SECRETARIA DE ESTADO DE AGRICULTURA
SUBSECRETARIA DE PRODUCCION AGROPECUARIA Y MERCADEO
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA AGROPECUARIA

INSTITUTO INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS
Proyecto de Comercialización Integrado
SEA–IICA

DIAGNOSTICO DEL MERCADEO DE VIVERES EN LA REPUBLICA DOMINICANA

Documento No.13

-Versión Preliminar-

Marzo, 1977

Santo Domingo, República Dominicana

REPUBLICA DOMINICANA
SECRETARIA DE ESTADO DE AGRICULTURA

DR. SANTIAGO CRUZ LOPEZ
Secretario de Estado de Agricultura

ING. AGRON. FRANCISCO MIGUEL GONZALEZ
SubSecretario de Estado de Producción Agropecuaria y Mercadeo.

LIC. JUAN ANTONIO NUÑEZ
SubSecretario Técnico de Planificación Sectorial Agropecuaria

ING. AGRON. JUAN PABLO DUARTE hijo
SubSecretario de Estado de Recursos Naturales

ING. AGRON. HECTOR MENA VALERIO
SubSecretario de Estado de Investigación, Extensión y Capacitación Agropecuaria

FELIPE PARRA PAGAN
SubSecretario Administrativo

DEPARTAMENTO DE ECONOMIA AGROPECUARIA

LIC. JOAQUIN NOLASCO
Director

LIC. FRANCISCO PEREZ LUNA
Jefe División Estudios Economicos

ING.AGRON. RAMON TORRES CAMPOS
Jefe División de Administración Rural

LIC. JOSE LUIS GUZMAN
Jefe División de Mercadeo

LIC. FRANCISCO DAVID ALVARADO
Jefe División de Estadística e Información

ASESORIA TECNICA

LIC. JERRY LA GRA	Especialista en Comercialización Agrícola y Coordinador del Proyecto SEA/IICA	IICA
ING. HECTOR MORALES	Especialista en Comercialización Agrícola	IICA
LIC. GILBERTO MENDOZA	Especialista en Comercialización Agrícola	IICA
LIC. HARRY WING	Economista Agrícola	USAID
CLARENCE DUNKERLEY	Estadístico Matemático	USAID

DIAGNOSTICO DEL MERCADEO DE VIVERES EN LA REPUBLICA DOMINICANA

Participantes:

En la elaboración del presente documento participaron los técnicos del Departamento de Economía Agropecuaria de la Secretaría de Estado de Agricultura, SEA; Lic. - Cristiano Nuñez Pereyra, Lic. Reina Ureña de Martinez, y Lic. José Isidro Pérez Labour.

En la revisión y discusión final, Lic. Francisco Pérez Luna, Ing. Abel Hernández, por la SEA; Lic. Gilberto Mendoza e Ing. Héctor Morales, por el IICA.

Marzo 1977, Santo Domingo, D.N.

PRESENTACION

El presente documento forma parte de los estudios que sobre el Diagnóstico de la comercialización de productos agropecuarios, lleva a cabo el Departamento de Economía Agropecuaria de la SEA, con la asesoría del Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas IICA.

A través de estos Diagnósticos, la Secretaría de Agricultura ha querido penetrar en los problemas que afectan al Subsector comercialización con miras a sugerir y llevar a cabo acciones tendientes a elevar el nivel de eficiencia económica en el sistema, y que habrá de redundar en beneficio de productores y consumidores.

Los productos de los cuales es contentivo este documento, caen en el grupo de los denominados comunmente "Víveres", que componen el plátano, la yuca y la batata, cuya principal importancia rádica en el hecho de ser estos productos, bienes de primera necesidad dado su consumo masivo en la sociedad dominicana, sobre todo en aquellos sectores que poseen ingresos bajo y promedio.

Se espera que los resultados obtenidos de la investigación, sirvan para dar una idea sobre algunos problemas que impiden el buen desenvolvimiento de la comercialización de los productos estudiados y además, faciliten en el corto y mediano plazo la fijación de políticas y la implementación de programas coherentes con la necesidades del sector a la vez que sean compatibles con la política alimenticia del Estado.

PREFACIO

El presente documento es el Decimotercero de una serie preparada por la Secretaría de Estado de Agricultura (SEA), como parte del proyecto de comercialización integrado que está desarrollando en colaboración con el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (IICA).
La orientación principal de este proyecto es la de mejorar los servicios de comercialización a nivel nacional mediante el fortalecimiento de las Instituciones que están operando dentro del SubSector Comercialización; y en especial el Departamento de Economía Agropecuaria de la SEA e INESPRE.
El objetivo global de este proyecto es log ar la formulación e implementación de un plan nacional de comercialización agropecuaria, compatible con el plan Nacional de Desarrollo Económico y social.
Los objetivos específicos de este proyecto pueden resumirse en los siguientes:

1. Implantar un sistema dinámico, eficiente y contínuo de recolección y divulgación de información de precios y mercados de los principales productos agropecuarios a nivel de las fincas, de los intermediarios y de los consumidores.

2. La organización y ejecución de un programa de capacitación en comercialización, orientado hacia el personal de las distintas instituciones del sub-Sector.

3. Realizar un diagnóstico del sistema interno de comercialización y desarrollar los esquemas metodólogicos para la invetigación en este campo.

4. Sistematizar la información pertiente al área del Sub-Sector de comercialización, que permita a las autoridades establecer criterios para la definición de políticas, programas y proyectos en esta materia.

5. Identificar y preparar los proyectos que puedan mejorar la eficiencia del funcionamiento del sistema de comercializa= ción en un futuro inmediato.

6. Identificar y sugerir cambios instituciones necesarios para mejorar los servicios en comercialización a todos los niveles, especialmente a nivel de finca.

El presente informe contiene toda la información disponible y actualizada sobre el proceso de comercialización de la yuca y la Batata en el mismo se pretende dar una visión global de

problemas y posibles soluciones que con frecuencia se presentan durante la comercialización de estos viveres.
Se espera que el mismo contribuya a orientar las decisiones que en materia de comercialización se tomen para la mejor planeación y fomento del cultivo.
La coordinación del proyecto de comercialización Integrado SEA/IICA está a cargo de los señores Francisco 5Pérez Luna por la SEA y Jerry La Gra, por el IICA.

LIC. JOAQUIN NOLASCO,
Director Departamento Economía Agropecuaria

PLATANO

I N D I C E

I. INTRODUCCION:

Este trabajo es parte de los estudios que sobre la comercialización de algunos productos realiza el Departamento de Economía Agropecuaria de la Secretaría de Estado de Agricultura, con la asesoría del Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (IICA). Con los mismos se trata de arrojar luz sobre los principales problemas del sub-sector comercialización a fin de definir e implementar políticas tendientes a corregir estos problemas.

En su desarrollo se consideran los canales de comercialización, los márgenes bruto de comercialización con que operan productores e intermediarios, un análisis de precios y varios aspectos de la producción.

II. METODOLOGIA.

La metodología aplicada para la realización de este estudio ha sido esencialmente la misma aplicada en los demás trabajos de la serie, consistente en captación de datos estadísticos, informaciones, investigaciones de campo, labor de gabinete y discusión de informe preliminar.

III. ASPECTOS DE PRODUCCION.

3.1. Zonas de Producción; Variedades y Epocas de Siembra.

El plátano es un cultivo diseminado en todo el país, sin embargo, el Cibao (La Vega, Moca y Salcedo) y en la región Sur, las provincias de Azua, Barahona y Bahoruco son las zonas de las más grandes plantaciones.

La mejor época para la siembra en las provincias del Sur del país son los del período julio-agosto, en tanto que en el Cibao se utiliza el mes de agosto y la primavera para tales fines. Cuando los agricultores realizan la siembra en épocas diferentes a las indicadas, se ha detectado reducción en la productividad de un 20 a un 30%. El ciclo vegetativo del plátano es de un año, sin embargo si se usan variedades precoces puede cosecharse el vívere a los 9 meses.

A nivel Comercial, en el país se hace una clasificación general del plátano. Se distingue entre plátano tipo "Cibao" y tipo "Barahona", los cuales se diferencian en tamaño, textura y peso; uno y otro son cultivados en las regiones Sur y Cibao indistintamente. Existen indicios de que las diferencias señaladas se deben, más que a variedades distintas, a las técnicas de cultivos empleadas.

3.2. Producción.

Como consecuencia del "Plan de Acción Inmediata" llevado a cabo por la Secretaría de Estado de Agricultura para salvar los efectos de la gran sequía que sufriera el país en 1974-1975, la producción de plátanos experimentó para 1976 un significativo aumento. Durante la sequía, el descenso de la producción fué alrededor 231.9 millones de unidades (Producción del 1975 en relación a la del 1974), equivalente a 30.8% de la producción anterior. Para 1976, el incremento de la producción se estimó en un 43.2%. Este aumento reviste más importancia por el peso que posee este vívere dentro de la canasta de consumo de las familias dominicanas y el alto precio a que se cotizaron los plátanos en el año 1975.

La producción de plátanos obtenida durante el período que se comenta fué la siguiente:

CUADRO NO.1

PRODUCCION DE PLATANOS
(EN 000 UNIDADES)
1974-1976

AÑOS	PRODUCCION
1974	751,975
1975	520,111
1976*	744,600

* Preliminar

FUENTE: División de Estadística del Depto. de Economía Agropecuaria de la SEA.

IV. COSTOS DE PRODUCCION Y RENDIMIENTOS.

El costo promedio de producción del plátano, estimado durante agosto-diciembre de 1975, fué de RD$39.90 por tarea, con un mínimo de RD$11.30, registrado en la Provincia de Samaná, y un costo máximo de RD$68.07 en el proyecto Ansonia de la Provincia de Azua. El costo más elevado en el proyecto Ansonia se explica por la utilización de una mejor y más completa técnica de cultivo, lo cual provoca mejores rendimientos, para este caso 3.0 millares/tarea.

La calidad de terreno, la disponibilidad de riego, el uso de fertilizantes, etc., son factores que determinan un rendimiento más elevado y un mejor producto, aunque los cos-

tos sean más altos. En una tarea de tierra se siembran alrededor de 85 matas de plátanos, las cuales deben producir de 40 a 50 unidades por racimo. Si se asume que el precio promedio a nivel de finca en la fecha, fué de RD$60.00/millar se determinaría una cuota de beneficios del orden del 50%.

El cuadro que sigue muestra el costo de producir plátanos en las principales provincias productoras del vívere, y los rendimientos que se han obtenido.

CUADRO NO. 2

COSTO DE PRODUCCION Y RENDIMIENTOS DE PLATANOS
SEGUN PROVINCIAS (POR TAREAS)
AGOSTO-DIC. 1975

LUGAR DE SIEMBRA	COSTO DE PRODUCCION (RD$)	RENDIMIENTOS (Millares)
REGIONAL CENTRAL		
-Distrito Nacional	31.85	1.5
-San Cristobal	42.82	1.5
-San Cristóbal	29.95	
REGIONAL NOROESTE		
-Villa Vásquez	59.95	3.0
-Valverde	56.30	5.0
REGIONAL NORDESTE		
-Duarte	37.00	2.5
-Samaná	11.30	1.5
-Salcedo	18.12	1.5
-Cotuí	26.96	2.0
REGIONAL SUROESTE		
-Azua (Ansonia)	57.55	3.0
-Azua (Ansonia)	68.07	3.0
REGIONAL SUR		
-Neyba	66.45	3.0
REGIONAL NORTE		
-Espaillat	39.24	2.5
-La Vega	34.10	2.5
REGIONAL ESTE		
-Hato Mayor	28.25	1.75
-Higuey	30.50	2.00
Mínimo Registrado	11.30	1.50
Máximo Registrado	68.07	5.00
Promedio Nacional	39.90	2.36

Fuente: Div. Administración Rural, Depto.Economía Agropecuaria, SEA.

V. SISTEMA DE COMERCIALIZACION:

5.1 Canales de Comercialización.

Los participantes en el Sistema de Comercialización del plátano en República Dominicana, podrían clasificarse en tres niveles, atendiendo al tipo de transacciones que realizan cada uno de ellos; así tendríamos:

1) Participantes a nivel de finca
   - Productor
   - Corredor o buscón
   - Acopiador rural
   - Camionero viajante
2) Participantes a nivel de plaza
   - Vendedor profesional
   - Mayorista de la plaza
   - Detallista de la plaza
3) Participantes a nivel de la ciudad
   - Ventorrillos
   - Mercaditos
   - Tricicleros
   - Motoneteros
   - Supermercados
   - Colmados

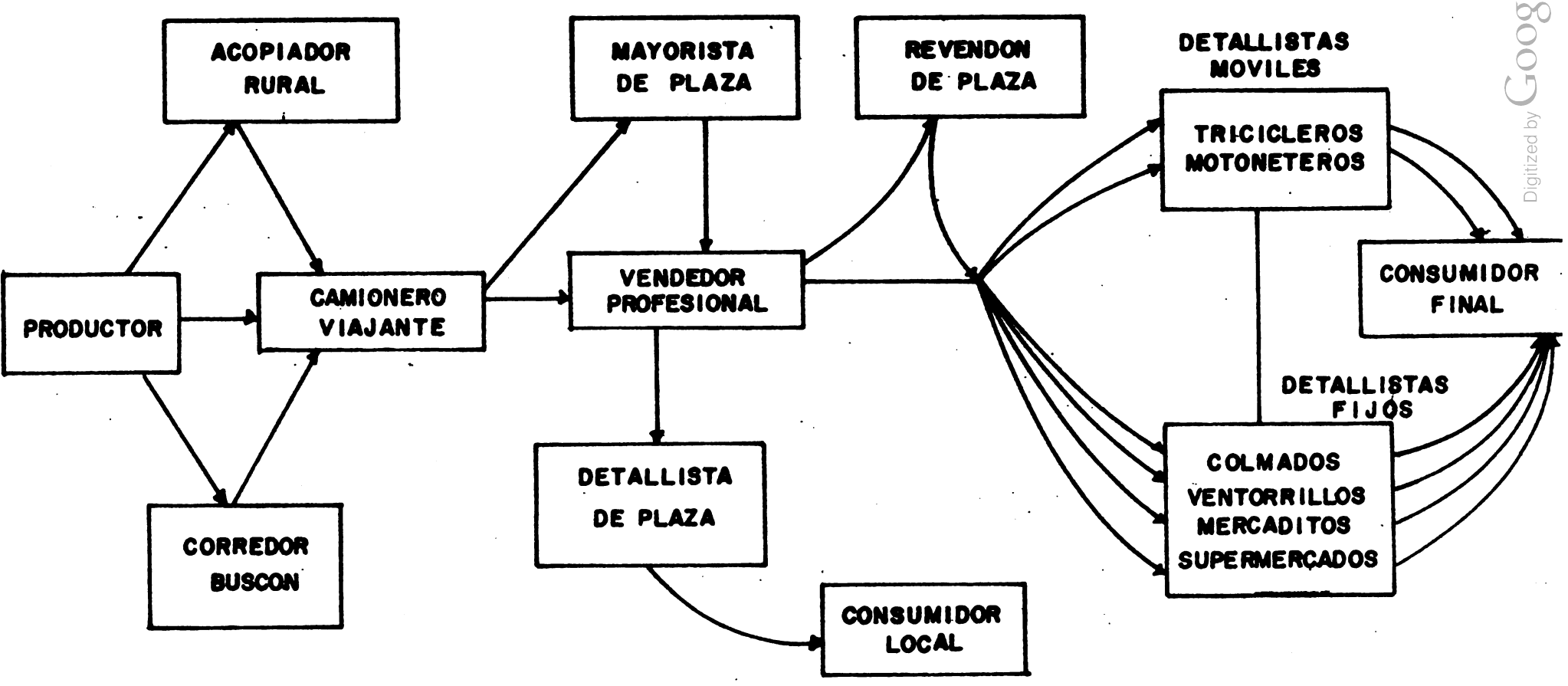
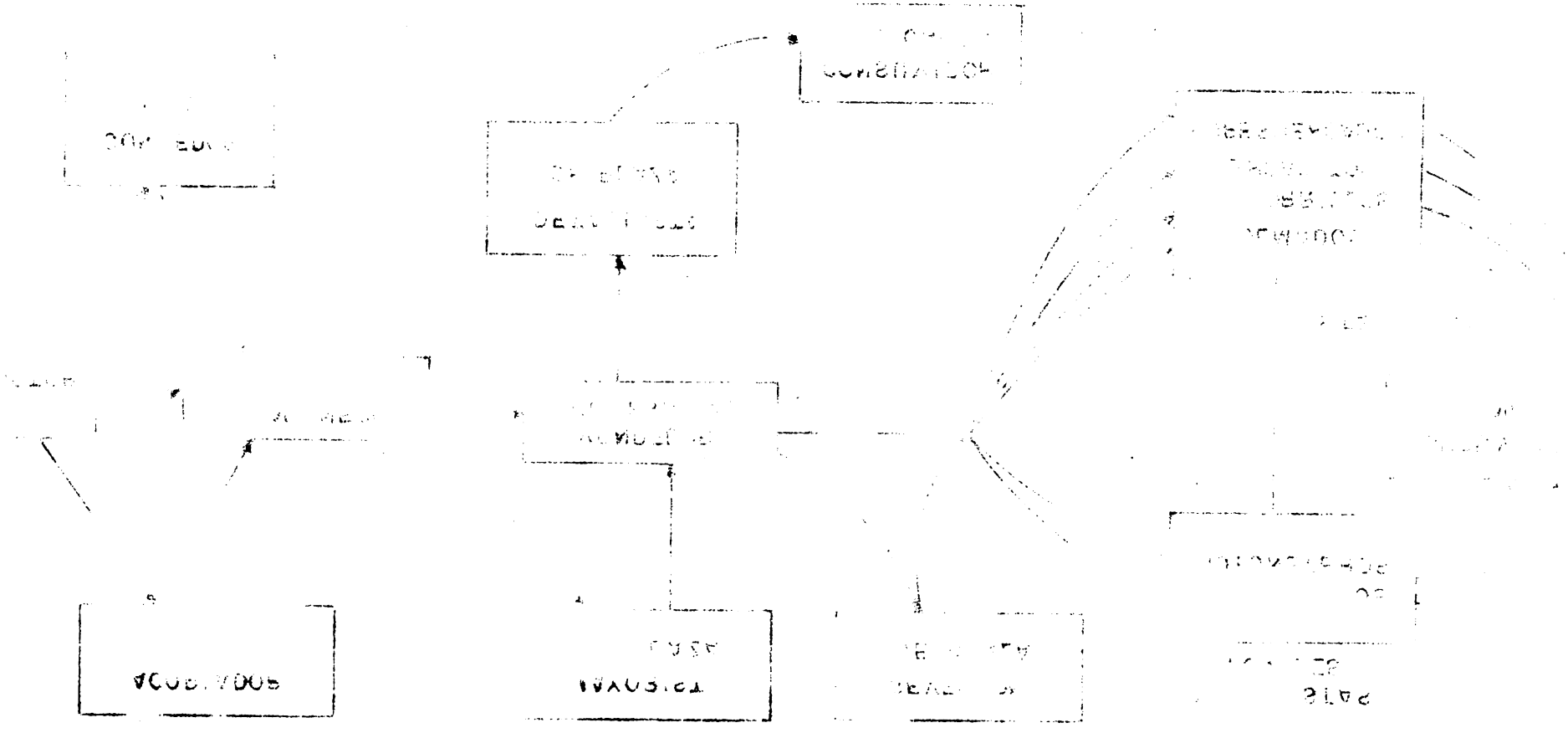


GRAFICO No. I : PARTICIPANTES EN EL SISTEMA DE COMERCIALIZACION DE PLATANOS EN STO. DGO.



En el área rural, el camionero, a través de un intermediario llamado "Corredor" en el cibao y "Buscón" en el Sur, trata de establecer lazos de clientela con los productores a fín de asegurarse el abastecimiento. Esta relación se establece a base de adelantar dinero al agricultor en épocas del año en que éste se encuentra bajo presión económica. En reciprocidad el productor dará al intermediario y camionero de que se trate la primera oportunidad de comprarle su producción (al precio vigente en el mercado en ese momento), haciéndole el descuento correspondiente por el adelanto recibido.

La única generalización que puede ofrecerse en lo que al mercadeo se refiere, es que en las regiones Norte y Sur, más del 90% de la producción platanera es destinada a la venta y no al consumo hogareño. En otras zonas del país alrededor de un 66% se destina al autoconsumo.

A nivel de finca, que es donde los productores generalmente venden su producción, los platanos nunca se pesan, se cuentan. Algunos vestigios existen de venta por racimos, pero es una práctica que ha desaparecido en la mayoría de las regiones. La medida más corriente para la comercialización del plátano es la carga, que contiene unas 200 unidades.

El camionero en su actividad se especializa en por lo menos tres (3) formas:

1 - Por Ruta: Adquiriendo su carga dentro de una ruta y zona geográfica determinada.

2 - Por Producto: Adquiriendo un sólo producto, en este caso plátano, y llevándo otros sólo como una medida para llenar espacio y reducir costo de transporte,

3 - Por Viaje: Cada viaje es especializado en la adquisición y transporte de platanos unicamente.

Esta especialización es propia aun de aquellos camioneros que comercializan con más de un producto.

El foco de concentración de estas actividades de acopio es Santo Domingo, principal mercado mayorista con influencia nacional. Casi todos los camioneros que vienen del interior con víveres. van directamente a la plaza del Mercado Nuevo. El camionero entrega su carga a un vendedor profesional, con el que posee relaciones estrechas y quien gana una comisión por su servicio.

Los vendedores profesionales, a su vez pasan la mayor parte de los plátanos a otro intermediario: el mayorista, el que adquiere el producto a crédito y lo revende directamente en la plaza; en algunos casos en la tierra o en una plataforma cerca del mismo camión que les vendió el producto. Sin embargo, no existe competencia entre estos y los vendedores profesionales,

ya que existe un acuerdo sutíl entre ellos mediante el cual los vendedores se abstienen de vender cantidades menores de 100 plátanos, por ejemplo. Estos mayoristas se mantienen porque tienen clientela entre los detallistas urbanos a quienes pueden despachar facilmente el producto con la seguridad de cobrar más tarde en el día o en la mañana siguiente.

Hay un pequeño número de detallistas que compran y revenden los plátanos a los consumidores en cantidades de dos o tres, son los conocidos como "Pileros" o "Puestos". Otros detallistas son los mencionados anteriormente como comerciantes en la ciudad: Triciclero, ventorrillo, etc.

5.2 Márgenes de Comercialización:

Los márgenes de comercialización de los plátanos tipo Barahona y tipo Cibao, calculados para el mes de diciembre de 1976, se detallan en los gráficos Nos. 2 y 3.

El plátano tipo Barahona se cotizó a nivel de finca a un precio promedio de RD$70.00 el millar lo que equivale a un 47% de margen bruto de comercialización para el productor, en relación al precio final pagado por el consumidor. El camionero vendió el producto al mayorista a RD$82.00 /millar, quién a su vez expendió al detallista a RD$85.00 las mil unidades. Lo anterior significó márgenes brutos de comercialización de 6.7% pa-

[illegible]

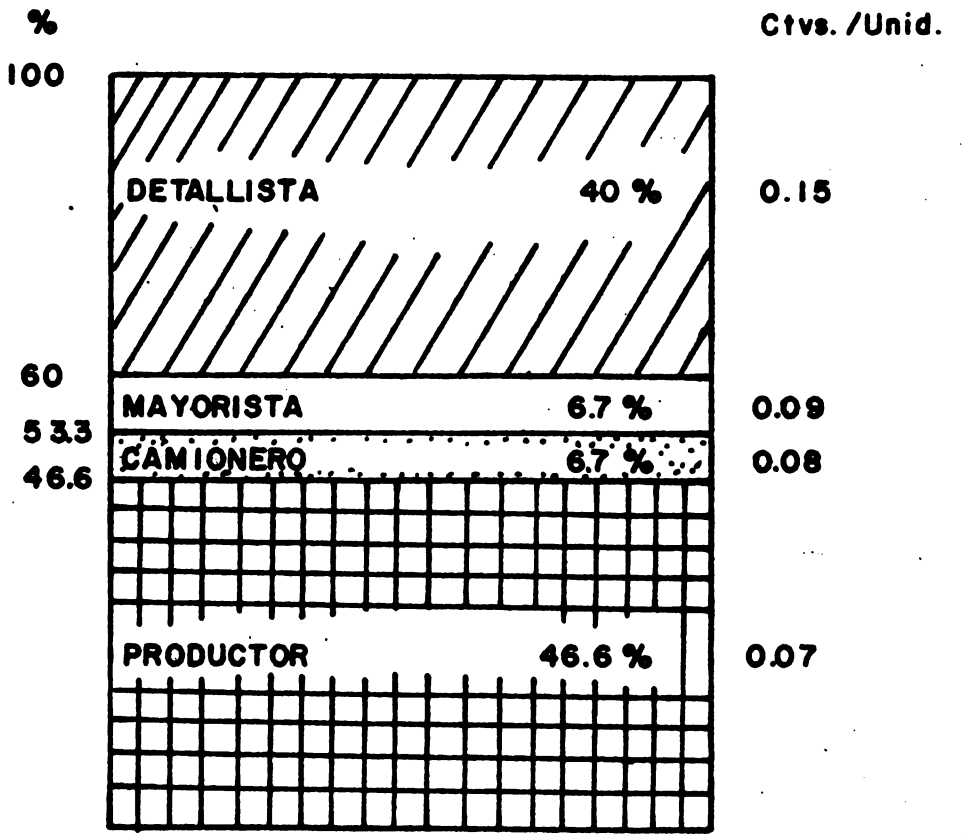
[illegible]

[illegible]

5.2 Márgenes de Comercialización

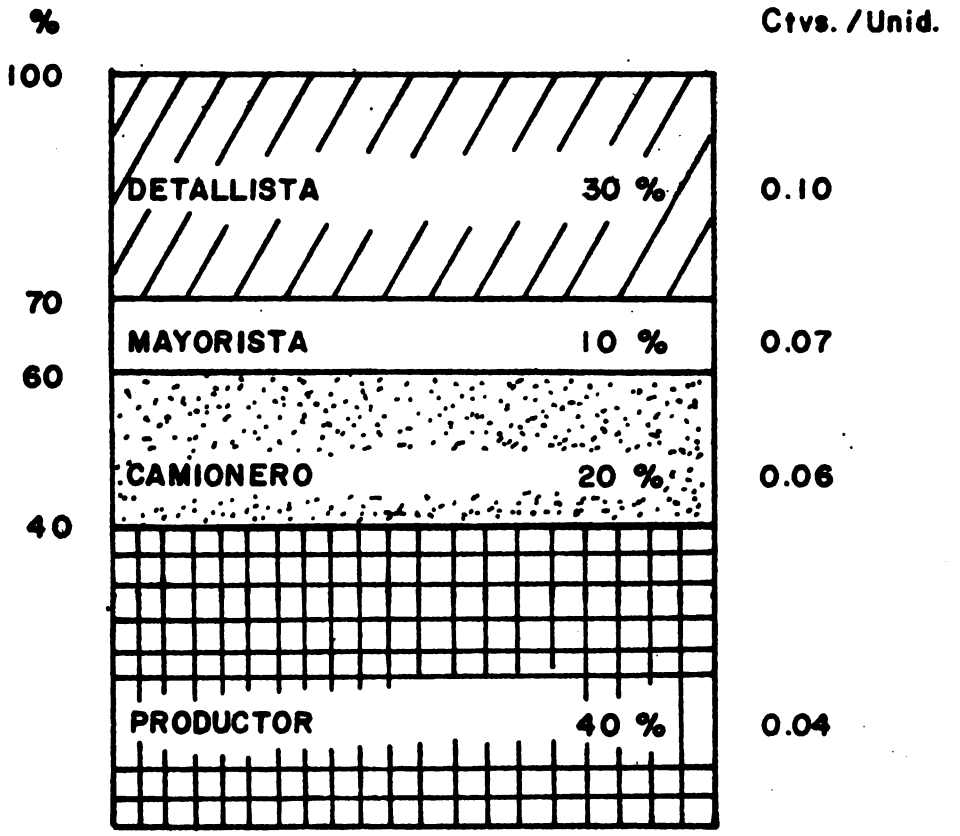
Los márgenes de comercialización de los plátanos tipo Barahona y tipo Cibao, calculados para el mes de diciembre de 1979, se detallan en los gráficos Nos. 2 y 3.

El plátano tipo Barahona se cotizó a nivel de finca [illegible] pesos dominicanos [illegible] millar lo que equivale a un 67% de margen bruto de comercialización para el productor, en relación al precio final pagado por el consumidor. El comerciante vendió el producto [illegible] a RD$82.00 /millar [illegible] su vez compró el producto a RD$[illegible] [illegible] terior simplificó [illegible]



AFICO No 2: MARGENES BRUTO DE COMERCIALIZACION DEL PLATANO "TIPO BARAHONA".
SANTO DOMINGO, DIC./76.

Eq



RAFICO No. 3: MARGENES BRUTO DE COMERCIALIZACION DEL PLATANO "TIPO CIBAO".
SANTO DOMINGO, DIC./76.

Ea

ra uno y otro, siempre en relación al precio pagado por el consumidor final que fué de RD$0.15 la unidad y que permitió una ganancia bruta al detallista de RD$0.06; o sea, un 40% de margen bruto de comercialización.

En cambio, los productores de plátanos tipo Cibao operaron con un margen bruto de un 40% al vender a RD$45.00 el millar del vivere que las familia pagaron pagaron a RD$0.10 la unidad.

El camionero expendió el producto al mayorista a RD$60.00 millar, quien a su vez lo despachó a RD$65.00; sus margenes bruto de comercialización fueron de 20 y 10% respectivamente. Los detallistas comercializaron el vivere con un margen bruto de un 30%.

VI. EXPORTACION.

A pesar de la importancia del plátano en el mercado nacional, su exportación no reviste gran importancia como fuente de divisas para el país. Durante el período 1970-1976, la exportación de platanos, medida a una tasa acumulativa, experimentó un descenso de alrededor de un 4%. Este descenso se explica, entre otras razones, por ser el plátano un producto sujeto a controles (Permisos) de exportación por parte del Centro Dominicano de Promoción de Exportaciones (CEDOPEX).

Los principales importadores del plátano dominicano son Norteamerica, Puerto Rico, y en menor cantidad Islas Virgenes.

Los volúmenes y valores exportados por el país durante el período 1970-1976, fueron los siguientes:

CUADRO NO.3

EXPORTACIONES DE PLATANOS DE REP. DOM.
1970-1976

A Ñ O S	MILES DE KILO	RD$
1970	3,772.2	347,553
1971	4,278.3	380,008
1972*	3,891.7	385,104
1973*	2,547.6	187,773
1974*	1,041.5	106,562
1975*	1,702.2	290.214
1976*	1,280.4	273.214

* Cifras sujetas a rectificación

Fuente: CEDOPEX.

VII. ANALISIS DE PRECIOS.

En los gráficos 4 y 5 referentes a los índices estacionales de precios de los plátanos tipo Barahona y tipo Cibao respectivamente, puede apreciarse que desde el mes de enero los precios de este vivere tienden a disminuir, interrumpiendose esta tendencia durante abril-mayo y continuando en baja hasta julio.

[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]
1972*	[illegible]	[illegible]
1973*	[illegible]	[illegible]
1974*	1.001.3	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]

*Sanb. [illegible]

VII. ANALISIS DE PRECIOS.

En los cuadros 4 y 5 referentes a l[illegible]
ciones de precios de los platanos [illegible]
libre [illegible]
[illegible] los precios de [illegible]
[illegible] [illegible] [illegible]
[illegible] [illegible] [illegible]

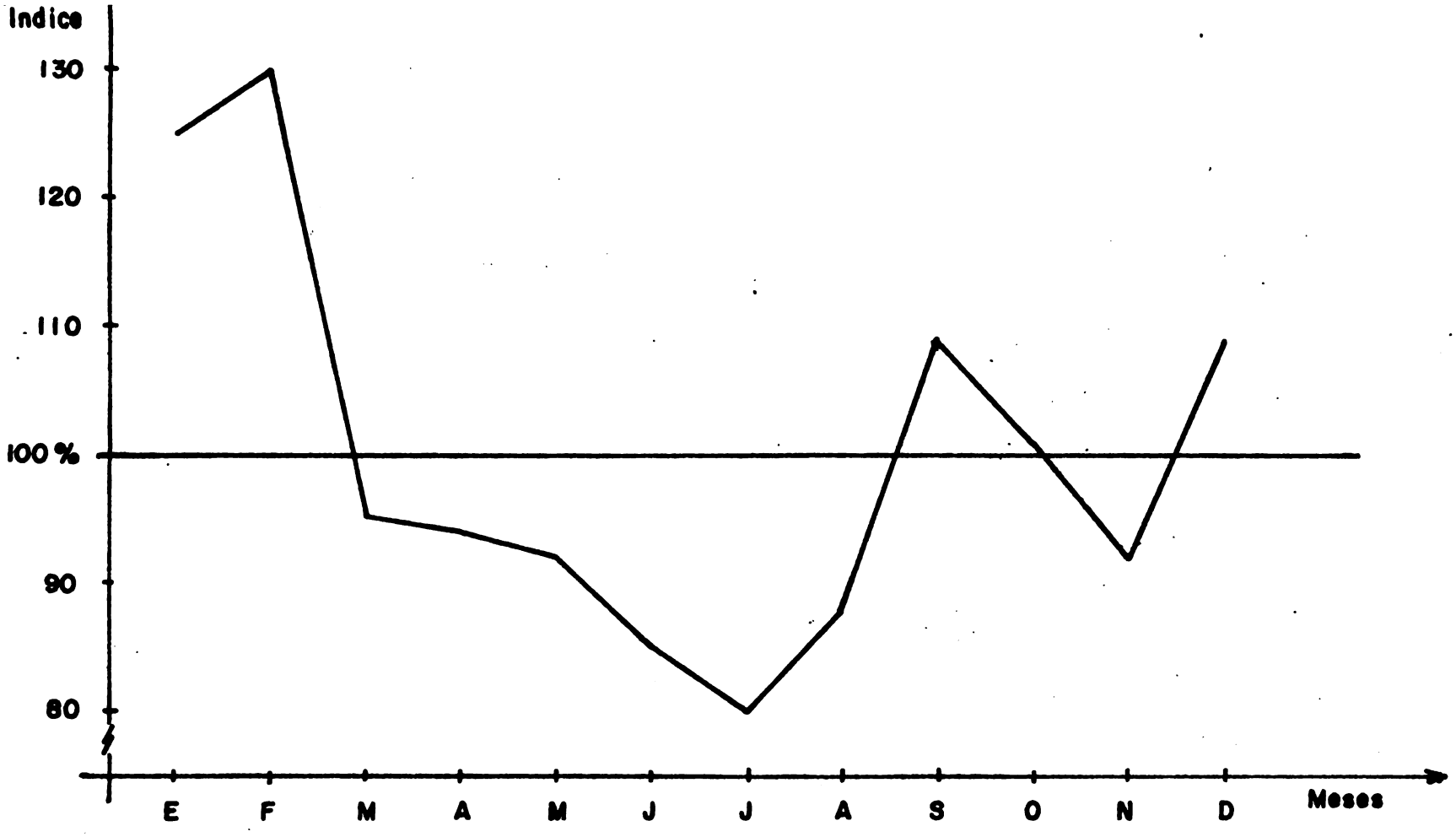


GRAFICO No. 4 : INDICE ESTACIONAL DE PRECIOS DE PLATANO BARAHONA EN SANTO DOMINGO. (1968 - 1975).

Ea

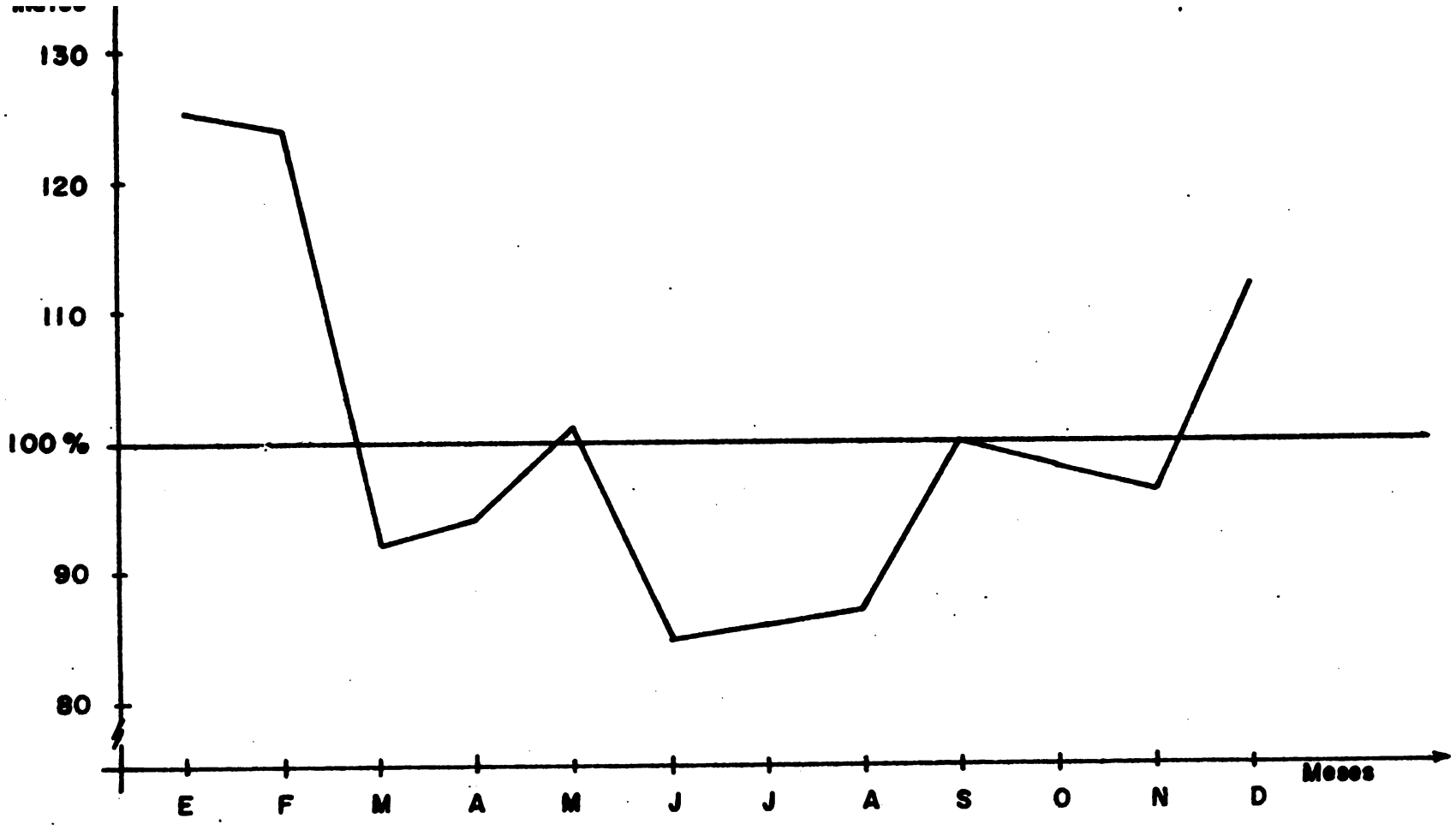


GRAFICO No. 5 : INDICE ESTACIONAL DE PRECIOS DE PLATANO CIBAO EN SANTO DOMINGO. (1968-1975).

Ea

Desde agosto los precios del plátano se registran en alza, y aunque en octubre esta tendencia parece interrumpirse, la disminución que se produce no es de significación - pues el incremento continúa por el resto del año.

Por otra parte, como podrá apreciarse en los cuadros 4 y 5 de precios al por mayor de los plátanos tipos Barahona y Cibao, respectivamente, el nivel de precios para este vivere es más alto en 1975 que en los demás años que componen la serie que se presenta. Esta tendencia a incrementarse se perfila desde 1973 y se agudiza a consecuencia de la sequía que azotó al país durante 1974-1975. Como resultado del - plan de acción inmediata que implementara la SEA para hacer frente a los efectos de la sequía, el nivel del precio del año 1976 se registra menor que en 1975 esperándose que el mismo continue descendiendo.

A continuación los cuadros 4 y 5 contentivos de los precios mayoristas de los platanos tipos Barahona y Cibao durante el período 1968-1976.

VIII. CONSUMO.

Según estudio que realizara el US. AID 1/ en el año 1973, el consumo percápita de plátano en el país era de 0.75 unidades, siendo el consumo rural de 0.78 unidades/persona y el urbano 0.70 unidades percápita. El cuadro que aparece más

Desde mayos los precios del alistano se mantuvieron en alza y subieron en octubre. Esto [illegible] precios [illegible] en la disminución que se produce en [illegible] de alquilación - que el incremento continúa por el resto del año.

Por otro parte, como podrá apreciarse en los cuadros y cifras [illegible] los distintos tipos harinosos [illegible] se mantiene [illegible] para este viveros [illegible] de demás años que componen la serie [illegible]. Esta tendencia a incrementarse se [illegible] 1973 y en [illegible] consecuencia de la sequía [illegible] 1972. Como resultado del plan de [illegible] intensificar la producción [illegible] 1974 se [illegible] nivel del período [illegible] mismo continúa [illegible] sobrepasando que el [illegible]

A continuación los cuadros [illegible] precios mayoristas de los alfarrobas [illegible] durante el período 1973-1974.

[illegible] CONSUMO.

Según estudio que realizara el [illegible] en el año 1973, el consumo porcentual de alistano en el país era del [illegible] unidades, siendo el consumo [illegible] 0.70 unidades porcíptico. El cuadro que [illegible]

PRECIOS PROMEDIO AL POR MAYOR DEL PLATANO TIPO BARAHONA EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, E INDICE ESTACIONAL

(MILLAR)
1968-1976

CUADRO No.4

MESES	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	Indice * Estacional
Enero	44.11	50.52	30.74	24.40	36.48	34.75	80.03	58.68	152.47	125
Febrero	45.80	50.01	29.43	23.20	29.62	31.79	65.15	63.49	121.25	130
Marzo	41.12	42.48	23.78	21.88	30.58	31.70	63.20	44.00	96.58	95
Abril	39.33	37.85	19.77	20.45	31.36	34.34	48.08	57.07	82.12	94
Mayo	38.52	32.40	19.00	19.30	25.83	31.32	56.08	56.63	81.35	92
Junio	51.37	23.73	16.60	19.79	25.64	32.31	46.04	62.83	74.40	85
Julio	54.36	21.73	16.77	19.37	23.69	33.01	40.99	85.37	67.98	80
Agosto	48.54	20.31	17.30	22.52	25.67	43.25	38.67	105.49	62.17	88
Septiembre	51.44	22.05	18.60	21.35	24.46	62.34	54.19	133.57	70.18	109
Octubre	55.50	22.11	24.92	25.08	25.34	70.47	46.17	154.07	87.10	101
Noviembre	49.82	21.53	21.76	26.38	25.13	66.60	41.48	160.88	95.16	92
Diciembre	53.05	25.27	20.61	30.49	28.82	80.04	51.69	169.38	99.08	109
Promedio Anual	42.98	27.46	21.33	22.45	27.75	49.16	51.22	95.96	90.82	

* El cálculo del Indice Estacional no incluye los precios del 1976.-

EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, E INDICE

ESTACIONAL
(Millar) 1968-1976

CUADRO NO.5

MESES	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	Indice * Estacional
Enero	21.30	26.44	21.12	17.21	25.64	25.13	53.18	41.31	85.20	125
Febrero	25.40	28.49	18.93	17.11	20.54	24.96	42.47	42.45	72.19	124
Marzo	21.37	23.34	14.63	17.39	20.09	25.10	38.20	28.04	62.67	92
Abril	24.19	25.39	10.35	17.08	20.68	24.01	32.54	32.00	53.38	94
Mayo	23.43	18.85	11.53	16.18	19.73	23.18	33.77	37.55	47.87	101
Junio	32.94	14.77	11.38	14.98	19.10	22.00	26.58	40.65	42.93	85
Julio	38.49	17.21	10.36	12.99	17.75	25.47	23.21	52.04	40.57	86
Agosto	33.66	14.01	11.34	17.18	19.39	25.38	25.02	65.81	35.77	87
Septiembre	34.70	12.95	12.16	14.76	18.65	33.36	34.63	77.28	38.85	100
Octubre	34.59	12.65	16.61	15.74	19.01	36.28	33.35	92.75	52.53	98
Noviembre	32.89	14.14	10.73	17.42	20.08	37.68	31.61	89.00	55.10	96
Diciembre	34.50	18.41	13.47	22.75	22.16	50.36	34.02	116.80	54.23	112
Promedio Anual	29.78	18.89	13.55	16.73	20.23	29.41	34.05	59.64	53.44	

* El cálculo del Indice Estacional no incluye los precios del 1976.-

adelante muestra el consumo percápita de alguno víveres en la ciudad de Santo Domingo, entre los que destaca el plátano como el vívere de mayor consumo.

Aunque el referido cuadro fué elaborado en base a la encuesta de ingresos y gastos que levantara el Banco Central de la Republica Dominicana en el año 1969, se estima que desde - esa fecha hasta el presente los patrones de consumo no han variado de forma tan significativa como para alterar la jerarquización que del consumo de vívere se muestra.

CUADRO NO.6

CONSUMO DE VIVERES SEGUN NIVELES DE INGRESOS
(LBS. POR PERSONA/DIA)
1969

NIVELES DE INGRESOS	YUCA	ÑAME	YAUTIA	BATATA	PAPA	PLATANO
I (RD$ 50.)	0.290	0.031	0.031	0.102	0.016	0.750
II (RD$ 50.01-RD$100.)	0.190	0.029	0.029	0.082	0.025	0.930
III (RD$100.01-RD$300.)	0.150	0.027	0.026	0.041	0.039	0.031
IV (RD$300.01-Y Más)	0.110	0.020	0.023	0.040	0.089	1.060
PROMEDIO PONDERADO	0.224	0.029	0.029	0.081	0.028	0.870

Fuente: Oficina de Planificación, SEA.

1/ Un Informe Metodológico sobre Estadísticas Agrícolas en la República Dominicana". Por Harold F. Huddleston y Clarence Dunkerley.
US.AID/Sto. Domingo.
Junio 1974

IX. RESUMEN Y CONCLUSIONES.

Aunque es un vívere cultivado en todo el país, la producción comercial de plátanos está localizada en la zona del Sur que forman las provincias de Azua, Barahona y Bahoruco, y en el Cibao en las provincias de La Vega, Espaillat y Salcedo. En las demás provincias la producción comercial reviste menor importancia.

Esta concentración del área de mayor producción el Centro del país, así como el hecho de que la plaza por excelencia para el mercadeo del vívere, sea el mercado de la terminal de la Ave. Duarte en Santo Domingo, facilita que el camionero tome el pulso del mercado a primera impresión.

Es así como los precios en la ciudad capital se forman por la afluencia o no del producto al citado mercado.

Los estudios realizados, revelan que es en la época de verano, sobre todo en junio, julio, y agosto, cuando es mayor mayor la afluencia de plátanos a los mercados, y por tanto cuando los precios alcanzan su nivel más bajo.

Existen imperfecciones en el mercadeo que hacen que el incremento del precio pagado por el consumidor no se refleje proporcionalmente en un aumento de los precios recibido por los productores. Las causas de estas imperfecciones abarcan un amplio espectro, que va desde la existencia de una larga cadena de intermediarios que une a productores y consumidores finales, hasta la falta de informaciones oportunas de mercado en algunas zonas del país.

YUCA

INDICE

I. INTRODUCCION

El presente estudio tiene por objetivo presentar un diagnóstico sobre la producción y comercialización de la yuca en República Dominicana, el cual ha de servir de base, junto a estudios similares de otros víveres, para la formulación e implementación de políticas que le regulen.

En su contenido este considera las áreas y volúmenes de producción, los canales de comercialización, así como una comparación de su consumo con el de los demás víveres de más frecuente demanda.

II. METODOLOGIA

Para este estudio fueron realizadas investigaciones de campo, principalmente en las provincias de las regiones Norte y Sur, en las cuales se obtuvieron valiosas informaciones sobre tipo de productores, consumo, agentes comerciales, etc. Se entrevistaron técnicos agrarios y se consultaron estudios que sobre algunos aspectos de la yuca se habían realizado.

Concomitántemente se recopilaron todas las informaciones estadísticas disponiblas, procediéndose a su análisis y posteriormente a la redacción .

III. ASPECTOS DE PRODUCCION

3.1 Localización y Area Cultivada

Para principios de 1976, en la República Dominicana existían alrededor de 174,000 tareas cultivadas de yuca y distribuídas en todo el territorio nacional. Este vivere se cosecha en las 26 provincias y el Distrito Nacional en que está dividido el país, siendo la regional Norte la más destacada productora. Esta con sus cuatros(4) provincias (Santiago, Puerto Plata, Espaillat,y la Vega) es la que cuenta con la mayor área de cultivo, y la que posee los mejores rendimientos por tarea y dentro de esta regional, la provincia de La Vega se muestra como la de más productividad, no ya de la región sino del país, aún por encima de la provincia Espaillat (Moca) considerada popularmente como la mejor productora.

La región de menor área cultivada y de menores rendimientos por tarea es la Sur.

No toda la siembra de yuca está destinada al consumo directo; es decir, al consumo como vívere, sino que también es sembrada para la elaboración de casabe en cuyo caso es cultivada la"Yuca amarga" que es la óptima para tales fines. En algunas zonas unicamente se cultiva este tipo, siendo ínfima o ninguna la producción de la llamada "Yuca dulce". En San José de las Matas, por ejemplo solamente se siembra esta última con fines expreso de auto-consumo. Zonas productoras de casabe, y por tanto de yuca amarga, son las comprendidas en las cercanías de Azua, Monte Cristi, Villa Mella y otras localidades.

El que el cultivo de yuca abarque todas y cada una de las regiones del país, tiene su razón de ser en la gran demanda que de este vívere hacen las familias, lo que asegura un mercado constante además de los bajos costos que con relación a otros productos agrícolas se incurre al producirla. Junto a lo anterior es necesario destacar el

alto nivel de auto-consumo en que incurren las familias rurales.

Epocas de Siembra y Variedades Cultivadas

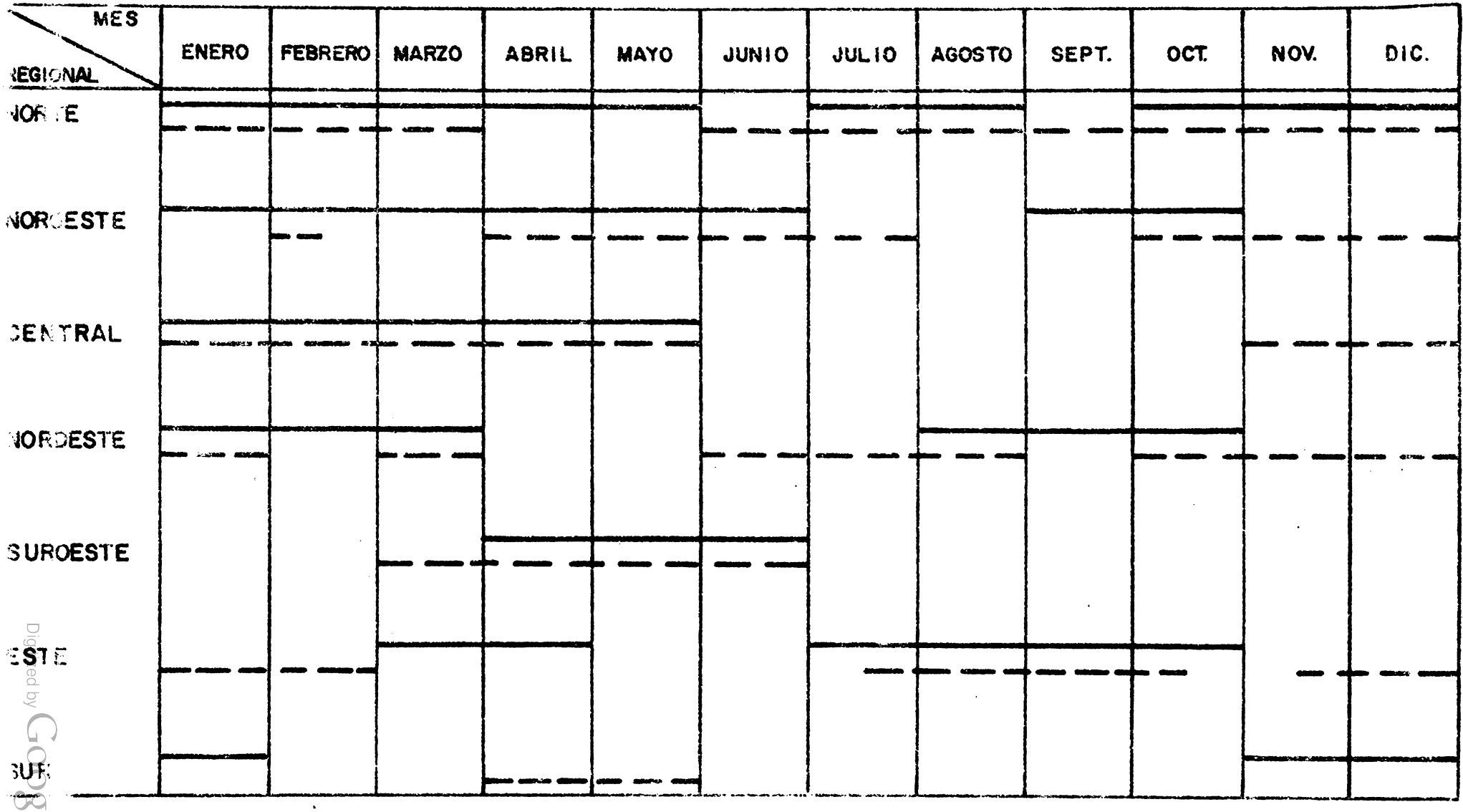
Así como el cultivo de la yuca cubre todo el territorio nacional, las épocas de siembra varían de una región a otra, y de una provincia a otra, no existiendo un período preciso para la siembra. En realidad la siembra y cosecha se efectúa durante todo el año aunque se prefieren los primeros meses, enero-marzo, para la siembra.

Las épocas de siembra, como también las de cosecha, varían no solamente en razón de las diferentes regiones de cultivo, sino por las variedades que se cultivan. Así, aunque con diferentes nombres de una región a otra, es posible identificar un gran número de variedades, las cuales difieren en: rendimiento, tamaño, ciclo vegetativo o productivo, etc.

Un estudio realizado en el CNIA, pudo identificar once variedades de yuca de las cultivadas actualmente en el país y las cuales varían de nombre en las diferentes zonas y regiones. En dicho estudio se identificaron las siguientes variedades y características que aparecen en el cuadro No.2.

El gráfico No. 1 muestra los meses en que se realiza la, siembra y cosecha de yuca en las diferentes regionales .

GRAFICO No. 1. CALENDARIO DE SIEMBRA Y COSECHA DE YUCA SEGUN REGION[1]
EN REPUBLICA DOMINICANA.



1) SIEMBRA TODO EL AÑO, PERO SEÑALADA LA EPOCA DE MAYOR CONCENTRACION.

SIEMBRA
COSECHA

CUADRO NO. 2

VARIEDADES DE YUCA SEMBRADAS EN REPUBLICA DOMINICANA SEGUN PROCEDENCIA Y RENDIMIENTO

1975 - 1976

ARIEDAD	PROCEDENCIA	NO.PROM. RAICES / PLANTA	REND.PROM. PLANTA/Lbs	TIEMPO COSECHA
achetazo Alta	Villa Mella	6	8.8	1 año
hago-Mía	Villa Altagracia	7	6.5	1 año
aliciosa	San Cristóbal	8	5.3	6 meses
marilla	Bayaguana	5	7.7	7 meses
achetazo bajita	Bayaguana	11	8.8	7 meses
lanquita	Monte Plata	8	7.1	8 meses
res mujeres	San Cristóbal	7	7.7	7 meses
egrita Mocana	San Cristóbal	6	8.4	8 meses
ogollo Morado	Dajabón	7	7.4	7 meses
oja de Ceiba	San Cristóbal	5	8.8	10 meses
ubana	La Romana	6	8.8	8 meses

UENTE : Artículo "Observaciones Fenológicas y de Rendimientos sobre Once-11- Clones de Yuca" Por Ing. Agrón. Dimas T. Ozuna. "Investigacion" (Boletín Cuatrimestral del Departamento de Investigaciones Agropecuaria de la SEA) Vol. III, No. 1 Enero-Abril 1976.- Santo Domingo, R.D.

3.3 VOLUMENES DE PRODUCCION

La serie de Producción que se presenta en el cuadro No.3 muestra que la producción de yuca se ha mantenido a niveles que se podrían catalogar de estables, habiéndo - experimentado leves incrementos alternados con leves bajas de un año a otro.

Durante el período que cubre la serie 1960-1975, se ha producido incremento de la producción, con relación al año anterior durante 9 años y reducción durante 6. Según las cifras que registra el Banco Central de la Rep. Dom., el período de más firme incremento de la producción es el de 1968-72 en el que experimenta un crecimiento promedio anual de 11%.

Debido a problemas climatológicos de sequía el nivel de producción del año 1974 fue reducido, registrándose una recuperación de la misma para el año 1975. Según las perspectivas, han de registrarse buenos niveles de productividad durante el año 1976.

Una concepción mas completa de la producción puede obtenerse del citado cuadro.

CUADRO No. 3

SERIE DE PRODUCCION DE YUCA EN REP. DOM.
1960-1975
(en 000 QQS.)

AÑO	PRODUCCION
1960	3,379.0
1961	3,095.6
1962	3,263.4
1963	3,241.3
1964	3,375.7
1965	3,340.5
1966	3,369.2
1967	3,340.6
1968	3,417.7
1969	3,638.2
1970	3,748.5
1971	4,057.2
1972	4,299.7
1973	4,297.5
1974	3,122.0
1975	3,595.0
1976*	1,134.0

FUENTES: 1960-1973, Banco Central de la Rep. Dom.
1974-1976, División de Estadística del Dpto. de Economía Agropecuaria de la SEA.
* 1976, sólo cubre hasta Mayo 1976.

3.4 Costos de Producción

La yuca es un cultivo que se realiza fundamentalmente en areas pequeñas, usando estos productores recursos no adquiridos en el mercado, sino provenientes de las propias familias o de predios vecinos, lo que conduce a registrar costos de producción bajos. Por ejemplo, los esquejes de la variedad a sembrar son obtenidos por regalo de un productor a otro, por distribución gratuita de la SEA, y por otras vias; es frecuente que la fuerza de trabajo utilizada provenga de la propia familia y que el uso de insumos y servicios técnicos no exista, o no sea profuso. Es decir, que la no contabilización de algunos insumos y trabajos conduce a costos de producción nominalmente bajos.

Estos productores alcanzan una productividad menor que si usasen los recursos pertinentes, como es el caso de los mayores productores.

Entre las provincias de las que se pudo determinar costos de producción se encontró a Barahona, con los costos de producción más elevados, unos RD$3.00/qq., en tanto que Dajabón posee los costos más bajos con RD$1.00/qq. (informaciones de la División de Administración Rural,del Depto. de Economía Agropecuaria de la SEA.,Abril,1976).

A continuación un cuadro demostrativo de los costos de producción y rendimientos por tarea de la yuca en algunas provincias.

CUADRO NO.4

COSTOS DE PRODUCCION Y RENDIMIENTO POR TAREA, SEGUN PROVINCIAS

ABRIL, 1976

REGION	COSTOS PROD/TAREA (RD$)	REND / TAREA (QQS)	COSTOS RD$/QQ
Región Norte:			
Santiago	-	10.0	-
Puerto Plata	-	9.0	-
La Vega	15.53	13.0	1.19
Espaillat	18.30	12.0	1.52
Región Noroeste :			
Valverde Mao	29.86	11.0	2.71
Dajabón	10.67	10.0	1.07
Santiago Rodríguez	8.90	8.0	1.11
Monte Cristy	18.05	12.0	1.50
Región Central:			
Distrito Nacional	21.10	8.0	2.64
San Cristóbal	19.72	10.0	1.97
Peravia	-	8.0	-
Región Nordeste:			
Duarte	15.39	9.0	1.71
Salcedo	13.06	10.0	1.31
Ma. Tdad.Sánchez	16.00	11.0	1.45
Sánchez Ramírez	17.61	10.0	1.76
Región Suroeste:			
San Juan de la Maguana	24.45	11.1	2.20
Azua	-	11.7	-
Estrelleta	-	12.0	-
Región Este:			
Higuey .	22.37	-	-
El Seybo(Hato Mayor)	21.26	-	-
Región Sur:			
Barahona	24.35	8.0	3.04
Bahoruco	-	7.0	-
Independencia	-	10.0	-
Pedernales	-	5.0	-

FUENTE : División Administración Rural, Depto. de Economía Agropecuaria, SEA .

3.5 Aspectos Financieros

El Banco Agrícola revela que la producción de yuca recibió durante el año 1974, financiamiento ascendente a RD$806,200 , distribuidos en 2,477 préstamos. Para 1975 se concedieron 3,789 préstamos, los cuales totalizaron RD$1,377,600. Lo anterio significa un incremento de un 70.9%, RD$571,400, del total préstado en 1975 con relación a 1974 y un 53% en el número de créditos concedidos. Lo anterior abarca el financiamiento cubierto con fondos del Bagrícola y la financiación con recursos del Programa para financiamiento a pequeños agricultores.

3.6 Tipo de Productores

Aunque no se dispone de una tipología estadística sobre el productor de yuca, las investigaciones de campo realizadas revelan que los mismos corresponden a pequeños y medianos productores. Cabe mencionar la existencia de productores especializados en la producción para exportar, los cuales utilizan técnicas avanzadas. Estos productores se encuentran localizados en las Provincias Espaillat y Salcedo.

IV CANALES Y MARGENES DE COMERCIALIZACION

4.1 Canales de Comercialización

El Gráfico No. 2 muestra los canales a traves de los cuales llega la producción de yuca desde el productor hasta el consumidor final, es decir, la circulación de la producción al ser comercializada.

Del total de la producción aproximadamente de un 60 a un 70% es distribuida por el mecanismo de mercado, el resto tiene otros destinos que incluye un alto porcentaje de autoconsumo y de consumo animal . El 2% de la producción comercializada es canalizada hacia el exterior, adquiriendo el exportador este volumen al traves de un acopiador rural o mayorista de campo.

El camionero, agente que conduce al mercado toda la producción que ha de comercializarse en los mercados locales, usa el llamado "Buscon" (comisionista de campo), quien a traves de sus contactos en el campo le facilitará, la consecución de toda la carga, Este comisionista, ocacionalmente, y en aquellos lugares por donde no puede penetrar el camión traslada a lomo de animales los pequeños lotes de agricultores menores hasta lugares accesible donde el camionero pueda adquirir estas cantidades. Una menor proporción de la producción comercializada no es conducida al mercado público, sino que es adquirida por los productores de casabe a fin de procesarla y expenderla en tortas; esta yuca debe ser amarga.

Algunos productores de casabe cultivan la yuca que han de utilizar en la elaboración de dicha torta.

Todos y cada uno de los agentes que suplen al consumidor adquieren su mercancia del vendedor de la plaza, intermediario utilizado por el camionero.

Este utiliza varios sistemas para realizar, en el más breve plazo las ventas del cargamento. Por ejemplo este recurre a la distribución de la carga entre multiples vendedores menores (mesetas del mercado, tricicleros, etc.), cobrando al día siguiente el importe de la proporción entregada a cada uno de estos vendedores y entregando el total, con el descuento acordado, al camionero.

Puede apreciarse asimismo en el gráfico de canales que el consumidor final adquiere el producto por libras, fundamentalmente de ventorrillos y/o colmados, así como de los tricicleros y motoneteros que se dirigen a los diferentes sectores de la ciudad a expender este y otros víveres, en las mesetas de los mercados públicos y en los supermercados.

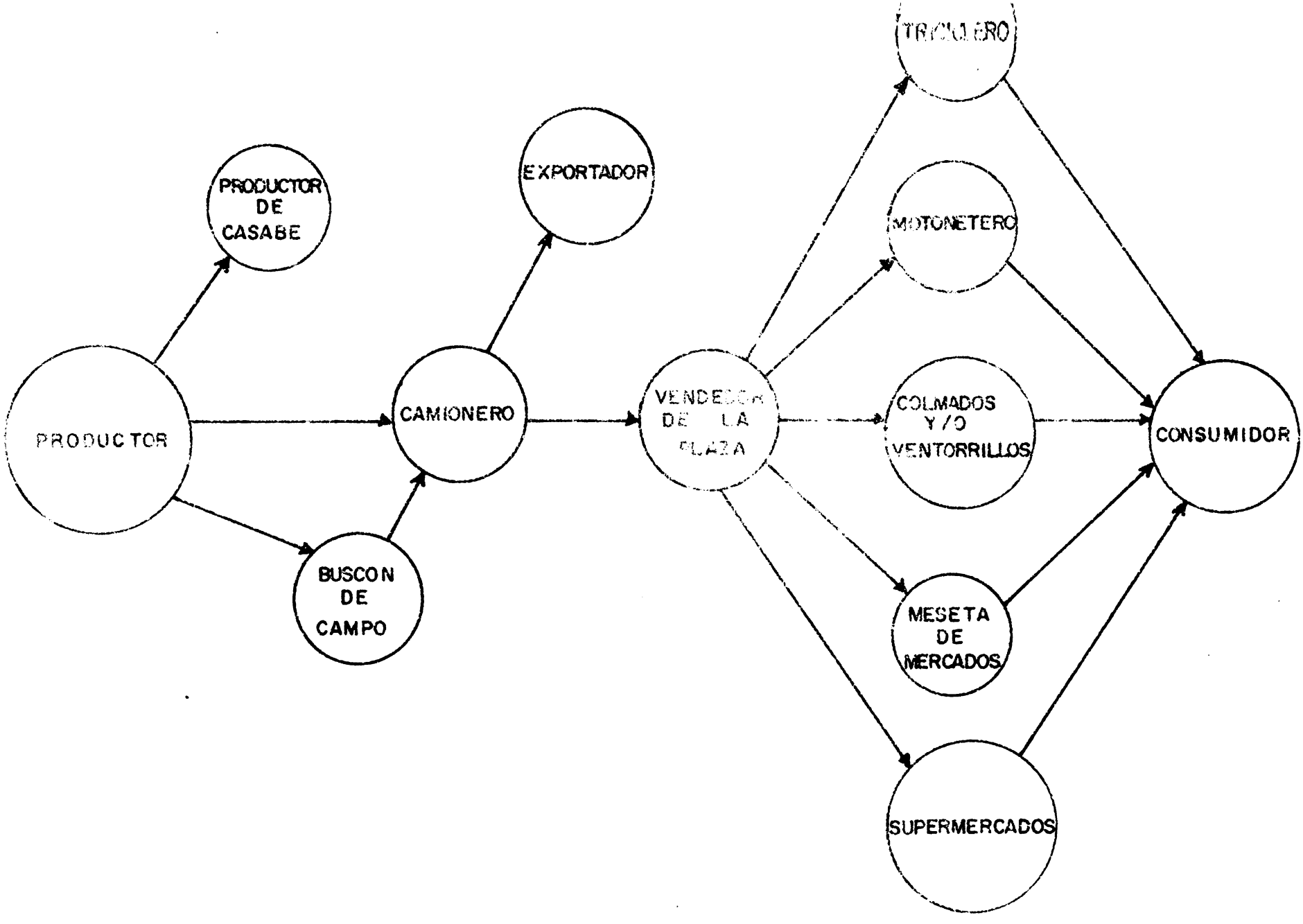


GRAFICO No. 2: CANALES DE COMERCIALIZACION DE LA YUCA EN REPUBLICA DOMINICANA
JUNIO/76.

4.2 Márgenes de Comercialización

Los márgenes bruto de beneficios que se obtienen en la comercialización de la yuca no presentan grandes variaciones durante el año, debido quizas a que durante todo el año se siembra y se cosecha este vívere. Estos márgenes de comercialización calculados sobre el precio final al consumidor pueden resumirse así :

DETALLISTAS	20%
VENDEDOR DE LA PLAZA	7%
CAMIONERO	13%

Los beneficios obtenidos por el vendedor de la plaza, no son producto de la rentabilidad de su capital, toda vez que el mismo recibe el producto a consignación; es decir, es un ingreso generado por su labor de intermediario de mercadeo en la plaza. Generalmente por esta labor recibe de RD$25.00 a RD$30.00 despues de la venta de unos 70 qqs. del vívere, equivalente al 7% referido.

La rentabilidad del detallista es de un 20% y es obtenida por tricicleros, motoneteros y ventorrillos.

Es necesario aclarar que el margen de comercialización calculado para el camionero un 13 %, no incluye los beneficios que a su vez obtiene el vendedor de la plaza, al cual se hizo referencia.

Con las informaciones disponibles sobre los márgenes de comercialización de la yuca se ha construido el siguiente gráfico, el cual permite una mejor visión de su estructura.

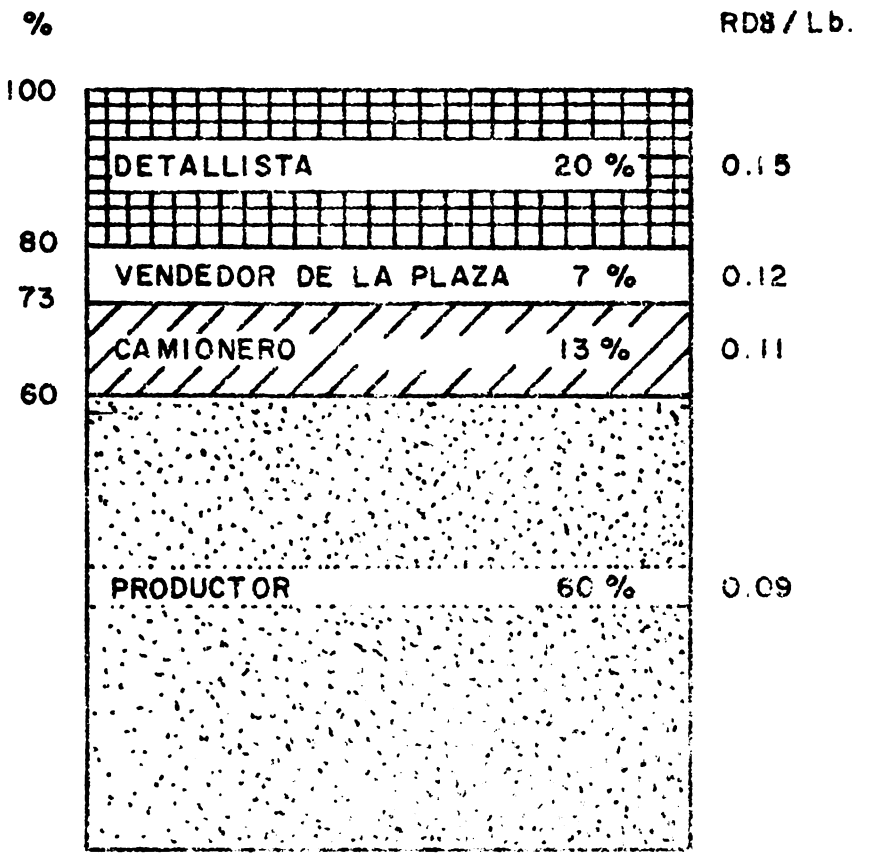


GRAFICO No. 3: MARGENES DE COMERCIALIZACION DE LA YUCA DE LA REGION NORTE EN LOS MERCADOS DE SANTO DOMINGO.
JUNIO / 76.

Eu

V. EXPORTACIONES

Aun cuando las exportaciones de yuca en la actualidad crecen a una tasa menor que en períodos anteriores, su incremento es superior al crecimiento de la producción, lo cual puede ser comprobado al comparar las tasas de crecimiento de la producción expuestas en el item 3.3 y las siguientes tasas :

PERIODOS	TASA PROMEDIO DE CRECIMIENTO ANUAL DE LAS EXPORTACIONES
1961-1965	22.9%
1965-1970	20.6%
1970-1974	3.2%
1970-1975	4.6%

Es necesario hacer constar que los volúmenes físicos exportados son provenientes fundamentalmente de la Provincia Espaillat, y ocacionalmente de la Provincia Salcedo. Alrededor de un 20% de la producción de la primera está dirigida a la satisfación de la demanda externa, la cual prefiere la variedad identificada como "Zenon".

La importancia de las exportaciones de yuca, las cuales significan alrededor de un 2% de la producción nacional, está dada por el volumen de divisas que generan, volumen esté que sobrepasa el medio millón de dolares anual, y que presenta tendencia a incrementarse.

He aquí una relación del valor de las exportaciones de yuca durante los años 1971-1975.

CUADRO No.5

VALOR DE LAS EXPORTACIONES DE YUCA 1971-1975
(RD$ FOB)

AÑO	VALOR EXPORTADO
1971	570,911
1972	705,604
1973	596,852
1974	602,287
1975	627,945

FUENTE: Boletines "Exportemos". CEDOPEX
Santo Domingo, Rep.Dom.

VI ASPECTOS DEL CONSUMO

La yuca es uno de los más importantes componentes de la dieta del dominicano, así como una fuente barata de carbohidratos.

Diferente a lo que ocurre con el plátano y la papa, e igual a lo que acontece con los demás víveres, su consumo tendería a disminuir a medida que se asciende en la escala de ingreso; obsérvese esto en el siguiente cuadro:

CUADRO No. 6

CONSUMO DE VIVERES SEGUN NIVELES DE INGRESOS
(LBS. POR PERSONA/DIA)
1969

NIVELES DE INGRESOS	YUCA	ÑAME	YAUTIA	BATATA	PAPA	PLATANO
I (-RD$ 50.)	0.290	0.031	0.031	0.102	0.016	0.750
II (RD$50.01-RD$100.)	0.190	0.029	0.029	0.082	0.025	0.930
III (RD$100.01-RD$300)	0.150	0.027	0.026	0.041	0.039	1.031
IV (RD$300.01-y más)	0.110	0.020	0.023	0.040	0.089	1.060
Promedio Ponderado	0.224	0.029	0.029	0.081	0.028	0.870

FUENTE : Oficina de Planificación SEA.

puede apreciarse asimismo, en el cuadro anterior que el consumo percápita al día de yuca es superior al de los demás víveres, incluso al de la papa, pero inferior al de plátano, lo que le coloca en el segundo lugar de importancia entre los víveres que se consumen en el país.

En cuanto al consumo aparente percápita, este presenta más bien una tendencia estable del orden 84 lbs/año, el cual es posible que se incremente como consecuencia de la buena cosecha estimada para 1976.

Como ya se indicó, estudios realizados revelan que la producción total, un porcentaje elevado, más del 25%, es destinada al autoconsumo, en tanto que a la comercialización es dirigida alrededor del 70%. Esto podría inducir a considerar que el consumo rural de yuca es mayor que el urbano, toda vez que a la proporción destinada al autoconsumo habría que sumarle determinada proporción adquirida al través del mercado por aquellas familias agricultoras que no la producen.

Otra parte de la yuca no determinada en este estudio es consumida en la forma de casabe, el cual se prepara con yuca amarga, para el expendio en tortas de diferentes tamaños, y considerada por los consumidores, en algunos casos un un sustituto del pan.

Veanse los cuadros Nos. 7 y 8 sobre consumo aparente y usos de la producción, los cuales han de brindar una visión más completa .

CUADRO NO.7
CONSUMO APARENTE DE YUCA EN LA REPUBLICA DOMINICANA
1960-1975
(000 QQS.)

S	PRODUCCION	MERMAS Y DETERIOROS. (10% Prod.)	EXPORT.	CONSUMO APARENTE	POBLACION (000 Habs)	CONSUMO APARENTE PER-CAPITA (en lbs./año)
0	3,379.0	337.9	1.1	3040.0	3,047.0	99.8
1	3,095.6	309.6	28.7	3433.9	3,127.5	109.8
2	3,263.4	326.3	32.2	2904.9	3,219.7	90.2
3	3,241.3	324,1	35.8	2881.4	3,314.6	86.9
4	3,375.7	337.6	52.2	2985.9	3,412.3	87.5
5	3,340.5	334.0	40.4	2966.1	3,512.8	84.4
6	3,369.2	336.9	49.5	2982.8	3,616.4	82.5
7	3,340.6	334.1	62.5	2944.0	3,722.9	79.1
8	3,417.7	341.8	56.5	3019.4	3,832.7	78.8
9	3,638.2	363.8	79.2	3195.2	3,945.6	81.0
70	3,748.5	374.8	97.9	3275.8	4,006.4	81.8
71	4,057.2	405.7	100.1	3551.4	4,181.6	84.9
72	4,299.7	430.0	118.7	3751.0	4,304.8	87.1
73	4,297.5	429.7	96.3	3771.5	4,431.7	85.1
74	3,122.0	312.2	94.3	2715.5	4,562.3	59.5
75	3,595.0	359.5	72.3	3163.2	4,696.3	67.3

FUENTES: Banco Central de la Rep. Dom., Oficina Nac. de Estadística
Div. Estadística Dpto. Economía Agropecuaria de la SEA.

CUADRO NO. 8

USOS DE LA PRODUCCION DE YUCA EN REP. DOMINICANA

(000 qqs.)

	Junio 1-74-Nov.30,74		Dic.1,74-Mayo 31,75		Junio 1,75-Nov. 30,75	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
	1540	100	2857	100	738	100
Pago en especie (uso tierra, Trabajadores, colmados.	28	1.8	37	1.3	7	0.9
Consuno hogareño	508	33.0	1434	50.2	184	24.9
Ventas	989	64.2	1271	44.5	545	73.8
Consumo Animal	15	1.0	80	2.8	1	-
Otros (especie)	-	-	35	1.2	1	-

FUENTF· División de Estadística, Depto. de Economía Agropecuaria de la SEA.

VII ANALISIS DE PRECIOS

El análisis de las estadísticas de precios de la yuca que aparecen en el cuadro No.5 permite señalar dos(2) períodos de niveles de precios durante el año. Precios bajos desde septiembre hasta enero inclusive, y precios altos para los meses de febrero, marzo, abril, mayo, junio y julio. En agosto los mismos se acercan más al promedio. Los descensos en los precios son de mayor magnitud que las alzas, lo cual puede deberse a la coincidencia en las cosechas de las diferentes regiones, y por tanto al buen flujo hacia los mercados de un producto tan perecedero.

El coeficiente de variación de los indicados precios presenta una oscilación entre el 11.7% y el 28.7% .

INDICE DE PRECIOS MAYORISTA DE LA YUCA EN SANTO DOMINGO

AÑO	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	1975
INDICE	100	64.3	73.1	110.9	106.6	102.2	152.2	180.3

Como puede apreciarse en el listado anterior, los precios mayoristas de la yuca comercializada en Santo Domingo a pesar de que sufrieron bajas en 1972 y 1973 con respecto al nivel del año inmediatamente anterior, presentan una tendencia al alza. Obsérvese que a excepción de los niveles de los años 1969 y 1970, en los demás el índice expresa por encima de 100, base del índice . Esto se cumple para los últimos 5 años.

La estacionalidad de los precios de la yuca aparece graficada más adelante (Gráfico No.4) allí puede apreciarse con más claridad como el segmento correspondiente a los meses de febrero, marzo, abril, mayo, junio, julio, agosto se mantiene sobre el parámetro 100 (Base de la Estacionalidad) en tanto que el segmento representativo de los meses comprendidos entre agosto-diciembre, enero,

inclusive, se encuentra por debajo de la mencionada base.

Con respecto a los precios del 1er. semestre del año en curso, puede verse como los mismos presentan una ten - dencia a la baja lo cual puede deberse a la excelente producción que se pronosticópara este año y a la que se hizo referencia en el acápite dedicado a la misma.

CUADRO NO.9

SERIE DE PRECIOS DE LA YUCA EN EL MERCADO MAYORISTA DE SANTO DOMINGO, 1968-1969
(RD$-qqs./de 100 lbs.)

MESES	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	INDICE ESTACIONAL/*
Enero	3.97	4.64	3.28	5.31	5.86	4.26	9.53	6.44	15.43	92
Febrero	4.78	4.80	2.85	6.37	5.80	4.31	9.72	6.63	14.10	113
Marzo	5.18	4.23	2.89	6.45	6.04	4.09	8.84	6.59	13.11	108
Abril	5.37	3.86	3.11	7.75	6.97	4.45	9.33	7.23	13.67	109
Mayo	5.25	3.29	4.30	6.20	6.80	5.62	5.65	8.52	12.16	104
Junio	5.94	3.05	4.68	6.39	6.05	4.51	8.94	8.64	9.85	104
Julio	6.19	3.05	4.72	7.21	5.48	5.06	9.15	9.20	7.44	113
Agosto	6.01	3.05	4.84	6.22	5.41	4.92	7.45	9.55	6.88	100
Septiembre	5.75	3.00	4.58	4.70	5.00	6.37	10.83	11.92	6.53	94
Octubre	5.62	2.72	3.84	4.44	4.19	6.62	5.30	11.93		79
Noviembre	5.18	2.57	3.37	4.50	5.98	6.44	5.46	13.22		86
Diciembre	4.54	2.81	4.25	5.30	4.42	8.67	6.97	15.16		92
PROMEDIO	5.32	3.42	3.89	5.90	5.67	5.44	8.10	9.59		
C.V	11.7 %	21.3 %	18.8 %	17.1 %	14.1 %	24.3 %	22.1 %	28.7 %		

* El cálculo del índice estacional no incluye los precios del 1976.

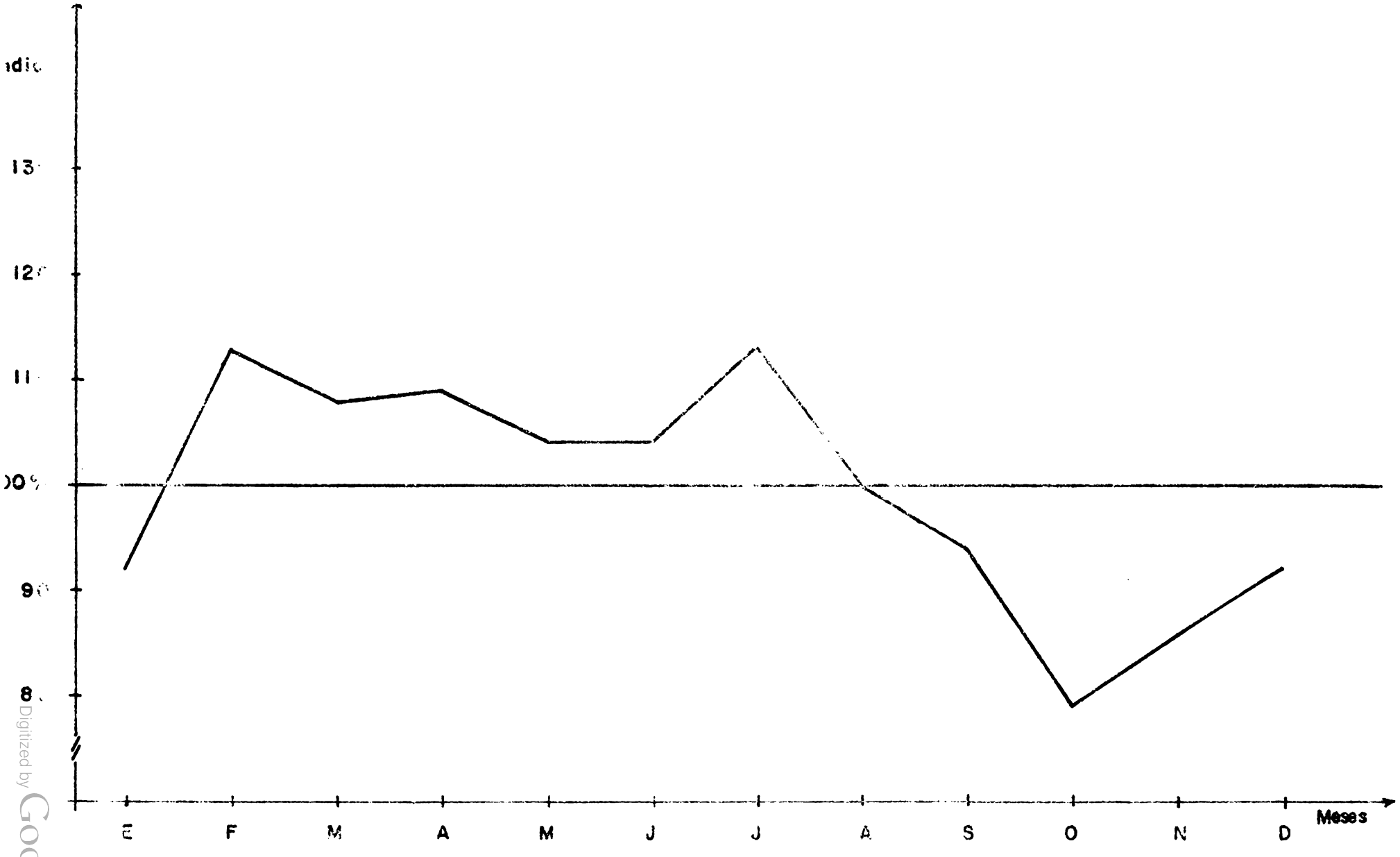


GRAFICO No. 4: INDICE ESTACIONAL DE PRECIOS DE LA YUCA (1968-1975).

VIII CONCLUSIONES

La producción y comercialización de la yuca presenta las siguientes características :

- Producción de pequeños y medianos agricultores.
- Siembra y cosecha durante todo el año, lo cual conduce a buen constante y constante suministro al consumidor .
- Es un cultivo nacional (se produce en todo el país).
- Rápida comercialización de un producto altamente perecible, lo cual no evita una significativa merma y deterioro de la yuca .
- Preferencia del consumidor a otros víveres, excepto del plátano el cual es de una mayor preferencia
- Alto nivel de autoconsumo.
- Buen nivel de exportaciones en términos monetarios.

El que la producción de este vívere se realice en pequeñas y medianas áreas diseminadas por todo el país, y que una gran proporción de la producción sea autoconsumida es un obstáculo para una eventual planificación y regulación de la producción.

Inciden también negativamente en este aspecto las diversas variedades cultivadas sin que prime en la mayoría de los casos un criterio técnico, sino por la facilidad de su consecución, por su corto ciclo de producción, etc. Podríanse seleccionar las variedades a sembrar sin que esto afecte adversamente la producción, sino que por lo contrario la favorecería.

Las mermas y deterioros durante la comercialización de la yuca no dejan de ser importantes, por lo que se hace necesario la determinación de las causas que ocasionan dicha merma a fin de corregirlas.

A pesar de que se considera bueno el volumen de divisas generado por las exportaciones de este vívere, es posible que el mismo sea aumentado si se aplicasen más decididamente los mecanismos que permitan la conquista de nuevos mercados y ampliación de los hoy existente.

BATATA

INDICE DE MATERIAS

INTRODUCCION

Con el presente estudio se pretende obtener una visión de conjunto y de manera preliminar, sobre los aspectos básicos de la comercialización de la Batata. En el mismo se analizará el sistema de distribución en la zona rural y urbana, así como aquellos aspectos de producción, precios, consumo y exportación, que afectan el mercadeo del tubérculo en el país.

Mediante este análisis se espera contar con una idea sobre la situación actual del producto, como base para facilitar en el corto y mediano plazo, la fijación de políticas y la implementación de programas coherentes y acordes con las necesidades del sector agrícola.

II METODOLOGIA

Para la realización del presente estudio se hizo uso de dos tipos de informaciones básicas; unas, obtenidas de fuentes primarias y otras de fuentes secundarias.

Para la obtención de informaciones primarias, se hicieron visitas a las regiones Sur, Norte y Nordeste del país, donde se entrevistaron productores, intermediarios y representantes de la Asociación de Agricultores de la Provincia Espaillat. En Santo Domingo fueron entrevistados mayoristas de los mercados y se consultaron técnicos agrícolas de la SEA.

Como fuentes secundarias, fueron consultados boletines del Banco Central sobre series de producción, boletines de CEDOPEX sobre series de exportación y documentos del Departamento de Economía Agropecuaria sobre series de precios, costos de producción y áreas cultivadas.

En la elaboración de los canales de comercialización se tomo como base, la producción de Batata obtenida en las zonas de Moca, Salcedo y la Vega, por considerarlo representativo desde el punto de vista del aporte de estas zonas a la producción total del país.

III ASPECTOS DE PRODUCCION

3-1 Localización de la Producción y Areas Sembradas

El cultivo de la Batata se encuentra localizado en varias regiones del país; sin embargo, no en todas se produce este tubérculo en cantidades apreciables como para mantener una participación significativa en el Mercado Nacional.

De acuerdo a las informaciones de la División de Administración Rural de la SEA, la principal zona productora de Batata está localizada en la Regional Norte, que comprende las provincias de Moca, La Vega, Santiago y Puerto Plata. Dentro de esta Regional, las provincias más destacadas en la producción de Batata son Moca y La Vega.

En orden de importancia se pueden señalar las regionales Noroeste y Suroeste dentro de las cuales sobresalen las provincias de Mao, Valverde y San Juan de la Maguana, respectivamente.

En términos de eficiencia la provincia más prominente es Salcedo, localizada en la Regional Nordeste.

Según los estimados de producción del 1°de Diciembre de 1975 al 31 de Mayo de 1976, la producción de Batata en ese período sería del orden de 1,062,000 quintales a obtenerse en un área de 96,000 tareas. Sin embargo, para un período similar durante el año 1975, la producción obtenida en un área de 144,000 tareas fué de 1,198,000 quintales, lo cual explica relativamente el gran auge de la producción en el 1976 respecto al año anterior.

3-2 Epocas de Siembra y Cosecha de la Batata.

La siembra de este tubérculo se lleva a cabo en secano, con mayor necesidad de agua en el momento de la siembra y en el período de desarrollo. El cuadro No. 1 señala los últimos cuatro meses del año (Sept.-Dic.)

como la época más apropiada para la siembra en el país.

El sistema de siembra es por ábanas o bejucos y son suministrados por la SEA, o por los mismos agricultores quienes dejan pequeños predios sin cosechar de la plantación anterior, para la próxima siembra; en otros casos, los compran.

En algunas regiones del país se obtienen dos cosechas al año, pero el grueso de la producción es obtenido en los meses de marzo-mayo. El ciclo vegetativo del producto oscila en el rango de tres a cuatro meses, dependiendo de la variedad sembrada.

3.3 Variedades Sembradas

En nuestro país existen diversas variedades de Batata y la cantidad sembrada de una u otra, depende de su aceptación en el mercado; además, estas varían con la región.

A continuación se señalan las variedades más conocidas en el país y las regiones donde son sembradas:

Cano 1/	-	Moca
Mocana	-	La Vega
Cabuyera	-	Santiago
Yle	-	San Juan de la Maguana

3.4 Costos de Producción y Rendimiento por Tarea de Batata Sembrada.

El costo promedio de producción de la Batata estimado a diciembre de 1975, fué de $18.75 por tarea, con un rendimiento de 13.40 quintales. En algunas regiones del país se reportaron costos mínimos de $8.50 y en otras, máximos de

---

1/ Según técnicos consultados, la mayor cantidad de Batata sembrada en el país, corresponde a esta variedad.

$26.25; en tanto que los rendimientos obtenidos en las diferentes zonas variaron de 6 a 16 quintales por tarea.

El estimado de costo por quintal a la fecha ya señalada, fué de $1.45 en promedio.

En el cuadro No. 1 se observa que la provincia de Salcedo produce el quintal de Batata a un costo mínimo de $0.85 y además obtiene el mayor rendimiento por tarea; en cambio, la provincia de Barahona produce a un costo de $2.27 por quintal, el cual resulta muy elevado con respecto a las demás zonas.

Los costos mínimos por quintal y rendimientos máximos por tarea obtenidos en la provincia de Salcedo se deben entre otras cosas, a la calidad del suelo y a la eficiencia de los productores de esa zona en el cultivo de la batata.

Con un precio de $6.68 1/ pagado en finca por el quintal de Batata en diciembre de 1975 y un rendimiento promedio de 13.40 quintales por tarea, se calculó un margen de beneficio bruto para el productor, de $89.51 y un neto de $70.76. En el presente año, estos márgenes han disminuido considerablemente dada gran baja producida en los precios del producto.

1/ Informe sobre producción y precios a nivel de finca de la yuca y la Batata a Dic., 1975. División de Administración Rural, SEA.

ZONAS DE PRODUCCION, EPOCAS DE SIEMBRA Y COSECHA, COSTOS Y RENDIMIENTOS DE LA BATATA A DICIEMBRE, 1975.

ZONAS DE PRODUCCION	Rend./Ta. (En qqs.)	Costo/Ta. (En RD$)	Costo/qq. (En RD$)	Epoca de Siembra	Epoca de Cosecha
Suroeste					
San Juan	12.50	25.82	2.06	Sept. - Oct.	Feb. - Marzo
Sur					
Barahona	10.00	22.70	2.27	Oct.- Nov.	Marzo-Abril
Nordeste					
Duarte	15.00	18.00	1.20	Oct.- Nov.	Marzo-Abril
Salcedo	22.00	18.83	0.85	Oct.- Nov.	Marzo-Abril
Sánchez Ramírez	16.50	21.01	1.27	Oct.- Nov.	Marzo-Abril
Norte					
Espaillat	16.00	26.25	1.64	Oct.- Nov.-Dic.	Marzo-Abril
La Vega	15.00	18.45	1.23	Oct.- Nov. Dic.	Marzo-Abril
Central					
San Cristobal	12.00	17.00	1.41	Sept. Oct. Nov.	Feb.-Marzo-Abril
Villa Altagracia	6.00	8.50	1.41	Sept.-Oct.-Nov.	Feb.-Marzo-Abril
Yamasá	9.00	11.00	1.22	Sept.-Oct.-Nov.	Feb.-Marzo-Abril
Promedio	13.40	18.75	1.45		
Mínimo	6.00	8.50	0.85		
Máximo	16.00	26.25	2.27		

Fuente : División de Administración Rural, SEA.-

3.5 Evolución de la Producción

De acuerdo a los datos suministrados por el Banco Central, y la Secretaría de Estado de Agricultura, SEA, el comportamiento de la producción de Batata en el período 1960-1975, ha sido bastante irregular.

En el cuadro que se presenta más adelante, es fácil observar tres sub-períodos con características bastante distintas. En el sub-período, 1960-1967, el crecimiento de la producción es un tanto inestable a excepción del año 1962 que presenta un incremento de 6.5%. Para el sub-período 1968-1972, la producción parece recuperarse del escaso dinamismo del período anterior, y se percibe un crecimiento más o menos sostenido.

Un tercer sub-período 1973-1975, acusa una estrepitosa caída en la producción de Batata, con un pequeño crecimiento para el año 1975 de 3.6 % . Dicho crecimiento solo es comparable con el observado en el año 1964, esto es once años atrás.

Esta insuficiencia en la producción fue motivada desde luego, por los efectos adversos de la sequía que se produjo en el país durante el mencionado período.

Calculado el crecimiento acumulativo de la producción en el período 1960-1975, se obtuvo una tasa negativa de un 2.0%, lo cual sugería hasta ese momento, la necesidad de mejorar los programas dirigidos a fomentar el cultivo del tubérculo.

Para el año 1976 solo se tienen estimados hasta el mes de mayo, pero las perspectivas señalan que la producción total superará ampliamente la obtenida en años anteriores.

El siguiente cuadro contiene información sobre la producción de batata en el país y su crecimiento en el tiempo.

CUADRO NO. 2

SERIES DE PRODUCCION DE BATATA EN LA REPUBLICA DOMINICANA EN EL PERIODO 1960-1975

AÑOS	PRODUCCION (En Ton.Mét.)	CRECIMIENTO De la Producción %
1960	87,225	-
1961	71,759	-17.0
1962	76,465	6.5
1963	74,666	- 2.3
1964	77,362	3.6
1965	76,565	- 1.0
1966	77,320	0.9
1967	74,966	- 3.0
1968	77,964	4.0
1969	83,962	7.6
1970	86,960	3.5
1971	90,958	4.5
1972	94,957	4.3
1973	83,137	-12.4
1974	63,045	-24.0
1975	65,363	3.6
1976 1/	48,273	

Fuentes : 1960-1972 Banco Central
1973 Departamento de Planificación, SEA.
1974-1976 División de Estadísticas, SEA.

1/ Producción estimada hasta mayo 1976.

3.6 Programa de Fomento de la Producción de Víveres de la Secretaria de Agricultura y sus Resultados en el año 1975-1976

Como resultado de la baja producción agrícola obtenida en el período 1974-1975, provocada a su vez por la gran sequía que azotó al país, la Secretaría de Agricultura se propuso la implementación de un programa de fomento a la producción de víveres en varias zonas productoras.

Mediante este Programa, los productores de batata en particular, recibieron amplias facilidades técnicas, crediticias y de insumos a la producción, las cuales unidas a las favorables condiciones climatológicas presentadas, coayudaron a la obtención de un nivel de producción más que satisfactorio, en relación a las necesidades del consumo interno.

De acuerdo con informaciones suministradas por el Departamento de Fomento Agrícola, la Secretaría de Agricultura distribuyó además de otros insumos, 661 camionadas de ábanas entre los productores de Batata, con las cuales se sembraron alrededor de 20,000 tareas de tierra.

Los créditos otorgados a los productores de Batata, en el año 1975, en comparación con los de 1974, se ilustran a continuación .

CREDITOS DESTINADOS AL CULTIVO DE BATATA, 1974 - 1975

NUMERO Y MONTO DE CREDITOS	A Ñ O S		VARIACION	
	1974	1975	Absoluta	Relativa
Número de Créditos	187	301	114	60%
Monto de los Créditos (En RD$)	77,500	133,400	55,900	72%

FUENTE : Banco Agrícola de la República Dominicana.

En la relación anterior se observa que los créditos tanto en número como en monto, aumentaron considerablemente en el último año, lo cual es un indicio un tanto satisfactorio del respaldo que dieron las instituciones agrícolas al programa de fomento para la producción de Batata.

Según datos suministrados por la División de Estadística de esta Secretaría, la producción de Batata esperada a mayo del presente año ascendía a 1,062,000 quintales aproximadamente en una área de 96,000 tareas. Para la segunda mitad del año se espera que la producción se mantenga a un nivel similar, dada las buenas condiciones que presenta al clima para nuevas siembras y las áreas pendientes de cosechar.

Las estimaciones señaladas para el presente año, confirman la efectividad del Programa de Fomento para aumentar la producción de batata, y la positiva respuesta de los productores a los insentivos reales. Sin embargo, no es menos cierto que a dicho programa escapó la previsión de ciertos efectos derivados del aumento en la producción, tales como la estrepitosa caída de precios por la limitación del mercado y la dificultad de colocar volúmenes considerables de los excedentes en el mercado exterior.

Debido a las pobres condiciones reinantes en el mercado para el producto, los productores de batata confrontaron ciertas dificultades para dar salida a la producción en términos rentables, y en este sentido solicitaron la intervención del Estado a través de INESPRE, alegando que de vender a los precios ofrecidos por comerciantes del mercado interno y exportadores, acarrearían grandes pérdidas.

El Estado accedió a la solicitud de los agricultores y el INESPRE asumió la responsabilidad de las compras con ayuda de personal de la Secretaría de Agricultura. Debido a la carencia de condiciones adecuadas en los almacenes del Instituto Estabilizador para almacenar este tipo de producto, las compras fueron realizadas en forma escalonada a fin de evitar mayores pérdidas.

El producto fue distribuído en varios sectores de la capital y en el interior del país con un precio de venta inferior al de compra en la mayoría de los casos.

Esta situación de todos modos favoreció a productores y consumidores. INESPRE al comprar a un precio más alto que los intermediarios, subsidia al productor y al vender a un precio más bajo que el mercado, subsidia a los consumidores, sobre todo a aquellos de bajos ingresos que no pueden pagar un precio alto por el producto, a la vez que favorece la incorporación de otros que aún en condiciones de precios normales no podían consumir batata.

El monto de las compras de INESPRE en la cosecha del presente año fue del orden de 38,793 quintales, cantidad esta que pagada a razón de $4.00 quintal a nivel de finca, arrojó un valor de $155,172.00 . Del total comprado, el organismo estabilizador vendió 31,582.13 quintales a razón de un precio promedio de $2.22 al consumidor final, lo que representó un ingreso de $70,146.71 1/ .

De las cifras anteriores se infiere que el INESPRE solo recuperó el 45% de la inversión en la compra de batata con un saldo negativo de $85,025.29, lo cual vendría a ser el subsidio otorgado por el Estado, que a su vez se traduce en una especie de distribución de ingresos entre productores y consumidores.

Durante las entrevistas con los productores de batata, muchos de ellos manifestaron su preocupación por la poca información que reciben sobre los precios de venta y el movimiento de los mercados. Agregaron además que con la carencia de informaciones, los productores más perjudicados son los pequeños , quienes por sus limitaciones económicas y los compromisos contraídos antes de la cosecha, se ven obligados a vender el producto a bajos precios y a destiempo.

1/ Departamento de Estudios Especiales "INESPRE".

IV ASPECTOS DEL CONSUMO

4.1 Analisis Comparativo del Consumo de Batata con Productos Similares.

La Batata es un producto que conjuntamente con la yuca y el plátano puede ser considerado de primera necesidad en la dieta de los dominicanos con ingresos promedios; sin embargo, si comparamos su consumo con el de yuca y plátano, se nota que el de estos últimos predomina de manera muy marcada sobre el de la Batata. Las razones de esta gran diferencia no obedecen a criterios cientificamente definidos, sino más bien a una actitud tradicional del consumidor, que por razones de preferencia, consume más yuca y plátano, y en el mejor de los casos utiliza la Batata como un sustituto de aquéllos.

Para el año 1975, el consumo aparente promedio de Batata se calculó en 93,827 qqs. por mes, sin embargo, el de yuca fué del orden de 267,165 qqs. Asimismo, para el año 1972 en el cual se observa el mayor consumo aparente de ambos productos, el promedio mensual para la Batata fué de 153,256 qqs., mientras que el de la yuca, fué de 325,319qqs.

El cuadro que sigue permite comparar la cantidad de Batata consumida por día con la yuca y el plátano, según estratos de ingresos en la ciudad de Santo Domingo. En el mismo se puede apreciar no solo el liderazgo del consumo del plátano y la yuca sobre la Batata, sino también, que son los consumidores de los estratos más bajo quienes consumen en mayor cantidad este producto.

CUADRO NO. 3

CONSUMO DE BATATA EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO COMPARADO, CON PRODUCTOS SIMILARES, SEGUN NIVELES DE INGRESO EN EL AÑO 1969
(En lbs./dia)

ESTRATOS 1/	PRODUCTOS	BATATA	YUCA	PLATANOS
I De 0	- $50.00	0.102	0.290	0.750
II " $50.00	-$100.00	0.082	0.190	0.930
III " $100.00	-$300.00	0.041	0.150	0.031
IV " $300.00 y Más		0.040	0.110	1 060
PROM. POND.		0.081	0.224	0.870

FUENTE : Diagnóstico y Estrategia del Desarrollo Agropecuario 1976-1986, SEA.

1/ Se refiere al ingreso familiar mensual.

4.2. Distribución de la Producción

Analizando las informaciones estadísticas más recientes (año 1975), hemos podido comprobar que la producción nacional de Batata, se distribuye de la siguiente manera:

Producción Comercializada en el país	64% 1/
Autoconsumo	29.3%
Exportaciones	4.1%
Consumo animal	2.6%
TOTAL	100.0%

De acuerdo a la relación anterior, se puede observar que la mayor parte de la producción o sea un 93.3%, se dedica al mercado interno, con una escasa participación del mercado internacional que solo absorve un 4.1%. Sin embargo, se destaca que las exportaciones de Batata, aunque han sido de un volumén escaso respecto al total de la producción, se han mantenido creciendo a un ritmo mucho más estable que la producción y el consumo interno.

En el período 1960-1975, las exportaciones han crecido a una tasa acumulativa de 13.0%, y se percibe un gran dinamismo para los últimos años del período, dada la intervensión de la SEA, y CEDOPEX mediante sus programas de fomento a la producción y promoción de exportaciones de productos no tradicionales.

4.3 Consumo Aparente percápita

A continuación se presenta un cuadro con informaciones de consumo aparente total y aparente percápita

1/ De la producción comercializada, hay una gran parte que se pierde a nivel del detallista, debido a deterioros mientras se maneja el producto.
Esta merma alcanza una proporción de 10% aproximadamente.

PRODUCCION Y CONSUMO APARENTE DE BATATA
EN LA REP. DOM. EN EL PERIODO 1960 - 1975

CUADRO NO.4

AÑOS	(1) PRODUCCION (EnQQS)	(2) CONSUMO ANIMAL (2.8%)	(3) AUTO CONSUMO (29.3%)	(4) PRODUCCION COMERCIALIZADA 4=1-(2+3)	(5) MERMA EN COMERCIALIZ. (10%)	(6) EXPORT. (EnQQS)	(7) CONS-TOT APARENTE 7=(3+4)-(5+6)	POBLACION (000 deHbs)	CONS-PERCAPITA APARENTE (En Lbs/Años)
1960	1,924.193	53,877	563,788	1,306.528	130,652.8	8.391	1,731.272	3,047.0	63.1
1961	1,583.014	44,324	463,823	1,074.867	107,486.7	8.321	1,422.882	3,127.5	50.6
1962	1,686.825	47,231	494,239	1,145.355	114,535.5	9.050	1,516.009	3,219.7	52.3
1963	1,647.135	46.119	482,610	1,118.406	111,840.6	4.863	1,484.312	3,314.6	49.6
1964	1,706.604	47,785	500,034	1,158.785	115,878.5	6.290	1,536.651	3,412.3	50.0
1965	1,689.030	47,293	494,885	1,146.852	114,685.2	2.118	1,524.934	3,512.8	48.0
1966	1,705.678	47,759	499,763	1,158.156	115,815.6	2.486	1,539.917	3,616.4	47.1
1967	1,653.750	46,305	484,548	1,122.879	112,287.9	6.871	1,488.268	3,722.9	44.4
1968	1,719.900	48,157	503.930	1,167.813	116,781.3	23.726	1,531.236	3,832.7	44.8
1969	1,852.200	51,856	542.694	1,257.650	125,765.0	33.931	1,640.648	3.945.6	46.9
1970	1,918.350	53,714	562.076	1,302.560	130,256.0	77.316	1,457.064	4.006.4	47.8
1971	2,006.550	56,183	587.919	1,362.448	136,244.8	89.235	1,724.887	4,181.6	47.9
1972	2,094.750	58,653	613.761	1,422.336	142,233.6	54.792	1,839.071	4,304.8	48.6
1973	1,834.750	51,373	537.581	1,245.796	124,579.6	76.484	1,582.313	4,481.7	41.4
1974	1,387.000	38,836	406.391	941,773	94,177.3	79.119	1,174.868	4,562.3	25.7
1975	1,438.000	40,264	421.334	976.402	97,640.2	52,914	1,247.182	4,696.7	26.5

FUEENTES: 1960-1972.-Banco Central de la Rep. Dominicana
1973.-Departamento de Planificación, SEA
1974-1975.-División de Estadísticas, Departamento de Economía Agropecuaria, SEA

Según los datos que aparecen en el cuadro anterior, la cantidad de Batata consumida por persona al año, ha disminuído prácticamente en la última década con respecto a los primeros años de la serie, o por lo menos se ha mantenido sin cambios significativos durante los años en que se aprecia cierta tendencia a la recuperación.

Para el primer año de la serie (1960) se registra el mayor consumo percápita de Batata, sin embargo para los últimos años 1974 y 1975 este consumo cae a los niveles más bajos de todo el período con 25.7 y 26.5 libs./año respectivamente.

La tasa acumulativa calculada para el período 1960-1975 fue de -5.0% aproximadamente, lo cual explica bastante el escaso crecimiento operado en el consumo de Batata por persona durante los años analizados.

[illegible] los años [illegible]

V PRECIOS

En el cuadro No. 5 se presentan las informaciones sobre los precios al por mayor de la Batata comercializada en los mercados de Santo Domingo en el período 1968-1975 así como el índice estacional de precios.

Durante los primeros cuatro años del período, los precios se mantuvieron con alzas y bajas, pero a partir del año 1972, se nota una cierta tendencia al aumento, que termina con su nivel más alto en el año 1975 con precio promedio de $8.18 quintal. Este incremento en precio tiene su explicación en los escasos volúmenes de producción obtenidos en los últimos años por efectos de la sequía.

El coeficiente de variación calculado, fluctua de 12% a 44% siendo este bastante significativo como para indicar los altibajos mes a mes de los precios señalados anteriormente.

Mediante el cálculo del índice estacional se han podido determinar algunos ciclos de precios en determinadas épocas del año; así para los meses de Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre y Enero, se observan precios relativamente altos; para los meses de Marzo, Abril, y Junio, precios bajos y para los meses de Febrero, Mayo y Agosto, precios mas cercanos al promedio.

Si se toma en cuenta las épocas de siembra y cosecha de la Batata, vemos que los ciclos de precios guardan una relación con la escasez o abundancia relativa del producto.

CUADRO NO. 5

PRECIOS PROMEDIOS AL POR MAYOR DE LA BATATA EN EL MERCADO DE SANTO DOMINGO E INDICE ESTACIONAL EN EL PERIODO 1968-1975

(EN RD$/QQS)

MES	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	1975	Indice Estacional
Enero	3.64	2.44	2.90	2.52	4.02	2.60	7.67	6.57	107.29
Febrero	3.70	2.34	2.85	2.92	3.71	2.43	5.82	5.12	92.22
Marzo	3.03	2.27	3.07	2.79	3.54	2.69	4.02	3.91	80.67
Abril	2.62	2.22	2.92	2.99	3.31	2.66	3.13	4.31	79.69
Mayo	3.80	2.14	3.34	2.85	3.56	5.91	3.59	7.60	94.86
Junio	4.81	1.77	3.95	2.60	3.09	4.32	3.26	8.19	79.05
Julio	4.26	1.85	3.65	2.32	2.56	5.47	2.88	9.37	89.29
Agosto	5.31	1.93	3.71	2.58	2.93	6.21	3.25	11.22	92.05
Septiembre	5.30	3.18	5.00	3.39	2.57	9.41	5.22	11.75	132.61
Octubre	3.19	3.74	4.61	3.27	3.02	7.75	5.82	10.32	134.78
Noviembre	2.55	3.30	3.02	3.07	2.62	6.47	6.50	9.81	112.18
Diciembre	2.41	3.32	2.82	3.51	2.67	6.66	6.24	10.02	105.32
PROMEDIO	3.72	2.54	3.48	2.90	3.13	4.99	4.78	8.18	
COEF. VARIAC.	27%	26%	20%	12%	14%	40%	32%	31%	

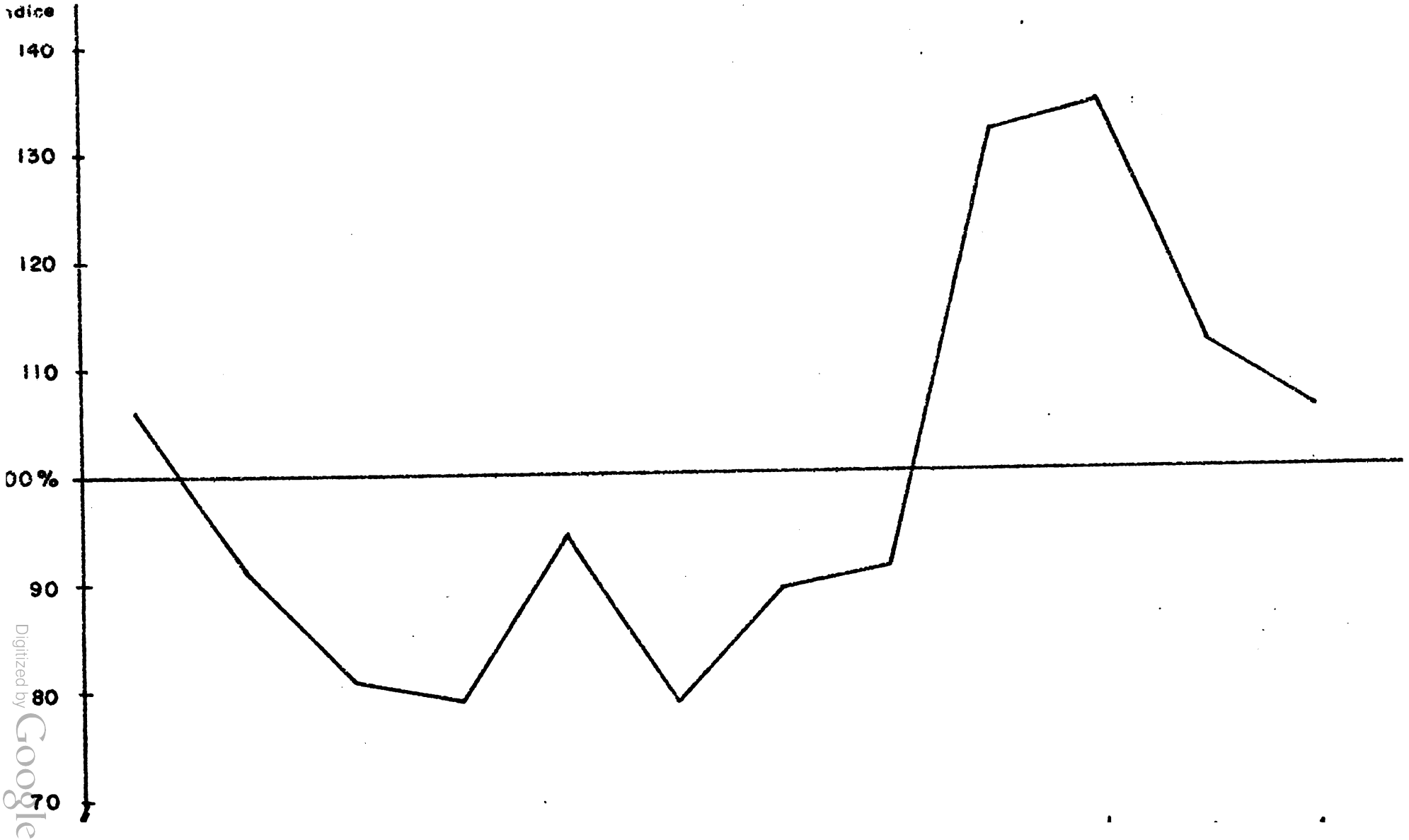
FUENTE : Departamento de Economía Agropecuaria, SEA.

En el gráfico No. 1 se podrán observar más claramente los diferentes ciclos del índice estacional, así como su dispersión con respecto al precio promedio.

A partir de Enero del presente año, los precios al por mayor pagados por la Batata en los mercados de Santo Domingo, comienzan a disminuir notoriamente hasta el mes de Abril, manteniéndose estable durante los meses de mayo, Junio y Julio.

La relación que sigue, ilustra el comportamiento de los precios al por mayor en el período Enero-Septiembre de 1976.

MESES	PRECIOS En RD$/qqs.
Enero	9.87
Febrero	6.44
Marzo	4.72
Abril	3.68
Mayo	3.37
Junio	3.39
Julio	3.32
Agosto	3.88
Septiembre	5.93



VI ESTRUCTURA DE LA COMERCIALIZACION

6.1 Canales de La Comercialización.

En el gráfico No. 2 se representa gráficamente el flujo que sigue la comercialización de la Batata, desde el productor que vende en la finca, hasta el consumidor final del producto.

Mediante este flujo, se pretende dar una idea sobre el movimiento del producto, a través de los diferentes canales identificados a partir de la región del cibao como principal productora de Batata. Sin embargo, los aspectos generales sobre participación, conducta y transacciones comerciales de cada participante en el proceso, serán discutidas en el análisis global de comercialización de víveres que aparece en la primera parte de este estudio.

6.2 Margenes de Comercialización.

El gráfico No. 3 señala los márgenes de comercialización de la Batata, calculados sobre la base del precio pagado por una libra del producto a nivel de consumidor final en el mes de Junio de 1976. De acuerdo a los resultados obtenidos se pudo establecer la siguiente relación:

PRECIO DE VENTA SEGUN NIVEL DE COMERCIALIZACION	RD$/100	RD¢/lbs.	MARGEN BRUTO DE COMERCIALIZ. EN %
Productor vende a Camionero	2.50	0.025	50
Camionero vende a Mayorista	3.10	0.031	12
Mayorista vende Detallista	3.40	0.034	6
Detallista vende a Consumidor final.....	-	0.050	32

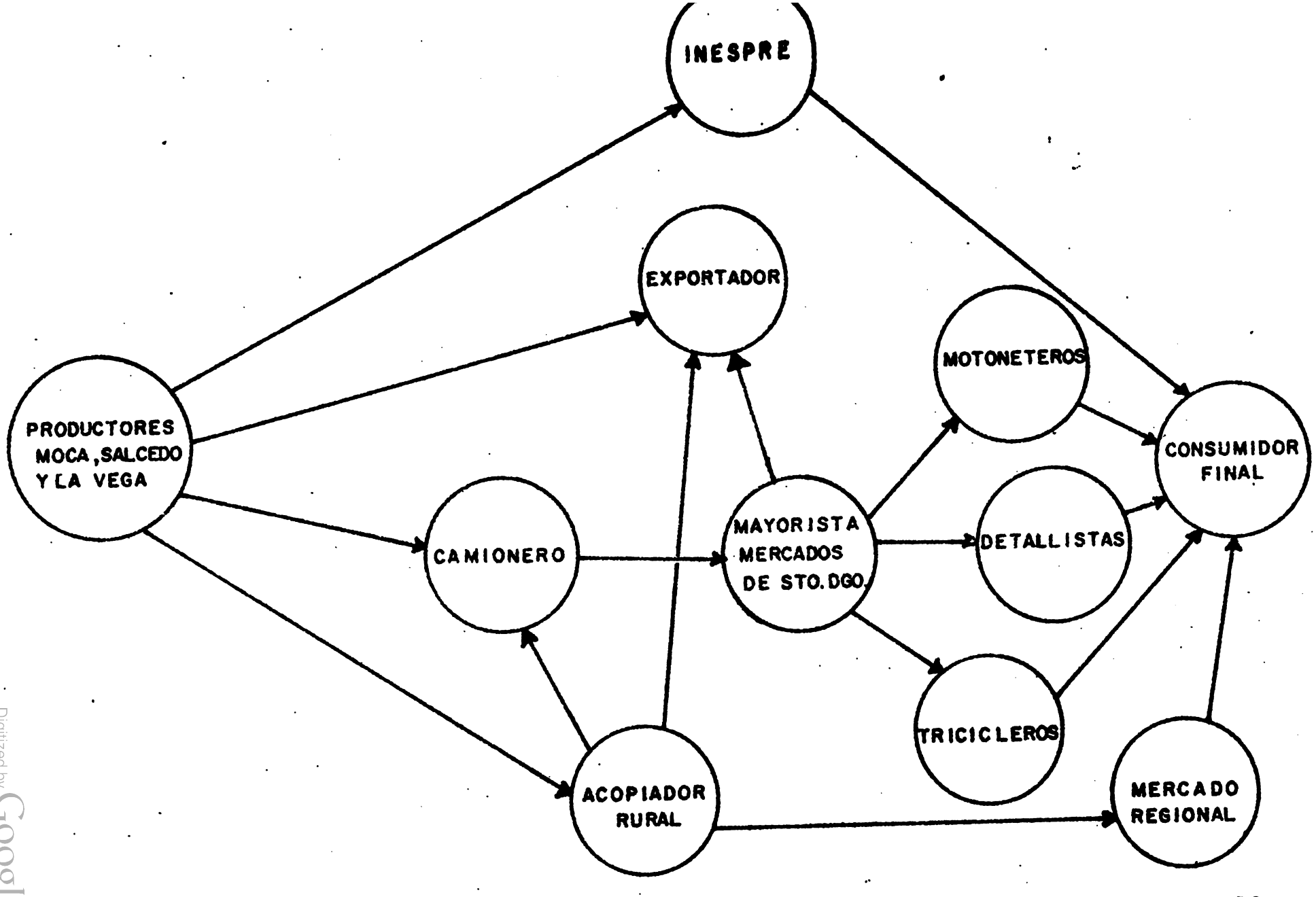


GRAFICO No. 2: CANALES DE COMERCIALIZACION DE LA BATATA PRODUCIDA EN MOCA, SALCEDO Y LA VEGA.

JUNIO / 78.

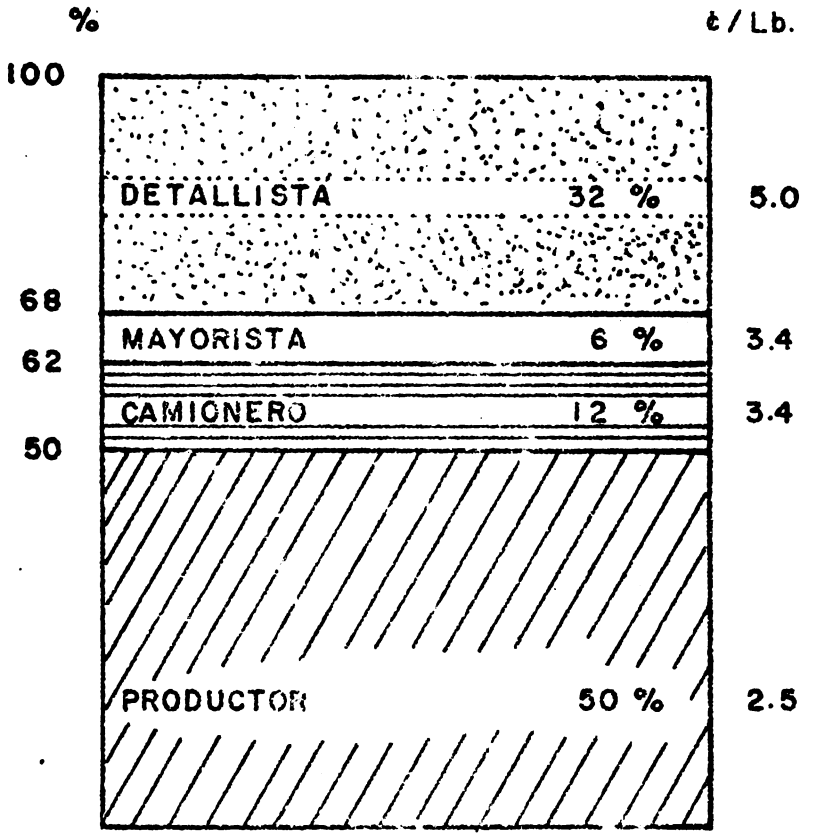


GRAFICO No. 3: MARGENES BRUTOS DE COMERCIALIZACION DE LA BATATA PRODUCIDA EN EL CIBAO PARA CONSUMO. EN LA CIUDAD DE STO. DGO. HASTA JUNIO 21, 1976.

Ea

En la relación que antecede podemos ver que el productor y el detallista son quienes participan en mayor proporción en el precio de la Batata, observándose al mayorista con la menor participación. Según los agentes consultados, estos márgenes varían dependiendo del precio al cual se esté vendiendo el producto en un momento determinado, lo cual depende a su vez de la magnitud de la escasez o abundancia del producto.

Al momento de realizarse este estudio (Junio 1976),el precio pagado por la batata a nivel de finca, fluctuaba de $2.50 a $3.00 el quintal. Estos precios se han mantenido a niveles similares, y con ello ha contribuído el INESPRE al participar en la comercialización del producto, pagando el quintal a razón de $4.00

VII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La producción de Batata durante los últimos años, se había mantenido a niveles bastante bajos respecto a años anteriores; sin embargo en el presente año se ha experimentado una recuperación más que satisfactoria, superando el nivel de consumo de la población. Esta recuperación ha sido motivada en gran parte, por los esfuerzos de la Secretaría de Agricultura encaminados a fomentar el cultivo del tubérculo y otros víveres, así como las favorables condiciones cimatológicas presentadas en el presente año, y la gran respuesta de los productores a los incentivos de precios, creditos, e insumos de producción facilitados oportunamente.

En relación a las áreas productoras, las más destacadas del país son la Norte, Nordeste, Noroeste, y Suroeste. Su importancia con respecto a las demás regiones radica, en la calidad de sus suelos para el cultivo de Batata y además porque es en estas regiones donde se encuentran las mayores áreas dedicadas a este tipo de producto.

El grueso de la producción es obtenido en los meses de Marzo a Mayo, aunque para la primera cosecha del presente año se esperaba una prolongación del período, hasta el mes de agosto, dado los altos indices de producción logrados, la expanción de las áreas sembradas y la insuficiencia del mercado para absorver rápidamente todo el producto.

Por otra parte, muchos productores optaron por aumentar el período de recolección, demorando el producto para beneficiarse del programa de compra de INESPRE a precios más altos.

El consumo aparente percápita de Batata presenta un escaso crecimiento en relación a productos similares como la Yuca y el Plátano, lo cual es motivado por las preferencias de los consumidores. Se pudo notar además, que el consumo de este producto está muy ligado a la escala de ingreso de los consumidores, alcanzando su mayor significación en los estratos más pobres de la población.

A partir del año 1972, se nota una gran mejoría en los precios de la Batata, alcanzando su nivel más alto en el año 1975 debido a la gran escasez del producto; sin embargo, en lo que va del presente año, los precios han bajado brúscamente por la magnitudd de la oferta, con lo cual se ha favorecido el consumidor mientas los productores han tenido que pedir intervención estatal para la mejoría de los precios.

La situación de insertidumbre de los productores sin embargo, se pudo paliar dada la intervención de INESPRE en la comercialización del tubérculo. Aunque INESPRE intervino, sus compras las realizó en cantidades limitadas ya que las ventas debían ser hechas de inmediato debido a su poca capacidad de almacenamiento para este tipo de producto.

Los volúmenes de exportación de Batata, se han mantenido relativamente bajos, aunque se percibe una tasa de crecimiento superior a la del consumo interno. La escasa proporción con que participa el sector externo de la producción nacional de este vívere, tiene mucho que ver con los pocos mercados conquistados en el exterior y por las exigencias de los exportadores en cuanto a calidad se refiere.

El resto de la producción es comprada por camioneros que llevan el producto a los mercados de Santo Domingo, y

por acopiadores rurales que venden el producto a su vez en el mercado regional a camioneros y exportadores. Los grandes productores logran obviar el acopiador, mientras que los pequeños productores tienen que vender su producto a este u otros intermediarios, con el consiguiente riesgo de vender a precios más bajos por su poca capacidad de regateo, o por los compromisos contraidos.

De acuerdo a las conclusiones obtenidas en el presente estudio, consideramos conveniente anotar las siguientes recomendaciones :

1.- Racionalizar la producción de batata, en base a un programa que permita un ajuste entre la demanda y la oferta del producto, de tal manera que no se produzcan grandes alteraciones de precios en perjuicio de productores y consumidores .

2.- En caminar estudios de factibilidad para almacenamientos y plantas procesadoras del producto, de tal manera que haga más efectivo el papel de INESPRE en la comercialización, estabilizando los precios como un incentivo al productor.

3.- Promover el consumo de batata, introduciendo el producto al mercado en forma elaborada o mediante la implementación de una campaña educativa que instruya a los consumidores sobre el valor nutritivo del producto y las diferentes formas en que puede ser consumido.

Con promociones de este tipo, se lograría para traer nuevos consumidores, al mismo tiempo que se eliminan ciertos prejuicios que prevalecen en algunos sectores de la población, respecto al consumo de batata.

4.- Estimular las exportaciones del tubérculo, mediante la busqueda de nuevos mercados, a fin de asegurar

a los productores la venta de su producto a precios razonables y al mismo tiempo captar divisas para el país.

5.- Se deben ampliar de manera éfectiva aquellos programas que vayan en ayuda del pequeño agricultor. Este programa debe comprender entre otras cosas, información oportuna sobre precios, facilidades de recursos financieros y asesoría técnica permanente en los aspectos de comercialización y producción.

DOCUMENTOS PUBLICADOS EN LA SERIE

PROYECTO DE COMERCIALIZACION INTEGRADO SEA/IICA.

Documento No.

1 Servicio de Información de Precios y Mercados; Plan de Operaciones. Sea, División de Mercadeo. Septiembre 1975. 54 páginas.

2 MURRAY, G.F. Análisis del Flujo de Actividades: Una Metodología de Investigación para Sistemas de Producción y Mercadeo Agrícolas. SEA/IICA. Santo Domingo, R.D. Octubre 1975, 21 páginas.

3 Donde Reina la Escasez: Un Panorama Analítico del Sistema de Mercadeo Agrícola de la República Dominicana. (MURRAY, G., ALCANTARA, R. PRINCE, L.) SEA/IICA. Santo Domingo, R.D. Octubre 1975. 28 páginas.

4 Encuesta de Entrada y Salida de Productos Agropecuarios a Santo Domingo SEA/IICA. Santo Domingo, R.D. Abril 1976. 37 páginas.

5 La Comercialización de Plátanos en la República Dominicana. (ALCANTARA, R. PRINCE, L. y MURRAY G.) SEA/IICA. Santo Domingo, R.D. Abril 1976. 165 páginas.

6 Diagnóstico del Mercadeo de la Papa en la República Dominicana (VASQUEZ, V. MENDOZA, G. y COLABORADORES). SEA/IICA, Santo Domingo, R.D. Mayo 1976. 26 páginas.

7 Diagnóstico del Mercadeo de la Auyamay el Molondrón en la República Dominicana (VASQUEZ, V. MENDOZA, G. y COLABORADORES) SEA/IICA. Santo Domingo, R.D. Mayo 1976. 18 páginas.

8 Diagnóstico del Mercadeo del Ganado y la Carne de Res en la República Dominicana (DE LOS SANTOS, T., BURGOS, C. y MENDOZA, G.) SEA/IICA. Santo Domingo, R.D. Mayo 1976. 37 páginas.

9 Diagnóstico del Mercadeo de la Leche en la República Dominicana (DE LOS SANTOS, T., BURGOS, C. y - MENDOZA, G.) SEA/IICA. Santo Domingo, R.D. Junio 1976. 23 páginas.

Documento No.

10	Diagnóstico del Mercadeo de Huevos en la República Dominicana (UREÑA DE MARTINEZ, R. Y MENDOZA, G.) SEA/IICA. Santo Domingo, R. D. Junio 1976. 19 páginas.
11	Diagnóstico del Mercadeo de Pollo en la República Dominicana (DE LOS SANTOS, T., BURGOS, G. Y MENDOZA, G.) SEA/IICA. Santo Domingo, R. D. Junio, 1976. 21 Páginas.
12	Diagnóstico del Mercadeo del Tomate en la República Dominicana (JIMENEZ, F., VASQUEZ, V. Y MENDOZA, G.) SEA/IICA, Santo Domingo, R. D. Junio, 1976. 20 Páginas.
13	Diagnóstico del Mercadeo de Víveres (Yuca, Batata y Plátano) en la República Dominicana, SEA/IICA. Santo Domingo, R. D. Junio 1976.