

# **PROGRAMA DE DESARROLLO PRODUCTIVO Y COMPETITIVIDAD DE LA PROVINCIA DE SAN JUAN DE LA MAGUANA**



## **ESTUDIO DE MERCADO DE LOS CEREALES EN LA PROVINCIA DE SAN JUAN**

---

**PREPARADO POR: JUDY ROJAS**

## ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO .....	6
INTRODUCCIÓN.....	9
I ASPECTOS GENERALES DEL ESTUDIO DE MERCADO DE CEREALES EN LA PROVINCIA DE SAN JUAN DE LA MAGUANA.....	10
I ANTECEDENTES.....	10
1.1 JUSTIFICACIÓN .....	10
1.2 OBJETIVO GENERAL.....	11
1.2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	11
1.3 METODOLOGÍA .....	12
II ANÁLISIS DE MERCADO.....	13
2.1 LOS CEREALES .....	13
2.1.1 DESCRIPCIÓN .....	13
2.1.2 VARIEDADES DE CEREALES Y SUS CARACTERÍSTICAS.....	14
2.2 COMPORTAMIENTO MUNDIAL DEL MERCADO DE CEREALES.....	16
2.2.1 PRINCIPALES EXPORTADORES E IMPORTADORES.....	17
2.2.2 CONSUMO PER-CÁPITA DE CEREALES .....	18
2.2.3 TRATADOS COMERCIALES.....	19
2.3 ANÁLISIS DEL MERCADO NACIONAL DE LOS CEREALES DE SAN JUAN DE LA MAGUANA .....	22
2.3.1 LOS CEREALES EN EL MERCADO NACIONAL.....	22
2.4 PRODUCCIÓN NACIONAL DE CEREALES.....	24
2.4.1 ÁREA SEMBRADA .....	24
2.4.2 PRODUCCIÓN ESTIMADA DE CEREALES.....	25
2.5 LOS CEREALES EN LA PROVINCIA DE SAN JUAN DE LA MAGUANA.....	31
2.5.1 VARIEDADES DE CEREALES Y LUGAR DE PRODUCCIÓN EN SAN JUAN ...	31
2.5.2 ANÁLISIS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS O SIMILARES.....	32
2.5.3 SERIE HISTÓRICA PRODUCCIÓN DE CEREALES EN LA PROVINCIA DE SAN JUAN .....	33
2.6 PERFIL DEL CLIENTE.....	35
2.7 EL MERCADO .....	36
2.7.1 CONSUMO APARENTE O TAMAÑO DE MERCADO DE LOS CEREALES EN REP. DOM.....	37
2.7.2 MERCADO POTENCIAL.....	39
2.7.3 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR .....	41
2.7.4 COMPORTAMIENTO Y GRADO DE INTERVENCIÓN ESTATAL .....	42
2.7.5 SEGURIDAD DE MERCADO.....	42

2.8 ANÁLISIS DE LOS PRECIO.....	44
2.8.1 CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO O PRODUCTOS.....	44
2.8.2 MECANISMOS DE FORMACIÓN DE PRECIOS .....	44
2.8.3 INFLUENCIA DE LA OFERTA Y LA DEMANDA EN EL PRECIO (ELASTICIDAD). .....	45
2.8.4 ANÁLISIS DE SERIE HISTÓRICA DE PRECIOS. ....	49
2.8.5 FACTORES QUE DETERMINAN EL PRECIO INTERNACIONALMENTE.....	50
2.8.6 INFLUENCIA PREVISTA DE LOS PRECIOS DE LA DEMANDA.....	51
2.9 COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA.....	53
2.9.1 COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA OFERTA MUNDIAL DE CEREALES	53
2.9.2 PRONÓSTICOS HACIA EL 2016.....	55
2.9.3 COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA OFERTA NACIONAL DE CEREALES .....	55
2.9.4 FACTORES QUE DETERMINAN EL COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA OFERTA NACIONAL E INTERNACIONAL .....	56
2.10 ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....	57
2.10.1 ANÁLISIS HISTÓRICO DE LA DEMANDA MUNDIAL DE CEREALES.....	57
2.10.2 COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA NACIONAL DE CEREALES.....	58
2.10.3 FACTORES QUE DETERMINAN EL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA	58
2.11 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	59
2.12 SUPLIDORES .....	59
2.13 COMERCIALIZACIÓN.....	60
2.13.1 PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS CEREALES DE SAN JUAN DE LA MAGUANA .....	60
2.14 EXPORTACIONES E IMPORTACIONES.....	61
III ANÁLISIS DEL ENTORNO COMPETITIVO.....	62
3.1 ENTORNO COMPETITIVO (5 FUERZA DE PORTER) .....	62
IV CADENA DE VALOR DEL MERCADO DE CEREALES DE SAN JUAN DE LA MAGUANA.....	65
4.1 DESCRIPCIÓN DE ACTORES Y SU ROL.....	65
4.1.1 INSTITUCIONES DE APOYO.....	65
4.1.2 ACTIVIDAD PRIMARIA.....	66
4.2 CONSIDERACIONES SOBRE LA CADENA DE VALOR DE CEREALES.....	69
V. INVESTIGACIÓN DE MERCADO DE CEREALES DE LA PROVINCIA DE SAN JUAN DE LA MAGUANA.....	70
5.1 FICHA TÉCNICA.....	70

5.2 REPORTE DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO EN CONSUMIDORES.....	71
5.3 REPORTE DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO EN COLMADOS .....	82
5.4 REPORTE DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO EN RESTAURANTES, COMEDORES Y FONDAS.....	92
VI. ENTREVISTAS A FOCALIZADAS.....	105
6.1 REPORTE DE ENTREVISTAS A PRODUCTORES AGRÍCOLAS Y AGROINDUSTRIALES .....	105
6.1.1 SITUACIÓN ACTUAL DE LOS PRODUCTORES DE SAN JUAN DE LA MAGUANA .....	105
6.1.2 CEREALES EN LA PROVINCIA DE SAN JUAN DE LA MAGUANA.....	106
6.1.3 CEREAL DE MAYOR POTENCIALIDAD.....	106
6.2 REPORTE DE ENTREVISTAS A TÉCNICOS ESPECIALISTAS EN INVESTIGACIÓN Y PRODUCCIÓN AGRÍCOLA.....	108
6.2.1 SITUACIÓN ACTUAL DE LOS PRODUCTORES DE SAN JUAN DE LA MAGUANA .....	108
6.2.2 CEREALES EN LA PROVINCIA DE SAN JUAN DE LA MAGUANA.....	108
6.2.3 CEREALES DE MAYOR POTENCIALIDAD .....	109
6.3 REPORTE DE ENTREVISTAS A PRODUCTORA DE POLLO Y CERDOS HERMANOS ABREU .....	111
6.3.1 OPINIÓN ACERCA DE LA OFERTA DE CEREALES (MAÍZ Y SORGO).....	111
6.3.2 POTENCIALIDAD DEL MERCADO DE CEREALES DE SAN JUAN DE LA MAGUANA ..	112
6.4 HALLAZGOS RELEVANTES DE LAS ENTREVISTAS .....	112
VII TALLER PARTICIPATIVO PRODUCTORES SAN JUAN DE LA MAGUANA.....	113
7.1 OBJETIVOS DEL TALLER .....	113
7.2 METODOLOGÍA.....	113
7.3 TÉCNICAS DE MOTIVACIÓN.....	113
7.4 EVALUACIÓN DE PROPUESTAS.....	113
7.5 CRITERIOS PARA VOTACIÓN .....	114
7.6 AGENTES LOCALES PARTICIPANTES.....	114
7.7 PREGUNTAS DEL TALLER .....	115
7.8 DESARROLLO DEL TALLER.....	115
7.8.1 PREGUNTAS DE AUTOEVALUACIÓN .....	116
7.8.2 PREGUNTAS DE EVALUACIÓN.....	120
7.8.2.7 SELECCIÓN DE PROPUESTAS MAS VALORADAS POR LOS PARTICIPANTES .....	125
7.8.3 LOS MITOS DE LOS PRODUCTORES DE SAN JUAN .....	125
7.8.4 CONCLUSIONES DEL TALLER .....	126
7.8.5 RECOMENDACIONES .....	126
VIII. ANÁLISIS FODA PRODUCTORES DE CEREALES DE SAN JUAN DE LA MAGUANA.....	127

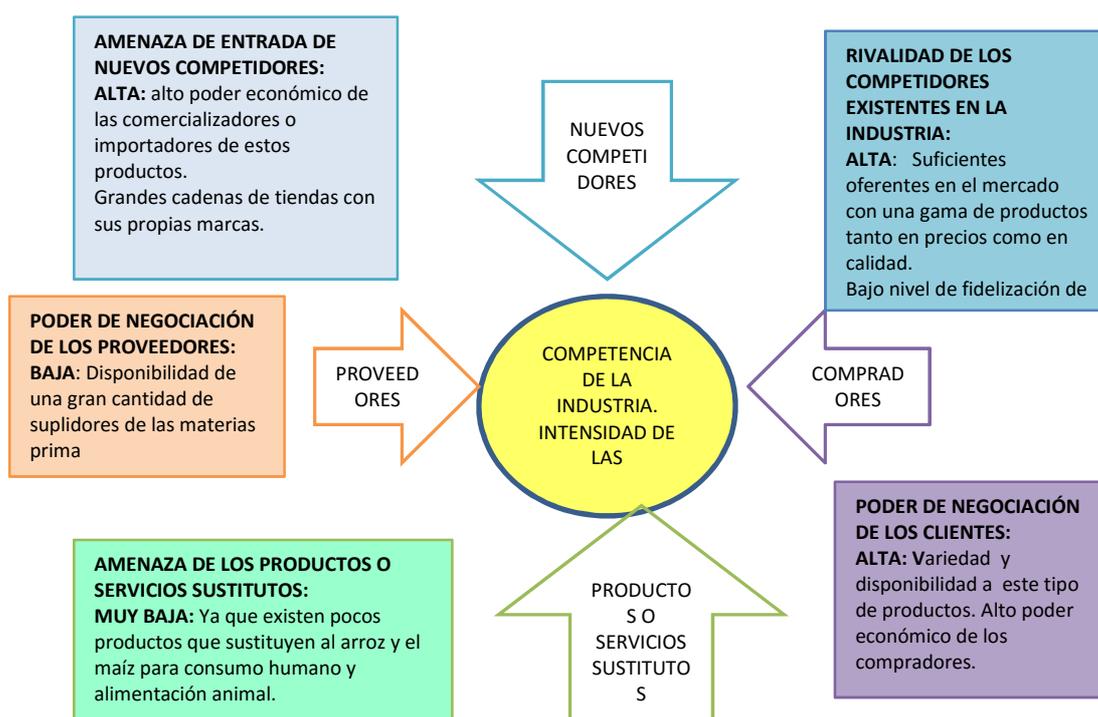
8.1 ANÁLISIS FODA PONDERADO.....	128
IX MATRIZ ESTRATÉGICA DE MERCADO.....	131
X ANÁLISIS, CONTROL Y MITIGACIÓN DE RIESGOS .....	132
XI MODELO DE NEGOCIOS PROPUESTO PARA LOS PRODUCTORES DE CEREALES DE SAN JUAN DE LA MAGUANA.....	133
11.1 MODELO ACTUAL .....	135
11.2 MODELO PROPUESTO .....	136
11.2.1 BENEFICIOS DE ESTE NUEVO MODELO .....	137
11.2.2 MODELO DE NEGOCIOS (BUSINESS MODEL CANVAS).....	138
XII PLAN DE MARKETING PARA LOS PRODUCTORES DE ARROZ Y MAÍZ DE SAN JUAN DE LA MAGUANA.....	139
12.1 SITUACIÓN ACTUAL DE MERCADO DE LA LOS PRODUCTORES DE ARROZ Y MAÍZ DE SAN JUAN DE LA MAGUANA.....	139
12.2 OBJETIVOS.....	140
12.3 LA OFERTA DE ARROZ Y MAÍZ .....	140
12.4 LA DEMANDA DE ARROZ Y MAÍZ.....	141
12.4.1 VARIABLES DE LA DEMANDA TOMADAS EN CONSIDERACIÓN:.....	141
12.5 ANÁLISIS FODA DEL MERCADO DE LOS PRODUCTORES .....	142
12.6 EL MACRO ENTORNO .....	142
12.7 EL MERCADO DEL ARROZ.....	143
12.7.1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO .....	143
12.7.2 LA COMPETENCIA .....	144
12.7.3 LOS PRECIOS .....	144
12.7.4 ANÁLISIS FODA DEL ARROZ.....	145
12.8 EL MERCADO DEL MAÍZ.....	145
12.8.1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO .....	145
12.8.2 LA COMPETENCIA .....	146
12.8.3 LOS PRECIOS .....	146
12.8.4 ANÁLISIS FODA DEL MAÍZ .....	147
12.9 CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE CEREALES DE SAN JUAN DE LA MAGUANA.....	148
12.10 PLAN DE ACCIÓN .....	149
XIII EVALUACIÓN GENERAL DEL MERCADO.....	150
RECOMENDACIONES FINALES.....	152
ANEXOS .....	153

## RESUMEN EJECUTIVO

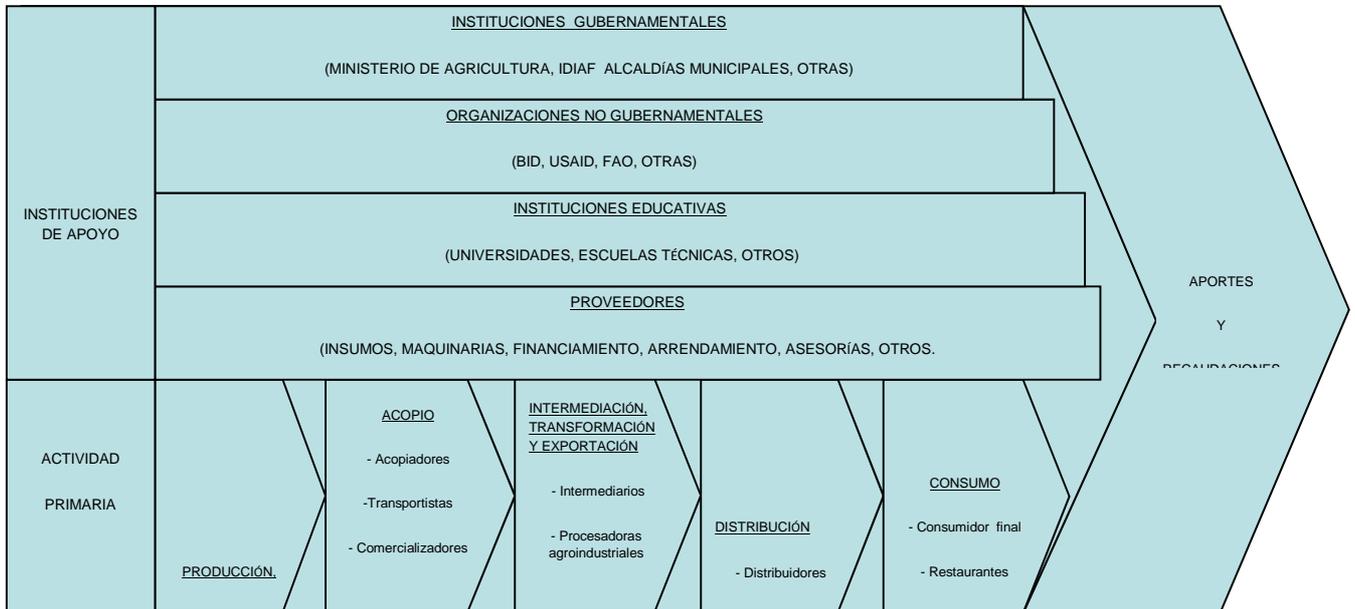
Bajo el marco del Programa de Desarrollo Productivo de la Provincia de San Juan el Ministerio de Agricultura, con el financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), ha elaborado un Estudio de Mercado de los Cereales que se producen en la provincial con la finalidad de que pueda determinarse el potencial de comercialización de estos productos a nivel nacional e internacional.

Para la elaboración del estudio se partió del análisis de información tanto primaria como secundaria utilizando diferentes metodologías de levantamiento de información y la estructuración de una serie de instrumentos mercadológico como guía para la obtención de los objetivos deseados, dividido en trece capítulos: Los dos primeros “I) Aspectos Generales del Estudio de Mercado, II) Análisis de Mercado”, contienen una evaluación general e histórica sobre el mercado de Cereales tanto nacional como internacional, los demás capítulos contienen evaluaciones puntuales sobre aspectos de alta relevancia para el estudio.

III) Análisis del Entorno Competitivo, Nos encontramos que las actividades del sector se desarrollas en un entorno amenazado por un alto nivel de competitivo y un mercado de alto riesgo.



IV) La cadena de valor del sector de los Cereales de San Juan, presenta serias dificultades o desequilibrios identificados principalmente en los eslabones de la producción y comercialización.



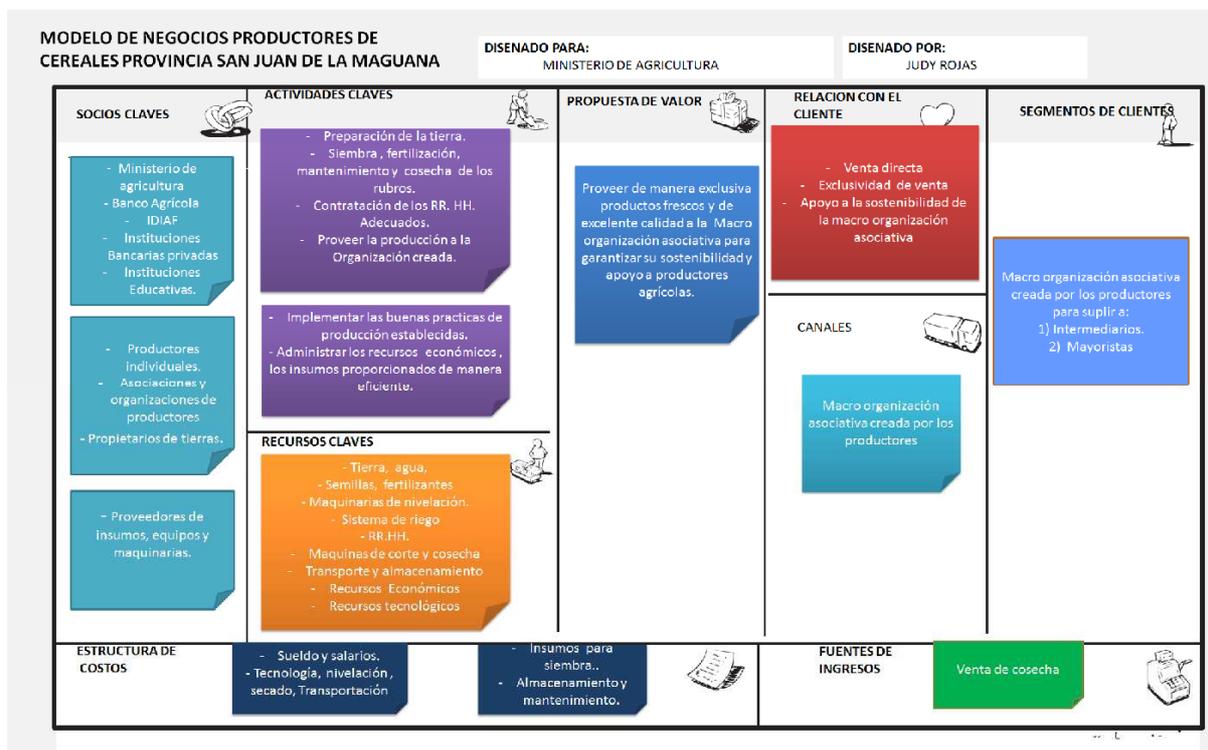
V). Investigación de Mercado, donde se estudiaron tres segmentos “Consumidores, Colmados, Fondas, considerados de alta relevancia para el estudio, donde se comprobó la importancia de estos rubros en la dieta diaria dominicana



VI) Entrevistas focalizadas a productores, técnicos y expertos agrícolas y productores pecuarios y VII) un Taller Participativo con Productores y Técnicos Agrícolas donde se ha identificado que la mayor potencialidad de mercado de los cereales que se producen en San Juan de la Maguana recae sobre el maíz tanto por la capacidad productiva de este cereal como también porque existe un mercado local insatisfecho y con un alto déficit de producción local.

VIII) El Análisis FODA donde se identificaron cada una de las variables que inciden positivamente y negativamente en los productores de San Juan y a su vez se elaboró, IX). Una Matriz Estratégica de Mercado y la X). Evaluación y Control de Riesgo como forma de definir estratégicas y mitigar los riesgos que se identifican en el FODA.

XI. El Modelo de Negocios propuesto y XII) Plan de Marketing que plantean la necesidad de crea esquema asociativo, basado en un fondo de garantía reembolsable a 5 años operado bajo la modalidad de fondo rotativo a través de una federación de asociaciones de productores donde se concentre todas las operaciones de comercialización y venta de los Cereales.



Dentro de los principales hallazgos en “XIII) La Evaluación General de Mercado” se pueden resaltar: Que en el corto y mediano plazo no se vislumbra ningún potencia en el mercado internacional, es un mercado altamente competitivo, el maíz es el cereal de mayor potencial en el país, existe una alta disposición de los productores pecuarios en adquirir el maíz que se produce en San Juan, entre otros.

## INTRODUCCIÓN

El Ministerio de Agricultura dentro de su “Programa de Desarrollo Productivo de la Provincia de San Juan”, con el financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), busca contribuir con el desarrollo productivo y la capacidad exportadora de la provincia de San Juan de la Maguana en la República Dominicana y en el marco de este se ha determinado que los cereales representan uno los renglones de rubros de mayor producción, comercialización y venta de la provincia.

En ese orden, se identificó la necesidad de la realización de un Estudio de Mercado de los Cereales que se producen en la provincial con la finalidad de que pueda determinarse el potencial real de comercialización de estos productos a nivel nacional e internacional.

El presente estudio pretende proporcionar información actualizada, a través de la recolección, evaluación y análisis de informaciones primarias y secundarias, acerca del mercado de los cereales a nivel nacional e internacional, identificar los aspectos de mayor relevancia para definir las acciones y estratégicas que deben ser implementadas, proponer el modelo de negocios idóneo para la sostenibilidad del sector y diseñar el Plan de Marketing que permita potencializar y desarrollar el mercado de cereales de San Juan de la Maguana.

El estudio está compuesto del 13 capítulos: I) Los Aspectos Generales, II) Análisis del Mercado, III) Análisis del Entorno Competitivo, IV) Cadena de Valor, V) Investigación de Mercado, VI) Entrevistas Focalizadas, VII) Taller Participativo, VIII) Análisis FODA, IX) Matriz Estratégica de Mercado, X) Análisis, Control y Mitigación de Riesgos, XI) Modelo de Negocios, XII) Plan de Marketing y por ultimo XIII) La Evaluación General de Mercado y XIV) Las Recomendaciones que entendemos deben tomarse en cuenta para el lograr el desarrollo y la sostenibilidad deseada.

También contempla una sección de Anexos que contiene instrumentos, fotos, y documentación complementaria de soporte que fueron utilizadas para en el desarrollo del estudio.

# **I ASPECTOS GENERALES DEL ESTUDIO DE MERCADO DE CEREALES EN LA PROVINCIA DE SAN JUAN DE LA MAGUANA**

## **I ANTECEDENTES**

San Juan de la Maguana es considerada una de las principales provincias de producción agrícola de la República Dominicana. “El Granero del Sur”, como es llamada por su alta producción de granos, provee al mercado nacional la mayor cantidad de Habichuelas, Maíz y Gandul, y además de estos aporta una variedad de rubros adicionales como son las Cebollas, arroz, papas, batata, hortalizas, entre otros.

Se estima que actividad agrícola involucra en la provincia de San Juan a más de 30,000 personas de los cuales el 90% son medianos y pequeños productores, con un promedio de 50 tareas por productor, en su mayoría están dedicadas a la producción simultánea de varios cultivos.

Según datos del Pre-censo nacional Agropecuarios 2015, realizado por la Oficina Nacional de Estadísticas, a nivel provincial el mayor número de unidades productivas agropecuarias se concentra en la provincia San Juan con 25,908 (8.1%); seguida en orden de importancia por las provincias de: Monte Plata con 20,401 (6.4%), San Cristóbal con 20,048, (6.3%); Santiago con 19,678 (6.2%), Duarte con 19,535 (6.1%); La Vega con 17,895, (5.5%) y Azua con 16,574 (5%). De estas el 62.2 en promedio está destinadas a la producción agrícola.

De manera histórica el sector Agropecuario ha realizado importantes aportes a la economía dominicana, con una contribución promedio anual al PIB de aproximadamente RD\$141,678 millones de pesos brutos, equivalente al 7% del PIB, en el periodo 2005-2014, de los cuales más del 55% son generados por el Subsector agrícola.

### **1.1 JUSTIFICACIÓN**

En la actualidad la producción agrícola de San Juan de la Maguana no ha registrado un crecimiento considerable en la producción y comercialización de sus principales rubros, esto debido a una serie de factores que han incidido de manera negativa, dentro de los cuales podemos citar:

- La sequía que se ha registrado en los últimos años.

- Necesidad de aplicación de tecnología de punta para los cultivos.
- Importación de estos rubros de otros países altamente competitivos.
- Falta de financiamiento con carácter de desarrollo.
- Poca iniciativa de los productores para eficientizar la producción.
- Altos costos de producción.

Es por esto, que el Ministerio de Agricultura ha estructurado el Programa de Desarrollo Productivo y Competitividad de la Provincia de San Juan con la finalidad de beneficiar a productores agropecuarios y todas las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) de la provincia de San Juan a través del mejoramiento de:

- Las condiciones de acceso al crédito,
- Mejoramiento de la accesibilidad a mercados,
- La optimización los recursos hídricos disponibles y
- El acondicionamiento de la red vial provincial para la reducción de los costos de transporte.

Estas acciones persiguen generar un impacto positivo que se traduzca en un mejoramiento significativo de la productividad y competitividad de los sectores beneficiados y a su vez en mayor rentabilidad.

## **1.2 OBJETIVO GENERAL**

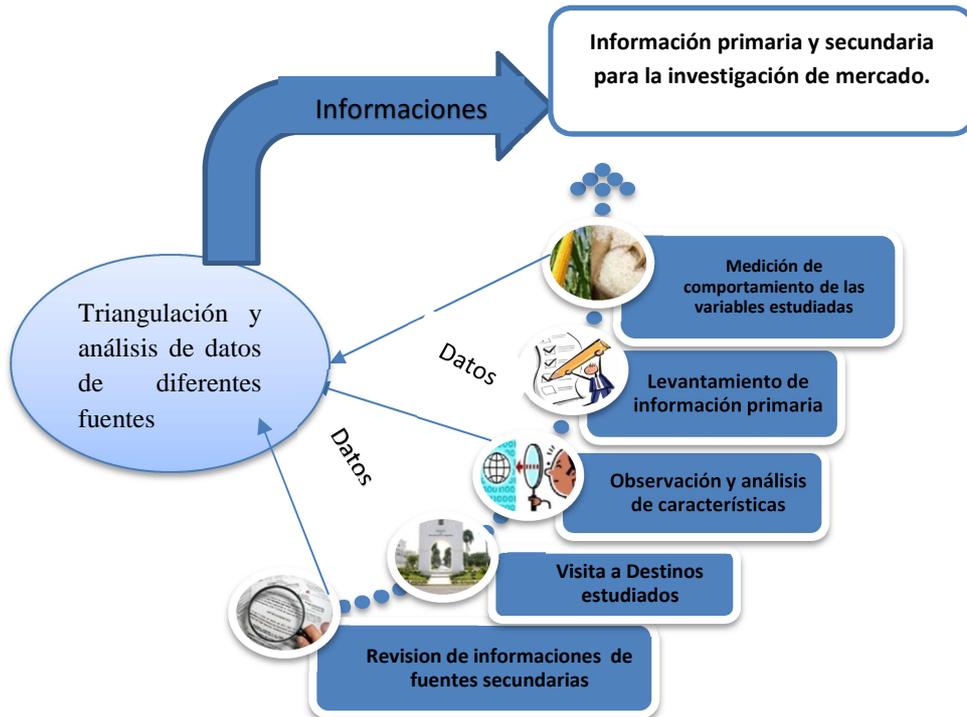
Desarrollar un estudio de mercado de los Cereales producidos en San Juan de la Maguana, a fin de que pueda determinarse el potencial de comercialización de estos productos a nivel nacional e internacional.

### **1.2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar cual ha sido la evolución del Tamaño de Mercado Nacional e Internacional de todas las variedades de Cereales.
- Determinar las Preferencias de consumo y los factores que la determinan, a nivel nacional e Internacional por tipo de variedades de los Cereales.
- Identificar cual es la participación porcentual en el mercado de Cereales, por los productores de la provincia de San Juan, tanto a nivel nacional como Internacional.
- Indagar sobre evolución de los precios a nivel nacional e internacional de las variedades que componen los Cereales.

### 1.3 METODOLOGÍA

La metodología utilizada implica un proceso interactivo continuo de obtención de información de diferentes fuentes relacionadas al proyecto de acuerdo a los objetivos deseados:



## **II ANÁLISIS DE MERCADO**

### **2.1 LOS CEREALES**

#### **2.1.1 DESCRIPCIÓN**

Los cereales son plantas de la familia de las gramíneas, cuyos miembros producen semillas comestibles y nutritivas, los granos. Pero también se utiliza la palabra cereal para designar las semillas mismas y los productos elaborados con ellas, como los cereales para el desayuno, estos constituyen la fuente de nutrientes más importante de la humanidad. Históricamente están asociados al origen de la civilización y cultura de todos los pueblos.

En nuestro ambiente la forma de consumo de los cereales es muy variada; pan, bollería, pasteles, pastas, copos o cereales expandidos; pero también sirven como materia prima para industrias de bebidas alcohólicas como la cerveza o el whisky.

## 2.1.2 VARIEDADES DE CEREALES Y SUS CARACTERÍSTICAS

De acuerdo a los especialistas, se calcula que existen más de 9,000 variedades de cereales en el mundo, dentro de estos los más populares y comercializados son:

CEREAL	CARACTERÍSTICAS	VARIEDADES
<b>MAÍZ</b> ( <i>Zea Mays</i> ) 	<p>Es la variedad de cereal con mayor producción a nivel mundial. Este cereal es ideal para los celíacos, ya que no contienen gluten, por lo que pueden comerlo sin ningún problema. También, es un alimento recomendado para los deportistas y tiene la facultad de ayudar a reducir el colesterol malo (HDL). Tiene múltiples aplicaciones como alimento animal y usos industriales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maíz Baby</li> <li>- Maíz dulce</li> <li>- Maíz para mazorcas verdes</li> <li>- Proteínas de calidad</li> <li>- Ceroso</li> <li>- Harinoso</li> <li>- Dentado</li> <li>- Reventón</li> <li>- Duro</li> </ul>
<b>ARROZ</b> ( <i>Oryza sativa</i> ) 	<p>Se trata del segundo grano en cuanto a niveles de producción a nivel mundial y constituye de esta manera un alimento clave en países latinoamericanos y asiáticos. Se trata de una de las comidas que más aportes calóricos produce y se estima que es originaria de la India o China. Requiere ambientes altamente húmedos para su producción.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Glutinoso</li> <li>- De grano largo</li> <li>- De grano medio</li> <li>- De grano redondo</li> <li>- Vaporizado</li> <li>- Tailandés</li> <li>- Indio</li> <li>- Basmati</li> </ul>
<b>TRIGO</b> ( <i>Triticum Aestivum</i> ) 	<p>Ocupa el tercer lugar en cuanto a la producción de cereal a nivel internacional y es el que más se consume por la población humana. El trigo también se utiliza en la producción de alimentos animales, almidón y etanol.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Espelta</li> <li>- Kamut</li> <li>- Bulgur</li> </ul>
<b>CEBADA</b> ( <i>Hordeum Vulgare</i> ) 	<p>Este cereal resulta esencial tanto en la dieta de los seres humanos como de los animales, es por esto que ocupa el lugar número cuatro dentro del ranking de los granos más producidos a nivel mundial y se cosecha entre los meses de mayo y junio.</p>	
<b>SORGO</b> ( <i>Sorghum Vulgare</i> ) 	<p>Es un cereal como este es muy utilizado no sólo para la dieta de los seres humanos, sino también como alimento para animales e incluso para la confección de bebidas alcohólicas. Con origen en Asia, América y Europa, se trata de un cereal que carece de gluten, por lo que también puede ser consumido por celíacos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kafir</li> <li>- Milo</li> <li>- Advanta</li> <li>- Arcadia</li> <li>- Asgrow Ambar</li> <li>- BMR</li> <li>- VDH 422</li> <li>- Charrua DP</li> <li>- Carhué</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Azucarero</li> <li>- Sudan</li> <li>- Almun</li> <li>- Carilauquen</li> <li>- Doura</li> <li>- Durra</li> <li>- Kaoliang</li> <li>- Shallu</li> </ul>

CEREAL	CARACTERÍSTICAS	VARIETADES
<p><b>MIJO</b> (<i>Panicum millaceum</i>)</p> 	<p>Es un término colectivo que abarca varias gramíneas de ciclo anual y semillas pequeñas cultivadas por sus granos, especialmente en tierras marginales localizadas en zonas áridas de regiones templadas, subtropicales o tropicales. Las zonas de mayor producción se encuentran en India y Nigeria. El mijo, además, es un cereal muy rico en energía, también resulta indispensable en la dieta de las personas celíacas. Es un grano que puede soportar cambios bruscos de temperatura, su crecimiento es rápido y tiene una alta resistencia contra plagas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perla</li> <li>- Menor</li> <li>- Común</li> <li>- Dedo</li> <li>- Perenne</li> <li>- Japonés</li> <li>- Koda</li> <li>- Fonio</li> <li>- Silvestre</li> </ul>
<p><b>AVENA</b> (<i>Avena Sativa</i>)</p> 	<p>Este es otro de los cereales elementales dentro de la dieta del ser humano, aunque actualmente se lo utiliza más como alimento para animales. Aporta importantes cantidades de <b>calcio, minerales</b>, así como también <b>vitaminas</b> y es ideal para quienes necesitan energías o padecen estrés.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Abyssinica</li> <li>- Barbata</li> <li>- Brevis</li> <li>- Fatua</li> <li>- Maroccana</li> <li>- Nuda</li> <li>- Occidentalis</li> <li>- Pubescens</li> <li>- Pratensis</li> <li>- Sativa</li> <li>- Sterilis</li> <li>- Strigosa</li> </ul>
<p><b>CENTENO</b> (Secale Cereales)</p> 	<p>Este grano, que forma parte de la familia del trigo, es muy utilizado para la confección de bebidas alcohólicas como el whisky, vodka o aguardientes, además de ser utilizado para la fabricación de harinas para comer. La espiga del centeno se caracteriza por ser alargada y de un delgado grosor. Este fruto florece entre los meses de mayo y julio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Giganton</li> <li>- Tetra Petkus</li> <li>- Galma</li> </ul>

## 2.2 COMPORTAMIENTO MUNDIAL DEL MERCADO DE CEREALES

Los cereales siguen siendo con gran diferencia la fuente de alimentos más importante del mundo, tanto para el consumo humano directo como, de una manera indirecta, para los insumos de la producción pecuaria. Por tanto, lo que ocurra en el sector de los cereales será crucial para los suministros mundiales de alimentos.

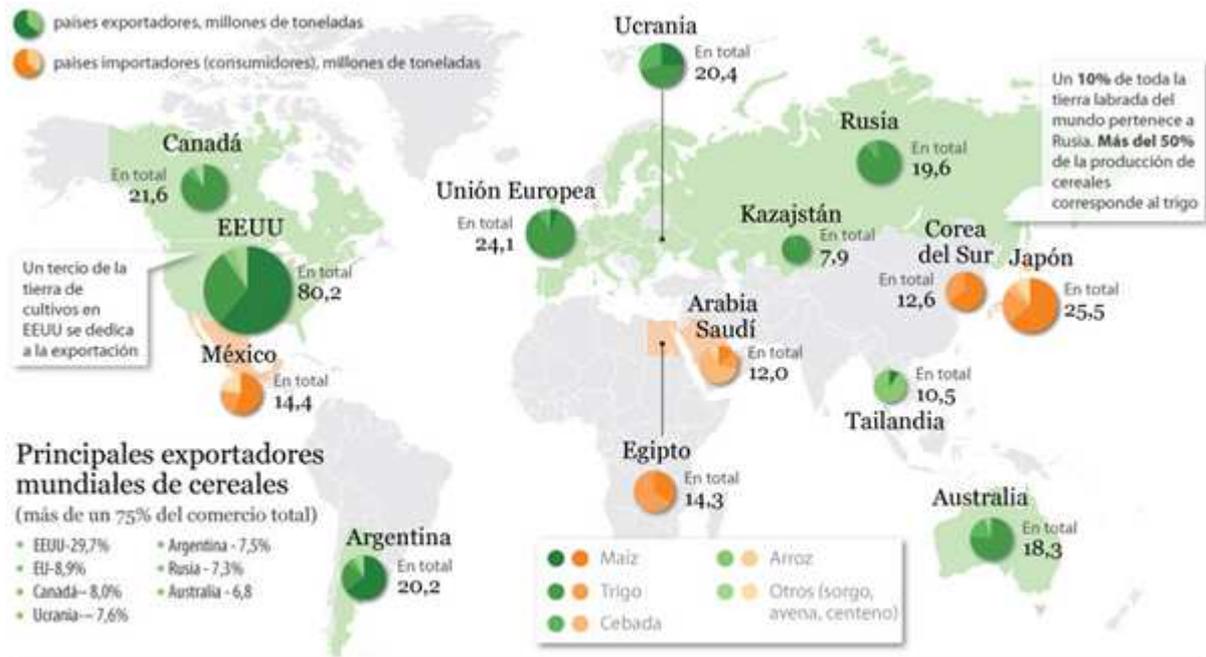
<b>Mercado mundial de cereales</b>						
	<b>2012/13</b>	<b>2013/14</b>	<b>2014/15</b>	<b>2015/16</b> estimación	<b>2016/17</b> pronóstico	
					<b>Anterior</b> (07 abr 2016)	<b>Actual</b> (05 mayo 2016)
	(..... millones de toneladas .....)					
<b>Producción<sup>1</sup></b>	2,292.9	2,518.4	2,561.0	2,525.7	2,521.2	<b>2,525.6</b>
<b>Suministros<sup>2</sup></b>	2,839.7	3,042.8	3,144.7	3,161.2	3,156.7	<b>3,161.4</b>
<b>Utilización</b>	2,324.3	2,427.2	2,502.5	2,522.2	2,547.5	<b>2,549.2</b>
<b>Comercio<sup>3</sup></b>	318.2	361.7	376.1	373.8	365.1	<b>367.0</b>
<b>Existencias al final del ejercicio<sup>4</sup></b>	524.4	583.7	635.5	635.8	610.7	<b>614.9</b>
	(..... por ciento .....)					
<b>Relación mundial existencias-utilización</b>	21.6	23.3	25.2	24.9	23.2	<b>23.4</b>
<b>Relación existencias-desaparición en los principales exportadores<sup>5</sup></b>	16.7	17.7	17.6	16.1	14.6	<b>14.9</b>

Fuente:

FAO

La producción mundial Cereales ha registrado niveles de crecimiento constantes desde el año 2012 hasta la fecha, alcanzando su mayor producción en la campaña de 2014-2015, aun mayor que la proyectada para el 2016/2017, sin embargo existe un déficit de producción para satisfacer la demanda mundial de cereales por lo que los principales países exportadores han utilizado sus existencias de reservas para hacerle frente a dicha demanda.

## 2.2.1 PRINCIPALES EXPORTADORES E IMPORTADORES

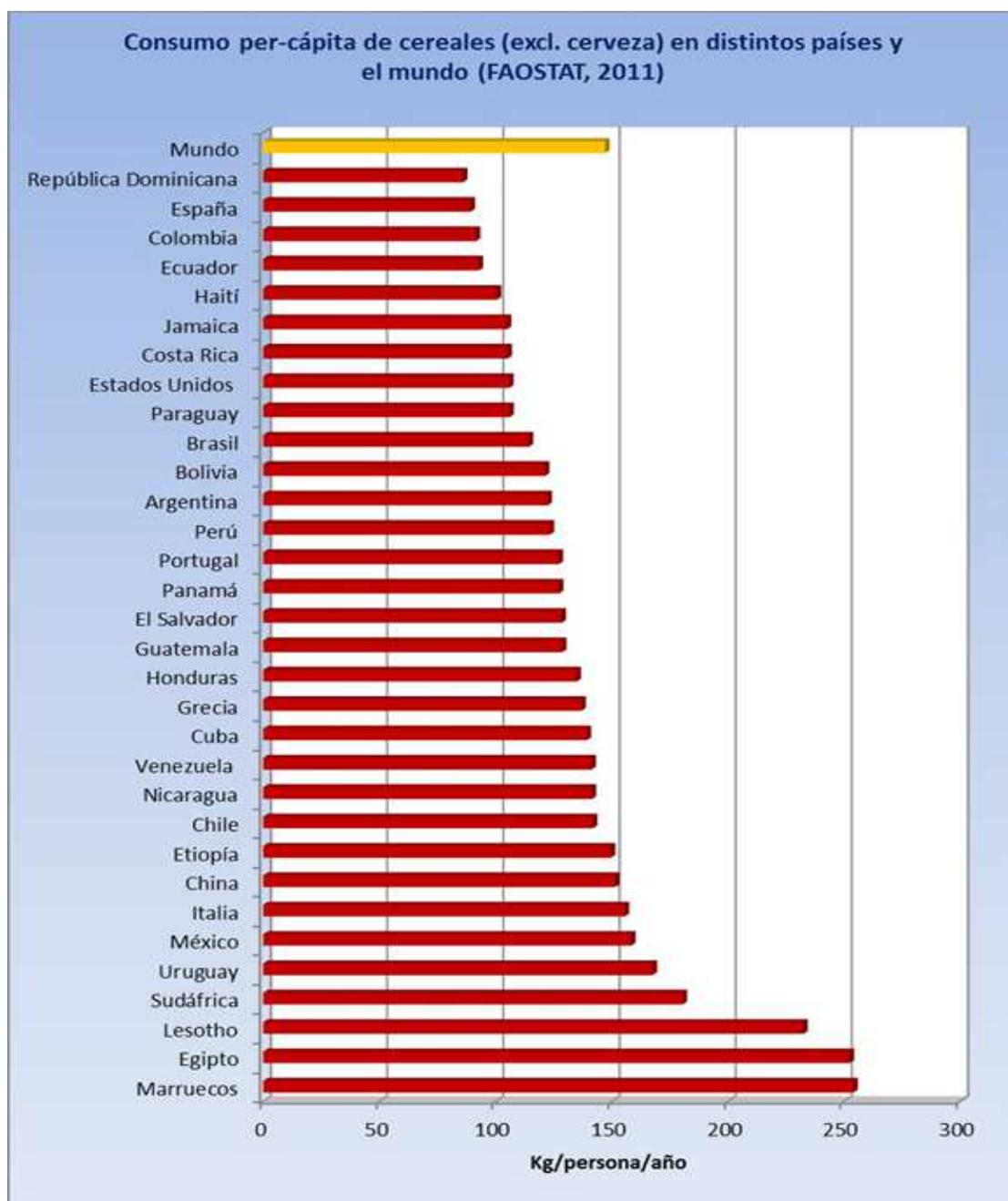


Fuente:  
Departamento de Agricultura de los EE.UU.

Según datos del Departamento de Agricultura de EE. UU., la primera posición como país exportador de cereales la ocupa Estados Unidos, supe casi el 30% del mercado exportador de cereales, siendo el maíz su principal rubro de exportación, seguido por la Unión Europea con un 8.9%, con el trigo como su principal rubro para la exportación.

En cuanto a la importación, los dos principales países importadores de cereales son Japón y México, ambos coinciden en que el principal rubro de importación es el maíz.

## 2.2.2 CONSUMO PER-CÁPITA DE CEREALES



Fuente:  
FAO

De acuerdo a datos de la FAO, el consumo per-cápita promedio de cereales a nivel mundial para el año 2011, se situaba cerca de los 150 KG por año, siendo Marruecos y Egipto las naciones de mayor consumo per-cápita de cereales, estos consumen más de 250 Kg por año.

El consumo per-cápita por año en la República Dominicana estaba situado en aproximadamente en 80 KG, casi la mitad del promedio mundial.

### 2.2.3 TRATADOS COMERCIALES.

La Republica Dominicana (RD) tiene vigente en la actualidad 5 acuerdos comerciales:

TRATADO	FIRMA	VIGENCIA
(CARICOM)	Agosto del año 1998	Diciembre del 2000
Centroamérica	Abril de 1998	Marzo del 2002.
Acuerdo Parcial entre la República Dominicana y Panamá	Julio de 1985	Noviembre del 2003
DR-CAFTA RD-Centroamérica y los Estados Unidos	Agosto del 2004	Marzo del 2007
EPA	Octubre del 2008	Enero del 2009

#### 2.2.3.1 ASPECTOS RELEVANTES DE LOS ACUERDOS PARA CEREALES

De los acuerdos comerciales internacionales que posee la Republica Dominicana relacionados con los cereales sujetos del presente estudio, el acuerdo EPA y el DR-CAFTA ( que incluye a Centroamérica), son los más representativos en términos de efectos posibles para las oportunidades y/o amenazas de comercialización de los rubros arroz y maíz.

Las condiciones de relevancia la presentamos a continuación:

#### 1- ARROZ:

##### a- EPA/CARICOM

Los bienes agropecuarios originarios de los Estados del CARIFORO tienen un acceso libre de arancel y de cuota al mercado europeo. Inicialmente, la Unión Europea tenía como excepción el **arroz**, pero luego fue eliminado a través del arancel de nación más favorecida, ( anexo II CARICOM).

##### ARANCEL NACIÓN MÁS FAVORECIDA (NMF)

Es aplicable a los productos excluidos del Acuerdo. República Dominicana negoció la **exclusión del arroz**, por lo que este producto originario de la Unión Europea entra al mercado dominicano a tasa NMF al igual que desde Republica Dominicana hacia UE y países del CARIFORO.

## b- DR-CAFTA

### MEDIDAS SALVAGUARDIA AGRÍCOLA Y CONTINGENTES ARANCELARIOS

La República Dominicana acordó con los países de Centroamérica y los Estados Unidos **salvaguardias especiales** para sus importaciones de **arroz**. Las medidas de salvaguardia se aplican para prevenir daño a la producción nacional por efecto del aumento de importaciones en el marco del Tratado.

El arroz adicionalmente está sujeto a **contingentes arancelarios**. Los contingentes arancelarios son instrumentos fruto del proceso de arancelización que los Miembros tuvieron que aplicar al negociar el Acuerdo sobre Agricultura de la OMC. El Decreto No. 505-99, de fecha 24 de noviembre de 1999, es el instrumento legal que rige la administración de los contingentes arancelarios OMC (Rectificación Técnica). ( anexo3-3, lista República Dominicana).

#### 2- MAÍZ:

El maíz en relación al comercio internacional, tiene relevancia en términos de las importaciones ya que el tipo y volumen de la producción local no es para exportación. Aunque el maíz se encuentra sujeto a **contingente arancelario** en el marco del Acuerdo de la OMC, su importación se realiza en base a un Sistema de **Licencias de Importación Automáticas**, por lo que no se lleva a subastas. Esto es aplicable tanto para maíz para consumo animal como para maíz para consumo humano

La información relativa a las cantidades y tasas aplicadas se encuentra a continuación:

PRODUCTOS	TONELADAS MÉTRICAS	ARANCEL DENTRO CONTINGENTE	ARANCEL FUERA CONTINGENTE
MAÍZ	1,091,000	No aplica*	No aplica*
ARROZ	17,810	20%/14%	99%

Fuente : OTCA 20 Nota :\* La tasa dentro de contingente negociada para el maíz fue de 5% y la tasa fuera de 40%,sin embargo debido a las necesidad de maíz en el país, el gobierno permite sus importaciones a tasa cero, sin que haya que obtener un permiso en subasta pública.

### Desgravacion de algunos Productos Sensibles Economía Dominicana



El arroz, puede verse que el mismo quedó protegido por veinte años, con un periodo de gracia de diez años. Esto quiere decir que este producto comenzará a desgravarse a partir de este año 2016 con la modalidad de desgravación “backloading”, que no es más que un desmonte arancelario más suave en los primeros años del periodo de transición, y luego un desmonte más acelerado en los últimos. Incluyendo 10 años de gracia (no se desmonta el arancel) en los primeros 10 años.

La condición propia de no estar dentro de los principales productores del mundo en ninguno de estos dos productos, genera condiciones favorables de frente a acuerdos internacionales donde un incremento en la productividad de Republica Dominicana, en el caso del arroz puede aportar al déficit internacional sin afectar a sus socios comerciales y en el caso del maíz puede fortalecer el consumo interno de producirse un aumento de la oferta ya que los tipos de maíz producidos localmente y los importados poseen características diferentes tanto en estructura como en relación a los consumidores y tipo de mercados.

## **2.3 ANÁLISIS DEL MERCADO NACIONAL DE LOS CEREALES DE SAN JUAN DE LA MAGUANA**

### **2.3.1 LOS CEREALES EN EL MERCADO NACIONAL**

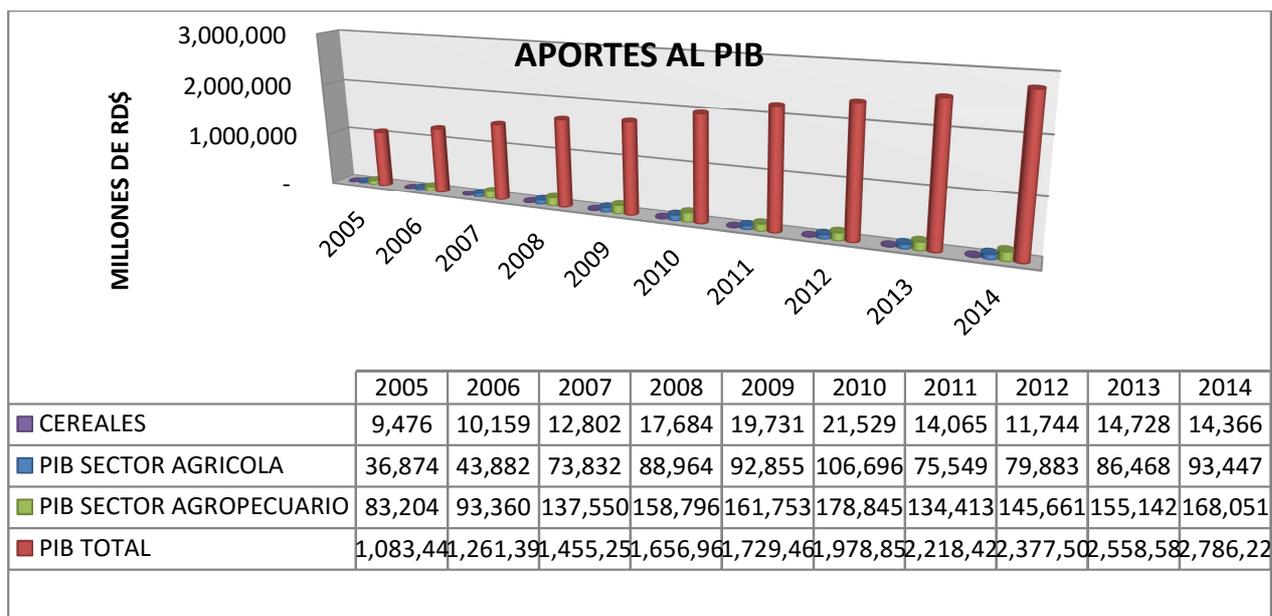
Dentro de las actividades económicas en la República Dominicana la agricultura representa una de las más importantes y dentro de estas la producción de Cereales tiene una alta relevancia, ya que el arroz es uno de los cultivos de mayor trascendencia social, no solo porque es parte fundamental de la dieta dominicana, sino porque también genera una gran cantidad empleos directos e indirectos y el impacto en el encadenamiento productivo que ejerce.

El maíz por su parte contribuye además de la alimentación humana, a la alimentación animal, estos a su vez son destinados a satisfacer el consumo humano de carnes de cerdo y pollos, huevos, entre otros. Por lo que de manera directa e indirecta incide significativamente en la economía de la Nación.

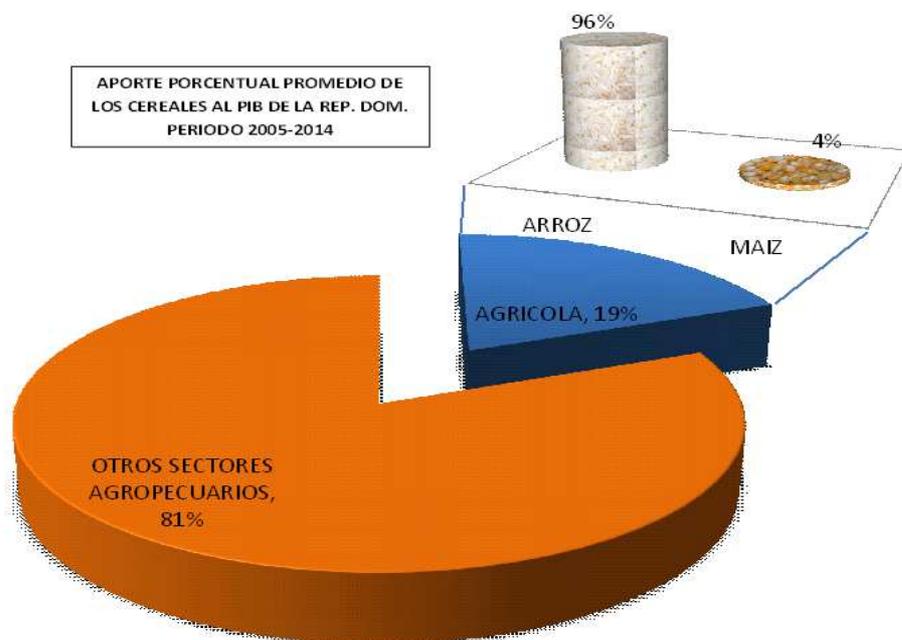
En una pequeña proporción se cultiva Sorgo, este cereal es destinado a la alimentación animal y no tiene una incidencia relevante en la producción agrícola de cereales y tampoco en la economía del país.

#### ***2.3.1.1 APOORTE AL PRODUCTO INTERNO BRUTO***

De manera histórica el sector Agropecuario ha realizado importantes aportes a la economía dominicana, con una contribución promedio anual al PIB, en el periodo 2005-2014, de aproximadamente RD\$141,678 millones de pesos brutos equivalente al 7% del PIB, de los cuales más del 55% es generado por el Subsector agrícola.



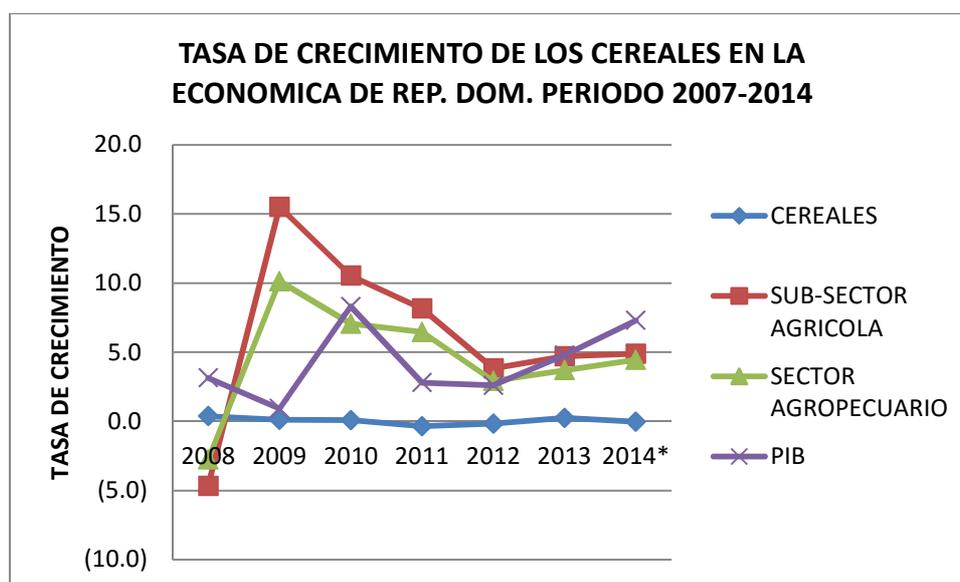
El cultivo de cereales, por su parte, aportó un promedio anual al PIB de RD\$14,629 millones de pesos, esto representa un 19% de la contribución promedio del sector agrícola al PIB.



En términos porcentuales el aporte de los cereales a la economía dominicana es de un 0.77%, está conformado en un 96% por el cultivo de Arroz y el restante 4% por el cultivo de Maíz.

### 2.3.1.2 CRECIMIENTO

Los cereales han registrado un comportamiento de poco crecimiento en el periodo 2007-2014 con tan solo un 0.4%, contrario a lo que ha acontecido en los demás componentes del Sub-sector agrícola que registro un crecimiento promedio de un 6.14% y a la economía en sentido general que también ha registrado un crecimiento promedio sostenido de un 4% durante el mismo periodo, podemos inferir que la merma en la producción del arroz, producto de los efectos medioambientales, puede ser una de las principales causantes del lento crecimiento de este componente.



## 2.4 PRODUCCIÓN NACIONAL DE CEREALES

### 2.4.1 ÁREA SEMBRADA

**CONSOLIDADO NACIONAL DE ÁREA SEMBRADA 2012-2015  
(VALORES EXPRESADOS EN TAREAS TAS)**

CULTIVOS	2012	2013	2014	2015	TOTAL	PROMEDIO	PARTICIPACIÓN %
Arroz	2,650,756	2,767,264	2,616,449	2,571,143	10,605,612	2,651,403	85%
Maíz	426,198	458,723	448,886	459,067	1,792,874	448,219	14%
Sorgo	21,600	38,633	18,249	14,856	93,338	23,335	1%
<b>TOTAL</b>	<b>3,098,554</b>	<b>3,264,620</b>	<b>3,083,584</b>	<b>3,045,066</b>	<b>12,491,824</b>	<b>3,122,956</b>	<b>100%</b>

Fuente:  
Ministerio de Agricultura  
Criterios propios

La República Dominicana cuenta con una superficie promedio de 3,122,956 tareas de áreas sembradas de cereales, dedicada en su gran mayoría al cultivo de Arroz, este ocupa el 85% de la superficie total de siembra, seguido por el maíz con el 14%.

## 2.4.2 PRODUCCIÓN ESTIMADA DE CEREALES

### 2.4.2.1 CONSOLIDADO DE PRODUCCIÓN NACIONAL DE CEREALES

#### CONSOLIDADO NACIONAL DE PRODUCCIÓN DE CEREALES 2010-2015 (VALORES EXPRESADOS EN QUINTALES QQ.)

CULTIVO	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TOTAL	PROMEDIO	PARTICIPACIÓN %
Arroz	12,507,345	12,150,550	11,236,595	11,817,259	11,729,081	11,812,172	46,595,107	11,648,777	92.70%
Maíz	773,330	781,111	916,920	1,001,234	793,075	750,799	3,462,028	865,507	6.89%
Sorgo	25,356	49,415	43,603	85,928	35,167	41,748	206,446	51,612	0.41%
<b>TOTAL</b>	<b>13,306,031</b>	<b>12,981,076</b>	<b>12,197,118</b>	<b>12,904,421</b>	<b>12,557,323</b>	<b>12,604,719</b>	<b>50,263,581</b>	<b>12,565,895</b>	

Fuente:  
Ministerio de Agricultura  
Criterios propios

La producción de cereales en el país está dominada por el cultivo de arroz, con un promedio anual de 11,648,777 millones de quintales equivalente al 92.70% de la producción de cereales, esto guarda estrecha relación con el área productiva dedicada a la siembra y cultivo de este rubro que también ocupa el primer lugar.

### 2.4.2.2 PRODUCCIÓN DE CEREALES POR REGIÓN

La República Dominicana está dividida en regiones productivas que se dedican al cultivo de diferentes rubros, por lo general cada región se especializa en uno o dos rubros principales por sus condiciones de suelo, medioambientales y climáticas. En ese orden las principales regiones productivas de Cereales son Nordeste, Noroeste, Norcentral, Suroeste y Sur. La región Sur está dentro de esta clasificación porque domina la producción de Sorgo, no necesariamente porque registra altos niveles de producción.

MAPA DE REGIONES DE PRODUCCIÓN DE CEREALES EN LA REP. DOM.



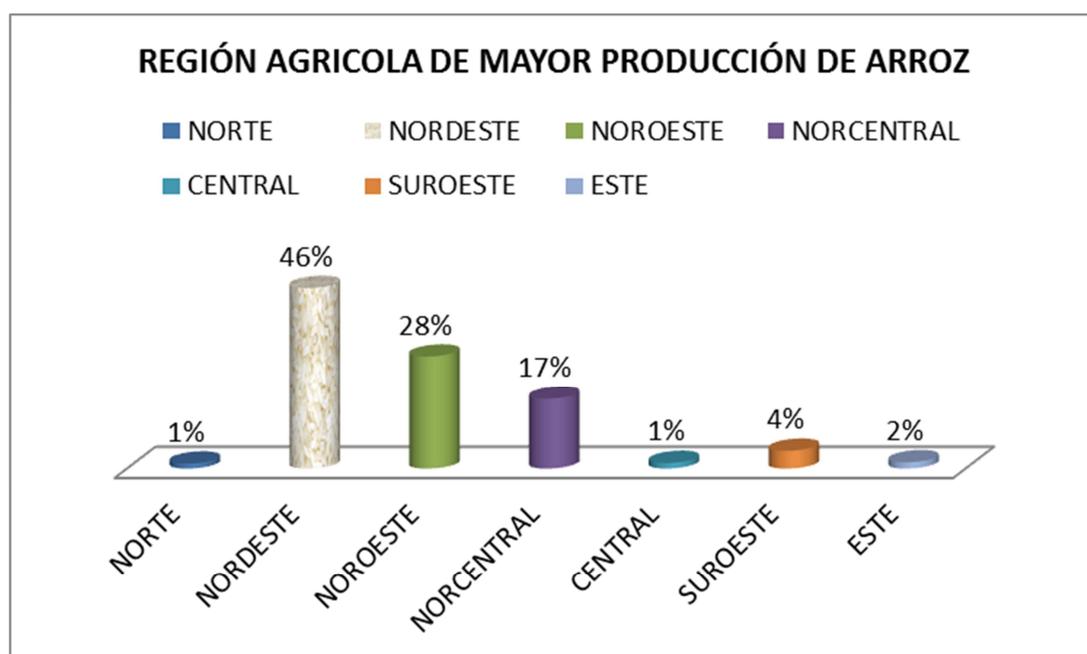
### 2.4.2.2.1 PRODUCCIÓN DE ARROZ POR REGIÓN

PRODUCCIÓN ANUAL DE ARROZ POR REGIÓN  
VALOR EXPRESADO EN QUINTALES

REGIONES	2010	2011	2012	2013	2014	2,015	PRODUCCIÓN TOTAL	PROMEDIO ANUAL	PARTICIPACIÓN PORCENTUAL
NORTE	138,961	164,067	117,837	163,201	163,830	130,345	878,241	146,373.49	1%
NORDESTE	5,307,149	5,364,740	5,130,502	5,349,405	5,476,585	5,936,569	32,564,950	5,427,491.62	46%
NOROESTE	3,540,593	3,603,674	3,128,572	3,627,618	3,356,627	2,856,373	20,113,457	3,352,242.81	28%
NORCENTRAL	2,391,203	1,890,395	1,963,034	1,912,535	2,022,073	2,256,016	12,435,256	2,072,542.66	17%
CENTRAL	165,458	243,210	161,519	165,977	183,532	80,319	1,000,015	166,669.09	1%
SUROESTE	716,585	713,200	558,958	514,407	336,931	305,272	3,145,353	524,225.58	4%
ESTE	247,396	171,264	176,173	84,116	189,503	244,258	1,112,710	185,451.67	2%
<b>TOTAL</b>	<b>12,507,345</b>	<b>12,150,550</b>	<b>11,236,595</b>	<b>11,817,259</b>	<b>11,729,081</b>	<b>11,812,172</b>	<b>71,253,002</b>	<b>11,875,500</b>	<b>100%</b>

Fuente:  
Ministerio de Agricultura  
Criterios propios

Debido a que el arroz requiere condiciones de suelo muy particulares para su producción, este rubro es producido en su gran mayoría en el Norte del país, la principal región productiva es la Nordeste, con una producción promedio de los últimos 5 años de 5,427,491 quintales equivalente al 46% de la producción nacional de arroz.



## 2.4.2.2.2 PRODUCCIÓN DE MAÍZ POR REGIÓN

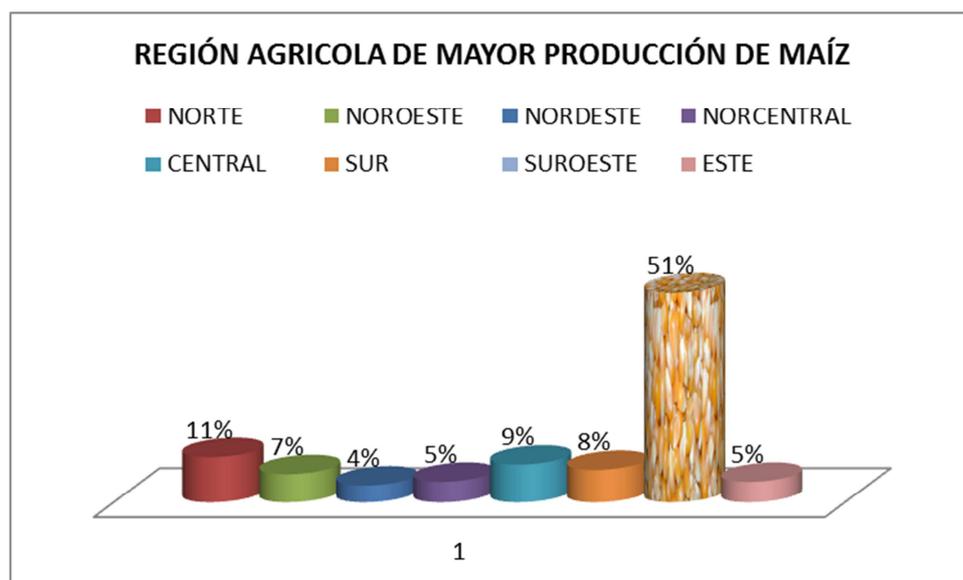
La región SUROESTE compuesta por San Juan de la Maguana conjuntamente con Azua y

### PRODUCCIÓN ANUAL DE MAÍZ POR REGIÓN VALOR EXPRESADO EN QUINTALES

REGIONES	2010	2011	2012	2013	2014	2015	PRODUCCIÓN TOTAL	PROMEDIO ANUAL	PARTICIPACIÓN PORCENTUAL
NORTE	96,342	68,229	110,341	127,047	60,359	90,457	552,775	92,129.14	11%
NORDESTE	20,724	24,830	26,749	45,056	47,940	41,519	206,818	34,469.64	4%
NOROESTE	34,442	47,582	51,778	85,776	73,515	51,497	344,590	57,431.68	7%
NORCENTRAL	34,366	53,172	38,753	47,013	46,786	31,707	251,796	41,966.03	5%
CENTRAL	90,711	92,049	77,364	80,083	77,112	44,399	461,718	76,952.95	9%
SUR	58,801	71,500	68,406	71,972	75,282	51,498	397,459	66,243.16	8%
SUROESTE	407,134	379,891	486,951	499,026	377,033	399,825	2,549,860	424,976.68	51%
ESTE	30,810	43,858	56,578	45,261	35,049	39,897	251,453	41,908.88	5%
<b>TOTAL</b>	<b>773,330</b>	<b>781,111</b>	<b>916,920</b>	<b>1,001,234</b>	<b>793,075</b>	<b>750,799</b>	<b>5,016,469</b>	<b>836,078</b>	

Fuente:  
Ministerio de Agricultura  
Criterios propios

Elías Piña posee un dominio total de la producción de maíz aportando unos 424,976 quintales promedios por año, equivalente al 51% de la producción nacional.



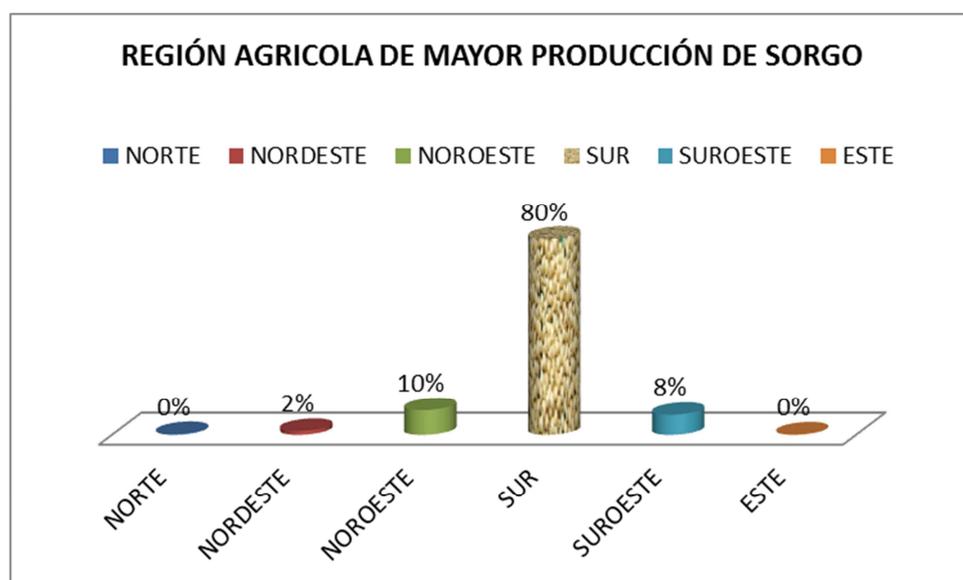
### 2.4.2.2.3 PRODUCCIÓN DE SORGO POR REGIÓN

#### PRODUCCIÓN ANUAL DE SORGO POR REGIÓN VALOR EXPRESADO EN QUINTALES

REGIONES	2010	2011	2012	2013	2014	2,015	PRODUCCIÓN TOTAL	PARTICIPACIÓN PORCENTUAL
NORTE	-	-	957	-	-	-	957	0%
NORDESTE	-	-	4,479	-	-	-	4,479	2%
NOROESTE	-	2,955	1,225	21,775	25	2,352	28,332	10%
SUR	25,356	46,016	36,942	49,552	31,298	34,768	223,932	80%
SUROESTE	-	-	-	14,601	3,844	4,628	23,073	8%
ESTE	-	444	-	-	-	-	444	0%
<b>TOTAL</b>	<b>25,356</b>	<b>49,415</b>	<b>43,603</b>	<b>85,928</b>	<b>35,167</b>	<b>41,748</b>	<b>281,217</b>	<b>100%</b>

Fuente:  
Ministerio de Agricultura  
Criterios propios

El Sorgo no es un cultivo recurrente en la producción y comercialización del sector agrícola en el país y está destinado fundamentalmente a la alimentación animal de los propios productores que la cosecha, por lo que no tiene un peso relevante en la economía dominicana. Como podemos notar este rubro se ha cultivado de manera regular en los últimos 6 años en la región agrícola Sur con un promedio anual de 37,322 quintales.



### 2.4.2.3 RENDIMIENTO POR UNIDAD

#### RENDIMIENTO POR TAREA 2012-2015 (VALORES EXPRESADOS EN QUINTALES QQ POR TAREA.)

CULTIVO	2012	2013	2014	2015	TOTAL	PROMEDIO
Arroz	4.24	4.27	4.48	4.59	17.59	4.40
Maíz	2.15	2.18	1.77	1.64	7.74	1.93
Sorgo	2.02	2.22	1.93	1.00	7.17	1.79
<b>TOTAL</b>	<b>8.41</b>	<b>8.68</b>	<b>8.18</b>	<b>7.23</b>	<b>32.49</b>	

Fuente:  
Ministerio de Agricultura  
Criterios propios

El arroz es el rubro que representa mayor rendimiento por tareas sembradas en el periodo analizado, con un promedio anual de 4.40 quintales por tarea. Este se debe a que es el rubro que goza de mayor tecnificación y experiencia por parte de los productores a nivel nacional.

## **2.5 LOS CEREALES EN LA PROVINCIA DE SAN JUAN DE LA MAGUANA**

Los cereales que se producen y comercializan en la Provincia de San Juan de la Maguana son: Maíz, Arroz y Sorgo, siendo el Maíz el principal de esto, representando el 18% de la producción agrícola total de la provincia y aproximadamente el 46% del total de maíz que se produce en todo el país.

### **2.5.1 VARIEDADES DE CEREALES Y LUGAR DE PRODUCCIÓN EN SAN JUAN**

#### **1) VARIEDAD DE MAÍZ**

se producen diferentes variedades tanto para el consumo humano como también para el consumo animal Dentro de los cuales podemos destacar: Francés Largo, Francés Largo Mejorado, Cesda 28, Cesda 88 y diferentes Híbridos.

#### **LUGAR DE PRODUCCIÓN**

Las localidades de mayor importancia en la producción son: Barranca, Pajonal, Pedro Corto, Punta Caña, Magueyal, Chalona, Buena Vista, La Ceyba, Las Charcas de María Nova, Suarez, Pedro Sánchez, Santome, entre otras.

#### **2) VARIEDAD DE ARROZ**

El arroz que se cultiva en la actualidad en San Juan obedece a las variedades de Jaragua, Prosequisa 15, Prosequisa 4 y Puita.

#### **LUGAR DE PRODUCCIÓN**

Este rubro es cultivado en toda la provincia pero las localidades de mayor importancia en la producción son: Las Zanjas, Macotillo, Las Charcas de Garabito, Las Yayitas, La Garita, Hato del Padre, La Culata, Carrera de Yegua, La Ciénega de Mogollo, Jinova y Juan Herrera.

### 3) VARIEDAD DE SORGO

- 1) Actualmente no se está produciendo en la provincia de San Juan de la Maguana, este producto, también es de muy baja producción y comercialización a nivel nacional por lo que no se considera un cultivo de importancia en el sector agrícola.

#### 2.5.2 ANÁLISIS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS O SIMILARES

PRODUCTOS PRINCIPAL	PRODUCTO SUSTITUTOS	PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS
<b>MAÍZ (consumo humano y consumo animal).</b>	<b>Consumo humano:</b> avena, trigo, <b>Consumo animal:</b> Sorgo, desechos de Leguminosas.	<b>Consumo humano:</b> Arroz, quesos, harina de trigo, vegetal y leguminosas. <b>Consumo animal:</b> Sorgo.
<b>ARROZ (consumo humano).</b>	Pastas Viveres Harina de maíz	Leguminosas, carne, pescados, mariscos, vegetales, Aguacate, Berenjena, Aceite y Sal.
<b>SORGO (solo para consumo animal)</b>	Maíz, desechos de Leguminosas. Mezclas procesadas a base de Maíz.	

El maíz para consumo humano es sustituido por avena y trigo como cereal en el mercado dominicano, el factor que incide en la sustitución de este cereal más que por un tema de precios se debe a los gustos y preferencias de los consumidores, sin embargo para el consumo en ensaladas o en su forma natural no suele sustituirse.

El maíz destinado a la alimentación de animales eventualmente se sustituye por Sorgo o mezclas de varios granos.

En la República Dominicana existe una cultura alimenticia donde el arroz representa uno de los alimentos principales e indispensables de la dieta diaria, por lo que se pudiese decir que no existe una alta influencia de productos sustitutos, más bien se suele sustituir un tipo de arroz por otro. Sin embargo, podemos considerar que en el ámbito del consumo, las pastas y los viveres, eventualmente son utilizados como sustitutos y la Harina de maíz en la zona Sur de manera específica.

En cuanto al Sorgo, ya que solo se destina al consumo animal, este suele ser sustituido por desechos de oleaginosas especialmente cascara de gandum y mezclas procesadas de alimentos para animales.

## 2.5.3 SERIE HISTÓRICA PRODUCCIÓN DE CEREALES EN LA PROVINCIA DE SAN JUAN

### 2.5.3.1 PRODUCCIÓN ANUAL DE CEREALES EN LA PROVINCIA DE SAN JUAN DE LA MAGUANA

**HISTÓRICO DE PRODUCCIÓN ANUAL DE CEREALES PROVINCIA DE SAN JUAN DE LA MAGUANA  
PERIODO 2010-2014  
VALORES EXPRESADOS EN QUINTALES**

CULTIVOS	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	TOTAL	PROMEDIO
Arroz	855,487	595,942	744,746	585,750	238,191	558,958	514,140	4,093,214	584,745
Maíz	150,614	163,893	260,940	197,826	182,050	320,423	300,158	1,575,904	225,129
Sorgo	4,843	0	0	0	0	0	5,958	10,801	1,543
<b>TOTAL</b>	<b>1,010,944</b>	<b>759,835</b>	<b>1,005,686</b>	<b>783,576</b>	<b>420,241</b>	<b>879,381</b>	<b>820,256</b>	<b>5,679,919</b>	<b>811,417</b>

Fuente:  
Ministerio de  
Agricultura  
Criterios propios

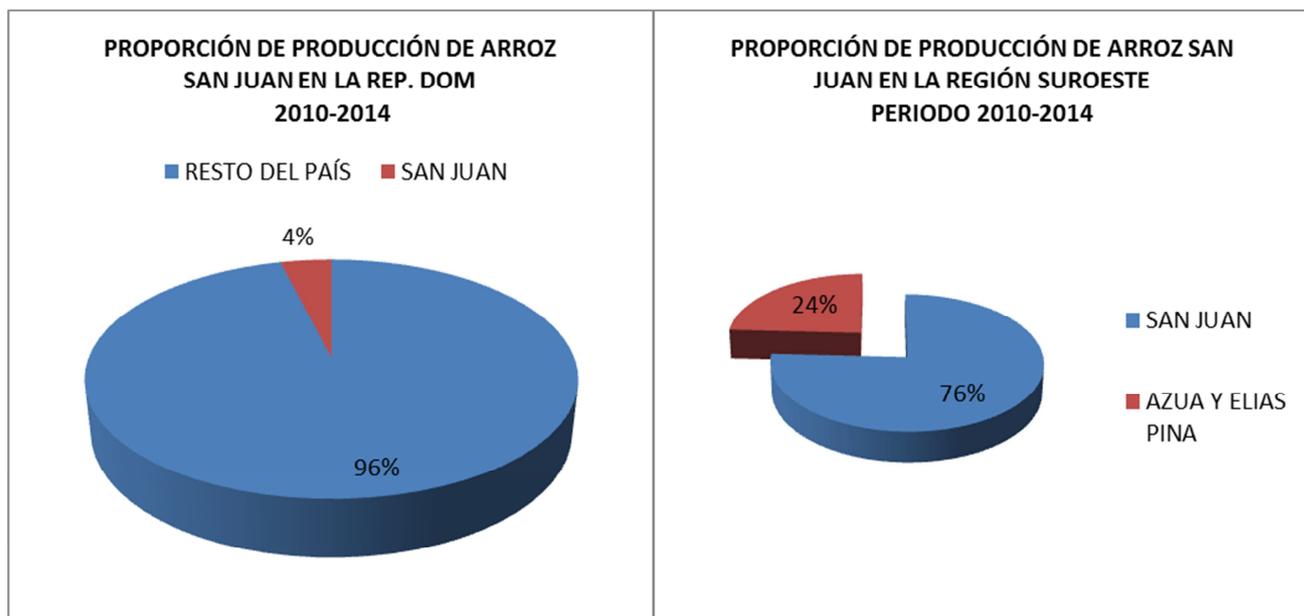
San Juan de la Maguana aportó un promedio de 811,417 quintales de cereales a la nación dominicana en el periodo 2007-2014, distribuidos en Arroz, Maíz y Sorgo. Podemos notar que ha habido una disminución significativa en la producción de arroz y un incremento sustancial en la producción de maíz, convirtiéndose este último en el principal cereal que se produce en la provincia.

**2.5.3.2 EVALUACIÓN COMPARATIVA PRODUCCIÓN SAN JUAN DE LA MAGUANA VS PRODUCCIÓN REGIONAL Y NACIONAL**

**HISTÓRICO DE PRODUCCIÓN ANUAL DE ARROZ PROVINCIA DE SAN JUAN DE LA MAGUANA PERIODO 2010-2014 VALORES EXPRESADOS EN QUINTALES**

CULTIVOS	2010	2011	2012	2013	TOTAL	PROMEDIO
SAN JUAN	585,750	238,191	558,958	514,140	1,897,039	474,260
REGIÓN SUROESTE	716,585	713,200	558,958	514,407	2,503,150	625,788
NACIONAL	12,507,345	12,150,550	11,236,595	11,817,259	47,711,749	11,927,937

Fuente:  
Ministerio de Agricultura  
Criterios propios



De acuerdo a los datos del Ministerio de Agricultura, San Juan de la Maguana aporta un 4% del total de arroz que se produce en el país y aporta el 76% de la producción de arroz de la región Suroeste.

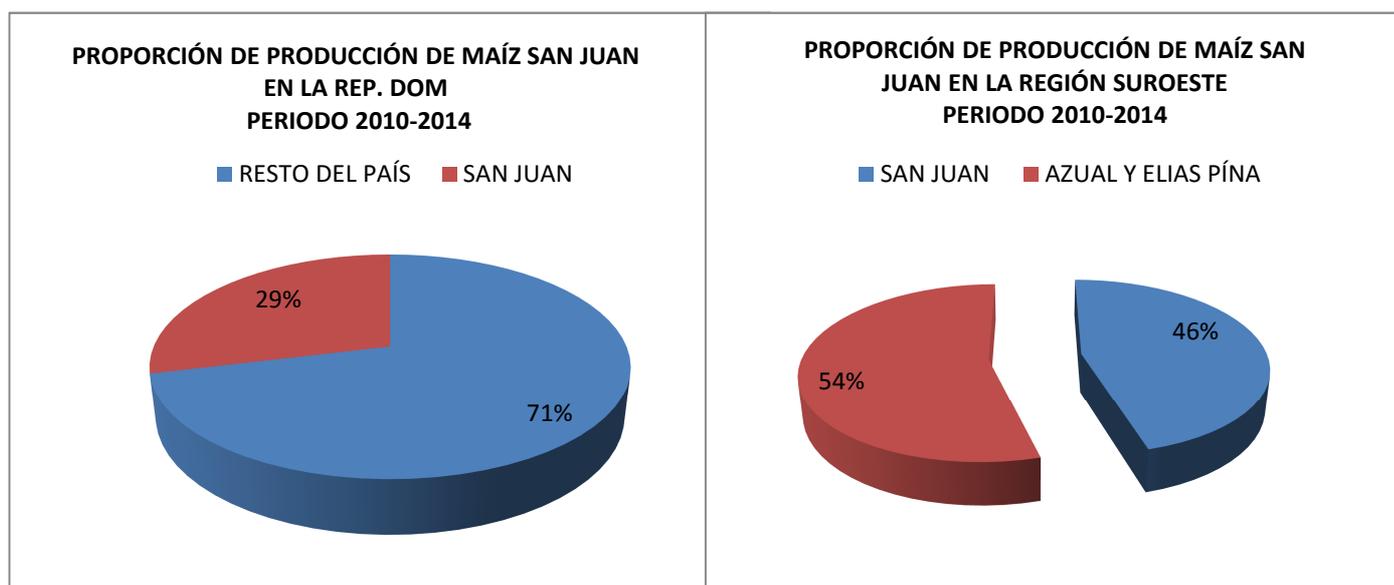
**HISTÓRICO DE PRODUCCIÓN ANUAL DE MAÍZ PROVINCIA DE SAN JUAN DE LA  
MAGUANA  
PERIODO 2010-2014  
VALORES EXPRESADOS EN QUINTALES**

CULTIVOS	2010	2011	2012	2013	TOTAL	PROMEDIO
SAN JUAN	197,826	182,050	320,423	300,158	1,000,457	250,114
REGIÓN SUROESTE	407,134	713,200	558,958	514,407	2,193,699	548,425
NACIONAL	773,330	781,111	916,920	1,001,234	3,472,595	868,149

Fuente:

Ministerio de Agricultura

Criterios propios



San Juan es la provincia que mayor maíz ha aportado a la producción nacional con un 29%, y es responsable del 46% que aporta la región Suroeste.

## 2.6 PERFIL DEL CLIENTE

### Perfil de clientes de Cereales para consumo humano:

Amas de casas, dueños de restaurantes, comedores y fondas de todo el país interesadas en adquirir productos alimenticios de fácil cocción, precios razonables y alto rendimiento.

### Perfil de clientes de Cereales para consumo animal:

Dueños de granjas interesados en adquirir alimentos para animales de fácil ingesta, buena digestión, que proporcionen el valor nutricional que requieren los animales y al menor precio posible.

## 2.7 EL MERCADO

El sector productivo agrícola de cereales de la República Dominicana está dominado por cuatro grandes regiones: Región Nordeste, Noroeste, Norcentral y Suroeste, con un comportamiento favorable durante todo el año, ya el arroz y el maíz de consumo constante y recurrente y no representan ningún tipo de estacionalidad en cuanto a la comercialización se refiere. No así, en términos de producción, pues estos son rubros con meses específicos de cosecha.

Sin embargo, es un mercado de alta sensibilidad a las situaciones medioambientales y muy competitivo donde participan competidores que poseen un alto poder de negociación, alto poder adquisitivo, fuerte estructura de comercialización y distribución y un conocimiento aceptable de las técnicas de producción.

La región Sur lidera la producción de Sorgo, no obstante, en términos de mercado no se encuentra dentro de las provincias líderes en la oferta de cereales puesto que el Sorgo no registra una comercialización considerable en el país.

El mercado de los cereales producidos y comercializados por la provincia de San Juan de la Maguana, está orientado a satisfacer la demanda del mercado dominicano, en el caso del Maíz aporta el **29% al mercado nacional**, sin embargo la producción de arroz está destinada a suplir parte de la demanda local de la provincia de San Juan y otras provincias de la región Sur del país.

La mayor concentración de comercialización del Maíz está centrada en Santo Domingo y Santiago, estas dos grandes plazas intermediarias y de consumo dominan el 90% del mercado total.

## 2.7.1 CONSUMO APARENTE O TAMAÑO DE MERCADO DE LOS CEREALES EN REP. DOM.

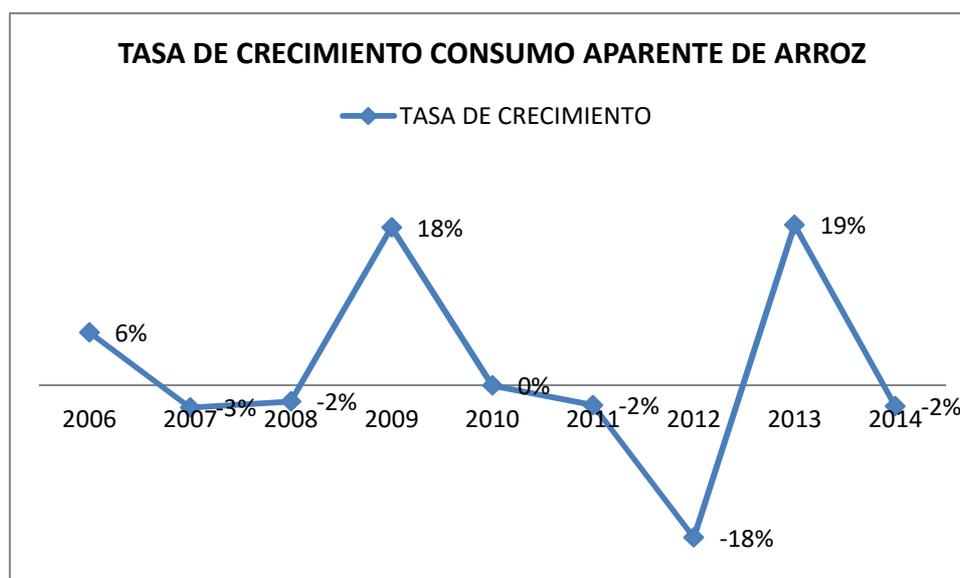
### 2.7.1.1 CONSUMO APARENTE DE ARROZ

**CONSUMO APARENTE DE ARROZ EN LA REPUBLICA DOMINICANA  
PERIODO 2010-2014  
VALORES EXPRESADOS EN QUINTALES**

AÑOS	PRODUCCIÓN	IMPORTACIÓN	EXPORTACIÓN	CONSUMO APARENTE	CRECIMIENTO PROMEDIO
2005	9,241,918	1,380,886	209,256	10,413,548	
2006	10,228,978	1,045,381	220,794	11,053,565	6%
2007	10,709,254	271,109	209,457	10,770,906	-3%
2008	11,155,990	230,865	816,334	10,570,521	-2%
2009	12,155,403	720,325	371,352	12,504,376	18%
2010	12,507,345	549,020	443,806	12,612,559	0%
2011	12,150,550	438,083	263,280	12,325,353	-2%
2012	11,236,595	184,783	1,262,357	10,159,021	-18%
2013	11,817,259	294,223	66,949	12,044,533	19%
2014	11,729,081	427,511	402,233	11,754,359	-2%
<b>TOTAL</b>	<b>59,440,830</b>	<b>1,893,620</b>	<b>4,265,817</b>	<b>58,895,825</b>	
<b>PROMEDIOS</b>	<b>11,293,237</b>	<b>554,219</b>	<b>426,582</b>	<b>11,420,874</b>	<b>1.81%</b>

Fuente:  
Ministerio de  
Agricultura  
Dirección General de Aduanas  
Criterios propios.

El consumo aparente de arroz se ha situado en 11,420,874 quintales de arroz promedio anual, en el periodo 2005-2014, con un crecimiento promedio anual de un 1.81%. El mayor crecimiento se registró en periodo 2012/2013, registrando un 19% luego de haber experimentado un decrecimiento de un -18%. En el periodo 2011/2012.



### 2.7.1.2 CONSUMO APARENTE DE MAÍZ

**CONSUMO APARENTE DE MAÍZ EN LA REPUBLICA DOMINICANA  
PERIODO 2005-2014  
VALORES EXPRESADOS EN QUINTALES**

AÑOS	PRODUCCIÓN	IMPORTACIÓN	TAMAÑO DE MERCADO	CRECIMIENTO PROMEDIO
2011	781,111	15,771,294	16,552,405	
2012	916,920	20,309,876	21,226,796	28%
2013	1,001,234	21,429,111	22,430,345	5%
2014	793,075	22,510,509	23,303,584	4%
<b>TOTAL</b>	<b>3,492,340</b>	<b>221,259,637</b>	<b>83,513,131</b>	
<b>PROMEDIO</b>	<b>873,085</b>	<b>20,005,198</b>	<b>20,878,283</b>	<b>12%</b>

Fuente:

Ministerio de Agricultura

Dirección General de Aduanas

Criterios propios.

El consumo aparente de maíz se ha evaluado a partir de los datos disponible del periodo 2011-2014, este rubro registró un consumo promedio de 20,878,283 quintales de maíz, en el periodo, registro un crecimiento promedio anual de un 12%.

### 2.7.1.3 CONSUMO APARENTE DE SORGO

**CONSUMO APARENTE DE SORGO EN LA REPÚBLICA DOMINICANA  
PERIODO 2010-2014  
VALORES EXPRESADOS EN QUINTALES**

AÑOS	PRODUCCIÓN	IMPORTACIÓN	TAMAÑO DE MERCADO	TASA DE CRECIMIENTO
2012	43,603	120	43,723	
2013	85,928	350	86,278	97%
2014	35,167	425	35,592	(59%)
<b>TOTAL</b>	<b>164,698</b>	<b>895</b>	<b>165,593</b>	
<b>PROMEDIO</b>	<b>54,899</b>	<b>298</b>	<b>55,198</b>	<b>19%</b>
<b>DÉFICIT PROMEDIO</b>			<b>298</b>	

Fuente:

Ministerio de Agricultura

Dirección General de Aduanas

Criterios propios.

Para la evaluación del consumo aparente de Sorgo solo se han tomado en cuenta los datos relacionados al periodo 2012-2014 ya que es el periodo donde se han registrado las producciones de manera consistente, en este podemos analizar que el consumo aparente de Sorgo es relativamente bajo, con un promedio para ese periodo de 55.198 quintales, sin embargo, también se registra un déficit de 298 quintales. Estos datos merecen un análisis más detallado para identificar cuáles son los factores que incidieron para que se registrara este déficit, ya que en el mercado local no se identifican niveles de demanda de Sorgo que estimulen las importaciones.

## 2.7.2 MERCADO POTENCIAL

El mercado potencial de los Cereales que se producen en la provincia de San Juan se ha proyectado de manera separada para los tres cereales: Arroz, Maíz y Sorgo, ya que las informaciones de las que se disponen en serie de tiempo es distinta y cada rubro registra un comportamiento de distinto en el mercado.

### 2.7.2.1 MERCADO POTENCIAL DE ARROZ

MERCADO POTENCIAL PROYECTADO DE ARROZ EN LA REPUBLICA DOMINICANA  
VALORES EXPRESADOS EN RD\$

AÑOS	TAMAÑO DE MERCADO	PARTICIPACIÓN ESTIMADA MERCADO LOCAL	PRECIO PROMEDIO	MERCADO POTENCIAL ANUAL EN RD\$		
				OTRAS REGIONES AGRÍCOLAS	REGIÓN SUROESTE	SAN JUAN
1	11,967,513	11,833,766.95	1,851.43	22,157,040,379	1,162,447,338	880,973,148
2	12,184,532	12,048,360.87	1,853.84	22,588,163,360	1,185,065,781	898,114,777
3	12,405,487	12,266,846.23	1,856.25	23,027,674,962	1,208,124,326	915,589,942
4	12,630,448	12,489,293.62	1,858.66	23,475,738,408	1,231,631,534	933,405,131
5	12,859,489	12,715,774.88	1,882.82	24,212,167,040	1,270,267,538	962,685,840
<b>TOTAL</b>	<b>62,047,470</b>	<b>61,354,042.56</b>		<b>115,460,784,149</b>	<b>6,057,536,517</b>	<b>4,590,768,838</b>
Tasa de crecimiento promedio anual de mercado		21.81				
Tasa de crecimiento promedio precios		0.13%				
Participación estimada producción local		98.88%				
Participación porcentual suroeste		5.25%				
Participación porcentual San Juan de la Maguana		4%				

Fuente:

Criterios propios del autor con datos de:

Ministerio de Agricultura

Dirección General de Aduanas

Para proyectar el mercado de potencial del arroz se tomó como base la participación porcentual que ocupa el mercado local de este cereal, multiplicado por la tasa de

crecimiento promedio anual del consumo aparente del periodo 2005-2015, que de casi un 2% y el precio promedio anual por la tasa de crecimiento promedio anual de este cereal.

Estas proyecciones nos arrojan un mercado potencial nacional de arroz para los próximos 5 años de RS\$115,460,784,149 millones de pesos, partiendo del 4% como participación porcentual que ocupa la provincia de San Juan en el mercado de arroz, se ha proyectado que el mercado potencial de arroz de San Juan es de aproximadamente RD\$5,061,594,021 millones de pesos para los próximos 5 años.

### 2.7.2.2 MERCADO POTENCIAL DE MAÍZ

MERCADO POTENCIAL PROYECTADO DE MAÍZ EN LA REPUBLICA DOMINICANA  
VALORES EXPRESADOS EN RD\$

ANOS	TAMAÑO DE MERCADO	PARTICIPACIÓN ESTIMADA MERCADO LOCAL	PRECIO PROMEDIO	MERCADO POTENCIAL ANUAL EN RD\$		
				NACIONAL	REGIÓN SUROESTE	SAN JUAN
1	26,205,105	1,048,204.22	670.44	702,753,485	357,208,036	202,463,761
2	29,467,894	1,178,715.77	738.42	870,384,747	442,414,635	250,758,442
3	33,136,932	1,325,477.28	813.29	1,078,001,923	547,945,984	310,573,093
4	37,262,800	1,490,512.00	895.76	1,335,143,049	678,650,248	384,655,628
5	41,902,379	1,676,095.15	986.59	1,653,621,319	840,532,045	476,409,436
<b>TOTAL</b>	<b>167,975,111</b>	<b>6,719,004.43</b>		<b>5,639,904,523</b>	<b>2,866,750,948</b>	<b>1,624,860,359</b>
Tasa de crecimiento promedio de mercado		12.45%				
Tasa de crecimiento promedio precios		10.14%				
Participación estimada producción local		4.00%				
Participación porcentual suroeste		50.83%				
Participación porcentual San Juan de la Maguana		28.81%				

Fuente:  
Ministerio de Agricultura  
Dirección General de Aduanas  
Criterios propios.

Las proyecciones del mercado potencial del maíz nacional para los próximos 5 años ascienden a unos RS\$5,639,904,523 millones de pesos, partiendo de que el mercado local de maíz representa solo el 4% del tamaño de mercado. El mercado potencial de San Juan para los próximos 5 años ascienden RD\$1,624,860,359 millones de pesos.

### 2.7.2.3 MERCADO POTENCIAL DE SORGO

#### MERCADO POTENCIAL PROYECTADO DE ARROZ EN LA REPUBLICA DOMINICANA VALORES EXPRESADOS EN RD\$

AÑOS	TAMAÑO DE MERCADO	PARTICIPACIÓN ESTIMADA MERCADO LOCAL	PRECIO PROMEDIO	MERCADO POTENCIAL ANUAL EN RD\$		
				NACIONAL	REGIÓN SUROESTE	SAN JUAN
1	42,458	42,228.22	670.44	28,465,183	22,666,739	2,335,482
2	50,648	50,374.42	738.42	37,399,548	29,781,146	3,068,519
3	60,419	60,092.10	813.29	49,138,141	39,128,552	4,031,635
4	72,074	71,684.40	895.76	64,561,125	51,409,827	5,297,044
5	85,978	85,512.97	986.59	84,824,919	67,545,825	6,959,627
<b>TOTAL</b>	<b>311,576</b>	<b>309,892.11</b>		<b>264,388,916</b>	<b>210,532,089</b>	<b>21,692,307</b>
tasa de crecimiento promedio de mercado		19.29%				
tasa de crecimiento promedio precios		10.14%				
participación estimada producción local		99%				
participación porcentual suroeste		80%				
participación porcentual San Juan de la Maguana		8%				

Fuente:

Ministerio de Agricultura  
Dirección General de Aduanas  
Criterios propios.

Las proyecciones del mercado potencial de Sorgo a nivel nacional para los próximos 5 años es de RD\$ 264,388,916 millones de pesos, partiendo de que el mercado local representa solo el 4% del tamaño de mercado. El mercado potencial para los próximos 5 años ascienden RD\$1,624,860,359 millones de pesos.

### 2.7.3 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

El comportamiento de los consumidores de los cereales que se producen en San Juan de la Maguana los analizamos desde la perspectiva de los dos cultivos principales, maíz y arroz, ya que sus comportamientos son distintos en cada producto:

- 1) Arroz: El arroz es un cereal que forma parte de la cultura de toda la sociedad dominicana, se manifiesta en todos los estratos sociales sin importar la clase, región o ciudad por lo que no registran cambios significativos en el patrón de consumo.

- 2) Maíz: El consumidor de maíz se comporta de una manera distinta, la mayor cultura de su consumo está centrada en la región Sur del país, principalmente en la clase media y baja, es un producto donde el precio es un factor determinante para el consumidor y puede moverse con mucha facilidad hacia otro producto.

#### **2.7.4 COMPORTAMIENTO Y GRADO DE INTERVENCIÓN ESTATAL**

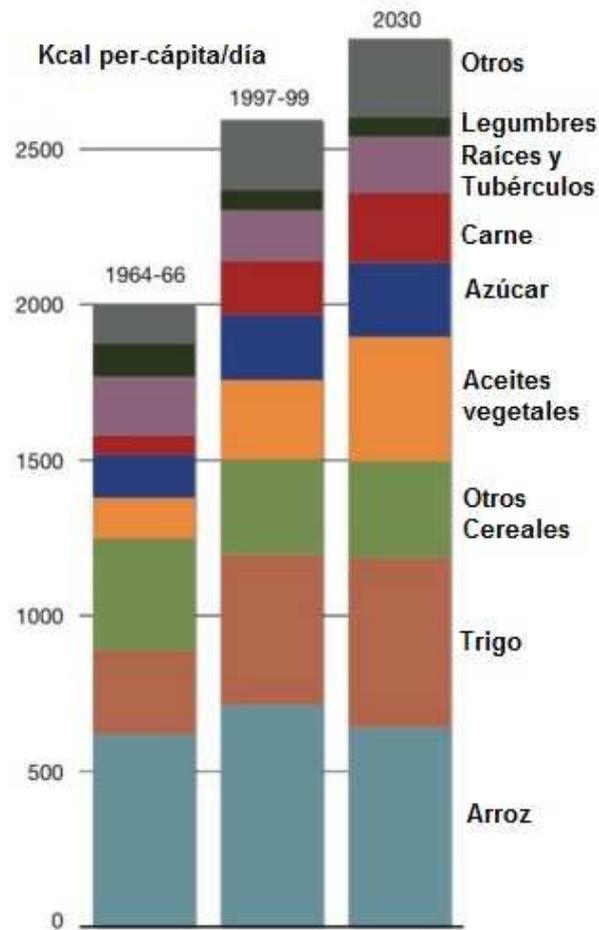
La participación del estado en el Sector Agropecuario es fundamental para garantizar el adecuado desempeño del mismo, y con mayor énfasis en los cultivos básicos de los cuales depende la seguridad alimentaria de la Nación, como es el caso del arroz y el maíz de manera puntual.

En ese sentido, el Estado realiza esfuerzo, aunque no son suficientes, con el objetivo de eficientizar este subsector a través de sus programas de Fomento a la Producción Agrícola y Asistencia Técnica y Capacitación Agrícola, los cuales están orientados a mejorar la competitividad de los productores mediante la tecnificación de los cultivos, capacitación técnica, proveer semillas de alto rendimiento, preparación de tierras y mejoramiento de las vías de acceso.

#### **2.7.5 SEGURIDAD DE MERCADO**

Los cereales son cultivos que en su mayoría gozan de una estabilidad en los mercados, pues de ellos depende en gran manera la seguridad alimentaria de los países ya que según datos de la FAO, representa cerca del 50% de la energía alimentaria. En los países en vías de desarrollo se sitúa en el 50-60%, y en los países industrializados se sitúa en el 30-35%

- **TABLA DE DISTRIBUCIÓN DE CALORÍAS POR GRUPO ALIMENTICIO**



**Fuente: Food and Agricultural Organization of the United Nations (FAO).**

Por la importancia que representan los cereales en la dieta humana la mayoría de las naciones implementan políticas y programas tendentes a mantener la estabilidad en la producción y comercialización de los mismos.

En el caso específico de República Dominicana, se han venido desarrollando programas específicos para garantizar el abastecimiento de estos cereales a la población, pero también mercado a los productores, a través del apoyo para mejorar la productividad y competitividad del sector en miras a la apertura de los mercados internacionales y de manera específica a la desgravación total de estos productos producto del DR-CAFTA.

## 2.8 ANÁLISIS DE LOS PRECIO

### 2.8.1 CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO O PRODUCTOS

Tanto el arroz como el maíz son productos de un consumo frecuente y recurrente, donde los productos sustitutos no ejercen una alta presión sobre estos, por lo general el precio no es un factor determinante para su consumo, sobre todo porque existen diferentes categorías y precios que facilitan su adquisición a los diferentes nichos de mercado.

### 2.8.2 MECANISMOS DE FORMACIÓN DE PRECIOS

De acuerdo a entrevistas realizadas a productores, intermediarios y técnicos agrícolas de la cadena de valor para la comercialización de cereales los precios operan, en teoría, en un mercado de oferta y demanda, sin embargo, la realidad es que los intermediarios determinan el precio de referencia al cual adquirirán los cultivos a los productores, por tres razones fundamentales:

- En la actualidad los productores no cuentan con un mecanismo de secado para estos cultivos que son perecederos,
- Altos costos de almacenamiento,
- La disponibilidad de recursos con que cuentan los intermediarios por lo que estos dominan el mercado.

Sin embargo, en el caso del arroz el precio a nivel de productores opera en un mercado de oferta y demanda pero tiene dos aspectos que deben ser indicados:

- 1) El rol de la Comisión Nacional Arrocería para establecer un precio de referencia y,
- 2) El programa de pignoración de arroz.

En el caso de la Comisión Arrocería, integrada por autoridades oficiales, comerciantes, industriales y productores, fija una franja de precios sobre la cual los molineros disponen el precio final a pagar al productor. Asimismo, el Programa Nacional de Pignoración del Arroz (auspiciado por el gobierno dominicano) contribuye con la estabilización de los precios del cereal y permite que los molineros realicen los pagos al productor en el menor tiempo posible.

### **El programa de Pignoración de arroz funciona de la siguiente manera:**

- a. El productor decide pignorar su propiedad y realiza una solicitud a la Unidad de Ejecución de Pignoración (UEPI).
- b. La UEPI emite una autorización por escrito al productor o molinero.
- c. El productor o molinero se presenta al Banco Comercial o Entidad Jurídica Financiera de su preferencia y esta elegirá un almacén fiscal para del arroz a ser pignorado.
- d. El productor o molinero depositara el arroz a ser pignorado en el Almacén Fiscal y este le entregara un certificado de depósito de arroz acompañado de un Boletín de Normas Técnicas.
- e. El productor o Molinero entrega al Banco Comercial o Entidad Jurídica Financiera el certificado de depósito del arroz y el Boletín de Normas Técnicas para avalar el préstamo bajo términos de pignoración.
- f. El Banco Comercial o Entidad Jurídica Financiera o el Almacén Fiscal contratara un seguro para garantizar el arroz del certificado de depósito con una cobertura para dicho arroz valorado al precio piso de la banda de precio de sustentación vigente.
- g. 6) El Banco Comercial o Entidad Jurídica Financiera otorgara al productor o molinero un préstamo por un monto equivalente a un máximo del 80% del arroz de su certificado de depósito valorado al precio piso de la banda de sustentación vigente, reteniéndole un 0.25% de dicho préstamo.
- h. El Banco Comercial o Entidad Jurídica Financiera pagara el monto retenido a los productores y molineros dentro de los próximos 15 días siguientes a dichas retenciones a la Unidad Ejecutora de Pignoración (UEPI).
- i. 8) El Banco Comercial o Entidad Jurídica Financiera entregara a la UEPI y al Banco Agrícola de la República Dominicana una copia completa del expediente de cada operación de pignoración realizado bajo el Programa Nacional de Pignoración de arroz.
- j. La Comisión Nacional Arroceras a través de la UEPI y el Banco Agrícola estarán facultados para fiscalizar, bajo su discreción, el arroz depositado en cualquier almacén bajo el Programa Nacional de Pignoración de arroz.

### **2.8.3 INFLUENCIA DE LA OFERTA Y LA DEMANDA EN EL PRECIO (ELASTICIDAD).**

El mercado de cereales dominicano, específicamente en relación al maíz y arroz, podríamos decir que sus precios no son influenciados por el comportamiento de la oferta o la demanda,

si no que obedecen más a las decisiones de políticas económicas que del comportamiento de los agentes económicos tanto desde el punto de vista productivo como del punto de vista de consumo y consecuentemente de comercialización.

El arroz que es el principal representante de la canasta básica de consumo nacional y forma parte de una estructura de generación de empleos muy significativa en la economía local, esto influye para que el Estado juegue un papel protagónico en tratar de mantener el equilibrio de mercado mediante uso de precios de sustentación y fijación tope de precios a través de un organismo (Comisión Nacional Arrocería) que representa a los productores para eficientizar costos y a los consumidores para garantizar el abastecimiento sin distorsiones y el programa de pignoración para orientada a la parte productiva.

El Estado interviene para que no se vendan por debajo de los niveles de costos de los productores y así evitar la quiebra, controla el abastecimiento en el mercado, a los fines de que nunca haya una abundancia que supere la capacidad de demanda de los consumidores. La producción de arroz en el país se calcula con base en el consumo promedio anual, para que no se registren excedentes y así el precio se mantiene en un nivel equilibrado, que no resulte muy alto para los consumidores, ni se coloque muy bajo al punto que pueda afectar la rentabilidad y sostenibilidad de los productores. Los productores arroceros no tienen la capacidad para competir en productividad y precio con otros países, donde los costos resultan muy bajos, que podría importarse y colocarse en el mercado local a un precio muy por debajo del que se vende el producido en República Dominicana.

Por otro lado el maíz, cuya producción local no es suficiente para satisfacer la demanda de consumo humano y donde la mayor parte de la producción se dedica a consumo animal, genera la necesidad de crear importaciones que equilibren la demanda, donde el estado juega su rol también, no con precios de sustentación pero si con permisos de importación.

La utilización del análisis de elasticidad como un referente para identificar la sensibilidad de los productos anteriormente citados respecto a los precios en el mercado dominicano reflejan resultados reales pero distorsionados respecto del comportamiento ya que al aumentar su precio se consume más y al disminuir su precio se consume menos y viceversa.

En los cuadros de más abajo mostramos los resultados de cálculo básico de elasticidad precio de la demanda y de la oferta como validación de nuestra hipótesis y evidencia de lo expuesto. No realizamos elasticidad cruzada dado que en términos generales estos

productos, aunque son cereales, ambos son muy independientes el uno del otro y el nivel de incidencia de uno en relación al otro no es reflejado numéricamente y mucho menos en términos prácticos históricos, donde no son ni sustitutos ni complementarios el uno del otro, solo productos independientes orientados a mercados que aunque de características similares poseen patrones de demanda muy diferentes.

### ELASTICIDAD PRECIO DE LA DEMANDA DEL ARROZ

AÑOS	DEMANDA	PRECIO EN RD\$	VARIACIÓN PRECIOS		VARIACIÓN DEMANDA		ELASTICIDAD
2005	10,413,548	1,734.22					
2006	11,053,565	1,787.70	3%	AUMENTO	6%	AUMENTO	
2007	10,770,906	2,153.80	20%	AUMENTO	-3%	DISMINUYO	INELÁSTICA
2008	10,570,521	2,073.52	-4%	DISMINUYO	-2%	DISMINUYO	INELÁSTICA
2009	12,504,376	2,187.65	6%	AUMENTO	18%	AUMENTO	INELÁSTICA
2010	12,612,559	1,883.36	-14%	DISMINUYO	1%	AUMENTO	INELÁSTICA
2011	12,325,353	1,927.08	2%	AUMENTO	-2%	DISMINUYO	INELÁSTICA
2012	10,159,021	1,639.60	-15%	DISMINUYO	-18%	DISMINUYO	INELÁSTICA
2013	12,044,533	1,859.34	13%	AUMENTO	19%	AUMENTO	INELÁSTICA
2014	11,754,359	1,849.03	-1%	DISMINUYO	-2%	DISMINUYO	INELÁSTICA

El comportamiento de la demanda en relación a las variaciones de precios no muestra una sensibilidad auténtica, las reacciones mostradas en el cuadro reflejan una condición inelástica que se encuentra más condicionada por la disponibilidad del producto en el mercado que por la reacción propia de los consumidores en relación al precio. Es decir este mercado reacciona más hacia la oferta que a las variaciones de precios. Por tanto las variaciones de precios no afectan la demanda del producto, no importan en que dirección se mueva, por esta razón es inelástica tanto en porcentaje de variación reflejado como en la orientación de aumento o disminución indistintamente.

### ELASTICIDAD PRECIO DE LA OFERTA DEL ARROZ

AÑOS	PRODUCCIÓN EN QQ.	PRECIO EN RD\$	VARIACIÓN PRECIOS		VARIACIÓN OFERTA		ELASTICIDAD DE OFERTA
2005	9,241,918	1,734.22					
2006	10,228,978	1,787.70	3%	AUMENTO	11%	AUMENTO	346%
2007	10,709,254	2,153.80	20%	AUMENTO	5%	AUMENTO	23%
2008	11,155,990	2,073.52	-4%	DISMINUYO	4%	AUMENTO	-112%
2009	12,155,403	2,187.65	6%	AUMENTO	9%	AUMENTO	163%
2010	12,507,345	1,883.36	-14%	DISMINUYO	3%	AUMENTO	-21%
2011	12,150,550	1,927.08	2%	AUMENTO	-3%	DISMINUYO	-123%
2012	11,236,595	1,639.60	-15%	DISMINUYO	-8%	DISMINUYO	50%
2013	11,817,259	1,859.34	13%	AUMENTO	5%	AUMENTO	39%
2014	11,729,081	1,849.03	-1%	DISMINUYO	-1%	DISMINUYO	135%

### ELASTICIDAD PRECIO DE LA DEMANDA DE MAÍZ

AÑOS	DEMANDA EN QQ.	PRECIO EN RD\$	VARIACIÓN DEMANDA		VARIACIÓN PRECIOS		ELASTICIDAD
2011	16,552,405	642.40					
2012	21,226,796	722.31	28%	AUMENTO	12%	AUMENTO	227%
2013	22,430,345	742.98	6%	AUMENTO	3%	AUMENTO	198%
2014	23,303,584	746.93	4%	AUMENTO	1%	AUMENTO	731%

Se evidencia ausencia de sensibilidad en la demanda de Maíz ante las variaciones de los precios, mostrando inelasticidad precio de la demanda consistentemente, sin embargo este comportamiento lo genera la poca oferta de maíz que existe en el mercado en relación a las cantidades demandadas.

### ELASTICIDAD PRECIO DE LA OFERTA DE MAÍZ

AÑOS	PRODUCCIÓN EN QQ.	VARIACIÓN PRECIOS	VARIACIÓN PRECIOS	VARIACIÓN OFERTA	ELASTICIDAD OFERTA
2011	781,111	642.40			
2012	916,920	722.31	12%	17%	140%
2013	1,001,234	742.98	3%	9%	321%
2014	793,075	746.93	1%	-21%	-3905%

Como podemos notar en los cuadros anteriores, no existe una relación lógica que pueda establecer que existe una sensibilidad real de la variación de precios en el arroz y en el maíz, pues aunque conocemos que son productos que forman parte del presupuesto familiar y principalmente el arroz con el liderazgo en la dieta de consumo diario, no son bienes inferiores, realmente son inelásticos, lo cual se puede mostrar a través del cruce de variables mediante otro tipo de análisis, pero que en relación a este estudio por el momento no reviste trascendencia, ya que la importancia radica en conocer aspectos que incidan en los precios para conocer y definir estrategias de comercialización.

#### 2.8.4 ANÁLISIS DE SERIE HISTÓRICA DE PRECIOS.

**HISTÓRICO DE PRECIOS POR CULTIVO EN FINCA EN LA  
REPUBLICA DOMINICANA  
PERIODO 2005-2014  
VALORES EXPRESADOS EN RD\$**

CULTIVO	ARROZ EN CASCARA (QQ)	MAÍZ EN GRANO (QQ)	SORGO (QQ)
2005	1,734	386	532
2006	1,788	482	705
2007	2,154	405	619
2008	2,074	710	450
2009	2,188	612	450
2010	1,883	637	450
2011	1,927	642	500
2012	1,640	722	550
2013	1,859	743	663
2014	1,849	747	594
<b>PRECIO PROMEDIO</b>	<b>1,910</b>	<b>609</b>	<b>551</b>

Fuente:  
Ministerio de  
Agricultura  
Criterios  
propios

**HISTÓRICO DE PRECIOS DE DIFERENTES PRESENTACIONES DE CEREALES EN LA REPUBLICA DOMINICANA  
PERIODO 2011-2014  
VALORES EXPRESADOS EN RD\$**

CULTIVO	ARROZ EN CASCARA (QQ)	ARROZ FACTORÍA (QQ)	MAÍZ EN GRANO (QQ)	MAÍZ VERDE (CIENTO)	SORGO (QQ)
2011	1,927	1,436	642	331	500
2012	1,640	1,672	722	325	550
2013	1,859	1,565	743	336	663
2014	1,849	1,791	747	328	594
<b>PRECIO PROMEDIO</b>	<b>1,819</b>	<b>1,616</b>	<b>714</b>	<b>330</b>	<b>577</b>

**HISTÓRICO DE PRECIOS DEL ARROZ EN LA REPUBLICA DOMINICANA  
PERIODO 2005-2014  
VALORES EXPRESADOS EN RD\$**

AÑOS	MERCADO NACIONAL FINCA		MERCADO NACIONAL AL POR MAYOR EN MERCADOS			
	PRECIOS	CRECIMIENTO ANUAL	ARROZ SELECTO (QQ)	CRECIMIENTO PROMEDIO	ARROZ SUPERIOR (QQ)	CRECIMIENTO PROMEDIO
2005	1,734		1,300		1,187	
2006	1,788	0.03	1,284	-1%	1,175	-1%
2007	2,154	0.20	1,366	6%	1,280	9%
2008	2,074	(0.04)	1,579	16%	1,448	13%
2009	2,188	0.06	1,808	15%	1,689	17%
2010	1,883	(0.14)	1,660	-8%	1,520	-10%
2011	1,927	0.02	1,637	-1%	1,442	-5%
2012	1,640	(0.15)	1,531	-6%	1,379	-4%
2013	1,859	0.13	1,653	8%	1,509	9%
2014	1,849	(0.01)	1,757	6%	1,584	5%
<b>PRECIO PROMEDIO</b>	<b>1,910</b>	<b>0.01</b>	<b>1,557</b>	<b>4%</b>	<b>1,421</b>	<b>4%</b>

Fuente:  
Ministerio de Agricultura  
Criterios propios

### 2.8.5 FACTORES QUE DETERMINAN EL PRECIO INTERNACIONALMENTE.

En la fijación de los precios de los cereales a nivel internacional inciden diferentes factores; principalmente

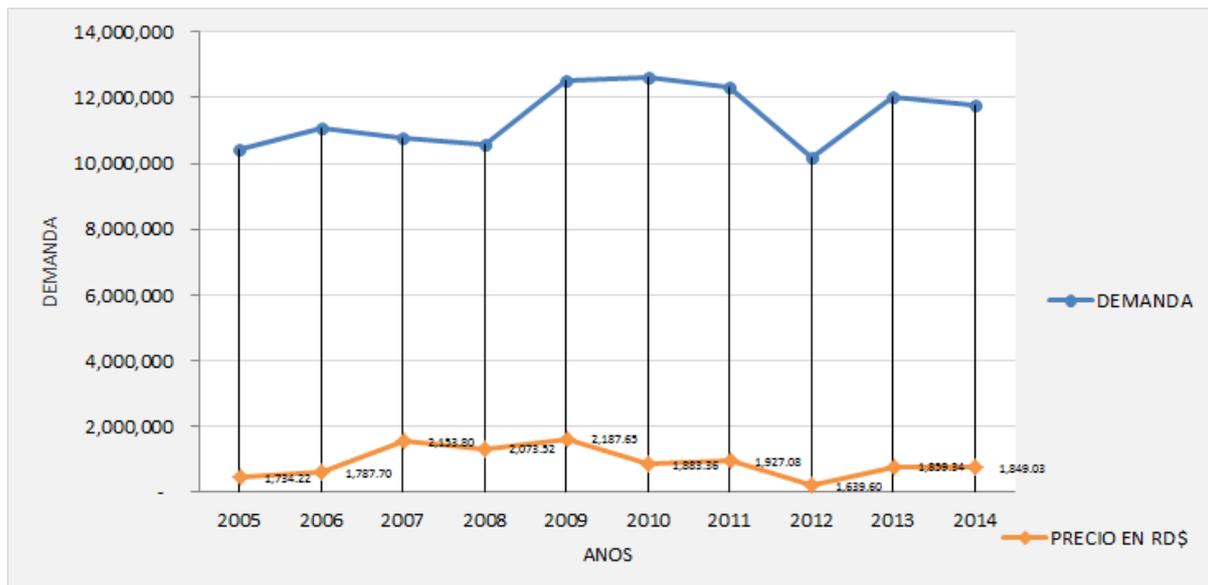
- Los niveles de producción de los mismo y hacia futuro,

- El incremento o disminución de los precios del petróleo y
- La calidad de los cereales, por ejemplo; el precio del arroz que se produce en Estados Unidos es más costoso que el producido en Asia y en el resto del mundo pues está posicionando como un cereal de alta calidad.

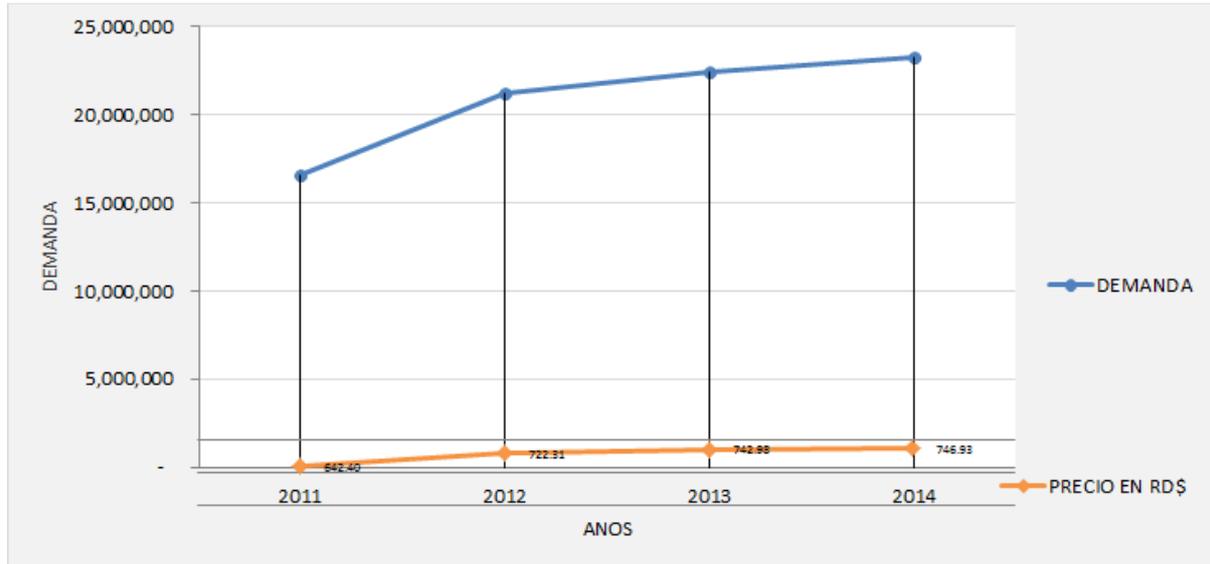
Estos factores antes mencionados inciden directamente en el mercado local, sin embargo hay otros factores que también inciden dentro de los que podemos mencionar, la tasa cambio del dólar, baja producción o rendimiento, entre otros.

## 2.8.6 INFLUENCIA PREVISTA DE LOS PRECIOS DE LA DEMANDA.

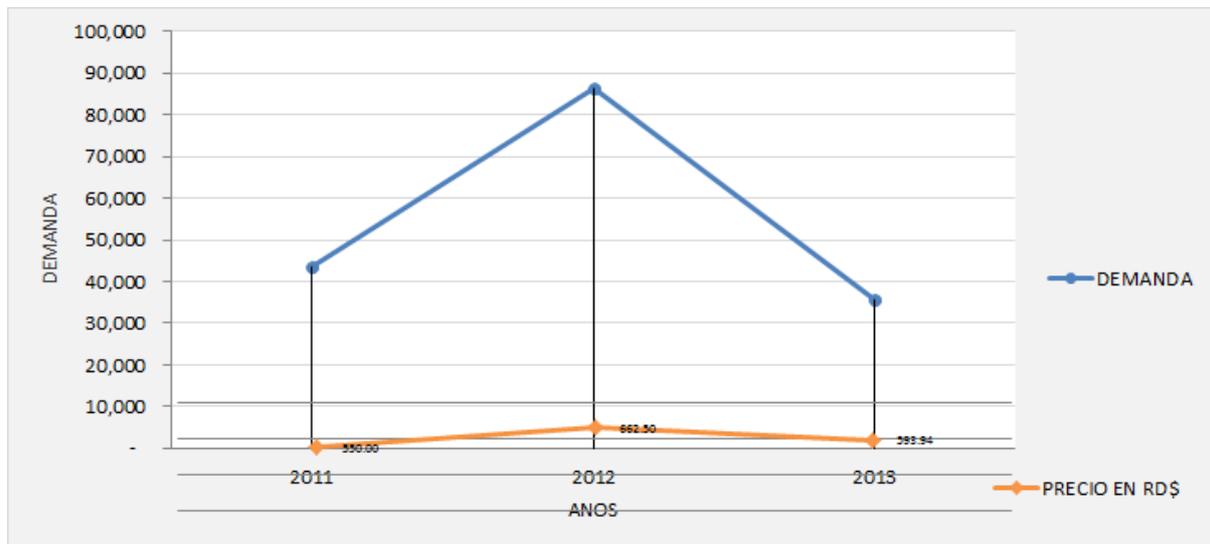
### 2.8.6.1 RELACIÓN PRECIO - CONSUMO DEL ARROZ



### 2.8.6.2 RELACIÓN DE PRECIO DE LA CONSUMO DEL MAÍZ



### 2.8.6.3 ANÁLISIS PRECIO CONSUMO DEL SORGO



## 2.9 COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA

### 2.9.1 COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA OFERTA MUNDIAL DE CEREALES



Según datos de la FAO la producción mundial de cereales ha registrado un incremento progresivo desde el 2006, aportando su mayor cifra de producción en el periodo 2014-2015 con más de 2,561 millones de toneladas y se prevé para el 2016 cifras similares con una proyección de 2,526 millones de toneladas.

#### OFERTA MUNDIAL DE CEREALES VALORES EN MILLONES DE TONELADAS

	2012/13	2013/14	2014/15	2015/2016	PRONOSTICO 2016/2017	PROMEDIO
PRODUCCIÓN	2292.9	2561	2561	2525.7	2525.6	2,485.15
SUMINISTRO	2839.7	3042.8	3144.7	3161.2	3161.4	3,047.1
DÉFICIT	546.8	481.8	583.7	635.5	635.8	571.95
DÉFICIT %	19%	16%	19%	20%	20%	18%

Fuente:  
Datos de la FAO  
Criterios propios

Existe un déficit de aproximadamente de un 18% de la producción con relación al suministro de cereales a nivel mundial, este es suplido en gran parte con las existencias y reservas de años anteriores. Sin embargo, aún permanece un déficit de más de un Millón de toneladas

de cereales para suplir la demanda mundial por lo que se estima que este sector, aunque de manera muy mínima, seguirá registrado crecimiento.

## OFERTA MUNDIAL DE CEREALES POR PAÍSES

### PRODUCCIÓN MUNDIAL DE CEREALES POR PAÍSES

#### TONELADAS MÉTRICAS

	PAÍS	2010	2011	2012	2013	2014	PROMEDIO	PARTICIPACIÓN PORCENTUAL
1	China	496,890,992	518,832,196	539,471,800	552,692,092	557,407,200	533,058,856	20%
2	Estados Unidos	401,669,953	386,855,888	356,932,758	436,553,676	442,932,520	404,988,959	15%
3	India	267,838,308	287,860,000	293,290,000	293,940,000	293,993,000	287,384,262	11%
4	Brasil	75,161,327	77,586,276	89,908,244	100,901,726	101,398,284	88,991,171	3%
5	Indonesia	84,797,028	83,400,154	88,443,150	89,791,565	89,854,891	87,257,358	3%
6	Rusia	59,624,036	91,794,155	68,769,551	90,382,447	103,154,436	82,744,925	3%
7	Francia	65,628,879	63,953,875	70,981,606	67,496,281	56,151,227	64,842,374	2%
8	Ucrania	38,678,600	56,255,900	45,739,700	62,685,950	63,376,820	53,347,394	2%
9	Bangladesh	51,862,850	52,628,576	52,802,619	54,253,412	55,069,990	53,323,489	2%
10	Canadá	45,661,800	47,297,600	51,781,300	66,405,300	51,301,000	52,489,400	2%
11	Argentina	47,143,679	49,098,463	43,389,294	51,792,609	55,506,224	49,386,054	2%
12	Vietnam	44,614,201	47,235,961	48,713,080	49,233,352	50,178,717	47,995,062	2%
13	Alemania	44,314,392	41,920,400	45,396,500	47,757,100	52,010,400	46,279,758	2%
14	Tailandia	39,640,053	41,473,424	43,338,509	42,040,227	37,836,899	40,865,822	2%
15	Australia	33,505,761	39,987,043	43,371,697	35,597,663	38,412,470	38,174,927	1%
16	Pakistán	34,811,500	36,224,380	33,728,400	36,449,810	38,106,000	35,864,018	1%
17	Turquía	32,764,875	35,195,055	33,371,844	37,475,264	32,707,656	34,302,939	1%
18	México	34,926,332	28,409,477	33,615,012	33,210,301	36,526,604	33,337,545	1%
19	Birmania	34,549,437	31,081,312	28,332,700	28,611,300	28,775,450	30,270,040	1%
20	Polonia	26,652,568	26,507,645	28,269,372	28,455,154	31,945,433	28,366,034	1%
21	Filipinas	22,149,369	23,655,648	25,440,136	25,817,179	26,739,008	24,760,268	1%
22	Nigeria	24,656,270	20,702,585	21,435,636	19,625,830	25,829,680	22,450,000	1%
23	Egipto	19,464,743	22,014,919	23,755,745	24,121,844	22,046,728	22,280,796	1%
24	Reino Unido	20,946,000	21,484,500	19,515,000	20,083,600	24,505,000	21,306,820	1%
25	España	19,826,795	22,040,441	16,981,441	25,233,510	20,360,910	20,888,619	1%
26	Etiopía	17,761,202	18,809,963	19,651,152	21,575,457	23,607,662	20,281,087	1%
27	Italia	18,502,904	19,521,138	18,594,126	18,214,664	19,368,014	18,840,169	1%
28	Rumanía	16,713,783	20,848,453	12,831,307	20,903,340	22,076,036	18,674,584	1%
29	Kazakstán	12,115,860	26,825,600	12,788,049	18,156,780	17,100,400	17,397,338	1%
30	Irán	22,246,967	15,021,780	15,752,002	16,428,457	17,062,140	17,302,269	1%
	Otros	324,146,718	331,015,844	329,471,798	347,208,422	369,687,372	343,619,038	13%
<b>Total</b>							<b>2,641,071,376</b>	<b>100%</b>

Fuente:

FAO

De 179 países a nivel mundial que producen cereales estos 30 dominan el 87% de la producción total de cereales, siendo China, Estados Unidos e India los que ocupan los tres primeros lugares con casi el 50% de la producción mundial. Cabe destacar que en el caso de China su producción está destinada casi en su totalidad a suplir el mercado local.

### 2.9.2 PRONÓSTICOS HACIA EL 2016

En cuanto a los pronósticos relativos a la producción de maíz empeoraron en los países del África austral que sufren la grave sequía provocada por El Niño, lo cual contrarresta ampliamente la ligera mejora de la previsión sobre la producción de maíz en el Brasil, donde las plantaciones para la segunda cosecha de la campaña fueron mayores de lo previsto. La previsión relativa a la producción mundial de arroz en 2016 se mantiene en 495 millones de toneladas, dato que apunta a una modesta recuperación del 1 % desde 2015. De hecho, aunque se prevé que el fenómeno de El Niño finalice en los próximos meses, coincidiendo con el grueso de las plantaciones de arroz en el hemisferio norte, la anomalía meteorológica ya ha causado daños en el Sur y a lo largo del ecuador, donde la campaña está más avanzada.

### 2.9.3 COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA OFERTA NACIONAL DE CEREALES

#### OFERTA NACIONAL DE CEREALES VALORES EN MILLONES DE TONELADAS

	2012/13	2013/14	2014/15	PROMEDIO
PRODUCCIÓN	1,219,712	1,290,442	1,255,732	1,255,295
SUMINISTRO	3,142,954	3,456,116	3,509,353	3,369,474
DÉFICIT	1,923,242	2,165,674	2,253,621	2,114,179
DÉFICIT %	61%	63%	64%	63%
Fuente: Ministerio de Agricultura Criterios propios				

La producción de cereales en el periodo 2012-2015 en el mercado nacional registra un comportamiento levemente decreciente en el periodo 2014-2015, según datos del Ministerio de Agricultura, además se registra un déficit significativo en la oferta local de un 63%, influenciado básicamente por la oferta de maíz en el país que solo llega a suplir el 4% del requerimiento total del mercado. Este déficit debe ser suplido por el mercado internacional para dar respuesta a una demanda que ha registrado un comportamiento creciente durante los últimos años.

#### **2.9.4 FACTORES QUE DETERMINAN EL COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA OFERTA NACIONAL E INTERNACIONAL**

A pesar de que existe un déficit significativo a nivel mundial en la producción de los cereales podemos decir que los factores que han incidido y continuaran incidiendo directamente en el comportamiento de la oferta de Cereales a nivel mundial son:

- Fenómenos atmosféricos y cambio climático.
- Aumento o disminución de los precios del crudo.
- Estabilidad de la economía.

## 2.10 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

### 2.10.1 ANÁLISIS HISTÓRICO DE LA DEMANDA MUNDIAL DE CEREALES



La demanda mundial de cereales registra un crecimiento promedio anual de un 3% en los últimos 4 años, según datos de la FAO y se prevé un leve crecimiento debido fundamentalmente a un aumento de la población mundial

### CONSUMO MUNDIAL DE CEREALES

#### CONSUMO MUNDIAL DE CEREALES POR PAÍSES MILLONES DE TONELADAS MÉTRICAS

	PAÍS	2013/14	2014/15	2015/16	PROMEDIO	PARTICIPACIÓN PORCENTUAL
1	China	490.00	524.60	548.90	507.3	21%
2	Estados Unidos	477.00	491.30	498.10	484.2	20%
3	Unión Europea	343.70	368.20	358.60	356.0	15%
4	India	162.50	159.30	146.80	160.9	7%
5	Rusia	98.60	109.00	109.60	103.8	4%
6	Canadá	75.20	68.30	65.00	71.8	3%
7	Ucrania	67.90	71.70	69.80	69.8	3%
8	Argentina	54.10	60.70	60.60	57.4	2%
9	Australia	43.40	41.90	42.00	42.7	2%
10	Kazakstán	19.80	18.90	20.60	19.4	1%
	Otros	515.6	540.3	533.8	527.95	22%
<b>Total</b>					<b>2,401.00</b>	<b>100%</b>

Fuente:

Consejo Internacional de Cereales

El 56% del consumo de cereales a nivel mundial está concentrado en tres grandes consumidores: China, Estados Unidos y la Unión Europea de manera agrupada, este se debe en gran medida a la cantidad de población y el poder adquisitivo que poseen.

### 2.10.2 COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA NACIONAL DE CEREALES

**DEMANDA NACIONAL DE CEREALES  
VALORES EN MILLONES DE TONELADAS**

	2012/13	2013/14	2014/15	PROMEDIO
DEMANDA	3,142,954	3,456,116	3,509,353	3,369,474
PRODUCCIÓN LOCAL	1,219,712	1,290,442	1,255,732	1,255,295
DÉFICIT	(1,923,242)	(2,165,674)	(2,253,621)	(2,114,179)
DÉFICIT %	-61%	-63%	-64%	-63%
Fuente: Ministerio de Agricultura Criterios propios				

El demanda de cereales ha registrado un crecimiento constante en el periodo 2012-2015, de igual forma el análisis de los datos nos revelan que la demanda de cereales en el país supera considera la producción, incidido casi en su totalidad por la alta demanda de maíz, ya que el país ha logrado satisfacer solo el 4% de la demanda de este cereal.

### 2.10.3 FACTORES QUE DETERMINAN EL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA

Los factores básicos que determinan la demanda de cereales son:

- El crecimiento poblacional mundial.
- La disminución de los precios de los cereales producto de una mayor producción.
- Estabilidad y crecimiento económico.

## 2.11 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

La Republica Dominicana está dividida en regiones productivas que se dedican a la producción de diferentes rubros, más que proyectos similares podemos considerar que existe una competencia entre regiones que producen los mismos rubros. Sin embargo, la competencia de estos debe analizarse de manera separada ya que dependiendo del cereal existe un dominio total de la producción y comercialización de una región u otra.

En ese sentido, la región **SUROESTE** que es a la que pertenece San Juan de la Maguana conjuntamente con Azua y Elías Piña posee un dominio total de la producción de maíz, aporta el 50% de la producción nacional y San Juan por su parte aporta casi la mitad de la producción de la región.

**REGIONES NORDESTE, NOROESTE Y NORCENTRAL**, La producción de arroz es dominada casi en su totalidad estas regiones aportando el 91% de la producción total de arroz de la Rep. Dom.

**SUR**: esta región es una de las menos productivas de todo el país, sin embargo domina la producción de Sorgo con el 80% de la producción local.

## 2.12 SUPLIDORES

Los proveedores del sector agrícola juegan un papel fundamental en la producción de los diferentes rubros, estos son los encargados de suplir los insumos para la producción, maquinarias, equipos, financiamiento, entre otros elemento, por lo que de ellos depende en gran manera la funcionabilidad y estabilidad del sector. Dentro de los principales proveedores de cada categoría podemos resaltar:

- 1) **PROVEEDORES DE INSUMOS**: Ferquido, Fersan, Prosedoca, Prosequisa, Agroespinal, Agromex, entre otras.
- 2) **PROVEEDORES DE EQUIPOS Y MAQUINARIAS**: Imca, Servicios Ferro-Agro, entre otros.

**3) PROVEEDORES FINANCIEROS:** debido a que el sector agrícola posee una calificación de altos riesgos para el sector financiero no es muy atractivo para los bancos, sin embargo existe instituciones financieras gubernamentales y también privadas que poseen productos especializados para este sector, dentro de estas podemos destacar: Banco Agrícolas, Banco de Reservas, Banco Adopem, Bandex (especializado en el financiamiento del sector productivo exportador).

También los productores disponen del financiamiento informal que es el que utilizan con más frecuencia, debido a la poca formalidad que requieren y la rapidez con que pueden disponer del dinero, sin embargo, el costo es sumamente alto e insostenible para los productores pues las tasas mensuales oscilan entre un 10% y 20% mensual,

## 2.13 COMERCIALIZACIÓN

### 2.13.1 PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS CEREALES DE SAN JUAN DE LA MAGUANA



El proceso de comercialización de los cereales que se producen en San Juan obedece a una práctica común que se genera de manera espontánea en el mercado y no por un establecimiento de proceso por parte de los productores, este hecho provoca que estos tengan poco o muy limitado poder de negociación y que los beneficios lo obtengan los demás miembros de la cadena de comercialización, sobre todo los intermediarios, otro aspecto relevante que se debe destacar es que los acopiadores por lo general son los que

financia la producción a modo de prestamistas informales, esto también afecta el libre mercado y el poder de negociación de los productores.

Es por esto que se hace necesario diseñar estrategias de comercialización donde los productores puedan acortar la cadena y tener mejores beneficios.

## **2.14 EXPORTACIONES E IMPORTACIONES**

La relación importación-exportación de los cereales está dominada en una gran proporción por las importaciones, ya que existe un déficit en la producción local de cereales, y en mayor magnitud en el maíz con un promedio de 96% de déficit promedio anual que en casi su totalidad es suplido por los Estados Unidos. En cuanto al arroz se han registrado mínimas exportaciones, principalmente a Haití.

## **III ANÁLISIS DEL ENTORNO COMPETITIVO**

### **3.1 ENTORNO COMPETITIVO (5 FUERZA DE PORTER)**

Para el análisis del entorno competitivo hemos tomado como herramienta el análisis ponderado del as 5 fuerzas de Porter con el objetivo de conocer cómo se comportan cada una de las variables que inciden en la competencia del mercado de la producción de cereales de la provincia de San Juan de la Maguana.

En este sentido, nos encontramos con un entorno con altas barreras de entradas por los altos niveles de inversión inicial que se requieren, alto poder de negociación de los clientes por la capacidad económica de la que disponen, un poder bajo de negociación de los proveedores y muy baja presión de sustitutos, pero un entorno amenazado por un alto nivel de competitivo y un mercado de alto riesgo.

**AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES:**

**ALTA:** alto poder económico de las comercializadores o importadores de estos productos.  
Grandes cadenas de tiendas con sus propias marcas.

NUEVOS  
COMPETIDORES

**RIVALIDAD DE LOS COMPETIDORES EXISTENTES EN LA INDUSTRIA:**

**ALTA:** Suficientes oferentes en el mercado con una gama de productos tanto en precios como en calidad.  
Bajo nivel de fidelización de los clientes.

**PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES:**

**BAJA:** Disponibilidad de una gran cantidad de suplidores de las materias prima  
-Poca diferenciación en términos de precios y productos.

PROVEEDORES

COMPETENCIA DE  
LA INDUSTRIA.  
INTENSIDAD DE  
LAS RIVALIDADES

COMPRADORES

**AMENAZA DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTOS:**

**MUY BAJA:** Ya que existen pocos productos que sustituyen al arroz y el maíz para consumo humano y alimentación animal.

PRODUCTOS O  
SERVICIOS  
SUSTITUTOS

**PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES:**

**ALTA:** Variedad y disponibilidad a este tipo de productos. Alto poder económico de los compradores.



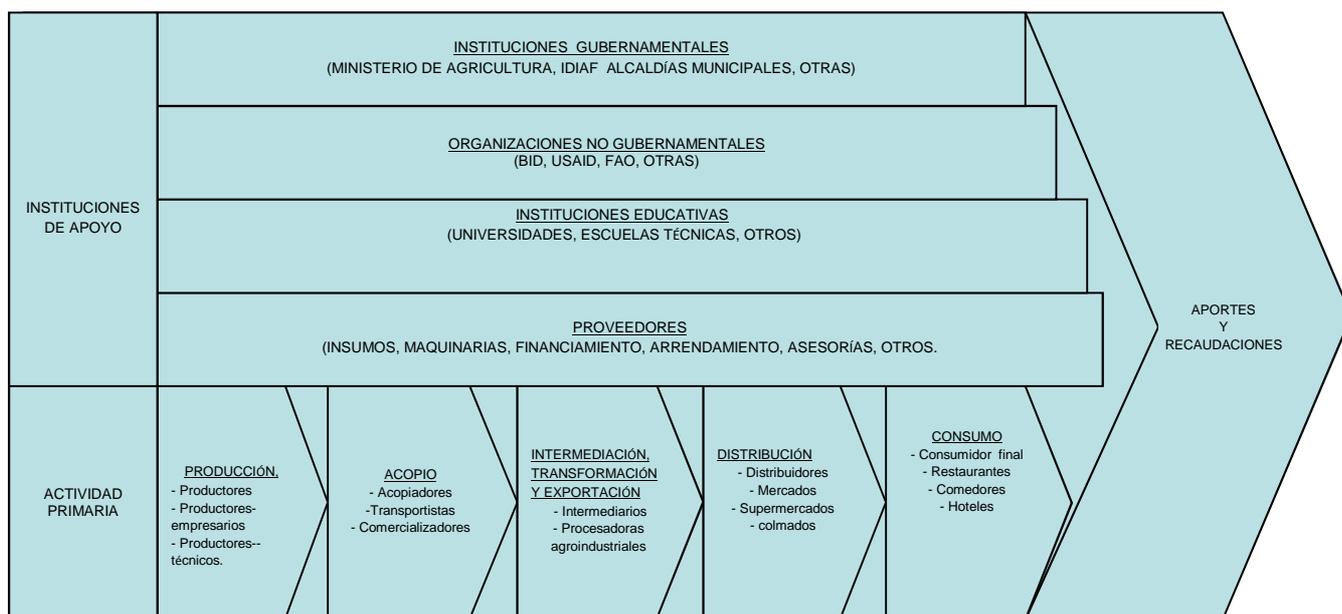
BARRERAS DE ENTRADA	PONDERACIÓN	INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA	PONDERACIÓN	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES	PONDERACIÓN	PRESIÓN DE LOS SUSTITUTOS	PONDERACIÓN	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS SUPLIDORES	PONDERACIÓN
Economías de Escala	5.00	Dispersión de la Industria	4.00	Volumen de Compras	5.00	Beneficio	1.00	Concentración	3.00
Diferenciación	3.00	Lento Crecimiento de la Industria	4.00	Poca Diferenciación de los Productos	5.00	Precio	1.00	Ausencia de Productos Sustitutos	1.00
Requerimiento de Capital	5.00	Altos Costos Fijos y/o de Almacenaje	5.00	Industria de Márgenes Reducidos	5.00			Importancia para los Suplidores	3.00
Costos de Cambio	5.00	Falta de Diferenciación o Costos de Cambio	3.50	Amenaza de Integración Vertical	5.00			Importancia del producto Supliador	4.00
Acceso a Canales de Distribución	5.00	Diversidad de Competidores	3.5	Poca Importancia a la Calidad	3.00			Diferenciación en el Producto del Supliador	3.00
Desventajas de Costos	5.00	Altos Intereses Estratégicos	5.00	Nivel de Influencia en la Toma de Decisiones	4.00			Costo para Cambiar de Supliador	3.50
Políticas Gubernamentales	3.00	Altas Barreras de Salida	3.00					Amenaza de Integración Hacia Delante	3.00
Historial de Retaliación	4.00								
Recursos de los Participantes	3.00								
Compromisos con la Industria	3.00								
Crecimiento Lento de la Industria	3.00								
<b>PROMEDIO</b>	4.00		4.00		4.67		1.00		2.93
<b>VALOR DE LA PONDERACIÓN</b>	<b>Muy alto-5</b>	<b>Alto - 4</b>	<b>Moderado - 3</b>	<b>Bajo - 2</b>	<b>Muy Bajo -1</b>				

Para poder ser competitivos en un mercado que presenta grandes desventajas para los productores proponemos realizar las siguientes estrategias:

- Desarrollar un modelo asociativo de comercializar la producción para mejorar el poder de negociación frente a los clientes.
- Mejorar los niveles de productividad para mejorar la competitividad en el mercado.

## IV CADENA DE VALOR DEL MERCADO DE CEREALES DE SAN JUAN DE LA MAGUANA

La estructura de la Cadena de Valor de Cereales de la provincia de San Juan de la Maguana y la Cadena de Valor del sector agrícola de la República Dominicana están compuestas básicamente por los mismo actores, ya que este es un mercado dominado por pocas regiones productivas del país que actúan de manera similar.



### 4.1 DESCRIPCIÓN DE ACTORES Y SU ROL

#### 4.1.1 INSTITUCIONES DE APOYO

##### 1) INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES:

- Ministerio de Agricultura: Es el organismo rector del sector agrícola, dentro de sus funciones esta trazar las políticas que rigen el sector, desarrollar programas tendentes a mejorar la competitividad y desarrollo de los productores, de manera más específica se encarga de canalizar las semillas desarrolladas por el organismo de Investigación a los productores de cereales.

- IDIAF: Su función consiste en desarrollar variedades de semillas de alto rendimiento para el cultivo de Cereales en República Dominicana.

##### 2) ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES:

Son organismos cuyos objetivos fundamentales son contribuir en el mejoramiento de la calidad de vida de los actores de un determinado sector, en este caso el sector productivo, dentro de estas podemos citar: BID, FAO y USAID.

En el caso específico del EL Banco Interamericano de Desarrollo (BID) apoya proyectos en el sector agrícola de San Juan de la Maguana, que contribuyan al desarrollo productivo y la capacidad exportadora, a través del Programa Productivo y de Competitividad de San Juan de La Maguana, este tiene como objetivos principales: 1) Mejoramiento de las condiciones de acceso al crédito, 2) Mejoramiento de la accesibilidad a mercados y 3) La optimización los recursos hídricos disponibles.

### **3) INSTITUCIONES EDUCATIVAS:**

Además de formar a los técnicos y profesionales de la agricultura, también sirven de plataforma para desarrollan programas experimentales y de investigación con el objetivo fundamental de contribuir en el mejoramiento del sector.

### **4) PROVEEDORES:**

Actúan como suplidores de insumos, equipos, maquinarias y financiamiento para la producción.

## **4.1.2 ACTIVIDAD PRIMARIA**

### **1) PRODUCCIÓN:**

Los productores representan el eslabón de mayor importancia en la Cadena de Valor de producción de Cereales en San Juan de la Maguana, y la producción de estos como tal es de suma importancia para la seguridad alimentaria del mundo y la creación de empleo y el encadenamiento productivo. En la actualidad esta provincia produce el 29% del maíz y el 4% de arroz que se produce en el país, por lo que tiene una participación de suma importancia en el sector.

Los productores de San Juan por lo general se dedican a la producción de varios cultivos a año, muchos de ellos de manera simultánea.

Existe una gran cantidad productores no son propietarios de la superficie de terreno en los cuales hacen su siembra y sino que estas son arrendadas a través de un acuerdo abierto de aparcería, equivalente a 17% del valor bruto de la cosecha.

Las fuentes de financiamiento más regulares son la oficial, específicamente el Banco Agrícola; los préstamos de esta entidad son realizados a una tasa de interés de 1.6% mensual. Existen otras fuentes informales de financiamiento, a las cuales los productores acceden, en su gran mayoría, porque no califican a nivel de buro de crédito y también por la rapidez con la que dispones de los recursos.

Por lo general, los productores venden sus cosechas en finca inmediatamente se está realizando y en algunas ocasiones antes de iniciar la cosecha, por varias razones: poca o ninguna liquidez, altos costos de financiamiento, no disponen de almacenamiento, no dispone de una máquinas de secado que prolonguen la vida de los cultivos y altos costos de transporte.

## **2) ACOPIO:**

Adquieren toda la producción y poseen un alto nivel de poder de negociación frente a los productores. Con mucha frecuencia el acopiador/transportista ha fungido, en una fase previa de la cadena de valor, como ente de financiamiento informal.

## **3) INTERMEDIACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y EXPORTACIÓN:**

En el caso de la producción de cereal y de otros rubros que se producen en San Juan, los actores de este eslabón juegan diferentes roles dentro de la cadena y actúan en otros eslabones desempeñando las función de arrendatarios de la superficie de siembra, financiando informal, acopiadores, transportista, almacenista, estos logran quedarse con el mayor margen de esta actividad.

#### **4) DISTRIBUCIÓN:**

Este eslabón está compuesto por Distribuidores, Mercados, Supermercados y colmados que adquieren los productos para ponerlos a disposición de los consumidores, estos juegan un rol fundamental pues de ellos depende en gran medida el funcionamiento o no de la cadena ya que son los que tienen el contacto directo con los consumidores y conocen sus gustos y preferencias. También estos poseen un alto grado de negociación frente a los intermediarios.

Dentro de estos podemos destacar: Mercado de Santo Domingo, Mercado de Santiago, Supermercados La Sirena, Nacional, Bravo, Pola, la Cadena, entre otros.

#### **5) CONSUMO:**

Los consumidores de los cereales que se producen en San Juan de la Maguana están divididos en dos grupos:

- a. Consumo Humano: consumidores finales, hoteles, restaurantes, comedores y fondas, estos adquieren estos productos a través de los diferentes oferentes del eslabón de distribución.
- b. Consumo animal: aunque los consumidores de estos alimentos los animales, los clientes directos son los dueños de granjas tanto de cerdos como de pollo, quienes adquieren principalmente el maíz a través de los intermediarios y en algunas ocasiones con los distribuidores.

## 4.2 CONSIDERACIONES SOBRE LA CADENA DE VALOR DE CEREALES

Las principales dificultades o desequilibrios que presenta la cadena de valor de los cereales son identificados en los eslabones de la producción y comercialización.

PRODUCCIÓN	COMERCIALIZACIÓN/ INTERMEDIACIÓN
<ul style="list-style-type: none"><li>• Carencia de planificación en la producción</li><li>• Financiamiento oficial limitado</li><li>• Bajo poder negociación de los productores</li><li>• Alto costo de adquisición semillas</li><li>• Alto costo de arrendamiento superficie siembra</li><li>• Dispersión de la producción</li><li>• Alta variabilidad de precios</li><li>• Altos costos insumos de producción</li><li>• Alto costo financiamiento informal y de la banca privada formal.</li><li>• Unidades productivas con limitada cantidad de tareas.</li><li>• Baja productividad y rendimiento.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Alto nivel de negociación intermediarios.</li><li>• Alto costo de transporte y almacenamiento para pequeños volúmenes de producción.</li><li>• Precios de ventas fijados por intermediarios.</li><li>• Transportistas fungen como intermediarios.</li></ul>

## V. INVESTIGACIÓN DE MERCADO DE CEREALES DE LA PROVINCIA DE SAN JUAN DE LA MAGUANA

### 5.1 FICHA TÉCNICA

Descripción de la Investigación	El estudio recolectó información relevante acerca de las preferencias, comportamientos y potencialidades de Cereales (Maíz y Arroz) en los diferentes nichos de mercado estudiados.			
Tipo de Estudio	Levantamiento de campo.			
Ámbito	El territorio Nacional, con la selección intencionada de los dos municipios más grandes de la capital de La República Dominicana (Santo Domingo Este y El Distrito Nacional), y de tres provincias ubicadas en cada región del país (Santiago, La más grande y representativa del Norte, San Juan de la Maguana, representante del Sur y productora de los rubros estudiados y La provincia La Altagracia, en representación del Este, caracterizada por su alto consumo y dinámica económica como consecuencia de su desarrollo turístico.			
Periodo de recolección	Días comprendidos entre el 23 de Junio y el 13 de Julio del año 2016.			
Metodología y aplicación de cuestionarios	Trabajo de campo, con aplicación de cuestionarios cara a cara a representantes de los tres sectores definidos como los principales protagonistas del problema: <b>Consumidores (amas de casa)</b> : consumidoras de los productos bajo estudios, <b>Colmados</b> : como una de las principales cadena de distribución de los productos y <b>Comedores, Fondas y Restaurantes</b> , como segmento especial por el alto consumo de los productos estudiados.			
Instrumentos	Tres cuestionarios. Elaborados por el equipo consultor a base de preguntas abiertas y cerradas (uno para cada sector estudiado):			
Universo	Total de amas de casa, colmados y restaurantes, comedores y fondas de los 5 (cinco) municipios seleccionados para la investigación.			
Muestreo	400 muestras, resultantes de la aplicación de la formula correspondiente a Universo infinito mayor o igual que 100,000. $n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$ . Distribuidas en 250 para consumidoras, 104 para colmados y 46 para restaurantes, fondas y comedores.			
Tamaño de y distribución de la muestra.	El tamaño y la aplicación de las proporciones muestrales se distribuyó de la forma siguiente:			
	<b>Provincia</b>	<b>DISTRIBUCIÓN MUESTRAL</b>		
		<b>Consumidores</b>	<b>Colmados</b>	<b>Restaurantes, comedores y fondas</b>
	Sto. Dgo. Este	73	44	10
	Distrito Nacional	65	18	18
	Santiago	56	15	3
	San Juan Maguana	30	12	8
La Altagracia	26	15	7	
Tratamiento estadístico de los datos	Herramienta especializada para uso en la investigación.			

## 5.2 REPORTE DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO EN CONSUMIDORES

### 1) AFIRMACIÓN SOBRE CONSUMO DE CEREALES

¿De los siguientes Cereales cuáles usted consume?		
Opciones de respuestas	Porcentajes	Total de respuestas
Arroz	100.0%	253
Maíz	76.7%	194



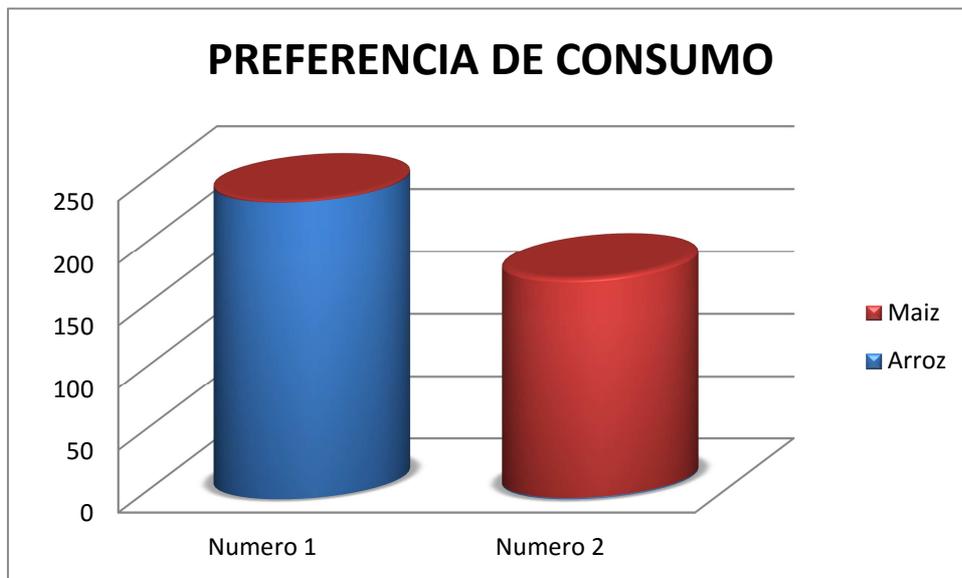
Se reporta un alto nivel de afirmación de consumo tanto de arroz como del maíz, el total de las encuestadas reportaron consumir arroz en sus hogares, esta afirmación había de esperarse, pues el arroz es uno de los principales alimentos de la cultura dominicana.

En cuanto al maíz su consumo es más moderado comparado con el arroz, sin embargo, se registraron ponderaciones bastante elevadas de consumo para este tipo de cereal.

## 2) PREFERENCIA DE CONSUMO DE CEREALES

Enumere en orden de importancia cuál usted prefiere, siendo el numero 1 el de mayor preferencia.

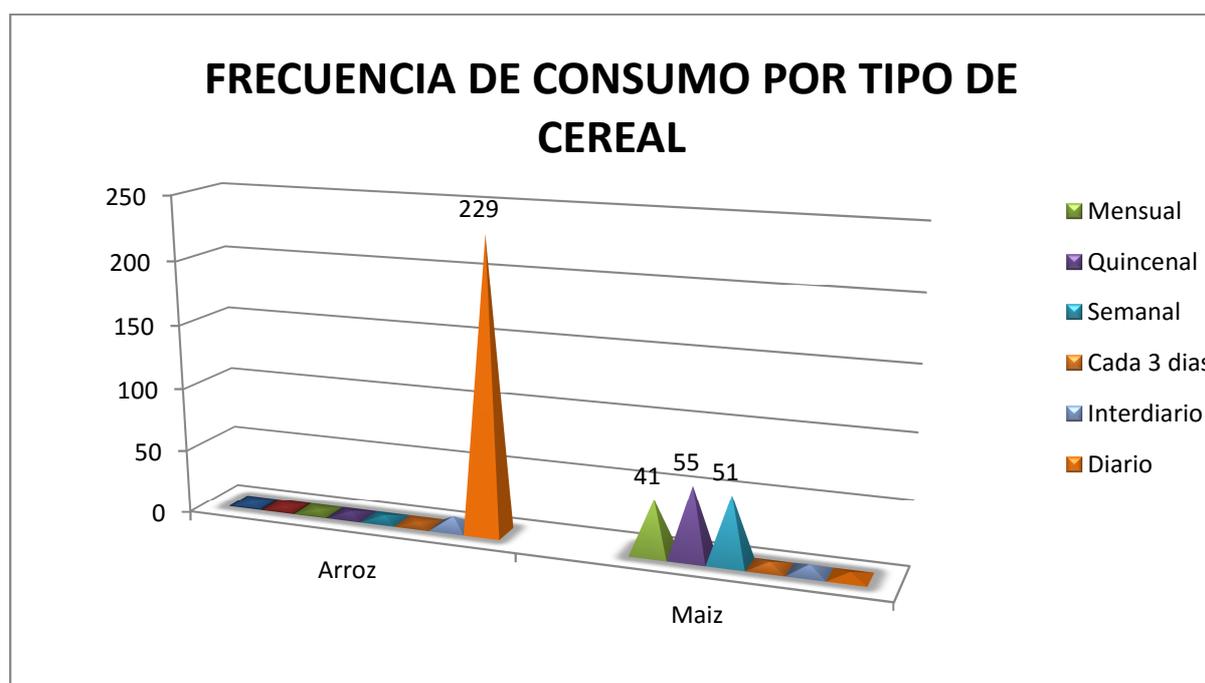
Opciones de respuestas	Numero 1	Numero 2	Total de respuestas
Arroz	238	1	239
Maíz	2	176	178



El orden de preferencia de consumo es liderado casi en su totalidad por el arroz, esta información no representa ningún tipo de novedad, ya que es de amplio conocimiento la preferencia del arroz para los dominicanos.

### 3) FRECUENCIA DE CONSUMO

¿Con qué Frecuencia consume?							
Opciones de respuesta	Diario	Interdiario	Cada 3 días	Semanal	Quincenal	Mensual	Total de respuestas
Arroz	229	9	1	3	3	1	246
Maíz	4	6	4	51	55	41	161

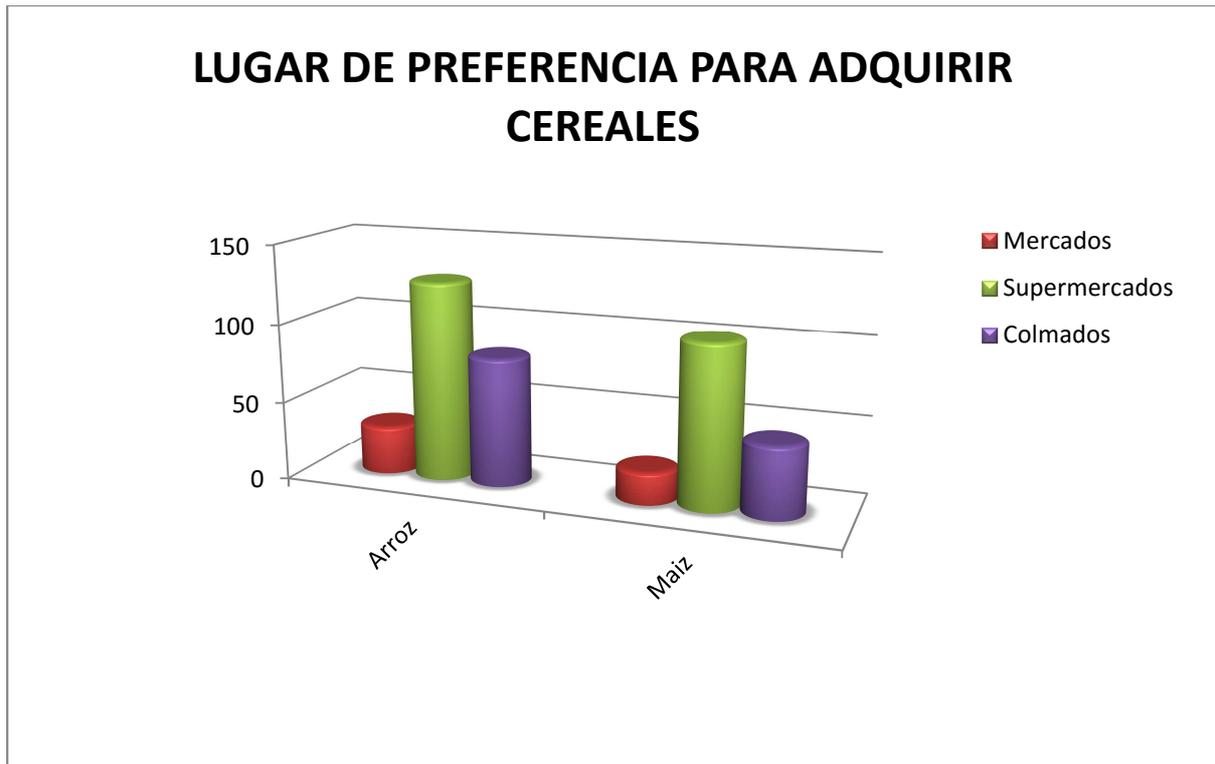


En lo referente a la frecuencia de consumo el reporte de la investigación reafirma la importancia del arroz en la dieta diaria dominicana.

El maíz reporta frecuencias de consumo quincenales en primer orden, semanal y mensual respectivamente, este es son utilizados para la elaboración ensaladas.

#### 4) LUGAR DE PREFERENCIA PARA ADQUIRIR CEREALES

Lugar de preferencia para adquirir los siguientes productos				
Opciones de respuestas	Colmados	Supermercados	Mercados	Total de respuestas
Arroz	82	127	31	235
Maíz	45	103	20	167



El supermercado aparece como el punto de venta más utilizado para la compra de tanto de arroz como de maíz, los colmados le siguen, siendo los mercados los menos utilizados para la adquisición de estos productos; se debe destacar en este sentido lo siguiente: primero, que es en el supermercado donde el abanico de la oferta es más completa (arroz empacado en todas las variedades y en los distintos pesos, con y sin marca, maíz fresco, enlatado, entre otras presentaciones).

## 5) CARACTERÍSTICAS DE PREFERENCIA PARA CONSUMIR CEREALES

¿Por qué prefiere usted comprar el Arroz?

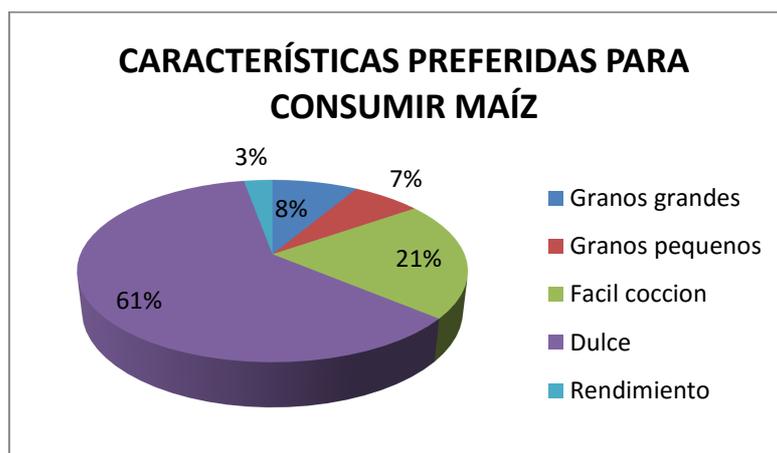
Opciones de respuestas	Tamaño del Grano	Fácil Cocción	Limpieza	Rendimiento	Total de respuestas
Arroz	31	86	91	147	239



El orden de importancia que dan las amas de casa a las características que prefieren tenga el arroz son: **el rendimiento, limpieza y la facilidad de cocción**. Un aspecto a considerar es que muchas de las encuestadas destacaron la importancia de que el arroz se cocine granado.

¿Por qué prefiere usted comprar Maíz

Opciones de respuestas	Granos grandes	Granos pequeños	Fácil cocción	Dulce	Rendimiento	Total de respuestas
Maíz	15	12	37	108	5	177

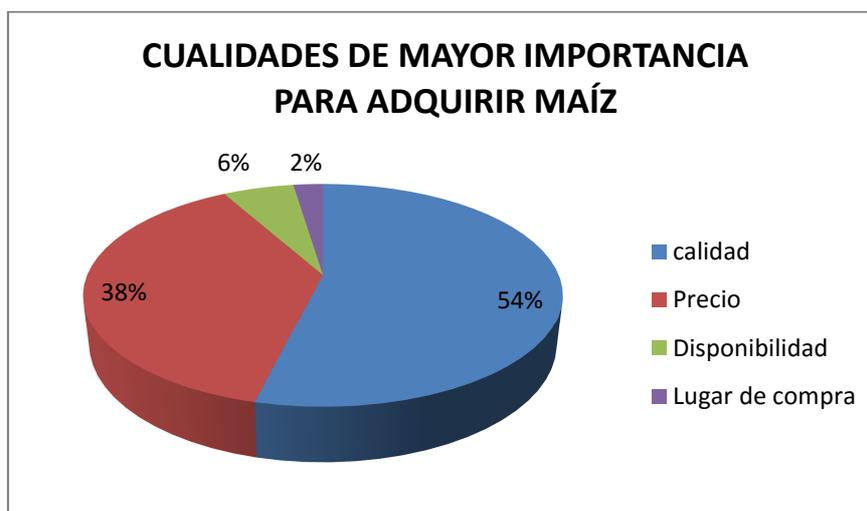
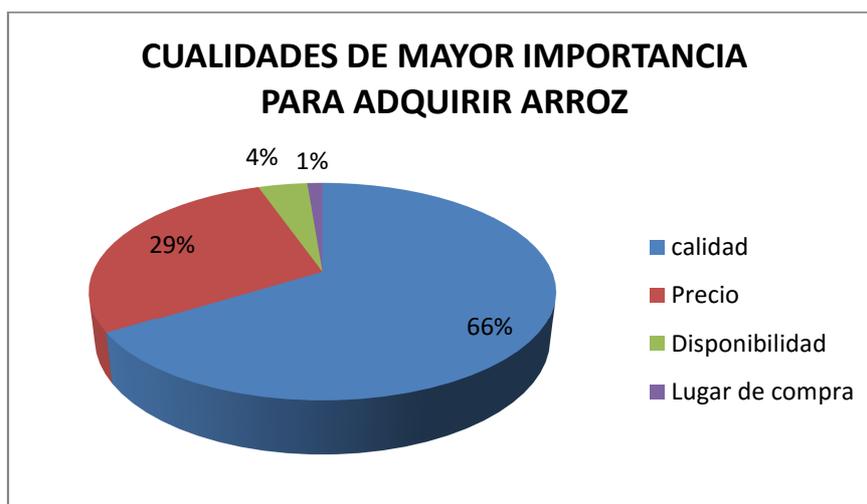


En el caso del maíz la característica de mayor apreciación por parte de las encuestadas es la dulzura, seguido de la facilidad de cocción, esto se explica ya que casi la totalidad del consumo del maíz es para hacer ensaladas y en ocasiones arroz con maíz.

## 6) CUALIDADES DE MAYOR IMPORTANCIA PARA ADQUIRIR CEREALES

¿Qué es importante para usted cuando decide cuál de los siguientes productos adquirir?

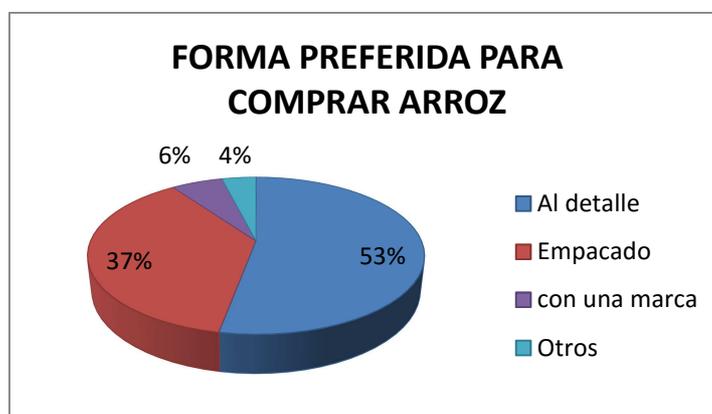
Opciones de respuestas	Calidad	Precio	Disponibilidad	Lugar de compra	Total de respuestas
Arroz	211	91	13	4	240
Maíz	113	80	12	5	156



La calidad es definida como la cualidad de mayor relevancia para la decisión de compra tanto para el arroz como para el maíz, los precios son reportados como segunda cualidad de importancia. La disponibilidad fue mencionada con muy poca puntuación y las razones para ello fue que además de encontrarse tanto en supermercados, como en colmados y en almacenes, no se han registrado niveles de escases relevantes de esos rubros en los últimos años.

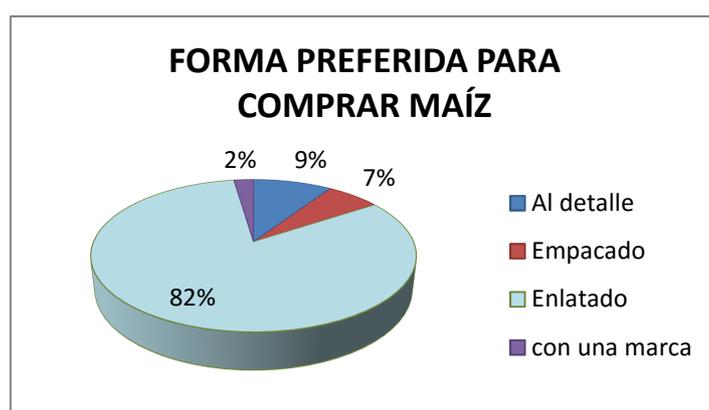
## 7) FORMA PREFERIDA POR LA GENTE PARA COMPRAR CEREALES.

¿Cómo prefiere usted comprar?					
Opciones de respuestas	Al detalle	Empacado	con una marca	Otros	Total de respuestas
Arroz	135	95	15	10	246



“Al detalle” es la forma que los encuestados reportan como preferidas para la compra de arroz, también recibe una mención importante “empacado”, pero cabe destacar que posterior a las respuestas de empacadas especificaban el tipo de marca que prefieren, siendo estas (La Garza, Pimco, Campos, entre otras), por lo que la opción de empaque con una marca es bastante relevante para tomarla en consideración como una opción para ofertar arroz.

¿Cómo prefiere usted comprar?					
Opciones de respuestas	Al detalle	Empacado	Enlatado	con una marca	Total de respuestas
Maíz	16	11	141	4	168

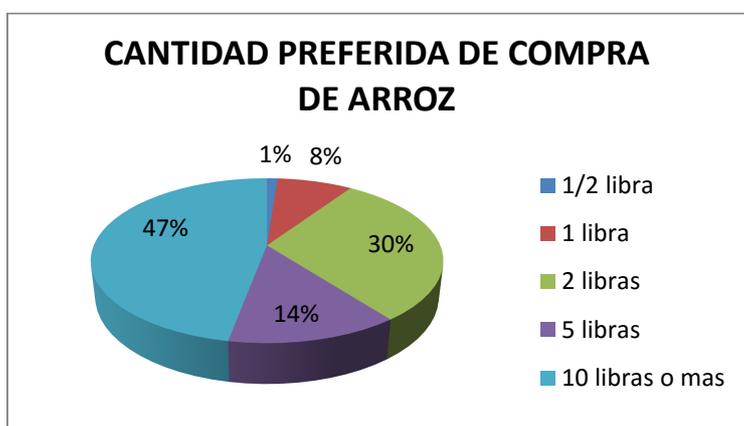


El Maíz es preferido principalmente en latas, se registró un alto posicionamiento de la marca La Famosa, ya que las encuestadas al seleccionar enlatado casi su totalidad especificaban una marca, siendo esta la de mayor mención.

## 8) CANTIDAD PREFERIDA DE COMPRA

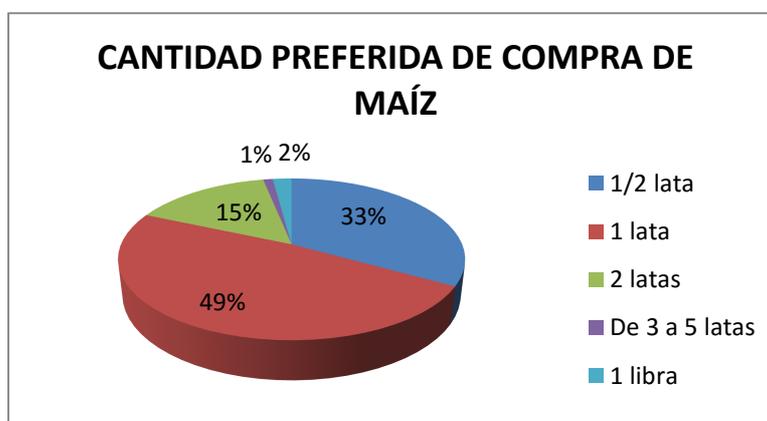
### 7) ¿Qué cantidad prefiere comprar?

Opciones de respuestas	1/2 libra	1 libra	2 libras	5 libras	10 libras o mas	Total de respuestas
Arroz	3	21	77	34	120	244
Maíz	63	92	29	2	4	160



### 7) ¿Qué cantidad prefiere comprar?

Opciones de respuestas	½ lata	1 lata	2 latas	De 3 a 5 latas	1 libra	Total de respuestas
Maíz	63	92	29	2	4	160

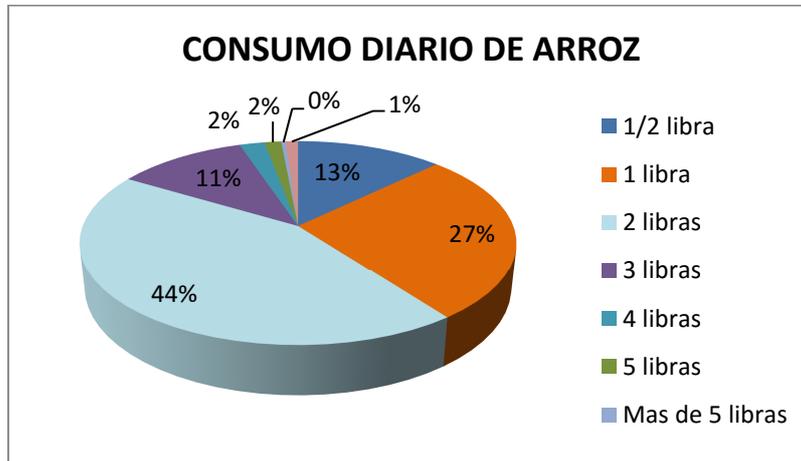


Las entrevistadas afirmaron que las cantidades que prefieren comprar son 10 libras y dos libras, esto guarda relación con las preferencias de compra en supermercados para seleccionar 10 libras y 2 libras en los colmados.

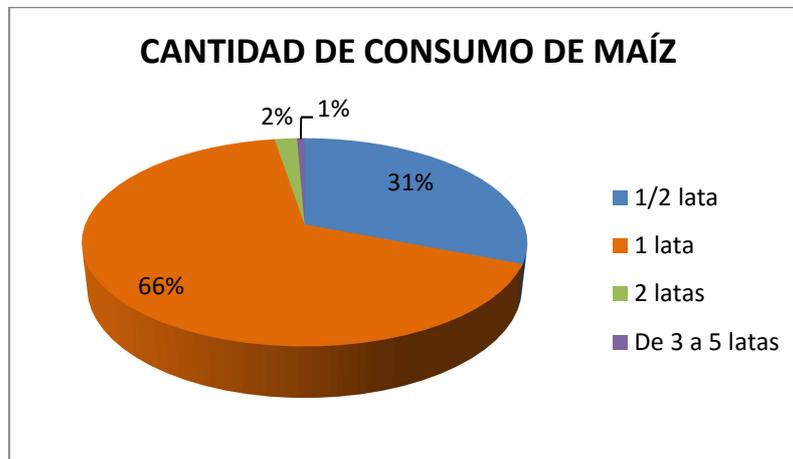
La cantidad preferida de compra del maíz es en latas de 15 onzas, seguido por las latas pequeñas de 8 onzas consideradas como ½ lata para este estudio y en tercer lugar la cantidad de 2 latas.

## 9) CANTIDAD DE CONSUMO DE CEREALES

¿Qué cantidad diaria consume de?									
Opciones de respuestas	1/2 libra	1 libra	2 libras	3 libras	4 libras	5 libras	Más de 5 libras	No sabe	Total de respuestas
Arroz	35	74	120	31	6	4	1	3	243



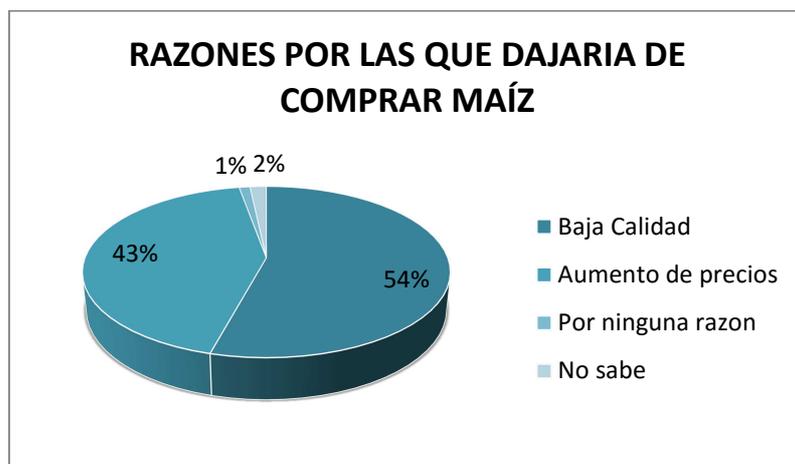
¿Qué cantidad consume de?					
Opciones de respuestas	½ lata	1 lata	2 latas	De 3 a 5 latas	Total de respuestas
Maíz	48	103	3	1	151



Entre 1 y 2 libras se concentran la mayoría de las afirmaciones sobre el consumo diario de arroz, en mucho menor proporción se reportan consumos diarios de ½ libra de este cereal. Aunque para el maíz no se reporta un consumo diario, sino con una frecuencia Semanal y quincenal y mensual, las encuestadas reportaron consumir mayormente 1 lata o ½ lata (1 lata pequeña) como segunda opciones.

## 10) PRINCIPALES RAZONES POR LAS CUALES LA GENTE DEJARÍA DE COMPRAR CEREALES.

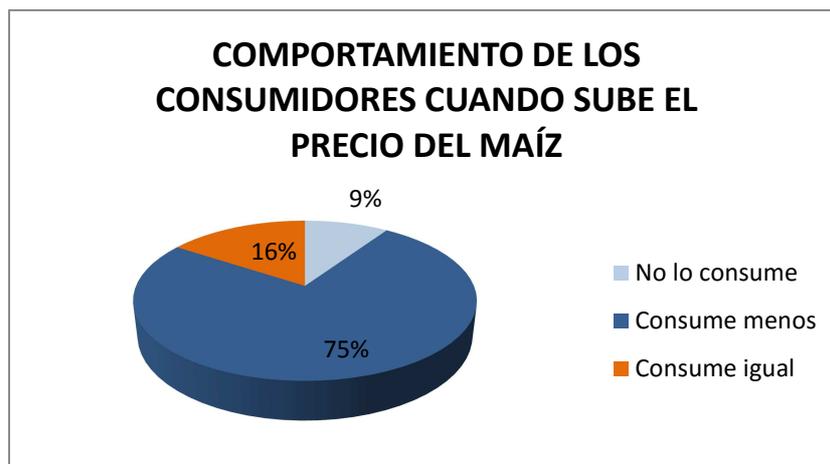
¿Por cuál de las siguientes razones dejaría usted de comprar estos productos?					
Opciones de respuestas	Baja Calidad	Aumento de precios	Por ninguna razón	No sabe	Total de respuestas
Arroz	185	60	5	8	216
Maíz	97	77	2	3	149



Por baja calidad y aumento de precio son las razones principales por la que dejaría de consumir tanto el arroz como el maíz. Una muy escasa proporción de las encuestadas dijo que de ninguna manera dejaría de consumir estos cereales. Estas afirmaciones merecen atención especial, ya que según las afirmaciones de las encuestadas este tipo de producto es más valorado por su calidad que por su precio, aunque el precio siempre será un factor importante para la oferta de estos productos.

## 11) COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES CUANDO SUBE EL PRECIO DE LOS CEREALES

¿Cuándo sube el precio de los siguientes productos qué hace usted?				
Opciones de respuestas	No lo consume	Consume menos	Consume igual	Total de respuestas
Arroz	1	107	129	238
Maíz	15	119	25	160

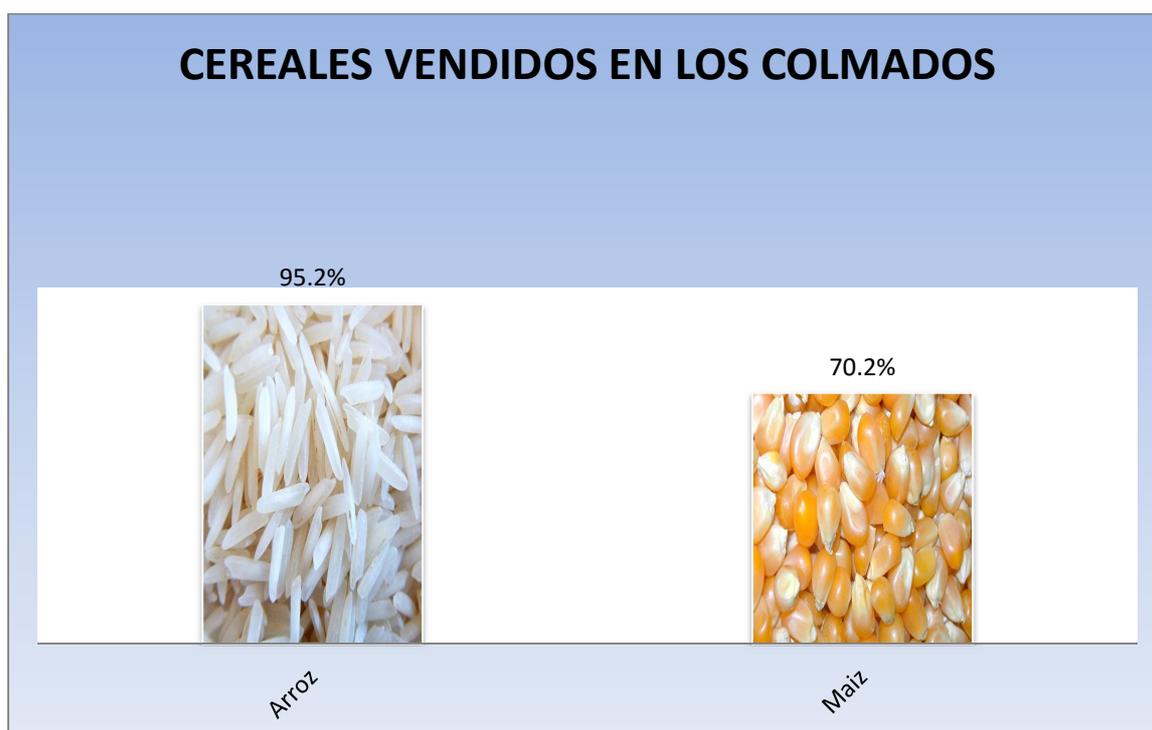


La mayor cantidad de las encuestadas reportan que bajo un aumento de precio del arroz continuarían consumiéndolo igual, otra cantidad importante afirma consumir menos y solo una de las encuestadas opino que dejaría de consumirlo, esto se debe a que el arroz es un alimento básico en la dieta de los dominicanos y que no existe sustituto para el en este mercado. Sin embargo el maíz no goza del mismo posicionamiento, las tres cuartas partes de las encuestadas afirma que consumirían menos si se produce un aumento de precio y una baja proporción dejaría de consumirlo, pero como dato interesante tampoco reportan sustituirlo por otro alimento.

## 5.3 REPORTE DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO EN COLMADOS

### 1) CEREALES VENDIDOS EN COLMADOS

De los siguientes productos ¿cuáles vende usted en este colmado?		
Opciones de respuesta	Porcentaje	Total de respuestas
Arroz	95.2%	99
Maíz	70.2%	73

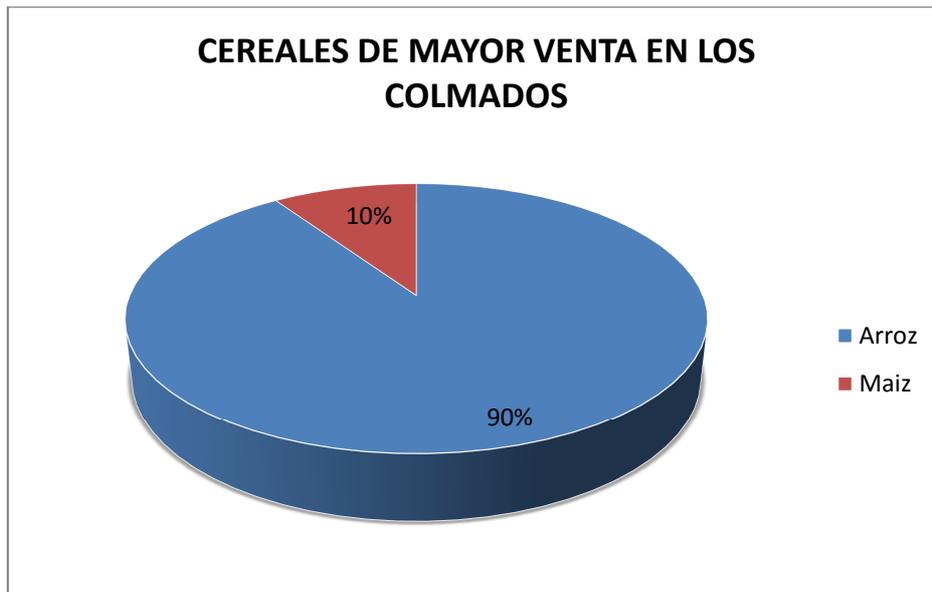


Casi la totalidad de los colmados encuestados afirman vender Arroz en sus colmados y un poco más del 70% afirma vender Maíz.

Estas observaciones merecen ser analizadas de forma cuidadosa, pues algunos colmados que respondieron no vender maíz, se podía observar las latas de este alimento en las estanterías, pudiendo esto generar un sesgo de interpretación pues la pregunta no estaba dirigida hacia si vendía maíz crudo, fresco, molido o en lata.

## 2) CEREALES DE MAYOR VENTA EN LOS COLMADOS

¿De los siguientes Cereales cuales son las que más se venden?		
Opciones de respuesta	porcentaje	Total de respuestas
Arroz	90.5%	95
Maíz	9.5%	10

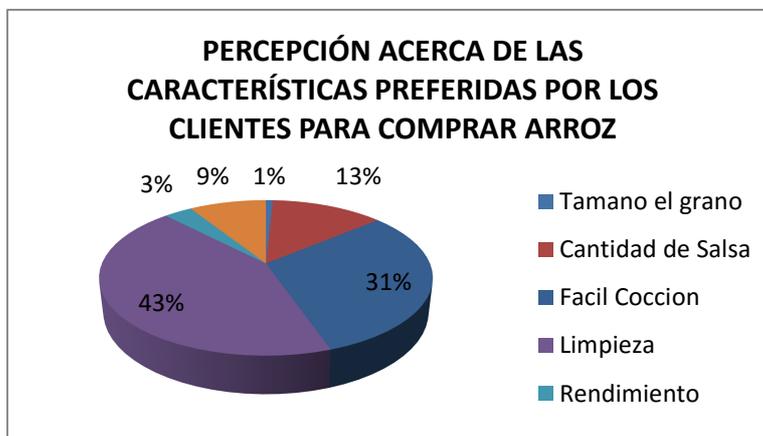


La consistencia de la demanda de arroz se afianza más, cuando casi todos los colmados reportan que este es el cereal de mayor venta, solo algunos colmados que no venden arroz, pues están dedicados más a la venta de bebidas alcohólicas que de comestibles, si reportan el maíz como el cereal de mayor venta.

### 3) PERCEPCIÓN ACERCA DE LAS CARACTERÍSTICAS DE PREFERENCIA DE LOS CLIENTES PARA COMPRAR CEREALES

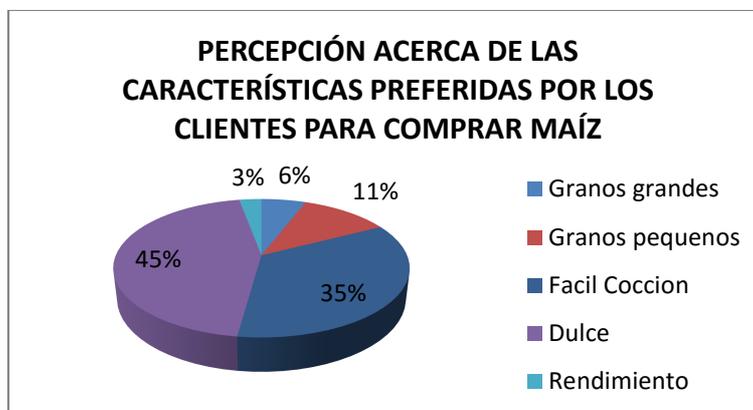
¿Por qué prefieren los clientes las siguientes Arroz?

Opciones de respuesta	Tamaño el grano	Cantidad de Salsa	Fácil Cocción	Limpieza	Rendimiento	Graneado	Total de respuestas
Arroz	1	16	38	53	4	11	123



¿Por qué prefieren los clientes las siguientes Maíz?

Opciones de respuesta	Granos grandes	Granos pequeños	Fácil Cocción	Dulce	Rendimiento	Total de respuestas
Maíz	4	8	24	31	2	69

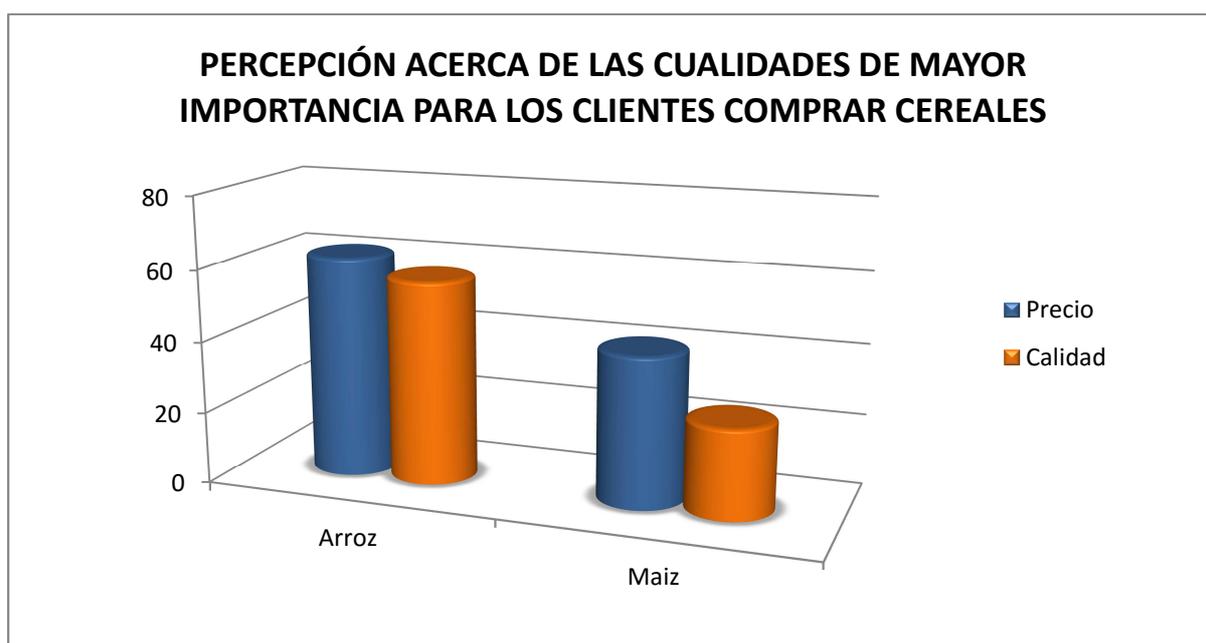


La **limpieza** (pocos gallos y piedras), **fácil cocción** (graneado) son los atributos que los dependientes y dueños de colmados entienden que hacen que las amas de casa prefieran un tipo de arroz frente a otro.

La percepción de los colmaderos es bastante acertada sobre las características de preferencia del maíz, ya que las amas de casa destacaron que las características de mayor importancia para ellas es que este sea dulce y se cocine con Facilidad.

#### 4) PERCEPCIÓN DE CUALIDADES DE MAYOR IMPORTANCIA PARA LOS CLIENTES ADQUIRIR CEREALES

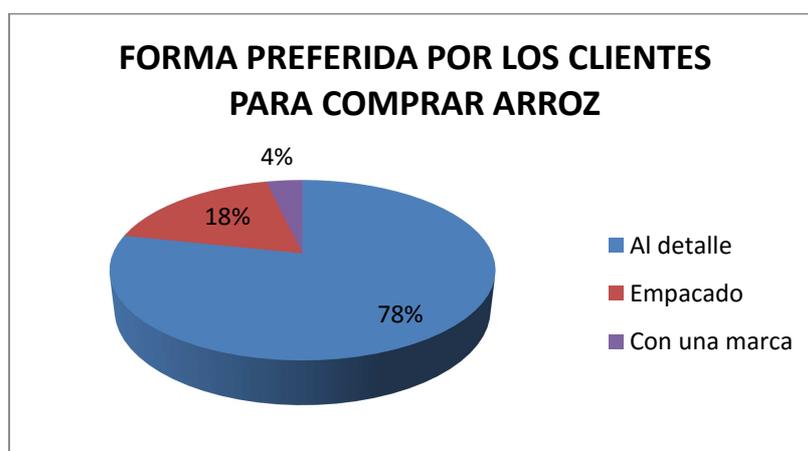
¿Que es importante para los clientes cuando deciden cuál de los siguientes productos adquirir?			
Opciones de respuesta	Calidad	Precio	Total de respuestas
Arroz	57	62	119
Maíz	25	42	67



Contrario a lo que afirman las consumidoras, los colmaderos perciben que para sus clientes lo más importante a la hora de elegir el arroz y el maíz es el precio, siendo la calidad el atributo que mayor importancia tiene para estas. Este es un dato de suma importancia, pues aparentemente los colmaderos tienen una percepción errada de la preferencia de sus clientes en cuanto a arroz y maíz se refiere ya que ellos mismo confirman que la razón más importante por la que sus clientes dejarían de adquirir estos productos sería la baja calidad. No obstante, debemos resaltar que más del 50% de las encuestadas afirman que prefieren adquirir estos productos en los supermercados y por lo que posiblemente estemos hablando de segmentos de mercado distintos.

## 5) FORMA PREFERIDA POR LOS CLIENTES PARA ADQUIRIR CEREALES.

¿Cómo prefieren los clientes los siguientes productos?					
Opciones de respuesta	Al detalle	Empacado	Enlatado	Con una marca	Total de respuestas
Arroz	87	20	0	4	111



¿Cómo prefieren los clientes los siguientes productos?				
Opciones de respuesta	Empacado	Enlatado	Con una marca	Total de respuestas
Maíz	1	59	3	63



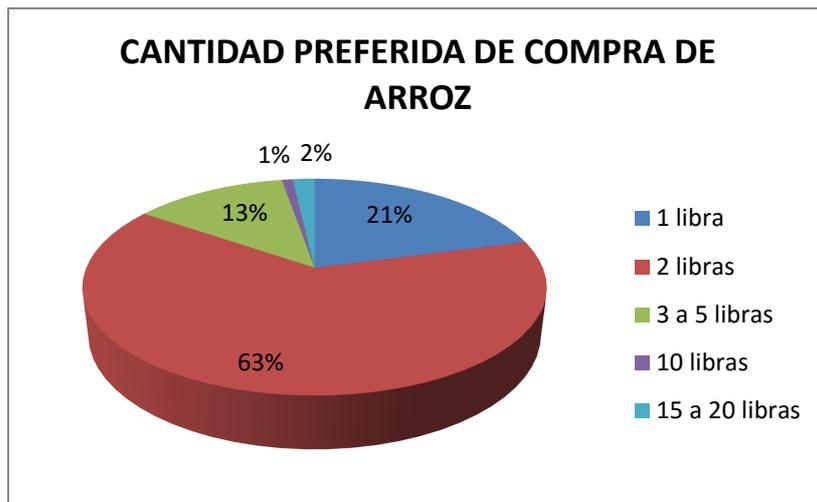
“Al detalle” es la forma que los encuestados afirman que sus clientes prefieren comprar el arroz, aparentemente el empaque y la marca no son considerados elementos importantes para los clientes de los colmados.

El maíz es preferido por los clientes de los colmados casi de forma absoluta en envases enlatados.

## 6) CANTIDAD DE COMPRA PREFERIDA POR LOS CLIENTES

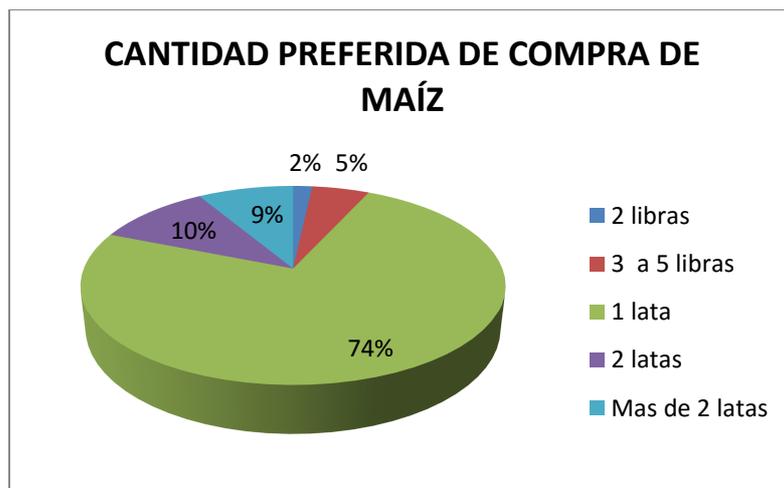
¿Qué cantidad de arroz prefieren comprar los clientes?

Opciones de respuesta	1 libra	2 libras	3 a 5 libras	10 libras	15 a 20 libras	Total de respuestas
Cantidad	23	70	14	1	2	110



¿Qué cantidad de Maíz prefieren comprar los clientes?

Opciones de respuesta	1 libras	3 a 5 libras	1 lata	2 latas	Más de 2 latas	Total de respuestas
Maíz	1	3	43	6	5	58

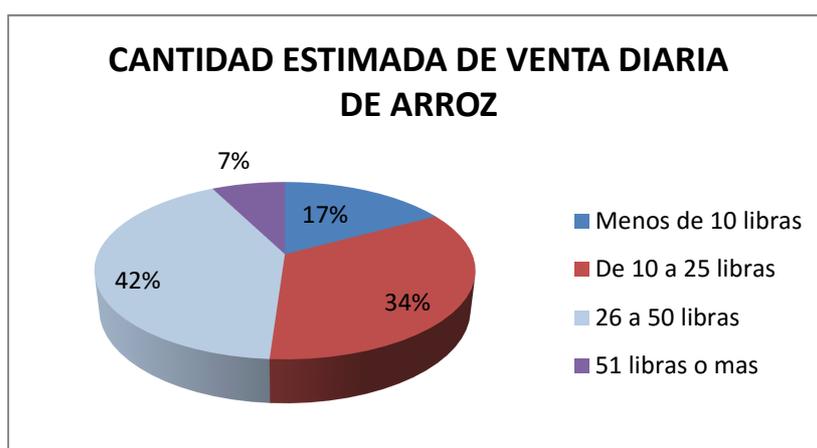


La mayor cantidad de compra para arroz se realiza con un volumen de 2 libras según afirman los encuestados, seguidos de libra, estas dos cantidades de compra reportan un poco más del 85% de las afirmaciones totales. En cuanto al maíz tres de cada 4

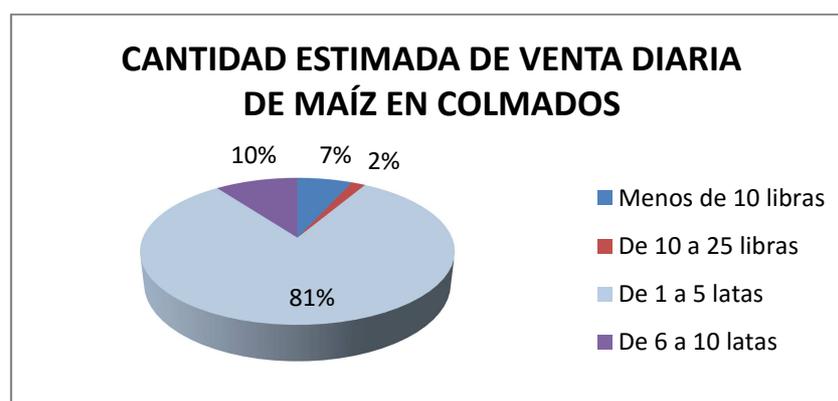
encuestados afirman que las compras más frecuentes de este cereal se realizan en cantidad de 1 lata.

## 7) CANTIDAD ESTIMADA DE VENTA DIARIA DE CEREALES EN LOS COLMADOS

¿Qué cantidad diaria aproximadamente se vende de Arroz? Especificar unidad.					
Opciones de respuesta	Menos de 10 libras	De 10 a 25 libras	26 a 50 libras	51 libras o mas	Total de respuestas
Arroz	16	32	39	7	94



¿Qué cantidad diaria aproximadamente se vende de Maíz? Especificar unidad.					
Opciones de respuesta	Menos de 10 libras	De 10 a 25 libras	De 1 a 5 latas	De 6 a 10 latas	Total de respuestas
Maíz	4	1	48	6	59

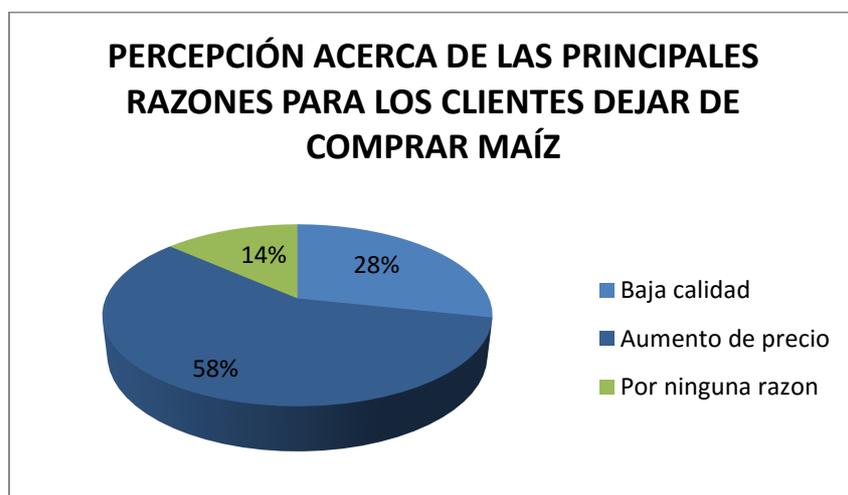
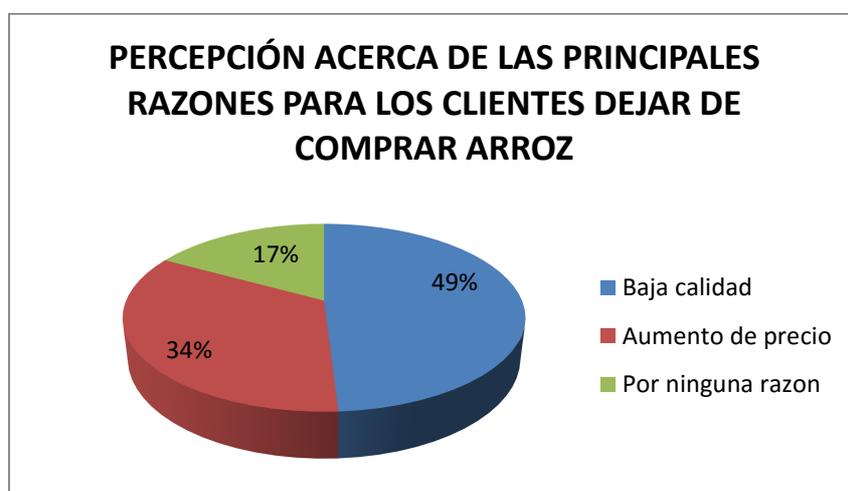


Las ventas diarias promedio de arroz de mayor frecuencia para los colmados fueron entre el rango de 26 a 50 libras para el 75% de ellos, siendo la moda de estos rangos 30 libras. Estos datos son de gran utilidad porque a partir de ellos se puede hacer la inferencia de venta de arroz en colmados partiendo del conocimiento que se tiene de la existencia de 75,000 colmados en todo el país.

Las ventas diarias promedio de maíz se sitúan en el rango de 1 a 5 latas con la mayor cantidad de frecuencia reportada, la moda dentro de este rango es de 2 latas diarias.

### 8) PERCEPCIÓN ACERCA DE LAS PRINCIPALES RAZONES POR LAS CUALES LOS CLIENTES DE LOS COLMADOS DEJARÍA DE COMPRAR CEREALES.

¿Por cuál de las siguientes razones sus clientes dejarían de comprar estos productos?				
Opciones de respuesta	Baja calidad	Aumento de precio	Por ninguna razón	Total de respuestas
Arroz	52	36	18	106
Maíz	19	39	9	67



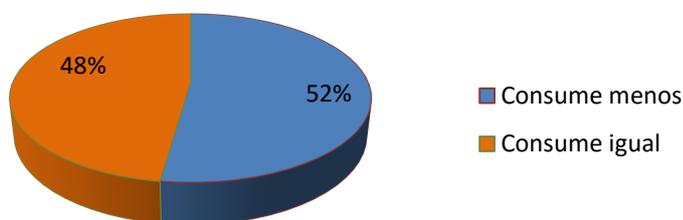
Cinco de cada 10 consumidoras dejarían de comprar arroz por baja calidad y 3 de cada 10 por aumento del precio. Una cantidad similar de las consumidoras de maíz dejarían de consumirlo pero en este caso es invertido primero por el aumento de precios y como segunda opinión por la baja calidad, de acuerdo a la percepción de los entrevistados.

## 9) COMPORTAMIENTO DE LOS CLIENTES DE LOS COLMADOS CUANDO SUBE EL PRECIO DE LAS CEREALES

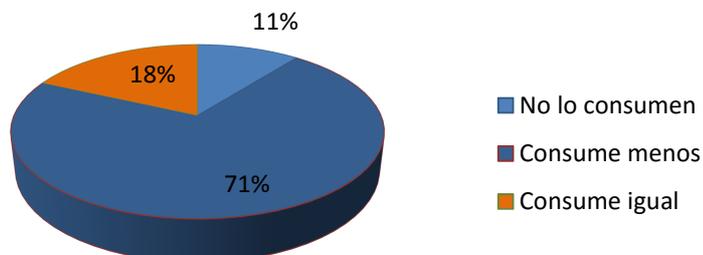
¿Cuándo sube el precio de los siguientes productos qué entiende usted que hacen los clientes?

Opciones de respuesta	No lo consumen	Consume menos	Consume igual	Total de respuestas
Arroz	0	47	43	90
Maíz	7	47	12	64

### COMPORTAMIENTO DE LOS CLIENTES CUANDO SUBE EL PRECIO DEL ARROZ



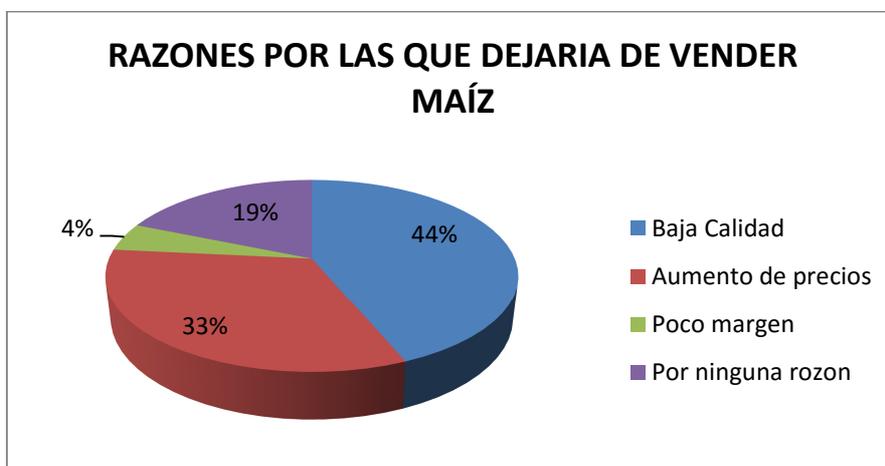
### COMPORTAMIENTO DE LOS CLIENTES CUANDO SUBE EL PRECIO DEL MAÍZ



En cuanto a reducir el consumo, consumir igual o no consumir frente a los aumentos de precios del arroz la totalidad de los colmaderos estiman que las amas de casa consumen menos arroz o continúan consumiendo igual, pero por ninguna razón dejan de consumirlo. Entiende que el maíz se ve más afectado que el arroz por el aumento de precios pues un alto porcentaje reduce el consumo pero una proporción pequeña dejara consumirlo. Un aporte importante de muchos comerciantes fue la información de su creencia de que inmediatamente se realizan los aumentos, el consumo se reduce, pero que con el tiempo los volúmenes de venta se van recuperando hasta volver a los niveles que estaban al momento del aumento.

## 10) PRINCIPALES RAZONES POR LAS CUALES DEJARÍAN DE VENDER CEREALES

¿Por cuál de las siguientes razones dejaría usted de vender estos productos?					
Opciones de respuesta	Baja Calidad	Aumento de precios	Poco margen	Por ninguna razón	Total de respuestas
Arroz	46	20	1	19	86
Maíz	28	21	3	12	64

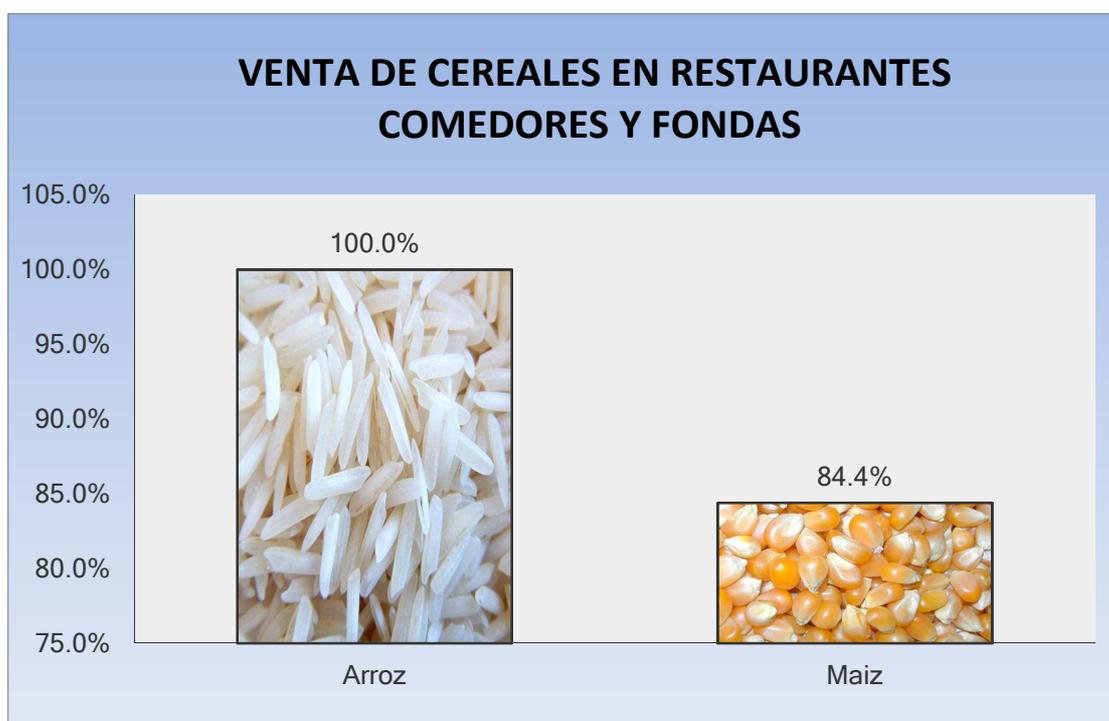


La calidad se vuelve a reflejar como el atributo más valorado por los encuestados, tanto para arroz como para el maíz. Esta afirmación merece especial atención, pues en afirmaciones previas los colmaderos afirmaron que el precio es el factor más importante para las amas de casa, sin embargo las amas de casa afirman que es la calidad, en ese orden, esta respuesta viene a confirmar que realmente es la calidad lo que prevalece para los consumidores a la hora de decidir qué tipo de arroz o maíz adquirir.

## 5.4 REPORTE DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO EN RESTAURANTES, COMEDORES Y FONDAS

### 1) AFIRMACIÓN SOBRE VENTA DE CEREALES EN EL ESTABLECIMIENTO

¿De los siguientes cereales cuáles usted compra para sus clientes?		
Opciones de respuesta	Porcentaje	Total de respuestas
Arroz	100.0%	45
Maíz	84.4%	38



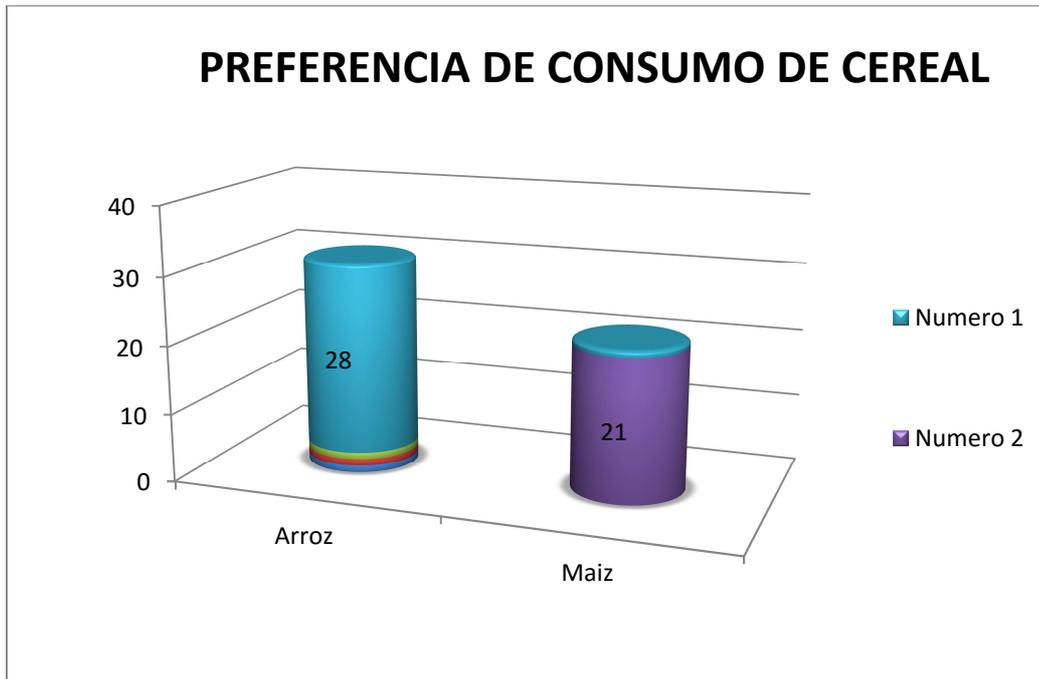
Tanto el arroz como el maíz reportan un alto niveles de uso por los propietarios de comedores, Restaurantes y Fondas para la elaboración de sus platos. Como había de esperarse el arroz es el más utilizado con el 100% de las afirmaciones.

El mayor uso que se le brinda al maíz es para hacer ensaladas y arroz con maíz de acuerdo a las informaciones suministradas.

## 2) PREFERENCIA DE COMPRA DE CEREALES PARA LOS CLIENTES

Enumere en orden de importancia cual usted prefiere, siendo el numero 1 el de mayor preferencia.

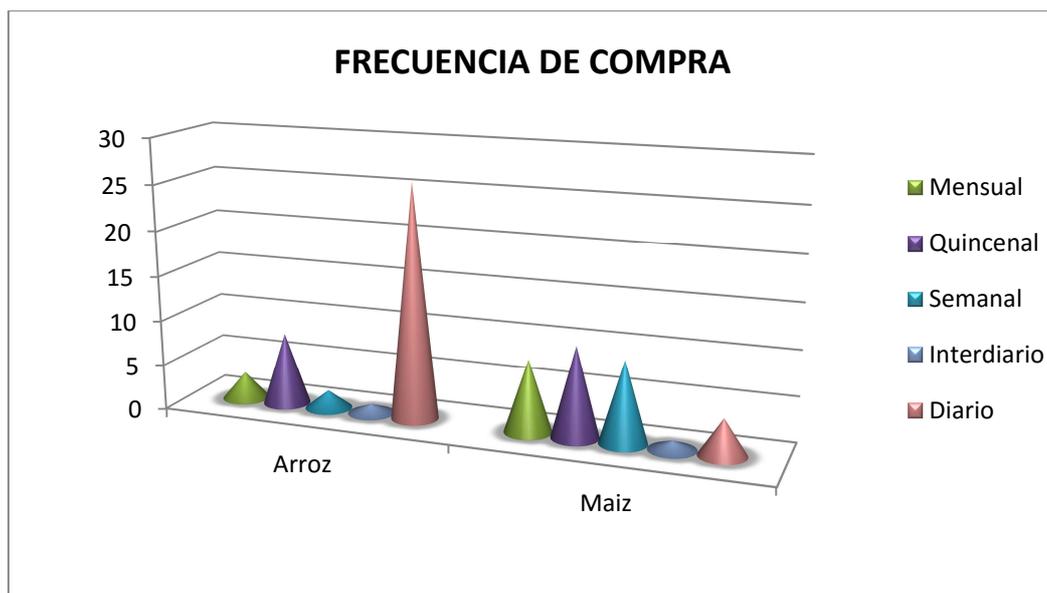
Opciones de respuestas	Numero 1	Numero 2	Total de respuestas
Arroz	28	0	28
Maíz	1	21	22



El arroz como cereal ocupa el número 1 de manera absoluta en la preferencia de los clientes de los restaurantes, comedores y fondas estudiados según la opinión de los entrevistados.

### 3) FRECUENCIA DE COMPRA

¿Con qué Frecuencia compra?							
Opciones de respuestas	Diario	Interdiario	Cada 3 días	Semanal	Quincenal	Mensual	Total de respuestas
Arroz	26	1	0	2	8	3	40
Maíz	4	1	1	9	10	8	33

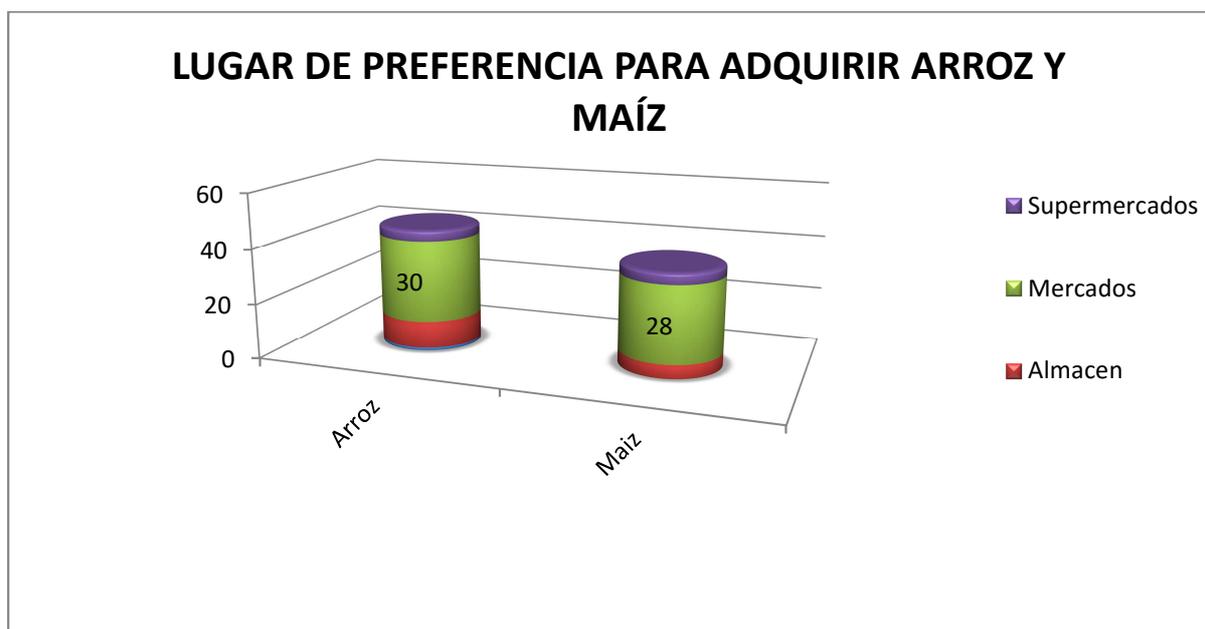


La compra diaria de arroz es la que se reporta con mayor frecuencia con casi las tres cuartas partes de las afirmaciones de los encuestados.

La compra del maíz reporta frecuencias más variadas ya que los entrevistados reportan realizar compras semanales, quincenales y mensuales prácticamente en la misma proporción.

#### 4) LUGAR DE PREFERENCIA PARA ADQUIRIR CEREALES

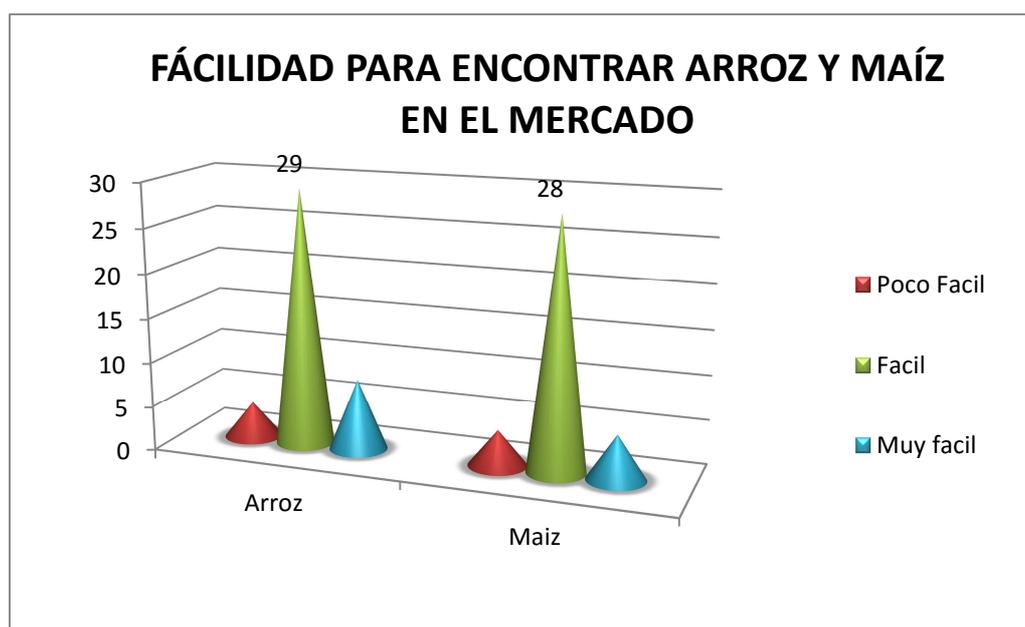
¿Lugar de preferencia para adquirir los siguientes productos?				
Opciones de respuestas	Supermercados	Mercados	Almacén	Total de respuestas
Arroz	4	30	10	44
Maíz	4	28	5	37



El lugar preferido por los comedores fondas y restaurantes para hacer sus compras tanto de arroz como de maíz es el mercado con el 75% de las afirmaciones para ambos casos, en segundo lugar en los almacenes y por último en los colmados. Este comportamiento de compra era de esperarse, ya que los comedores hacen compras en volúmenes relativamente altos, precisan de productos frescos y a los mejores precios. Por estas razones la mayoría de ellas reportaron que solo compran en colmados en casos de emergencia cuando se les agotan los productos que ellos utilizan para la preparación de sus comidas.

## 5) FACILIDAD PARA ENCONTRAR CEREALES EN EL MERCADO.

¿Con que Facilidad encuentra en el mercado los siguientes productos?				
Opciones de respuestas	Muy fácil	Fácil	Poco Fácil	Total de respuestas
Arroz	8	29	4	37
Maíz	5	28	4	41

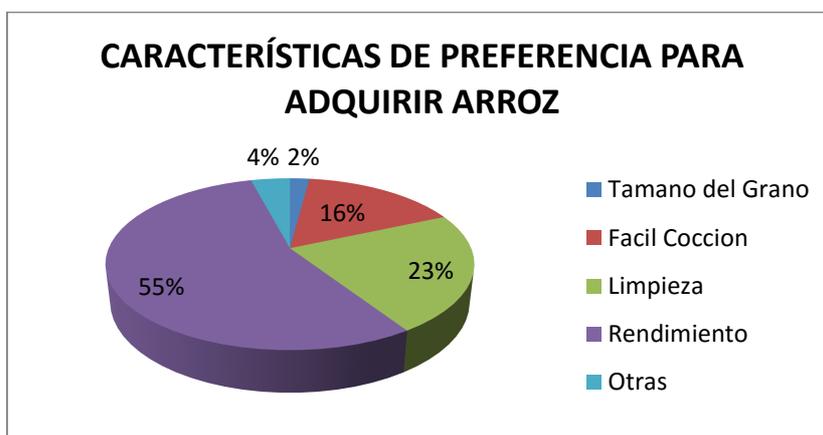


El arroz y el maíz son cereales adquiridos por los comedores, fondas y restaurantes de forma muy fácil, las pocas opiniones de cierta dificultad puede venir dada porque ellos compran más que nada en los mercados y con frecuencia alta, pudiendo esto provocar que en determinado momento cuando ello/as van a buscar estos productos pueda darse el caso que no lo haya en ese momento, o que estos productos no respondan a las expectativas que esto/as tienen y de las condiciones que estos presenten. Muy importante es que en los reportes se consigna que casi nunca hay escases de cereales en los mercados.

## 6) CARACTERÍSTICAS DE PREFERENCIA PARA COMPRAR CEREALES

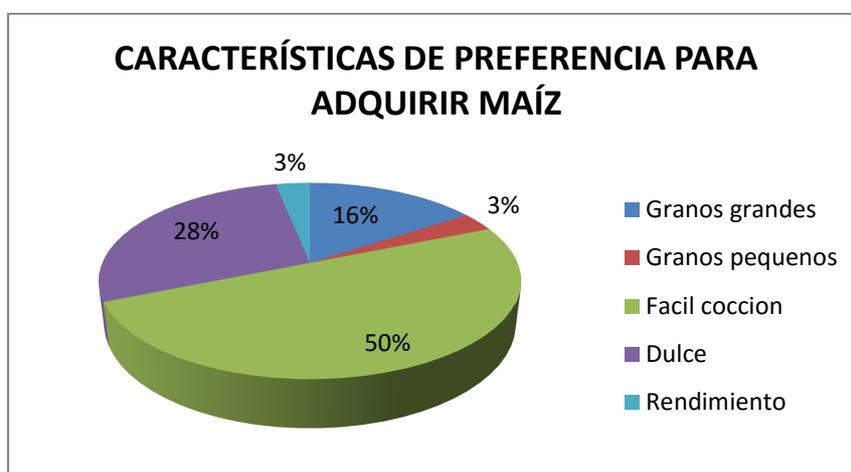
¿Por qué prefiere usted comprar arroz?

Opciones de respuestas	Tamaño del Grano	Fácil Cocción	Limpieza	Rendimiento	Otras	total de respuestas
Arroz	1	8	11	27	2	41



¿Por qué prefiere usted comprar Maíz?

Opciones de respuestas	Granos grandes	Granos pequeños	Fácil cocción	Dulce	Rendimiento	Total de respuestas
Maíz	5	1	16	9	1	41



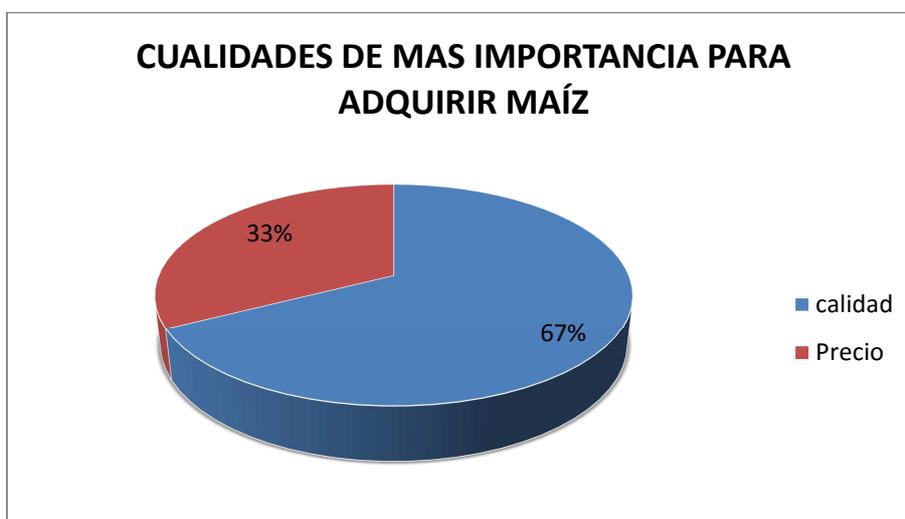
Un comportamiento relativamente igual al de las amas de casa reportan los propietario/as de fondas y comedores acerca de las características buscadas en el arroz y como era de esperarse le dieron más importancia **el rendimiento, limpieza y la facilidad de cocción.**

**La facilidad de cocción y la dulzura** son las características a las cuales los entrevistados asignan mayor relevancia cuando de maíz se trata.

## 7) CUALIDADES DE MAYOR IMPORTANCIA PARA ADQUIRIR CEREALES

¿Qué es importante para usted cuando decide cuál de los siguientes productos adquirir?

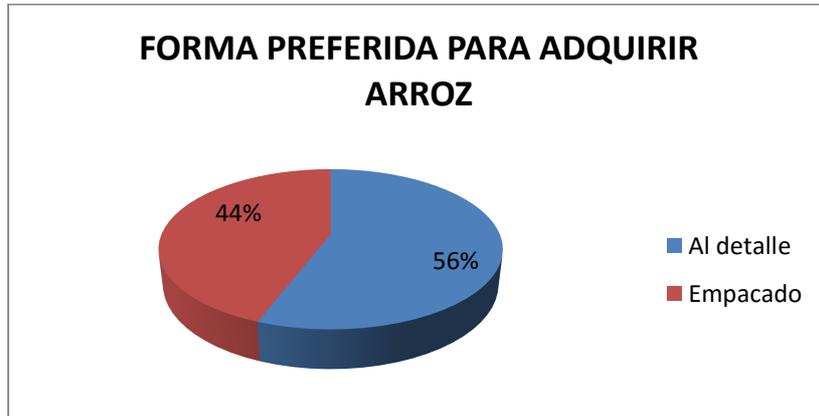
Opciones de respuestas	calidad	Precio	Total de respuestas
Arroz	36	15	51
Maíz	29	14	43



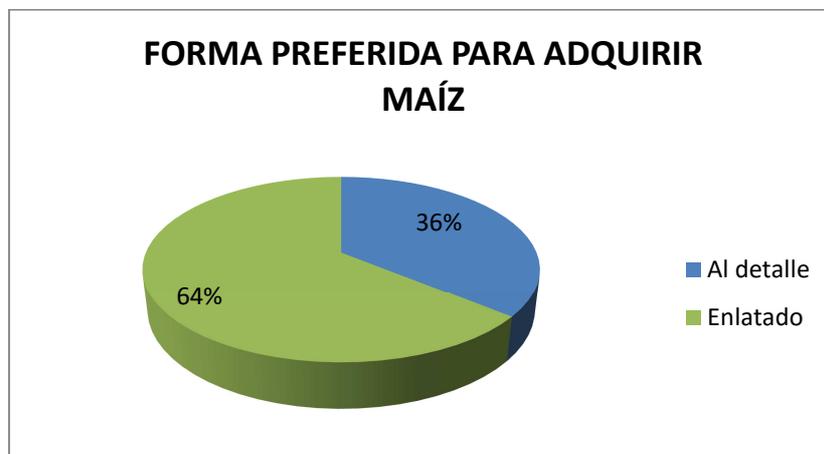
La calidad es reportada como la razón principal para la decisión de compra tanto del arroz como del maíz. Aunque esta respuesta no fue profundizada en la investigación, en el reporte de atributos los dueños de comedores seleccionaron el rendimiento para el arroz y fácil cocción para el maíz, estos dos atributos están estrechamente ligados a la calidad de los mismos y no necesariamente al precio.

## 8) FORMA PREFERIDA PARA ADQUIRIR CEREALES.

¿Cómo prefiere usted comprar?			
Opciones de respuestas	Al detalle	Empacado	Total de respuestas
Arroz	24	19	43



¿Cómo prefiere usted comprar?			
Opciones de respuestas	Al detalle	Enlatado	Total de respuestas
Maíz	9	16	25

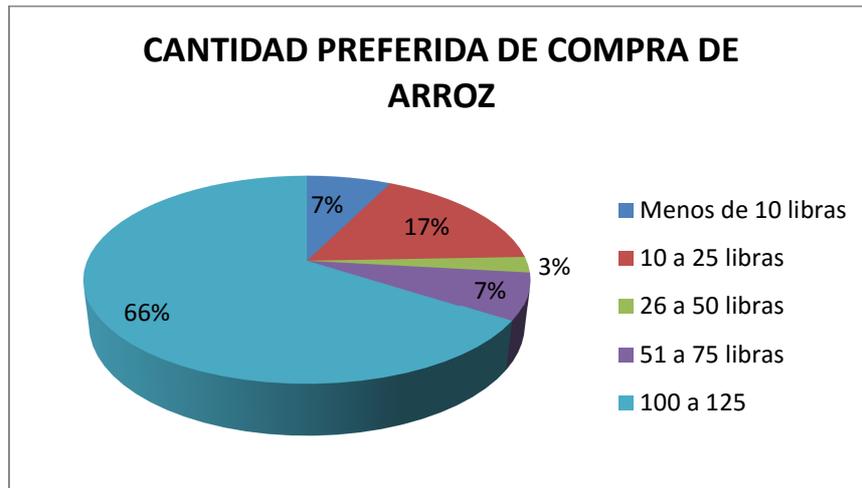


Extrañamente la forma preferida por los Comedores, restaurantes y fondas encuestados para comprar arroz es "Al detalle", por lo general este tipo de establecimiento busca el mejor precio posible en los productos que compra y la compra al detalle no necesariamente ofrece esta condición, por lo que se entiende que existe un sesgo de interpretación en estas respuestas. El arroz en empaque acapara la otra proporción de las preferencias, la marca no es considerados elementos importantes para este segmento.

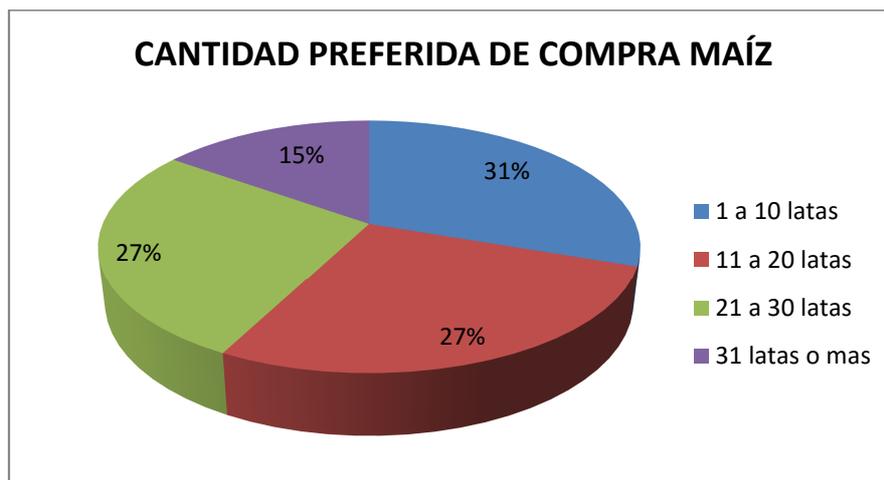
Más del 60% de los encuestados afirman preferir comprar el maíz en presentaciones enlatadas.

### 9) CANTIDAD PREFERIDA DE COMPRA DE:

¿Qué cantidad prefiere comprar?						
Opciones de respuestas	Menos de 10 libras	10 a 25 libras	26 a 50 libras	51 a 75 libras	100 a 125	Total de respuestas
Arroz	3	7	1	3	27	41



¿Qué cantidad prefiere comprar?					
Opciones de respuestas	1 a 10 latas	11 a 20 latas	21 a 30 latas	31 latas o mas	Total de respuestas
Maíz	10	9	9	5	33



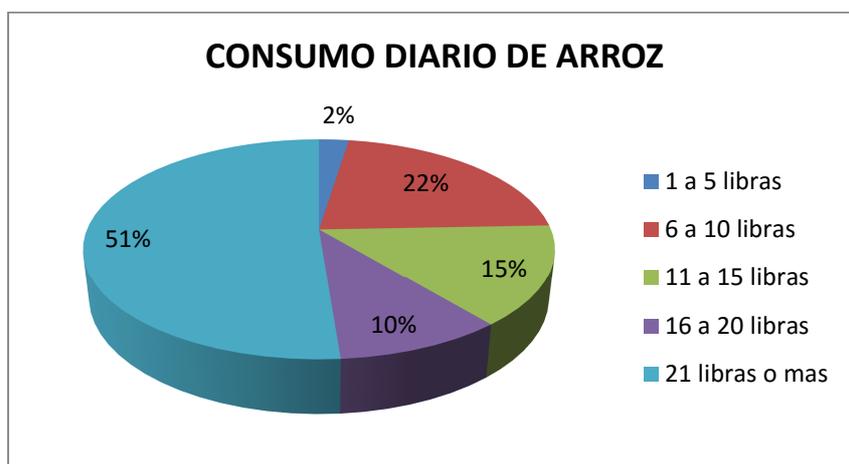
La cantidad que mayores afirmaciones obtuvo para comprar arroz fue en sacos de 100 a 125 libras con más del 65% de estas, con esta afirmación en los comedores, restaurantes y fondas estudiadas se confirma el sesgo de interpretación que se había identificado anteriormente, de que la forma preferida de compra es al detalle, pues en esta se afirma

que el arroz empacado en sacos de 100 y 125 libras es el que más compran en estos negocios.

La cantidad preferida de compra de maíz está distribuida casi de manera uniforme en los diferentes rangos de cantidades, siendo de mayor frecuencia la compra de 1 a 10 latas, donde la moda en este rango es de 6 unidades. Los rangos de 11 a 20 y 21 a 30 obtuvieron las mismas cantidades de afirmaciones con el 27% cada una, siendo la moda en el primer rango 12 latas y 24 latas para el segundo respectivamente.

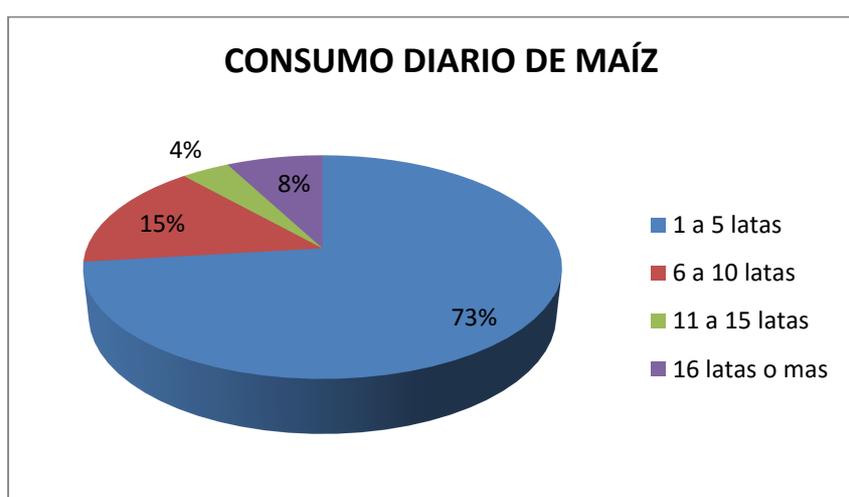
## 10) CANTIDAD DIARIA DE CONSUMO DE CEREALES

¿Qué cantidad diaria cocina de?						
Opciones de respuestas	1 a 5 libras	6 a 10 libras	11 a 15 libras	16 a 20 libras	21 a 25 libras	Total de respuestas
Arroz	1	9	6	4	21	41



La mayor cantidad de establecimientos reportan cocinar entre 21 y 25 libras de arroz, con un poco más del 50% de las afirmaciones, esto nos indica un alto consumo de este cereal diariamente en este tipo de establecimiento.

¿Qué cantidad diaria cocina de?					
Opciones de respuestas	1 a 5 latas	6 a 10 latas	11 a 15 latas	16 latas o mas	Total de respuestas
Maíz	19	4	1	2	26



La cantidad diaria de consumo de maíz es de 1 a 5 latas con casi las tres cuartas partes de las afirmaciones de los encuestados.

## 11) PRINCIPALES RAZONES POR LAS CUALES LA GENTE DEJARÍA DE COMPRAR CEREALES.

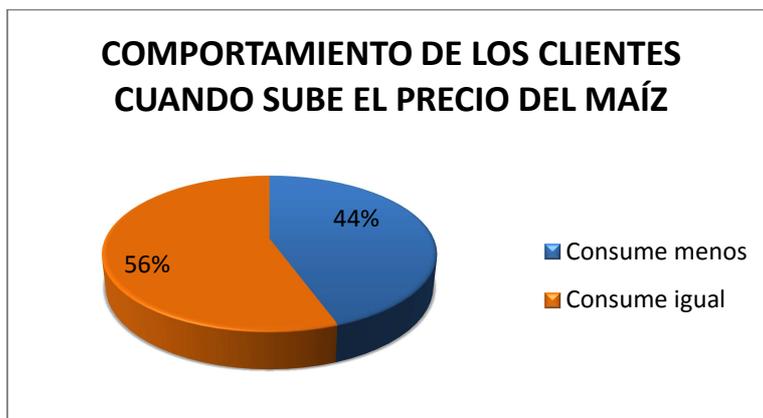
¿Por cuál de las siguientes razones dejaría usted de comprar estos productos?					
Opciones de respuestas	Baja Calidad	Aumento de precios	Por ninguna razón	No sabe	Total de respuestas
Arroz	30	5	7	1	43
Maíz	29	5	3	1	38



La principal razón por las que dejaría de comprar tanto el arroz como el maíz sería por la baja calidad del producto, sin embargo, afirman que esto no significa que no comprarían más arroz y maíz, sino que, tendrían que buscar otro tipo o marca de estas, ya que los clientes siempre la solicitan, sobre todo el arroz que es un producto insustituible para el mercado dominicano.

## 12) COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES CUANDO SUBE EL PRECIO DE LOS CEREALES

¿Cuándo sube el precio de los siguientes productos qué hace los clientes?			
Opciones de respuestas	Consume menos	Consume igual	Total de respuestas
Arroz	12	29	41
Maíz	16	20	36



La mayor concentración de comedores informan que los clientes continúan consumiendo el arroz y el maíz, aun cuando estos experimentan algún aumento de precio, en el caso del maíz una proporción importante afirma que consumirían menos cantidades, pero para el arroz poco menos del 30% afirma que consumen menos, esto reafirma el posicionamiento extremadamente fuerte que poseen este rubro en la en la cultura alimenticia de los dominicanos.

Al cruzar estas informaciones con la de los colmaderos refuerza los resultados, estos afirman que cuando sube en el momento las ventas de arroz y maíz se reducen, pero que luego recuperan sus niveles de ventas.

## VI. ENTREVISTAS A FOCALIZADAS

Se llevaron a cabo Entrevistas Focalizadas e informales como medio de recolección de informaciones acerca de los factores de mayor incidencia en la problemática de los productores de Cereal de la Provincia de San Juan de la Maguana.

### 6.1 REPORTE DE ENTREVISTAS A PRODUCTORES AGRÍCOLAS Y AGROINDUSTRIALES

Las entrevistas se realizaron a un grupo de productores de diferentes rubros y empresarios agroindustriales miembros de “El Comité Agroempresarial Unitario de San Juan”, con la participación de:

#### 6.1.1 SITUACIÓN ACTUAL DE LOS PRODUCTORES DE SAN JUAN DE LA MAGUANA

De acuerdo a los productores entrevistados en los últimos 10 años se ha producido una involución de los productores de San Juan en sentido general, estos han visto como se ha venido deteriorando todo el sistema productivo de la provincia y con ello también los productores.

Entiende que los principales problemas que afectan el sector son:

- a. Falta de agua.
- b. Carencia de sistemas de riegos eficientes.
- c. Falta de financiamientos blandos o de desarrollo.
- d. Poca o ninguna asistencia estatal.
- e. Falta de formación técnica.
- f. Falta de equipos y tecnología de punta.
- g. Mercado altamente inseguro.
- h. Altos niveles de importación.
- i. Altos costos de producción.
- j. Poco poder de negociación por parte de los productores, los intermediarios dominan el negocio.
- k. No existe estabilidad de precios.
- l. Alto nivel de endeudamiento de los productores.
- m. Una gran parte de los productores no son los propietarios de los terrenos, se manejan bajo un esquema de aparcería.
- n. Falta de identificación de zonas con alta potencialidad para un determinado cultivo.

### **6.1.2 CEREALES EN LA PROVINCIA DE SAN JUAN DE LA MAGUANA**

De acuerdo a los productores entrevistados, la producción de arroz en los últimos años ha disminuido considerablemente, principalmente por la falta de agua y las situaciones de cambio climático. Entienden que este es un rubro que no tiene un alto potencial de expansión y crecimiento en esta zona, pues prácticamente el terreno hábil para la producción del arroz ya está siendo sembrado.

La producción de Sorgo prácticamente ha desaparecido en San Juan de la Maguana, no se ha sembrado en los últimos años, debido básicamente a la falta de identificación de mercado y a políticas públicas destinadas a fomentar la siembra y cultivo de este, pues reconocen que puede existir una demanda potencial de este cereal para la alimentación animal. Existe una Comisión Nacional de Sorgo que es prácticamente inoperante, por lo menos en la provincia de San Juan.

El maíz ha venido experimentando un moderado crecimiento pues en los últimos 5 años se está considerando como un rubro con altas potencialidades de comercialización, es decir, que el cultivo del maíz se está percibiendo como un negocio, lo que no ocurría años atrás, pues era más bien un cultivo de subsistencia y en ciclo de cultivo donde otros rubros no podría cultivarse.

### **6.1.3 CEREAL DE MAYOR POTENCIALIDAD**

Los entrevistados entienden que existe una alta potencialidad en la comercialización del maíz para la alimentación de cerdos y pollos, ya que cuentan con las capacidades productivas, clima y terreno favorable para el cultivo del mismo y un mercado insatisfecho enorme que en la actualidad se supe, en su gran mayoría, de este cereal importado.

Sin embargo, plantean que deben desarrollarse esquemas de eficiencia productiva que les permita aumentar la productividad y reducir costos para poder ser más competitivos, pues el

maíz importado se vende a un precio menor que el que se produce en San Juan. Este por lo general es traído de Estados Unidos a un precio de RD\$450.00 el quintal y el local se vende a RD\$500.00 lo que provoca que los dueños de granjas prefieran comprar el maíz importado aunque sea de menor calidad.

Por otro lado, también han identificado un alto potencial de maíz enlatado para consumo humano, pues la mayor cantidad de maíz que consumen los dominicanos es en esta forma y San Juan cuenta con una nave agroindustrial con capacidad de suplir esta necesidad.

## **6.2 REPORTE DE ENTREVISTAS A TÉCNICOS ESPECIALISTAS EN INVESTIGACIÓN Y PRODUCCIÓN AGRÍCOLA**

Esta entrevista/conversatorio se llevó a cabo con la participación de dos técnicos especialistas en temas agrícolas de mucha experiencia y que además son los responsables del programa de Desarrollo productivo y competitividad de San Juan de la Maguana.

**ELADIO ARNAUD (Phd)** especialista en Investigación de Leguminosa y Asesor del Programa Desarrollo Productivo y Competitividad de la Provincia de San Juan.

**RULY NIN (Phd)**, Coordinador provincial del Programa de Desarrollo Productivo y Competitividad de la Provincia de San Juan.

### **6.2.1 SITUACIÓN ACTUAL DE LOS PRODUCTORES DE SAN JUAN DE LA MAGUANA**

En la actualidad los productores de San Juan se podría decir que están en una situación crítica, producción de supervivencia, en su mayoría están arropados por deudas formales e informales. Más del 90% de los pequeños y medianos productores realizan sus cultivos a modo de aparcería, pues en su mayoría lo han perdido en manos de los prestamistas informales que a su vez se han convertido en Intermediarios, acopiadores y almacenistas, estos dominan una gran parte, la actividad productiva de la provincia.

### **6.2.2 CEREALES EN LA PROVINCIA DE SAN JUAN DE LA MAGUANA**

De acuerdo a los expertos el arroz es el rubro, que no solo en la provincia de San Juan sino en todo el país, dispone de mayor tecnificación, sistematización, sus productores están mejor capacitados sobre el proceso desde la preparación de tierra hasta la cosecha en sentido general.

En la provincia de San Juan el cultivo de arroz prácticamente ha alcanzado el máximo de su capacidad instalada para la siembra, por lo que los esfuerzos que se realicen deben venir

orientados hacia mejorar el rendimiento de la producción y además someter el cultivo a procesos de secados, clasificación y envasado que les permitan a los productores transformar el arroz cultivado de un producto perecedero a uno no perecedero, esto se traducirá en mejor poder de negociación por parte de los productores, reducción de los canales de distribución y por ende un mejor margen de beneficio para los productores.

En la actualidad los productores deben vender inmediatamente se realiza la cosecha, ya que no tienen mecanismos para conservarlos por la cantidad de humedad que tiene este cereal cuando es cosechado, que es de 24% aproximadamente.

Entiende que la principal limitante para el cultivo de arroz es el espacio mismo, puesto que se requiere de terrenos con condiciones muy específicas de suelo, sugiere que debe realizarse una zonificación más reducida de los terrenos aptos para la producción de este cereal, ya que se están destinando espacios cuyas condiciones limitan productividad de este cultivo. Esto debe venir acompañado de programas de incentivos que promuevan el cultivo por zonificación.

### **6.2.3 CEREALES DE MAYOR POTENCIALIDAD**

En cuanto a los cereales entiende que el Maíz es el cultivo que mayor potencial tiene, ya que existe un déficit de cerca del 94% del consumo nacional. La provincia de San Juan es el mayor productor de este cereal y posee un potencial enorme en cuanto a áreas para siembra y cultivo.

De igual manera se deben orientar los esfuerzos en mejorar la productividad de los productores para que este sea rentable y poder ser competitivo con otros países productores de maíz y que son los que en la actualidad están supliendo el mercado local, como es el caso de Estados Unidos.

La mayor demanda que tiene el maíz es para el consumo animal, sin embargo el que se produce en la actualidad no cumple con el requerimiento que exigen los granjeros (porcicultores y avicultores) de que tenga un máximo de 14% de humedad, ya que una humedad superior provoca enfermedades en los animales y genera inconvenientes para el procesamiento en las maquinarias.

En la actualidad el Ministerio de Agricultura está distribuyendo un maíz híbrido y se ha iniciado la construcción de una secadora como parte de una serie de acciones tendentes a satisfacer los requerimientos y exigencias del mercado de este rubro.

Entienden que debe establecerse una ruta crítica que permitan desarrollar la producción de maíz en para suplir una mayor proporción del déficit existente.

Sugiero que se deben concentran en aumentar la productividad, eficientizar la producción en sentido general, desarrollar un programa de acceso a crédito con baja tasa de interés y reducir los canales de comercialización para poder competir con los precios del maíz importado, actualmente es más económico que el que se produce localmente.

## **6.3 REPORTE DE ENTREVISTAS A PRODUCTORA DE POLLO Y CERDOS HERMANOS ABREU**

Con el objetivo de tener una visión holística acerca de la problemática del mercado de los cereales de San Juan de la Maguana entrevistamos a la señora Arianny Abreu, en representación de la empresa Agropecuaria Hermanos Abreu productores porcinos y avícolas, los cuales nos proporcionaron información relacionada al mercado de cereales para el consumo animal.

### **6.3.1 OPINIÓN ACERCA DE LA OFERTA DE CEREALES (MAÍZ Y SORGO)**

Se puede decir que actualmente la oferta local de maíz no cumple con los requerimientos que estamos demandando en el sector, ya que en el caso del maíz, es preferible adquirir maíz importado pues el precio al que se adquiere es mucho menor que el que se produce localmente, además el que han tenido que adquirir de manera obligatoria en el mercado local no contiene las cantidades de grasas y nutrientes que se requieren para una adecuada alimentación. Es un producto muy seco que aparentemente ha permanecido por mucho tiempo en almacenamiento o el proceso de secado en los Silos no ha sido el adecuado.

Se han realizado numerosos esfuerzos por llegar a un acuerdo para comprar la mayor cantidad de maíz posible en el mercado local pero económicamente no es favorable para los productores de pollos y cerdos adquirir este producto bajo las condiciones actuales.

Entendemos que debería existir un subsidio o incentivos para la producción de maíz de parte del Estado a través de algún organismo u organización.

En cuanto al Sorgo, este es un rubro con una oferta muy escasa o casi nula en el mercado local, podría ser una alternativa interesante para los productores contar con este producto como una alternativa más económica para la alimentación de los animales.

### **6.3.2 POTENCIALIDAD DEL MERCADO DE CEREALES DE SAN JUAN DE LA MAGUANA**

Los productores de maíz de San Juan tienen en el país un mercado con alto potencial, los productores preferiríamos comprar los alimentos que se le dan a los animales en el país y contribuir con el desarrollo local, sin embargo lo que se nos ofrece actualmente no cumplen con las condiciones que demandamos, deben enfocarse en mejorar la productividad y calidad para poder ser competitivos con los competidores internacionales.

### **6.4 HALLAZGOS RELEVANTES DE LAS ENTREVISTAS**

- Se identifica un alto potencial para la producción de maíz en la provincia de San Juan.
- La producción de maíz local para suplir al sector agropecuario es altamente deficitario por lo que existe una potencialidad enorme en este segmento.
- Existe la disposición del sector agropecuario en adquirir el maíz localmente siembre y cuando este cumpla con los requerimiento de precio y calidad que ellos requieren.
- Se hace necesario definir un plan con la finalidad de mejorar la productividad y competitividad de los productores.
- San Juan es una de las pocas provincias que cuenta con una agroindustria con potencialidad de procesar el maíz y enlatarlo.

## VII TALLER PARTICIPATIVO PRODUCTORES SAN JUAN DE LA MAGUANA

### 7.1 OBJETIVOS DEL TALLER

Identificar la situación actual de los productores de cereales de San Juan de la Maguana y la percepción que tienen estos acerca de la potencialidad de mercado de cereales tanto nacional como internacional.

### 7.2 METODOLOGÍA

Se utilizó la metodología de acción participativa a través de la elaboraciones de preguntas para ser respondida con la **VISUCARD** (Tarjeta de 4x8 cm., para responder preguntas y socializarlas) con los colores correspondientes a cada pregunta para ser respondida abiertamente por los participante, con estrictas confidencialidad de sus consideraciones pero participativo con los demás y sin juicios de valor de los moderadores.

### 7.3 TÉCNICAS DE MOTIVACIÓN

Se desarrollaron técnicas de pensamiento lateral, para activar la orientación de los objetivos, así como técnicas de modelos mentales y percepción de la realidad que permitieron crear un ambiente de gran integración y operatividad.

### 7.4 EVALUACIÓN DE PROPUESTAS

Para evaluar las propuestas se utilizó la técnica del óptimo de Pareto, como herramienta de decisión crítica, es decir cada participante tenía una cantidad de puntos equivalente al 20% del total de propuestas. Los participantes debían distribuir su cantidad de puntos entre la totalidad de las propuestas; como forma de obtener los resultados más críticos para fines de priorizar la selección.

## 7.5 CRITERIOS PARA VOTACIÓN

Para votar y/o priorizar una propuesta se basaban 4 características que debería tener como criterio de selección que sea:

- De Corto Plazo o mediano Plazo
  
- Autosostenible
- Autorrealizable
- Beneficioso/Rentable

## 7.6 AGENTES LOCALES PARTICIPANTES

- ✚ Productores líderes.
- ✚ Representantes de organizaciones de productores,
- ✚ Técnicos agrícola

## 7.7 PREGUNTAS DEL TALLER

PREGUNTA	OBJETIVO
¿QUÉ ES LO MEJOR DE PRODUCIR CEREALES?	Identificar fortalezas, recursos, oportunidades y nivel de conocimientos del mercado de cereales.
¿QUÉ ES LO PEOR DE PRODUCIR CEREALES?	Identificar debilidades, limitaciones y mitos acerca del mercado de cereales.
¿QUE TENEMOS QUE OTROS NO TIENEN?	Identificar recursos diferenciadores, únicos y competitivos con que cuenta la provincia de San Juan como productora agrícola.
¿QUÉ TIENEN OTROS QUE NOSOTROS NO TENEMOS?	Identificar los principales recursos diferenciadores que perciben los productores de San Juan que tienen otros productores nacionales e internacionales.
¿A QUIEN PODEMOS VENDER Y NO LE VENDEMOS?	Identificar potenciales nichos de mercado que no se están aprovechando en la actualidad.
¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES PROBLEMAS?	Identificar los principales problemas que afectan a los productores de Cereales de San Juan de la Maguana.
¿CÓMO RESOLVEMOS EL PROBLEMA?	Identificar las soluciones más viables a los problemas existentes en la producción y comercialización de cereales de la provincia de San Juan.
¿CÓMO MEJORAMOS EL NEGOCIO?	Identificar las mejoras pertinentes que deben realizarse para potencializar el mercado de cereales de la provincia de San Juan.

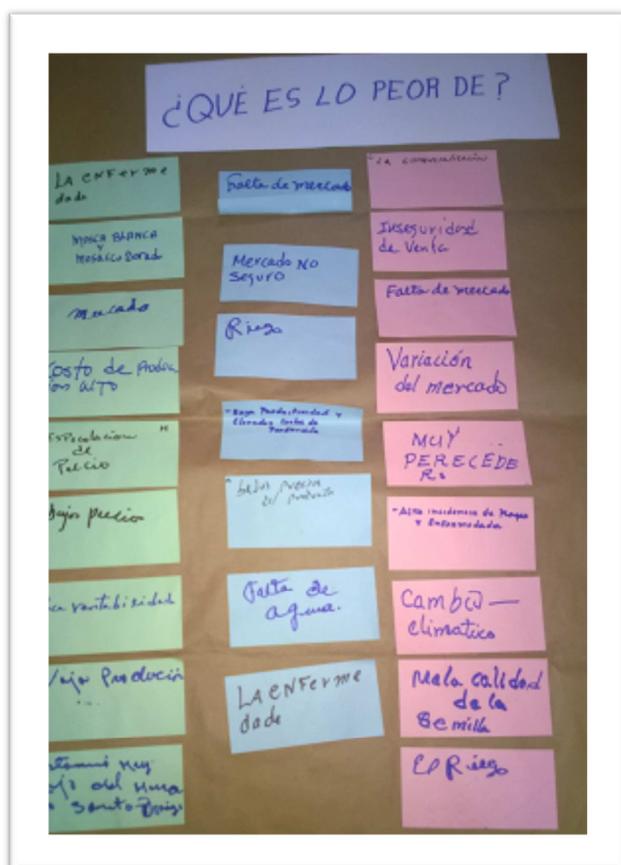
## 7.8 DESARROLLO DEL TALLER





### 7.8.1.2 ¿QUÉ ES LO PEOR DE PRODUCIR CEREALES?

OPINIÓN	CANTIDAD TARJETAS
Falta de mercado	2
Baja productividad	3
Elevados costos de producción	8
Bajos precios del producto	4
Falta de agua	4
Enfermedades de los cultivos	1
Altos riesgos	1
Mercado inseguro	2
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>



Los elevados costos de producción, bajos precios y falta agua se resaltan como los tres aspectos negativos principales de la producción de cereales en San Juan de la Maguana, otros aspectos mencionados son la baja productividad, falta de mercado, enfermedades de los cultivos, altos riesgos y mercado inseguro.

Todos los aspectos considerados como negativos en la producción de cereales tienen una estrecha relación con la rentabilidad de esta actividad económica.

### 7.8.1.3 ¿QUÉ TENEMOS QUE OTROS NO TIENEN?

OPINIÓN	CANTIDAD TARJETAS
Financiamiento	2
Seguridad de mercado	4
Seguro agrícola	1
Investigación	1
Programas de pignoración	1
Alta pluviometría	4
Semillas de calidad	3
Mayor productividad	1
Tecnología	2
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>

Se reportó una alta dispersión de opiniones en cuanto a las cualidades que tiene la provincia San Juan de la Maguana como zona productiva, sin embargo, las de mayor ponderación fueron



Seguridad de Mercado, Alta pluviometría y Semillas de Calidad, estas afirmaciones aunque no son exclusivas de San Juan, pueden ser consideradas como una fortaleza para la producción de cereales.

Dentro de las respuestas no se pudo identificar un solo atributo que sea exclusivo de San Juan y que represente un elemento diferenciador de las demás zonas productivas del país.



## 7.8.2 PREGUNTAS DE EVALUACIÓN

### 7.8.2.1 CRITERIOS PARA VOTACIÓN

Las razones para priorizar el voto de una propuesta se basaban en los siguientes criterios:

- De Corto Plazo
- Autosostenible
- Autorrealizable
- Beneficioso

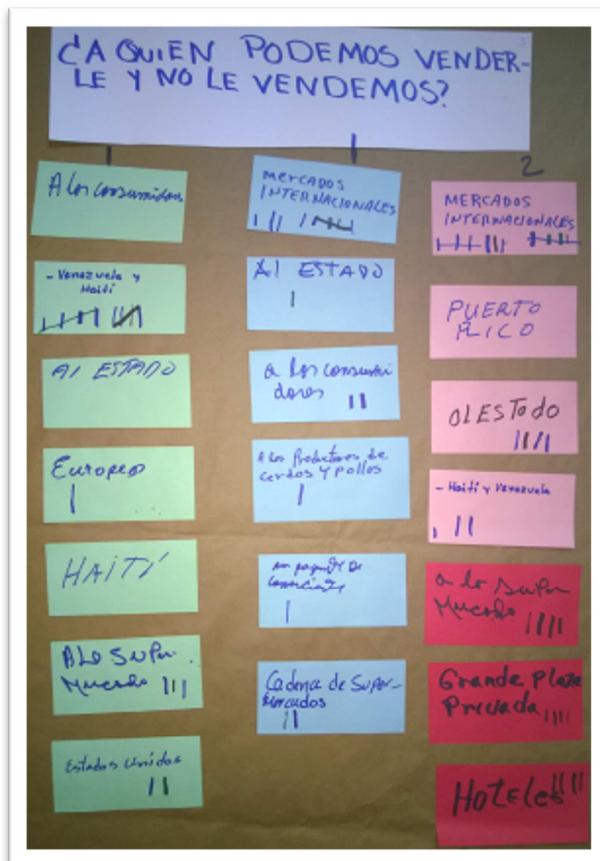
### 7.8.2.2 CANTIDAD DE VOTOS POR PROPUESTA

El número de votos de cada participante es igual al 20% del número de propuestas por tema:

TÓPICO EVALUADO	VOTO POR PARTICIPANTE	CANTIDAD DE PARTICIPANTES	VOTOS TOTALES ESPERADOS
¿A QUIEN PODEMOS VENDERLE?	1	16	16
¿PRINCIPALES PROBLEMAS?	2	16	32
¿CÓMO RESOLVEMOS EL PROBLEMA?	4	16	64
¿CÓMO MEJORAR EL NEGOCIO?	2	15	28

### 7.8.2.3 ¿A QUIÉN PODEMOS VENDERLE QUE NO LE VENDEMOS?

OPINIÓN	CANTIDAD VOTOS
Mercados internacionales	9
Al Estado	1
A los consumidores finales	2
A los productores de cerdos y pollos	1
Cadena de supermercados	2
Comerciantes	1
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>

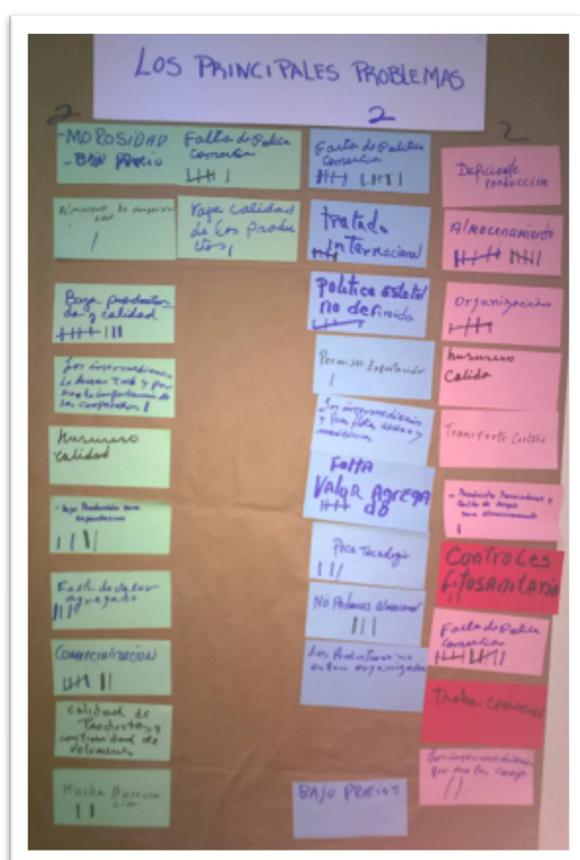


Casi de manera absoluta los participante en el taller considera que el Mercado Internacional tiene un alto potencial mercado y que en la actualidad no se están explotando, dentro de los destinos que han destacado de manera específica están: Haití, Estados Unidos, Centro América y Europa.

Otros dos segmentos que identifican con potencial para venderle, aunque en menor proporción, son los consumidores finales y a las cadenas de supermercados. Lo que implica, además de la eliminación de los intermediarios, la definición de un nuevo modelo de negocios que contemple los requerimientos que demandan estos dos segmentos, como son limpieza, transportación, empaque, etiqueta, entre otros elementos.

### 7.8.2.4 ¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES PROBLEMAS?

OPINIÓN	CANTIDAD VOTOS
Falta de políticas de comercialización	10
Tratados comerciales	5
Política estatal no definida	5
Los permisos de exportación	1
Falta de valor agregado	5
Poca tecnología	3
Incapacidad de almacenamiento	3
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>



La falta de políticas de comercialización es considerada como el mayor problema para el mercado de los Cereales de San Juan de acuerdo a la cantidad de votos obtenidos en el taller, se han identificado otras problemáticas importantes como son los Tratados comerciales, por la entrada de muchos tipos de cereales libres de aranceles, lo que limita la competitividad de los productores locales, ya que estos pueden ofrecerlos a precios más económicos.

También, Las políticas Estatales no definidas y La falta Valor agregado a estos rubros son identificadas como problemáticas que deben ser consideradas pues según los participantes afecta el desarrollo y crecimiento del sector productivo de San Juan.

Nos llama a la atención que la Falta de Financiamientos o Financiamientos blandos no sean identificados como uno de los principales problemas, ya que en las entrevistas con los productores este elemento es considerado como la principal dificultad.

### 7.8.2.5 ¿CÓMO RESOLVEMOS LOS PROBLEMAS?

OPINIÓN	CANTIDAD VOTOS
Mayor productividad y menor costo de producción	10
Construcción de Silos	8
Buscar nuevos mercados	3
Fortalecer El Inespre	5
Préstamos del Banco Agrícola	10
Creando una cooperativa	11
Tecnología de Punta	8
Proveer Semillas a tiempo	3
Mejorar la calidad	6
<b>TOTAL</b>	<b>64</b>



Creación de una Cooperativa, Préstamos del Banco Agrícola, mejorar la productividad, construcción de Silos y Tecnología de Punta son las opiniones que en ese mismo orden de importancia han propuesto como las soluciones más idóneas a las problemáticas identificadas para la producción y comercialización de Cereales de San Juan, estas soluciones proponen una reorientación del sector productivo de San Juan con un enfoque a mejorar la productividad y reducir la cadena de intermediación que deberá traducirse en un mejoramiento del mercado de cereales de San Juan en sentido general.

Mejorar la calidad y fortalecer El Inespre también reciben votaciones importantes, estas afirmaciones están relacionadas a la posibilidad de acceder a nuevos mercados que anteriormente fue identificado como uno de los problemas que afectan la comercialización y producción de Cereales de San Juan de la Maguana.

En términos generales se puede afirmar que las soluciones propuestas para solucionar las dificultades en la comercialización y producción de Cereales están estrechamente vinculadas y dan respuesta los problemas identificados como de mayor relevancia por los participantes del taller.

### 7.8.2.6 ¿CÓMO MEJORAMOS EL NEGOCIO?

OPINIÓN	CANTIDAD VOTOS
Produciendo calidad	8
Buenos precios	2
Mejorando la rentabilidad	1
Produciendo según el interés del comprador	2
Tecnología	5
Almacenamiento	5
Eliminando los intermediarios	3
Valor agregado	2
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>

La propuesta con mayor votación para mejorar el mercado de cereales es la Producción con calidad, también consideran que deben contar con un almacenamientos adecuado y aplicar tecnología en para mejorar la productividad y competitividad.



La eliminación de los intermediarios vuelve a ser tomada en cuenta como un elemento para mejorar el negocio de los Cereales, esto se debe a que los intermediarios es el eslabón de la cadena que mayor poder de negociación posee y que a su vez es considerado como el que más beneficios económicos recibe dentro de la cadena.

### 7.8.2.7 SELECCIÓN DE PROPUESTAS MAS VALORADAS POR LOS PARTICIPANTES

PROBLEMÁTICA	PROPUESTA MAYOR VALORADA POR PARTICIPANTES
¿A QUIÉN PODEMOS VENDERLE QUE NO LE VENDEMOS?	Mercados internacionales
¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES PROBLEMAS?	Falta de políticas de comercialización
<b>¿CÓMO RESOLVEMOS LOS PROBLEMAS?</b>	Creando una cooperativa Préstamos del Banco Agrícola Mayor productividad y menor costo de producción (Tecnología de Punta y Silos).
¿CÓMO MEJORAMOS EL NEGOCIO?	Produciendo Calidad

### 7.8.3 LOS MITOS DE LOS PRODUCTORES DE SAN JUAN

Al evaluar las diferentes opiniones de los diferentes participantes en el taller entre ellos: productores, técnicos agrícolas y representantes de asociaciones de productores se evidencian mitos fundamentales.

**1) EXISTE SEGURIDAD DE MERCADO, pero:**

- El principal problema que se reporta es la existencia de un mercado inseguro.
- Es un mercado de alto riesgo.

**2) TIENEN FINANCIAMIENTO ASEGURADO, pero:**

- Una de las principal dificultad del sector es el acceso a crédito.
- La mayoría de los productores no califican para otorgarles crédito en la banca formal.

**3) BAJOS COSTOS DE PRODUCCIÓN, pero:**

- Los altos costos de producción están identificados como uno de los problemas más importantes.
- Dicen estar en la quiebra-

**4) ALTA RENTABILIDAD, pero:**

- La mayoría de los productores está en situación de iliquidez y falta de recursos-
- Reportan altos costos de producción como parte de sus principales problemas.

**5) LOS PRESTAMISTAS INFORMALES SON EL GRAN PROBLEMA, pero:**

- Muchos productores son socios de Prestamistas -
- Pero sirven para apoyo de diferentes actividades

#### 7.8.4 CONCLUSIONES DEL TALLER

Partiendo del análisis comparativo de los resultados del taller participativo con las diferentes entrevistas y levantamientos realizadas a productores, técnicos agrícolas y comercializadores para la evaluación del mercado de cereales de la provincia de San Juan podemos se han identificado diversos factores que afectan en forma directa el desarrollo y crecimiento del mismo. Entre estos podemos resaltar:

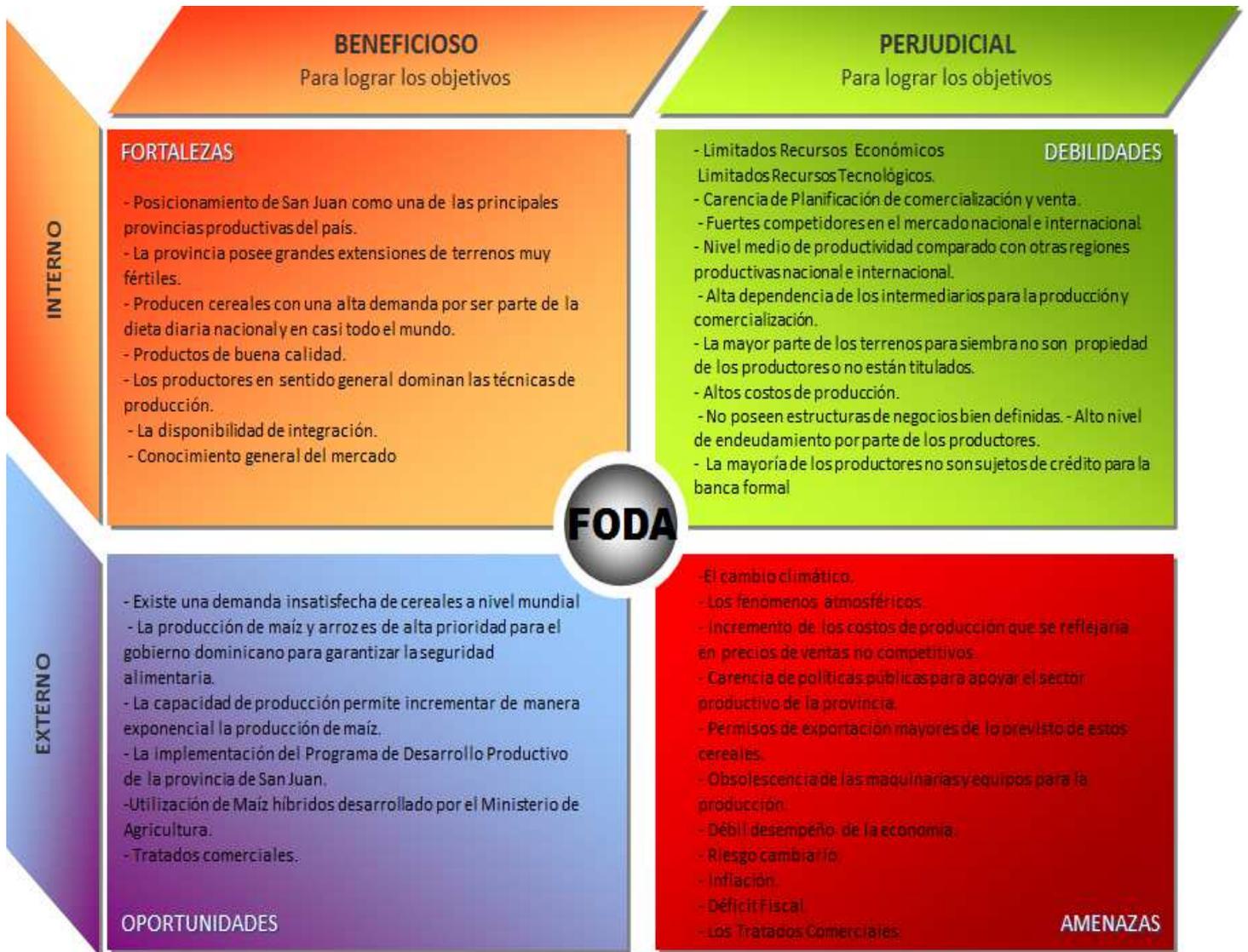
- Utilización de métodos productivos tradicionales, poca aplicación de tecnología en los procesos productivos.
- Poca formalidad y planificación para la producción y venta de estos rubros.
- Alto nivel de endeudamientos informal.
- Dificultad para acceder a créditos formales.
- La actividad agrícola es vista como un negocio de subsistencia.
- Carencia de una estructura de costeo adecuado.
- Bajo poder de negociación, los intermediarios dominan el negocio.

En tan sentido sugerimos la aplicación de una serie de acciones tendentes a convertir la producción de cereales en San Juan de la Maguana en una actividad económica sostenible para mejorar las condiciones de vida sus actores y de la provincia en sentido general.

#### 7.8.5 RECOMENDACIONES

- 1) La necesidad de implementar técnicas y herramientas tendentes a mejorar la productividad de estos rubros, ya que en la actualidad se compite con mercados altamente productivos y eficientes con la capacidad de ofertar precios más bajos.
- 2) Implementación de un programa de financiamiento con características y condiciones de Fondos de desarrollo, pues un alto porcentaje de los productores no califican para préstamos formales o están sobre endeudados.
- 3) Necesidad de diseño e implementación de políticas públicas tendentes a apoyar y fortalecer el sector productivo de San Juan.
- 4) Estructuración de un sistema de costeo que permita sincerizar los costos de producción.
- 5) Necesidad de diseño e implementación de un nuevo modelo de negocios que mejore el poder de negociación de los productores frente a los intermediarios.

## VIII. ANÁLISIS FODA PRODUCTORES DE CEREALES DE SAN JUAN DE LA MAGUANA

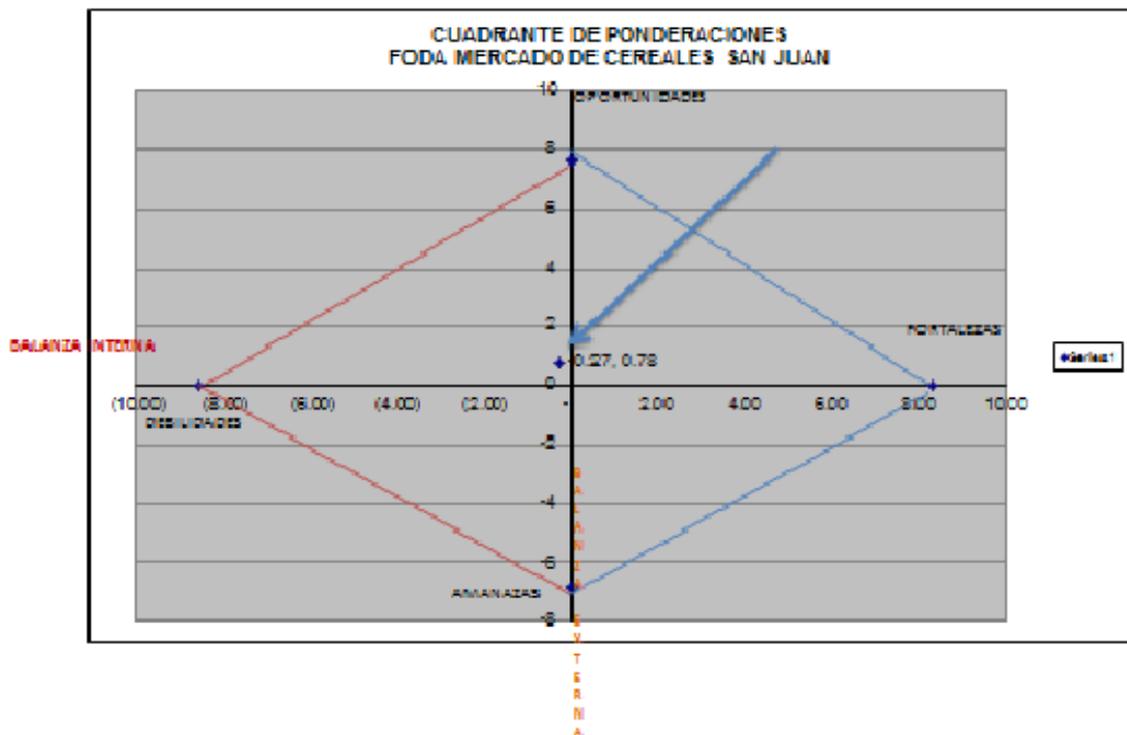


## 8.1 ANÁLISIS FODA PONDERADO

El análisis FODA ponderado nos muestra una ligera inclinación hacia el cuadrante positivo superando mínimamente el cuadrante negativo, debido básicamente a la influencia favorable de las oportunidades que se presentan para el sector productivo de cereales de San Juan de la Maguana, esto nos indica que estamos frente a un sector con altos niveles de vulnerabilidad y de riesgo, donde se han identificado numerosas debilidades que superan las fortalezas,

En ese sentido sugerimos elaborar un Plan de Acción que permita:

- 1) Identificar cuales oportunidades pueden ser capitalizadas y potencializadas.
- 2) Diseñar estrategias tendentes a mitigar las Amenazas.
- 3) Identificar las acciones necesarias que permitan convertir la mayor cantidad de debilidad posibles en fortalezas.
- 4) Por último, reforzar las fortalezas que ya se tienen.



### BALANZA INTERNA

FORTALEZAS	IMPORTANCIA	PONDERACIÓN	VALOR
Fuerte posicionamiento como provincia productora del país	10	1.0	10.00
Grandes extensiones de terrenos altamente productivos.	10	1.0	10.00
Produce rubros con una alta demanda	10	1.0	10.00
Productos de buena calidad	10	0.8	8.00
Los productores dominan las técnicas de producción	8	0.8	6.40
Poseen disponibilidad de integración.	7	0.8	5.60
Poseen conocimientos general del mercado	10	0.8	8.00
<b>SUMA</b>			<b>58.00</b>
<b>PROMEDIO</b>			<b>8.29</b>
DEBILIDADES	IMPORTANCIA	PONDERACIÓN	VALOR
Limitados recursos Económicos	10	1.0	10.00
Limitados recursos tecnológicos	10	1.0	10.00
Carencia de Planificación	9	0.8	7.20
Fuertes competidores en el mercado nacional e internacional	9	1.0	9.00
Nivel de productividad medio.	10	0.8	8.00
Alta dependencia de los intermediarios	8	1.0	8.00
Gran parte de los terrenos productivos no son de los productores o no tienen títulos	8	0.8	6.40
Altos costos de producción	10	0.9	9.00
Carencia de estructura de negocios bien definida	8	1.0	8.00
Alto nivel de endeudamiento por parte de los productores	10	1.0	10.00
<b>SUMA</b>			<b>85.60</b>
<b>PROMEDIO</b>			<b>8.56</b>

## BALANZA EXTERNA

<b>OPORTUNIDAD</b>	<b>IMPORTANCIA</b>	<b>PROBABILIDAD</b>	<b>VALOR</b>
Demanda insatisfecha de cereales a nivel mundial	10.00	0.90	9.00
La producción de arroz y maíz es de alta prioridad para el gobierno del país.	10.00	0.80	8.00
La capacidad de producción de la provincia permite una alta producción de maíz.	8.00	0.70	5.60
Implementación del Programa de Desarrollo Productivo de San Juan.	10.00	0.80	8.00
Utilización de maíz híbrido desarrollado por el Ministerio de Agricultura	8.00	0.80	6.40
Los tratados comerciales	10.00	0.90	9.00
<b>SUMA</b>			<b>46.00</b>
<b>PROMEDIO</b>			<b>7.67</b>
<b>AMENAZAS</b>	<b>IMPORTANCIA</b>	<b>PROBABILIDAD</b>	<b>VALOR</b>
El cambio climático	10.00	0.80	8.00
Los fenómenos atmosférico	10.00	0.80	8.00
Incremento en los costos de producción	10.00	0.80	8.00
Carencia de Políticas Publica para apoyar el sector	9.00	0.70	6.30
Permisos de exportación de estos cereales mayor de lo establecido	8.00	0.80	6.40
Obsolescencia de las maquinarias y equipos	8.00	0.80	6.40
Débil desempeño de la económica	10.00	0.60	6.00
Riesgo cambiario	8.00	0.80	6.40
Inflación	8.00	0.60	4.80
Déficit Fiscal	8.00	0.80	6.40
Tratados comerciales	10.00	0.90	9.00
<b>SUMA</b>			<b>75.70</b>
<b>PROMEDIO</b>			<b>6.88</b>

## IX MATRIZ ESTRATÉGICA DE MERCADO

RESULTADO	INTERPRETACIÓN	ESTRATEGIA	RIESGO	CONTROL DE RIESGO
Altos nivel de posicionamiento y conocimiento de marca del arroz empacado y el maíz enlatado.	Existen en el país diversas marcas con un alto posicionamiento, sin embargo en los tres niveles de investigación la marca importa poco, siempre y cuando los productos cumplan con las características que está buscar los consumidores finales.	Implementar programas y mecanismo para mejorar la calidad y aumentar el rendimiento de estos rubros.	<p>Que para lograr los niveles de calidad y rendimiento se requiera de una inversión considerable para el logro del objetivo.</p> <p>Que las demás zonas productoras del país implementen las mismas medidas con mejores resultados.</p> <p>Que los canales de comercialización actuales no este dispuestos a comercializar estos rubros.</p>	<p>Estrategias mercadológicas y de comunicación de bajo costo y alta eficiencia.</p> <p>Disponer de planes contingentes con canales de comercialización alternos.</p> <p>Crear una organización que aglutine a todos los productores para mejorar la competitividad y su capacidad de negociación.</p>
- Definición marcada de los lugares de preferencia para adquirir el arroz y el maíz en cada nicho estudiado.	Existen una definición muy marcada de lugares de comprar preferidos de compra maíz y arroz por parte de los consumidores muy distinta a la que prefieren los colmados y comedores.	Identificar los intermediarios idóneos para hacer llegar los productos a los puntos de venta preferidos por cada nicho de mercado.	Que los intermediarios no estén dispuestos a comprar estos productos y colocarlos en canales indicados.	Crear una organización que aglutine a todos los productores de cereales que pueda negociar directamente con los intermediarios, supermercados y mercados y mejorar la capacidad de negociación.
<p>- La calidad es el elemento de mayor importancia a la hora de decidir que producto comprar.</p> <p>- Por baja calidad es la razón fundamental que los consumidores y restaurantes dejarían de comprar los productos y los colmados dejarían de venderlo.</p>	La mayoría de los consumidores, colmados y comedores aseguran que la calidad de los productos es el elemento de mayor importancia a la hora de elegir entre un producto u otro.	<p>Implementar programas y mecanismo para mejorar la calidad.</p> <p>Diseñar una estrategia de comunicación para dar a conocer este atributo.</p>	Que el precio al que deba venderse el producto supere los ya establecidos en el mercado con calidad similar.	<p>Reorientar el esquema productivo hacia el aumento de la productividad y eficiencia, para ofrecer precios competitivos.</p> <p>Crear una organización que aglutine a todos los productores para mejorar la competitividad.</p>
<p>- Preferencia de los consumidores arroz al detalle y maíz enlatado.</p> <p>- Preferencia de los propietarios de los comedores y restaurantes por arroz empacado y maíz enlatado.</p>	<p>La mayoría de los consumidores prefieren comprar el arroz al detalle y el maíz enlatado, pero que tengan la calidad que esto buscan.</p> <p>Los propietarios de los comedores y restaurantes prefieren compra el arroz empacado en sacos y maíz enlatado.</p>	<p>Identificar los intermediarios idóneos para que lleguen al consumidor en la forma que estos demandan.</p> <p>Crear alianzas estratégicas con agroindustrias que puedan enlatar el maíz.</p>	<p>Que los intermediarios no estén dispuestos a hacer llegar los productos en las presentaciones preferidas por los clientes.</p> <p>Que no existan agroindustrias interesadas en la alianza para procesar el maíz en la presentación deseada.</p>	<p>Identificar deferentes canales de comercialización y elaborar planes de contingencia para tales fines.</p> <p>Crear una organización que aglutine a todos los productores para mejorar la competitividad.</p>

## X ANÁLISIS, CONTROL Y MITIGACIÓN DE RIESGOS

TIPO DE RIESGO	DETALLE DE RIESGO	CONTROL DE RIESGO
<b>RIESGO DE DEMANDA</b>	Que se sature el mercado nacional con productos importado de países más competitivos.	Desarrollo de un esquema asociativo que permita mejorar las condiciones tanto de precio como de competitividad y eficiencia, y garantice la oferta local para sus diferentes modalidades de usos.
<b>RIESGO DE OFERTA</b>	Caída de los precios del arroz y el maíz.	Desarrollar un esquema de eficiencia productiva basado en economías de escala, que permita que el precio de equilibrio se mantenga significativamente inferior al del mercado de forma tal que se tenga la holgura necesaria para accionar sin pérdidas en esas situaciones.
<b>RIESGO DE ABASTECIMIENTO</b>	Que los proveedores de semillas decidan no continuar suministrando.	Desarrollo de sistema de autoabastecimiento basado en selección y almacenamiento de semillas.
<b>RIESGO DE PRODUCCIÓN</b>	Presencia de enfermedades que aniquilen la producción.	Desarrollo de un sistema estricto de eliminación y control de plagas y enfermedades desde el inicio del proyecto.
<b>RIESGO CLIMATOLÓGICO</b>	Ocurrencia de huracanes, terremotos u otros eventos naturales no controlables.	Implementar póliza de seguros contra siniestros y eventos relacionados. Además de diseñar un esquema de seguridad ante situaciones no controladas.
<b>RIESGO DE MERCADO</b>	Que el mercado de arroz y maíz se deteriore de forma tal que no sea negocio comercializarlo.	Ir desarrollando esquemas de eficiencia óptima con la implementación de tecnologías de punta y semillas de alto rendimiento que generen reducción de costos y mayor productividad para competir en otros mercados.

## XI MODELO DE NEGOCIOS PROPUESTO PARA LOS PRODUCTORES DE CEREALES DE SAN JUAN DE LA MAGUANA.

Para el desarrollo del Modelo de Negocios de los productores agrícolas de la provincia de San Juan, es importante destacar que los productores poseen un modelo de negocios funcional actualmente y en base al cual realizan sus actividades dentro de la industria. Por tanto se trata de la realización de una evaluación de los aspectos del modelo actual que podrían no estar funcionando de la manera más efectiva y beneficiosa para los agentes y actores que interactúan dentro de la industria agrícola de la región, pero lo cierto es que tienen su modelo.

Ahora bien, si nos sustentamos en la base conceptual de lo que es un modelo de negocios y lo enfocamos en un extremo estricto resumido, nos interesa ver la forma de como los productores de San Juan ganan dinero de la actividad que realizan.

Por otra parte, si tratamos de ser un poco más explícitos y detallados en la aplicación del concepto, debemos descomponer el criterio de modelo de negocios en las tres partes que lo definen y los 3 aspectos que aborda, en este sentido; el modelo de negocios es la forma como una iniciativa empresarial Crea, Captura y Entrega Valor, donde:



Durante este proceso se tratan de armonizar 3 actividades básicas, las cuales se enfocan en:

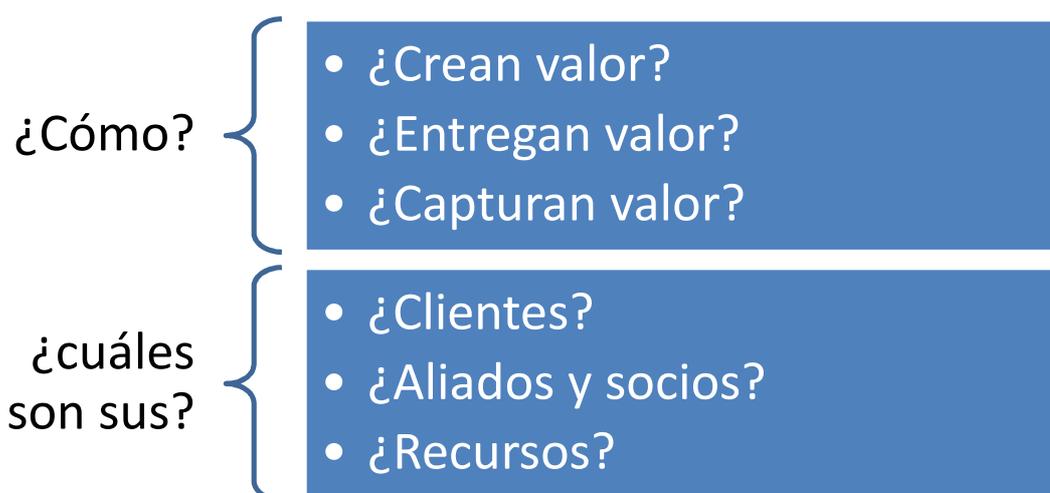
- El manejo de aliados y socios claves del negocio
- Manejo de relación con los clientes y
- El uso de los recursos.

Actualmente existen diversas herramientas útiles para el diseño de modelos de negocios, siendo el más popular el Business Model Canvas o lienzo de modelo de negocios creado por Alex Osterwalder y su versión adaptada a la metodología LEAN creada por Ash Maurya y denominada Lean Canvas.

En ambas herramientas el centro de la metodología es la propuesta de valor o la razón por la cual es elegido el producto ofertado, para el cual también Osterwalder creo el Value proposition Canvas, sin embargo no debemos perder de vista que en el caso de los productores agrícolas de San Juan estamos hablando del modelo de negocios para monetizar con mayor competitividad las actividades de Commodities que son producidos por ellos.

Para nuestra propuesta, retomaremos el planteamiento de los 3 aspectos y 3 actividades citadas anteriormente y partiendo de un análisis comparativo de lo que se hace actualmente con lo que podría hacerse podemos sugerir un modelo que mejore la competitividad para monetizar la gestión empresarial de los productores.

**Las preguntas son**



Un detalle a tomar en cuenta es que los consumidores no son los clientes de los productores y esto particulariza un modelo que es para preferencias de consumidores que no pagan al productor.

Actualmente:

- 1) **Crean valor** cosechando los productos, luego de un proceso costoso y riesgoso de siembra, mantenimiento y post cosecha.
- 2) **Entregan valor**, ofertando a sus clientes los productos con la calidad debida y en las condiciones deseadas para su venta y/o consumo.
- 3) **Capturan valor**, a través de la negociación de venta que realizan de sus productos.

En lo relativo a sus actividades.

Sus **clientes son Intermediarios** que compran al por mayor para comercializan en diferentes canales.

Sus **aliados y socios son, Prestamistas, Bagricola, otros productores, el estado.**

Sus **recursos son, tierra, semillas, fertilizantes, agua, pesticidas, mano de obra, almacén.**

## 11.1 MODELO ACTUAL

En el modelo actual:

- El productor se financia para la preparación de terreno, adquisición de insumos y capital de trabajo,
- El productor oferta y vende su producción ( en la flor o post cosecha) al intermediario
- El productor repaga su deuda y reinicia el proceso.

De acuerdo a las investigaciones, entrevistas y validación de información, este modelo de subsistencia no es sostenible y ha creado severas distorsiones en la supervivencia de productores afectando significativamente su condición de sujetos de créditos para acceso a financiamientos pertinentes y en algunos asociarse al prestamista como socio capitalista.

## 11.2 MODELO PROPUESTO

El modelo sugerido nuestro está orientado hacia un esquema asociativo, basado en un fondo de garantía reembolsable a 5 años operado bajo la modalidad de fondo rotativo a través de una federación de asociaciones de productores.

Esta organización sería la entidad de respaldo de los productores para sus financiamientos, sería la comercializadora de sus productos y el cliente único responsable de la compra de toda la producción.

El cliente para los productores es la macro organización asociativa, los miembros son las diferentes asociaciones productores de rubros.

El socio aliado es la macro organización asociativa.

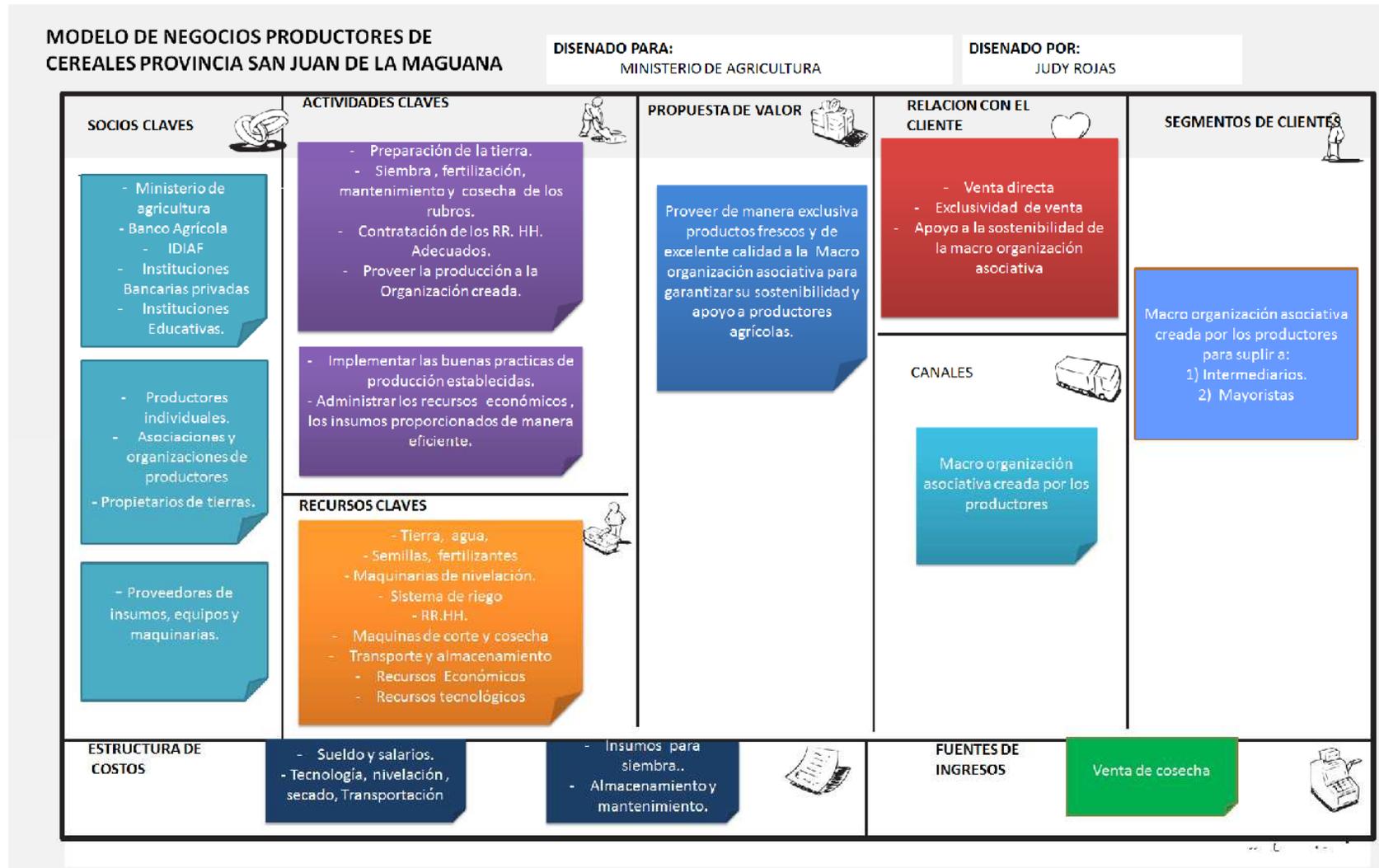
Los recursos de producción son provistos por la Macro organización.

El reglamento operativo no forma parte de esta propuesta y se debe realizar conjuntamente con la creación de la organización.

### 11.2.1 BENEFICIOS DE ESTE NUEVO MODELO



## 11.2.2 MODELO DE NEGOCIOS (BUSINESS MODEL CANVAS)



## **XII PLAN DE MARKETING PARA LOS PRODUCTORES DE ARROZ Y MAÍZ DE SAN JUAN DE LA MAGUANA.**

El presente plan de Marketing está diseñado para la obtención de informaciones y la implementación de las estrategias que conduzcan a la mejoría de los productores de Maíz y de Arroz de la provincia de San Juan de la Maguana, así como para la obtención de una mejor calidad de los productos y con ello un mayor beneficio de los canales de distribución y como elemento final unos consumidores con mayores niveles de satisfacción ante el uso y consumo de estos productos.

El plan se inicia con la planificación del proyecto, con la fijación de unos objetivos, procediendo a partir de esto al diseño y la ejecución de una investigación de mercado que fue realizada en los las Provincias de Santo Domingo Este, el Distrito Nacional, en Santiago como representante del norte y por ser la ciudad más importante de la región, en la ciudad de La Altagracia representando el este de la república y en San Juan para representar al Sur y además por ser el centro productivo más importante de estos rubros en toda la región sur del país.

La investigación de mercado que sirvió de soporte al plan de marketing se realizó con la selección de una muestra representativa de 400 personas en los municipios antes descritos, obteniendo las informaciones en consumidoras amas de casa, en colmados como canal de distribución y en propietario/as de restaurantes, fondas y comedores de estas comunidades como segmento especial de estos productos.

### **12.1 SITUACIÓN ACTUAL DE MERCADO DE LA LOS PRODUCTORES DE ARROZ Y MAÍZ DE SAN JUAN DE LA MAGUANA.**

En los últimos siete años San Juan de La Maguana ha sido uno de los centros productores más importantes maíz de todo el país y de arroz aunque en menor proporción e importancia. En los últimos años la producción arrocera ha experimentado pequeñas reducciones, el maíz, por el contrario se ha incrementado su producción.

Los productores de estos dos importantes rubros presentan dificultades que van desde la necesidad de financiamiento, de almacenamiento, poca tecnificación, un nivel de

incertidumbre en los precios, hasta la de tener que vender estos productos a los intermediarios bajo condiciones muy desfavorables.

El arroz reporta en la investigación de mercado resultados tan interesantes como las afirmaciones de que la calidad es un factor más importante que el precio, que consumirían igual aunque suba de precio y que no dejarían de consumirlo de ninguna manera; estas afirmaciones deben ser consideradas como oportunidades para el producto y aunque San Juan no es el principal productor de arroz en la República Dominicana, este aporta un poco menos del 4% de la producción nacional.

Lo antes descrito refleja con relativa claridad que los productores de arroz y de maíz de San Juan tienen algunas dificultades y fortalezas para cada rubro, pero que estas están identificadas por la experiencia de ellos como productores, reforzadas por los resultados de las investigaciones hechas para la elaboración del Plan de Marketing presentado.

## **12.2 OBJETIVOS**

- Aumentar los niveles de utilidades de los productores de arroz y maíz de San Juan de la Maguana.
- Buscar e identificar mercados más manejables y rentables para los productores de maíz de San Juan.
- Identificar las posibilidades de reorientar los canales de distribución a localidades más cercanas a las que es producido el arroz sembrado por los productores de San Juan de la Maguana.
- Capitalizar los puntos fuertes y fortalecer las debilidades que afectan tanto al maíz, como del arroz que se produce en San Juan,
- Conocer las principales características del entorno competitivo de los productores de arroz y maíz de San Juan de la Maguana.

## **12.3 LA OFERTA DE ARROZ Y MAÍZ**

La oferta de arroz en el mercado de la República Dominicana es de carácter inelástica y el tamaño total del mercado en todo el territorio nacional es de casi 12 millones de quintales anuales (año 2014), de los cuales solo es importado el 3.65 % del consumo total.

El arroz puede definirse como el cereal más usado en la dieta del dominicano y su canal de distribución es hecho en mayoristas (almacenes), supermercados, mercados y colmados;

cada uno de estos eslabones de la cadena presenta sus propias características en cuanto a su forma de venta: una al por mayor, otros en forma mixta, otros con marcas y empacados y otros con venta a granel, aunque se debe destacar que muchos de ellos combinan más de un formato de venta para el arroz.

El arroz como producto de oferta presenta la interesante característica de que en los últimos 15 años, importa para el consumidor, no solo el tipo, sino también las marcas (La Garza, Bisoño, Campos, Pimco, Cristal, entre otras) son solo algunos ejemplos de marcas que además de conocidas son demandadas con un nivel representativo de fidelidad de marca.

El Maíz registra un comportamiento abismalmente diferente, pues primero: no tiene reconocimiento de marca en su presentación natural, segundo: su uso es más en la crianza de animales, su mayor venta para consumo humano es enlatado donde la marca “La Famosa” goza de un posicionamiento de marca. Como parte de una cultura regional es consumido en San Juan de La Maguana cocido como un alimento casi único del país conocido como Chen Chen. No obstante a esto el maíz en el año 2014 registro un mercado de más de 23 millones de quintales, con una importación un 96.5 % del consumo total.

Los canales de distribución son casi los mismos que los del arroz, pero a nivel de detallista su presencia es mucho menor.

## 12.4 LA DEMANDA DE ARROZ Y MAÍZ

El arroz es el cereal más demandado de todos los que se comercializan en la República Dominicana, su precio va desde los RD\$16.00 hasta los RD\$35.00 pesos y junto con las habichuelas son los dos renglones alimenticios de más frecuencia de consumo (diario e interdiario) en la dieta dominicana.

Su mayor nivel de ventas se registra en la venta al detalle y su diferencia de precios por valoración comparativa de calidad, presentación, imagen de la marca, entre otros.

### 12.4.1 VARIABLES DE LA DEMANDA TOMADAS EN CONSIDERACIÓN:

**Geográficas:** Toda la geografía nacional, haciendo más hincapié en las ciudades de Santo Domingo, Santo Domingo Este, Santiago, San Juan de La Maguana y La Altagracia,

por ser estas localidades geográficamente estratégicas y que más demandan los productos bajo estudio y análisis.

**Demográficas:** personas que por las condiciones comerciales son usuarios, vendedores o unidades procesadoras del arroz y del maíz.

**De Compra y venta:** la investigación de campo se le aplicó cuestionarios a colmaderos, amas de casa y propietarios de comedores, fondas y restaurantes, que son quienes procesan los alimentos.

### 12.5 ANÁLISIS FODA DEL MERCADO DE LOS PRODUCTORES

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS F.D.
-San Juan es el mayor productor de arroz del sur y el mayor productor de maíz del país.	La tendencia del consumo de arroz, en el sur y en todo el país es estable y en crecimiento. La demanda de maíz para consumo animal crece exponencialmente en el país.	Crear una unidad estratégica de negocios que tenga como objetivo manejar todo el proceso de comercialización de estos productos.
DEBILIDADES	AMENAZAS	ESTRATEGIAS D.A.
-Los productores tienen pocas oportunidades para ampliar la producción de arroz.	- La producción de arroz en San Juan ha experimentado una reducción en los últimos 5 años.	-Programas orientados a Eficientizar la producción y la comercialización de los productos, como forma de aumentar los beneficios de los productores.
ESTRATEGIAS F.D.	ESTRATEGIAS O.A.	
-Estudiar la factibilidad de siembra de las semillas más demandadas en por el mercado.	-Esfuerzos orientados hacia el mantenimiento de la producción y de la eficientización del rendimiento por tarea.	

### 12.6 EL MACRO ENTORNO

La población de la República Dominicana es un gran consumidor de arroz y los resultados de la investigación lo confirman cuando un 95% de las amas de casa encuestadas afirmaron consumir arroz en el hogar todos los días, reportándose en este producto un alto conocimiento de marcas y en muchos casos un alto nivel de fidelidad de ellas; el maíz,

además de no ser reconocido por marca presenta una segunda dificultad y es la de que no es ofertado en una gran proporción de los colmados estudiados en su forma natural.

Otro factor negativo para el maíz e identificado en la investigación es que el maíz como alimento humano no tiene un alto consumo, siendo preferido para estos fines en latas y solo en La ciudad de San Juan se reportó uso para consumo humano (hecho como chen chen).

Estos hallazgos parecen ordenar una reflexión para que este Plan de Marketing contenga las estrategias que mejor se adapten para cada caso y situación.

## **12.7 EL MERCADO DEL ARROZ**

El arroz como producto debe definirse como un producto de demanda forzada, (de consumo diario, difícil o casi imposible de dejar de consumir y hasta el momento poco sustituible), esa es quizás su mayor fortaleza, aunque también debe tomarse en consideración factores negativos para el producto como podrían ser los costos de producción, el fuerte entorno competitivo y los canales de distribución.

Los costos de producción son un problema para los productores, porque podrían definirse como recursos fuera de marketing, es decir que los productores no tienen todo el control que quisieran acerca de los precios de los insumos agrícolas y hasta a esto podría agregarse que algunos productores no son propietarios de los terrenos en los que cultivan el arroz.

El entorno competitivo les afecta en el sentido de que en el arroz existe un alto conocimiento tanto de variedades, como de marca y los productores medianos y pequeños van en desventaja con las grandes factorías, que ya bien posicionadas tienen marcas que son seguidas por las consumidoras.

### **12.7.1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

La segmentación del mercado del arroz puede hacerse tomando como criterio principales: La marca, pues los resultados de la investigación demuestran un alto nivel de conocimiento de marcas y tipos de arroces por parte de amas de casa, dependientes de colmados y dueños/as de comedores, fondas y restaurantes; otros factores a tomar en consideración

para la segmentación son el empaque y el precio, ya que el abanico de precios del arroz va desde 17, hasta 35 pesos, dependiendo de factores como percepción de calidad, tamaño y textura del grano, la marca, el empaque, entre otros.

### **12.7.2 LA COMPETENCIA**

El entorno competitivo de los productores de arroz de la provincia de San Juan de la Maguana está representado por los productores locales del norte y el noreste de la isla y por las importaciones que en el caso del arroz no son tan representativas, siendo muchísimo más alto en el caso del maíz.

Estas competencias podrían afectar a los productores de San Juan más que nada en los precios, pues la capacidad de producción de estos es mínima en ambos rubros y el mercado absorbe sin muchas presiones casi toda la producción nacional y las importaciones que se hacen.

### **12.7.3 LOS PRECIOS**

Los rangos de precio para el arroz en los últimos 9 años van desde 1,639.60 hasta 2,187.65 pesos el quintal y su comportamiento afecta de manera similar a todos los productores del país; estos datos combinados con los de las proyecciones de aumento de consumo del cereal obliga a los productores de arroz de San Juan a centrar todos sus esfuerzos en la eficientización de la producción ya que las demás variables del mercado, además de afectar de manera similar a todos los productores, son variables externas, por lo tanto más difíciles de controlar para los productores.

## 12.7.4 ANÁLISIS FODA DEL ARROZ

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS F.O.</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Producto de demanda forzada.</li> <li>-Demandado por la cadena de distribución.</li> <li>-Consumo igual o similar ante aumento de precios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rangos de precios que van desde 17 hasta 35 pesos la libra.</li> <li>- El consumo de arroz de la zona sur del país supera la producción en más de un 40%.</li> <li>- La producción nacional de arroz es inferior al consumo local, lo que trae como consecuencias en ocasión la importación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ofertar gama de variedad que permita diferentes niveles de precios.</li> <li>- La creación de una unidad estratégica de negocios, para la planeación de la comercialización en la zona del arroz.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS D.A.</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Aunque con muy buena calidad los arroceros de San Juan no tienen marcas fuertes.</li> <li>-La producción insuficiente para la demanda da oportunidades a la entrada de arroz cultivado en otras zonas del país.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Marcas Fuertes y bien posicionadas.</li> <li>-Las regiones norte y noreste son productores mucho más fuertes que las de San Juan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Crear a mediano y largo plazo marcas región que puedan posicionarse en la población. (Ej. Habichuelas Sanjuanera).</li> </ul>
<b>ESTRATEGIAS F.D:</b>	<b>ESTRATEGIAS O.A.</b>	
Mejoría de calidad del arroz y la comunicación de esos esfuerzos de la gestión.	Analizar las posibilidades de reducción de costos para mejoría local de los precios.	

## 12.8 EL MERCADO DEL MAÍZ

El maíz presenta un escenario mercadológico muy distinto al del arroz, iniciando por las debilidades de poco uso humano y de escasa distribución en colmados; estas realidades parecen sugerir que el plan de marketing debe contemplar algunas estrategias orientadas a la captación de mercados industriales y de consumo masivo en criadores de animales y aves, así como a procesadores de alimentos locales.

### 12.8.1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La segmentación del mercado del maíz se divide en dos segmentos de mercado, para consumo humano y para consumo animal y deben tomarse en cuenta algunos criterios para cada segmento, de los cuales podemos resaltar:

### **1) Segmento consumo humano:**

- El empaque, existe una alta preferencia por el maíz enlatado.
- La calidad, este elemento es destacado como el atributo más valorado por los consumidores.
- Fácil cocción y sabor dulce, son los atributos de preferencia por parte de los consumidores.

### **2) Segmento consumo animal:**

- El precio, este es el factor de mayor importancia para los dueños de granjas de cerdos y pollos y los precios del maíz importado es inferior al de producción local.
- Calidad, es un elemento de suma importancia pues este debe contener los nutrientes y grasas necesarias para la alimentación de los animales.

## **12.8.2 LA COMPETENCIA**

San Juan es el competidor de mayor fortaleza en el entorno competitivo de los productores de maíz a nivel nacional, ya que es el mayor productor de todos, sin embargo, frente a los competidores internacionales es sumamente débil, principalmente frente a Estados Unidos, ya que estos acaparan más del 90% del mercado de consumo animal en el país, pues pueden ofertar este rubro a un menor precio por los altos niveles de productividad y producción que poseen.

## **12.8.3 LOS PRECIOS**

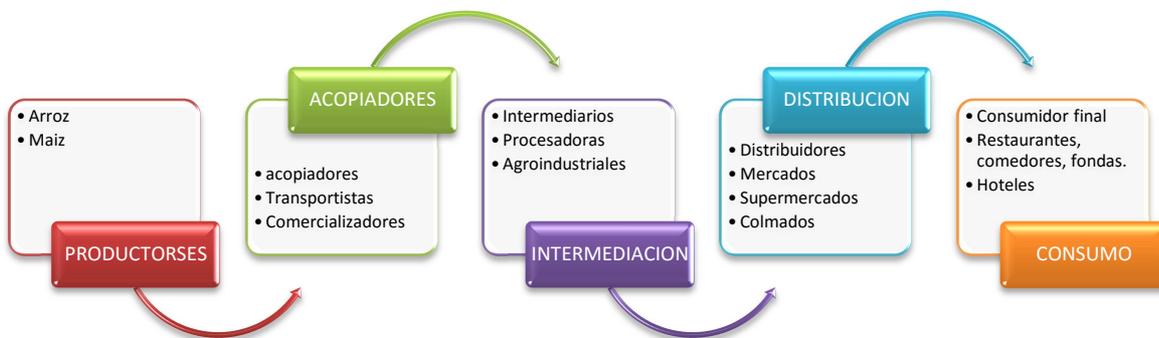
El precio es un factor de alta importancia para los productores de maíz y que representa quizás la mayor debilidad en el mercado para los productores de maíz de la provincia de San Juan, este debe ser enfrentada diseñando un modelo de eficiencia productiva y el diseño de un Modelo de Negocios donde mejore la capacidad de negociación de los productores y que reduzca los canales de distribución para hacer llegar el producto a un menor precio a los consumidores y compradores.

#### 12.8.4 ANÁLISIS FODA DEL MAÍZ

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS F.O.</b>
- En líneas generales en el país no hay grandes productores, San Juan es el mayor productor.	- El país se ve precisado a la importación, por la poca producción de maíz del país.	Diseñar un esquema de eficiencia productiva y de nuevas áreas de cultivo para acaparar una mayor proporción del mercado.
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS D.A.</b>
-Una proporción muy alta de colmados no lo tiene como oferta al público.	- Además de tener poco consumo humano, los precios del maíz han experimentado incrementos sostenidos en los últimos 6 años.	Como la oferta en el sector detallista es tan baja, buscar mecanismos reductores de costos, para utilizar el precio como recurso de oportunidades de mercado.
<b>ESTRATEGIAS F.D:</b>	<b>ESTRATEGIAS O.A.</b>	
Que los responsables de la comercialización haga los diseños de comercialización óptimos para las negociaciones del maíz.	Analizar la posibilidad de sembrar semillas que tengan más demanda en el uso humano ( maíz de maripositas)	

## 12.9 CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE CEREALES DE SAN JUAN DE LA MAGUANA

Los canales de distribución parece ser otro problema en el que los productos de arroz de San Juan, pues en su comportamiento normal el arroz se comercializa a través de una cadena compuesta por:



Esta cadena aunque sea sencilla en su estructura al ser tan larga es generadora de conflictos que van desde aumento de los precios, hasta falta de control de las operaciones en cada eslabón de la cadena.

## 12.10 PLAN DE ACCIÓN

OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACCIÓN	ALCANCE	RESULTADOS ESPERADOS
Elevar los niveles de organización y control de las gestiones de los productores.	Creación de una unidad estratégica de negocios que abarque tanto el área de producción, como la de comercialización.	Planificar la estructura de la unidad estratégica. Definir las acciones prioritarias para los productores. Iniciar los contactos de las gestiones definidas.	Para todo el territorio nacional y con todos los productores de San Juan de la Maguana.	Programas que aumenten la efectividad y rentabilidad de los proyectos y ejecuciones de los productores.
Reducir costos de comercialización para el arroz.	Reducción geográfica de la distribución	Estudiar la demanda de arroz en los distintos canales para la región sur. Y con los resultados hacer la gestión de comercialización del arroz.	En todo el sur del país y en todos los canales de distribución	Mejores márgenes de contribución para los productores.
Acortar los canales de distribución del maíz.	Identificación y alianzas estratégicas con criadores y ganaderos	Identificación de las asociaciones de interés. Establecer los mecanismos de conexión. Planificación de las ofertas.	En todo el territorio nacional y en todas las instituciones y organizaciones con potencial de negocios	Mercados de mayor volumen y reducción de los costos de comercialización del maíz.
Producir un arroz de óptima calidad.	Búsqueda de asesoría técnica.	Ubicar las instituciones y los técnicos de mejora de la calidad. Definir las necesidades de mejoría del producto. Planear la comunicación de mejora del arroz en los diferentes sectores.	En todo el territorio nacional y en todos los sectores de comercialización del producto.	La producción del arroz que responda a las expectativas de los consumidores reportados en los resultados de la investigación de mercado
Eficientizar la producción de arroz y de maíz en San Juan	Búsqueda de asistencia técnica y financiera para los productores	Gestión de recursos y asesorías con El ministerio de Agricultura, El IDIAF, El Inespre y otras instituciones vinculadas a la producción y comercialización de arroz en el país.	Abarcar a todas las asociaciones productoras de arroz y maíz de San Juan.	Combatir la dificultad de la dificultad de expansión como recurso para la mejoría de la producción.

## XIII EVALUACIÓN GENERAL DEL MERCADO

El principal objetivo de este estudio de mercado es la identificación de potencialidades de mercado para los cereales (Arroz, Maíz y Sorgo) que se produce en San Juan de la Maguana tanto a nivel local como internacional, en ese orden hemos identificado una serie de aspectos relevantes que deben ser tomados en cuenta para lograr los objetivos propuestos y alcanzar un desarrollo y crecimiento sostenible en la producción y comercialización de Arroz, Maíz y Sorgo.

En ese sentido pudimos identificar los siguientes hallazgos:

### A NIVEL INTERNACIONAL

- ✚ Que aunque el mercado de cereales a nivel internacional ha mantenido un crecimiento constante, no se proyecta un crecimiento considerable para este mercado en el corto y mediano plazo.
- ✚ Que existe una relativa seguridad de mercado para la comercialización de cereales, pues es parte integral de la dieta humana y como alimento para la producción pecuaria destinada al consumo humano.
- ✚ Que este es un mercado altamente competitivo donde existen países productores con un dominio casi total del mercado internacional como son Estados Unidos, la Unión Europea, Canadá, Ucrania, Argentina, Rusia, entre otros, con los cuales se hace muy difícil competir pues son países con poder de negociación, eficientemente productivos y económicamente poderosos.
- ✚ Existe un déficit de aproximadamente de un 18% de la producción con relación al suministro de cereales a nivel mundial.
- ✚ Que no se identifican mercados potenciales a nivel internacional en el corto y mediano plazo para los productores de San Juan de la Maguana.

## A NIVEL NACIONAL

- ✚ Que existe un alto déficit en la producción de maíz a nivel nacional, donde aproximadamente el 94% del consumo de este cereal es de origen importado.
- ✚ Que San Juan de la Maguana cuenta con un potencial extraordinario para la producción de maíz, pues posee las áreas de siembras idóneas para estos fines.
- ✚ Que la producción de arroz en San Juan de la Maguana no tiene mucho espacio para el crecimiento ya que no cuenta con suficiente área disponible para la siembra de este y este mercado lo dominan otros productores del país con mucha experiencia, mejores condiciones de suelo y climáticas y con una tecnificación superior a la de los productores de San Juan.
- ✚ Que existe una alta disposición por parte de los productores pecuarios para adquirir el maíz en el mercado local, siempre y cuando este cumpla con las características de precio y calidad que ellos demandan.
- ✚ Que San Juan cuenta con las instalaciones de una agroindustria con capacidad de procesar y enlatar maíz para consumo humano.
- ✚ Que no se identifican potencialidades reales para la producción de Sorgo en San Juan de la Maguana en el corto y mediano plazo.

## RECOMENDACIONES FINALES

- ✚ Crear una macro organización de carácter asociativo con los productores de cereales para que a través de esta se maneje toda la operación de comercialización y venta de estos y además ser cliente único de los productores.
- ✚ Crear un fondo de garantía reembolsable a 5 años operado bajo la modalidad de fondo rotativo que sería manejado a través de esta macro organización.
- ✚ Diseñar un plan de eficiencia productiva y optimización de la calidad con la finalidad de mejorar la competitividad y sostenibilidad de los productores de San Juan.
- ✚ Diseñar e implementar un sistema de costeo que permita sincerizar, conocer y manejar eficientemente los costos reales de producción.
- ✚ Diseñar e implementar un programa de capacitación en técnicas para mejorar la productividad y calidad de los cultivos.
- ✚ Diseñar un programa para mejorar las capacidades de gestión y administración de los productores.
- ✚ Desarrollar un esquema de acompañamiento a los productores para dar seguimiento a las iniciativas que se implementen.
- ✚ Aunque para el consumo de arroz y maíz la marca no es tan determinante, sugerimos crear una marca similar a la que ya está establecida con las Habichuelas “La Sanjuanera” con la finalidad de construir una identidad de marca para estos rubros producidos en San Juan y comercializados por esta Macro organización.

## **ANEXOS**

- 1) INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN INVESTIGACIÓN DE MERCADO.
- 2) BASE DE DATOS ENCUESTADOS
- 3) FOTOS Y LISTADOS DE PARTICIPANTES TALLER PARTICIPATIVO
- 4) FOTOS Y LISTADO DE PARTICIPANTES ENTREVISTAS FOCALIZADAS