadear.
24. El nivel tecnológico de su empresa considera que es adecuado.
25. Considera que la empresa tiene una buena capacidad administrativa/contable, pero en lo contable es funcional. En la compra y venta considera que está llenando su cometido en la medida que el productor tenga qué vender. Si se compara con los años anteriores, se observa una disminución al igual que en los volúmenes de producción a nivel de campo.
26. La cooperativa tiene su estrategia en el área de mercadeo, la cual es aumentar los volúmenes de ventas y a la fecha está tratando de conseguir un préstamo para mejorar su capacidad financiera.



En la producción, son los agricultores de manera individual los que necesitan buscar soluciones.

27. Conclusiones

- 27.1. Con financiamiento XXX solucionaría parte de sus problemas y lograría una mayor eficiencia en su actividad de mercadeo y compra de productos a los agricultores.
- 27.2. Hasta ahora se ha mantenido dentro de la actividad y espera que pueda haber una mejoría en el sector.
- 27.3. Es necesario programar siembras que garanticen el abastecimiento continuo, un buen servicio a los clientes; tanto en variedades como en cantidades.
- 27.4. Ve el futuro del sector con optimismo y considera que lo que viene ahora es mejor que lo ya pasado.
- 27.5. Sus ventas la realiza a XXX con entregas directas a las fruterías, chinos, etc. y en el módulo que tiene en el MAC con personal rentado de la misma cooperativa.

Boquete, Intermediario a pequeña escala

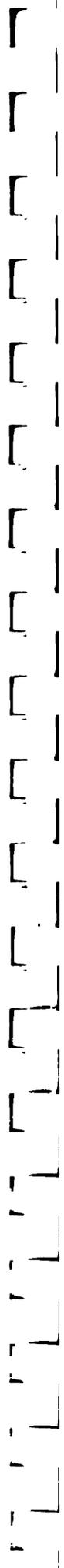
1. Relación con negocio - Intermediario a pequeña escala.
2. Propietario del negocio
3. Tiene como seis años de estar en la actividad.
4. Se considera un intermediario mediano, con un movimiento semanal promedio de B/500.00 . Antes movía B/1,000.00
5. Compra directamente a los productores que le vendan más barato con una excelente calidad, de lo contrario no podría competir.
6. Tiene como problema la alteración de la calidad por parte del agricultor quien acomoda el producto y cuando lo van a revisar, han metido producto que no llena los requisitos.
7. Servicios. Ahora está comenzando a sembrar para garantizarse el suministro de productos en sociedad con agricultores.
8. Le vende a la cadena de S/M XXX únicamente. Tiene problemas con los precios de plaza en el área, porque el agricultor se va a venderle directamente a los supermercados, rebajando los precios.



9. El comprador exige clasificado de primera calidad y a pesar de ello me transfieren las mermas que se den en su manejo.
10. Esto, como producto del relajamiento en el sistema actual ya que los agricultores lo aceptaron y a él no le quedaba otra.
11. Sus competidores son otros intermediarios como XXX, XXX
12. Su principal problema para ser más competitivo es el precio muy alto para él y la competencia directa de los productores con sus clientes.
13. Con el abastecimiento de productos no tiene problemas, compra principalmente en Cerro Punta, ya que en Boquete hay un acaparamiento de la producción en sociedades con otros intermediarios, por lo que a veces no puede conseguir lo que necesita para sus pedidos.
14. Le compra la mercancía al productor, ya clasificada y él tiene que clasificar nuevamente para evitar problemas, pero estos le echan la culpa a los trabajadores.
15. Esto que se está viviendo siempre se continuará dando, él piensa que la culpa la tiene el productor quien aumenta los precios, debe haber una estabilidad en los precios de acuerdo a las épocas de siembra. Esto produce que se afecte al consumidor y trae como consecuencia las importaciones.
16. La rentabilidad de su actividad únicamente le da para subsistir, no está de acuerdo con esta situación.
17. Sus compras van de acuerdo a los pedidos de la cadena de S/M que son sus clientes.
18. La respuesta a sus problemas en mercadeo es la actividad de sembrar directamente para poder abastecerse y poder suplir los pedidos de sus clientes.
19. Al paso que va, considera que el futuro no es halagador y que sólo quedarán los que tienen recursos suficientes.

Azuero, productor

1. Inició actividad en el cultivo de zapallo en 1992-93, cuando se cambió del cultivo de tomate industrial.
2. Anteriormente realizaba contrato con compañías exportadoras para el manejo de la producción, pero en dos años se dio cuenta que con este tipo de negocios estaba perdiendo; por lo que decidió irse



por la libre y venderle a varias compañías exportadoras, dependiendo de las ventajas que se le ofrezcan en el momento.

3. Los pagos por lo general los recibe pasado el mes, dependiendo de la demanda y tiene experiencias de esperar hasta 4 meses para cobrar.
4. La variedad utilizada es Daípha y sus rendimientos han estado entre 300 y 450 qq/ha.
5. Los precios mínimos obtenidos han sido de B/3.00 y máximo B/7.00, por el rechazo el máximo B/3.00 y B/1.00 mínimo normal.
6. Se considera un agricultor mediano y tiene 5 años de estar utilizando riego por goteo.
7. En cuanto a asistencia técnica está es cero.
8. La capacidad de expansión del área cultivada se ve limitada por la falta de mano de obra.
9. Además se dedica al cultivo de sorgo, maíz y lechería.
10. Considera que necesitan apoyo para buscar más mercado ya que existe el potencial de producción en el área.

Azuero, productor

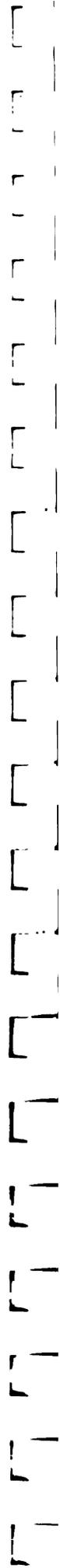
1. Considera que los insumos están muy altos y que los precios que reciben por sus productos son bajos.
2. El jornal es de 5 - 6 hrs diarias y cuesta B/ 6.00 hasta B/7.00 / J.
3. Antes tenían guía técnica gubernamental que les enseñaban a usar los insumos, pero ahora no tienen quién los apoye.
4. Cultivaba hasta 7 has de tomate para la compañía.
5. La opinión de un técnico es que éste es un señor de más de 30 años de experiencia e innovador.
6. Ahora va a cultivar ajíes con riego por goteo. La baja del precio y las condiciones actuales en el tomate lo harán abandonar esta actividad. Tiene 3 has cultivadas con una variedad de la compañía y tiene problemas por efectos de "La Niña".
7. Se dedicarán a la lechería, maíz y sorgo. Ahora está recibiendo B./8.00 /qq de maíz puesto en Panamá por parte de Melo.



8. Sembró melón y zapallo y exportó a través de una compañía de XXX y aún le deben B/4,500, por lo que no tiene planes para cultivar estos rubros.
9. Piensa que hay gente que con los productos de exportación les ha ido bien, pero que es cuestión de suerte de 100-10.
10. Considera que la actividad de tomate puede ser rentable pero que el principal problema es el mercadeo. La Nestlé piensa que pudiera pagar mejor.
11. No cree que puedan conseguir precio más bajo afuera. El precio de los productos enlatados ha subido para el consumidor.
12. Piensa que el cultivo de tomate lo va a eliminar ya que los precios no le están dando.
13. El precio de ajuste en el maíz lo tiene a B/1.00 c/qq por cosecha.
14. Con el cultivo de melón tiene muy mala experiencia ya que los brockers bajan los precios al momento de la cosecha o cuando no les pagan, como en el caso del zapallo.
15. El va al mercado de abasto a vender, ayer fueron y lograron vender a B/1.50 /caja a los revendedores de tomate.
16. En el área no se produce yuca, ñame y otóe.
17. Piensa sembrar 1.25 has de ajíes y lo ha logrado mantener hasta un año en producción, lo llevará al mercado de abasto en Panamá de manera directa.
18. Depende el futuro del agro de los cambios que se han dado a nivel de gobierno.
19. No recibe ayuda, el MIDA no tiene carros, cuando requiere al veterinario se debe ir a buscarlo y comprar las medicinas.
20. No tiene información sobre las áreas cultivadas en otras regiones para la toma de decisiones al momento de realizar sus siembras.

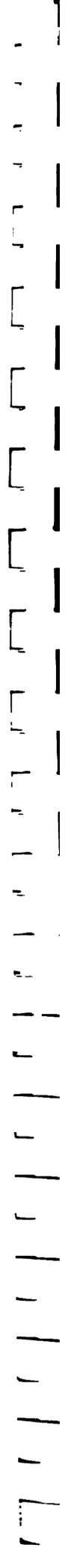
Cerro Punta, productor

1. El señor XXX es propietario de la parcela de producción. Adicional se agita como miembro de una cooperativa, la cual se dedica a la distribución de insumos y también es miembro de otra agrupación.
2. Tiene varios años de dedicarse a la agricultura, anteriormente laboraba como químico en una empresa en la ciudad de Panamá, pero dejó este trabajo, un día llegó a Cerro Punta con B/42,000 en el bol-



sillo y le dijo a su hermano que se pondrían a trabajar en su finca, piensa que le ha ido bastante bien pero aún no sabe dónde está su capital de inversión inicial.

3. Financieramente depende de una línea de crédito con un Banco Privado, la cual debe cancelar periódicamente, haciéndosele cada vez más difícil poder cumplir con este compromiso por los problemas que se vienen dando en el sector hortícola.
4. Anteriormente se dedicaba al cultivo de cebolla como cultivo principal al igual que una buena cantidad de productores de esta área. Sin embargo, hoy puede verse que este cultivo casi no existe a pesar de haberse logrado desarrollar cierto nivel tecnológico. Este rubro tuvo que abandonarse como producto de las importaciones que dieron al traste con la cosecha a nivel de campo y que sin lugar a dudas hizo que una gran cantidad de productores y áreas dejaran de cultivarse. Ahora en sus campos están cultivando zanahoria y lechuga, realizando un gran esfuerzo para producir lo más orgánicamente posible, pero al final se encuentra que estos productos tienen un bajo precio y que no se pueden vender pues falta mercado; la calidad observada es buena.
5. Piensa cultivar papa, ya adquirió la semilla y es lo que piensa cultivar. Como persona dirigente en el sector hortícola, ha participado en reuniones a diferentes niveles, al igual que en estudios que han permitido evaluar la problemática y posibles alternativas; pero considera que con el Ministro del MIDA anterior no lograron obtener las mejores respuestas, cree que con el actual, que también es productor hortícola, las cosas cambien a favor de los productores; está llenando los documentos para participar en los EMEX.
6. Espera la implementación del proyecto gubernamental de apoyo a los productores de las Tierras Altas y participará en el programa de invernaderos para la producción de hortalizas.
7. El principal problema que observa es el del mercadeo, cree que ha llegado el momento de sentarse con la cadena de supermercados, quienes en su mayoría son los importadores y éstos no están dispuestos a continuar perdiendo dinero con estos productos perecederos, si logran llegar a un acuerdo donde se les garantice un abastecimiento continuo y de calidad.
8. Reconoce que el sector está pasando por un período de transición donde es necesario introducir cambios, tanto en la programación de las siembras como en la calidad de los productos que se le puedan ofrecer al consumidor. Con la liberalización de las importaciones para abaratar la canasta alimentaria, ha quedado demostrado que no es cierta y que se necesita llegar a respuestas que garanticen las fuentes de trabajo.



9. Las empresas grandes del área están comprando las más pequeñas que tienden a desaparecer y el futuro se vislumbra difícil.
10. La asistencia técnica que recibe proviene generalmente de las casas comerciales ya que la gubernamental no cuenta con los recursos suficientes y él lo sabe.
11. Vende su producción a intermediarios, trata de venderle de manera directa a cadenas de supermercados y a los pequeños comerciantes conocidos como chigarreros, quienes pagan al contado y a un menor precio, pero los volúmenes que manejan son pequeños. Dice estar dispuesto a mejorar el manejo postcosecha para mejorar la calidad del producto ofertado. Es necesario ponerse de acuerdo y arrancar con un programa de manera conjunta entre los productores y los demás integrantes de la cadena de comercialización.
12. Si la asistencia técnica fuera privatizada en estos momentos, él no podría pagarla, a pesar de ser necesaria por la situación económica por la que atraviesa esta actividad. Considera que no sería la mejor respuesta.
13. Personalmente ha pensado en dejar a su hermano encargado de la actividad agrícola y regresar a su trabajo como químico. Esperará un poco para ver si los cambios que se van a dar son positivos para el sector productivo. Debemos preservar la independencia en la producción de alimentos y no depender de otros países en este aspecto.

Cerro Punta, productor

1. La baja de aranceles y la manera inconsulta en que se tomó dicha decisión, afectaron directamente al sector productor.
2. La falta de carretera y los costos elevados los hacen no competitivos.
3. Miran al sector gubernamental como enemigo de los productores.
4. Piensa que los agricultores que aún quedan están tratando de pasar el shock que se ha producido en el sector, pero hay otros que han desaparecido como productores y que se encuentran trabajando como jornaleros, han cambiado de actividad o salieron del área.
5. La situación de muchos agricultores es que apenas se están manteniendo con áreas de subsistencia ya que no tienen alternativas.
6. Los cultivos de papa y cebolla han entrado en crisis. La siembra de las otras hortalizas se ha considerado como la caja menuda para pagar los gastos, pero los precios bajan y ellos se ven igualmente afectados.



7. Han montado una sociedad de cinco productores y tienen un comerciante distribuidor quien le vende a hoteles, s/m, MAC y otros. Compraron un carro refrigerado para el transporte y clasifican desde los campos.
8. Consideran esta empresa como mediana, están mandando 4 - 5 camiones semanales y tuvieron que vender el camión refrigerado, están entregando producto clasificado en cajas plásticas.
9. De los 5 socios, 3 manejan casi toda la producción a través de la sociedad.
10. No tienen contrato de comercialización.
11. Cuando no tienen productos para abastecer los pedidos, compran afuera a otros productores. En el futuro, saben que tienen que programar la siembra para abastecer el mercado. Tienen una sociedad anónima formalmente constituida.
12. La sociedad tiene unos 15 meses de estar enviando carga a Panamá.
13. Hay varias sociedades en el área pero no han despegado aún.
14. Como sociedad anónima piensan poder entrar en los EMEX, ya están llenando los papeles.
15. Esta sociedad está generando empleos en el área, en el caso de la papa utiliza canales diferentes por razón de precios y capacidad del volumen que pueda manejar la sociedad anónima.
16. Cuando se habla de cambio tecnológico se tiene que definir de qué se está hablando, hay proyectos que tendrían que verse, pues si son a largo plazo, piensa que ya no estarían.
17. Sobre las recomendaciones de los proyectos invernadero que no fueron dados por el IDIAP, cree que se tendría que comenzar la investigación en este campo debido a las condiciones diferentes que se tienen con relación a la intemperie.
18. Con las innovaciones técnicas que representan un alto costo, lo primero sería poner el sistema de riego. De lograrse una producción y cuando ésta se tiene, entonces regularmente se dan las importaciones y no pueden vender.
19. Tecnológicamente: problemas con los análisis de suelo del IDIAP extemporáneo e incompleto.



20. Falta de aporte del estado que le brinde resultados para la toma de decisiones técnicas, pudo haberse ahorrado dinero en fertilizantes.
21. Asesoría técnica de orientación a la empresa para que puedan invertir y encontrar respuestas a los problemas que se confrontan a nivel de campo.
22. El IDIAP considera que debe ser competitivo y tratar de dar respuesta inmediata a los problemas que se vayan dando.
23. El investigador debe tener más autonomía, pues es la persona que carga con este sistema, el cual cuestiona pues no es el más indicado a la realidad.
24. Existe en el sistema falta de transferencia a nivel de productores, pues ésta realmente no existe.

Boquete, productor

1. Ahora se dedica más que todo al rubro del tomate, antes se dedicaba al cultivo de papa, cebolla, repollo y lechuga. La última vez que cultivó repollo y lechuga se perdió más de la mitad en el campo, el precio era de B/5.00 c/qq y no había ventas. Considera que cuando los precios están bajos al productor, en la ciudad de Panamá el precio no baja al consumidor, por lo que considera que esto influye en no poder vender.
2. El cultivo en sociedad con el señor XXX que le mercadea la producción y lo apoya financieramente es como una sociedad.
3. Ahora mismo tiene tomate, lechuga y papa; siembra escalonada, en el caso del tomate trata de mantener una producción constante. Por efectos de las lluvias recién pasadas, perdió una tomatera de 45,000 plantas que estaban por iniciar la producción, apenas si estaba cosechando unas 350 cajas semanales. La tierra donde él cultiva el tomate de mesa es sana y en producción se demoran de 10 - 12 semanas, utilizando variedades de híbridos mejorados para el manejo postcosecha y por rendimiento.
4. Donde cultiva obtiene buenos rendimientos. Considera que su principal problema es el mercado. Le han subido el precio a los híbridos que cultivan y esto representa un costo considerable; estima que en la tomatera las pérdidas estuvieron por el orden de los B/30,000.
5. Boquete puede ser zona tomatera, habrían regiones que por sus condiciones especiales podrían ser dedicadas a este cultivo, sin embargo hay otras que no funcionarían.



6. En determinadas épocas no cuentan con semilla disponible de tomate y en ocasiones las que consiguen no son los mejores.
7. Han realizado pruebas de variedades en su campo, sin embargo la casa suplidora no brinda el material considerado como provisorio.
8. Tiene problemas para conseguir la semilla con los suplidores, se habla del caso de las variedades provisorias.
9. Pxxxx dice que tenemos buenas tierras, pero hay muchos microclimas que deben ser considerados para establecer los cultivos.
10. Con los insumos cada vez que hay un producto nuevo, llega un señor y realiza las pruebas y les dan charlas. Para el control de algunas plagas han tenido que optar por pagar horas extras y realizar los controles químicos en horas de la noche para poder lograr un mejor control.
11. En relación con los precios de los insumos, consideran que producen cambios hacia arriba muy rápidos, dándose diferencias en el precio del abono entre Boquete y David.
12. Si se presentan problemas con plagas nuevas en el área, como en el caso de la mosca blanca en el año pasado, tienen el apoyo de la casa Comercial Melo, quien trajo un técnico que promocionó un producto para hacer el control a nivel de campo.
13. Existen productos orgánicos tales como insecticidas, bactericidas y fungicidas. Pedro trabaja con una libreta de crédito del Banco Nacional, con lo que se mantiene en la actividad. XXX recibe el apoyo de insumos de XXX y para mano de obra para los proyectos, pero es XXX el que comercializa la producción y establece el precio de venta.
14. En el área consideran que hay dos compradores grandes que son XXX y XXX. Ambos le venden a estos compradores y algo a los chigarreros (pequeños intermediarios).
15. Consideran que ha desaparecido un 80% del área cultivada y que ahora, si hay buenos precios en papa y cebolla es porque no hay producción y están expuestos a las importaciones que bajan estos precios en cualquier momento.
16. Hay productores que tienen cultivos para cadenas de s/m, sobre todo en el tomate, pero ellos no saben cómo les va. Se presenta una época de fiesta ahora mismo y nadie piensa en comer, las ventas serán malas.
17. Las importaciones y los cambios en el clima a veces impiden coger ventanas de exportación.



18. Los microclimas son un factor importante en la selección de las ventanas.
19. No parece haber ventajas de exportación por que el sur tiene problemas de invierno y el norte también.
20. El uso de dólares es ventaja y desventaja (la consecución de divisas).
21. Los brokers han afectado el intento de exportación.
22. Panamá es muy pequeño y no podemos competir en exportación.
23. Identificar rubros en los que puedan hacerse fuerte y crear volúmenes para ser competitivos y poder llenar los pedidos.
24. Con el mercado centroamericano en el caso de Costa Rica tiene barreras fitosanitarias y en el caso de los otros países más bien exportan los sobrantes de los volúmenes preclasificados después de enviar lo mejor a Estados Unidos (cebolla).
25. Cómo manejan el aspecto de administración y contable de la empresa y las limitaciones?
26. XXX están cubiertos por una ley que con ingresos inferiores de B/100.00 no hacen declaraciones de ventas. Considera que sus ingresos son menores, teniendo como limitante que no tiene referencias para solicitar créditos o conseguir un aval en determinado momento.
27. No han hecho manejo en otras clases de valores fuera del hortícola.
28. Piensa que el mercado hortícola en Panamá es manejado por una mafia, quien establece el precio y volúmenes que se mueven en el mercado de abastos. Para vender tendría que hacerlo a través de un intermediario que es quien tiene el cubículo para vender.
29. Si el agricultor viaja a vender directamente no lo va a poder vender y si lo da a crédito no se lo van a pagar, pues saben que él solo llega a vender cuando tiene que vender y no en tiempo de escasez.
30. XXX le vende a XXX y XXX que son seguros en los pagos a créditos y establecer una fecha de apoyo para cubrir los compromisos y a los chigarreros que compran pequeñas cantidades pero al contado y pagan hasta un mejor precio.
31. Los compradores muchas veces no dan precios al momento de la compra y en algunos ocasiones los precios que les pagan son inferiores a los de plaza en el momento del embarque.

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

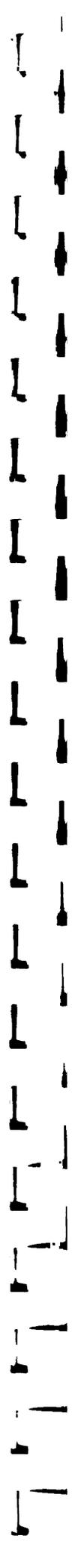
32. Cultivos nuevos que se vienen incrementando sería el pimentón, brócoli y pimentón mientras que se está dejando de producir el apio.
33. Sus principales cultivos son papa, cebolla y tomate.
34. Cultivos secundarios: repollos, zanahoria, habichuela, remolacha.
35. Si tuviera que pedirle al IDIAP respuesta técnica considera que se debe trabajar más con análisis de suelos, pues piensa que se está botando dinero en fertilizantes.
36. Considera que los mercados son difíciles para manejar pues se encuentra a la libre oferta y demanda, se siembra en toda época y no tienen programación en las siembras de acuerdo a las demandas.
37. En términos generales piensa que les falta bastante ayuda, pues es necesario educarse más para tecnificarse y bajar los costos.
38. No sabía que había un sistema de información de precio en la COOHMERC en el área.

Boquete, servicios financieros

- 1) Servicio, Gerente
- 1) Es el que presta mejor servicio a los pequeños agricultores y el que más área abarca con relación a territorio cubierto.
- 2) Fuente de financiamiento como ente de desarrollo, continuarán con el mismo patrón.
- 3) Las fuentes de financiamiento actual lo son el Gobierno Central a través del FECl (Fondo de Compensación de Interés) y los recursos propios generados de los préstamos. En los dos últimos años se considera que se están llenando las expectativas o demandas de los créditos. La demanda en lo hortícola ha disminuido, se considera que hasta en un 60%, causado quizás por la inseguridad en el mercado por falta del productor, comparado con otros rubros como el café y la ganadería; dándose un cambio del 2do. lugar, al 3er. en hortalizas, por orden de importancia.
- 4) Financian desde la preparación del terreno hasta la cosecha y han aumentado los plazos hasta 12 meses, ya que las importaciones afectan directamente la venta de la producción nacional por los costos nuestros comparados con los que vienen de afuera, según comentarios de los clientes que tiene y visitan la sucursal.
- 5) El BDA realiza la supervisión a sus clientes y se apoyan en el MIDA para la asesoría técnica en casos de problemas.



- 6) La mano de obra utilizada es considerada como calificada y con vasta experiencia en su totalidad, ya que en esta sucursal el que menos tiempo de labor posee es de 15 años.
- 7) Sus clientes son los pequeños, medianos y hasta grandes productores, siendo su mayoría los pequeños.
- 8) El único problema que tiene por parte de los clientes es la lenta respuesta a los desembolsos de los nuevos préstamos por la burocracia de control existente. Considera que esto afecta en cierta medida el éxito de proyectos en algunos casos.
- 9) En su mayoría sus préstamos son considerados medianos en un 45%, con monto entre 10 a 20 mil balboas.
- 10) Su competidor sería el Banco Nacional de Panamá, pero él piensa que éstos sólo prestan a los grandes y ellos quedan solos en el mercado.
- 11) Hay otra competencia, no de banco sino de casas comerciales a donde se ven abocados a recurrir los productores por el factor tiempo.
- 12) El status de la tenencia de la tierra de los productores no está definido, lo que hace que no califiquen como sujetos de crédito, además de la demora en la lenta respuesta (burocracia).
- 13) El sistema de selección para con el cliente no se ajusta, en muchos casos, a los requerimientos reales.
- 14) Esta Sucursal cubre la cuota de ingreso asignada a nivel de la institución.
- 15) Tema de Solicitud, trámite de un préstamo dentro de la Institución.
 - a) Confección de Informe de Campo
 - b) Análisis
 - c) Resolución de Aprobación
 - d) Control Fiscal Interno
 - e) Auditoría Interna
 - f) Refrendo de Contraloría General
 - g) Notaría y Registro Público
 - h) Solicitud de Asignación de Fondos



i) Emisión de Desembolsos

16) Créditos para la producción

- a) Piensa que en el futuro pueden continuar dando este servicio, aunque se detectan nuevos rubros para aprovechar mercados. Es el último eslabón que le queda al agricultor ya que ha mantenido el servicio en la buena y en la mala.
- b) Considera que deben tecnificarse más para mantenerse de acuerdo a los avances.
- c) Necesita modernizarlo para mantener la información más fluida y rápida.
- d) Cuentan con buen sistema de planificación de las actividades de manera anual, para este año el presupuesto es mayor al anterior a nivel de sucursal.

17) En orden de prioridades hacemos estas recomendaciones:

- a) La modernización del sistema total del campo.
- b) Que el banco brindara servicios de ahorro y cuenta corriente, ya que la red de servicio esta muy limitada.
- c) Minimizar los pasos para otorgar los créditos.
- d) Después que se hagan los ajustes, consideramos que habrá un buen futuro dentro del sector.



Anexo 4
Los participantes del Taller para la Evaluación de la
Situación de las Hortalizas en Panamá



**Listado de los participantes en el Taller de la Reunión de Evaluación de la Situación de las Hortalizas en Panamá, Aspectos de mercado.
REDCAHOR-IDIAP-IICA**

Nombre	Profesión	Institución o lugar de trabajo	Dirección	Teléfono
Rodríguez, Roberto	Productor		Cerro Punta	771-2061
García, Benjamín	Ing. Agrónomo	ALCER, S.A.		
De la Torre, -Senen	Ing. Agrónomo	Comité Nacional de Semilla, MIDA	Volcán	771-4233
Casasola, Alberto	Productor	Cooperativa de Productores		
Almillátegui, Javier	Profesor	Facultad Ciencias Agropecuarias	David, Chiriquí	772-9063/64
Castillo, Julio	Ing. Agrónomo	Facultad Ciencias Agropecuarias	David, Chiriquí	772-9063/64
González, Benjamín	Estudiante	Facultad Ciencias Agropecuarias	David, Chiriquí	772-9063/64
Osorio, Juan M.	Profesor	Facultad Ciencias Agropecuarias	David	772-9063/64
Visuetti, Zyldi	Profesor	Facultad Ciencias Agropecuarias	David, Chiriquí	772-9063/64
Wilcox, Yuny	Estudiante	Facultad Ciencias Agropecuarias	David	772-9063/64
Williams, Carl	Ing. Agrónomo	Facultad Ciencias Agropecuarias	David, Chiriquí	772-9063/64
Maliver, Juan	Coordinador Técnico	FUNDECHIR	Panamá	263-6744
Ríos, Victoriano	Agricultor	FUNDICEP	Cerro Punta	771-2236
Atencio, Auxilo	Socioeconomista	IDIAP	Alanje	772-7110
De Gracia, Rubén	Expositor	IDIAP	David, Chiriquí	775-3186
De Gracia, Nivaldo	Ing. Agrónomo	IDIAP	Los Santos	966-8763
Gutiérrez, Arnulfo	Investigador	IDIAP	Cerro Punta	771-2036
Morsilla, Euribíades	Productor	IDIAP	Los Santos	966-8763
Rojas, Neysa de	Investigadora	IDIAP	Boquete	720-3107
Barreyro, Héctor	Expositor	IICA	Panamá	263-3100 / 269-5779
Rivera, Enrique	Ing. Agrónomo	IIMA	David	722-2246/48
Dávila, Manuel	Director Regional	IMA	David	722-2246/48
González, Cesar	Ing. Agrónomo	MIDA	Volcán	771-4233
González, Tomás	Extensionista	MIDA	Volcán	771-4233
Guerra, Jesús	Economista	MIDA	David	775-2478
Murgas, Miguel	Extensionista	MIDA	Boquete	720-3107



Nombre	Profesión	Institución o lugar de trabajo	Dirección	Teléfono
Pimentel, Eddie L.	Extensionista	MIDA	Boquete	720-1362
Rodríguez, Alexander	Extensionista	MIDA	Volcán	771-4233
Serrano, Mario	Agrónomo	MIDA	Boquete	720-1362
Tuñón, Luis	Extensionista	MIDA	Boquete	720-1362
León, Yoksan	Empresario	Plásticos León	Boquete,	
Quiel, Pedro	Laboratorista	Productor	Boquete,	
Echeverri, Jorge	Expositor	REDCAHOR - IICA	San José, Costa Rica	229-0222
Hernández, Germán	Agricultor	Representante ROHER	Boquete	720-1452



