



INSTITUTO INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS

Oficina del IICA en la República Dominicana

A/D-11/77

LA COMERCIALIZACION DE CAFE EN LA REPUBLICA DOMINICANA: UN ENFOQUE GEOGRAFICO

Por:

Christian Girault

Julio, 1977

Santo Domingo, D. N.

P R E F A C I O

Desde hace dos años el Departamento de Economía Agropecuaria de la Secretaría de Estado de Agricultura, con la asesoría del Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas está investigando el sistema interno de comercialización de productos agropecuarios con el propósito de definir problemas, identificar y preparar proyectos de desarrollo del sistema de comercialización y preparar un Plan Nacional de Comercialización orientado hacia el mejoramiento del sistema de comercialización de los pequeños productores.

Aunque el esfuerzo realizado por el Proyecto SEA/IICA de Comercialización ha sido muy grande, no ha sido posible estudiar todos los productos en la misma medida, debido a los limitados recursos con que se cuenta para ello.

Cuando en 1975 vino al país el Sr. Christian Girault, geógrafo especializado en el estudio del movimiento del café, el IICA aprovechó su estadía para llevar a cabo un estudio sobre el sistema interno de comercialización del café en la República Dominicana como trabajo complementario a los trabajos del Proyecto SEA/IICA 1/. Este trabajo fue actualizado en 1976-77 y es publicado aquí.

Obedeciendo a una recomendación suya, se trajo al país al Ing. Benjamín Romero, Especialista en Café, quien continuó los trabajos iniciados por el Sr. Girault, realizando un estudio en la zona cafetalera de Barahona.

El trabajo del Ing. Romero aparece publicado en esta misma serie como documento A/D-7/77, Abril, 1977.

El documento original fué presentado en inglés y posteriormente traducido al español por Jocelyn Uribe y editado por Horacio Stagno 2/, a quienes agradecemos mucho su colaboración.

JERRY LA GRA
Especialista en Comercialización

1/ El Proyecto SEA/IICA financió en parte este estudio realizado por C. Girault

2/ Economista Agrícola, IICA/RD

I N D I C E

	<u>Página</u>
PROLOGO	1
I INTRODUCCION	2
1.1 <u>Definición del Problema</u>	2-4
1.2 <u>Necesidad de Investigación sobre el Mercadeo Interno del Café</u>	4-5
1.3 <u>Características de la Producción y su Influencia en el Mercadeo</u>	5-6
II REVISION DE LITERATURA	7
2.1 <u>Estudios Generales</u>	7-8
2.2 <u>Estudios Regionales y Locales</u>	8-10
III MOVIMIENTOS GEOGRAFICOS DEL CAFE	10
3.1 <u>Las Zonas de Producción están Aisladas</u>	10-11
3.2 <u>Desde las Montañas hasta los Valles</u>	11-14
3.3 <u>Grandes Movimientos a Escala Nacional</u>	14-18
IV IDENTIFICACION Y DESCRIPCION DE LOS PRINCIPALES INTERMEDIARIOS	18-20
4.1 <u>Quién Exporta Café en la República Dominicana?</u>	21-22
4.2 <u>Las Casas Exportadoras</u>	22-26
4.3 <u>Las Cooperativas y Asociaciones</u>	26-31
4.4 <u>Los Compradores o Comerciantes</u>	31-32
4.4.1. Los dueños de factorías (dueños de plantas procesadoras)	32-33
4.4.2 Los Almacenistas (dueños de tiendas)	33-35
4.4.3 Los Corredores Ambulantes	35
V PROBLEMAS RELACIONADOS CON LA DESCRIPCION DE LOS CANALES DE COMERCIALIZACION	35-37
5.1 <u>Los tipos de preparación del café</u>	38

	<u>Página</u>
5.1.1. Despulpado	39-40
5.1.2 Lavado	40-41
5.1.3 Secado	41-42
5.1.4 Desgranado, Manejo de los Granos	42-43
5.2 <u>La Naturaleza de las Relaciones entre los Diferentes Tipos de Compradores</u>	43-44
VI PRACTICAS COMERCIALES	45
6.1 <u>Métodos de Compra</u>	45
6.1.1 Ventas en la finca	45
6.1.2 Venta de café en los árboles	45-47
6.1.3 Venta de café en el almacén o en el beneficio	47-49
6.1.4 Influencia cultural y factores interpersonales sobre el precio del café	49-50
6.2 <u>Credito</u>	50-51
6.3 <u>Pésos y Medidas</u>	52-54
6.4 <u>Costos de Mercadeo y Márgenes</u>	54
6.5 <u>Las Prácticas Comerciales Explotativas Bajan la Calidad del Producto</u>	55-56
6.6 <u>Los Pequeños Productores Reciben Los Peores Términos de Intercambio en el Mercadeo del Café</u>	56
VII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	57
7.1 <u>Conclusiones</u>	57-59
7.2 <u>Recomendaciones</u>	59
7.2.1 Incrementar nuestro conocimiento de mercadeo en la Rep.Dom. a través de un fortalecimiento institucional	59-64
7.2.2 Realizar un estudio de prefactibilidad del proceso integral y el sistema de mercadeo en la Región de Barahona	64

7.2.2.1	Nuestra atención se ha sentido atraída hacia la región de Barahona....	64-68
7.2.2.2	Sumario	69
7.2.2.3	Recomendaciones	70-71
7.2.3	Establecer un grupo de trabajo de personas que representen Instituciones interesadas en la ejecución...	71-74
Cuadro No. 1		12
Cuadro No.2		15
Cuadr. No. 3		17
Cuadro No. 4		23-24
Cuadro No. 5		27
Cuadro No. 6		28
Cuadro No. 7		30
Cuadro No. 8		38
Figura No. 1		13
Figura No. 2		19
Figura No. 3		20
Figura No. 4		34
Figura No. 5		36

P R O L O G O

La investigación en que el presente estudio se basa ha sido conducida bajo las siguientes condiciones: En 1975, después de una revisión de la literatura disponible y entrevistas con los funcionarios y algunos especialistas, el autor 1/ escribió un Informe Preliminar 2/ que indica algunas hipótesis y estrategias para investigaciones futuras. En 1976 (diciembre) y 1977 (enero), el autor realizó investigaciones a nivel de campo en las principales zonas productoras (Cibao, Baní y Barahona), entrevistando a productores, a intermediarios y a exportadores. Se obtuvo y revisó la información de fuentes oficiales. El autor quiere dar particularmente las gracias a los funcionarios del Departamento del Café y del Cacao, de la Secretaría de Estado de Agricultura; a su Director; al Encargado de la División de Mercadeo; al Encargado del Programa de Rehabilitación de Café, y a los Supervisores Regionales del Programa de Café. El Departamento proporcionó transporte y los funcionarios muy amablemente compartieron sus conocimientos en la materia.

1/ Christian Girault, es investigador a tiempo completo del Centro de Estudios de Geografía Tropical, en Bordeaux, Francia. Ha realizado trabajos de investigación en México y Haití y está preparando un libro sobre el mercadeo de café en este último. El Centro de Estudios Geográficos Tropicales emplea investigadores que trabajan en la región Tropical en materia de interés Geográfico. Las investigaciones finalizadas o actualmente en progreso en el área del Caribe, incluyen estudios de tópicos seleccionados en Guadalupe, Martinica, Haití, Trinidad y Tobago, y la República Dominicana.

2/ Tal como está, el presente Informe incluye la sustancia actualizada del primer Informe Preliminar. Los términos de referencia de dicho estudio fueron los siguientes: Revisión de la literatura en café; identificación y descripción de los principales intermediarios en localización geográfica y su importancia relativa; identificación de los principales problemas en el sistema de mercadeo interno del café; recomendaciones en la metodología de la investigación dentro del sistema de mercadeo con miras a beneficiar a los pequeños productores; identificación de las áreas potenciales de mejoramiento del sistema de mercadeo en favor de los pequeños productores.

I. INTRODUCCION

1.1 Definición del Problema

La economía de la República Dominicana está basada en la exportación de una limitada lista de productos agrícolas como azúcar, café, cacao, tabaco, etc. De estos, el predominante es el azúcar. Pero es de interés para el país tratar de equilibrar la importancia de estas diferentes cosechas, sobre todo en vista de las vastas variaciones de precios de estos productos en el mercado internacional. En 1976/77, se da la situación donde, después de un período de precios altos, el precio del azúcar ha bajado rápidamente, resultando en una disminución en ingresos, para 1976 sobre 1975, que ha sido estimada en unos 300 millones de dólares o más. Por el contrario, los precios del café y del cacao están excepcionalmente altos, alcanzando un pico, nunca antes obtenido. ¿Compensará el alza en los precios del café y del cacao los bajos precios del azúcar? Desafortunadamente para la República Dominicana, los niveles de producción de estos dos productos no permitirán que ocurra esta compensación. La cosecha de café de 1976/77 será particularmente baja, debido a las condiciones climáticas y las pobres condiciones de producción. Esta es una de las facetas del desbalance de la economía del país.

Pero también existe otra faceta cuya naturaleza es más de índole social: el café y el cacao se cultivan por millares y millares de pequeños productores. En el caso del café, que es el tema de este informe, se puede estimar que hay actualmente alrededor 90,000 fincas de café en el país, y que el destino económico de unas 700.000 personas está ligado directa o indirectamente con el mismo. Las zonas productoras de café ocupan vastas zonas del país (particularmente en el Norte, Sur y Oeste), extendiéndose posiblemente a un tercio del territorio nacional, incluyendo principalmente las regiones montañosas. Es importante que los pequeños productores reciban los máximos beneficios por su arduo trabajo, incluyendo mejores dividendos cuando los precios estén altos, como lo están ahora. Debemos recordar aquí que en los clásicos términos económicos, la pobla-

ción de menores ingresos constituye un mercado consumidor potencial de los productos nacionales, que se puede orientar hacia demanda para fomentar la industrialización del país. Desafortunadamente, la situación en este aspecto no puede considerarse buena. Los ingresos del café a nivel de los pequeños productores son tradicionalmente bajos y los expertos perciben que los productores no se benefician adecuadamente de los altos precios del mercado internacional. Es precisamente aquí en el área de transferencia de ingresos, donde el mercado interno del café se vuelve importante y por esto, es objeto de este informe.

La imposibilidad de incrementar sustancialmente la producción de café de exportación en los últimos años, a pesar del Programa de Rehabilitación de la Secretaría de Estado de Agricultura, se puede atribuir básicamente a la falta de incentivo para incrementar la producción, lo que se relaciona con fallas en el sistema de mercadeo.

El momento es crucial en opinión de los expertos con quienes hemos intercambiado ideas. Los altos precios están generando nuevo interés en la producción de café. En momentos como este, el mejoramiento y las reformas propuestas reciben vasta aceptación. También debemos notar que el descontento manifestado por los productores justifica que se le preste más atención al problema a nivel de productor.

El momento es crucial aún en otro sentido: el Estado ha establecido recientemente un nuevo impuesto de exportación para el café (Decreto No. 2448). Se estima que dicho impuesto puede producir una suma de aproximadamente 30 millones de pesos por año, en base a las cantidades actualmente exportadoras y a los precios actuales, suma que puede ser reinvertida en el fomento de la producción.

i A este respecto caben algunos comentarios. Los impuestos a la exportación de productos agrícolas son generalmente considerados muy perjudicial para la economía del país interesado. Primero, porque se consideran como un instrumento anticuado y frecuentemente ineficaz para aumentar ingresos, ya que naturalmente se reduce el nivel de la oferta del producto. Segundo, por-

que se sabe muy bien que no todos los socios en el negocio se reparten igualmente la carga del impuesto. En el caso bajo consideración, éste es un riesgo muy alto en el cual los productores tienen desventaja en dos aspectos: primero, ellos soportarán la mayor parte de la carga (si no toda); segundo, a medida que los ingresos de este impuesto se imputen al presupuesto general, serán usados en áreas sin relación al cultivo del café ni a la agricultura. Para ser justos, debemos mencionar que el Presupuesto de 1977 proyecta específicamente la rehabilitación de 70,000 tareas bajo café, y fuentes oficiales han informado que se harán disponibles 8 millones de pesos a través del Banco Agrícola para préstamos a los productores de café. Sin embargo, debemos insistir en la siguiente idea: La única justificación para este impuesto es que el dinero recaudado sea regresado al sector cafetalero donde se origina, ya sea en forma de préstamos a los productores para la rehabilitación de sus plantaciones, hasta el que consideramos más adecuado: bajo la forma de intervención específica del Estado en el sistema de mercadeo del café.

1.2 Necesidad de Investigación sobre el Mercadeo Interno del Café

Hasta ahora, la política de la Secretaría de Estado de Agricultura en relación con el café ha puesto énfasis sobre dos aspectos económicos del producto; específicamente: 1) Su producción e incremento a través del Programa de Rehabilitación de Cafetales, y 2) el mercadeo externo de los granos a través de la Comisión de Asignación de Cuotas, luego transformada en la Comisión de Café. El Mercadeo interno del café ha sido extensamente descuidado, aunque en el pasado han habido algunos débiles intentos de considerar este problema. A nivel de investigación en comercialización se puede apreciar el mismo descuido ya que se observa una relación opuesta evidente entre la investigación realizada y la intervención estatal en el sector interno. Las condiciones agronómicas del cultivo se han desarrollado en forma satisfactoria y son bien conocidas en el país. Estimamos que el énfasis puesto en la producción ha sido, hasta cierto punto, perjudicial para una mejor comprensión del

mercadeo, el cual es un elemento clave para la economía cafetalera en la República Dominicana. También es cierto que la falta de investigación social y económica organizada en el país ha impedido la investigación en esta área como en muchas otras. Por eso es posible entender una afirmación tan severa como la siguiente: "La comercialización del café en el país ha estado compuesta por diferentes canales, para los cuales no ha habido ningún tipo de programa ni estudio que haya logrado determinar la magnitud de su influencia en el desenvolvimiento del comercio del grano" 1/.

El objetivo del presente estudio es analizar las principales características del sistema de mercadeo interno del café, señalar sus imperfecciones y dar orientación a futuras investigaciones, las que eventualmente resultarán en políticas para el sub-sector.

1.3 Características de la Producción y su Influencia en el Mercadeo

En vista de que este estudio trata básicamente sobre el mercadeo, las condiciones generales de la producción no serán tenidas en cuenta. Sin embargo, existe una característica de la producción que viene al caso mencionar, y es el tamaño de las fincas y el estado socio-económico de los productores.

Generalmente se afirma que la producción de café en la República Dominicana se lleva a cabo por pequeños y medianos productores. Los datos estadísticos, de fecha 1970, confirman este hecho pero se acepta aquí solamente como una hipótesis preliminar. Sin embargo, considerando el material estadístico disponible y el trabajo de campo realizado nos han llevado a deducir que el café también se produce en gran escala, lo que debe tomarse en consideración en futuros estudios. Durante los viajes realizados al interior se encontraron fincas de considerable tamaño, en la mayoría de las regiones productoras. Los dueños de estas fincas grandes son muchas veces campesinos locales pero, en muchos casos, son los dueños de colmados, intermediarios o industriales de café, exportadores, políticos y en otros casos, son propietarios no-residentes, que viven en Santo Domingo, Santiago,

1/ El subrayado es nuestro.

etc. Generalmente las grandes fincas de café no tienen arrendatarios, pero son administradas por cualquier encargado o gerente, quien recluta a los trabajadores. 1/

Si bien es cierto que los pequeños y medianos productores representan una vasta mayoría de fincas, es también cierto que en términos de café cosechado y entregado, los grandes productores representan una parte significativa del total, mayor que lo que las estadísticas disponibles tienden a probar.

Se percibe que se ha dado concentración en la tenencia de la tierra y que la misma sigue en proceso actualmente (la magnitud de este fenómeno aparentemente no se conoce). Este dato es importante considerando el punto de vista tradicional de que la producción es principalmente realizada por productores pequeños, mencionada arriba, y el hecho de que en muchos países de América, África y Oceanía, la producción de café es generalmente llevada a cabo por pequeños y medianos productores.

i

En este estudio tendremos oportunidad de demostrar que la suerte económica y las ganancias logradas por los productores en el mercadeo de su producto, depende mayormente de ésta sola variante: El tamaño de su finca.

Como una hipótesis de trabajo, hemos determinado los siguientes estratos de tamaño de las fincas:

- Unidad pequeña - menor de 100 tareas
- Unidad mediana - entre 100 y 300 tareas
- Unidad grande - entre 300 y 1000 tareas
- Unidad muy grande - más de 1,000 tareas

Estos estratos normalmente tienen en cuenta la superficie sembrada de café y no la superficie entera de la finca.

1/ Como regla general, las formas indirectas de tenencia de tierra son limitadas en la región cafetalera.

II. REVISION DE LITERATURA

No se puede decir que no hayan estudios relacionados con el sistema de mercadeo interno del café en la República Dominicana, ya que en la bibliografía anexa se demuestra lo contrario. No obstante, percibimos que en los estudios publicados hasta la fecha el problema del mercadeo está latente, pero considerado solamente de manera periférica.

Nuestra revisión de la literatura ha incluido veinte (20) títulos de informes, estudios y publicaciones varias realizadas a partir de 1970. El material anterior a esta fecha es escaso y de poca importancia. El título de uno de los estudios /2/ es confuso, ya que se refiere solamente a la comercialización externa del café. Otros estudios tienen limitado valor, con la excepción de algunos párrafos sobre el sistema de mercadeo interno.

Para mayor claridad, digamos que la literatura sobre el café puede dividirse en dos grupos: Estudios generales, y Estudios locales y regionales.

2.1 Estudios Generales

Los estudios generales sobre el café en la República Dominicana tienen generalmente una sección sobre mercadeo, pero su lectura no siempre es ilustrativa ya que adolecen de falta de datos estadísticos y ponen poco énfasis en el Mercadeo Interno.

La publicación del libro "Tendencias de la Economía Cafetalera Dominicana (1960-1972)" por el Departamento de Investigaciones Científicas de la Universidad Autónoma de Santo Domingo (UASD) /1/, es una valiosa adición a la lista. Este libro enfoca desde una nueva perspectiva el negocio de café, arrojando cierta luz histórica desde los tiempos de Trujillo. El ex-dictador estableció un monopolio de exportación de café con la participación de algunos grandes comerciantes (Café Dominicano, C x A). La ruptura de este monopolio abrió el camino hacia la actual situación, donde un grupo de grandes exportadores negocian la mayor parte del café tanto en el mercado externo como en el interno. Desafortunadamente, el funcionamiento del sistema de comercialización a otros niveles que no sea el de exportación, es decir, en el campo con los diferentes intermedia-

rios, no están detallados en este libro.

La "Encuesta Café" /4/ usa la misma metodología que la Encuesta y Análisis de la Economía Cafetalera de la República Dominicana /10/, es decir que entrevista a productores seleccionados a través de una muestra estratificada y trata de actualizar algunas de las estadísticas presentadas en el último /10/. Este esfuerzo será eventualmente continuado y podrá tal vez ser mejorado con la continuación de otra encuesta utilizando muestras ajustadas.

2.2 Estudios Regionales y Locales

Los estudios regionales y locales son mucho más valiosos para el propósito que nos ocupa porque suministran datos concretos sobre el sistema y su funcionamiento. En consecuencia, se percibe una imagen más acabada del problema aún cuando de dichos estudios surjen un sin fin de nuevas preguntas.

Para la región del Cibao, la más importante región productora de café del país (60% del total) los estudios de Joaquín Díaz /3/ y de R. E. Sharpe /14/, /15/, /16/ y /17/ son complementarios. El primero /3/ aporta ideas y datos en forma de tablas y cuadros de mercadeo. El autor admitió 1/ que los porcentajes indicados en los diagramas (porcentajes de productores que pasan de un estrato a otro, o a un intermediario específico) son meras estimaciones, pero sostuvo que tienen algún valor por el conocimiento de los expertos sobre la región. Otra limitación del estudio es que se refiere solamente a la comercialización en el Valle del Cibao (stricto-sensu) esto es, en la sección de valles de cinco provincias (Duarte, Espaillat, Salcedo, Santiago y La Vega). El mercadeo se analizó al nivel de los pueblos pequeños y centros regionales donde el café pasa por procesos y transferencias en mayor escala. Las primeras etapas de comercialización (en las regiones más altas) no fueron estudiadas. Tampoco se incluye la Provincia de Puerto Plata, que es la más importante de la República por su producción.

1/ En una entrevista personal mantenida para el efecto.

La tesis de Sharpe /14/ es un profundo estudio de una comunidad de la Provincia de Santiago 1/. El autor bautizó esta comunidad con el nombre ficticio de Jaida Arriba. Se cree que en efecto es Jagua Abajo, a pocas millas al Sur de Jánico, que es un importante distrito cafetalero. Las descripciones de las relaciones tradicionales entre los campesinos y los intermediarios y de los esfuerzos para crear una cooperativa son extremadamente valiosos. No está demás citar la introducción de Sharpe:

/14, P.2/ "Mi enfoque está en el control que ejercen los intermediarios (compradores o comerciantes) sobre las cosechas de los campesinos a través del control de capital y comercio que sus posiciones le confieren en el sistema, tanto local como nacional e internacional. Prestándoles y adelantándoles dinero a los campesinos en los meses que no hay cosechas, éstos intermediarios suplen sus necesidades básicas para sus familias y sus cultivos, pero en compensación a dichos intermediarios, los campesinos tienen que cargar con elevados intereses y vender su café a precios muy por debajo de su verdadero valor. Estos intermediarios también son capaces de ejercer control sobre este cultivo comercial principal a través de la virtual monopolización del acceso al mercado."

En el plan DELNO se hace un estudio especial sobre el café /12/ (cubriendo aproximadamente las cuatro provincias del Noroeste: Dajabón, Monte Cristi, Santiago Rodríguez y Valverde). En esta región la producción de café es considerada relativamente marginal. El Plan propone un sistema de financiamiento del mismo tipo que el previsto en el Programa Nacional de Rehabilitación Cafetalera, actualmente en ejecución. En lo que se refiere al mercadeo, el estudio pone todo el énfasis en la creación de cooperativas.

Para la región Central (Provincias de Azua, Peravia y San Cristóbal) se cuenta con abundancia relativa de información, posiblemente debido a su proximidad con Santo Domingo además de su importancia como región productora de café. Un estudio llevado a cabo por la Secretaría de Estado de Agricultura (SEA) /11/ eva-

1/ Dejo constancia de gratitud al Señor Gerald Murray porque me ha facilitado este documento antes de su publicación.

lúa los resultados del Programa de Rehabilitación Cafetalera en esta área, criticando algunos aspectos del mismo. Una firma consultora colombiana (PIDELTA) ha preparado un estudio muy completo /9/ de la Cooperativa de Baní (haciendo de ella la cooperativa mejor conocida del país). Este estudio fué realizado con el objeto de sentar las bases para un proyecto de desarrollo financiado con fondos externos. Un documento por Peter Marchetti /6/ y /7/, sobre "Los campesinos minifundistas de San José de Ocoa", documenta la situación del mercadeo en este distrito dentro del marco conceptual "desarrollista".

Es conveniente tener en cuenta que no se ha encontrado estudios sobre la Región de Barahona, que es la tercera zona productora importante. Esta observación, así como otras conclusiones de esta revisión de literatura, serán tenidas en cuenta al formular nuestras conclusiones.

III.MOVIMIENTOS GEOGRAFICOS DEL CAFE

Para comprender mejor el sistema de comercialización interna del café, es preferible describir desde las zonas donde se logra hacia los puntos de exportación/consumo.

3.1 Las Zonas de Producción están Aisladas

El café se produce en su mayor parte en zonas de mediana altitud, como se puede apreciar en el Cuadro No. 1. Estas zonas se caracterizan en muchos casos por la escabrosa topografía y su correspondiente pobre acceso. El hecho de que los asentamientos rurales están dispersos agrega otra complicación a aquellos problemas. El 12.8% de las fincas (aproximadamente 10,000) no tienen acceso a transportación moderna (10/Cuadro No. 49, P.61). Del restante 87.2%, la mitad (51.5%) tiene acceso a caminos solamente transitables durante la temporada seca (/10/Cuadro No. 51, P. 63). En el Norte del país, la situación se torna crítica en algunos casos, debido a las lluvias en la temporada de cosecha (noviembre-enero). Bajo estas circunstancias, no es sorprendente que los animales de carga (especialmente mulos) sean el principal medio de transporte utilizado por el 76.6% de los productores. (el resto se divide en vehículos de motor: 11.5%, y

"otros medios" un 11.9%;/10/Cuadro No. 52, P.64) Es probable que desde la encuesta de 1972 la situación haya mejorado debido a la apertura de nuevos caminos rurales 1/ y al incremento del número de vehículos motorizados. Sin embargo, sin duda alguna la falta de transportación adecuada continúa siendo un serio obstáculo en el movimiento del café.

3.2 Desde las Montañas hasta los Valles

El café producido en las fincas es objeto de varrios procesos de acopio a lo largo de su camino a los puertos desde donde se exporta (ver Figura No. 1). La primera etapa puede ser una pequeña tienda en un poblado, una instalación para despulpar o una tienda especializada en el acopio (aparte de las mismas fincas, claro está). Por ejemplo, la cooperativa de "Caficultores de Baní", tiene sus Centros de Acopio en las montañas de la Provincia de Peravia. Los campesinos que quieren vender a la cooperativa transportan su café en mulos por caminos escabrosos hasta los centros de acopio, donde el café recibe un primer tratamiento. De ahí, el producto se envía a la instalación central de la Cooperativa, cerca de Baní, por caminos de tierra muy malos (/9/ y notas personales).

Una segunda etapa son pueblecitos o pequeños centros donde están instalados algunos compradores importantes. Las plantas procesadoras también son parte de esta etapa como por ejemplo la instalación de la Cooperadora en Baní.

Estos dos primeros tipos de movimiento tienen lugar en el ambiente rural. Las condiciones de transporte son difíciles y el transporte con animales todavía se usa con frecuencia, aunque la cantidad transportada por este medio es desconocida. Este movimiento se puede explicar más fácilmente diciendo que el café sigue a los ríos. Primero, el café, como el agua, baja desde las montañas hasta los poblados donde se procesa. En segundo término, el café sigue, literalmente hablando, aquellos ríos próximos a los caminos. En tercer lugar las plantas

1/ El Departamento de Café y Cacao asigna parte de sus fondos para la construcción de caminos en los distritos cafeteros. Otras instituciones (como el Instituto Agrario Dominicano) y hasta particulares, están construyendo caminos que pueden ser usados para transportar café. Podría ser útil la continuación de la encuesta usando la misma metodología para estudiar los medios de transporte actuales y determinar también el impacto del programa de caminos rurales.

Cuadro No. 1 Distribución por altitud de las zonas productoras de café en 1974

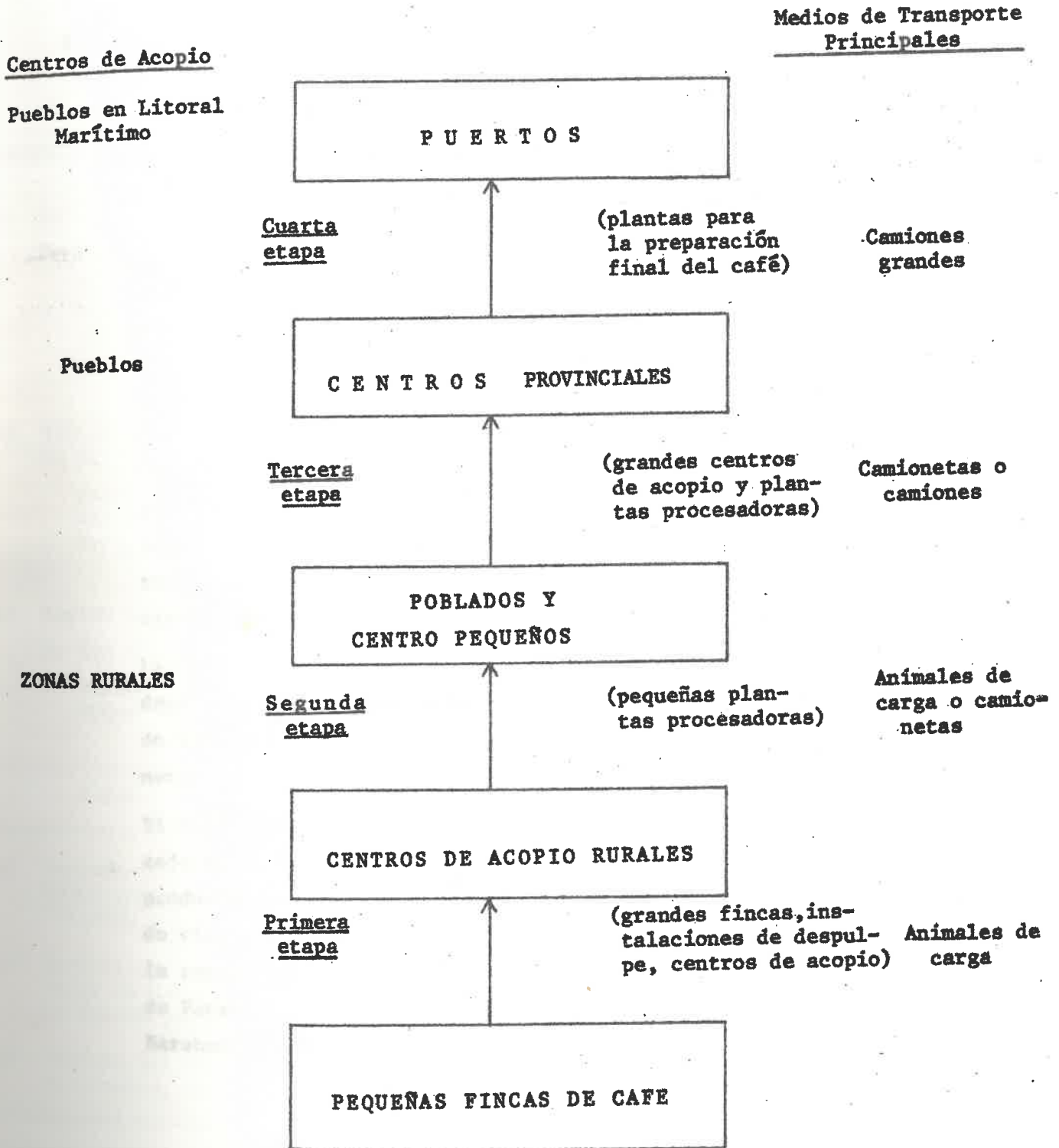
(en tareas)

Altitud	Número de Tareas	Porcentaje
Menos de 300 m.	665,000	22.9%
300-500 m	1,100,000	38.0%
500-700 m.	575,000	19.8%
700-1000 m.	393,000	13.5%
más de 1000 m.	167,000	5.8%
T O T A L	2,900,000	100.0%

Fuente: Evaluación del Programa de Rehabilitación de Cafetales en la Zona Sur-Central. II Curso Nacional de Formulación y Evaluación de Proyectos SFA/OEA. Santo Domingo, R. D. Febrero 3-Mayo 9, 1975.

Cuadro No. 20, p.41 (Nuevos Agrupamientos y porcentajes por el autor).

Figura No. 1 Flujos Geográficos del Café



procesadoras están siempre localizadas cerca de agua dulce, ya que el lavado del café requiere gran cantidad de agua dulce.

3.3 Grandes Movimientos a Escala Nacional

Las siguientes etapas en el movimiento del café ocurren en las tierras bajas. Las características de las carreteras en las llanuras son adecuadas y el café es transportado exclusivamente en camiones o camionetas (propiedad de industriales cafetaleros o de transportistas.

La tercera etapa (Fig. 1) del movimiento está representada por el transporte del café desde los pequeños centros hacia los centros provinciales, donde recibe el tratamiento final para exportación. Un estudio /5/ da algunos datos estadísticos sobre el movimiento del café a este nivel. Pero sus tablas no están completas ya que muchos de los movimientos no están indicados: Por ejemplo, las afluencias hacia Moca son más intensas que las descritas y son también más numerosas. No obstante, el estudio suministra algunas indicaciones de las afluencias para 1970.

La cuarta etapa de movimiento (Fig. 1) comprende el transporte desde los centros provinciales (ampliamente definida, incluyendo las regiones productoras) hasta los puertos. Este último movimiento genera grandes transferencias regionales.

El Cuadro No. 2 presenta la distribución del café comercializado en la República Dominicana por las más grandes regiones productoras. Ella demuestra que el 60% del café comercializado viene del Cibao (ampliamente definido), el 25% proviene de la región Central y Oriental (principalmente de la Provincia de Peravia), y el 14.8% de la ampliamente definida región de Barahona.

Cuadro No. 2 Distribución del Café Comercializado por Regiones

Período: Septiembre 1970 - Agosto 1971

Quantal: 50 Kgs.

REGIONES Y LOCALIDADES	VOLUMEN QQ	PORCENTAJE	%
1) REGION DEL CIBAO ^{a/}	489,033		60.2
De las cuales tienen:			
Puerto Plata	90,044		11.1
Espaillat	79,055		9.7
Salcedo	78,811		9.7
Otros	241,123		29.7
2) REGION CENTRAL Y ORIENTAL ^{b/}	203,245		25.0
De las cuales tienen:			
Peravia	84,851		10.4
San Cristóbal	66,817		8.2
Otros	51,577		6.4
3) REGION DE BARAHONA Y OCCIDENTAL ^{c/}	120,453		14.8
De las cuales tienen:			
Barahona	67,349		8.3
Otros	53,104		6.5
T O T A L	812,731	812,731	100 100

^{a/} Incluye las Provincias de Dajabón, Duarte, Espaillat, María Trinidad Sánchez, Monte Cristi, Puerto Plata, Salcedo, Samaná, Santiago, Santiago Rodríguez, Valverde y La Vega.

^{b/} Incluye las Provincias de La Altagracia, Azua, Peravia, San Cristóbal, San Pedro de Macorís, Sánchez Ramírez, El Seibo y el Distrito Nacional, y excluye La Romana porque no comercializa café.

^{c/} Incluye las Provincias de Bahoruco, Barahona, La Estrelleta, Independencia, Pedernales, San Juan.

Fuente: Secretariado Técnico de la Presidencia, Oficina Nacional de Estadística, Sexto Censo Nacional Agropecuario 1971, (Segunda Edición), (Volumen I Cuadro No. 15, p. 38, (Agrupación Regional por el Autor).

El Cuadro No.3 muestra la cantidad de café que se exporta a través de los diferentes puertos del país. Por la comparación de las dos tablas se puede deducir que la mayor parte del café producido y comercializado en los primeros niveles en las regiones del Cibao y de Barahona se exporta a través de los puertos de Santo Domingo y Haina cuya región interior natural la constituye la región Central. Solamente el 11% del total de las exportaciones nacionales se hacen a través del puerto de Puerto Plata, que es la salida "natural" para la región del Cibao, donde se produce más del 60% de la producción nacional. En la misma forma sólo el 4.5% del total nacional se exporta a través del puerto de Barahona, en tanto que el 15% de la producción nacional se logra en esta región. Ello significa que las grandes transferencias nacionales ocurren en el sistema de distribución. En algunos casos, estas transferencias son cargas completas de café elaborado que van en camiones directamente a los puertos de exportación. En otros casos, el café elaborado parcialmente se transfiere hacia las ciudades más grandes, para su preparación final o su transformación.

Pareciera que la concentración de exportaciones a través de las diversas facilidades portuarias del área Metropolitana de Santo Domingo (el antiguo puerto sobre el Río Ozama, el de Haina y el de Boca Chica) está tomando rápidamente impulso. Con esta tendencia las exportaciones a través de los puertos de Barahona 1/, y Puerto Plata pronto serán marginales. (Tal conclusión está en desacuerdo con las predicciones del estudio de Lamarre-Valois /5/).

El hecho de que el café preparado en Barahona y Puerto Plata se exporta con creciente frecuencia desde Santo Domingo, adquiere particular importancia. Esta tendencia de ninguna manera se puede considerar positiva ya que la situación económica de estos dos puertos tradicionales de exportación se puede afectar gravemente. Las facilidades del puerto caerán en desuso y será reforzada la nociva concentración en Santo Domingo de las fuerzas económicas en su totalidad. Esta tendencia se debe consi-

1/ Una de las recomendaciones para futura consideración (la regeneración de las facilidades de exportación y procesamiento en Barahona) contrastarán parcialmente tal tendencia. (Ver Recomendación B.)

Cuadro No. 3 Café Exportado por los Distintos Puertos en 1974 y 1975
(En toneladas métricas)

PUERTOS	1 9 7 4		1 9 7 5	
	CANTIDAD (TM)	PORCENTAJE (%)	CANTIDAD (TM)	PORCENTAJE (%)
Barahona	1,387.00	4.5	-	-
Haina	16,610.13	54.4	23,239,136	73.4
Puerto Plata	3,356.16	11.0	2,250,208	7.1
Santo Domingo	9,181.629	30.1	6,157.978	19.5
Aeropuerto (Las Américas (Santo Domingo)	0.144	<u>a/</u>	-	-
TOTAL	30,535.063	100.00	31,647.322	100.00

a/ No significativo.

Fuente: Unidad de Estadística del Centro Dominicano de Exportaciones
(CEDOPEX).

derar como el resultado de los actuales factores económicos en juego, entre los que debemos considerar como más importante:

- a) La política de las compañías navieras extranjeras que transportan todos los embarques y los acuerdos de líneas entre esas compañías que trabajan las rutas del caribe.
- b) El mejoramiento de la infraestructura de transporte interno (autopistas y las principales arterias urbanas) y el aumento en el uso de los furgones para el embarque de café (se debe tomar en cuenta que el servicio de furgones está con frecuencia ligado a las compañías navieras antes mencionadas).

Esta tendencia está reforzada por los movimientos de café para consumo local, ya que con la excepción de uno, todos los molinos instalados en la República Dominicana están en Santo Domingo. La Fig. 2 presenta un diagrama simple que demuestra los movimientos del café para exportación y para consumo interno.

IV. IDENTIFICACION Y DESCRIPCION DE LOS PRINCIPALES INTERMEDIARIOS

Los canales de comercialización son complejos en la mayoría de los casos. ^{1/} El sistema se puede representar mejor con una cadena que va desde el productor hasta el mercado externo como se ilustra en la Fig. 3. Este diagrama general indica el nombre genérico del intermediario en lugar del específico, y no considera las variaciones regionales del sistema. Además, el hecho de que estén representados solamente dos tipos de productores (los pequeños y los grandes) limita el valor explicativo del diagrama. Sin embargo, es de esperar que explicaciones subsiguientes den mayor precisión a la descripción del sistema.

^{1/} La descripción del sistema de mercadeo se obstaculiza por la falta de datos confiables sobre la cantidad del producto que se mueve a través de los diversos canales. El único documento que representa alguna evidencia cuantitativa es el de Joaquín Díaz, "La Situación y Problemas del Mercadeo Agrícola en el Valle del Cibao" /3/.

Figura No. 2

Movimientos de café para consumo interno y para el Mercado Exterior.

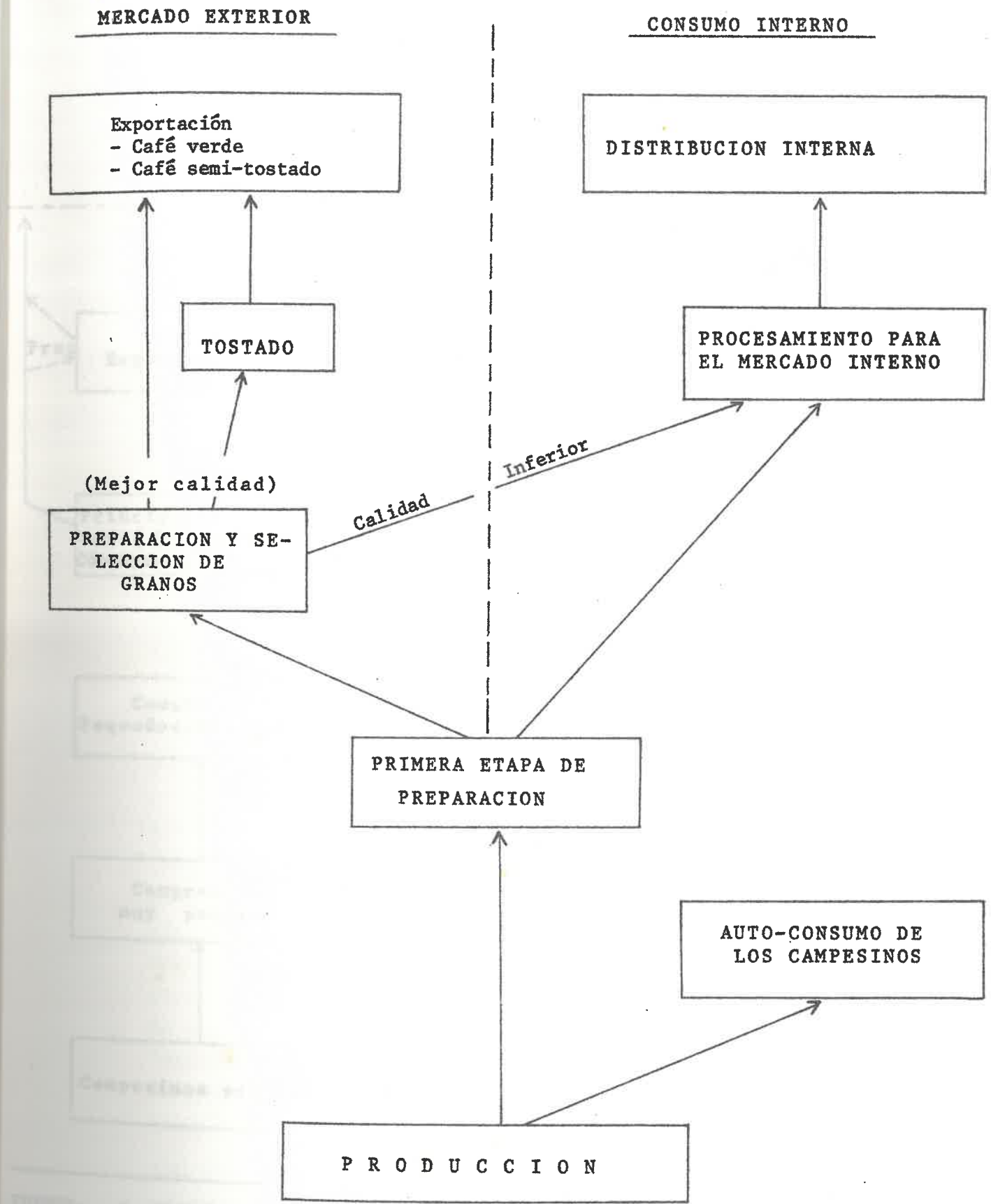
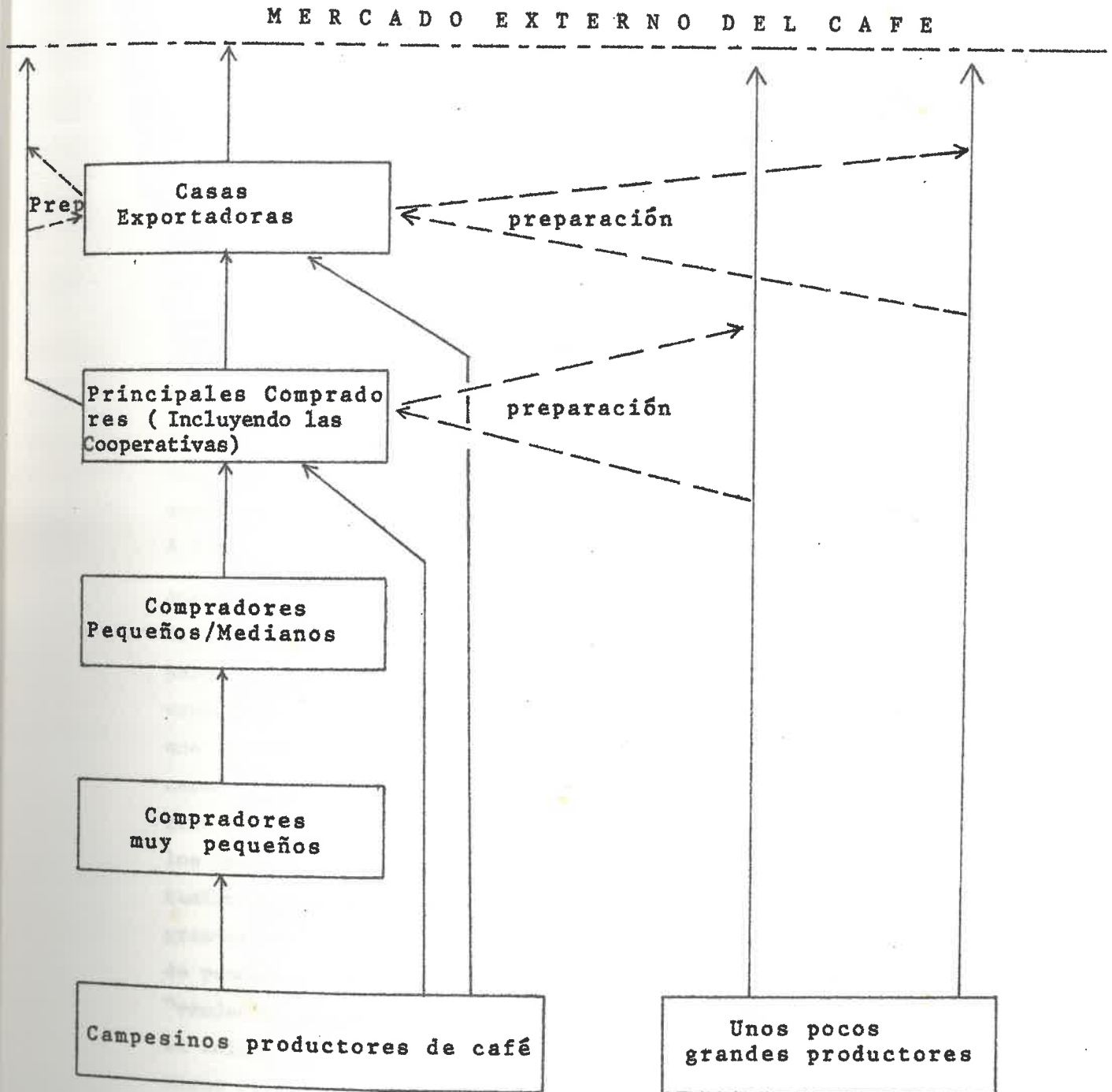


Figura No. 3 Compra de café: Desde el productor hasta el mercado exterior.



FUENTE: C. Girault

4.1 Quién Exporta Café en la República Dominicana?

El café se exporta por 4 (cuatro) tipos diferentes de agentes económicos.

1. Las Casas Exportadoras de tipo tradicional.
2. Algunas Instituciones de tipo cooperativo (Cooperativas y Productores).
3. Algunos grandes comerciantes.
4. Algunos grandes productores de café.

Se debe enfatizar que la distinción de estos diferentes tipos de exportadores de café no está del todo bien definida. Por ejemplo, los grandes comerciantes algunas veces exportan tanto café como las casas exportadoras tradicionales. Al mismo tiempo pueden ser también productores en el propio sentido de la palabra ya que poseen grandes fincas cafetaleras. No es raro encontrar que los exportadores posean plantaciones de café. En este sentido, la distribución de las exportaciones entre estos diferentes tipos de agentes no se puede precisar con mucha exactitud, pero lo que sí es cierto es que las casas exportadoras exportan la mayor parte de la producción (ver el punto 4.2).

Antes de 1973, bajo el sistema de cuotas establecido por la Organización Internacional del Café (O.I.C), la cuota nacional para la República Dominicana era distribuída entre los posibles exportadores por la Comisión de Asignación de Cuotas, en la que estaban representados todos los grupos interesados (las casas exportadoras tenían la representación mayoritaria, con gran diferencia de las otras). (/1/ P. 49, 62). Muchos de los exportadores eran en realidad grandes productores que obtenían cuotas a través de manejos en la esfera política. Estos grandes productores podían exportar su café directamente, luego de procesarlo en las instalaciones de los exportadores o bien, "vender su cuota" a un auténtico exportador. De todas maneras, el volúmen de café a ser exportado permaneció en manos de las casas tradicionales.

Este sistema ha sido abandonado desde entonces, después del colapso del Acuerdo de la Organización Internacional del Café en 1973. La República Dominicana no tiene en el presente límite

máximo para exportar y los exportadores individuales pueden exportar la cantidad que deseen. La única regulación actual es la impuesta por el Gobierno a través del Departamento del Café y del Cacao de la Secretaría de Estado de Agricultura, que tiende a asegurar que el consumo local se satisfaga antes y que solo sea exportado el excedente del consumo local de café.

Los funcionarios del Gobierno responsables en esta área indican que existe fuerte tendencia hacia la concentración de las exportaciones. Sin embargo, solamente existen disponibles datos precisos para la cosecha 1975/76 y la tendencia no se puede comprobar cuantitativamente. El registro de las entidades exportadoras durante el período de cuotas (anterior a 1973) indicaba por lo menos 185 "exportadores" que comercializaban café durante esos años. En 1975/76, 43 entidades exportaron café. De este número, cerca de 20 pueden considerarse como casas exportadoras tradicionales; 5 son instituciones de tipo cooperativo y el resto es una mezcla de grandes comerciantes y productores.

Los exportadores tradicionales comercializan el grueso del café exportado (85% al 90% del total). Las cooperativas exportan cerca del 4% del total y los comerciantes y productores, el resto. (ver Cuadro No. 4). Estas cifras, lo mismo que aquellas que siguen, están basadas en las exportaciones de 1975/76, la más grande de la historia económica del país, estimándose que son suficientemente confiables.

4.2 Las Casas Exportadoras

Estas son casas exportadoras tradicionales de tipo similar a aquellas que encontramos en otros países del Caribe y regiones Centro Americanas; algunas son bastante viejas, remontándose a comienzos de siglo o a los tiempos de la ocupación Americana. Su origen fué con frecuencia en pueblos de provincias (Azua, Puerto Plata, Barahona, etc.), pero en la actualidad las casas más grandes están situadas en Santo Domingo, con la excepción de que figuran entre los siete principales exportadores indi-

Periodo Octubre 1975 - Septiembre 1976)

Nombre de la Compañía	Cantidad Toneladas Métricas	Porcentaje	Valor (FOB) en miles (US\$)	Porcentaje	Precio por Kg. en US\$
I. (a) Cafetalera del Sur, C. por A.	6,041.5	13.3	15,653.5	17.0	2.49 ^{1/}
(b) Industrias Banilejas C. por A.	8,686.3	19.1	16,979.2	19.1	2.30
TOTAL INDUBAN	14,727.8	32.4	31,932.7	36.1	2.17
II. José Paiewonsky e Hijos	4,892.7	10.7	8,977.3	10.1	1.83
Felipe Isa, C. por A.	3,937.5	8.6	7,686.8	8.7	1.95
Munné & Compañía	3,882.0	8.5	6,691.5	7.6	1.72
Américo Melo, C. por A.	2,483.4	5.4	4,789.2	5.4	1.93
Comercial Roig, C. por A.	2,272.5	5.0	3,924.9	4.4	1.73
TOTAL: 5 (cinco) grandes exportadores	17,468.1	38.2	32,069.7	36.2	1.84

Nombre de la Compañía	Cantidad Toneladas Métricas	Porcentaje	Valor (FOB) en miles (US\$)	Porcentaje	Precio por Kg. en US\$
III. Once (11) Medianos Exportadores <u>2/</u>	9,665.7	21.2	17,556.4	19.9	1.82
IV. 25 Pequeños Exportadores	3,677.1	8.2	6,872.4	7.8	1.87
TOTAL 43 Exportadores	43,538.7	100.0	88,431.2	100.0	2.01

1/ INDURAN regularmente obtiene importantes contratos para el suministro de café tostado de buena calidad para Puerto Rico. Esto explica el alto precio por unidad de peso de las exportaciones de la firma.

2/ Lista de los once (11) medianos (en orden de importancia basada en calidad):
 Juan Francisco Pérez Velázquez; Nazario Rizek; Impex Dominicana, C. por A.;
 Asociación de Caficultores de "Villa Trina"; Font Gamundi y Cía, C. por A.;
 Inversiones Luperón, S. A.; Hermanos Portelo, C. por A.; Marcos A. Peña;
 Pedro Velázquez; Jesús María Paniagua; Cooperativa Agropecuaria de Caficultores de Banf.

Fuente: Departamento del Café y Cacao, Secretaría de Estado de Agricultura.

cados en el Cuadro No. 4, José Paiewonsky en Santiago y Américo Melo en Barahona. Los dueños de estas casas son generalmente dominicanos, pero a menudo descendientes de extranjeros.

Durante la época del monopolio (Café Dominicano, C. por A., a 1955-1961), el orden de importancia de las casas fué alterado, algunas crecieron y otras disminuyeron en tamaño. Se cree que el primer puesto fué conquistado por Industrias Banilejas, durante este período (/1/, Pag. 38-42). Esto ocurrió nuevamente aunque en forma limitada, durante el período de cuotas.

La situación actual es claramente oligopólica. La mayor parte del café dominicano se exporta por seis (6) casas exportadoras que representan más del 70% del total. Estas son: INDUSTRIAS BENILEJAS, JOSE PAIEWONSKY E HIJOS, FELIPE ISA, C. POR A., MUNNE & CO., AMERICO MELO, C. POR A., Y COMERCIAL ROIG, C. POR A.

Exportadores de tamaño mediano como Juan Francisco Pérez Velázquez, Nazario Risek, Impex Dominicana, figuran en la lista inmediatamente después de los grandes exportadores.

Industrias Banilejas (INDUBAN) domina el mercado con cerca de un tercio del total exportado, a través de dos compañías registradas (INDUBAN Y CAFETALERA DEL SUR), que son en realidad una misma firma. Se debe señalar que ésta firma también domina en un grado aún mayor, la comercialización interna del café. Se estima que el 90% del café para consumo interno es abastecido por INDUBAN, a través de dos marcas diferentes (Café Santo Domingo y Café Induban).

La clave para la estimación del poder de las casas exportadoras y de su dominio del sistema se aprecia por las plantas que poseen (ver cuadros No. 5 y 6). De hecho, los exportadores potenciales (productores y comerciantes) que no poseen plantas están en situación de desventaja ya que forzosamente tienen que disponer de una casa exportadora para procesar su café para exportación.

Los beneficios o piladoras, como se denominan esas plantas, pueden ser unidades procesadoras completamente integradas, que transforman el producto desde la etapa de uva hasta la etapa final para exportación. Pero en la mayoría de los casos, los beneficios compran el café en la forma de pergamino (parcho)-frecuentemente húmedo 1/.

Durante la etapa de procesamiento, el café de inferior calidad (por tamaño, olor, apariencia, etc.) se separa y destina al consumo interno.

Las factorías de café dan trabajo a varios cientos de trabajadores en todo el país, más si incluimos las trilladoras (mujeres que seleccionan el café), quienes se emplean algunos días al mes. Fuera de época los trabajos son escasos: Algunas plantas -las más grandes- mantienen algunos empleados todo el año, pero muchas de las otras no. El porcentaje de trabajadores regulares y de temporada se ha calculado de 1 a 5.4 para el Valle del Cibao 3/.

4.3 Las Cooperativas y Asociaciones

La importancia de las instituciones de tipo cooperativo es bastante limitada. En 1976-1977, estas instituciones solamente exportaron un 4.4% del total (Cuadro No. 7). Desde un punto de vista legal las cooperativas y las asociaciones son distintas pero operan casi de la misma manera. Pareciera que el control sobre las cooperativas es más rígida que sobre las asociaciones. Las cooperativas están bajo jurisdicción del Instituto de Desarrollo y Crédito Cooperativo (IDECOOP) para sus asuntos técnicos y financieros. Cinco cooperativas poseen beneficios para procesar café para exportación, ellas son:

- Asociación de Caficultores de "Villa Trina"
- Cooperativa Agropecuaria Sajoma
- Cooperativa Agropecuaria de Caficultores de Baní
- Cooperativa de la FETAB
- Federación Cooperativa "El Amparo" 2/

1/ Esto significa que el café ha sido ya despulpado y lavado en las fincas o en las factorías. En el Cibao, donde las factorías son grandes, los beneficios reciben una gran parte de su café ya pilado, que es un paso más avanzado del proceso.

2/ Las instalaciones de esta cooperativa no han sido usadas durante las últimas cosechas.

Cuadro No. 5 Plantas en Funcionamiento que Preparan Café para Exportación en 1976 - 1977

PUEBLO	PROVINCIA	NUMERO DE PLANTAS
REGION DEL CIBAO		
San Fco Macerís	Duarte	3
Moca	Españillat	2
Puerto Plata	Puerto Plata	4
Salcedo, .	Salcedo	1
Navarrete (Bisenó)	Santiago	2
San José de las Matas	Santiago	1
Santiago	Santiago	3
Bonao	La Vega	1
Jarabacoa	La Vega	1
La Vega	La Vega	2
TOTAL REGION DEL CIBAO		20
I. REGION CENTRAL		
Azua	Azua	1
Santo Domingo	Distrito Nacional	4
Bañí	Peravia	3
San José de Ocoa	Peravia	3
Cambita Garabito	San Cristóbal	1
TOTAL REGION CENTRAL		12
II. REGION DE BARAHONA		
Barahona	Barahona	2
TOTAL REGION BARAHONA		2

fuente: Datos de la Encuesta

Cuadro No. 6 Localización de las Instalaciones Propiedad de INDUSTRIAS BANILEJAS, la casa exportadora más grande (incluyendo Cafetalera del Sur, C. por A)

I. Estaciones de compra y factorías que procesan café hasta la etapa de pergamino seco.

- a) Barahona
- b) El Cercado, Provincia de San Juan de la Maguana
- c) Azua
- d) Peralta, Provincia de Azua
- e) Rancho Arriba, Provincia de Peravia

II. Factorías que preparan café para exportación

- a) Moca, Provincia de Espaillat
- b) Santo Domingo, Distrito Nacional
- c) Baní, Provincia de Peravia
- d) Cambita Garabito, Provincia de San Cristóbal

NOTA: Todas las plantas están comunicadas con la oficina principal, localizada en la Avenida Máximo Gómez en Santo Domingo, a través de un sistema de radio.

Fuente: Entrevistas Personales.

A menudo es imposible obtener datos sobre varias de las cooperativas y asociaciones mencionadas en el Cuadro No. 7. Esto puede significar que operan en pequeña escala o, en algunos casos, por ejemplo la Cooperativa "El Amparo" de Barahona, que sus actividades han terminado. Esta cooperativa no ha comprado café durante las últimas cosechas y está virtualmente en bancarrota. El funcionamiento pobre de las cooperativas y su estancamiento se puede ilustrar mejor por el hecho de que sólo un 10.4% de los productores de café, son miembros de cooperativas o de asociaciones (con un 7.3 y un 3.1%, respectivamente) Lo que ocurre frecuentemente es lo siguiente: muchos miembros de cooperativas o asociaciones no venden su producto a sus organizaciones, pero venden en cambio a los intermediarios tradicionales, quienes facilitan el crédito que las cooperativas no pueden darle.

En nuestra opinión, es superficial la explicación que generalmente se dá para explicar la inconsecuencia del socio: la incompetencia o la falta de honestidad de los líderes. De mayor significado es la falta de apoyo institucional. Existen muchas instituciones que están dedicadas a la supervisión y asesoramiento técnico de las cooperativas e instituciones similares (IDECOOP, FENACOOOP, ODC) pero carecen de la capacidad de prestar servicios continuos y adecuados, requeridos a nivel de productor.

Otro factor que no se debe menospreciar es la competencia o el sabotaje de los intermediarios tradicionales, en cuanto exista la posibilidad de fundar y cimentar una cooperativa.

Los medios de dilación, las relaciones personales y el refuerzo de sus relaciones con los clientes y aún las influencias políticas se usan con mucha eficacia por estas personas 1/.

1/ En algunos casos los intermediarios tratan de constituir sus propias "Asociaciones" (que no son otra cosa que la asociación de sus deudores usuales), para asegurar préstamos bajo mejores términos y condiciones, de instituciones oficiales.

Cuadro No. 7 Instituciones de Tipo Cooperativo que Comercializan Café

N O M B R E	Localiza- ción	Provin- cia	Número de Miembros	Cantidad Exportada (en Tons. métricas)		Valor en mi- les US\$ 1976-1977
				1976-1977	1977	
Asociación Agrícola Pro-Desarro- llo de Paraiso	Paraiso	Barahona	60	-	-	-
Asociación de Caficultores de Guarey	Guarey	La Vega	?	-	-	-
Asociación de Caficultores de San José de Ocoa	San José de Ocoa	Peravia	?	-	-	-
Asociación de Caficultores de Villa Trina	Moca	Españillat	1,400	1012.5	1736.56	1
Asociación Regional Caficultores de Santiago	Santiago	Santiago	?	-	-	1
Cooperativa Agropecuaria "Sajoma"	San José de Las Matas	Santiago	?	75	117.81	
Cooperativa Agropecuaria Cafi- cultores de Banf	Banf	Peravia	1,200	476.25	766.57	
Cooperativa Pedro García	Pedro García	Puerto Plata	?	-	-	
Cooperativas FEETAB	Santiago	Santiago	3,500 ^{1/}	375.0	657.25	
Federación Cooperativa "El Amparo"	Barahona	Barahona	1,200	-	-	
Federación Nacional de Coope- rativas (FANACCOOP)	Santo Domingo	Distrito Nacional	?	75.0	141.57	

1/ La principal actividad de esta Cooperativa es el Tabaco, así que solamente una pequeña parte de los 3,500 miembros son productores de café.

Fuente: Datos de la encuesta realizada por el autor.

En este sentido, la existencia de unas pocas cooperativas en el país, a pesar de sus deficiencias, es un buen indicador, por vía de contraste, de la deficiencia del sistema de mercado 1/.

4.4 Los Compradores o Comerciantes

En este caso nos introducimos en el intrincado mundo de los comerciantes, cuyas funciones y localización pueden ser muy diversificados. Básicamente, su sitio en la cadena del mercado es la de intermediario; compran a productores u otros intermediarios y venden a exportadores y otros intermediarios. Podría preguntarse con buena razón: "Por qué los exportadores no compran directamente a los productores?" En lugar de contestar esta pregunta, la cual envuelve difíciles problemas históricos, aceptaremos la realidad de que "los exportadores de café de la República Dominicana no han desarrollado su propia organización para comprar café a los pequeños productores del grano". (K. Sharpe, de la Conciencia para Controlar /4/, Pag. 74).

Para evaluar el papel del intermediario individual es muy importante considerar como criterio el tipo de equipo que posee. En una minoría pero significativo número de los casos, el intermediario vende el mismo producto que ha comprado, sin ningún procesamiento. A veces el intermediario que no posee equipo procesa su producto en las instalaciones de algún industrial (dueño de factoría), mediante el pago de honorarios. Por ejemplo, en la época de este estudio se pagaban \$2 por descascarar un quintal de pergamino (Diciembre, 1976).

Un segundo criterio es la importancia relativa de la producción propia y del café comprado a otros productores --de hecho, casi todos los intermediarios poseen siembras de café. (Hemos señalado anteriormente que muchos exportadores también poseen plantaciones de café). Los primeros estimados muestran que la producción propia representa aproximadamente entre el 5 y el 15% del total que ellos comercializan. En realidad pareciera que

1/ Ver el estudio de Sharpe, que ilustra sobre la historia de la constitución de la Cooperativa Sajoma /14/.

existe fuerte correlación entre el tamaño del negocio del intermediario, la posesión de instalaciones de procesamiento y su capacidad, y el tamaño de la propiedad sembrada con café. Con estos instrumentos estadísticos, sería posible clasificar a los intermediarios en grupos de tamaños diferentes 1/.

Proponemos el siguiente agrupamiento, en función del número de quintales de café pergamino comercializado:

- Pequeños intermediarios: Menos de 1,000 qq
- Medianos intermediarios: de 1,000 a 3,000 qq
- Grandes intermediarios : de 3,000 a 10,000 qq
- Muy grandes intermediarios: Más de 10,000 qq.

Estas figuras están basadas en una cosecha promedio (estadísticamente). Los límites de la clasificación se deben revisar cada año cada año de acuerdo con la importancia de la cosecha.

Se han identificado tres tipos principales de intermediarios en el mercadeo interno del café, a nivel nacional, pero existen otros patrones regionales que deben ser definidos en estudios posteriores.

4.4.1 Los dueños de factorías (dueños de plantas procesadoras)

Las factorías pueden prestar diferentes tipos de servicios en la preparación de café (ver Fig.4 - Fases Técnicas) En algunos casos, reciben el café en forma de uva y realizan las etapas de despulpe y lavado hasta la etapa de pergamino. En la mayor parte de los casos el café en la forma de pergamino húmedo ("agua seca"), lo secan, lo descascaran y lo venden como café pilado.

Los dueños de factorías son indiscutiblemente los intermediarios más importantes del sistema (Figura No. 5).

1/ Un criterio de segunda importancia es el grado de especialización del café. Para algunos, el café es el único o el principal producto que comercializan. Esto es prácticamente el caso de los dueños de factorías (4.4.1). Para otros el café es solamente una línea de su comercio. Ellos pueden negociar en cacao, cereales, etc. En el caso de los colmados y pulperías (ver más adelante 4.4.2) los intermediarios asumen el rol en el mercado de productos para la exportación y al mismo tiempo en la distribución de comida y productos manufacturados para el consumo local.

Son particularmente poderosos en la región del Cibao, donde se puede considerar que casi todo el café procedente de los productores o de los pequeños intermediarios se canaliza a través de ellos. Se han establecido fuertes lazos financieros entre los exportadores y estos dueños. Algunas factorías procesan tanto café (o más) que algunas casas exportadoras. La falta de capital, y la falta de contactos comerciales en el extranjero son los únicos impedimentos para que puedan exportar.

4.4.2 Los Almacenistas (dueños de tiendas)

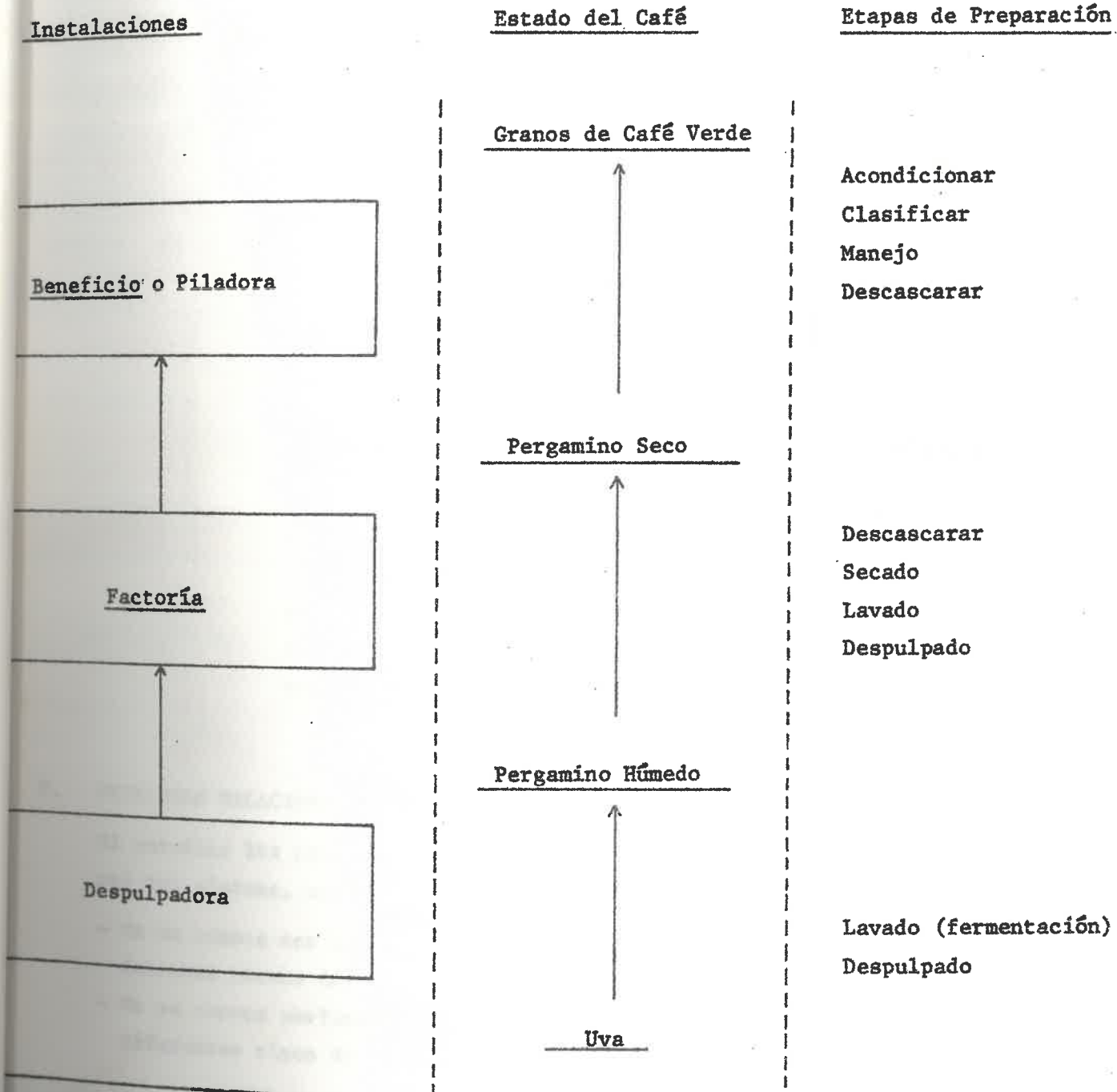
Este es el nombre genérico para comerciantes de pequeña a mediana escala, establecidos en pueblos pequeños y poblados de alguna importancia.

A menudo estos comerciantes no están especializados. Los colmados y pulperías son plazas distribuidoras que compran café como negocio adicional. En el Cibao, estas tiendas son llamadas con frecuencia "almacenes de frutos del país" (tiendas para productos locales.)

Estos almacenes generalmente realizan un mínimo de procesamiento (despulpe en la mayoría de los casos); compran a los campesinos productores (ofreciéndoles términos pobres de intercambio) o bien a otra forma de intermediarios -los corredores (ver próximo párrafo 4.4.3). Estos almacenes venden a las factorías y en algunos casos directamente a las casas exportadoras.

La importancia de estos intermediarios varía de una región a otra. En el Cibao, donde se ha apreciado la proliferación de factorías, los almacenes tienen importancia reducida. En otras regiones productoras sucede lo contrario, y conforman el elemento frecuente del sistema de mercadeo. Por su localización y por su forma de comercializar (la función más importante que realizan es la de acopiar el producto), se puede deducir que estos intermediarios se aprovechan de todas las dificultades de transporte y de los problemas de dinero en efectivo que tienen los pequeños productores.

Figura No. 4 Fases Técnicas de Preparación de Café Lavado para Exportación



UENTE: C. Girault

Debe tenerse en cuenta que estos almacenistas en algunos casos se denominan "corredores", lo que ciertamente es un abuso del lenguaje. Esto se puede explicar porque los exportadores o los dueños de factorías les adelantan grandes sumas de dinero para asegurarse el producto en el momento de la cosecha; éste es el tipo de relación financiera, característica de los verdaderos corredores.

4.4.3 Los Corredores Ambulantes

Como lo sugiere su nombre, estos intermediarios no tienen sitio fijo y compran en el campo, en los caminos, en las carreteras y en las mismas fincas. Ellos revenden (Fig. 5) a los diferentes intermediarios mencionados anteriormente y prácticamente no tienen, o poseen muy poco capital de trabajo. Así entonces, dependen de sus propios compradores demandantes que avancen el dinero que necesitan. En muchos casos se pueden considerar como agentes a comisión.

La existencia de estos compradores son la explicación principal para los términos tan bajos de intercambio que reciben los pequeños productores en la comercialización particularmente en lo que se refiere a los pesos y medidas que se utilizan.

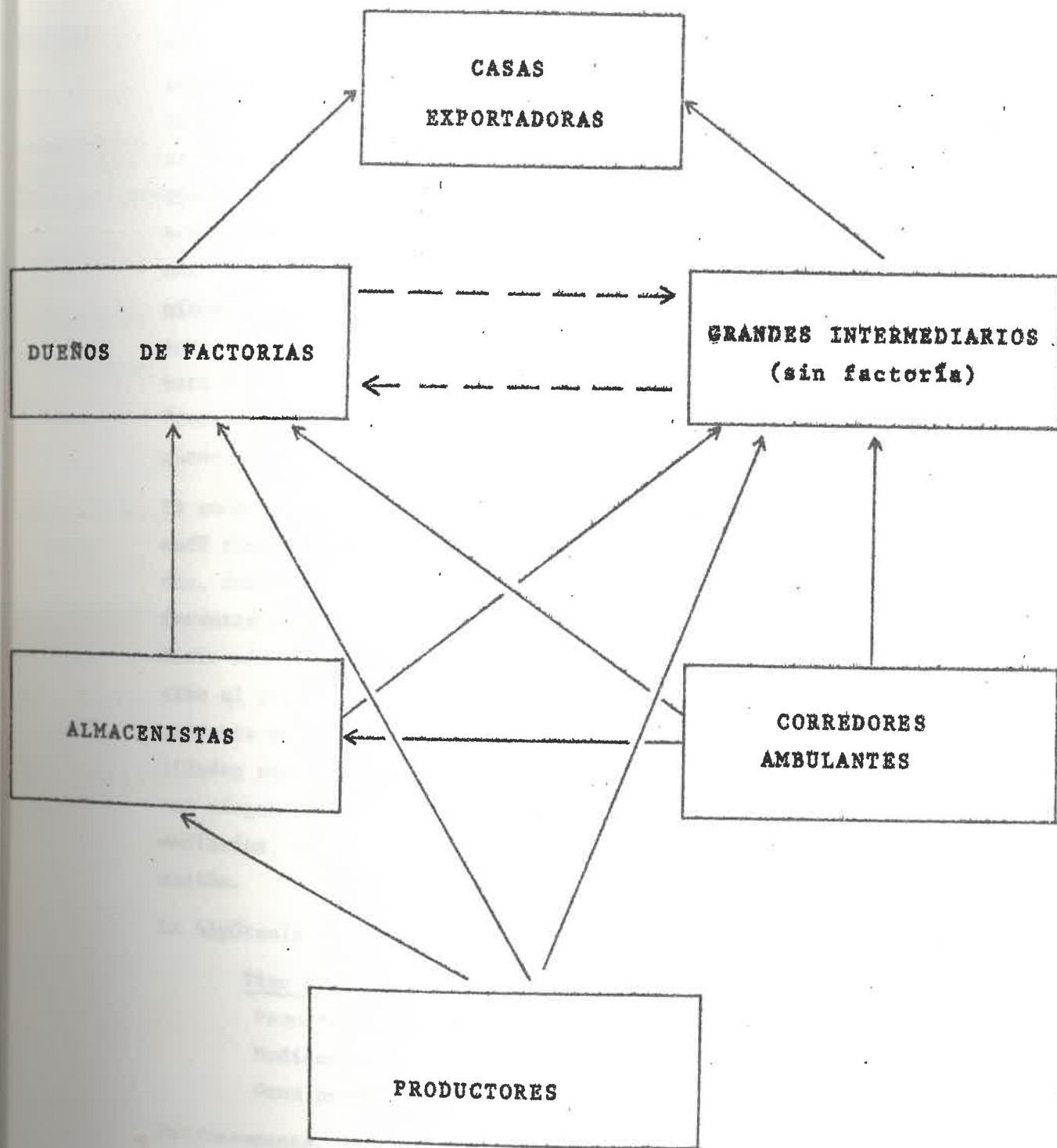
V. PROBLEMAS RELACIONADOS CON LA DESCRIPCION DE LOS CANALES DE COMERCIALIZACION

Al estudiar los canales de comercialización aparte de la complejidad general del sistema, existen dos problemas principales:

- No se conoce con exactitud la forma en que el café se vende en las diferentes etapas del sistema
- No se conoce perfectamente la naturaleza de las relaciones entre los diferentes tipos de compradores.

Figura No. 5

Diagrama esquemático del mercadeo interno del café en la República Dominicana.



→ Principales afluencias
- - - - - Afluencia de café procesado por el pago de una cuota

FUENTE: C. Girault

5.1 Los tipos de preparación del café

En primer lugar, se puede recordar que casi todo el café en la República Dominicana se elabora en base al método de humedad (despulpado de la uva y lavado) -como se señalara en las descripciones anteriores. El método de secado (corriente pilado) solo se emplea en aproximadamente un 5% del total (ver Cuadro No. 8). Con este último método, la uva se seca 1/ y después se descascara en un mortero o en una máquina moderna. En los distritos (pueblos) del Oeste del país (Pedernales, Elías Piña, Restauración, Monción, etc.) es donde esta práctica es más común, reflejando los bajos ingresos del productor de estas regiones y también la influencia de la vecina República, donde, aproximadamente el 85% de la producción de café se prepara de esta forma. El café preparado de esta manera es el llamado "corriente" (substandard) generalmente solo se considera adecuado para el consumo interno.

El conocimiento de las diferentes etapas de la preparación del café tiene importancia crucial para la comprensión de su mercado, dado que el café procesado en formas distintas obtiene diferentes precios, logrando naturalmente mejores precios el producto más elaborado. La uva (café sin ninguna elaboración) recibe el precio más bajo. Este punto es importante, dado que es evidente que los pequeños productores tienen mucho menos facilidades para transformar el producto y de esta manera transfieren márgenes, incrementados, a los grandes productores e intermediarios, quienes tienen acceso a las facilidades de transformación.

La hipótesis se puede presentar bajo el siguiente esquema:

<u>Tipo Productor</u>	<u>Etapas Preparación Café</u>
Pequeño productor	Uva
Mediano productor	Pergamino
Gran productor	Pilado

Evidentemente, esto solo se puede considerar como una primera aproximación a una realidad más compleja.

El Cuadro No. 8 contiene información sobre los diferentes tipos de café vendidos en la cosecha 1971-1972. Se puede observar que

1/ La fruta seca se llama "bola".

Cuadro No. 8 Ventas de Café de Acuerdo a su Etapa de Procesamiento
(1971 - 1972) 1/

Unidad: Libras métricas convertidas a uva.

Naturaleza del café vendido por los productores	Cantidad	Por ciento	Tendencia <u>2/</u>
Uva	336,702	58.6	Baja
Pergamino Húmedo	137,324	23.9	Sube
Pergamino Seco	66,076	11.5	Estable
Corriente Pilado	27,580	4.8	Estable
Lavado Pilado	6,895	1.2	Sube
TOTAL	574,577	100.0	

1/ Se entiende que esta estadística se refiere a la primera transacción del café

2/ Las tendencias proyectadas son del autor.

en ese período la mayor parte del producto se vendió en forma de uva, sin ninguna preparación. Sería conveniente tener estos datos por Provincias y continuar la serie año tras año. Se ha indicado en la tabla la tendencia esperada para cada tipo de café desde 1972 hasta la fecha.

La falta de evidencias (debido a la escasez de datos) se puede suplementar por medio del mejor conocimiento de las instalaciones procesadoras, sus características, su capacidad, etc. Desafortunadamente, esto no es el caso, y de aquí en adelante sumaremos la información disponible.

5.1.1 Despulpado

El número de fincas equipadas con máquinas despulpadoras no se conoce con exactitud. En 1960 se estima que habían 8,301 máquinas, de las cuales 6,678 pertenecían a dueños de fincas y las restantes 1,623 se alquilaban (posiblemente a otros productores o a comerciantes). La proporción de fincas de café con una máquina respecto del número de fincas fué en ese tiempo de 1 a 11 (/1/, Pag. 19).

De una encuesta realizada en marzo de 1974 por el Departamento de Economía Agropecuaria de la Secretaría de Estado de Agricultura, se pudo extraer el siguiente dato: 30.2% de las fincas productoras de café tenían máquinas despulpadoras. Sin embargo, el número de fincas de café en 1974 no se menciona en este documento (/4/, Pag. 15). Suponemos que ese total no estaría muy lejos de la cifra de 87,037 dada por el Censo Nacional Agropecuario para 1971. Esto significaría que 26,285 fincas estaban equipadas con máquinas. Evidentemente esto requiere de una verificación 1/.

1/ Un documento anterior (Encuesta y Análisis de la Economía Cafetalera de la República Dominicana /10/ Cuadro No. 14, Pág. 20, indica que el 40.7% de las fincas (cerca de 32,000 fincas) están equipadas. Esto es muy improbable y pone en duda la validez de algunas de las estadísticas disponibles.

Además, no se conoce el tipo de máquina utilizada entre las incógnitas se incluye el tamaño o capacidad de las máquinas (convencionalmente del 2 al 10) si son operadas a mano o a motor; si se usa solamente por el productor o si la alquila a sus vecinos (lo que es práctica común en distritos cafetaleros); si estos alquileres son bajos, etc.

La única información adicional dada por el documento mencionado (Encuesta Café-Economía Agropecuaria) es el porcentaje de fincas que tienen máquina, clasificadas por tamaño de la finca. Como se había imaginado (ver nuestra anterior hipótesis) las fincas muy pequeñas (menos de 15 tareas) tienen un porcentaje muy bajo (2.8%); las pequeñas (16-100 tareas) tienen un porcentaje más alto (41.1%); las medianas y grandes tienen un alto porcentaje: 68.6% para el estrato de 101 a 250 tareas; 66.1% para el de 251 a 500 tareas y 59.8% para las fincas de más de 500 tareas.

El tipo más común de despulpadora que se usa en el país es el fabricado en Santo Domingo. El precio para los modelos más pequeños varía de \$120 a \$180. Estas máquinas se distribuyen generalmente por las casas exportadoras, los grandes comerciantes y las cooperativas directamente a los productores. Un distribuidor de equipo para procesamiento de café, MENDEZ Y SUCS. vende un equipo procesador de café más sofisticado (importado), a través de dos tiendas, una en Santo Domingo y otra en Santiago.

Se debe hacer notar que hemos visto despulpar café en un mortero (con un pilón). El caso probablemente sea marginal (campesinos pobres despulpando el café dejado en el campo luego de la cosecha).

5.1.2 Lavado

La disponibilidad de agua suficiente es importante para preparar un café bien lavado. Poco es lo que se sabe

sobre este punto en particular: disponibilidad de agua en las fincas, o en su cercanía; cantidad de agua disponible; necesidades de bombeo, etc.

Con frecuencia hemos visto café lavado deficientemente, todavía en fermentación (síntoma: se siente todavía caliente cuando uno pone las manos en el pergamino).

5.1.3 Secado

El secado del pergamino es obligatorio para asegurar un buen producto, que pueda eventualmente ser almacenado. El secado natural al sol (café asoleado o aireado) es frecuentemente un proceso largo y riesgoso en las áreas productoras montañosas, donde frecuentemente la atmósfera está nublada. Esto es particularmente así en el Cibao, donde Noviembre y Diciembre son meses húmedos. Cuando el secado no es posible (ya sea por el sol o con una secadora mecánica), la única solución es venderlo rápido, tal como esté, es decir, húmedo, en la forma de seco de agua o agua seca, lo que significa solamente un secado superficial; los pergaminos húmedos son particularmente productos perecederos. Esto pone a los vendedores (los productores) en una posición de desventaja frente a los compradores. Es evidente que solo las fincas grandes pueden comprar el equipo para secar.

En algunos casos, los productores pueden pagar por el secado de su café, retener el producto y venderlo cuando quieren.

En la mayoría de los casos el café se seca en las factorías propiedad de los intermediarios y los exportadores, frecuentemente al sol, en grandes patios secadores. El secado es aquí más fácil que en las fincas, porque las factorías están localizadas en áreas de llanura en la mayoría de los casos, donde el calor del sol es más abundante y donde la atmósfera es más caliente y seca. Los expertos consideran que el secado por medios natu-

rales es mejor, ya que el secado es más uniforme y tiene menos riesgos de error (la mano de obra necesaria para estas operaciones es barata, lo cual es un factor importante). Sin embargo, ya sea por razones climatológicas (falta de sol) o económicas (prisa por cumplir con un contrato), los industriales utilizan el procedimiento mecánico con bastante frecuencia. El número de secadoras mecánicas es ciertamente mucho mayor que el número de 78 indicado en la Estadística Industrial (1971-72). Pero no disponemos de datos más precisos. Durante nuestros recorridos hemos observado una variedad de fuentes de energía usadas para estas secadoras mecánicas: madera, paja de café, productos de aceite y electricidad (algunas veces producida con generador propio).

5.1.4 Desgranado, Manejo de los Granos

En lo que se refiere a todas las operaciones que siguen al lavado del pergamino, esto es, el desgranado, la limpieza, la clasificación de los granos, nuestro conocimiento se limita a las impresiones extraídas durante nuestras visitas a las factorías y a los beneficios. Algunos equipos -las máquinas más importantes- como la desgranadora y la clasificadora, son antiguas y están en malas condiciones. Otro tipo de equipo es moderno. En su generalidad, las máquinas son de marcas inglesas, americanas o alemanas.

Pudimos notar que algunos exportadores utilizan mujeres para clasificar el café (café trillado a mano) a un costo de aproximadamente \$2 las 100 libras (americanas). En algunos casos los granos se pulen en máquinas especiales (pulidoras). Las casas exportadoras poseen depósitos para almacenar el equivalente de aproximadamente la producción de un año. Frecuentemente almacenan mucho menos cantidad en razón de que no hay tanto excedente de un año para otro. Los exportadores poseen camiones para transportar el producto a los muelles y se incrementa la tendencia a utilizar furgones ("containers").

Evidentemente, se necesita más información sistemática en todos los aspectos del procesamiento, la clasificación, el almacenamiento, y en particular, evaluar los costos de procesamiento y mercadeo de los principales exportadores.

5.2 La Naturaleza de las Relaciones entre los Diferentes Tipos de Compradores

- ¿En qué medida se pueden considerar los intermediarios como comerciantes independientes, -Como comisionistas o como agentes de los intermediarios (o de exportadores) en la cadena de la comercialización?

Para poner en claro esta pregunta se tienen que estudiar las relaciones financieras entre los intermediarios. En el caso del corredor, como hemos visto, no hay duda de la naturaleza dependiente de este intermediario. En el caso del exportador, al contrario, nos hemos encontrado con un poderoso comerciante independiente. Pero en el medio, ¿Cuál es la situación?

-¿Cuál es el grado de control de las casas exportadoras sobre los dueños de factorías? Las casas exportadoras proveen crédito en gran escala a los intermediarios (y también a los grandes productores). Para estas casas, este es el medio más seguro para obtener el producto, ya que el intermediario vende en el 90% de los casos, a la casa que le ha suministrado el crédito. Posiblemente este es el único aspecto de competencia que existe entre las firmas 1/. En consecuencia, la política de la firma es extender el crédito lo más que se pueda, siendo el único límite la solvencia del intermediario. En la mayoría de los casos, el interés sobre los préstamos es el 1% mensual de interés compuesto. J. Díaz menciona que en 1972 las casas dieron crédito por una suma total de 790,949 pesos (/3/ anexo Cuadro No. 24). Esta cifra es relativamente baja comparada con el financiamiento para el cacao, ya que en ese año las casas suministraron 1,730,000 pesos para esos fines. Un exportador de operaciones a mediana escala de San Francisco de Macorís nos informó que "tenía 4 millones de pesos en la calle" cuando lo visitamos en enero de 1977. Si bien

VI

esta suma incluye dinero prestado a intermediarios y productores de cacao, producto que es muy importante en la región y que es el principal negocio de este exportador en particular. Creemos que el total de dinero prestado a cuenta de "avances" suma decenas de millones de pesos para cualquier temporada del café.

Los intermediarios que reciben crédito de exportadores lo distribuyen a su vez a intermediarios más pequeños y a productores. En este caso el interés es superior al 1%, que es como prestan los exportadores. Puede ser tan alto que ascienda al 20% mensual, dependiendo la tasa de interés del tipo de relación financiera y de la solvencia económica de los deudores.

Hemos determinado que en este tipo de sistema de mercadeo, donde el crédito sigue de cerca al flujo del producto, la independencia del intermediario es mayor cuando puede depender de otras fuentes de crédito distintas de las instituciones (los bancos, por ejemplo). Estos intermediarios "independientes" pueden ser grandes intermediarios aunque necesariamente no sea así. Hemos conocido intermediarios "medianos" y hasta productores individuales, que tienen acceso al crédito de los bancos a intereses "normales" y aún otros que dependen solo de su propio capital para operar.

Uno de los créditos que frecuentemente ofrecen los Bancos es el de la garantía sobre el producto (warranty). Los comerciantes o los productores pueden garantizar su cosecha bajo estas condiciones pignoraticias, similares a aquellas que obtienen los exportadores. La ventaja es doble: El comerciante (o el productor) puede vender al exportador que desee, **sin ningún tipo de coacción**; también puede "esperar" el momento oportuno para vender y hasta "especular", como hace el exportador. Reiteramos sin embargo que estos agentes económicamente "independientes" son una minoría.

VI. PRACTICAS COMERCIALES

No se podrá entender completamente un sistema de mercadeo si no se vá más allá de la descripción de los canales de comercialización. ¿Cómo fluye actualmente el producto y el dinero dentro del sistema? La clave para este conocimiento está dada por la revisión de las prácticas comerciales corrientes.

6.1 Métodos de Compra

6.1.1 Ventas en la finca

Contrariamente a lo que se podría pensar, la mayor parte de la producción nacional del café no se vende en los almacenes o en las factorías sino en las mismas fincas. Para 1971-1972, una Encuesta (/10/) indica un 70% vendido en las fincas, y un 30% en otros sitios. Otra encuesta realizada en septiembre 1974 (/4/ Cuadro No. 14, Pág. 18) indica un 54.6% vendido en fincas y un 45.4% en otros sitios. El hecho de que la proporción de café vendido en fincas esté disminuyendo es alentador ya que esta práctica no es ventajosa para los pequeños productores. El productor vende su café en la finca porque no posee medios de transporte (bestias de carga, camiones, etc.). La diferencia entre el precio pagado en la finca y el precio pagado en la factoría o en el almacén es mucho mayor que el costo del transporte. Los comerciantes sacan ventajas de la ignorancia de los campesinos del precio real en curso (problema de falta de información) y, frecuentemente, de su dependencia económica con él.

Se debe tomar en cuenta que existen importantes diferencias por regiones para esta práctica. En el Cibao es dominante -tanto como un 84.6% del café se vende en la finca en la Provincia de Salcedo. En otros sitios, la práctica se reporta limitada -tan poco como un 15.2% en la Provincia de Peravia (/4/ ídem).

6.1.2 Venta de café en los árboles

Esta práctica se conoce en la República Dominicana como "venta a la flor" que significa que la futura cosecha

es vendida cuando los árboles están floreciendo, esto es, algunos meses antes de la cosecha (en ese tiempo del año, abril-junio, se puede tener ya una idea de la importancia de la futura cosecha). Observamos que el término "venta a la flor" se extiende generalmente a cualquier venta realizada antes de la fecha normal de maduración. Esta práctica es desventajosa para el productor, de acuerdo con lo dicho por uno de ellos:

"Empecé a vender café en junio, julio y agosto, para entregar en marzo, abril y mayo. Y vendí como dos o tres fanegas a Tomás y dos o tres fanegas a Francisco por \$25.00 la fanega. En este tiempo, otros estaban recibiendo \$20.20 y \$22.00 la fanega. Ouzás yo conseguí más por Tomás, como era hermano. ¡Pero qué ayuda!

Cuando vino la cosecha, ¡Yo vendí una fanega que me quedó libre por \$40.00. Tomás llegó a vender café este año a \$35.00 y hasta 40.00. Imagínate: ¡Café comprado a la flor a \$20.00 y \$25.00 (/14/ Pág. 34-35).

Este texto muestra la extraordinaria pérdida que sufre el campesino que vende de ésta manera (¡Y la extraordinaria ganancia que obtienen los compradores!) Los beneficios resultando de las compras pueden subdividirse así:

- El equivalente del porcentaje de interés de usura (alrededor del 20% por mes) sobre un préstamo que cubre los meses entre la venta y la cosecha. Esto explica por qué el precio pagado por café a la flor es mayor cuando el tiempo que va del momento de la venta a la cosecha es más corto.
- Un "seguro por riesgo" pagado por el vendedor. El riesgo que el comprador toma consiste en la posible caída de los precios entre el momento que compra y la cosecha.

Se cree generalmente que esta práctica está disminuyendo. La encuesta del Departamento de Economía Agropecuaria (/4/ Cuadro No. 12, Pág. 16) indica que el 6.1% de la cosecha se vende de esta manera (5.2% en uva y 0.9% en pergamino).

Esta práctica comercial de explotación se pueden entender solamente por la urgencia de dinero en efectivo que sufren los campesinos fuera de temporada, para comida y medicina, o cuando tienen que realizar algún trabajo en su finca (limpiar, desyerbar, etc.) Posteriormente, la recolección que también requiere dinero para el pago de trabajadores.

6.1.3 Venta de café en el almacén o en el beneficio

Se puede distinguir entre la venta en uva y la venta en pergamino. Sin embargo, en ambos casos, el problema es el mismo: un problema de conversión.

¿Cuántas cajas 1/ de uvas se necesitan para obtener un quintal de pergamino? Este es un punto sobre el que existe mucha discusión. Los compradores, quienes despulpan el café en sus instalaciones, dicen que se necesitan más cajas y los vendedores, con argumentos muy buenos también, piensan que se necesitan menos. Así es que la escala de apreciación va de 8 a 14 cajas. La cifra de 10 cajas por 1 qq se reconoce generalmente como un término medio razonable. En cierta forma, es hasta oficialmente reconocido, ya que se menciona en leyes (Reglamento No. 7107, párrafo III d.)

La conversión puede variar de acuerdo con varias causas:

-El volúmen de la caja, ya que en casi la mayoría de los casos, se usan cajas de medidas no oficializadas (ver más adelante).

-Las condiciones climáticas que han prevalecido durante el cultivo. En un año lluvioso la pulpa se infla por la humedad y una caja producirá menos

1/ Acerca de los diferentes precios y medidas ver más adelante 6.3.

pergamino. En un año seco, será lo contrario: las uvas serán más pequeñas y una caja producirá más.

-El origen del café: el café procedente de una altitud menor produce uvas pequeñas, el café de altitud mayor tiene un tamaño normal.

Queremos insistir en un punto, pertinente al entendimiento de las prácticas comerciales. En este tipo de discusión, tal como el número de cajas por quintal, el pequeño productor está en posición negociadora más débil que el comprador. Las posibilidades de regateo son limitadas ya que el pequeño productor es económicamente débil y frecuentemente depende del crédito del intermediario; por el otro lado, el comerciante es mucho más poderoso y ha establecido el precio del café de acuerdo (formal o informal) con los otros comerciantes locales. El pequeño productor no recibirá mejor precio si va a otro punto de acopio. Por lo tanto, el comprador se sale con la suya en la mayoría de los casos.

El problema de la conversión de café pergamino a café verde (pilado) se presenta cuando los intermediarios (o los productores) traen su pergamino a la factoría, o beneficio, de un intermediario grande o de un exportador. ¿Cuál es la reducción de peso después de descascarar?

En relación con esto, existen dos prácticas diferentes, empleadas por los comerciantes. En el Sur, los exportadores compran el pergamino después de pesarlo y hacen un estimado de las pérdidas que sufrirá el café. Ellos deducen estas pérdidas estimadas como un porcentaje del peso y pagan de acuerdo. La deducción va generalmente del 20% al 30%. Los vendedores claman que este porcentaje es demasiado alto y que las pérdidas en paja no son tales. En cualquier parte de la República Dominicana, los dueños de factorías hacen esta deducción de otra manera. Reciben el pergamino en unidades diferen-

tes de volumen o de peso, guardan el dato en un registro, pero esta medida no se toma en cuenta para el pago. Después de descascarado, el producto se pesa y se paga al productor bajo la forma de café pilado.

Nuevamente, los vendedores son escépticos: claman que no tienen control en el procesamiento y que "su" café tiene un rendimiento mucho mayor. El poder de regateo (sí hay algún regateo posible) del vendedor en este caso, depende de su grado de independencia económica.

6.1.4 Influencia cultural y factores interpersonales sobre el precio del café

Este es un aspecto de importancia secundaria en el sistema, pero sin embargo se debe tener en cuenta. El comprador está en contacto directo con el vendedor y por consiguiente lo conoce por su nombre, su apellido, su apodo o al menos, en la mayoría de los casos, sabe en qué sección vive, cuáles son sus antecedentes, miembros de su familia, etc... así que juegan su papel las relaciones interpersonales. Un pobre campesino analfabeto recibirá menos por su café que un próspero y educado, mediano o gran productor. El aspecto físico (ropa, zapatos, etc.) tiene también una importancia dada. Al mismo tiempo se tienen en cuenta las influencias políticas. Un senador del Sur estaba diciendo que él, como productor de café, estaba recibiendo un buen precio, pero los campesinos del distrito estaban recibiendo precios irrisorios. Está claro que un intermediario o un exportador será extremadamente cuidadoso de pagar precios razonables a un político o a un abogado.

Las relaciones familiares y el compadrazgo, también pueden jugar un rol determinado en los procedimientos comerciales. En el resumen mencionado anteriormente (6.1.2) uno puede deducir que el campesino pudo recibir un precio un poco mejor por su café a la flor porque era hermano del comprador. Hablando en forma general, los factores culturales (alfabetismo, prestigio, influencia política, etc.) están en relación recíproca con el tamaño

de las fincas, las cuales, por consiguiente, pueden ser consideradas como la variable individual más importante sobre los precios pagados por el producto y las ganancias derivadas de ello.

6.2 Crédito

El crédito puede ser suministrado a través de fuentes institucionales o privadas. La principal fuente con fondos institucionales ha sido, en los últimos años, el Programa de Rehabilitación de Cafetales, a través de la Administración del Banco Agrícola. Desde 1969 a 1976, se han gastado alrededor de 1.79 millones de pesos por la Secretaría de Agricultura, financiando la Rehabilitación y la Renovación de plantaciones sobre un área correspondiente a un 10% del total del área sembrada, aproximadamente. Se debe destacar que de esta suma, nada se ha destinado al financiamiento específico en el mercadeo del producto, aunque este aspecto es reconocido como importante en varios documentos del Programa. Ha sido sugerido por la Evaluación /11/ que los intermediarios y los exportadores son los agentes económicos que se han beneficiado mayormente con el Programa, a través de un volumen mayor de transacciones, lo cual es un resultado paradójico, ¡los beneficios para los productores no se ven muy claramente!

En el caso de las cooperativas, algunos fondos obtenidos van al financiamiento del mercadeo cuando estas entidades realizan esta función. La suma suministrada no se conoce, pero se puede estimar en varios miles de pesos. Los bancos tienen poco o ninguna participación en este aspecto a nivel de intermediario (tienen mayor participación en el financiamiento de las exportaciones) Considerado en su conjunto, el crédito institucional suministrado para el mercadeo de café es bastante limitado y el grueso de facilidades de financiamiento proviene de recursos privados, bajo el esquema que hemos descrito anteriormente (5.2).

Hay dos maneras de ver estas relaciones de crédito. Primero, el crédito es una necesidad para los productores y para muchos intermediarios y se puede decir que, en cierto modo, los comer-

cientes que proveen este crédito realizan una "provechosa" función. Segundo, las relaciones de crédito son parte de un sistema tradicional de dependencia comercial por el cual se establece una estructura vertical de deudas, paralela a los canales de mercadeo. Proveer crédito es la mejor manera para asegurarse de un firme suministro del producto ya que los deudores generalmente venderán su café a la persona a quien deben dinero. Este aspecto se ha generalizado tanto en la ideología colectiva, que el prestatario piensa que el prestamista (prestador), le está haciendo un favor y que debe agradecersele. El prestatario venderá su café al prestador porque "le ha dado su palabra". Los valores morales influyen en los procedimientos comerciales y consolidan la dependencia.

La situación del crédito es peor al nivel más bajo de la cadena de mercadeo. Los campesinos productores (pequeños productores) solicitan préstamo de dinero en efectivo al intermediario. Frecuentemente ellos compran su comida y otras provisiones a crédito en la misma tienda donde venden su café (para detalles sobre las formas de crédito, ver /7/). En caso de emergencia, piden crédito con garantía del título de sus tierras (créditos hipotecarios). El resultado de esto de la perpetuidad de la situación deudora: La deuda se transfiere de un año para otro (por ejemplo en 1976-77, cuando la producción de café fué particularmente escasa en el país, el valor de la cosecha entregada no pudo cubrir la suma de crédito dado, así que los productores estaban ya endeudados en enero). En algunos casos se llega a la expropiación o la venta de las propiedades.

A despecho de este récord de explotación usurera, pareciera que todavía subsiste en el sector de café el deseo de pedir prestado, pero es imprescindible se establezcan términos razonables y respaldo institucional. A la pregunta de "¿Le gustaría obtener crédito para comprar una máquina despulpadora en su finca?", el 55.5% de los productores contestaron que "Sí" (/14/ Cuadro No. 11, Pág.).

6.3 Pesos y Medidas

En el caso de pesos y medidas de café, las principales fuentes de confusión son las siguientes:

- El uso simultáneo de pesos y medidas correspondientes al sistema métrico y al sistema anglo-sajón.
- El uso simultáneo de pesos y medidas normalizadas y las medidas tradicionales no oficiales, o semi-oficiales.

El café se vende en el extranjero en sacos de 75 Kg., pero el precio de cotización para el café en el mercado internacional se expresa en unidades de 100 libras (americanas), equivalentes a 45.3 Kg. Por el contrario, en el mercado interno, el café verde se comercializa en quintales. Un quintal equivale a 100 libras (métricas), esto es 50 Kgs. El hecho de que las medidas difieren aproximadamente en un 10% es, obviamente, conocida por los agentes económicos pero curiosamente, frecuentemente ha sido pasado por alto por los expertos. Por ejemplo, cuando 100 libras se valoran en 220 dólares F.O.B., es como si un quintal fuese valorado en 240 dólares. El Gobierno podría ayudar a esclarecer la situación al publicar los dos precios en forma bien explícita 1/. Esto podría ayudar a visualizar el monto de los impuestos pagados por las exportaciones y los márgenes de mercadeo.

El café en otras formas distintas a la de granos verdes se vende por volúmen y no por peso. Las medidas más importantes para dichas formas son las siguientes:

- La caja es fundamentalmente utilizada en todo el país en el mercadeo del café. Originalmente fué una caja de madera que podía contener dos tanques (latas) de Kerosene importada de los Estados Unidos de Norteamérica. Esta caja se usa para comprar café, tanto en uva como en pergamino. Es, oficialmente, de 482 milímetros de largo, 241 milímetros de ancho y 355 milímetros de profundidad (Ley No. 581, de fecha desconocida). Debido a la persistente deshonestidad de los intermediarios, la Secretaría de Estado de Agricultura, fabricó

1/ Esto es particularmente importante, porque los dos principales periódicos de la mañana (Listín Diario y El Caribe) informan diariamente las cotizaciones de la Bolsa del Café de New York.

cajas de madera con las dimensiones oficiales y envió instrucciones a las Oficinas Regionales para controlar las medidas. Este intento ha resultado en un fracaso total. El intermediario continúa comprando el producto en cajas "hechas a la medida" (obviamente mucho más grandes que las oficiales), ya que algunas veces se puede ver la caja oficial "nuevecita" con el sello de la Secretaría de Estado de Agricultura, tirada sin uso en una esquina del almacén 1/. El comprador, más adelante, demanda que la caja debe estar llena con un exceso (moño o montón).

Los factores de conversión son bajo las condiciones "normales" (ver párrafo 6.1.3) los siguientes:

- 10 cajas de café uva dan 1 qq. de pergamino
- 4 cajas de pergamino dan 1 qq de café verde
- La caja se subdivide en 6 cajones. El cajón puede o no representar una caja.
- La fanega es una típica medida semi-oficial. En el Cibao es más o menos igual a un quintal, esto es 10 cajas de café uva. Sharpe (/14/ Pág. 630) cree que, en la mayoría de los casos, la fanega pesa más de 50 Kgs. En la Provincia de Peravia dos fanegas equivalen a un quintal.
- En el Sur se utiliza ampliamente la lata. Como era el tanque de Kerosene original, normalmente cada caja contiene 2 latas. Las medidas de la lata "oficial" son de 241 mm. por 241 mm. y 355 mm. de profundidad. 2/.

Estas son las medidas oficiales o semi-oficiales usadas más frecuentemente, pero hemos visto en nuestro trabajo de campo café comprado en envases de volumen sin determinar, como latas de aceite comestible y de leche.

1/
Es obvio lo que se ha dicho más arriba acerca del bajo poder de regateo del productor y de su dependencia del intermediario, quien elige la medida usada en la transacción. Sólo en raras ocasiones el vendedor puede imponer sus propias medidas (la cual es, evidentemente, más pequeña).

2/
En pulgadas, 9 x 9 x 14 para la lata y 18 X 9 X 14 para la caja.

Insistimos sobre el hecho de que el Estado no controla los pesos y medidas. Las balanzas (peso) por ejemplo, no tienen sello oficial. Hemos visto balanzas de muy dudosa precisión, particularmente por la forma en que se usan por ejemplo las pesadas muy rápidas, de hecho tan rápidas que parándonos muy cerca de ellas no pudimos leer el peso. ¿Qué sucedería con los campesinos analfabetos y semi-analfabetos?

6.4 Costos de Mercadeo y Márgenes

No se han hecho intentos para investigar en detalle y en profundidad los márgenes de los intermediarios y de los exportadores. Dado que el café es un producto altamente especulativo, estos márgenes pueden variar a una gran proporción de un año para otro y de lugar en lugar. Los expertos consideran, en forma unánime, que esos márgenes son muy altos.

"El sistema de comercialización interna del país está operando en forma desfavorable y por esto los productores reciben precios bajos por el café. Los intermediarios, quienes benefician y exportan el café obtienen grandes ganancias" (12/ Pág. 6).

Otros autores tienen opiniones similares (/1/ Pág. 49-61; /10/ Pág. 6-9; /11/ Pág. 189-199). Sharpe (/14/ Pág. 127-154) dá datos precisos para San José de las Matas en 1971.

De entrevistas a los exportadores, hemos deducido que el margen promedio sería equivalente al 10%, que es la diferencia entre 1 qq y 100 libras (americanas).

Los márgenes de los intermediarios de rango menor, particularmente aquellos que no transforman el producto, son mayores. Esto no es sorprendente en vista de la estructura oligopsónica del mercado.

Los costos operacionales de transformación de café de uva a grano, han sido estimados entre \$11 y \$13 por quintal durante la cosecha 1976/77 (incluyendo los costos de transporte).

6.5 Las Prácticas Comerciales Explotativas Bajan la Calidad del Producto

En un sistema de mercadeo como éste hay muy pocos incentivos para vender un producto de mejor calidad. Primero porque, en muchos casos, no hay diferencia de precio entre las diferentes calidades entregadas para vender. Segundo porque el precio es bajo y se cree que es injusto. Mucho tienen que ver en esto los manejos de los productores o de los intermediarios de menor nivel (en algunos casos, estos manejos se pueden también interpretar como negligencia en las formas correctas de recoger y procesar el café). Suscintamente se puede enumerar:

- Café recogido antes de su maduración completa. Con frecuencia las uvas muestran una mezcla de granos verdes y rojos. Los granos verdes son pequeños y no se pueden despulpar apropiadamente. Los productores recogen el café antes de madurar porque necesitan dinero en efectivo o porque hacia el final de la temporada de cosecha está apurado por bajar hacia las tierras bajas.
- Café despulpado indebidamente. Mucho pergamino todavía retiene su pulpa. Algunos granos están rotos. La máquina despulpadora no está en buenas condiciones y funciona mal.
- Falta de fermentación; lavado insuficiente; los pergaminos están manchados, se pegan unos con otros, la fermentación sigue, lo que se puede notar al poner la mano en el pergamino, que se siente caliente. La principal causa para esto es la falta de agua para el lavado.
- Secado insuficiente. Esto es particularmente dañino para el café. Los granos descascarados con mucha humedad adquirirán mal sabor y cambiarán su coloración. Las pobres condiciones de secado y la negligencia son las principales causas para estos daños.
- Café mezclado con materia extraña (hojas, piedras, tierra, etc.)

El hecho de que el café de mala calidad automáticamente encuentre su camino en el mercado interno es, de alguna manera, un estímulo para la continuación de estas prácticas deplorables.

Pero aquí, uno se podría cuestionar esta situación. ¿Por qué los dominicanos deben consumir todas las peores categorías de café y todavía pagar relativamente altos precios por él? No obstante, no discutiremos este aspecto en este trabajo.

Nosotros interpretamos las prácticas y el manejo deficiente indicados, como una respuesta --más bien débil, por cierto-- a la forma no equitativa en que opera el mercado.

6.6 Los Pequeños Productores Reciben Los Peores Términos de Intercambio en el Mercadeo del Café

Queremos resumir aquí las razones de por qué los pequeños productores obtienen beneficios escasos de su cosecha de café. Estas razones han sido expuestas en capítulos anteriores pero en una forma dispersa. Es conveniente señalar que esta exposición no se basa únicamente en los precios, sino también en todas las formas de las relaciones comerciales que dan por resultado beneficios escasos.

- Los pequeños productores carecen de transporte adecuado. Aunque se haya abierto un camino en un distrito, ésto no asegura que el sistema de mercadeo será mejorado.
- Los pequeños productores venden en pequeñas cantidades y a precios bajos por unidad (ver Documento No. 5, Proyecto SEA/IICA, Departamento de Economía Agropecuaria, Pág. 77, que describe el mismo patrón para plátanos).
- Los pequeños productores no tienen medios para transformar el producto (despulpadoras, secadoras, etc.); venden un producto fácil de deteriorar (uva en la mayoría de los casos y, algunas veces, pergamino húmedo) que debe ser entregado dentro de las 24 horas.
- Los pequeños productores dependen fuertemente del crédito informal, de naturaleza usurera, que los sumerge en el endeudamiento.
- Los pequeños productores, hasta cierto punto carecen de información sobre el sistema de mercadeo. Sobre todo las características culturales (tales como el analfabetismo) son fuente de discriminación en su contra y los transforma en una clientela casi servil.

VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

1. El mercadeo interno de café en la República Dominicana se representa más bien como un sistema complejo de diversos canales, a través de los cuales el producto fluye desde las fincas hacia las facilidades de los exportadores.
2. Desde el punto de vista espacial, existe divergencia creciente entre las zonas productoras (siendo el Cibao la primera) y la concentración de la exportación a través de Santo Domingo. El sistema multiforme de transporte refuerza esta contradicción.
3. Diferentes entidades participan en la exportación de café, pero el grueso se exporta por las casas exportadoras tradicionales. Entre estas casas, existe un alto grado de concentración. Una sola firma, INDUSTRIAS BANILEJAS, exporta aproximadamente la tercera parte del total. Las primeras 6 firmas exportan un 70% del total y el resto se divide entre tres docenas de medianas y pequeñas entidades.
4. Las cooperativas o agrupaciones de productores participan con solamente el 4% del total exportado. La historia del desarrollo de las cooperativas ha resultado sumamente decepcionante. Las causas principales de dicho fracaso son:
 - a) La debilidad económica de los miembros de cooperativas, individualmente.
 - b) El sabotaje de los intermediarios competidores,
 - c) La falta de ayuda técnica y económica de las instituciones relacionadas con este sector y
 - d) Insuficiente administración y manejo inadecuado.
5. Los dueños de factorías han sido identificados como los intermediarios más importantes del sistema. Pero una gran variedad de intermediarios (de acuerdo a su localización, tamaño y función) también tienen parte en el mercadeo de café. La posesión de equipo para procesar el producto es el indicio clave para distinguirlos. El factor más importante de integración del sistema es el crédito informal, suministrado por los exportadores a los intermediarios, y distribuido por estos últimos a

los intermediarios de menor categoría y a los productores. En este sentido pocos intermediarios y productores se pueden considerar completamente independientes.

6. El problema del ingreso de los productores ha sido identificado como el problema individual más importante en el sistema de mercadeo. Como regla general, el precio pagado a los campesinos es muy bajo, debido a la ineficiencia del sistema de mercadeo y, sobre todo, al gran margen que reciben los intermediarios y los exportadores. Las prácticas comerciales sin ninguna ética (tales como medidas y pesos dudosos) solamente refuerzan esta tendencia.
7. El destino económico del productor, en relación con el mercadeo de su producto, difiere con el tamaño de su cultivo y de su propiedad. Los productores pequeños obtienen menos ingresos de su producción porque: a) no tienen facilidades de transporte; b) no tienen facilidades de transformación; c) tienen relaciones de crédito usurero, que ligan al productor con los intermediarios; y d) porque tienen dependencia personal y de factores culturales con los intermediarios. La suerte del mediano productor es comparativamente mejor en tanto que el gran productor puede competir con relativa fuerza en el mercado.
8. El grado de control institucional en el sistema interno de mercadeo ha sido mínimo en el pasado. Sólo hemos podido registrar tímidos intentos de reglamentaciones. Las leyes existentes en relación al mercadeo y al procesamiento de la cosecha, no se respetan en la mayoría de los casos. La oferta de créditos institucionales a los productores no es suficiente. El Programa de Rehabilitación de las Plantaciones de Café ha tenido éxito parcial, pero además se piensa que las restricciones antes enumeradas pueden desvirtuar el progreso del Programa en el futuro. La imposición de un impuesto a la exportación de café solamente se puede justificar si el dinero se reinvierte en el sector cafetalero en beneficio del productor, particularmente en el procesamiento y el mercadeo del producto. Esta realidad se conoce a nivel Gubernamental, específicamente en

la Ley No. 199, que dice:

"CONSIDERANDO que los sectores tradicionalmente responsables de la exportación de esos productos se están beneficiando de ganancias adicionales, sin que los productores participen de esos beneficios;..."

7.2 Recomendaciones

7.2.1 Incrementar nuestro conocimiento de mercadeo en la República Dominicana a través de un fortalecimiento institucional.

Actualmente, la Secretaría de Estado de Agricultura tiene muy pocos datos sobre el funcionamiento del sistema de mercadeo interno del café.

Los únicos datos cuantitativos que se pueden obtener sin dificultad son los relacionados con la exportación (cantidad, valor, precio del producto exportado, diferentes tipos de café exportado, destino del producto, etc.).

Esto ha sido resultado del trabajo de la Comisión de Asignación de Cuotas (hasta el 1972) y de la Comisión de Café (desde 1972) y del Departamento de Café y Cacao de la SEA, que han conseguido estos datos en vista de un posible regreso al sistema de cuotas. También ha sido el resultado de las necesidades de los procedimientos aduanales, del control de las divisas por el Banco Central y la necesidad de tener información disponible como parte de la Organización Internacional del Café.

Es obvio que la razón para esto no es de ninguna manera la responsabilidad de funcionarios individuales; pero es debido a la política de la Secretaría, particularmente del Departamento de Café y Cacao, que hasta el momento, aunque no han puesto el problema del mercadeo en su lista de prioridades, todavía no han preparado proyectos específicos. Es impresionante constatar la gran diferencia entre el continuo esfuerzo hacia la rehabilitación de las fincas de café durante los últimos años y las dispersas y débiles iniciativas en relación con el mercadeo. Esta diferencia existe a pesar del hecho

de que, en muchos casos los agrónomos o técnicos tienen conocimiento personal de la situación del mercadeo, directamente a través de su trabajo y sus contactos con los productores. Este conocimiento, sin sistematizar, podría ser usado para establecer los datos básicos que necesitamos para comprender cómo trabaja el sistema y qué reformas son necesarias.

El Departamento de Economía Agropecuaria de la Secretaría de Estado de Agricultura no compensa la falta de datos. La División de Mercadeo de este Departamento registra y publica los precios semanales del café. Pero estos datos son engañosos ya que se refieren al precio del café de segunda categoría que se vende en los mercados públicos y no tienen nada que ver con el precio del café de exportación.

El Departamento de Economía Agropecuaria ha publicado "Resultados de la Encuesta sobre Café y Cacao", marzo 1976; que contiene datos sobre producción y, hasta cierto punto, sobre mercadeo de café. Sin embargo, hay que destacar que todas las encuestas en que éstos datos se basan fueron hechas a nivel de productor. Es nuestra opinión que la calidad de estos datos sería mejor si las encuestas se hicieran a nivel de los grandes intermediarios (dueños de factorías) y los exportadores, ya que estas personas tienen, en la mayoría de los casos, un íntimo conocimiento de la producción de café y de las regiones donde están localizadas, a través de sus contactos con los productores y los intermediarios de menor categoría. Encuestas de esta naturaleza se pueden realizar rápidamente por medio de llamadas telefónicas (una alternativa). La falta de datos sobre mercadeo del producto limita el conocimiento del subsector café y particularmente impide la producción de buenos pronósticos de producción y exportación sobre bases anuales. Esto es lo que pasó en diciembre de 1976, cuando había un interés considerable sobre la esperada baja en la producción 1976/77. Pero era

muy difícil para las personas a cargo estimar la dimensión de la merma. De aquí, que la importancia de estos datos no puede ser subestimada ya que ellos sirven para varios propósitos.

Se recomienda que se reúna la siguiente información:

1. La morfología del sistema de mercadeo en cada región productora (para este tipo de datos y para todos los siguientes se puede utilizar la estructura de las Direcciones Regionales). El propósito principal de esto será desarrollar un diagrama del sistema de mercadeo interno del café, con la identificación precisa de los intermediarios. Como probablemente no será cambiado año tras año, éste será un documento básico útil para consultas de múltiples necesidades. Se deberían poner a disposición de todas las Direcciones Regionales copias de este documento. Cada año, se debe hacer una estimación de la cantidad de café fluyente a través de cada canal individual, para que se le dé carne fresca al esqueleto de la morfología.
2. En cuanto a precios, se debe hacer una recolección de información semanal:
 - a) por cada importante municipio productor de café.
 - b) con la especificación del tipo de café vendido (uva, pergamino húmedo, pergamino seco, café pilado).
 - c) con la identificación del nivel de mercadeo: precio pagado a la flor, precio pagado en la tienda del pequeño comerciante, precio pagado en la factoría, precio pagado en el almacén del exportador (el informante tendrá la alternativa para añadir indicaciones complementarias, tales como observaciones acerca de los pesos usados, la calidad del producto, etc.). El agrónomo local sería la persona responsable de obtener la información que será centralizada en Santo Domingo

y hecho pública en el Boletín o en los periódicos (siguiendo la misma metodología actualmente usada por el Departamento de Economía Agropecuaria.)

3. La información sobre la transformación de instalaciones, deberá ser recopilada y publicada en forma sistemática (inventarios), la cual puede servir como otro documento básico para el subsector café.

Es verdad que la Estadística Industrial de la República Dominicana provee algunos elementos de información sobre este tema (ver más arriba). Pero es nuestro parecer que esta información debe ser revisada, completada y detallada periódicamente.

El inventario debe ser revisado cada tres años. Debe anotarse que esta compilación será un documento básico para la preparación de la publicación de la "Estadística Industrial".

Los elementos que debe contener este inventario son los siguientes:

- a) Máquinas despulpadoras (con o sin motor). El tipo de máquina debe ser señalado, lo mismo que los caballos de fuerza del motor. Como estos datos son numerosos, ellos deben ser totalizados a nivel de municipio.

Las despulpadoras grandes deben ser indicadas por separado. Como la acumulación de esta información podría ser difícil en algunos casos, es aconsejable que los agrónomos preparen una lista de las fincas de más de 300 tareas en su área, que ellos podrían usar como lista de chequeo en esta investigación y que puede demostrar ser útil en otros asuntos.

- b) Las secadoras indicando su tipo (vertical u horizontal) y su capacidad. Cuando se encuentre más de un secador en una instalación, debe ser contada con un encabezamiento especial: Factoría.

4. Se debe buscar cooperación técnica periódica de países como Jamaica, Colombia, Costa Rica, etc. que tienen medios más avanzados en el procesamiento y mercadeo de café. La cooperación técnica podría incluir la participación de especialistas extranjeros en seminarios y cursos en la República Dominicana y viajes cortos de los especialistas dominicanos a otros países.

7.2.2 Realizar un estudio de prefactibilidad del proceso integral y el sistema de mercadeo de la Región de Barahona.^{1/}

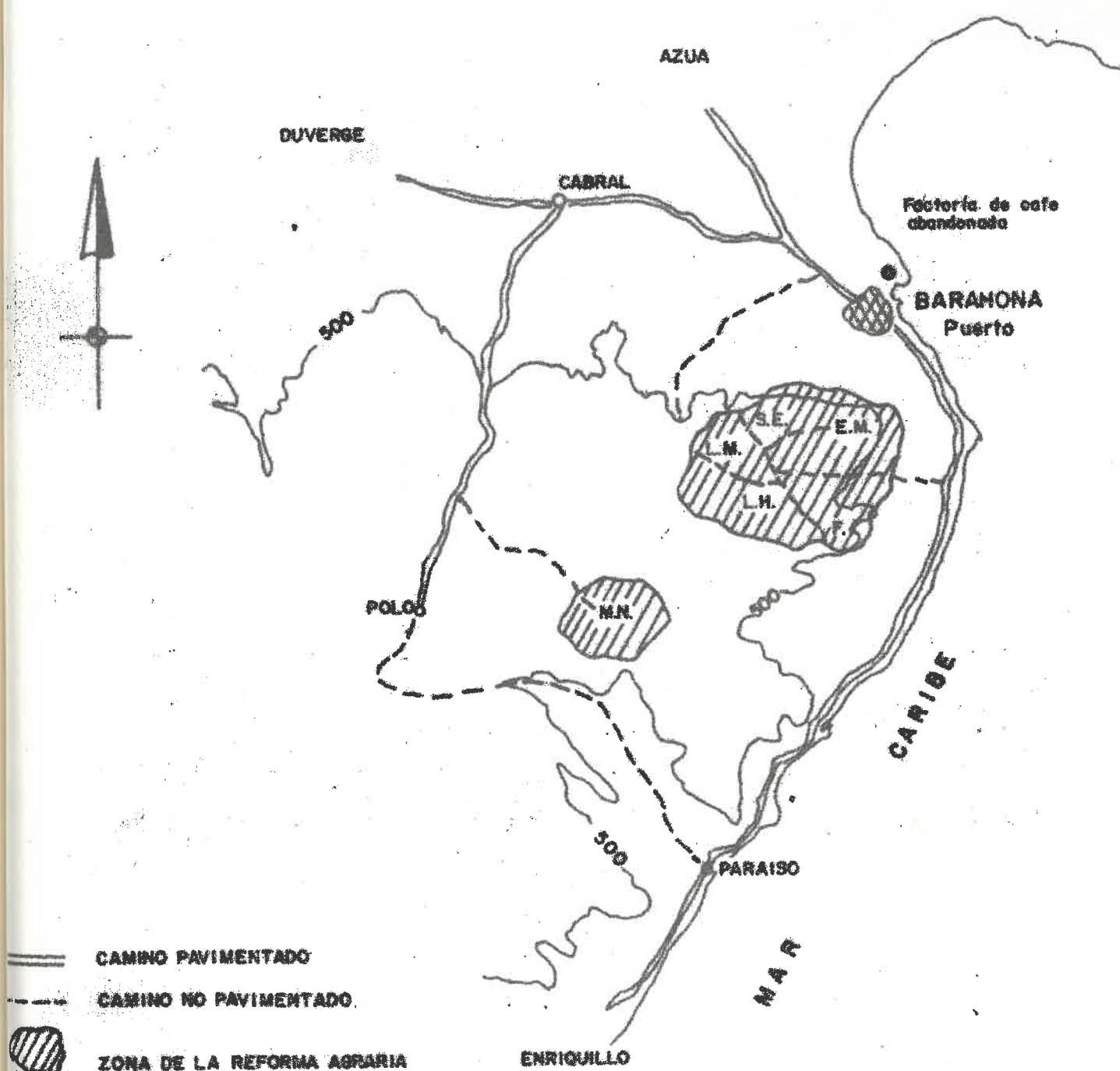
7.2.2.1 Nuestra atención se ha sentido atraída hacia la región de Barahona en diferentes maneras:




- a) Las zonas montañosas de la región de Barahona, incluyendo la Sierra de Bahoruco y también la Sierra de Neiba adyacente al Norte de la cuenca de Barahona, presenta óptimas condiciones para el cultivo de café en términos de altitud, temperatura y precipitaciones. La única desventaja de esta región es la incidencia de tormentas tropicales y huracanes. Un huracán puede causar daños a gran escala a las plantaciones, propiedades y personas, pero su acción es lineal y de un área bastante limitada y uno no debe sobre estimar su importancia.
- b) La región de Barahona y el Sur en general, es económicamente un área depresiva, cayendo por debajo del promedio nacional en todos los aspectos (producción per cápita, nivel de industrialización y alfabetismo, etc.) Cualesquiera que sean las causas de esta situación, los hechos están comprobados. El mejoramiento de la producción y del mercadeo de café beneficiará a millares de productores.

^{1/} Esta recomendación se ha cumplido parcialmente y los resultados están publicados en el documento No. 7 por Benjamín Romero, IICA, Santo Domingo, R. D. 47 Págs.

- c) Las investigaciones en la región han demostrado que las condiciones para el mercadeo de café están muy lejos de ser aceptables. El precio del café está más bajo que en el Cibao. La costumbre de comprar café a la flor está más difundida. El hecho de que solamente dos casas exportadoras, localizadas en Barahona compran el producto, y el relativo aislamiento de la zona del principal puerto de exportación -Santo Domingo,- ciertamente explica esta situación.
- d) La falta de incentivo en los precios, el endeudamiento de los caficultores y las pobres condiciones de mercadeo han resultado en un estancamiento de la producción, a pesar de los esfuerzos proporcionados por el Plan de Rehabilitación. El proceso de recuperación después del último huracán que se remonta a los años sesenta, ha sido lento y la participación de la región en la producción nacional, por consiguiente ha bajado.
- e) Especialistas del Departamento de Café y del Cacao mencionaron la existencia de varias unidades de procesamiento de café sin usar en la región de Barahona. Parte de nuestra investigación fué dedicada a visitar estas unidades. En la Sierra de Bahoruco, inmediatamente al Sur de Barahona, se extiende parte del distrito cafetalero de la República Dominicana con mayor potencial. Allí se pueden encontrar muchas unidades procesadoras de café en desuso.
- i. Los Manantiales (ver Figura)

Esta es una vasta sección de la Sierra que fué propiedad de la familia Mota. Las plantaciones de café se remontan a más de 30 a 40 años. Unidades de despulpación frecuentemente incluyendo secadoras, han sido ins-



-  CAMINO PAVIMENTADO
-  CAMINO NO PAVIMENTADO
-  ZONA DE LA REFORMA AGRARIA

ASIGNAMIENTOS DE REFORMA AGRARIA

- S.E. Santa Elena
- E.M. El Manantial
- L.M. Los Mercedes
- L.H. La Hierba
- F. Filipinas
- M.N. Montecada Nueva



ESCALA: 1:250,000

C. GIRAULT
dm./Eg/77

taladas en diferentes distritos de esa inmensa plantación: En Santa Elena, Las Mercedes, El Manantial, Filipinas y La Hierba. Algunas de estas instalaciones son muy sofisticadas; elevando agua por medio de bombas de lejanos manantiales, cañerías, etc. En Las Mercedes, había un cable que se usaba para traer las uvas directamente del campo a la planta de lavado. Todas estas unidades están actualmente en desuso; algunas están deterioradas. Esta plantación, después de un período de abandono, ha sido incluida en el Programa Oficial de Reforma Agraria. Se le ha dado tierras a los campesinos y han sido instalados por el Instituto Agrario Dominicano. En 1975 se lanzó un Programa para mejorar la infraestructura de la región bajo la supervisión directa de la Presidencia de la República. Se estableció un destacamento militar en Santa Elena. Las dos principales actividades del Programa son limpiar y renovar las plantaciones que no están produciendo mucho y la construcción de caminos en el distrito. Ya un grupo de trabajadores ha limpiado una gran área de tierra y una red empinada (la topografía es dura) pero de muy buenos caminos han sido construídos.

La producción del distrito de Los Manantiales podría ser de alrededor de los 50,000 quintales con un buen potencial de alcanzar los 100,000 quintales en 1977 y en adelante. Sin embargo, hasta ahora, el mercadeo de una cantidad como esta, producida bajo un programa de reforma social, no se le ha dado la atención debida.

ii) Cooperativa El Amparo

La Cooperativa El Amparo fué fundada en 1966. Su principal objetivo es incorporar a los productores de café, darles crédito, ofrecerles facilidades de procesamiento y acceso a mejores precios por su producto. Después de varios años funcionando, las actividades de la Cooperativa, que estaba integrada en un tiempo por alrededor de 1,000 miembros, que vivían prácticamente en los distritos de Polo y Paraíso, se han paralizado. Las razones para este fracaso no están completamente claras (ver más arriba la sección de Cooperativas). Pero el hecho es que la Cooperativa no tiene más crédito que darle a sus miembros; que muchos miembros se han retirado, y que está muy endeudada. Un administrador está encargado de la institución pero realmente es una cooperativa "fantasma" más que nada.

La Cooperativa posee una pequeña planta de procesamiento en El Fondo, cerca de Polo (la despulpadora y un motor valorados en alrededor de los \$700.00). La planta no ha funcionado en las últimas cosechas. De particular interés es la inmensa unidad situada en Barahona cerca del Ingenio azucarero, donde la cooperativa mantiene una pequeña oficina. Aquí algunos hechos históricos que pueden ser útiles: Esta inmensa instalación de café de la cual uno puede ver los restos en Barahona -la instalación más grande del país- fué construída por la Corporación Domínico-Cubana, una firma Estadounidense que tenía nexos con el National City Bank de Nueva York, dueños del Central Barahona. Esta unidad está diseñada para pro-

cesar todo el café producido en el Sur, y de acuerdo con algunas fuentes, la producción nacional entera. La inversión inicial fué en el orden de los 3 millones de dólares. La instalación fué terminada e integrada desde el punto de recibo de las uvas, incluyendo las balanzas para pesar, hasta la preparación de los granos para la exportación. Tenía en algunos aspectos mucho refinamiento; se cree que contenía el equipo más moderno disponible en esa época. La visita a esta planta a pesar de todo su deterioramiento, todavía es impresionante. La unidad fué concebida como que se une al ingenio azucarero que se encuentra como a 100 yardas de distancia. Por ejemplo, el vapor que salía del ingenio se usaba para secar el café en los secadores. La planta fué terminada en 1951. Se piensa que estuvo funcionando durante varias cosechas, pero probablemente nunca a toda capacidad. Las operaciones se interrumpieron cuando Trujillo tomó la Compañía. De ahí en adelante, la planta pasó por muchas manos: Gadala María & Cía., el Banco Agrícola, el Instituto Agrario Dominicano y finalmente la Cooperativa "El Amparo". La cooperativa ha usado parte de las instalaciones (principalmente las clasificadoras con algunas transformaciones mecánicas) durante los años que funcionó. Pero la mayoría de las facilidades se han deteriorado a través de los años por falta de vigilancia y mantenimiento. Se han reportado ataques de vandalismo y robos; se han robado cantidades importantes de tuberías, etc., y parte del equipo se ha dañado.

7.2.2.2. Sumario

En lo siguiente podemos sumar las razones básicas que abogan para un estudio cuidadoso de la posible renovación y utilización de tantas facilidades en desuso en el área de Barahona:

- a) La importancia de que tantos pequeños productores de la región tomen ventaja de mejores precios a través de una más amplia y mejor preparación de su producto.
- b) La existencia en la región de programas colectivos, tales como los distritos de la Reforma Agraria de Los Manantiales y Monteada Nueva, y la Cooperativa "El Amparo" en menor grado, que pueden facilitar un proyecto de procesamiento de café. Está claro que los campesinos en el Programa de Reforma Agraria no deben abandonarse a su propia suerte en el difícil negocio de comercializar su producto, considerando además la existencia de facilidades en la región. Se debe señalar que el problema de transporte ha sido eliminado parcialmente, a través de la construcción de una red de buenos caminos, que en un futuro conectarán las diferentes secciones de la Sierra.
- c) Hay una tercera razón para realizar un estudio de procesamiento del café en la región. Hasta hace algunos años, el puerto de Barahona estaba exportando una buena cantidad del café producido en la zona. La situación se ha deteriorado rápidamente. Si una importante cantidad de café es procesada y preparada hasta la fase final (lista para exportación), esto justificaría el embarque a través de las facilidades locales y reducirá la poca utilización del puerto, que a la larga le está costando económica y socialmente al pueblo y a la región.

7.2.2.3 Recomendaciones

Recomendamos la realización de un estudio de viabilidad para la renovación de las facilidades de procesamiento en el área de Barahona, con el objetivo final de permitir, primero, la preparación de "pergamino de agua", y segundo, la integración del proceso de la preparación completa.

El estudio debe incluir:

- a) Estudio de la habilitación de varias facilidades en desuso y abandonadas; para despulpar y lavar café, localizadas en los distritos de la Reforma Agraria de Los Manantiales y Monteadá Nueva, y en el evento, otras facilidades en la región de Polo.
- b) Estudio de la renovación de la planta de café en Barahona, localizada cerca del ingenio azucarero. Este estudio debe analizar los costos de reparación del equipo relacionado con la preparación del café, desde su etapa de pergamino húmedo hasta la etapa final (las secciones de despulpar y lavar de la planta deben ser abandonadas en todas las circunstancias). La planta recibirá el café en forma de pergamino de las diferentes estaciones de despulpe de la Sierra. La integración completa del proceso estará en efecto después que se realicen los puntos a y b. Las necesidades de transporte también deben considerarse en el estudio.
- c) El estudio debe ser realizado por un economista familiarizado con la economía del proceso y mercadeo de café lavado. Deberá ser preferiblemente de un país latinoamericano donde el café sea procesado de una manera similar. Hay posibilidades de que el IICA pueda facilitar este experto.

7.2.2.3 Recomendaciones

Recomendamos la realización de un estudio de viabilidad para la renovación de las facilidades de procesamiento en el área de Barahona, con el objetivo final de permitir, primero, la preparación de "pergamino de agua", y segundo, la integración del proceso de la preparación completa.

El estudio debe incluir:

- a) Estudio de la habilitación de varias facilidades en desuso y abandonadas; para despulpar y lavar café, localizadas en los distritos de la Reforma Agraria de Los Manantiales y Monteada Nueva, y en el evento, otras facilidades en la región de Polo.
- b) Estudio de la renovación de la planta de café en Barahona, localizada cerca del ingenio azucarero. Este estudio debe analizar los costos de reparación del equipo relacionado con la preparación del café, desde su etapa de pergamino húmedo hasta la etapa final (las secciones de despulpar y lavar de la planta deben ser abandonadas en todas las circunstancias). La planta recibirá el café en forma de pergamino de las diferentes estaciones de despulpe de la Sierra. La integración completa del proceso estará en efecto después que se realicen los puntos a y b. Las necesidades de transporte también deben considerarse en el estudio.
- c) El estudio debe ser realizado por un economista familiarizado con la economía del proceso y mercadeo de café lavado. Deberá ser preferiblemente de un país latinoamericano donde el café sea procesado de una manera similar. Hay posibilidades de que el IICA pueda facilitar este experto.

- d) El proyecto de renovación de las instalaciones de café debe ser presentado a instituciones nacionales e internacionales para su aceptación e implementación.
- e) Una Institución Nacional debe patrocinar el proyecto -podría ser la misma Secretaría de Estado de Agricultura.

7.2.3 Establecer un grupo de trabajo de personas que representen Instituciones interesadas en la ejecución de reformas en el sistema de mercadeo interno del café.

El "Grupo de Trabajo" propuesto deberá ser un grupo de personas dedicadas al estudio del mercado interno del café en el país, para identificar las reformas factibles al sistema y hasta preparar las legislaciones a este efecto. Debe empezar como un cuerpo ad-hoc con el potencial de convertirse en una Junta de Mercadeo de Café.

Debe ser integrado por personas pertenecientes a varias instituciones interesadas o potencialmente interesadas en el sector. Entre ellas podemos incluir las siguientes:

- Secretaría de Estado de Agricultura (particularmente el Departamento del Café y del Cacao y el Departamento de Economía Agropecuaria.)
- El Banco Agrícola
- El Instituto de Estabilización de Precios (INESPRE)
- El Instituto Agrario Dominicano (IAD)

El grupo debe establecer sus propias prioridades y plan de trabajo, sin embargo, las áreas siguientes deben ser consideradas:

- a) Creación de un Banco de Datos sobre Mercadeo de Café. Esto se relaciona con la implementación de la primera recomendación. El grupo coordinará la recolección de los datos (legislación, producción

y mercadeo) en bases regulares, y ver qué datos sean recopilados y publicados. Siempre que sea necesario, el grupo hará encuestas, analizará problemas específicos relacionados con mercadeo y proveerá cualquier información que sea requerida para tomar decisiones a propósito.

- b) Ejecución de la Legislación sobre Café. El grupo estudiará las diferentes maneras de asegurar que las leyes sobre café sean respetadas, en particular las relacionadas a la exactitud de los pesos y medidas usadas por los intermediarios, y la calidad del café comprado y procesado.
- c) Precios. En una situación como la que prevalece en la República Dominicana, donde los precios son bajos a nivel de productor, hay una gama completa de medidas que pueden ser tomadas. Hay muchos países productores de café en el mundo que han dado varios pasos hacia el control y la estabilización de precios a nivel del productor. En un caso en particular, podría ser la fijación de un precio básico de venta para los productores, en otro, una implicación parcial del Gobierno en la compra del producto, y tercero, la creación de un esquema de estabilización de precios... El grupo debe estudiar qué medidas son más apropiadas, tomando en cuenta lo económico, lo social y el aspecto político del problema.

A este respecto, podemos señalar que en el pasado algunos artículos y hasta legislaciones han tratado con esto. La Ley 5586 que estableció la Dirección General del Café y del Cacao, bastante interesante por cierto, contiene una estipulación (p-109), dando a la Dirección la responsabilidad de fijar el precio mínimo que se pagará a los productores en condiciones de exportación de acuerdo con las fluctuaciones del Mercado Internacional, divulgación a través de la prensa y la radio nacionales, evitando por todos

los medios la especulación en perjuicio de los productores.

En un conjunto de circunstancias totalmente diferentes, SYLVAIN (/18/, Pág. 14) dá el siguiente argumento en favor del control de precios:

"Como ya existe por ley un esfuerzo deliberado para la estabilización de los precios agropecuarios y un Instituto establecido para este fin, el control de los precios del café por el Estado no debería presentar gran dificultad".

Que sea difícil o no, no es tan importante, como el hecho de que el problema de los precios muy bajos a nivel de productor han sido identificados y deben ser corregidos.

- d) Cooperativas. A este punto es imposible recomendar la creación de nuevas cooperativas, debido a los muchos factores negativos que han afectado la vida y la supervivencia de las pocas cooperativas existentes. En muchos casos, los campesinos están disgustados con las cooperativas y no quieren experimentar más en esta materia. El grupo de café debe investigar más a fondo las razones del pobre funcionamiento de las cooperativas y tratar de ayudar a las pocas organizaciones sobrevivientes que funcionan normalmente. En un futuro, las condiciones podrían ser más favorables para una reactivación del movimiento cooperativo.

El grupo también debe investigar las posibilidades que ofrece la creación de asentamientos de reforma agraria en los distritos cafetaleros por el Instituto Agrario (los únicos a la fecha son los asientos en la región de Barahona) en las antiguas colonias agrícolas en Restauración, San Juan de la Maguana, Pedernales, Gaspar Hernández y otras.

El grupo debe también coordinar estrechamente con el Departamento de Economía Agropecuaria en la ejecución de su proyecto "Centro de Servicios Rurales Integrados" (CENSERI), y tratar de promover el establecimiento de

uno o más Centros en las áreas productoras de café.

- e) Créditos. El grupo debe dedicar atención considerable a la situación de créditos, Debe investigar las maneras y medios por los cuales los créditos institucionales puedan ser canalizados de una manera más efectiva que la actualmente usada. El número de crédito deben ser multiplicados, los términos más fáciles, las demoras administrativas deben ser reducidas, y se debe tratar de reducir la dependencia de los pequeños productores sobre el crédito informal de naturaleza usurera. Una porción significativa del crédito disponible debe ser puesta aparte para la compra de equipo, tales como; despulpadoras, secadoras y hasta más instalaciones integradas. También una parte del crédito debe ser designado específicamente al mercadeo.
- f) Caminos y transporte. El grupo debe revisar las condiciones de transporte en los distritos productores de café. Debe hacer las recomendaciones de construcción de nuevos caminos y del mantenimiento de los ya existentes. Debe investigar la factibilidad de subvencionar un sistema de transporte accesible a los pequeños productores individuales (o eventualmente productores unificados en grupos pequeños).

BIBLIOGRAFIA

1. JOSE DEL CASTILLO, MIGUEL COCCO, WALTER CORDERO, OTTO FERNANDEZ R., WILFREDO LOZANO L., MAX PUIG. Tendencias de la Economía Cafetalera Dominicana, 1960-1972. Colección Histórica y Sociedad No. 18. Editora de la Universidad Autónoma de Santo Domingo.
2. Comentarios sobre la comercialización del café en la República Dominicana. Unidad de Comercio Internacional. Departamento de Comercio Externo. Organización de los Estados Americanos. Washington, D.C. 19 de Octubre de 1973.
(Poor report, the context does not correspond to the title).
3. JOAQUIN DIAZ. La Situación y Problemas del Mercadeo Agrícola en el Valle del Cibao. La Herradura, Santiago. Marzo, 1976.
4. Encuesta Café. Departamento de Economía Agropecuaria. Secretaría de Estado de Agricultura. Vol. I., No. 1. Febrero, 1975. P. 11-18.
5. LAMARRE, VALOIS. International Limited Dominican Republic Highway Rehabilitation and Administration Study Interior Report. Volume I. Highway Rehabilitation. Montreal. January, 1974. (Revised April, 1974).
6. PETER E. MARCETTI. Series of two articles:
-El Poder del Intermediario usurero en comunidades minifundistas y las cooperativas campesinas de San José de Ocoa (primera parte). Estudios Sociales. Año IV. Núm. 3. 1971. P. 121-144.
-Las Comunidades Campesinas minifundistas de San José de Ocoa: diez tesis sobre el éxito y fracaso de sus organizaciones. Estudios Sociales. Año IV. Núm. 4. 1971. P. 177-205.
7. Oficina Nacional de Planificación. Organización de los Estados Americanos. Suroeste. Regionalización de la Planificación Nacional y Tratamiento del Sistema Urbano. Julio, 1975.
8. PIDELTA LIMITADA. Consultores República Dominicana. Cooperativa Agropecuaria "Caficultores de Baní", Incorporada. Plan de Desarrollo y Diversificación Cafetera de Baní. Estudio de Prefactibilidad y Plan de Acción Inmediata. Baní. Junio, 1974.

Volúmen I Informe
Volúmen II Anexos 1 a 3
Volúmen III Anexos 4 a 6
Volúmen IV Anexos 7 a 9
Volúmen V Anexo 10
10. Secretaría de Estado de Agricultura. Encuesta y Análisis de la Economía Cafetera de República Dominicana. Proyecto Encuesta Cafetera y Estudios Conexos financiado mediante Carta-Contrato DF/2126 del 5 de Octubre de 1971 entre el Gobierno Dominicano y el Fondo de Diversificación de la Organización Internacional del Café. Santo Domingo. Marzo, 1973.

11. Secretaría de Estado de Agricultura. Evaluación de Programa de Rehabilitación de Cafetales en la Zona Sur-Central. Centro de Adiestramiento en Formulación y Evaluación de Proyectos del Departamento de Desarrollo Regional de la Organización de los Estados Americanos. II Curso Nacional de Formulación y Evaluación de Proyectos. Santo Domingo. Febrero 3 a Mayo 9, 1975.
 12. Secretaría de Estado de Agricultura. Plan de Desarrollo Regional de la Línea Noroeste (DELNO). Programa Desarrollo Agrícola Proyecto Rehabilitación de Plantaciones de Café. Anexo 8 con el asesoramiento del Departamento de Desarrollo Regional de la Organización de los Estados Americanos. Santo Domingo. Enero, 1975.
 13. Secretaría de Estado de Agricultura. Subsecretaría de Producción Agropecuaria y Mercadeo. Departamento de Economía Agropecuaria. Resultados de la Encuesta sobre Café y Cacao. Marzo, 1976. Santo Domingo. Agosto, 1976.
 14. KENNETH EVAN SHARPE. From consciousness to control: a Study of a Dominican Peasant Movement. Unpublished PhD. Thesis. Department of Political Science. Yale University. New Haven, Connecticut. 1974.
- Substantial sections of this thesis (relating closely to the marketing of coffee) have been published as a series of articles.
15. - El Sistema de Control en el Mercado de Café. Eme Eme Estudios Dominicanos. Vol. IV. Núm. 20. Septiembre-October, 1975. P. 49-73.
 16. - El Campesino de la Tierra: El Problema de Vivir. Eme Eme Estudios Dominicanos. Vol. IV. Núm. 21. Noviembre-Diciembre, 1975. P. 23-57.
 17. - Los Intermediarios. Eme Eme Estudios Dominicanos. Vol. IV. Núm. 22. Enero-Febrero, 1976. P. 23-51.
 18. PIERRE G. SYLVAIN. Informe de una Visita de Consulta a la República Dominicana con Relación a la Producción de Café. Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de los Estados Americanos. Centro Tropical de Enseñanza e Investigación. Turrialba, Costa Rica. Mayo, 1972.
 19. Legislación
 - Reglamento No. 7107 sobre la preparación, clasificación y transporte del café (1971).
 - Ley No. 199 (1975)
 - Decreto No. 1621 (1976)
 - Decreto No. 2448 (1976)

DOCUMENTOS PUBLICADOS POR IICA/R.D.

- A/D-1/76 MURRAY, G.F. Dominican Peasants and Rural Trader: A project Oriented Research Methodology. IICA/SEA Integrated Marketing Project. Santo Domingo, R.D., 1976. 40 p.
- A/D-2/76 GUTARRA, A. Anteproyecto Sistema Distribución Urbana de Alimentos (Mini-Mercados). Proyecto Integrado de Comercialización IICA/SEA. Santo Domingo, R.D., 1975 12 p.
- A/D-3/76 SCHAFFER, J. Comments on Food Price Policy. IICA/SEA Integrated Marketing Project. Santo Domingo, R.D., 1976. 15 p.
- A/D-4/76 MURRAY, G.F. El Sistema de Mercadeo Interno de la República Dominicana: Aspectos Generales. Proyecto Integrado de Comercialización SEA/IICA. Santo Domingo, R.D. 1976. 54 p.
- A/D-5/76 PINTO, L. Análisis Institucional del Crédito Agrícola en la República Dominicana. IICA. Santo Domingo, R.D. 1975. 77 p.
- A/D-6/77 MARTINEZ MADERA, D. Reorganización Mercado Villa Consuelo. Resumen Proyecto Grado. Proyecto Integrado de Comercialización SEA/IICA. Santo Domingo, R.D. 1977. 70 p. (Anexos)
- A/D-7/77 ROMERO, B. Estudio sobre la Producción y Comercialización del Café en la Zona de Barahona y Antecedentes para un Proyecto Regional Integrado. Santo Domingo, R.D. 1977 47 p.
- A/D-8/77 MOJICA, I.H. Reconocimiento sobre el Manejo de las Areas de Captación de los Embalses de Tavera y Valdesia. Santo Domingo, R.D. 1977 13 p.
- A/D-9/77 GRONDIN, M. Esquemas Organizativos de los Productores Agrícolas para la Comercialización de sus Productos. Santo Domingo, R.D. 1977 44 p.
- A/D-10/77 MURRAY, G.F. Los Campesinos Dominicanos y el Comerciante Rural: Esbozo de una Metodología de Investigación. Santo Domingo, R.D. 1977 49 p.
- A/D-11/77 GIRAULT, C. La Comercialización de Café en la República Dominicana: Un enfoque Geográfico; IICA Santo Domingo, R.D. 1977 74 p.