SECRETARIA DE ESTADO DE AGRICULTURA
SUB-SECRETARIA DE PRODUCCION Y MERCADEO
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA AGROPECUARIA

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

DIAGNOSTICO DEL MERCADEO DEL TOMATE EN LA REPUBLICA DOMINICANA

Documento No. 12

- Versión Preliminar -

Junio, 1976

Santo Domingo, República Dominicana

REPUBLICA DOMINICANA
SECRETARIA DE ESTADO DE AGRICULTURA

ING. AGRON. MANUEL DE JS. VIÑAS CACERES
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

FELIPE PARRA PAGAN
Subsecretario Administrativo

DEPARTAMENTO DE ECONOMIA AGROPECUARIA

LIC. JOAQUIN NOLASCO
Director

LIC. FRANCISCO PEREZ LUNA
Jefe División de Estudios Económicos

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 DEL INSTITUTO INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS

LIC. JERRY LA GRA
Coordinador del Programa de
Comercialización (IICA)

ING. HECTOR MORALES
Especialista en Comercialización
Agrícola

LIC. GILBERTO MENDOZA
Especialista en Comercialización
Agrícola

Diagnóstico del Mercadeo del Tomate en la República Dominicana

Participantes:

En la realización del presente estudio participaron los señores Faustino Jiménez y Valentín Vásquez, técnicos del Departamento de Economía Agropecuaria de la SEA, y Gilberto Mendoza, Asesor del Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas. El informe final fue discutido y revisado, además, por los señores Francisco Pérez Luna, Cristiano Núñez Pereyra y José Pérez Labour, técnicos de la SEA.

Santo Domingo, R. D. Junio, 1976

PREFACIO

El presente documento es el duodécimo de una serie preparada por la Secretaría de Estado de Agricultura (SEA), como parte del Proyecto de cooperación técnica en Comercialización Agrícola que está ejecutando en combinación 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 Sub-Sector Comercialización, en especial, el Departamento de Economía Agropecuaria de la SEA, que participa como contraparte del grupo IICA, y el Departamento de Estudios Especiales de INESPRE.

El objetivo global de este proyecto es lograr la formulación de un plan nacional de comercialización agropecuaria, compatible con el Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social. Los objetivos específicos son:

1. Implantar un sistema dinámico, eficiente y contínuo de recolección y divulgación de informaciones de precios de los principales productos agropecuarios a nivel de las fincas, de los intermediarios y del consumidor final.

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 detallado del sistema interno de comercialización y desarrollar los esquemas metodológicos para la realización de investigaciones en este campo.

4. Crear un banco de informaciones estadísticas del área de la comercialización, que permita a las autoridades del Sector establecer criterios para la definición de políticas, programas y proyectos en esta materia.

5. Identificar proyectos que puedan mejorar la eficiencia del sistema de comercialización en un futuro inmediato.

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

En el documento que presentamos en este número se ha tratado de agrupar la información disponible, tanto estadística como no estadística de la comercialización del tomate. Se ha tratado de dar énfasis a los aspectos de comercialización del tomate industrial, o sea, aquel que sirve de insumo a las plantas procesadoras, debido a que presenta características diferentes del tomate cultivado para consumo fresco, y al rápido crecimiento de su producción en los últimos años.

De 1970 al presente año de 1976 la producción del tomate industrial se ha incrementado más de un 100%, haciendo que el país pasara de importador de pasta de tomate a exportador.

Se espera que el presente informe contribuya a orientar las decisiones que se tomen al fomento y planeación de este cultivo.

La coordinación del Proyecto de Comercialización Integrado SEA/IICA está a cargo de Francisco Pérez Luna, por la SEA, y Jerry La Gra, por el IICA.

Lic. Joaquín Nolasco, Director
Departamento de Economía Agropecuaria, SEA.

INDICE DE MATERIAS

INTRODUCCION

El presente estudio pretende hacer un breve diagnóstico de la comercialización del tomate en la República Dominicana. Comprende también algunos aspectos sobre la producción.

El estudio se hará para los dos tipos de tomate: industrial y de ensalada; cada tipo por separado. Los dos tipos de tomate tienen sistemas de producción diferentes y fundamentalmente son diversos los sistemas de comercialización. Al final del informe se hará un resumen comparativo de los alcances e innovaciones de uno u otro sistema de mercadeo y de los beneficios y logros para el productor.

METODOLOGIA

Se acudió a las estadísticas oficiales sobre producción, precios, industrialización, exportaciones y otros aspectos sobre el producto.

Se actualizó la información y complementó en la parte de mercadeo, con informaciones de los productores, comerciantes e industriales.

Se entrevistaron productores de tomate industrial y de ensalada en el Cibao, Baní y Barahona.

Se visitaron las fábricas de tomate industrial y se buscó información sobre el desarrollo actual y perspectivas de la industrialización del producto.

Se entrevistaron mayoristas y detallistas del mercado de Santo Domingo. Por último, se entrevistaron exportadores de tomate de ensalada.

Para el análisis de precios, se partió de las estadísticas del Servicio de Información de Precios de la División de Mercadeo de la SEA y el procesamiento de los datos de la SEA en computación IBM.

TOMATE INDUSTRIAL

3.1 Aspectos de Producción

3.1.1 Localización

La producción de tomate industrial se localiza en dos grandes regiones: Región Norte y Región Sur, que comprenden:

3.1.1.1 Región Norte

- Mao (Cerro Gordo y Laguna Salada)
- Guayubín (Palo Verde)

- Villa Vásquez
- Esperanza (Maizal)
- Castañuelas
- Navarrete

3.1.1.2 Región Sur

Azua:

- Alexandre Dothan (El Sisal)
- Finca 2
- Finca 3
- Finca 4
- Ansonia
- Finca 6
- Pueblo Viejo
- Los Jovillos

Barahona y Baoruco:

- Vicente Noble
- Tamayo
- Canoa
- Jaqui Meyes
- Fondo Negro
- Angostura
- Galván

Jimaní:

- Tierra Nueva
- El Limón

En la zona de Baní, tradicionalmente se ha sembrado tomate industrial, pero para el presente año se suspendieron las siembras al considerar los productores que los precios actuales no son remunerativos dada la baja productividad, y a que las condiciones climáticas exigen técnicas de cultivo más eficientes y costosas.

Las industrias consideran que la Región Sur será la mayor productora y existe un gran potencial productivo de tomate. Por esta razón, recientemente se instalaron dos industrias procesadoras del producto en la zona.

3.1.2 Volúmenes producidos

La producción de tomate se regula por acuerdos entre las industrias procesadoras, los cultivadores y el Gobierno (Secretaría de Agricultura, IAD, Banco Agrícola). Las industrias hacen una programación anual de su demanda y financian a los productores. Un 26% de la producción es financiado por el IAD y el Banco Agrícola, pero en este caso obedece también a la programación conjunta con la industria.

Anualmente hay una cosecha cuyo período de siembra va de septiembre a febrero. La cosecha comprende el período de diciembre a mayo o junio.

CUADRO NUM. 1 PROGRAMACION DE LA COSECHA DE TOMATE INDUSTRIAL Y FUENTES DE FINANCIACION. COSECHA 1975-1976

Entidad Financiera	Areas (Tareas)	Producción (qq)	% Area Total
Barceló Industrial	27,000	1,100,000	40
Industria Portela	29,000	1,015,000	37
Peravia Industrial	10,000	350,000	13
Financiera Agroindustrial	9,000	126,000	5
Libby Dominicana	5,000	100,000	4
Otras	600	25,000	1
TOTAL	80,600	2,716,000	100

FUENTE: Industrias e IAD.

Barceló Industrial financia el cultivo de aproximadamente 13,000 tareas, las otras 14,000 son financiadas por: Finagro (3,000), Banco Agrícola (5,000) e IAD (6,000).

Portela financia el cultivo de 14,500 tareas, las otras 14,500 son financiadas por el IAD a través del Banco Agrícola; en total de las 29,000 tareas, 6,000 son de Azua y 23,000 del Cibao.

Peravia Industrial financia el cultivo de 7,000 tareas (una parte usa crédito supervisado de la SEA) y las 3,000 restantes por el IAD.

Cía. Agroindustrial financia el cultivo de 6,000 tareas y las otras 3,000 el IAD.

Libby's Dominicana financia el cultivo de aproximadamente 2,000 tareas y 3,000 por el IAD.

Las variedades más conocidas son el "Nápoli" y se siembra entre septiembre y diciembre y el "chico 3" que se siembra en enero y febrero.

La producción de los últimos 7 años ha sido:

Cuadro No. 2 PRODUCCION DE TOMATE INDUSTRIAL EN LA REPUBLICA DOMINICANA 1970-1976

Años	qq de 100 libras
1969-1970	968,000
1970-1971	1,056,000
1971-1972	1,100,000
1972-1973	2,340,000
1973-1974	2,880,000
1974-1975	3,240,000
1975-1976 (Estimado)	2,716,000

FUENTE: Oficina Nacional de Estadística hasta 1971-1972
Para los demás años, la industria.

Cuadro No. 3. COSTOS DE PRODUCCION DE TOMATE INDUSTRIAL SEGUN ZONAS, ESTIMADOS PARA 1975-1976

Zona	Costo por Tarea 1/ RD$	Rendimientos por tarea qq Mínimo	Máximo	Común	Costo por qq 1/ RD$
NORTE					
Mao	33.25	30	50	35	0.95
Montecristi	33.75	30	50	35	0.96
Guayubín	30.45	30	50	35	0.87
Castañuelas	35.75	30	50	35	1.02
Villa Vásquez	33.25	30	50	35	0.95
Esperanza	40.20	30	70	35	1.15
Industrias	34.05	-	-	35	0.97
SUR					
Azua	46.77	40	105	55	0.85
Barahona	48.23	35	60	47	1.02
Jimaní	50.13	30	50	40	1.25
Industrias	43.05	-	-	35	1.23
Promedio Nacional	43.00			35 2/	1.23

1 / Con base en el rendimiento común. Los costos no incluyen el costo del factor tierra.

2 / El rendimiento obtenido se acerca a 40 y 45 qq por tarea promedio, pero solamente se cosechan 35 qq., lo demás se pierde generalmente por acción de las lluvias.

FUENTE: IAD.

El gran crecimiento que ocurrió en la industria a partir del 1972-1973 se originó en el inicio de las exportaciones de pasta de tomate. En 1975 se registró una caída de precios en la pasta y los industriales decidieron reducir las siembras para el presente año en cerca del 40%.

3.1.3 Tipo de productores

Se calcula en 3,250 los productores de tomate industrial para 1976. La mayoría de los cultivos no sobrepasa las 50 tareas por lo que puede catalogarse como cultivo de pequeños productores. Del total de cultivadores, 981 son parceleros del IAD; los 2.269 restantes son productores particulares.

3.1.4 Costos de producción

Los costos y rendimientos varían por zonas y por cosechas. El siguiente cuadro presenta una comparación de los costos por zonas.

El costo promedio para el Sur del país se calcula en RD$43. y para el Norte entre $33 y $40 tarea. 1/

La diferencia en los costos está dada principalmente por el costo de irrigación (bombeo) y el costo de las semillas.

El costo de producción por quintal vendido fluctúa entre $0.85 y $1.25. El costo promedio se calcula en $1.23.

3.2 Canales y Márgenes de Comercialización

3.2.1 Tomate para uso industrial

La comercialización del tomate industrial es muy organizada y simple. La producción se programa en su totalidad mediante contratos entre la industria y productores, los precios son fijados por el gobierno. Aproximadamente el 95% del tomate industrial va

---

1/ En los asentamientos colectivos del IAD, el monto total del costo de producir una tarea no lo recibe el parcelero, dado que hay labores agrícolas con maquinaria que se contratan con particulares. Cuando se realizan con tractores del IAD, (o de particulares) las labores se costean a precios del mercado.

a la industria, el 5% restante es producido por agricultores sin contrato con industrias y venden el producto en el mercado, para uso en la cocina. En estas condiciones, la producción total de tomate tipo industrial para 1975-1976 se calcula alrededor de 2.858.000 quintales, que se canalizan de la siguiente manera: 2/

	qqs	%
Barceló Industrial	1,100,000	39
Portela	1,015,000	36
Peravia Industrial	350,000	12
Cía. Agroindustrial	126,000	4
Libby Dominicana	100,000	3
Otras	25,000	1
Consumo Fresco	142,000	5
TOTAL	2,858,000	100

El producto cosechado es transportado empleando vehículos contratados por la industria; se emplean cajas plásticas de 45 libras de capacidad, suministradas por la industria, cuando se trata de viajes cortos. Cuando se trata de viajes largos se emplean cajones de madera, cada uno con capacidad cercana a 15 quintales. El costo del transporte y empaques corre a cargo de la industria.

El precio oficial para 1976 es el siguiente:

Noviembre 1975 a enero 1976	RD$1.85 qq
Enero 16, 1976 a abril 20, 1976	1.75 qq
Abril 21 a mayo 30, 1976	1.90 qq

2/ Los porcentajes que aparecen en el Cuadro Núm. 1 se refieren a la demanda de cada industria con relación a la producción financiada y demandada por todas las industrias, excluída el consumo en fresco.

Con base en el Cuadro Núm. 3, para un costo por tarea de RD$43.00 y productividad de 35 qq, se llega a un costo de $1.23 por qq. El precio de $1.85 genera una utilidad de $0.62 por qq o de $21.70 por tarea. 3/

3.2.2 Tomate industrial fresco para consumo

El producto que se vende para el consumo directo, es llevado al mercado por el productor y lo entrega en consignación a un mayorista-comisionista, quien lo vende a detallistas.

En marzo 1976, el precio de un huacal de tomate de 60 libras a diversos niveles era:

Agricultor (puesto en la Capital)	Venta	RD$4.50	0.075 lb.
Mayorista-comisionista	Venta	RD$5.00	0.085 lb.
Detallista (venta a consumidor)			0.140 lb.

El productor recibe un precio neto de RD$2.60 por las 60 libras de tomate al descontar el flete hasta la capital ($1.00), el huacal ($0.80) y manipuleo (0.10).

3.3 Exportaciones

El rápido incremento del consumo interno del tomate procesado y la expansión de las exportaciones fué la causa principal del espectacular crecimiento del cultivo del tomate industrial hasta 1975. No se dispuso de oportuna información sobre el consumo interno de tomate industrializado (pasta de tomate, jugos, otros procesados, etc.) y con mayor razón tampoco se dispone de series de consumo del producto por clase de consumidor (urbano, rural, niveles de ingreso, etc.)

Este balance se presenta cuando el cultivo se desarrolla normalmente y se logra el rendimiento medio. Sin embargo, este cultivo tiene muchos riesgos y cualquier cambio ambiental imprevisto hacer caer la producción.

La situación es mejor en zonas donde no se ha cultivado el tomate y se presentan menores infestaciones. En zonas tradicionales como Baní, la producción se abandonó como consecuencia de los mayores costos por control de plagas, infestaciones y acción de las lluvias.

Debe sí resaltarse el comportamiento de las exportaciones de derivados del tomate en los últimos años, cuyo crecimiento es el motor principal del desarrollo del cultivo en el país.

Cuadro No. 4.- EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES DE PASTA DE TOMATE EN REPUBLICA DOMINICANA
1971-1975

Años	Kg. Exportados	Valor RD$
1971	67,600	34,877
1972	18,600	8,011
1973	135,464	34,589
1974	5,254,802	3,987,377
1975	5,270,000 (*)	3,820,000

(*) Corresponde a 263,500 cajas de 44 hileras de pasta cada caja.

FUENTE: CEDOPEX e industrias.

Para 1976 se estima que serán pequeñas o nulas las exportaciones.
Las exportaciones de otros productos del tomate (jugos, etc.) no han sido significativas. Por esta razón, se considera que las exportaciones de pasta de tomate han sido el motor del desarrollo del cultivo en los últimos años.
Si se acepta la relación industrial de: 8.2 libras de tomate, producen una libra de pasta de tomate, puede establecerse que solamente la producción de pasta de tomate para exportación en 1975 demandó 950.708 qqs. o sea, el 31.5% del tomate industrial destinado a la industria en ese año.

3.4 Precios

Los precios del tomate industrial se establecen oficialmente según se anotó.

Los precios pagados por la industria desde 1966 son:

CUADRO No. 5 PRECIOS DEL TOMATE INDUSTRIAL 1966-1976

Años	qq 100 lbs. RD$
1966	1.14
1967	1.25
1968	1.40
1969	1.40
1970	1.40
1971	1.40
1972	1.55
1973	1.55
1974	1.65
1975	1.65
1976	1.85

FUENTE: IAD e Industrias

Desde 1974 hay tres precios según la época de siembra y cosecha. Según se anotó anteriormente, los precios para 1975-1976, son: Noviembre 1975 a Enero 15/1976, RD$1.85 qq; Enero 16 a Abril 20/1976, RD$1.75; Abril a Mayo 30/1976, RD$1.90.

IV. TOMATE DE ENSALADA

4.1 Aspectos de Producción

Como tomate de ensalada se denomina al que se utiliza para consumo fresco en la mesa.

Las zonas de mayor producción están localizadas en Vicente Noble, Tamayo, Azua, Baní y Constanza. El tomate se cultiva durante todo el año, pero las épocas de mayor producción son las comprendidas entre septiembre y diciembre y mayo a agosto.

La mayor parte de los cultivos de tomate son de pequeña escala; el 95% no sobrepasa las 50 tareas.

La producción de tomate en los últimos años ha sido la siguiente:

Cuadro No. 6 SERIE DE PRODUCCION DE TOMATE DE ENSALADA 1960-1974

Años	Toneladas Métricas
1960	7,225
1961	7,664
1962	7,879
1963	5,431
1964	6,174
1965	6,200
1966 (*)	22,000
1967 (*)	34,500
1968 (*)	57,000
1969 (*)	72,000
1970	17,000
1971	17,000
1972	18,000
1973	18,000
1974	20,000

(*) Se consideran dudosas las cifras de 1966 a 1969

FUENTE: SEA - División de Estadística

La producción del tomate de ensalada es cíclica; presenta ciclos durante el año y de un año a otro. Los ciclos durante el año están definidos por las estaciones climatológicas principalmente; no obstante existen muchas zonas de producción aptas para el tomate, que podrían producir con riego en los períodos de baja oferta. Sin embargo, las cosechas dependen de la iniciativa exclusiva de los productores ya que casi es inexistente la participación gubernamental en el fomento y asistencia técnica para este cultivo. Tampoco existe crédito institucional para el tomate de ensalada.

Por la irregularidad de la oferta del tomate en el año, se presentan fluctuaciones de precios de gran magnitud, como se analizará en otro capítulo.

4.2 Canales y Márgenes de Comercialización

La producción comercializada de tomate de ensalada se canaliza al consumidor de la capital de la siguiente manera, según se ilustra en el gráfico Núm. 1.

a) El 93% es llevado por el agricultor al comercio mayorista.

b) El 7% es adquirido por los exportadores a través de acopiadores rurales que lo compran en finca.

c) En el mercado mayorista, usualmente, el productor no vende el tomate por su cuenta; lo entrega a los mayoristas-comisionistas, quienes fijan el precio de venta y participan en una comisión de venta de $0.50 por huacal de 70 lbs.

d) El comisionista vende el tomate a los detallistas: 1) Mesero (o detallista) de los mercados públicos que canalizan aproximadamente el 50% de las ventas al consumidor; 2) Tricicleros (20%); supermercados (8%); colmados y consumo institucional (10%).

Para la primera semana de marzo de 1976 los precios y márgenes de comercialización fueron: (Ver Grafico Núm. 2) 1/

1/ Los márgenes, en términos porcentuales, se conservan durante todo el año. Ver explicación en el documento: "SEA-IICA Diagnóstico del Mercadeo de la Papa en República Dominicana.

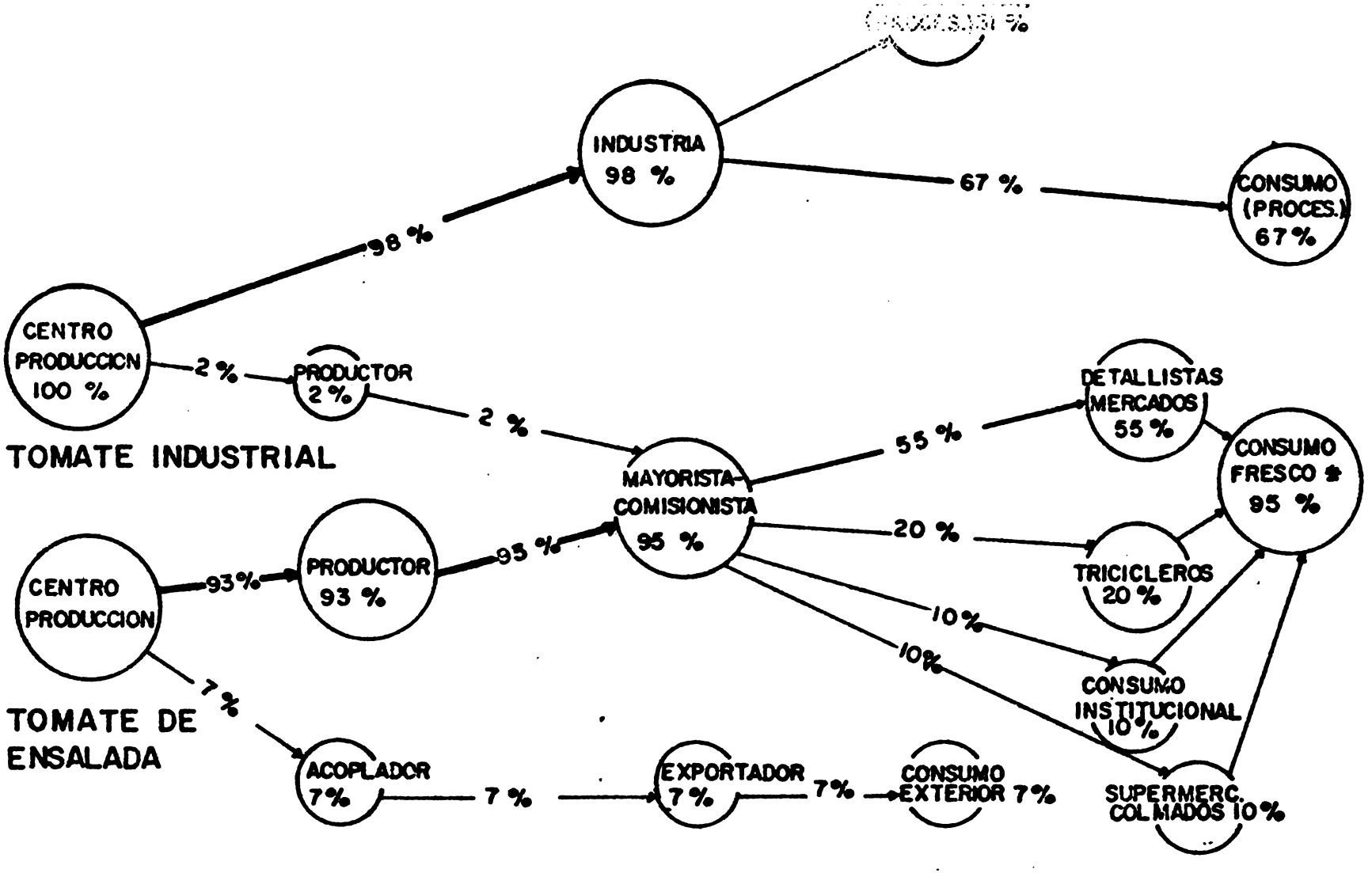

GRAFICO No. 1 : CANALES DE COMERCIALIZACION DEL TOMATE EN REP. DOM. (1975).

(* TOMATE DE ENSALADA PARA CONSUMO EN SANTO DOMINGO).

Fuente : SEA – ECONOMIA AGROPECUARIA , DIV. DE MERCADEO.
FEB. 76.

a) Productor vende en el mercado mayorista RD$7.50 huacal de 70 libras netas; RD$0.107 lb (54%)

b) Mayorista-comisionista vende a RD$8.50 huacal, RD$.114 lb (57%).

c) Detallista vende a consumidor RD$0.20 lb (100%)

Las compras del exportador son periódicas, usualmente interviene en los períodos de mayor producción y cuando los precios se tornan competitivos. En 1975 los exportadores pagaron entre $8 y $9 el quintal puesto en la finca. Este precio es usualmente un poco superior al precio del mercado (descontados los costos de llevarlo a la capital). El exportador financia al acopiador, quien recibe una comisión por compras. Hay casos en que el acopiador compra al productor a precio de mercado y vende al exportador buscando una utilidad mayor en vez de una comisión fija.

El costo estimado de producción del tomate de ensalada para 1975 asciende a RD$160.00 por tarea, que con un rendimiento medio de 85 huacales se tiene un costo por huacal de $1.88. Los costos del tomate, incluyendo los costos de comercialización para el productor, hasta la entrega del producto en el mercado mayorista son:

Costo de producción	RD$1.88 huacal
Costo de transporte	1.00 "
Descargue	0.05 "
Impuesto en el mercado	0.05 "
Costo por huacal	0.70 "
Costo Total	3.68

Frente al precio de RD$7.50 de marzo, la utilidad para el productor sería RD$3.82 por huacal o RD$324.70 por tarea. Debe considerarse este balance para condiciones ideales de producción. Estas no ocurren a menudo en el tomate, producto cuyo cultivo entraña muchos riesgos por plagas e infecciones ambientales; además, el cultivo exige continuas rotaciones en la tierra para eliminar las infestaciones; y después de varias cosechas la tierra debe retirarse del cultivo de tomate por varios años.

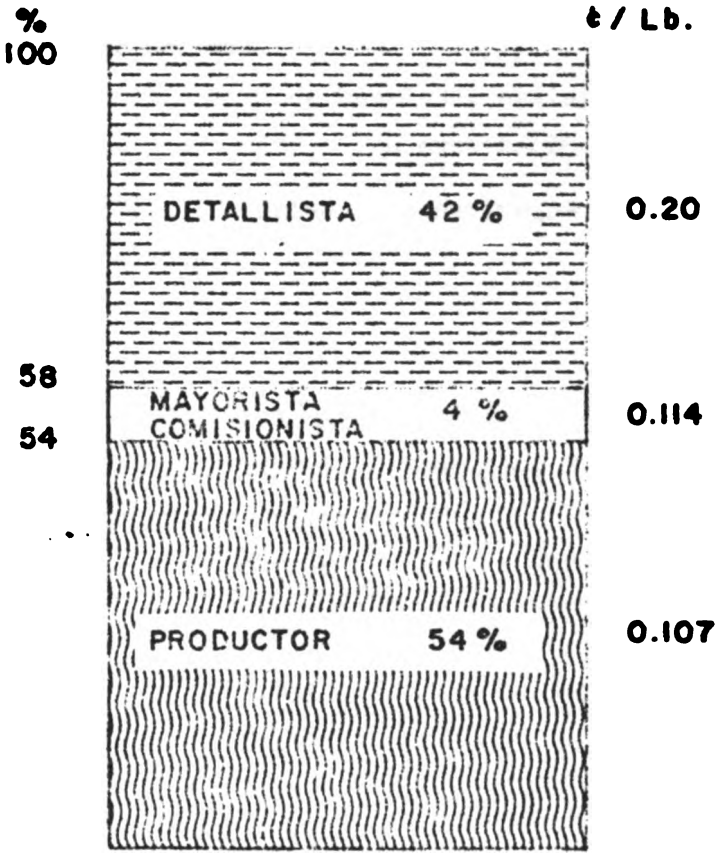

GRAFICO No. 2 : MARGENES DE COMERCIALIZACION DEL TOMATE DE ENSALADA.

Fuente : SEA – ECONOMIA AGROPECUARIA, DIV. DE MERCADEO. FEB. 76.

Ea

4.3 Aspectos de Consumo

El consumo de tomate de ensalada, obviamente, ha sido tan variable como la producción y las exportaciones.

El cuadro Núm. 7 contiene los estimados de consumo aparente de los últimos años.

Cuadro No. 7 CONSUMO APARENTE DE TOMATE DE ENSALADA EN REPUBLICA DOMINICANA 1960-1974 Toneladas Métricas

Año	Producción	Mermas Mercadeo(*)	Exportaciones	Consumo Aparente
1960	7,225	1,083	1,067	5,075
1961	7,664	1,150	—	6,514
1962	7,879	1,180	403	6,296
1963	5,431	815	27	4,590
1964	6,174	926	216	5,032
1965	6,200	930	221	5,050
1966(**)	22,000	3,300	105	18,595
1967	34,500	5,175	546	28,780
1968	57,000	8,550	684	47,766
1969(*)	22,000	10,800	1,137	60,063
1970	17,000	2,550	1,094	13,356
1971	17,000	2,550	2,014	12,436
1972	18,000	2,700	1,584	13,716
1973	18,000	2,700	1,249	14,050
1974	20,000	3,000	1,412	15,588

(*) Aproximadamente el 75% de la producción comercializada para consumo nacional.

(**) Los datos de 1966 a 1969 están sujetos a revisión.

FUENTE: SEA - División de Estadística; y cálculos del presente estudio.

El consumo real de tomate de ensalada en 1969-70, por niveles de ingreso fué el siguiente (según la encuesta de familias del Banco Central en Santo Domingo):

	Lbs. por persona al día
Estrato I (menos de RD$50 de ingreso mensual familiar)	0.008
Estrato II (de $50.01 a $100)	0.023
Estrato III (de $100 a $300)	0.038
Estrato IV (más de $300.00)	0.040
Promedio ponderado	0.020

El tomate puede considerarse aún en el país, como un bien "superior". Los cálculos de elasticidad precio de la demanda obtenidos en varios años por la SEA-División de Mercadeo, establecen un coeficiente cercano a -1.00, ello significa que los cambios relativos en la cantidad ofrecida al mercado, motivan cambios relativos de magnitud proporcional en los precios (y en sentido inverso). Se comprobó un coeficiente de correlación entre los cambios en la cantidad y las variaciones en los precios cercanos a 0.9.

La experiencia diaria permite comprobar la incorporación de consumidores al mercado cuando los precios bajan, o su retiro como demandantes, cuando los precios suben. Ello ocurre principalmente entre los consumidores de bajos ingresos. Es por estas causas que existe tanta diferencia en el consumo del tomate entre el primer estrato de ingresos (0.008 lbs) y el último (0.040 lbs). La población de mayores recursos consume 5 veces más tomate de ensalada por persona que la de ingresos más bajos. Asimismo, para la población más pobre, el gasto en hortalizas (guandul, tomate, auyama y cebolla) pesa más en su presupuesto que para los estratos más altos; 2.2% del total destinado a alimentos en el primer grupo frente a 1.7% del presupuesto de gasto en alimentos en el segundo grupo poblacional.

4.4 **Precios**

El cuadro siguiente contiene la información sobre precios del tomate de ensalada.

Cuadro No. 8 SERIES DE PRECIOS DEL TOMATE DE ENSALADA EN EL MERCADO MAYORISTA DE SANTO DOMINGO 1968-1975 E INDICE ESTACIONAL (RD$ huacal de aproximadamente 70 lbs. netas)*.

Mes/Año	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	1975	Indice Estacional
Enero	6.36	5.39	3.90	6.04	4.44	5.88	6.83	11.48	78
Febrero	5.73	4.96	3.41	7.62	5.21	7.15	8.29	6.10	83
Marzo	5.91	3.58	2.45	4.47	4.11	7.89	6.18	9.21	68
Abril	8.11	3.77	2.00	5.44	4.43	8.84	6.17	7.39	74
Mayo	8.79	5.68	2.09	7.50	7.93	4.50	11.39	6.66	90
Junio	6.17	8.29	2.79	8.47	6.71	5.89	12.23	7.54	90
Julio	7.63	8.44	3.12	4.46	9.63	9.31	7.81	11.48	115
Agosto	9.96	8.59	3.21	5.23	13.01	8.68	6.15	8.08	99
Sept.	10.20	5.10	4.20	5.14	13.39	6.35	9.71	12.95	100
Octubre	17.66	8.05	4.97	11.30	12.47	9.96	19.62	13.91	144
Nov.	12.94	10.75	5.87	9.47	6.50	10.28	17.69	10.40	129
Dic.	7.63	12.09	4.66	9.33	5.53	8.75	14.59	17.22	120
Promedio Anual	8.92	7.06	3.56	7.04	7.78	7.79	10.56	10.20	-
Desviación Standard.	3.5	2.7	1.2	2.3	3.5	1.8	4.7	3.4	-
Coeficiente de Variación	39%	39%	34%	32%	45%	23%	44%	33%	-

(*) Precios ponderados por la cantidad llegada al mercado, excepto 1975 que es promedio simple.

FUENTE: SEA - División de Mercadeo.

Según el índice, se definen tres ciclos de precios (y de oferta del tomate) durante el año, a saber: a) Precios bajos; en los meses de enero, febrero, marzo y abril con niveles menos bajos en mayo y junio; b) Precios medios; en los meses de agosto y septiembre. c) Precios altos; en dos períodos: 1) octubre, noviembre y diciembre 2) el mes de julio.

La producción de tomate de ensalada es estacional como ya se dijo; está definida dicha estacionalidad por las condiciones climatológicas: las épocas de mayores lluvias son adversas para la producción, así, en junio y especialmente en julio que son de lluvias, la producción disminuye y aumentan los precios (ver gráfico Núm.3). Los productores prefieren cultivar en época seca; es así como casi la totalidad de los cultivos de tomate se desarrolla con riego. Los cambios en la oferta motivan cambios de magnitud proporcional en los precios.

En razón de los periódicos y acentuados cambios en los precios (en 1975 el coeficiente de variabilidad de los precios fué 35%), y en la disponibilidad del producto, ocurre que importantes sectores de la población, especialmente de menores ingresos, sean consumidores fluctuantes, que compran solo en los períodos de abundancia. Asimismo, se forman dos canales distributivos al detalle: a) el conformado por los supermercados y "meseros" de los mercados que venden la primera calidad, proveen de preferencia a sectores de altos ingresos, con suministro permanente b) el de pequeños colmados, y tricicleros de sectores populares, con suministros menos constantes, en cantidad y calidad, especialmente en períodos de mayor escasez.

Sumado a las variaciones de precios originados por los ciclos durante el año, ocurren cambios de consideración durante una misma semana. Además, se registran notorias diferencias en los niveles de precios de un mercado a otro en la misma ciudad, como se resume a continuación:

CUADRO NUM.9 VARIACIONES EN LOS PRECIOS DEL TOMATE DE ENSALADA EN LOS MERCADOS DETALLISTAS EN SANTO DOMINGO - ENERO DE 1976

(RD$ libra)

Mercados	1ra. Semana	2da. Semana	3ra. Semana	4ta. Semana	5ta. Semana	Promedio
Nuevo	0.25	0.22	0.18	0.19	0.18	0.20
Modelo	0.35	0.30	0.21	0.27	0.28	0.29
Villa Consuelo	0.30	0.26	0.26	0.23	0.18	0.25
Honduras	0.28	0.25	0.26	0.26	0.25	0.26
Los Minas	0.25	0.29	0.30	0.26	0.26	0.27
Supermercados	0.40	0.38	0.37	0.33	0.35	0.36
Colmados	0.33	0.29	0.29	0.29	0.28	0.30
Promedio	0.30	0.28	0.27	0.26	0.25	0.27

FUENTE: SEA - División de Mercadeo

Los menores precios del mercado nuevo se explican por la no existencia del costo de transporte entre mayorista y detallista, debido a que en ese mercado se lleva a cabo el comercio mayorista de la mayor parte del tomate. Los mercados más distantes como Los Minas y los Colmados tienen mayores costos por transporte y por mermas y deterioros que sufre el producto por ese concepto. Los mayores precios al detalle se cotizan en los Supermercados, sin embargo la calidad, conservación y presentación del producto son superiores al resto de expendios.

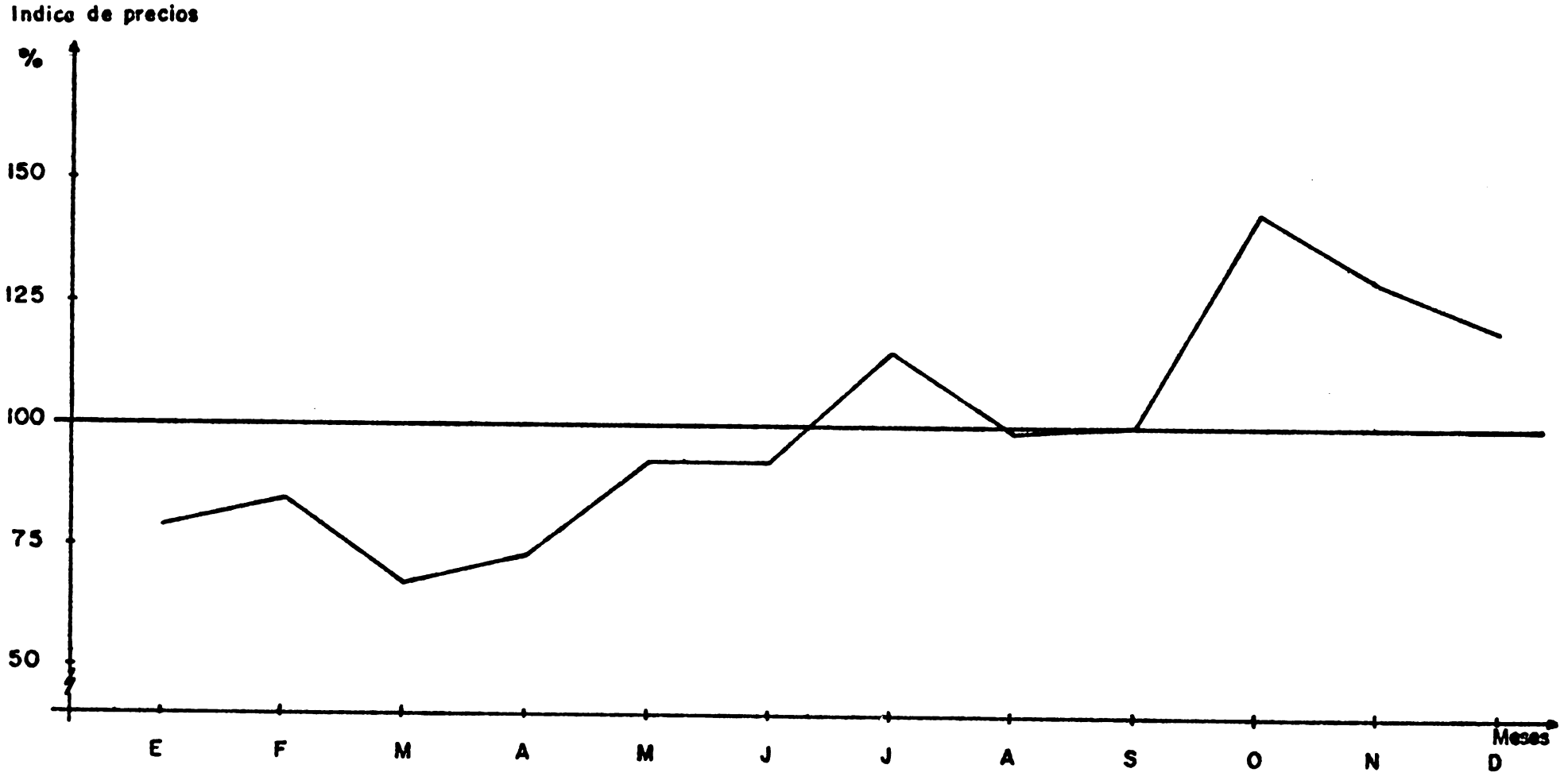

GRAFICO No. 3 : INDICE ESTACIONAL DE PRECIOS DEL TOMATE DE ENSALADA EN EL MERCADO MAYORISTA DE SANTO DOMINGO. (1968 - 1975).

Fuente : SEA — ECONOMIA AGROPECUARIA , DIV. DE MERCADEO.

CONCLUSIONES

5.1 La producción y comercialización del tomate industrial presenta características y condiciones muy diversas a las del tomate de ensalada.

En la cosecha 1974-1975, el tomate industrial se cultivó por cerca de 3,500 agricultores en aproximadamente 92,000 tareas para una producción de 324 millones de libras por un valor superior de RD$5.3 millones; el tomate de ensalada se cultivó en cerca de 7,500 tareas y produjo alrededor de 45 millones de libras por un valor en el mercado mayorista de RD$4.5 millones.

5.2 En el período 1972-1975 la producción de tomate industrial tuvo un crecimiento extraordinario al triplicarse la producción en relación con los años anteriores. Ello se debe al propósito de las industrias de hacer una ofensiva en el mercado externo de la pasta de tomate. Sin embargo, en el último año se redujo la producción cerca del 25% con motivo de la caída de los precios en el mercado internacional.

5.3 En términos generales, el cultivo de tomate de ensalada es mucho más rentable que el del tomate industrial, en cualquier época del año, no obstante las constantes y notorias fluctuaciones en los precios del primero y la estabilidad del segundo.

El cultivo del tomate de ensalada se desarrolla sin crédito ni asistencia técnica institucional y no obedece a ninguna programación. El tomate industrial, en cambio, obedece a una estricta programación por contrato con las industrias procesadoras y se financia en su totalidad.

5.4 Uno de los mayores problemas del cultivo del tomate de ensalada es la permanente fluctuación de los precios, que si bien, puede favorecer temporalmente a los consumidores urbanos, perjudica y desestimula a los cultivadores.

5.5 El transporte, manejo y empacado del tomate de ensalada es anticuado, contrastando ampliamente con la organización y eficiencia del tomate industrial. En el primer caso, ocurren mermas y daños en el producto que

pueden afectar entre el 10 y el 20% de la producción. Estas mermas son trasladadas al consumidor con mayores precios; ello ocurre en el momento en que el detallista selecciona el producto que compra en huacal y lo detalla por libras.

5.6 El margen bruto de utilidad del detallista es de 42% (sobre el precio que paga el consumidor), lo cual se justifica solamente por la cantidad de producto que adquiere con el huacal y que rechaza el consumidor por encontrarlo en mal estado: El productor recibe por su producto puesto en el mercado mayorista 11 ¢ por libra, el detallista gana (ganancia bruta) 9¢ por cada libra de tomate que vende.

Las mermas y deterioros del tomate industrial en la comercialización son insignificantes.

5.7 El tomate de ensalada puede catalogarse como la primera hortaliza, desde el punto de vista del consumo y de la producción. El país posee excelentes condiciones para producir calidad exportable de tomate en fresco, cuyos volúmenes van en ascenso. Sin embargo, es poco el apoyo a las exportaciones, en cuanto a programación e infraestructura. Las exportaciones, obedecen más bien a coyunturas favorables del mercado externo y no a una programación.

Es importante para el país mantener la cuota de exportaciones de pasta de tomates y otros productos del tomate, tanto por la ocupación agrícola y urbana que genera, como por la utilización de la capacidad instalada con que cuenta el país.

5.8 El buen h istorial que tiene el país como exportador de productos del tomate industrial es un buen indicador de las posibilidades del país para competir en el mercado externo. En esta etapa se requiere fortalecer los estímulos para mantener el nivel de producción y de exportaciones mediante mecanismos de apoyo tales como: subsidio a las exportaciones de productos competitivos. Parece mas recomendable una política de subsidio a las exportaciones que de control de precios de la materia prima al agricultor, como una estrategia para mantener o aumentar el volumen de exportaciones.

Al igual que en los otros productos perecederos estudiados, la exportación de tomate de ensalada requiere también de mayor estímulo y apoyo con dotación de infraestructura y en la organización de los exportadores, permitiendo además, la participación de productores con mayor tradición y experiencia en el cultivo.

Hay un desconocimiento casi completo de la información sobre áreas, producción, épocas, mermas, empaques, etc. y las series estadísticas presentan contradicciones que las hacen poco confiables; en el caso del tomate de ensalada. Para este producto la acción gubernamental debe comenzar por la obtención de información estadística oportuna y confiable.

DOCUMENTOS PUBLICADOS EN LA SERIE

PROYECTO DE COMERCIALIZACION INTEGRADO SEA/IICA

Documento Núm.

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. y 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 Auyama y 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 Núm.

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 del Pollo en la República Dominicana. (DE LOS SANTOS, T., BURGOS, C. 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.