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

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

LA DISTRIBUCION DE ALIMENTOS EN SANTO DOMINGO

Documento No.23

- Versión Preliminar -

Agosto, 1976
Santo Domingo, República Dominicana

REPUBLICA DOMINICANA
SECRETARIA DE ESTADO DE AGRICULTURA

ING. AGRON. MANUEL DE JS. VIÑAS CACERES
Secretario de Estado de Agricultura

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

LIC. JUAN ANTONIO NUÑEZ
Subsecretario Técnico de Planificación Sectorial Agropecuaria

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

FELIPE PARRA PAGAN
Subsecretario Administrativo

DEPARTAMENTO DE ECONOMIA AGROPECUARIA

LIC. JOAQUIN NOLASCO
Director

LIC. FRANCISCO PEREZ LUNA
Jefe División de Estudios Económicos

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

LIC. JOSE LUIS GUZMAN
Jefe División de Mercadeo

LIC. FRANCISCO DAVID ALVARADO
Jefe División de Estadística e Información

ASESORIA TECNICA DEL INSTITUTO INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS

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

ING. HECTOR MORALES
Especialista en Comercialización
Agrícola

LIC. GILBERTO MENDOZA
Especialista en Comercialización
Agrícola

La Distribución de Alimentos en Santo Domingo

Participantes :

En la realización del presente estudio participaron los señores: Faustino Jiménez y Héctor Tejada, técnicos del Departamento de Economía Agropecuaria de la Secretaría de Agricultura (SEA), Nelson Suárez y Gilberto Mendoza, especialistas en Mercadeo Agrícola del Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (IICA). El informe final fue discutido y revisado, además, por los señores Francisco Pérez Luna, técnico de la SEA y Héctor Morales, especialista en Comercialización Agrícola del IICA.

Algunas alternativas de soluciones y detalles técnicos, han sido discutidos con el Ing. José Ramón Peña López, jefe del Departamento de Transporte Urbano del Ayuntamiento del D.N., y técnicos de Planeamiento del mismo.

Santo Domingo, R. D. Agosto 1976

P R E F A C I O

El presente documento es el vigésimo tercero de una serie preparada por la Secretaría de Estado de Agricultura (SEA), como parte del Proyecto de cooperación técnica en Comercialización Agrícola que está ejecutando en combinación con el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (IICA).

La orientación principal de este proyecto es la de mejorar los servicios de comercialización a nivel nacional mediante el fortalecimiento de las instituciones que está operando dentro del Sub-Sector Comercialización, en especial, el Departamento de Economía Agropecuaria de la SEA, que participa como contraparte del grupo IICA, y el Departamento de Estudios Especiales de INESPRE.

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

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

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

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

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

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

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

Santo Domingo es el primer mercado consumidor de alimentos de todo orden en el país y el centro de muchas decisiones de las [illegible] agroindustriales y de los exportadores de productos agropecuarios. No obstante, la ciudad carece de infraestructura suficiente para la comercialización mayorista y la distribución detallista.

El presente estudio pretende dar una idea de la magnitud de las operaciones comerciales agropecuarias en la capital y echar las bases para un proyecto de mejoramiento del sistema de distribución urbana, con proyecciones hasta el año 2000.

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

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

Indice de Materias

INDICE DE MAPAS

I. INTRODUCCION

La actividad de distribución de alimentos en Santo Domingo es de vital importancia para el desarrollo agropecuario del país. La capital es el principal mercado de alimentos (se calcula que consume entre el 25 y 40% del total nacional) y alberga el mayor mercado mayorista de los productos agropecuarios, con marcada influencia para la formación de los precios y de las decisiones del mercadeo, a nivel nacional.

Dados estos antecedentes, la Secretaría de Estado de Agricultura ha creído conveniente realizar el presente estudio sobre distribución de productos alimenticios en Santo Domingo, con el objetivo principal de promover el estímulo y mejoramiento de uno de los factores de mayor influencia para el desarrollo agropecuario, como lo es la demanda de alimentos de la capital.

II. MAGNITUD DE LA DISTRIBUCION DE ALIMENTOS

2.1 Volumenes y Localización

A Santo Domingo llegó durante la semana de agosto 25-Sep.-1/75, 5,143 medios de transporte (camiones, camionetas y motonetas, principalmente), que traen productos agropecuarios en estado natural; en total ingresan a la semana más de 15,000 toneladas de productos, es decir, cerca de 2,200 por día. 1/

Las rutas de entrada son en su orden:

1. Autopista Duarte (49% del total de alimentos ingresados)
2. Carretera Sánchez (21%)
3. Carretera Las Américas (16%)
4. Carretera Villa Mella (10%) y
5. Carretera Mella - San Vicente de Paul (4%).

Por su parte la ciudad redespachó en la misma semana, 5,154 toneladas de productos agropecuarios, que salieron por las siguientes rutas en su orden:

1. Carretera Las Américas (42% del total de salida)
2. Carretera Sánchez (25%)
3. Autopista Duarte (14%)
4. Carretera Villa Mella (10%) y
5. Carretera Mella - San Vicente de Paul (9%).

1/ La mayor parte de la información del presente documento se obtuvo a partir de tres "censos de entrada y salida de productos agropecuarios a Santo Domingo" realizados por SEA/IICA. Los censos consisten en entrevistar todos los medios de transporte que entran o salen de Santo Domingo durante las 24 horas en 7 días. Se han realizado 3 censos: 1º) Agosto 25-Sep.1/75; 2º) Dic. 8-15/75; 3º) junio 28 julio 5/76.

El hecho de que el 30% de los alimentos que entran a la capital, salgan con destino a otras ciudades y provincias, permite considerar a Santo Domingo como el mercado mayorista más importante del país con influencia de primer orden para la formación de los precios en los demás mercados del país.

Los productos que ingresan a la ciudad llegan de preferencia a los mercados mayoristas del "Mercado Nuevo" y del "Mercado Modelo". En la semana comprendida entre el 8 y el 15 de diciembre de 1975, ingresaron a la capital 11,879 toneladas de productos agropecuarios, cuyo destino fue el siguiente:

Cuadro No. 1 LOCALIZACION Y MAGNITUD DE LA ACTIVIDAD MAYORISTA DE ALIMENTOS EN SANTO DOMINGO EN UNA SEMANA

GRUPOS DE PRODUCTOS	MERCADO NUEVO		MERCADO MODELO		ALMACENES MAYORISTAS		OTROS DESTINOS		TOTAL	
	Tons.	%	Tons.	%	Tons.	%	Tons.	%	Tons.	%
Granos	381	15	430	16	470	17	1385	52	2666	100
Raíces y Tub.	915	72	164	13	35	3	153	12	1267	100
Hort. y Verd.	564	65	128	15	23	3	151	17	866	100
Frutas	1251	52	105	4	71	3	980	41	2407	100
Otros Prod. Agropecuarios	60	2.5	16	0.5	228	8	2578	89	2882	100
Carnes	22	13	2	1	30	17	120	69	174	100
Animales en pié	69	8	6	0.5	125	13.5	718	78	918	100
Otros Pecuarios	16	2	27	4	52	8	604	86	699	100
TOTAL	3,278	28	878	7	1,034	9	6,689	56	11879	100

FUENTE: SEA/IICA Encuesta de Entrada y Salida de Productos Agropecuarios a Santo Domingo - Dic. 8-15/1975.

Según el cuadro No. 1, al mercado Nuevo llegan 3,278 toneladas semanales de alimentos; al Mercado Modelo 878 toneladas y a los almacenes mayoristas 1,034 toneladas semanales.

Otros destinos son: INESPRE, industrias, exportadores, hoteles, etc.

Los almacenes de los mayoristas, en su mayor proporción, están localizados en los alrededores de los Mercados Nuevo y Modelo y se puede decir que pertenecen al área de influencia en los mismos.

Por esta razón puede afirmarse que en Santo Domingo existen dos grandes núcleos o sectores de actividad mayorista de alimentos que son: (ver mapa No. 1)

Sector Mercado Nuevo

Sector Mercado Modelo

Ambos sectores agrupan aproximadamente el 44% del volumen de la actividad mayorista de alimentos que en una semana puede llegar a cifras que fluctúan entre 5,200 y 6,700 Tons. métricas. 1/

2.2 Rutas de Acceso y de Salida

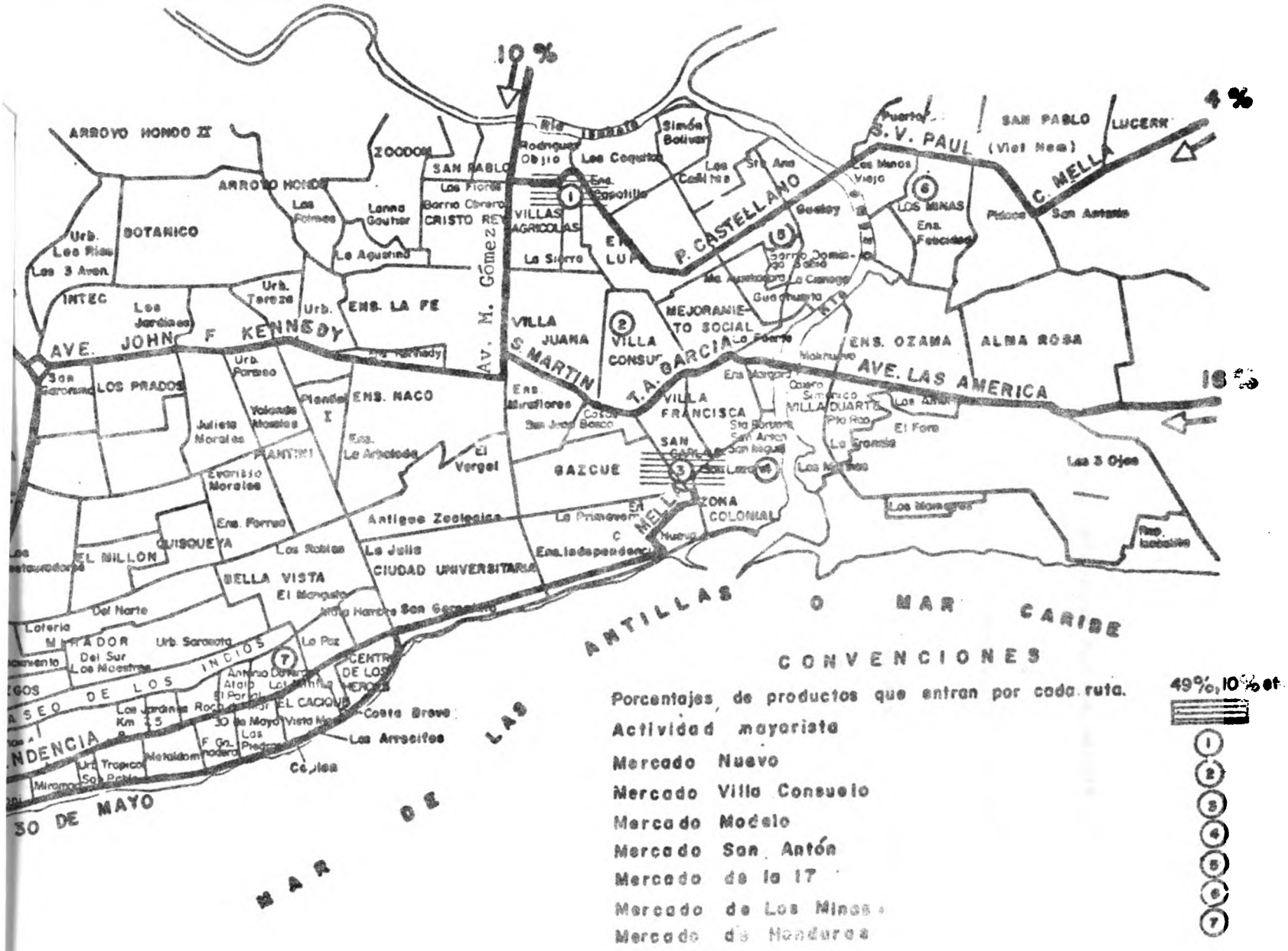
En la primera encuesta de entrada y salida de alimentos (agosto 25-Sept. 1ro./1975), entraron en la semana 5,143 medios de transporte con 15,309 Tons., lo que dá un promedio de 2.97 Tons. por vehículo.

En la segunda encuesta (Dic. 8-15/75) ingresaron 4,824 medios de transporte con 11,879 Tons. lo que dá un promedio de 2.46 Tons. por vehículo.

Más del 50% de los vehículos que traen alimentos a la capital son camionetas, el 22% camiones medianos (1 eje trasero) y el 14% camiones grandes (2 ejes traseros).

1/ En la encuesta de entrada y salida de alimentos a Sto. Dgo., entre [illegible] sept. 1/75 se detectaron 15,309 Tons. de alimentos ingresados a la capital. En la encuesta de Dic. 8 al 15, entraron 11,879 Tons.

RADA DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS A STO DGO, VIAS 'PALES UTILIZADAS Y LOCALIZACION DE LOS MERCADOS



Según se anotó atrás, el 49% de los productos agropecuarios ingresan por la Autopista Duarte. 1/

Las rutas de acceso con más frecuencia utilizadas por los vehículos para llegar a los sectores mayoristas son:

a) Para los productos que vienen del Norte y Noroeste: Autopista Duarte, Ave. Kennedy, Ave. Máximo Gómez y Ave. de los Mártires, asimismo por la Ave. Máximo Gómez a la Ave. Independencia y Ave. Mella.

b) Para los productos que vienen del Este: Ave. de Las Américas, Ave. Tte. Amado García, Ave. Duarte; asimismo por la carretera Mella - San Vicente de Paul, Ave. San Vicente de Paul, Calle Padre Castellanos y Ave. Duarte.

c) Para los productos que vienen del Oeste: Aves. 30 de mayo e Independencia, Avenidas Máximo Gómez y Mella.

La salida de los productos agropecuarios sigue usualmente las mismas rutas de las usadas para el ingreso, aunque en la magnitud que señala el mapa No. 2 (ver mapas Nos. 1 y 2).

Los Mercados Nuevo y Modelo y su área de influencia, en su condición de mercados mayoristas de alimentos de la capital, abastecen a los sectores detallistas de los mismos mercados y a los 5 mercados detallistas restantes de la ciudad (Villa Consuelo, Los Minas, San Antón, Mercado de la 17 y Honduras). Asimismo, a todo el resto del comercio detallista de la ciudad y al consumo institucional (hoteles, restaurantes, hospitales, fuerzas armadas, etc.)

1/ En la encuesta de julio 25 a sep. 1/75 fué de 49%, en la encuesta Dic. 8-15/75, el porcentaje proveniente del Norte, Nordeste y Noroeste del país, fué de 48%.

DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS DE LA CAPITAL Y TEN-

DENCIAS DEL DESABASTECIMIENTO

El flujo de abastecimiento desde los mercados mayoristas hacia el [illegible] detallista; mercados públicos, colmados, vendedores ambulantes, supermercados y consumo institucional, se realiza mediante el uso de camiones [illegible] principalmente, (capacidad inferior a 1 tonelada); asimismo con triciclos de carga y otros medios de transporte.

2.3 Zonificación del Abastecimiento

El mapa No. 3 señala, a escala general, la situación del abastecimiento de alimentos en la capital. Se establecen tres grados de abastecimiento:

2.3.1 Sector de buen abastecimiento: que se caracteriza por la presencia de mercados públicos, supermercados que venden productos agropecuarios en estado natural, colmados y supermercados con buena existencia de productos. Se refiere principalmente a la parte céntrica de la ciudad y al sector comprendido entre las avenidas W. Churchill y Máximo Gómez.

2.3.2 Sectores con regular abastecimiento: Cuenta con algunos mercados (Honduras y Los Minas), pero con deficiente abastecimiento y precios muy altos; asimismo con colmados y algunos supermercados que carecen de la línea completa de productos agrícolas en estado natural. Se destacan los ensanches: Los Minas, Ozama, Bella Vista, Honduras, El Cacique, La Paz, Vistamar, Duverge, etc.

2.3.3 Sectores con mal abastecimiento: Son zonas que no cuentan con mercados públicos, ni supermercados y solamente [illegible] algunos colmados que no venden productos agropecuarios o los tienen a precios demasiado altos y la calidad es mala. Se encuentran, con frecuencia, vendedores ambulantes o "triciclistas" que venden productos pereci-

bles (frutas, hortalizas, tubérculos etc.), a veces frescos y en otras ocasiones con inicio de deterioro por la acción del sol y el excesivo manipuleo. En todos los casos, los precios son notoriamente más altos que los que se registran en los principales mercados públicos de la ciudad.

Los sectores que comprende esta clasificación son los del Nordeste, Noroeste, Este, Suroeste, Sureste y Oeste de la Ciudad y en general las urbanizaciones nuevas, espontáneas o planificadas que comunmente no incluyen áreas ni actividades para facilitar el abastecimiento de alimentos. (ver mapa No. 3).

III. EL SISTEMA ACTUAL DE DISTRIBUCION

El comercio mayorista de productos agropecuarios, en estado natural, en la ciudad de Santo Domingo se realiza principalmente a través de dos complejos que desempeñan funciones de mayorista y detallista a la vez. Tales son los llamados Mercado Nuevo y Mercado Modelo, localizados en los anteriores mapas.

La infraestructura del Mercado Nuevo es moderna y sofisticada en lo que atañe a la sección destinada al comercio detallista y contrasta con la sencillez y aún la carencia de instalaciones de la sección destinada a las operaciones mayoristas. La construcción del Mercado Modelo es antigua y obsoleta, observándose la modalidad de dos pisos que está siendo descartada en muchos países latinoamericanos.

En ambos mercados se verifica el fenómeno observado en la mayoría de estos casos y que consiste en que el área interior cubierta, construída por las autoridades locales con el fin de "ordenar" el mercadeo, ocupa solo una

mínima parte en relación con los locales comerciales y los almacenes que funcionan en los alrededores del mercado propiamente dicho. El conjunto de estos locales constituye lo que se llama "Zona del Mercado" y debe ser muy tenido en cuenta para cualquier programa de mejoramiento del sistema de distribución urbana de alimentos.

Dentro de estos mercados opera un elevado número de agentes de comercialización que desempeñan múltiples funciones a distintos niveles de comercialización. Así, en el principal mercado mayorista, el Mercado Nuevo, operan cerca de 600 puestos o "mesas" permanentes a lo cual hay que sumar los comerciantes ambulantes y los comisionistas cuyo número fluctúa por días. Si a este número de comerciantes se agregan los que operan en locales independientes, en la "zona del Mercado" se tendrían en total más de 1,000 agentes "mayoristas" de comercialización con tendencia a crecer.

En el Mercado Modelo y la "Zona del Mercado" operan mayoristas con almacenes instalados, mayoristas flotantes y comisionistas cuyo número toyal puede pasar de 500.

Estos agentes de comercialización son personas que operan por su propia cuenta y riesgo. Es decir, la estructura de este mercado corresponde a la de un "atomismo económico" dentro del cual prácticamente ningún individuo mantiene acuerdos de actuación con otros y por lo tanto difícilmente puede influir sobre el precio del artículo que compra o vende. Convendría hacer estudios más profundos para determinar si entre estos comerciantes existen prácticas tendientes a controlar la situación, tales como convenios, carteles y similares.

Por otra parte en ningún producto puede apreciarse la existencia de monopolio.

Dado el elevado número de comerciantes, frente al volumen total manejado en cada mercado, la cantidad manejada por cada comerciante necesariamente tiene que ser muy reducida. Esto plantea la probabilidad de la existencia de márgenes de comercialización muy altos por unidad de producto vendido.

Como resultado de la observación directa de la operación en estos mercados, se pudo llegar a la conclusión de que los comerciantes mayoristas establecidos en ellos no llevan a cabo otra función de comercialización distinta a la del simple fraccionamiento del volumen. En efecto, no es frecuente que realicen funciones de selección, clasificación, lavado, reempaque, etc. especialmente para productos perecederos.

Las condiciones en que se lleva a cabo la comercialización de algunos productos, y especialmente los perecederos en el Mercado Nuevo y en el Modelo, son altamente desfavorables. Efectivamente, una considerable proporción de estos productos son manejados a la intemperie y ahí permanecen con frecuencia durante 10 ó 12 horas expuestos al sol, con el consiguiente efecto sobre su calidad y estado.

En los grupos de frutas, verduras, legumbres y hortalizas, los comerciantes además de individuales son especializados por producto. Esto obliga a los compradores a realizar tantas transacciones cuantos productos necesiten adquirir, lo que inevitablemente implica una notable congestión de peatones y vehículos que se entrecruzan en todas las direcciones dentro del área del mercado. Debe hacerse énfasis en que, además de los comerciantes detallistas de los mercados públicos, colmados y supermercados, acuden diariamente al Mercado Nuevo cientos de consumidores a adquirir productos frescos a los precios adaptados a sus presupuestos familiares.

Estos consumidores no patrocinan exclusivamente las "mesas" de los detallistas, sino también los puestos de los mayoristas, incrementando con ello la congestión de este mercado.

La ciudad cuenta con amplias avenidas que permiten una rápida circulación de todo tipo de vehículos hacia y desde el mercado nuevo.

Mayores problemas de circulación se presentan en el Sector del Mercado Modelo, máxime que este tiene mayor actividad de transporte pesado en horas del día, ya que el mercadeo de granos (que se centraliza allí) opera de preferencia en horas de mayor actividad comercial.

Los problemas más graves que se observan, y que se agudizan día a día, en los sectores mayoristas de la ciudad son de orden urbanístico, con sus consecuencias negativas para el mercadeo de los productos alimenticios por desorganización, falta de higiene, dificultad de circulación y crecimiento anarquizado. El espacio para el mercado en esas zonas, al ser cada día más escaso, se va cotizando a mayor precio y llegará el momento en que el comerciante que controle el espacio físico tendrá capacidad de control de la demanda y de influencia en la formación de los precios.

De continuar el ritmo de crecimiento espontáneo de la actividad comercial en las zonas del Mercado Nuevo y Mercado Modelo, las actuales viviendas se irán convirtiendo en establecimientos comerciales y se acentuará la pauperación urbana de dichos sectores, haciendo cada día más costosa y radical una solución.

Con respecto al desarrollo del sistema actual de distribución urbana y de las tendencias que pueden preverse, no se observan cambios alentadores hacia institucionalizar y promover procedimientos innovadores que conduzcan a una mayor eficiencia del sistema de distribución como un todo.

NIFICACION Y NIVEL DE ABASTECIMIENTOS EN STO DG

Incluso se puede afirmar que existe un crecimiento natural y espontáneo de unidades individuales tradicionales, con baja o nula inversión en infraestructura, sin técnica ni control que a la postre llegará a aumentar progresivamente los costos y márgenes de comercialización. Por consiguiente, se considera indispensable que la tendencia de este desarrollo espontáneo sea alterada drásticamente mediante la intervención de los organismos oficiales, en beneficio de todos los grupos que participan en el sistema.

3.1 Alternativas de Soluciones

El problema de coordinación institucional es uno de los más serios en este campo del mercadeo mayorista de alimentos en los centros metropolitanos. En efecto, los intereses y enfoques sobre el problema general que tiene el Ayuntamiento de Santo Domingo no coincide necesariamente con el enfoque e interés de los productores-proveedores, con los de la SEA, con los del sector transportista, con los intermediarios, etc.

Sin embargo, en la solución del problema no se puede tener en cuenta una sola institución, como sería en este caso el Ayuntamiento de Santo Domingo. Es necesario tener en cuenta objetivos relacionados por lo menos con los siguientes grupos de participantes en el proceso:

a) Los consumidores, y especialmente aquellos de medianos y bajos ingresos.

b) Los productores-proveedores, para los cuales la Ciudad de Santo Domingo constituye el principal mercado natural para sus productos y que posiblemente determina los precios a nivel nacional.

c) Los comerciantes mayoristas y detallistas, que deben quedar enmarcados dentro de un sistema lógico de flujos para poder desarrollar prácticas innovadoras conducentes a una mayor eficiencia operativa.

d) Los transportistas, tanto los que traen los productos agropecuarios a la ciudad como todos aquellos que los movilizan dentro de la misma. El sector transporte ocupa un lugar crucial en el sistema de abastecimiento, debido a la tendencia permenente al alza del combustible y de las tarifas.

e) Los exportadores de productos agropecuarios, que juegan un papel decisivo para ofrecer incentivos reales y permanentes al productor organizado o individual, y al país en general, por las divisas que genera.

f) Los industriales y procesadores de materias primas agropecuarias, quienes necesitan de un mercadeo ordenado, estable y de productos de buena calidad.

Los siguientes son los elementos con que se considera debe funcionar el sistema de distribución urbana de alimentos en Santo Domingo.

1. El Mercado Mayorista

El mercado mayorista o "central mayorista de abastecimiento", debe considerarse como un instrumento que, por sí solo, no ofrece otra cosa sino soluciones de alcance limitado, especialmente de tipo urbanístico. Una central mayorista de abastecimiento dará buenos resultados si se complementa con otros programas de mejoramiento del sistema total.

Dentro del actual sistema imperante en la Rep. Dominicana, un mercado mayorista --que esencialmente constituye un núcleo concentrador de productos-- se justifica debido a la condición de "atomismo económico" existente por parte, tanto de los productores y acopiadores rurales, como de los comerciantes detallistas.

2. Los Mercados Públicos

Con frecuencia se critica el sistema de los Mercados Públicos alegando la ineficiencia de su operación. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que este tipo de canal de comercialización se adapta con gran precisión a los diferentes hábitos de consumo de la población de la mayor parte de los países latinoamericanos. Al mercado público acude el consumidor de altos ingresos que encuentra en ellos amplio surtido de productos, (incluyendo los perecederos que presentan altos coeficientes de elasticidad ingreso de la demanda); también el consumidor de menores ingresos encuentra en ellos el producto de bajo precio y en cantidades mínimas acordes con su presupuesto.

Constituyen asimismo, el canal de comercialización que garantiza el acceso del agricultor para la venta de su cosecha al mayorista.

3. Los colmados y Expendios Similares

Es otra institución esencial en el actual sistema de distribución urbana de alimentos en la ciudad de Santo Domingo. El colmado es el lugar de compra más frecuentado por los consumidores de medianos y bajos ingresos; debido a la línea de productos básicos que maneja, a la cercanía al domicilio del consumidor, a los cómodos horarios de atención al público y en muchas ocasiones, a los servicios de tipo personal que presta al cliente, incluso el servicio adicional de ventas a crédito.

4. Los Supermercados

A pesar del contínuo crecimiento que han venido experimentando los supermercados en la ciudad de Santo Domingo, estos expendios surten aún en forma preferente aúnque no exclusiva, a los sectores económicos de altos y medianos ingresos.

La localización de los auto-servicios en zonas urbanas de densidad poblacional relativamente baja, ofrece una solución adecuada al tipo de consumidor residente en las mismas y que tiene capacidad de movilización propia.

No obstante, una proporción importante de los supermercados aún no dispone de la línea completa de los productos agrícolas en estado natural (frutas, hortalizas, carnes, leche, avícolas, etc.). En términos generales, se observan deficiencias en la línea de ventas de productos agrícolas perecederos. Todo parece indicar que los supermercados consideran no rentable esta línea de productos y se inclinan por las líneas de enlatados y productos importados. Las necesidades de espacio físico y de mejoramiento de las condiciones de la actividad mayorista de mercadeo de productos alimenticios en la capital, se pueden calcular en dos etapas:

a) Corto Plazo

b) Mediano y Largo Plazo

3.1.1 Las necesidades a Corto Plazo

Se plantea la reorganización y ampliación del Mercado Nuevo en los siguientes aspectos:

ADMINISTRACION

a) Anticipar la hora de apertura del mercado a las 4:00 A.M., previo mejoramiento de la iluminación.

El mercadeo a nivel mayorista en la madrugada es norma general general en todos los mercados mayoristas en América Latina. Esto permite las transacciones a horas más frescas y dá más tiempo a los camiones que traen los productos para el descargue en el mercado. Por lo demás, los camiones que ingresan con alimentos prefieren viajar de noche y descargar en la madrugada.

b) Tránsito Interno

El tránsito interno de vehículos en el mercado nuevo debe restringirse al máximo: se propone un horario restringido de 4 A.M. a 8 A.M., a partir de las 8 A.M. no deberá permitirse la circulación de ningún vehículo, especialmente camiones.
Para la salida de productos y traslado desde los puestos de venta mayorista se podrán usar carretillas y elementos manuales.
Los vehículos que vayan a retirar productos del Mercado Nuevo, contarían con parqueos localizados alrededor de la construcción. Las camionetas que hacen el servicio al mercado deberañ censarse e inscribirse con un sello distintivo.

c) Se podrán usar como parqueos, terrenos aledaños al mercado que actualmente están en otros usos: bomba de gasolina, construcciones anticuadas y espacios vacíos y calles que podrían habilitarse para ese fín.

d) Sectorización de Productos: se requiere de una organización total de los actuales puestos de venta en el mercado para conceder solamente un puesto por comerciante y especializar los

pabellones por grupos de productos; asimismo para controlar los vendedores ambulantes y los que no reciban licencia escrita para operar (especialmente los que no se someten a las nuevas disposiciones).

e) El cobro de los derechos de venta a los comerciantes debería hacerse por semana o por quincena y no por día y regiría para los comerciantes inscritos. El pago se haría en una oficina especializada. Los comerciantes ambulantes y los no inscritos, no podrían operar ni se les recibiría cuota por derecho a vender.1/

f) La anterior medida y, principalmente, la de impedir definitivamente el acceso de vehículos de consumidores al área mayorista del Mercado Nuevo, reduciría la actividad detallista de los actuales mayoristas y permitiría especializarlos como tales; asi mismo lograría desestimular los vendedores ambulantes y los detallistas improvisados que están invadiendo el área mayorista, entorpeciendo y anarquizando esta actividad.
Los consumidores contarían con un área de parqueo alrededor del pabellón detallista que actualmente está siendo debilitado por los ambulantes; no obstante que este pabellón es más higiénico y está bien acondicionado.

AMPLIACION

Es evidente que el Mercado Nuevo debe ampliarse a dos niveles:

1/ Actualmente toda persona adquiere derecho a vender en cualquier lugar del mercado, mediante el pago diario de un derecho (RD$ 0.50 Aprox.).

a) Mediante la construcción de nuevos pabellones con cubierta, en las actuales áreas libres, previa disposición del no ingreso de vehículos en horas del día. Si se soluciona el problema de la circulación de vehículos dentro del mercado en horas del día, se podrán habilitar nuevas áreas con cubierta dentro del mercado (partes sur, oeste y norte) que suplirían las necesidades de espacio por un tiempo.

b) Se podrían hacer nuevas construcciones en terrenos libres al norte del mercado; al sur del mismo (hay un área de 8,000 M^2 que actualmente se usa como área de estacionamiento del Ayuntamiento) y al suroeste (áreas libres y áreas susceptibles de adquirir por compra).

3.1.2 Necesidades a Mediano y Largo Plazo

Dado el elevado ritmo de crecimiento de la ciudad (4 a 5% anual) y las necesidades crecientes de la demanda de alimentos (aumento de la población y aumento de los ingresos) resulta evidente que en breve tiempo, los actuales sectores mayoristas resultarán insuficientes a pesar de las ampliaciones propuestas que siempre, resultarán modestas.

En consecuencia se propone la preparación de un estudio de viabilidad que defina la conveniencia o no de construir una Central Mayorista de Abastecimientos para Santo Domingo.

Una central Mayorista concentraría toda la actividad mayorista de alimentos actualmente dispersa en los dos amplios sectores comerciales-residenciales de la ciudad, ya mencionados; se haría un reasentamiento de los comerciantes mayoristas de la

ciudad para dotarlos de espacio amplio e higiénico, servicios, parqueo para camiones, etc. La nueva central permitiría además, el ofrecimiento de espacio para nuevos comerciantes que deseen ingresar a la actividad, abriendo la competencia y evitando posibles monopolios o cualquier acción ilegal de comerciantes inescrupulosos.

La construcción de la Central Mayorista tendría un espacio libre, especializado para los agricultores que vienen a vender sus productos al mercado mayorista.1/

Para productores e intermediarios habría programas de información de precios y mercados, extensión en mercadeo, cursos de manejo de productos, crédito, relaciones públicas, subastas, etc. y todo lo relativo para hacer de la Central Mayorista el inicio de un programa de desarrollo y no solo la solución a problemas urbanísticos.

La Central mayorista contaría con pabellones especializados según los siguientes grupos de productos.

Granos
Raíces y Tubérculos
Plátanos
Hortalizas
Verduras
Frutas
Otros Productos Agrícolas
Animales en pié (especies menores)
Avícolas
Pesqueros.
Alimentos Manufacturados
(algunas líneas de productos voluminosos)

1/ Entre el 20 y el 30% de los alimentos que llegan a la capital, son traídos por los propios agricultores: en granos el 31% en tubérculos el 27%, en frutos el 17%, en hortalizas hay casos del 70 y 80%. SEA/IICA, Encuesta de Entrada y Salida de Productos Agropecuarios a Santo Domingo. Dic. 8-15/75.

3.1.2.1 Pre-dimensionamiento de la Central Mayorista

A partir de las cifras del Cuadro No. 1 sobre la localización y magnitud de la actividad mayorista en la capital, puede hacerse un cálculo preliminar del tamaño de espacio requerido para una central mayorista de abastecimientos, para las necesidades de la capital a 1977.

A la nueva Central Mayorista llegarían los siguientes productos por semana.

a) Lo que se detectó que llegó en la semana del 8-15, Dic/75, a los Mercados Nuevo, Modelo y almacenes mayoristas de ambos sectores (ver cuadro No. 1):

		Toneladas
3,278 + 878 + 1,034 Tons. Métricas	Sub/Tot.	5,190

b) Una parte de los productos alimenticios que van a otros destinos, exceptuando los que van a INESPRE e industrias, directamente. 1/ Sub/Tot. 3,278

c) Total semanal 8,468

Total Anual (a 1975) 440,000

Proyección a fines de 1977 560,000

Las necesidades de espacio en una central mayorista, con base en patrones de proyectos desarrollados en otros países de América Latina, serían:

1/ Del cuadro No. 1 del presente documento, columna "otros destinos" se calculó así: el 50% de los granos; el 100% de las raíces; hortalizas y frutas; el 50% de "otros productos"; el 25% de los animales en pié y el 30% de "otros pecuarios".

1.	Volumen a comercializar por año (1977):	560,000 Tons.
2.	Productividad del Espacio por M^2: 20 Tons. Métricas por M^2, año. 1/	
3.	Espacio Neto necesario de bodegas 560,000/20 =	28,000 M^2 2/
4	Por ciento de espacio de circulación dentro de las bodegas: 30% de 28,000	8,400 M^2
5.	Espacio total de bodegas, incluyendo circulación interna: 28,000 + 8,400	36,400 M^2
6.	Espacio necesario para oficinas de administración, servicios públicos, restaurantes, bancos, etc.; 12% del area bruta de bodegas, o sea: 36,400 x 0.12 (aproximadamente)	4,000 M^2
7.	Espacio necesario para circulación y estacionamiento de vehículos de proveedores y de compradores fuera de las bodegas: 250% del área bruta de bodegas: 36,400 x 2.5	91,000 M^2
8.	Area Total para C.M.A. al año 1977	
	(3) Area Neta Bodegas	28,000 M^2
	(4) Areas Circulación Interna	8,400 M^2
	(6) Areas Administración y Servicios	4,000 M^2
	(8) Areas de Circulación de Vehículos	91,000 M^2
	AREA TOTAL	131,400 M^2
9.	Area de terreno necesario para la primera etapa de la Central mayorista a 1977	131,400 M^2
10.	Area de terreno que se recomienda reservar para futuras expansiones hasta el año 2,000, previendo el rápido crecimiento de la capital: el 100% de 1977	
11.	Area Total de Terreno necesario para la Central Mayorista de Abastecimientos de Santo Domingo 1977/2000. 131,400 x 2.0 (aprox. 26 hectáreas ó 440 tareas)	262,800 M^2

1/ Se asume que la productividad del espacio utilizado se asemeja a las Centrales de Abastecimiento en funcionamiento en Bogotá, Sao Paulo y otras ciudades.

2/ Espacio Neto es aquel que se utiliza realmente para el manejo y almacenamiento de los productos, excluyendo vías de circulación.

ᴛRNATIVAS DE LOCALIZACION DE UNA CENTRAL MAYORISTA DE ABASTECIMIENTO PARA STO DGO

CONVENCIONES

- Reorganización y ampliación del mercado Nuevo.
- Zonas recomendadas para la construcción de una nueva central mayorista de abastecimientos.
- Tendencias del crecimiento de la ciudad.

3.1.2.2 Ubicación de la Central Mayorista

Para estudiar la posible localización de una central mayorista de abastecimientos para la capital, pueden utilizarse los siguientes criterios.

1. Que se evite la entrada de vehículos de carga pesada a la parte céntrica y a las zonas residenciales de la ciudad y se facilite el flujo de los alimentos: zonas de producción a centros de distribución 1/.

2. La disponibilidad de terrenos, preferiblemente pertenecientes a bienes nacionales y susceptibles de adecuación.

3. La accequibilidad a la dotación de servicios públicos.

4. Donde sea fácil el acceso de los compradores y el reflujo de los alimentos: Central de distribución mayorista a subsistema detallista, utilizando vías de rápida circulación.

5. La vinculación con otros proyectos complementarios Ej: Terminal de Exportadores de CEDOPEX, zonas industriales y de industrias alimenticias, INESPRE, etc.

El Mapa Núm. 4 señala las áreas que se consideran más aptas para la construcción de una Central Mayorista, dados los criterios antes expuestos y que deberá comprobar un estudio de viabilidad.

1/ De acuerdo con los censos de entrada y salida de alimentos de Santo Domingo, (SEA, IICA) se ha comprobado que el número de vehículos para transportar alimentos a la capital fluctúa entre 1,526 y 2,675 unidades (camiones y camionetas, principalmente). Como mínimo llegan a la capital 1,526 vehículos con alimentos por día, lo que significa que al año deben circular más de 557,000 vehículos, solamente para traer alimentos y deben circular por los sectores de los mercados Nuevo y Modelo con la consiguiente demanda de servicios (estacionamiento, vías, gasolineras, restaurantes, etc.) y desde luego, con las consecuencias negativas para el desarrollo urbano.

IV. CONCLUSIONES

A la capital llegan diariamente algo más de 48,000 quintales de productos agropecuarios utilizando alrededor de 1,500 medios de transporte, principalmente camiones y camionetas; cerca del 50% de los alimentos ingresa por la Autopista Duarte; el 21% por la Carretera Sánchez ; el 16% por la Autopista de Las Américas; el 10% por la Carretera de Villa Mella y el resto por la Carretera Mella - San Vicente de Paul.

Más del 50% de ese volumen llega a los sectores mayoristas de los Mercados Nuevo y Modelo, comprendidos los almacenes mayoristas que se localizan en un amplio radio de actividad comercial, que se ha convertido por la tradición en comercio mayorista de la capital.

Por su parte, de la capital salen diariamnete más de 16,000 quintales de alimentos con destino a otras provincias (aprox. el 30% de lo que ingresa). Esto dá una idea de la magnitud de la actividad del mercado mayorista de alimentos de la capital, Con frecuencia, parte de los alimentos que salen de la capital regresan a los lugares de orígen para su consumo, lo cual se explica tanto por las imperfecciones y deficiencias de los mercados regionales, como por la importancia y capacidad del mercado mayorista de la capital para concentrar las operaciones de oferta y demanda y la formación de los precios con influencia a nivel nacional.

Las zonas urbanas donde se realizan las transacciones mayoristas tuvieron su orígen e impulso en la actividad comercial que generó el "centro" con nacimiento en el Mercado Modelo y recientemente con el impulso dado por el relativo mejoramiento físico del sector del Mercado Nuevo en la Ave. Duarte.

La demanda de locales comerciales en estos sectores y la limitación del espacio ha encarecido el precio de las viviendas y los cánones de arrendamiento; también la falta de espacio impide el ingreso de nuevos comerciantes y dificulta la competencia. Por su parte, es evidente la acelerada pauperación de la vivienda y de las condiciones de vida en los actuales sectores mayoristas de la capital.

Para el sector agropecuario es evidente la importancia de que la capital (y las principales ciudades del país), cuenten con mercados mayoristas amplios que permitan el libre juego de la oferta y la demanda y elimine los cuellos de botella que se presentan a raiz de la escasa competencia y de la probable aparición de grupos monopolistas, como consecuencia de la desorganización del primer mercado mayorista del país.

Se considera que la solución a los problemas del mercado mayorista de la capital sobrepasa los límites del Ayuntamiento y se coloca al alcance de diversas entidades, entre las cuales se destacan la Secretaría de Estado de Agricultura (SEA), el Ayuntamiento, CEDOPEX e INESPRE.

Como soluciones a primera vista, se sugieren las siguientes:

1. A corto plazo:

   El mejoramiento, ampliación y reorganización del actual mercado Nuevo de la capital, para una vigencia no mayor de 4 ó 5 años.

2. A mediano Plazo

   La construcción de una Central Mayorista de Abastecimiento y una red de mercados detallistas satélites, que complementen y mejoren el actual sistema de distribución de alimentos e incorporen áreas de alta densidad de población actualmente mal abastecidas.

El presente documento, que puede considerarse un estudio de pre-factibilidad de la Central Mayorista, ha identificado las siguientes necesidades de espacio para el mercado mayorista de la capital a 1977:

Area Neta de Bodegas	28,000 M^2
Areas de Administración y Servicios	4,000 M^2
Area de Circulación Interna	8,400 M^2
Area de Circulación y Estacionamiento de Vehículos	91,000 M^2
TOTAL	131,400 M^2

Area de terreno necesario para la Central y su proyección hasta el año 2000 : 26 hectáreas (aproximadamente 440 Tareas). Las zonas probables aconsejadas para la localización serían las señaladas en el mapa No. 4.

Se recomienda un estudio de factibilidad socio-económica de la nueva Central Mayorista y de la red de mercados públicos de distribución al detalle e iniciar las gestiones para reservar los terrenos de probable localización.

DOCUMENTOS PUBLICADOS EN LA SERIE PROYECTO DE COMERCIALIZACION INTEGRADO SEA/IICA

Documento No.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Documento No.

10 Diagnóstico del Mercadeo de Huevos en la República Dominicana (UREÑA DE MARTINEZ, R. y MENDOZA, G.) SEA/IICA. Santo Domingo, R. D. Junio 1976. 19 páginas.

11 Diagnóstico del Mercadeo del Pollo en la República Dominicana (DE LOS SANTOS, T., BURGOS, G. y MENDOZA, G.,) SEA/IICA. Santo Domingo, R. D. Junio 1976. 21 páginas.

12 t Diagnóstico del Mercadeo del Tomate en la República Dominicana (JIMENEZ F., VASQUEZ, V. y MENDOZA, G.) SEA/IICA, Santo Domingo, R. D. Junio 1976. 20 páginas.

13 Diagnóstico del Mercadeo de Víveres (Yuca, Batata y Plátano) en la República Dominicana, SEA/IICA. Santo Domingo, R. D. Junio 1976.

14 Diagnóstico del Mercadeo del Arroz en la República Dominicana (HERNANDEZ, A., PLA D., y MORALES, H.) SEA/IICA. Santo Domingo, R. D. Junio 1976. 81 páginas.

15 Encuesta de Entrada y Salida de Productos Agropecuarios a Santo Domingo, (Segunda Parte) SEA/IICA. Santo Domingo, R. D. Julio 1976. 93 páginas.

16 Diagnóstico del Mercadeo de la Naranja, la Piña y la Lechosa en República Dominicana (VASQUEZ, V. y MENDOZA, G.) SEA/IICA. Santo Domingo, R. D. Julio 1976. 26 páginas.

17 Mercados Públicos en República Dominicana (ALCANTARA, R., LA GRA, J., y COLABORADORES) SEA/IICA. Santo Domingo, R. D. Julio 1976. 33 páginas.

18 Organizaciones Agropecuarias Activas en la República Dominicana, Marzo 1976, SEA/IICA Santo Domingo, R. D. Julio 1976. 18 páginas.

19 Diagnóstico del Mercadeo del Ajo en la República Dominicana (PEREZ LUNA, F., VASQUEZ, V., NUÑEZ PEREYRA, C., PEREZ LABOURS y MENDOZA, G.) SEA/IICA. Santo Domingo, R. D. Julio 1976. 14 páginas.

Documento No.

20 Diagnóstico del Mercadeo de Fertilizantes en la República Dominicana (HERNANDEZ, A., MENDOZA, G. y COLABORADORES). SEA/IICA. Santo Domingo, R. D. Julio 1976. 19 páginas.

21 Diagnóstico del Mercadeo de la Cebolla en la República Dominicana (PEREZ LUNA, F., VASQUEZ, V. y MENDOZA, G.) SEA/IICA. Santo Domingo, R. D. Julio 1976. 35 páginas.

22 Diagnóstico del Mercadeo de Habichuelas en la República Dominicana (HERNANDEZ, A., MORALES, H. y COLABORADORES) SEA/IICA. Santo Domingo, R. D. Julio 1976. 38 páginas.

23 La Distribución de Alimentos en Santo Domingo (JIMENEZ, F., SUAREZ, N., MENDOZA, G. y COLABORADORES) SEA/IICA. Santo Domingo, R. D. Agosto 1976 24 páginas.