Sin Procesar



SECRETARIA DE ESTADO DE AGRICULTURA
SUBSECRETARIA TECNICA DE PLANIFICACION SECTORIAL AGROPECUARIA
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA AGROPECUARIA
INSTITUTO INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS
Proyecto de Comercialización Integrado
SEA–IICA

# "LA DISTRIBUCION URBANA DE ALIMENTOS EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO"

(SEGUNDA PARTE)

DOCUMENTO No. 32.

DICIEMBRE, 1977.

Santo Domingo, República Dominicana

# "LA DISTRIBUCION URBANA DE ALIMENTOS EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO.

(SEGUNDA PARTE)

DOCUMENTO No. 32.

DICIEMBRE, 1977.

REPUBLICA DOMINICANA

SECRETARIA DE ESTADO DE AGRICULTURA

AGRON. PEDRO A. BRETON T.
Secretario de Estado de Agricultura

LIC. JUAN ANTONIO NUÑEZ
Subsecretario Técnico de Planificación Sectorial Agropecuaria

DEPARTAMENTO DE ECONOMIA AGROPECUARIA

LIC. JOAQUIN NOLASCO
Director

LIC. FRANCISCO PEREZ LUNA
Jefe División Estudios Económicos

LIC. TEOFILO SURIEL E.
Jefe División de Mercadeo

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

LIC. FRANCISCO DAVID ALVARADO
Jefe División de Estadística e Información

LIC. SANTIAGO TEJADA E.
Encargado Programa de Apoyo a Mercadeo

ASESORIA TECNICA

LIC. JERRY LA GRA
Especialista en Comercialización Agrícola
y Coordinación del Proyecto SEA/IIA

LIC. GILBERTO MENDOZA
Especialista en Comercialización Agrícola

"LA DISTRIBUCION URBANA DE ALIMENTOS EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO"

## Participantes

En la realización de este estudio participaron las siguientes personas:
Por la Secretaría de Agricultura: José Martín Martínez, Benigno Romero, Miguel Landestoy, Lic. Luis Prince, Lic. Irma Morrobel y el Ing. Agrón. Teofilo Suriel E.
Por el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (IICA): Gilberto Mendoza, Especialista en comercialización y los consultores en comercialización Alfredo Becker y Nelsón Suárez, en colaboración con la Arquitecto Diana Martínez.

El contenido del informe fue discutido por los Señores Jerry La Gra, Especialista en comercialización del IICA, Gilberto Mendoza y Diana Martínez. Por la SEA, Lic. Francisco Pérez Luna y Teófilo Suriel E.

"LA DISTRIBUCION URBANA DE ALIMENTOS EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO"

INDICE

a) Objetivos Específicos

b) Acciones que se Desarrollarán

c) Entidades que Participan

Subproyecto A.1.2 Reorganización del Actual Mercado Nuevo, en lo Referente a sus Aspectos Operativos y Administrativos.

a) Objetivos Específicos

b) Elementos de esta reorganización

c) Entidades que Participan

5.4.1.2 Proyecto A.2 a Nivel Detallista

Subproyecto A.2.1. Mejoramiento de los Mercados Públicos Detallistas que Operan en la Ciudad, a fin de que Presten un Mejor Servicio al Público Consumidor.

a) Objetivos

b) Ubicación de los Nuevos Mercados Públicos Detallistas

c) Adjudicación de Locales

d) Entidades que Participan

Subproyecto A.2.2. Mejoramiento del Sistema de Abastecimiento de los Expendios Individualizados (Colmados y Supercolmados) Localizados en Diferentes Sectores de la Ciudad, pero con Preferencia en Aquellos Ubicados en Sectores Poblacionales de Bajos Ingresos.

a) Objetivos

b) Descripción del Subproyecto

5.4.2 Programa "B" a Mediano Plazo; Mejoramiento, Ampliación y/o Construcción de Varios Mercados Mixtos Públicos Mayoristas/ Detallistas en la Ciudad.

a) Objetivos

b) Naturaleza del Programa

5.4.3 Programa "C" a Largo Plazo; Construcción de una moderna Central Mayorista de Abastecimientos para la ciudad de Santo Domingo.

a) Objetivos

b) Características de la Central Mayorista de Abastecimiento para Santo Domingo.

c) Dimensionamiento

d) Ubicación

e) Programas Complementarios a la Central Mayorista de Abastecimientos.

INDICE DE CUADROS

#16 Preferencia de Compra de Alimentos según Expendio y Estratos de Ingreso en Santo Domingo.

#17 Frecuencia de Compra por Estrato de Ingreso en Santo Domingo.

## INDICE DE MAPAS

## I. INTRODUCCION.-

La comercialización de productos agropecuarios incluye un conjunto de actividades y procedimientos cuyo propósito es establecer un flujo de productos desde los productores hasta los consumidores, industrias y mercados externos.

En la actualidad los canales por donde fluyen los productos agropecuarios presentan diferencias notables según sirvan a pequeños o a grandes productores. "Los canales que sirven a los pequeños productores, contrario al de los grandes productores, son muy largos o indirectos, tienen costos más altos y mayores riesgos; además, las pérdidas físicas y la inestabilidad en estos canales son también mayores. Se debe agregar que el poder de negociación en estos canales es muy desigual; es decir, el intermediario tiene un poder bastante mayor que el campesino individual que negocia con él la venta de su producto".*

Siendo el sistema de comercialización el mecanismo primario para coordinar las actividades de producción, distribución y consumo, el Departamento de Economía Agropecuaria de la Secretaría de Estado de Agricultura (S.E.A.) con la asesoría del Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (IICA) ha estado realizando trabajos de investigación sobre el sistema de comercialización de productos agropecuarios en el país, con el objetivo de formular e implementar un Plan Nacional de Comercialización Agropecuaria para ayudar

---

* Juan Pablo Torrealba: "El papel de la comercialización en el contexto del desarrollo agropecuario". IICA, San José, Costa Rica, Junio, 1977.-

## I. INTRODUCCION.-

La comercializ[illegible] un conjunto de actividades y pa[illegible] ujo de productos desde los prov[illegible] cias y mercados externos.

B) La autoridad [illegible] dicen que "muchos productores difícilmente [illegible] a otras produ[illegible] "Los canales que activa[illegible] constituyen el de [illegible] des productores [illegible] sobre sus ali[illegible] yores, lesgos [illegible] responsabilidad en esta [illegible] nes se [illegible] también mayores. Se debe [illegible] de [illegible] en estos [illegible] nales es muy desigual, ya que [illegible] tario tiene un poder bastante mayor que el campesino individual que [illegible] el [illegible] en la producción".*

Siendo el sistema de comercialización el [illegible] primero [illegible] las actividades de producción, distribución, [illegible] Economía agropecuaria de la Secretaría [illegible] Área de Política [illegible] la asesoría del Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (IICA) [illegible] realizando trabajos de investigación sobre el sistema [illegible] cio de productos agropecuarios en el país con el objetivo de [illegible] implementar un Plan Nacional de Comercialización Agropecuaria [illegible]

---

* Juan Pablo Torres Ruiz: "El papel de la comercialización en el contexto del desarrollo agropecuario". IICA, San José, Costa Rica, [illegible] 1977

a incrementar el nivel de ingresos de los agricultores y mejorar la posición relativa del pequeño agricultor en cuanto a ingresos se refiere.

El presente estudio sólo enfoca un aspecto de la comercialización: La Distribución Urbana. Se ha tomado la ciudad de Santo Domingo por constituir el principal centro consumidor de productos agropecuarios en el país. Sin embargo, a pesar de que los problemas inherentes a la distribución urbana de alimentos son directamente perceptibles dentro de la ciudad, sus causas y sus soluciones no pueden ni deben encontrarse dentro de la misma ni con el concurso exclusivo de las entidades municipales. Por esa razón, en este estudio se establecen áreas de acción del Estado, específicamente orientadas a asegurar que los programas y proyectos que se presentan estén enmarcados en los objetivos del plan de comercialización.

En este estudio, la distribución urbana de alimentos ha sido tratada como un sistema, enfatizándose la interdependencia de los subsistemas trasados. En el capítulo II se hace un descripción y análisis del sistema y de los subsistemas que suplen los artículos y los servicios.

El capítulo III trata sobre el consumo de alimentos en la ciudad de Santo Domingo y su relación con la distribución de alimentos. En el capítulo IV se hace una sistesis del diagnóstico enfocado hacia los diferentes agentes que intervienen en la distribución de alimentos. Finalmente, en

[illegible]

El presente [illegible] de la [illegible] Dominga [illegible] en el [illegible] a la [illegible] de la cultura [illegible] de la [illegible] económicos [illegible] de [illegible] de [illegible] a [illegible] que [illegible] la [illegible] de [illegible] de un [illegible]

En este [illegible] la [illegible] de [illegible] de [illegible] un [illegible] [illegible] de [illegible] de [illegible] en el [illegible] [illegible] del [illegible] [illegible] que [illegible] [illegible] [illegible].

El [illegible] [illegible] de [illegible] en la [illegible] de [illegible] con la [illegible] de [illegible] [illegible] de [illegible] [illegible] del [illegible] [illegible] que [illegible] la [illegible] de [illegible] [illegible] [illegible] en [illegible]

el capítulo V se presenta un plan para el mejoramiento del sistema con programas y proyectos específicos.

La metodología utilizada se basó principalmente en la recolección de información primaria. Como primer paso se realizó un conteo de los mayoristas y detallistas en los siete (7) mercados públicos de la ciudad, detectando un total de 2,560 detallistas y 564 mayoristas. De estos se encuestaron 331 y 165 prespectivamente.

Otro conteo realizado fue el de los vehículos que entraron y salieron al mercado Nuevo en uno de los días de mayor actividad y aquellos vehículos que por una razón u otra se estacionaron en los alrededores del mercado Modelo. En este último mercado se contaron 4,283 vehículos, y 7,835 en el primero. El total de vehículo encuestado fue de 405. También se procedió a encuestar a una muestra (109) de los vehículos que abastecen a la ciudad de productos agropecuarios, basándose en los datos obtenidos en las tres encuestas de entradas y salidas de productos agropecuarios a la ciudad de Santo Domingo realizadas por este Departamento.

Finalmente, se procedió a encuestar una muestra de consumidores (126) en la ciudad, según los estratos socioeconómicos bajo, medio bajo, medio, medio alto y alto.

Cabe agregar, que algunos de los antecedentes presentados en este estudio ya habían sido discutidos en el Documento No.23 "La Distribución de Alimentos

en Santo Domingo" de la serie SEA-IICA. Sin embargo, las investigaciones realizadas para el presente estudio sirvieron para dar nuevas ideas y una mayor comprensión del problema.

## II.- CARACTERISTICAS DEL ACTUAL SISTEMA DE DISTRIBUCION URBANA DE ALIMENTOS EN SANTO DOMINGO.

### 2.1 APROVISIONAMIENTO. Puntos de entrada y volúmenes con que se abastece la ciudad.

Con base en la información obtenida a través de tres "Censos de Entrada y Salida de Productos Agropecuarios a Santo Domingo", realizados en tres períodos diferentes:

1ro) Agosto 25 - Sept. 1/75

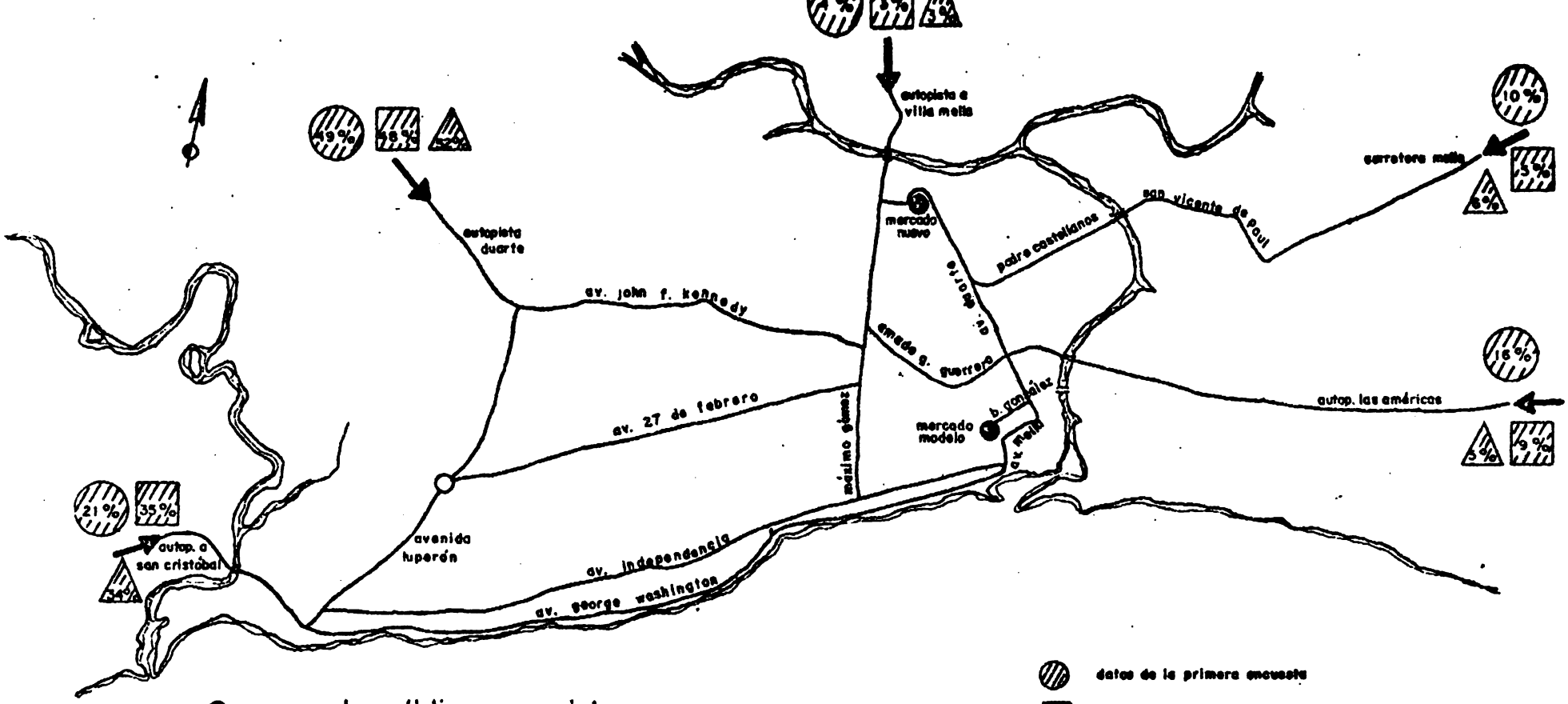
2do) Dic. 8 - 15/75

3ro) Junio 28 - Julio 5/76

Ha sido posible obtener importantes informaciones acerca del movimiento de productos agropecuarios que ingresan a esta ciudad para abastecer a su población consumidora.

2.1.1 Puntos de Entrada. Tal como aparece en el mapa No.1, fue posible identificar cinco puntos principales de entrada para los vehículos que transportan productos alimenticios de origen agropecuarios a la ciudad. Ellos son, en orden de importancia por su volumen:

| Puntos de Entrada | % DEL VOLUMEN TOTAL INGRESADO | | |
|---|---|---|---|
| | 1ra. | 2da. | 3ra. |
| 1. Autopista Duarte | 49 | 48 | 52 |
| 2. Carretera Sánchez | 21 | 35 | 34 |
| 3. Carretera Las Américas | 16 | 9 | 5 |
| 4. Carretera Villa Mella | 10 | 5 | 6 |
| 5. Carretera Mella-San Vicente de Paul | 4 | 3 | 3 |
| Total | 100 | 100 | 100 |




● mercados públicos mayoristas
— vías utilizadas para transporte de productos agropecuarios
→ movimiento de productos agropecuarios

datos de la primera encuesta
datos de la segunda encuesta
datos de la tercera encuesta

Nota: datos obtenidos de las tres encuestas de entrada y salida de productos agropecuarios a la ciudad de santo domingo. (proyecto de comercialización integrado SEA-IICA) y encuesta a vehículos de abastecimiento a la ciudad de santo domingo. departamento de economía agropecuaria, SEA. días 11, 14 y 15 de marzo de 1977

MAPA I: ingreso de alimentos a santo domingo, 1976.

Lo anterior implica que los puntos Noroeste (Aut. Duarte) y Suroeste (Carr. Sánchez) son los de importancia primordial para el aprovisionamiento de la ciudad.

2.1.2 Rutas de Entrada dentro de la Ciudad. Una vez llegado a los puntos perimetrales antes citados, los vehículos siguen las rutas que se describen a continuación hacia los mercados mayoristas principales. (*)

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

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

c) Para los productos que vienen del Oeste: Aves. 30 de Mayo, Indenpendencia, Máximo Gómez y Los Mártires y Aves. 30 de Mayo, Luperón, 27 de Febrero y/o John F. Kennedy, Máximo Gómez, Los Mártires (Mercado Nuevo); asimismo Aves. 30 de Mayo, Independencia y/o George Washington, Calle Palo Hincado y Ave. Mella (Mercado Modelo).

---

(*) Encuesta a Vehículos de Abastecimiento a la Ciudad de Santo Domingo. Depto. de Economía Agropecuaria, SEA. Días 11,14 y 15 de marzo,1977.

2.1.3 Volúmenes de Productos Ingresados.

Los volúmenes detectados de estos productos agropecuarios mediante los censos realizados son los siguientes:

| | INGRESO SEMANAL | PROM. DIARIO |
|---|---|---|
| 1. Conteo de Agosto 25-Sept. 1/75 | 15,309 T. M. | 2,187 T. M. |
| 2. Conteo de Dic. 8 - 15/75 | 11,879 T. M. | 1,583 T. M. |
| 3. Conteo de Junio 28-Julio 5/76 | 14,658 T. M. | 2,094 T. M. |

Lo anterior nos indica que, en promedio, ingresa a la ciudad 1,954 T. M. por día, lo que nos daría un volumen de 713,210 Ton. por año.

El número de vehículo que transportó los volúmenes antes señalados se muestra en el cuadro No.1. Se puede observar la importancia de las camionetas y los camiones medianos en el transporte de los productos agropecuarios.

CUADRO NO. 1

TOTAL DE VEHICULOS CON PRODUCTOS AGROPECUARIOS PROCEDENTES DEL INTERIOR DEL PAIS POR TIPO Y POR ENCUESTA.-

| TIPO DE VEHICULO | 1ra. Encuesta | | 2da. Encuesta | | 3ra . Encuesta | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | # | % | # | % | # | % |
| Camión Grande | 301 | 11 | 459 | 17 | 491 | 10 |
| Camión Mediano | 631 | 24 | 662 | 24 | 984 | 21 |
| Camioneta | 959 | 36 | 1,069 | 40 | 2,328 | 50 |
| Motoneta | 303 | 11 | 179 | 7 | 437 | 10 |
| Jeep | 48 | 2 | 31 | 1 | 42 | 1 |
| Guagua | 107 | 4 | 84 | 3 | 85 | 2 |
| Animal | 33 | 1 | 12 | - | 1 | - |
| Otros | 293 | 11 | 205 | 8 | 298 | 6 |
| TOTAL | 2,675 | 100% | 2,701 | 100% | 4,716 | 100% |

FUENTE: "Encuesta de Entrada y Salida de Productos Agropecuarios a Santo Domingo"
Depto. Economía Agropecuaria. SEA/IICA.

2.1.4 Puntos de Salida de los Productos.

También del censo realizado se obtuvo información acerca de los lugares de salida y volúmenes de productos agropecuarios re-despachado desde la ciudad de Santo Domingo hacia otros lugares del país. Basándonos en las informaciones obtenidas durante las investigaciones citadas se pudieron identificar los siguientes puntos de salida, en orden de importancia por el volumen:

| Puntos de Salida | % Del Volumen Total de Salida | | |
|---|---|---|---|
| | 1ra. | 2da. | 3ra. |
| 1.) Carretera Las Américas | 42 | 24 | 11 |
| 2.) Carretera Sánchez | 25 | 22 | 18 |
| 3.) Autopista Duarte | 14 | 34 | 24 |
| 4.) Carretera Villa Mella | 10 | 15 | 39 |
| 5.) Carretera Mella-San Vicente de Paul | 9 | 5 | 8 |
| | 100 | 100 | 100 |

2.1.5 Volúmenes de Salida de los Productos.

En la Semana de agosto 25 - Sept. 1/75 salió de la ciudad de Santo Domingo un total de 5,154 T. M., lo que representa un 33.66% del volumen total ingresado durante igual período. Durante la semana del 8 al 15 de diciembre del mismo año salieron 2,688 T. M. (22.63%), mientras que en la de Junio 28 a Julio 5 del 1976 salieron 4,469 T. M. (30.49%).

De estas cifras se concluye que más del 70% del volumen de productos agropecuarios ingresados se quedan en la ciudad, aunque esto no signifique que es ése el volumen consumido, ya que habría que deducir el volumen exportado y las pérdidas en el proceso de comercialización.

## 2.2 EL SISTEMA DE DISTRIBUCION.

El término "Sistema" utilizado en esta sección abarca el conjunto de instituciones, lugares y procedimientos a través de los cuales se realiza la distribución de alimentos en la ciudad. Este sistema se ha dividido en tres subsistemas: a) Distribución Mayorista, b) Distribución Detallista y c) Transporte.

### 2.2.1 Subsistema de Distribución Mayorista.

El cuadro No.2 presenta la importancia relativa que tienen los diferentes elementos del subsistema de distribución mayorista dentro de la ciudad de Santo Domingo, según datos de la tercera encuesta de Entrada y Salida de Productos Agropecuarios a Santo Domingo. En efecto, se pueden hacer las siguientes observaciones:

a) El Mercado Nuevo recibe las mayores proporciones de volumen de los productos agrícolas perecederos, pero existen diferencias importantes entre los distintos grupos de víveres y tubérculos (75%), hortalizas y verduras (67%) y frutas (85%).

El Mercado Modelo reviste una modesta importancia en el volumen de frutas, y tiene una mínima participación en animales en pie y productos pecuarios, así como en el grupo de "otros" productos agropecuarios.

Hacia el Mercado Modelo fluye el porcentaje más alto de granos que entra a los mercados de Santo Domingo y además es importante por los volúmenes de víveres y tubérculos (7%) y hortalizas y verduras que circulan a través del mismo (13%)*. En otros rubros el Mercado Modelo maneja reducidos volúmenes.

---

* Aunque en el Cuadro No.2 los dos mercados mayoristas presentan los mismos porcentajes de granos, en la segunda Encuesta de Entrada y Salida de Productos Agropecuarios a Santo Domingo, el Mercado Modelo fue el destinatario del 20% de los granos ingresados a la ciudad.

CUADRO NO.2

DISTRIBUCION POR DESTINO DE ENTRADA DE ALIMENTOS A SANTO DOMINGO DURANTE UNA SEMANA.-

| PRODUCTOS | M. NUEVO | | M. MODELO | | Otros MERCADOS | | INESPRE | | INDUSTRIA | | COMERCIO | | EXPORTADOR | | OTROS | | TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | T.M. | % | T.M. | % | T.M. | % | T.M. | % | T.M. | % | T.M. | % | T.M. | % | T.M. | % | T.M. |
| Granos | 205 | 10 | 208 | 10 | 76 | 4 | 762 | 37 | 179 | 9 | 316 | 15 | 21 | 1 | 290 | 14 | 2,057 |
| Víveres y Tubérculos | 2,295 | 75 | 209 | 7 | 9 | 0.3 | 325 | 11 | 0.4 | 0 | 65 | 2 | 109 | 4 | 52 | 2 | 3,064 |
| Hortalizas y Verduras | 559 | 67 | 112 | 13 | 15 | 2 | 2 | 0.3 | 85 | 10 | 14 | 2 | 40 | 5 | 6 | 1 | 834 |
| Frutas | 2,590 | 85 | 120 | 4 | 82 | 3 | 7 | 0.2 | 78 | 3 | 59 | 2 | 37 | 1 | 70 | 2 | 3,043 |
| Otros Productos Agrop. | 34 | 2 | 17 | 1 | 3 | 0.1 | 0 | 0 | 499 | 23 | 192 | 9 | 414 | 19 | 1,008 | 47 | 2,167 |
| Carnes | 17 | 13 | 0 | 0 | 12 | 10 | 0 | 0 | 18 | 14 | 19 | 15 | 47 | 37 | 15 | 12 | 128 |
| Animales en Pie | 67 | 7 | 4 | 0.4 | 11 | 1 | 0 | 0 | 286 | 29 | 336 | 35 | 0.6 | 0.1 | 272 | 28 | 976 |
| Otros Pecuarios | 35 | 5 | 24 | 3.4 | 3 | 0.4 | 0 | 0 | 512 | 73 | 62 | 9 | 1 | 0.2 | 60 | 9 | 698 |
| TOTAL GENERAL | 5.802 | 45 | 694 | 5 | 211 | 2 | 1,096 | 8 | 1,657 | 13 | 1,063 | 8 | 670 | 5 | 1,773 | 14 | 12,967 |

FUENTE: "Encuesta de Entrada y Salida de Productos Agropecuarios a Santo Domingo". Depto. Economía Agropecuaria. SEP/IICA.
Junio 28 - Julio 5, 1976.-

CUADRO 38 -- JULIO 5, 1976.-

FUENTE: [illegible]

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| TOTAL GENERAL | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| GRANOS BASICOS | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| ANIMALES EN PIE | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| CARNES | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| OTROS PRODUCTOS (GRAL.) | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| FRUTAS | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| HORTALIZAS Y VERDURAS | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| [illegible] Y SU PRODUCCION | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| QUESOS | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |

DISTRIBUCION POR DESTINO: MERCADOS DE [illegible]

[illegible]

los denominados almacenes mayoristas (comercio) reciben importantes volúmenes de granos (15%), carnes (15%) y animales en pie (35%).

En otros grupos de productos la importancia de este tipo de institución mayorista es muy reducida.

Analizando ahora el flujo de los productos agropecuarios, por rubros, encontramos lo siguiente:

a) Grupo de Granos.

Este es un rubro que experimenta una notable dispersión una vez llegado a la ciudad. La institución que por sí sola absorve un 15% del volumen total es la de los almacenes mayoristas, que tampoco se encuentran concentrados en un solo lugar, exceptuando a INESPRE.

b) Los Tres Grupos de Productos Agrícolas Perecederos.

ii) Víveres y Tubérculos

iii) Hortalizas y Verduras

iv) Frutas,

Tienen un gran mercado mayorista de concentración en el Mercado Nuevo.

Los desembarques [illegible] mayoristas (comercio) también importan- [illegible] volúmenes de crudos (15%), arroz (15%) y alimentos en lata (5%).

[illegible] productos de productos [illegible] a través de instituciones [illegible] se muestra [illegible].

Analizando ahora el [illegible] los productos agrícolas por [illegible] crudos [illegible] siguiente:

[illegible] Grupo de frutas.

Este es un rubro que experimenta una notable diversidad una ver- llegado [illegible] industrialización [illegible] se pueden absorve un 15% del total de la de alimentos mayoristas. Este grupo se encuentra [illegible] entrando en un auge [illegible] aceptando [illegible] [illegible].

b) De tres tipos de productos agrícolas [illegible].

i) Viveres [illegible]

ii) Centrales y verduras

iv) Frutas.

Tienen un gran mercado mayorista de concentración en el Mercado Nuevo.

c) <u>Los demás Grupos Enumerados en el Cuadro No.2.</u>

i) Otros productos agropecuarios

vi) Carnes

vii) Animales en pie

viii) Otros productos pecuarios

No presentan mercados de concentración en ninguna institución mayorista individual.

2.2.1.1 Los Mercados Públicos Considerados en su Función de Comercio Mayorista.-

Las instituciones de comercio mayorista de productos agropecuarios son de dos tipos en Santo Domingo. Una es el existente dentro de los Mercados Públicos y el otro tipo es el de los Almacenes Mayoristas, sobre los cuales se abundará en otra sección de este documento.

Existen en la ciudad de Santo Domingo 7 mercados públicos. Tres de éstos combinan la actividad detallista con la mayorista y son, en orden de importancia, el Mercado Nuevo, el Mercado Modelo y el de Villa Consuelo. Los demás mercados operan extrictamente como detallistas.

A-Mercado Nuevo.-

El principal mercado público mayorista existente en Santo Domingo es el denominado Mercado Nuevo, ubicado en el sector de la ciudad llamado Villas Agrícolas (véase mapa No.2).
La localización de este mercado es bastante central con relación al resto de la ciudad de Santo Domingo.
Este mercado se empezó a construir en el año de 1970 y puesto en servicio a fines del 1974. Este mercado comprende dos secciones diferentes, una destinada al comercio detallista y la otra a transacciones mayoristas, las cuales ofi-

cialmente tienen asignada el siguiente horario:

Dias de semana (lunes a sábado)

de 6:00 A.M. a 6:00 P.M.

Domingo de 6:00 A.M. a 12:00 M.

Sin embargo, rara veces éste se cumple, pues generalmente el mismo se prolonga.

La estructura física de este mercado es moderna y sofisticada en lo que corresponde a la sección detallista, pero ello contrata con la sencillez y aún carencia de instalaciones mínimas de la sección reservada al comercio mayorista. Aquí radica uno de los problemas de la comercialización de los productos perecederos.

El Mercado Nuevo maneja prácticamente todos los grupos de productos agropecuarios frescos, como puede apreciarse en el cuadro No.3. Sin embargo, existe un claro predominio de los productos agrícolas perecederos, y muy especialmente plátanos y frutas.

Todos los comerciantes mayoristas de estos grupos de productos agrícolas perecederos se encuentran ubicados en el interior del mercado. No sucede lo mismo con otros productos agropecuarios, algunos de cuyos comerciantes mayoristas se encuentran operando en lo que aquí se denomina la "periferia" del mercado. Como puede apreciarse en el cuadro No.3

En ese mismo cuadro puede observarse el elevado número de comerciantes mayoristas involucrados en el proceso (404 en total). El mayor número de estos agentes aparece en el caso del plátano, seguido por el rubro genérico de las frutas.

La clientela de los comerciantes mayoristas del mercado Nuevo está constituída en primera instancia por los comerciantes detallistas (Meseros) ubicados en el interior del mismo; en una segunda instancia, por los comerciantes detallistas que operan en la ciudad, aunque también son frecuentados por los mismos consumidores, o sea que estos comerciantes mayoristas combinan su función primordial con las ventas al detalle.

## RESULTADOS DEL CONTEO DE EXPENDIOS MAYORISTAS SEGUN PRODUCTOS Y UBICACION POR MERCADOS EN SANTO DOMINGO*

CUADRO NO.3

| PRODUCTOS MANEJADOS | MERCADO NUEVO | | | MERCADO MODELO | | | VILLA CONSUELO | | | TOTAL | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | TOTAL | PERIFERIA | INTERIOR | TOTAL | PERIFERIA | INTERIOR | TOTAL | PERIFERIA | INTERIOR | TOTAL | PERIFERIA | INTER. |
| Granos | 14 | 12 | 2 | 27 | 27 | - | 3 | 3 | - | 44 | 42 | 2 |
| Tubérculos | 8 | - | 8 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | - | 11 | 2 | 9 |
| Productos Avícolas | 9 | 3 | 6 | 5 | 4 | 1 | - | - | - | 14 | 7 | 7 |
| Almacenes | 56 | 52 | 4 | 32 | 32 | - | 34 | 34 | - | 122 | 118 | 4 |
| Empaq. y No Aliment. | - | - | - | 5 | 5 | - | 9 | 7 | 2 | 14 | 12 | 2 |
| Plátanos | 111 | - | 111 | 7 | - | 7 | - | - | - | 118 | - | 118 |
| Otros Tubérculos | 32 | - | 32 | 1 | - | 1 | - | - | - | 33 | - | 33 |
| Frutas | 83 | - | 83 | 19 | - | 19 | 1 | - | 1 | 103 | - | 103 |
| Guineos | 49 | - | 49 | 2 | - | 2 | - | - | - | 51 | - | 51 |
| Hortalizas | 10 | - | 10 | 10 | - | 10 | - | - | - | 20 | - | 20 |
| Hortalizas y Tubérc. | 22 | - | 22 | - | - | - | - | - | - | 22 | - | 22 |
| Otros | 10 | 10 | - | - | - | - | 2 | 2 | - | 12 | 12 | - |
| TOTAL | 110 | 69 | 41 | 404 | 77 | 327 | 50 | 47 | 3 | 564 | 193 | 371 |

*El número total de Expendios es el mínimo ya que el conteo puede no reflejar algunos mayoristas ambulantes o Semifijo, muchos de los cuales aumentan o disminuyen según la estacionalidad de la producción.

FUENTE: "Conteo de Mayoristas en los mercados" Depto. Economía Agropecuaria, SEA. Enero, 1977

Del total de mayorista presentados en el cuadro No. 3, se procedió a encuestar una muestra tanto a los mayoristas del interior como a los de la periferia. Algunos de los resultados aparecen en el cuadro No. 4.

El espacio destinado para la venta de los productos de estos comerciantes es muy variable, observándose en el Mercado Modelo la menor área por vendedor (ver cuadro No.4). Sin embargo, las informaciones del Mercado Nuevo en este aspecto pueden ser engañosos debido a que una gran parte de los mayoristas operan en áreas que originalmente no fueron destinadas para la venta. Este es el caso de los mayoristas de frutas en el costado Suroeste del mercado, quienes venden sobre vehículos dañados en áreas destinadas originalmente para parqueo. Otros vendedores operan en áreas destinadas para el descargue de los productos que ingresan al mercado, como el caso de pileros de víveres.

Es de observar que, como aparece en el cuadro No. 3, un buen número de comerciantes mayoristas son especializados en grupo de productos. En aquellos casos de diversificación, es lógico que los volúmenes manejados, por producto, serán aún menores que los comercializados por los agentes especializados.

Como resultado de la observación directa realizada en este mercado, se llega a la conclusión de que los comerciantes mayoristas establecidos en el mismo no desempeñan función alguna distinta al mero fraccionamiento del volumen, ya que no se aprecia el desempeño de servicios tales como clasificación, re-empaque, lavado, etc.

Las condiciones físicas en que se lleva a cabo la comercialización al por mayor de los productos, y especialmente los perecederos de origen agrícola, son altamente desfavorables para un adecuado manejo de la mercancía. Efectivamente, una considerable proporción de estos productos es manejado a la intemperie y ahí permanecen expuestos a un sol ardiente durante 10 a 12 horas, con el consiguiente efecto sobre su calidad y estado.

CUADRO NO.4

ALGUNAS CARACTERISITCAS DE LOS MAYORISTAS DENTRO DE LOS MERCADOS
(EN PORCENTAJE)

| | M.NUEVO | M. MODELO | M.VILLA CONSUELO |
|---|---|---|---|
| 1.-Propietarios que trabajan el puesto | 58 | 81 | 67 |
| 2.-Forma de Comprar los Productos | | | |
| a) Al contado | 62 | 55 | 100 |
| b) A crédito | 27 | 23 | - |
| c) Otros | 11 | 22 | - |
| 3. Forma de Vender los Productos | | | |
| a) Al contado | 95 | 97 | 100 |
| b) A crédito | 5 | 3 | - |
| 4. Tipos de Clientes | | | |
| a) Clientes fijos | 33 | 39 | - |
| b) Otros tipos | 67 | 61 | 100 |
| 5. Establecimientos que clasifican Product. | 40 | 65 | 67 |
| 6. Dinero Invertido en el Negocio | | | |
| a) Menos de $ 25.00 | - | 3 | 67 |
| b) $25.01 - $ 50.00 | - | 6 | - |
| c) $50.01 - $100.00 | 20 | 29 | - |
| d) 100.01 - $200.00 | - | 58 | - |
| e) 200.01 - $400.00 | 31 | - | - |
| f) Más de $400.01 | 49 | 4 | 33 |
| 7. Area que Ocupa el Negocio | | | |
| 1-Menos de 5Mt.$^2$ | 7 | 64 | - |
| 2-Entre 6 -10 " | 36 | 23 | - |
| 3-Entre 11-50 " | 44 | 63 | 33 |
| 4-Más de 50 " | 2 | - | - |
| 5-Otros | 11 | - | 67 |

FUENTE: "Encuesta a Mayorista de los Mercados",
Depto. Economía Agropecuaria, SEA. Febrero,1977

B-Mercado Modelo.-

El Mercado Modelo es el segundo mercado público mayorista más importante de Santo Domingo. Este mercado y el Nuevo, agrupan el 50% del volumen de la actividad mayorista de alimentos de la ciudad.

Aunque una parte considerable de su área está dedicada para la venta de productos no agropecuarios, su zona periférica es el principal centro de comercialización de la cebolla, de las habichuelas rojas y negras, de la papa, garbanzo y maíz en grano.

El poco espacio disponible en el interior de este mercado, y la naturaleza de la mayoría de los productos que recibe (granos, cebolla y papa, los cuales ocupan grandes volúmenes) han incidido en el desarrollo de una activa zona periférica. Es por esta razón que el 63% de los mayoristas del mercado Modelo estén localizados en la periferia del mismo. Estos han improvisado viviendas como almacenes mayoristas y muchos de ellos manejan los productos en los andenes de las calles vecinas.

A diferencia del Mercado Nuevo, la mayor parte de los mayoristas dentro del Mercado Modelo tienen una inversión en

su negocio de RD$200.00 o menos. Así mismo, la mayor parte de ellos reportaron disponer de un área de 10 metros cuadrados o menos en su negocio (ver cuadro No. 4).

C-Mercado de Villa Consuelo.-

Este es un mercado basicamente detallista. En el conteo realizado en este mercado, sólo se pudieron detectar 3 mayoristas en el interior del mismo, aunque en su periferia las funciones mayoristas realizadas son considerables.

De los tres mercados principales de la ciudad, éste es el que ofrece las condiciones más deplorables en cuanto a organizacion y estructura física.

2.2.1.2 Mayoristas de los Almacenes.-

Tres zonas se han identificado en la ciudad donde se reune la actividad del comercio mayorista (almacenes). En el cuadro No. 3 aparecen ubicadas las dos zonas periféricas correspondientes a los mercados mayoristas de la ciudad y otra alrededor del Mercado de Villa Consuelo dedicada a cierto tipo de productos, muy especialmente procesados.(*).

---

(*) La periferia del Mercado de Gualey, por sólo agrupar dos comerciantes mayoristas, no se consideró como zona mayorista.

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

---

(1) [illegible]

Según se observa en el cuadro, la gran mayoría de los expendios mayoristas en las áreas periféricas son almacenes. Estos ofrecen a la venta una gama de productos dentro de los cuales los granos y/o los productos procesados componen la mayor parte de su surtido, o sea, que estos mayoristas complementan la actividad de los mercados públicos, proveyendo los productos no perecederos.

El Mercado Modelo tiene la mayor parte de los almacenistas de granos seguido por el Mercado Nuevo. Es por esta razón que se le ha llamado al Mercado Modelo "El Mercado de los Granos".

La encuesta realizada a este tipo de mayorista indicó que el 83% funcionan en locales alquilados y el 23% no tenía espacio suficiente en el local para el desarrollo de sus actividades. Como es de esperarse la inversión en el negocio fue mucho mayor en los almacenes que en los mayoristas del interior de los mercados al compararse los cuadros Nos.4 y 5.

El número de empleados más frecuente en el negocio varió de 1 a 3, aunque muchos de ellos son familiares del dueño.

El número de nuevos almacenes parece ir en aumento especialmente en el Mercado Modelo donde el 36% de los entrevistados reportaron tener 5 años o menos en el negocio. Aunque en el Mercado Nuevo se reportó que el 43% se había establecido en igual período, este mercado empezó a funcionar en 1974.

CUADRO No. 5

ALGUNAS CARACTERISTICAS DE LOS MAYORISTAS DE ALMACENES (PORCENTAJE DE LA MUESTRA)

| | M. NUEVO | M. MODELO | M. VILLA CONSUELO |
|---|---|---|---|
| 1.- Propiedad del Local | | | |
| a) Propio | 33 | 7 | 13 |
| b) Alquilado | 67 | 90 | 87 |
| c) Otro | - | 3 | - |
| 2.- Capacidad del Local (*) | | | |
| a) Menos de 50 Mt$^2$ | - | 10 | 4 |
| b) De 50 a 100 " | 29 | 13 | 25 |
| c) De 101 - 150 " | 19 | 16 | 12 |
| d) De 151 - 200 " | - | 13 | 13 |
| e) De 201 - 250 " | 14 | 10 | 25 |
| f) De 251 - 300 " | 9 | 15 | - |
| g) Más de 300 " | 29 | 10 | 21 |
| h) Otros | - | 13 | - |
| 3.- Número de Empleados | | | |
| a) De 1 - 3 | 57 | 64 | 83 |
| b) De 4 - 6 | 38 | 5 | - |
| c) Más de 6 | 5 | 15 | 13 |
| d) Otro | - | 16 | 4 |
| 4.- Tiempo Establecido en el Negocio | | | |
| a) Menos de 1 año | 9 | 5 | - |
| b) De 1 - 5 años | 33 | 31 | 29 |
| c) De 6 -10 años | 29 | 18 | 33 |
| d) De 11-15 años | 19 | 18 | 17 |
| e) De 16-20 años | 5 | 3 | 13 |
| f) Más de 20 años | 5 | 20 | 8 |

(*) Datos obtenidos por apreciación del Encuestador.-

CUADRO NO. 5 (Continuación)

| | M. NUEVO | M. MODELO | M. VILLA CONSUELO |
|---|---|---|---|
| 5.- Espacio en el Local | | | |
| a) Suficiente | 76 | 74 | 83 |
| b) No suficiente | 24 | 26 | 17 |
| 6.- Dinero Invertido en el Negocio | | | |
| a) Menos de $1,000 | - | 5 | - |
| b) De $1,001 - $10,000 | 9 | 26 | 29 |
| c) De $10,001 -$20,000 | 24 | 10 | 25 |
| d) De $20,001 -$30,000 | 14 | 15 | 8 |
| e) De $30,001 -$40,000 | 19 | 8 | 13 |
| f) Más de $40,000 | 29 | 28 | 25 |
| g) No sabe | 5 | 8 | - |

Fuente: "Encuesta a Mayorista de Almacén"
Departamento de Economía Agropecuaria, SEA, febrero - marzo, 1977.-

2.2.1.3 Otras Instituciones del Comercio Mayorista.-

A- INESPRE

El Instituto de Estabilización de Precios (INESPRE) es una institución autónoma del Estado cuya función es la de regular y estabilizar los precios de los productos agropecuarios a nivel de finca y principalmente a nivel de consumidor.

La organización interna y las operaciones de INESPRE son bien conocidas y existe actualmente abundante literatura que las explican detalladamente. Aquí solamente pretendemos enfatizar la función de INESPRE como mayorista en el mercadeo de productos agrícolas.

Según se pudo observar en el cuadro No. 2 la participación del INESPRE en el mercadeo de los granos es considerable, principalmente en lo que se refiere al arroz blanco y en las habichuelas rojas. El 37% de los granos que ingresan a Santo Domingo van destinados a INESPRE. En el caso del arroz, el Instituto tienen el control de las importaciones. Las ventas son realizadas a los diferentes mayoristas del país, y éstos las distribuyen a los detallistas y consumidores. En esta última etapa del sistema de distribución de alimentos INESPRE, en épocas de escasez ha distribuído

productos directamente a detallistas y en algunos casos a consumidores. Para institucionalizar este tipo de distribución, se ha desarrollado la propuesta del proyecto denominado "Mini-Mercado", el cual en forma general pretende facilitar el aprovisionamiento a aquellos comerciantes detallistas de los colmados que estén distantes de los Centros Mayoristas de la ciudad, en los barrios de bajos ingresos tales como Cristo Rey, Gualey, Los Minas, Simón Bolívar, Herrera, etc.

B- Exportadores.-

Muchos exportadores están ubicados dentro de las zonas mayoristas de la ciudad. No obstante, considerando el conteo realizado en las zonas periféricas a los mercados, sólo el Mercado Nuevo registró diez de éstos.

De los productos agropecuarios que entraron a la ciudad con destino a los exportadores la mayor parte correspondió a Carne de ganado vacuno, Guandules, Ají, Auyama y Cacao. En el cuadro No. 2 se puede observar que el 37% de las carnes que ingresó a Santo Domingo en la semana de junio 28 a julio 5 de 1976, iba dirigida a los exportadores. Así mismo, el 5% correspondió a hortalizas y verduras y el 4% a víveres y tubérculos.

C- Industrias.-

Algunas Empresas Agro-Industriales participan en el proceso de comercialización como Instituciones de Comercio Mayorista, obteniendo considerables volúmenes de productos para fines de industrialización y posterior distribución nacional e internacional.

Los productos pecuarios, principalmente carnes, son los principales alimentos que reciben las industrias procedentes del interior del país.

Entre los granos, las industrias son las mayores receptoras de Maní, Maíz en grano y Sorgo, mientras que en otros productos agropecuarios La Cabulla, El Café y la Copra predominan. Así mismo, El Molondrón representa el mayor volumen entre las hortalizas recibidas por las industrias para su procesamiento.

### 2.2.2 El Subsistema de Distribución Detallista.-

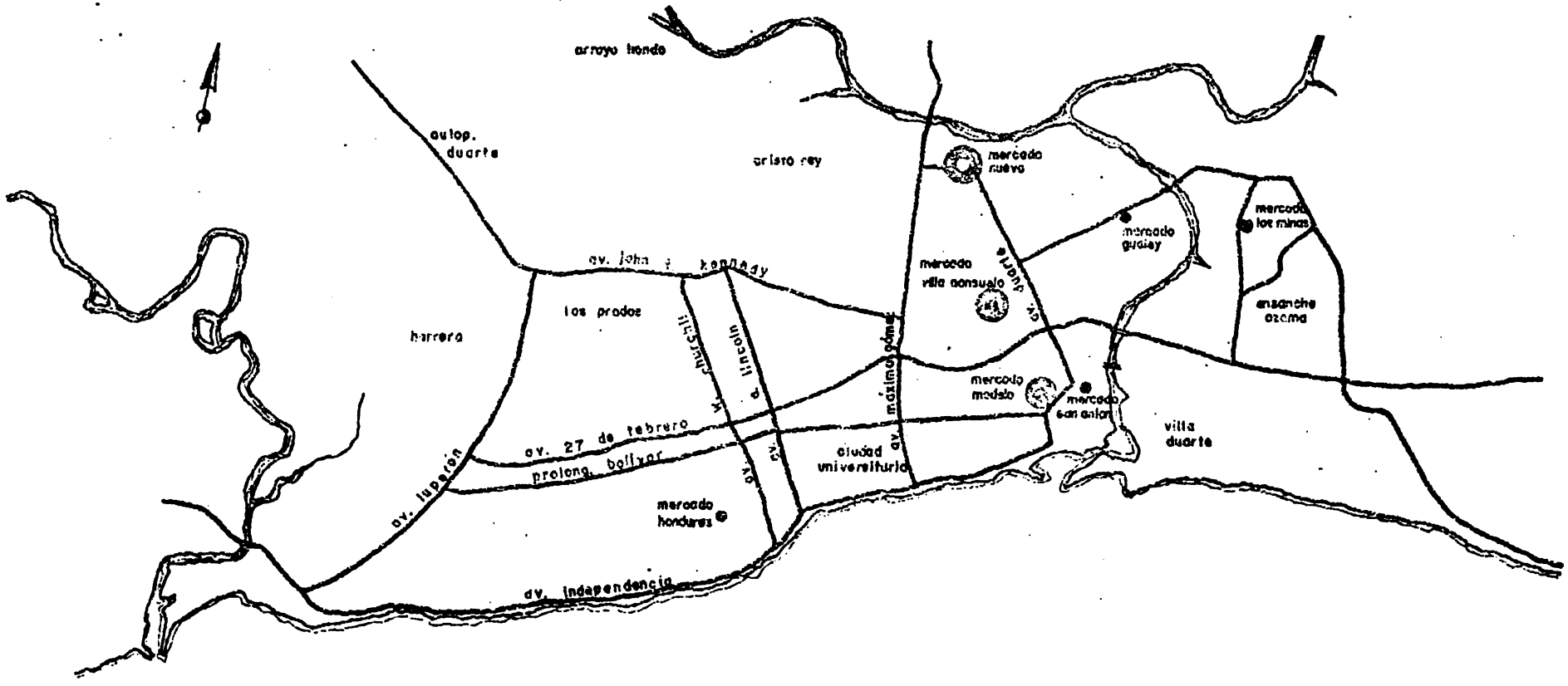
Son varios los agentes que participan en la distribución detallista de alimentos en Santo Domingo.

En este estudio hemos considerado solamente a los detallistas de los mercados públicos y aquellos ubicados en la periferia de éstos, así como los detallistas ambulantes o móviles.

#### 2.2.2.1 Comerciantes Detallistas Dentro de los Mercados Públicos.-

Como se dijo anteriormente, de los siete mercados públicos en Santo Domingo tres combinan la actividad mayorista con la detallista. Los demás operan estrictamente como detallistas. La localización de estos mercados se muestra en el mapa No. 2 De la observación de este mapa se puede apreciar que estos mercados se encuentran relativamente concentrados dentro del área urbana más céntrica, dejando una vasta zona desprovista de este tipo de infraestructura comercial. Esto desde luego determina una creciente presión sobre los mercados existentes.

Es necesario señalar algunas diferencias importantes entre estos comerciantes detallistas de los mercados públicos. En primer lugar, la mayoría de ellos (cerca del 80%) opera dentro de las instalaciones del mercado mientras que otros se encuentran en la periferia, como puede apreciarse en el Cuadro No. 6.




- ○ mercado basicamente mayorista
- ● mercado minorista
- ◐ mercado mixto (mayorista-minorista)
- ● zonas de comercio mayorista

MAPA 2: mercados publicos de santo domingo, 1977.

CUADRO NO.6

COMERCIANTES DETALLISTAS DENTRO Y FUERA DE LAS EDIFICACIONES DE LOS MERCADOS PUBLICOS.

| MERCADOS | Dentro | % | Periferia | % | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Nuevo | 819 | 78.3 | 227 | 21.7 | 1,046 |
| Modelo | 260 | 73.2 | 95 | 26.8 | 355 |
| Minas | 54 | 66.6 | 27 | 33.4 | 81 |
| Gualey | 36 | 72.0 | 14 | 28.0 | 50 |
| Villa Consuelo | 396 | 85.9 | 65 | 14.1 | 461 |
| Honduras | 65 | 82.2 | 14 | 17.8 | 79 |
| San Antón | 36 | 87.8 | 5 | 12.2 | 41 |
| Total | 1,666 | 78.7 | 447 | 21.20 | 2,113 |

FUENTE: "Conteo de los Detallistas de los Mercados" Depto. Economía Agropecuaria.SEA, Santo Domingo, Enero,1977.

[illegible]

[illegible]

| [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| [illegible] | [illegible] | [illegible] | 91 | [illegible] | 375 |
| [illegible] | [illegible] | [illegible] | 27 | [illegible] | [illegible] |
| [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | 80 |
| [illegible] | [illegible] | [illegible] | 65 | [illegible] | 481 |
| [illegible] | [illegible] | [illegible] | 14 | [illegible] | 79 |
| [illegible] | 26 | [illegible] | 5 | [illegible] | 41 |
| [illegible] | [illegible] | 72,[illegible] | [illegible] | [illegible] | 2,713 |

[illegible] "[illegible] de los Desalojados de los Procedencia" [illegible] Abancaí, Departamento [illegible]. Se no [illegible] [illegible],1977.

El surtido de productos alimenticios que circula a través de estos mercados públicos incluye casi todos los rubros de productos agropecuarios. Sin embargo, aunque estos mercados no difieren en cuanto al surtido se refiere, existen entre ellos profundas diferencias en cuanto al número de comerciantes que en ellos operan, y consecuentemente en cuanto a los volúmenes manejados en total por el mercado - (ver cuadro No.7). Sin lugar a dudas, el Mercado Nuevo es el mayor de todos los mercados, ya que en él opera casi un 50% - (1046) de todos los detallistas de los mercados públicos de Santo Domingo, (2113). Le sigue en número de detallistas el Mercado de Villa Consuelo con 461 y el Mercado Modelo con 355. Los otros mercados realmente no alcanzan la categoría de los anteriores. El Mercado San Antón es el más pequeño, con solo 41 comerciantes detallistas.

Aunque el cuadro No.7 no presenta expendios de plátano para los mercados de Los Minas y Gualey, esto no significa que no se venda este producto en esos lugares debido a que en la forma en que se hizo la clasificación de los expendios fue en base a la mayor cantidad de productos que tuviera el vendedor en el momento del conteo. Lo mismo sucede con los granos, los cuales no aparecen aisladamente.

lo. 7

:IANTES DETALLISTAS DENTRO DE LOS MERCADOS PUBLICOS, POR GRUPO DE PRODUCTOS

DOS.-

| lalidad por :to | M. Nuevo | M. Modelo | V. Consuelo | Minas | Gualey | Honduras | S. Antón | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| os | 49 | 8 | 16 | - | - | - | 1 | 74 |
| ulos | 160 | 9 | 30 | 4 | 1 | 1 | 2 | 207 |
| Tubérculos | - | - | - | - | - | - | - | - |
| | 213 | 32 | 29 | 9 | 10 | 3 | 1 | 297 |
| izas | 206 | 58 | 67 | 4 | 3 | 10 | 4 | 352 |
| | - | - | - | - | - | - | - | - |
| y Tubérculos | 9 | 11 | 17 | 1 | 2 | 6 | - | 46 |
| Frutas y Tub. | - | 4 | - | 7 | 2 | 4 | 2 | 19 |
| y no ticios | 7 | 7 | 12 | 1 | 1 | 2 | - | 30 |
| y Tub. | 1 | 2 | - | 1 | 2 | 1 | 1 | 7 |
| y no ticios | - | 12 | 7 | - | 1 | 1 | 1 | 22 |
| y Hort. | 3 | 18 | 35 | 9 | 4 | 14 | 2 | 85 |
| s | - | - | - | - | - | - | - | - |
| os y Tub. | - | 5 | 11 | - | - | 1 | - | 17 |
| nes | - | - | - | - | - | - | - | - |
| os | 78 | 24 | 54 | 21 | 9 | 4 | 2 | 192 |
| olmados | 2 | 4 | - | 1 | - | - | - | 7 |
| ercados | - | - | - | 1 | - | - | - | 1 |
| rillos | 18 | - | 4 | 3 | 3 | - | - | 28 |
| erías | 49 | 29 | 32 | 6 | 4 | 7 | 7 | 134 |
| lerías | 2 | 3 | 8 | - | 1 | - | - | 14 |
| as | 44 | 20 | 14 | 6 | - | 5 | 6 | 95 |
| Productos ios | 2 | 1 | 4 | - | - | - | - | 7 |
| es y Fundas | - | - | - | - | - | - | - | - |
| tos no ticios | 103 | 70 | 63 | 2 | 1 | 1 | 5 | 245 |
| y Comedores | 96 | 30 | 19 | 3 | 6 | 5 | 3 | 162 |
| | 4 | 8 | 39 | 2 | - | 14 | 4 | 71 |
| | 1,046 | 355 | 461 | 81 | 50 | 79 | 41 | 2,113 |

El espacio ocupado por los comerciantes detallistas en los mercados públicos varía considerablemente dentro de cada mercado y entre los diferentes mercados. Es preciso aclarar que las llamadas "Mesas", o sea las instalaciones disponibles para el manejo y exposición de los productos, no necesariamente coinciden con el total del espacio realmente ocupado por cada comerciante detallista. Como ejemplo ilustrativo de este aspecto se presentan en el cuadro No. 8, los datos relativos a los espacios ocupados por las mesas de los mercados.

RO No. 8

STRIBUCION RELATIVA DE ESPACIOS OCUPADOS POR LOS DETALLISTAS DENTRO DE LOS RCADOS.-

DE DETALLISTAS CON ESTE TAMAÑO

| pacio en Mt.$^2$ | M. Nuevo | M. Modelo | V. Consuelo | L. Minas | Gualey | Honduras | S. Antón |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | (%) | (%) | (%) | (%) | (%) | (%) | (%) |
| nos de 5 | 29 | 28 | 43 | 47 | 32 | 57 | 39 |
| 6 a 10 | 20 | 20 | 20 | 31 | 41 | 10 | 39 |
| 11 a 20 | 22 | 23 | 16 | 9 | 9 | - | 9 |
| 21 a 30 | - | 5 | 4 | 6 | 9 | 10 | 9 |
| s de 30 | 12 | 8 | 8 | - | - | - | 4 |
| n información | 17 | 16 | 9 | 7 | 9 | 23 | - |
| TAL | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |

ente: "Encuesta a Detallista de los Mercados Públicos"
Departamento Economía Agropecuaria, SEA. Santo Domingo, Enero, 1977.-

La fuente de aprovisionamiento de los detallistas de los mercados públicos, son basicamente el Mercado Nuevo y el Mercado Modelo, sin embargo, existen otros lugares para aprovisionarse, según puede verse en el cuadro No.9.

ADRO No.9

FUENTES DE ABASTECIMIENTO DE DETALLISTAS SEGUN MERCADOS

| RCADOS | Lugares de Compra (en porcentaje) | | | |
|---|---|---|---|---|
| | M. Nuevo | M. Modelo | Ambos Mercados | Otros Lugares |
| rcado Nuevo | 77 | 3 | - | 17 |
| ccado Modelo | 29 | 43 | 26 | 2 |
| lla Consuelo | 46 | 6 | - | 68 |
| s Minas | 69 | 6 | - | 25 |
| nduras | 71 | 5 | - | 24 |
| n Antón | 43 | 17 | - | 40 |
| aley | 82 | 5 | - | 13 |
| omedio | 58 | 12 | - | 30 |

ENTE: "Encuesta a Detallista de Los Mercados Públicos"
Departamento de Economía Agropecuaria, SEA. Enero, 1977.

De las cifras del cuadro anterior se desprende que sin lugara dudas, el lugar de compra al por mayor más importante para los detallistas de los mercados públicos es el Mercado Nuevo (58%) y el Mercado Modelo (12%). Sin embargo, existen otros lugares importantes de compra para sus productos.

[illegible]

[illegible]

[illegible]

| [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
|---|---|---|---|---|
| [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |

[illegible]

[illegible]

[illegible]

Parte de los compradores se dirigen a localidades vecinas a la ciudad para obtener algunos productos. Otros traen su producción desde el campo, aunque en menor proporción que los primeros.

Los horarios de los detallistas, como ya se expresó en una sección anterior, no coinciden en la mayoría de los casos con las horas oficiales de apertura y cierre de los mercados. Estos comerciantes inician su labor de 5:00 A.M. a 8:00 A.M. y la terminan entre 6:00 P.M. y 7:00 P.M. La mayoría de ellos trabajan diariamente, a excepción de unos cuantos que descansan bien sea sábado o domingo, o ambos días.

El caso típico del comerciante detallista es que en el puesto trabaje él mismo auxiliado por un asistente, pero se observan muchos casos en que un detallista cuenta con dos y hasta con tres ayudantes.

El cuadro No. 10 da idea del monto de la inversión propia realizada por los comerciantes detallistas de los mercados públicos en sus negocios. El 68% de estos negocios sólo cuentan con una inversión declarada hasta de RD$200.00 pero un 28% de los mismos cuentan con una inversión de sólo RD$50.00.

CUADRO No. 10

TAMAÑO DEL NEGOCIO DE LOS COMERCIANTES DETALLISTAS DENTRO DE LOS MERCADOS PUBLICOS EN TERMINOS DE INVERSION PROPIA

| MONTO DE LA INVERSION RD$ | Nuevo | Modelo | V. Consuelo | L. Minas | Honduras | S. Antón | Gualey | Total | % | % Acumulativo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Menos de 50 | 9 | 14 | 6 | 11 | 6 | 8 | 10 | 64 | 28.9 | 28.9 |
| De 51 a 100 | 8 | 11 | 13 | 7 | 4 | 6 | 6 | 55 | 24.8 | 53.7 |
| De 101 a 200 | 7 | - | 9 | 5 | 5 | 4 | 2 | 32 | 14.4 | 68.1 |
| De 201 a 500 | 6 | 4 | 11 | 4 | 1 | - | 1 | 27 | 12.2 | 80.3 |
| De 501 a 1,000 | 4 | 3 | 5 | 2 | 2 | 1 | 1 | 18 | 8.1 | 88.4 |
| De 1,001 a 1,500 | - | 5 | 1 | 1 | 1 | - | - | 8 | 3.6 | 91.9 |
| Más de 1,500 | 4 | 2 | 3 | 1 | 1 | 4 | 2 | 17 | 8.0 | 100 |
| TOTAL | 38 | 39 | 48 | 31 | 20 | 23 | 22 | 221 | 100.00 | |

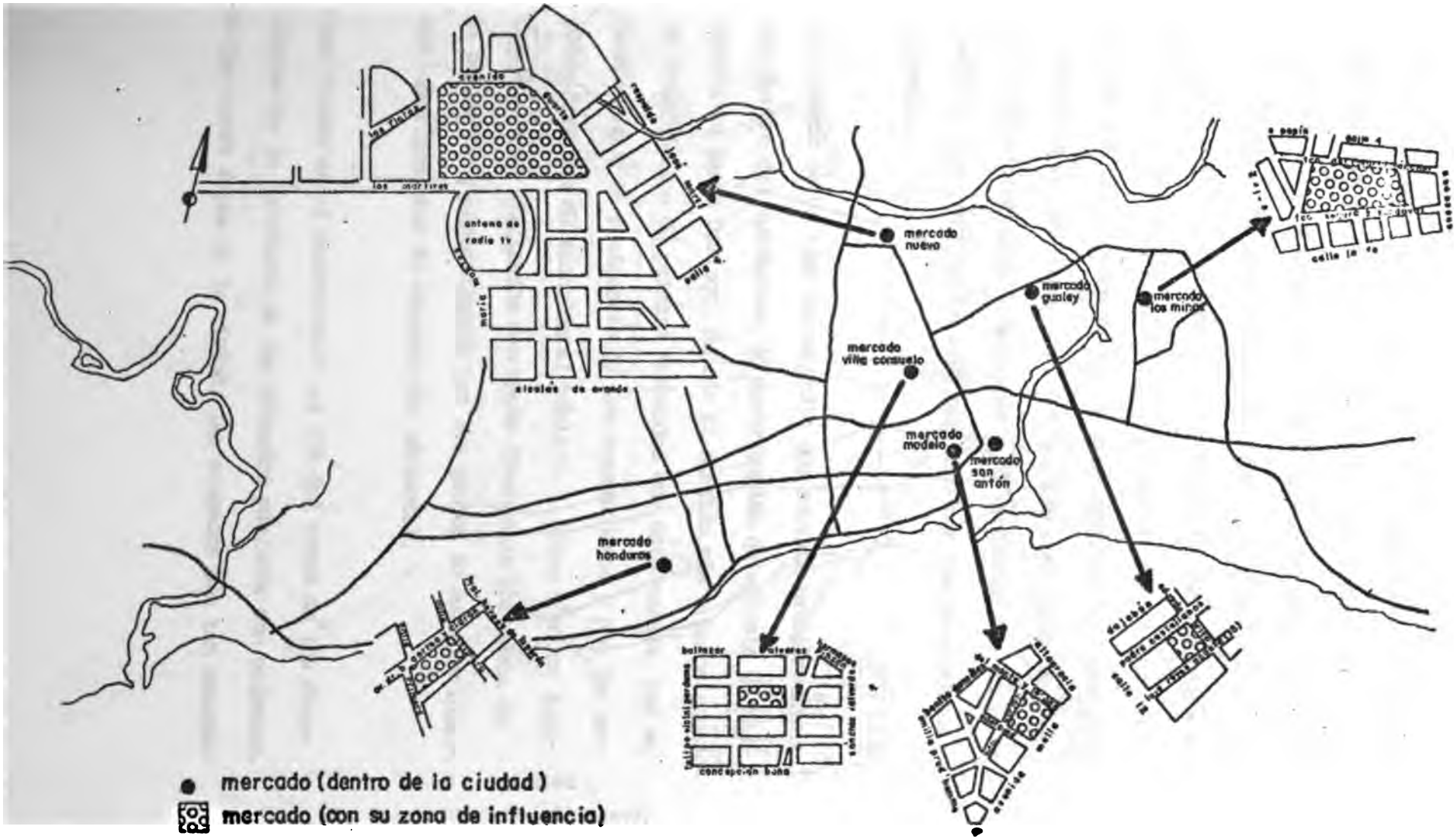
FUENTE: Departamento de Economía Agropecuaria, SEA.
Encuesta a Detallista de los Mercados Públicos, Muestra de 221 Detallista
Santo Domingo, Febrero-Marzo, 1977.-

2.2.2.2 Comerciantes Detallistas en la Periferia de los Mercados.-

En las áreas periféricas de los mercados los establecimientos detallistas, al igual que los mayoristas, se diferencian en muchos aspectos a aquellos del interior, no sólo por el surtido de producto que proveen sino también por su organización y capital invertido en el negocio. Es precisamente fuera de los mercados donde se van diferenciando los distintos tipos de establecimientos detallistas de una forma más o menos definidas tales como: Supermercado, Supercolmado, Colmado, Pulperia, Ventorrillo, Etc.

En las investigaciones llevadas a cabo para este trabajo no se hicieron estudios por separado para cada tipo de expendios detallistas sino que se hizo la separación entre detallistas dentro y fuera de los mercados pero limitándose éstos últimos a las áreas de influencia de cada mercado como se señala en el mapa No.3. Un estudio más profundo de la distribución de Colmado, Supermercado y Supercolmado en toda la ciudad será necesario para poder así establecer algunos patrones de comportamiento según los distintos sectores de la ciudad así como su correspondencia con la densidad poblacional y el nivel de ingreso.

Según se observa en el cuadro No. 6 en el área del Mercado Nuevo se encuentra el 51% de los establecimientos detallistas




MAPA 3: zonas de influencia de mercados públicos en sto.dgo.,1977.

de la periferia de los mercados y es seguido por el Mercado Modelo y por el de Villa Consuelo. Podemos concluir que la magnitud de la actividad comercial dentro de determinado mercado provoca una aglomeración de expendios alrededor de éste, proporcional a dicha magnitud, no solamente de expendios similares en cuanto al surtido de productos, sino a una serie de locales que proveen servicio tales como fondas, comedores, estaciones de gasolina, etc. Esto trae como consecuencia un congestionamiento de personas y de vehículos que en la mayoría de los casos no ha sido previsto por los planeadores urbanos.

El colmado es un tipo de expendio que reviste gran importancia dentro del subsistema de distribución detallista de alimentos en Santo Domingo, debido al surtido más o menos completo de artículos de primera necesidad que éste maneja, por su proximidad a la residencia de los consumidores y por los amplios horarios de atención al público. Estos son los lugares de compra utilizados con mayor frecuencia por parte de la población y especialmente por los grupos de menores ingresos (ver aspectos de consumo más adelante).

Como figura en el cuadro No.11 el 23% del total de los detallistas de la periferia de los mercados públicos son colmados. En las demás áreas de la ciudad, los colmados son tan abundan-

No. 11

CIANTES DETALLISTAS EN LA PERIFERIA DE LOS MERCADOS PUBLICOS DE SANTO DOMINGO POR
S DE PRODUCTOS MANEJADOS.-

| idad<br>ucto | M. Nuevo | M. Modelo | Villa Consuelo | Los Minas | Gualey | Honduras | San Antón | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 6 | - | - | - | - | - | 7 |
| os | 2 | 6 | - | - | 1 | - | - | 9 |
| | 47 | 20 | 12 | 5 | 3 | - | 1 | 88 |
| as | 2 | 7 | - | - | - | - | - | 9 |
| as y Tubérculos | - | - | - | - | 1 | - | - | 1 |
| | 36 | 13 | 14 | 17 | 7 | 12 | 3 | 102 |
| nados | 2 | 3 | - | 1 | - | - | - | 6 |
| cados | - | - | - | 1 | - | - | - | 1 |
| llos | 18 | - | 4 | 2 | 2 | - | - | 26 |
| ías | 11 | - | 1 | - | - | - | - | 12 |
| ías | - | - | 8 | - | - | - | 1 | 9 |
| s Avícolas | 13 | 20 | 3 | - | - | 1 | - | 37 |
| s | 1 | - | 1 | - | - | - | - | 2 |
| s no alimenticios | 26 | - | - | - | - | - | - | 26 |
| Comedores | 54 | 19 | 6 | - | - | 1 | - | 80 |
| as | 14 | 1 | 16 | 1 | - | - | - | 32 |
| | 227 | 95 | 65 | 27 | 14 | 14 | 5 | 447 |

"Conteo de Detallistas de la Periferia de los Mercados Públicos"
Departamento Economía Agropecuaria, SEA, Santo Domingo, Enero, 1977.-

tes que es común encontrar más de uno en intersecciones de calles en los barrios de clase media y baja; con menor intensidad se encuentran en los de clase alta.

Algunas características de los detallistas de la periferia de los mercados aparecen sintetizadas en el cuadro No. 12. Se observa que la mayoría de ellos ocupan una superficie mínima que no sobrepasa los 10.00 $Mt^2$.; y que también la mayoría realiza sus compras en el Mercado Nuevo, salvo los detallistas aludidos del Mercado Modelo que compran allí por la cercanía. Al mismo tiempo se observa la relación inversión en el negocio con la propiedad del local. La proporción de establecimientos propios están relacionados con los que tienen un alto porcentaje de inversión (de RD$5,000 o más) principalmente los de la periferia de los Mercados Nuevo, Honduras y Gualey.

o. 12

S CARACTERISTICAS DE LOS DETALLISTAS DE LA PERIFERIA DE LOS MERCADOS.-

ntaje)

| CTOS | MERCADOS | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Nuevo | Modelo | V. Consuelo | Honduras | Gualey | Los Minas |
| o del Local | | | | | | |
| .$^2$) | | | | | | |
| 1 - 10 | 56 | 64 | 70 | 9 | 22 | 38 |
| 11- 30 | 19 | 9 | 18 | 46 | 45 | 18 |
| 31- 60 | 13 | - | 6 | 27 | 33 | 6 |
| 61- 100 | 6 | 9 | 6 | - | - | 13 |
| s de 101 | 6 | 18 | - | 18 | - | 25 |
| : de Compra | | | | | | |
| rcado Nuevo | 71 | 30 | 73 | 55 | 67 | 70 |
| rcado Modelo | - | 44 | - | 18 | - | 5 |
| tros | 29 | 26 | 27 | 27 | 33 | 25 |
| nsión en el cio. | | | | | | |
| nos de $10.00 | 20 | 5 | 18 | - | - | 11 |
| $11.00 - $50.00 | 40 | 30 | 36 | - | - | 11 |
| $51.00-100.00 | - | 15 | - | - | 11 | - |
| $101.00-$500.00 | 7 | 25 | 5 | 36 | 11 | 26 |
| $501-$1000,00 | 13 | - | 9 | 9 | 11 | 5 |
| $1001.00 $5,000.00 | 7 | 10 | 23 | 37 | 45 | 32 |
| ás de $5,000 | 13 | 15 | 9 | 18 | 22 | 16 |

| [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
|---|---|---|---|---|
| [illegible] | 56 | [illegible] | 10 | 9 | 22 |
| [illegible] | [illegible] | 4 | 12 | 46 | 16 |
| [illegible] | 12 | — | 4 | 17 | [illegible] |
| [illegible] | 5 | 9 | 6 | | |
| [illegible] | 5 | 18 | — | 32 | — |
| [illegible] | | | | | |
| [illegible] | 21 | 10 | [illegible] | 45 | 47 |
| [illegible] | | 14 | — | 18 | — |
| [illegible] | [illegible] | [illegible] | 27 | [illegible] | 42 |
| [illegible] | | | | | |
| [illegible] | 10 | 20 | 5 | 32 | — |
| [illegible] | [illegible] | 40 | 30 | 36 | — |
| [illegible] | [illegible] | | 15 | — | — | [illegible] |
| [illegible] | | | | | |
| [illegible] | 7 | 25 | 5 | | |
| [illegible] | 3 | — | 9 | | |
| [illegible] | | | | | |
| [illegible] | 7 | 10 | 23 | | |
| [illegible] | 12 | 15 | | | |

RO No. 12 (Continuación)

| P E C T O S | MERCADOS | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Nuevo | Modelo | V. Consuelo | Honduras | Gualey | Los Minas |
| ropiedad del Local | | | | | | |
| .) Propio | 56 | 13 | 5 | 64 | 44 | 29 |
| ) Alquilado | 39 | 57 | 48 | 36 | 56 | 71 |
| ) Otro | 5 | 30 | 47 | - | - | - |

TE: "Encuesta a Detallista de la Periferia de los Mercados"
. Departamento de Economía Agropecuaria, SEA.
Santo Domingo, Febrero - Marzo, 1977.-

## 2.3 EL TRANSPORTE DE ALIMENTOS

Entre los tipos de vehículos que realizan el transporte de los alimentos en Santo Domingo, podemos distinguir:

a) Vehículo de abastecimiento de alimentos a la ciudad

b) Vehículos de acarreo

c) Detallistas móviles

Los vehículos de abastecimiento fueron tratados en el capítulo del aprovisionamiento. Es importante agregar que aún en el abastecimiento se observan funciones mayoristas y detallistas. Este es el caso de algunos camioneros quienes al llegar a los mercados mayoristas actúan no sólo como transportistas sino como mayoristas y en algunos casos como detallistas. Podemos citar a los vendedores especializados de frutas (naranjas, piñas, etc...) como exponentes de esta situación, así como a los de plátanos y víveres en general.

Antes de discutir las características y los tipos de vehículos responsables del transporte de los productos desde los mercados, se presentan a continuación los resultados del conteo del movimiento total de vehículos que entraron al mercado nuevo desde las 6:00 A. M. hasta las 6:00 P. M. de uno de los días de mayor actividad; así como los que se parquearon por una razón u otra alrededor del Mercado Modelo entre las calles: Emilio Prud'Homme, Benito González, Calle Altagracia y Ave. Mella.

CUADRO No. 13

RESULTADO DEL CONTEO DEL MOVIMIENTO DE VEHICULOS EN LOS MERCADOS NUEVO Y MODELO DURANTE UN DIA.-

| TIPO DE VEHICULO | Mercado Nuevo | | Mercado Modelo | |
|---|---|---|---|---|
| | No. | % | No. | % |
| Camión | 99 | 1 | 302 | 7 |
| Camioneta | 2,285 | 29 | 1,007 | 24 |
| Motoneta | 482 | 6 | 312 | 7 |
| Triciclo | 2,278 | 29 | 179 | 4 |
| Bicicleta | 309 | 4 | 142 | 3 |
| Carro | 922 | 12 | 1,871 | 44 |
| Guagua | 101 | 1 | 307 | 7 |
| Carretilla | 1,358 | 18 | 163 | 4 |
| TOTAL | 7,835 | 100.00 | 4,283 | 100.00 |

Fuente: "Conteo de Vehículos en los Mercados"
Departamento de Economía Agropecuaria, SEA. Enero, 1977.-

El conteo en sí ayuda a definir la problemática de transporte y la orientación de los mercados (relación volumen/vehículo, productos vendidos, etc.) definiendo las características de ambos. Se nota un número excesivo de vehículos con respecto al espacio de calles y parqueos en los dos mercados, con su resultante congestionamiento tanto dentro como fuera de esas áreas.*

*Un mismo vehículo pudo haber sido contado varias veces durante el día, pero eso no influye en las conclusiones ya que lo que se quería determinar era el flujo de vehículos a los dos mercados.-

| [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
|---|---|---|---|---|
| [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| TOTAL | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |

[illegible] Costeo de Ve [illegible] en los Mercados

[illegible] Abastecimiento de [illegible] Agroecuaria, [illegible]

[illegible]

No es sorprendente la abundancia de carros (44%) y guaguas (7%) en el Mercado Modelo ya que principalmente denotan la visita de consumidores; y la de triciclos (29%), carretillas (18%) y camionetas (29%) en el Nuevo, caracterizando la actividad de acarreo y la de detallistas ambulantes. La abundancia de camiones en el Modelo (7%) se explica por ser éste el destinatario de la mayor parte de los granos, que ocupan grandes volúmenes, tales como maíz y habichuelas así como también papas y cebollas.

También se observa en ambos mercados la enorme proporción de vehículos de tracción humana, lo que tendría que tomarse en cuenta en cualquier solución que se tome en cuanto a estos mercados.

2.3.1 Vehículos de Acarreo

Se entiende por vehículos de acarreo aquellos que transportan los productos desde los puntos de venta (mercados) hasta los lugares de destino, cobrando una tarifa por dicho transporte. Las investigaciones se limitaron a los Mercados Nuevos y Modelo por ser éstos los dos centros de mayor actividad comercial.

Según se pudo determinar, los vehículos que realizan las labores de acarreo son basicamente camionetas, triciclos y carretillas. Estos son los vehículos que distribuyen los productos agropecuarios desde los mercados mayoristas hasta lugares tan distantes como Herrera, Las Palmas, Honduras y Ensanche Las Américas.

De la muestra encuestada (196), se pudo determinar que los colmados y los ventorrillos fueron los que más utilizaron el servicio de acarreo: 41% y 29% respectivamente.

Las tarifas cobradas por el acarreo fueron en su mayor parte menores de RD$3.00 (un 85%) y la duración del recorrido fue generalmente menor de 30 minutos (71%), y el número de viajes por día osciló entre 1 - 10 (89%).

Las carretillas son las que hacen el recorrido más corto y por lo tanto las que menor tarifa cobran ya que su labor se concentra básicamente en el interior del mercado acarreando los productos comprados por los clientes en su recorrido y llevándolos a sus respectivos vehículos.

### 2.3.2 Detallistas Moviles

Los detallistas móviles o ambulantes considerados en este estudio son aquellos que realizan sus ventas mediantes un vehículo de tracción humana, animal o motriz. Se limitó el estudio a solamente camionetas, carretillas y triciclos en los dos mercados principales.

Los más numerosos de los detallistas ambulantes son los tricicleros ya que estos venden por diversos barrios de la ciudad, principalmente por los de ingresos altos. Es así como el 41% de los triciclos

del Mercado Nuevo venden en sectores considerados de ingreso medio alto y alto. El surtido de productos que ofrecen estos detallistas se limita básicamente a hortalizas y frutas, existiendo algunos especializados en plátanos. La tipología de triciclero tiene una alta incidencia en la distribución de alimentos ya que mediante los mismos el consumidor los recibe en la puerta de su hogar, sin necesidad de incurrir en pérdida de tiempo al trasladarse a los mercados.

Las camionetas ofrecen un servicio similar al de los triciclos, pero a una escala menor ya que en primer lugar son menos cuantitativamente; y en segundo lugar, se especializan en víveres, básicamente en plátanos.

La función de las carretillas es aún menos perceptible, sin embargo, aún tienen participación dentro del sub-sistema aunque de una forma limitada por el carácter de su movilidad, si se compara con las otras categorías de detallistas móviles (triciclos y camionetas).

La encuesta realizada a estos detallistas dió como resultado que el 71% de ellos van a comprar una sola vez al día, y que el 69% gasta menos de RD$30.00 en sus compras. Este bajo volumen de productos ocasiona altos precios de venta y por lo tanto grandes márgenes.

## III.- ASPECTOS DEL CONSUMO

### 3.1 El Gasto en Alimentos por Estratos.

Las desigualdades en la distribución del ingreso tienen grandes repercusiones en el sistema de distribución de alimentos. En la República Dominicana el 53.51% de las familias caen dentro del estrato de ingreso familiar mensual de RD$0-100, participando de tan sólo un 15.68% del ingreso total; mientras que en el estrato de ingreso de RD$300 o más (13.74% de las familias) participan de un 55.27% del ingreso (ver cuadro No. 14). De este cuadro se deduce que los segmentos más grandes de la población tienen un limitado poder de compra debido a su baja participación en el ingreso total.

CUADRO No. 14

DISTRIBUCION DEL INGRESO URBANO (1970)
(En miles)

| Estrato de Ingreso (RD$) | # Familias (Muestra) | % | Ingreso Mensual por familia | Ingreso Anual | % |
|---|---|---|---|---|---|
| 0 - 50 | 82 | 29 | 36.00 | 35,467 | 6 |
| 50.1 - 100 | 68 | 24 | 79.00 | 64,797 | 10 |
| 100.1 - 300 | 92 | 33 | 168.08 | 185,780 | 29 |
| 300.1 - Más | 39 | 14 | 762.27 | 353,440 | 55 |

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

Es pues de esperarse, que una mejor distribución del ingreso incrementará grandemente la demanda de productos alimenticios tanto frescos como procesados, al mismo tiempo que se produce un incremento de esta demanda por el aumento de la población.

Debido al bajo ingreso promedio y de la desigual distribución de ésta, la proporción del ingreso total destinado a la compra de alimentos es bastante elevada en el grueso de la población. El gasto total en alimentos como porcentaje del ingreso total es mostrado en el cuadro No.15, así como la composición porcentual por producto como porcentaje del gasto total en alimentos.

CUADRO 15

COMPOSICION DEL GASTO EN ALIMENTOS POR ESTRATO DE INGRESO EN SANTO DOMINGO

| | INGRESO FAMILIAR MENSUAL | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Menos -50 | 50.1-100 | 100.1-200 | 200. 1-300 | 300.1 -400 | 400. 1-600 |
| Gasto mensual (% ingreso total): | | | | | | |
| Alimentos, bebidas y tabaco | 89.6 | 57.1 | 49.6 | 42.1 | 37.5 | 33.5 |
| Composición del gasto: | | | | | | |
| (Productos Seleccionados) | | | | | | |
| 1.-Arroz | 16.8 | 15.3 | 11.7 | 10.2 | 7.8 | 5.9 |
| 2.-Frijoles | 5.0 | 4.3 | 3.2 | 2.8 | 2.2 | 2.0 |
| 3.-Plátanos | 3.4 | 5.6 | 5.2 | 5.3 | 4.0 | 4.1 |
| 4.-Raíces y Tubérculos 1/ | 3.9 | 3.0 | 2.5 | 2.3 | 2.0 | 1.9 |
| 5.-Hortalizas 2/ | 2.2 | 2.0 | 1.3 | 1.8 | 1.7 | 1.8 |
| 6.-Carne de Res | 6.5 | 8.0 | 9.3 | 10.3 | 9.0 | 10.6 |
| 7.-Carne de cerdo 3/ | 1.4 | 1.5 | 2.1 | 2.4 | 2.1 | 2.9 |
| 8.-Pollo | 2.2 | 2.6 | 3.8 | 5.0 | 4.5 | 4.8 |
| 9.-Leche | 4.9 | 6.2 | 6.8 | 6.2 | 7.4 | 6.7 |
| 10.-Huevos | 0.5 | 0.7 | 1.1 | 1.4 | 1.9 | 2.1 |
| 11.-Aceite | 10.1 | 9.7 | 7.7 | 7.3 | 7.2 | 5.9 |
| TOTAL.... | 56.9 | 8.9 | 54.7 | 55.0 | 49.8 | 48.7 |

1/ Batata, ñame, papa, yautía y yuca. 2/ Guandul, tomate, auyama y cebolla. 3/ Chuletas.
FUENTE: Diagnóstico del Desarrollo Agropecuario 1976-1986, SEA.

Según el cuadro No. 15, a medida que se incrementa el ingreso el porcentaje destinado a alimentos disminuye. Así mismo, cerca de un 15% del presupuesto en alimentos es dedicado al consumo de proteínas de origen animal en el estrato de más bajos ingresos, mientras que el 25% es gastado para ese mismo rubro en el estrato de ingresos más altos.

Tanto los granos, plátanos, raíces y tubérculos y hortalizas constituyen el mayor porcentaje de la canasta del consumidor en el estrato de bajos ingresos (31.3%) y sólo el 15.7% para el estrato más alto.

3.2 Lugares de Compra.

Parece ser que existe una alta correlación entre el nivel del ingreso y la preferencia por cierto tipo de expendio detallista. Como se puede apreciar en el cuadro No. 16, los estratos de más altos ingresos tienden a preferir los supermercados, en tanto que los de bajos ingresos prefieren a los colmados, ventorrillos y pulperías. Sin embargo, el colmado sigue siendo el establecimiento preferido por los consumidores.

DRO NO. 16

REFERENCIA DE COMPRA DE ALIMENTO SEGUN EXPENDIO Y ESTRATOS DE INGRESO EN SANTO OMINGO.-

| RATO | % DE LA MUESTRA | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Ventorrillo | Pulpería | Triciclo | Colmado | Super-colmado | Super-mercado | Mercado Público | Otro |
| ) | - | - | 15.0 | 5.0 | 3.0 | 46.0 | 19.0 | 12.0 |
| lo Alto | 1.1 | 2.3 | 14.6 | 10.0 | 3.7 | 44.3 | 6.3 | 17.7 |
| lo | 0.1 | 2.3 | 18.0 | 28.2 | 6.0 | 19.6 | 7.8 | 18.0 |
| lo Bajo | 15.3 | 3.2 | 11.8 | 37.7 | 1.1 | 2.0 | 6.7 | 22.2 |
| ) | 28.2 | 5.8 | 4.8 | 34.6 | 7.1 | 2.8 | 3.3 | 13.4 |
| l Total | 10.2 | 3.1 | 12.6 | 26.6 | 4.5 | 18.5 | 7.2 | 17.3 |

nte: "Encuesta a Consumidores", Depto. Economía Agropecuaria, SEA. Santo Domingo, Marzo-Abril, 1977.

general, los mercados públicos son los principales abastecedores de frutas y alizas, aunque los tricicleros han ido tomando parte cada vez más activa en ventas de frutas , hortalizas y víveres en los sectores de ingresos medios y s. Tanto la leche y el pan, así como las carnes fueron los componentes prin- les de "otros" tipos de establecimientos que se presentan en el cuadro ya que s productos son vendidos en locales especializados, tales como carnicerías y derías.

) factor relacionado con el ingreso es la frecuencia de compra. El 37.3% de compradores de altos ingresos realizaban sus compras mensuales, mientras que 5.5% de los compradores de ingresos bajos las hacían diariamente. Sin embargo,

las compras diarias y semanales prevalecen cuando se incluyen todos los niveles (Ver cuadro No. 17).

ADRO No. 17

FRECUENCIA DE COMPRA POR ESTRATO DE INGRESO EN SANTO DOMINGO.-

| TRATO | FRECUENCIA | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | % De La Muestra | | | | |
| | Diaria | Intermedia | Semanal | Quincenal | Mensual |
| to | 13.7 | 7.8 | 18.1 | 23.1 | 37.3 |
| dio Alto | 21.2 | 22.1 | 23.2 | 15.1 | 29.4 |
| dió | 32.1 | 14.1 | 24.7 | 5.1 | 24.0 |
| dio Bajo | 45.6 | 22.1 | 22.1 | 5.3 | 4.9 |
| jo | 55.5 | 16.3 | 23.7 | 2.6 | 1.9 |
| del Total | 37.0 | 15.3 | 23.0 | 8.0 | 16.7 |

ENTE: "Encuesta a Consumidores" Marzo - Abril, 1977.-
Departamento de Economía Agropecuaria, SEA.

# IV.- SINTESIS DEL DIAGNOSTICO

## 4.1 Complejidad del Problema: Sus Diferentes Aspectos.

Al analizar las características del sistema de distribución urbana de alimentos en la ciudad de Santo Domingo, y al pretender posteriormente identificar su problemática, se llega a una primera conclusión de que se trata de un problema de gran complejidad que involucra por los menos los siguientes aspectos:

a) Problema de comercialización de los productos agropecuarios (enfoque del agricultor)

En este sentido, la inadecuada distribución urbana, especialmente a nivel mayorista, obstaculiza el flujo ordenado de la producción agropecuaria del campo a la ciudad.

b) Problema de abastecimiento suficiente y oportuno y a precios razonables de productos alimenticios para la población urbana (enfoque del consumidor).

c) Problema de la inadecuada e ineficiencia operativa de las diferentes unidades y agentes que participan en el proceso comercial (enfoque del comerciante).

d) Problemas de congestión de mercados públicos y vías, de insalubridad y aún de inseguridad de ciertas zonas comerciales de mayor congestión (enfoque del Ayuntamiento y del Plan Regulador)

e) Problemas de descoordinación de las entidades públicas que pueden y deben intervenir en la solución del problema (enfoque interinstitucional).

4.2 Características del Sistema de Distribución Urbana de Alimentos en Santo Domingo.-

Enfocando el sistema de distribución urbana de alimentos en Santo Domingo bajo los diferentes aspectos mencionados anteriormente, se llega a las siguientes conclusiones:

4.2.1 En cuanto a la comercialización de la producción agropecuaria (enfoque del productor).

a) Escasa participación del productor en la fase de introducción de los productos hasta y en el mercado mayorista.

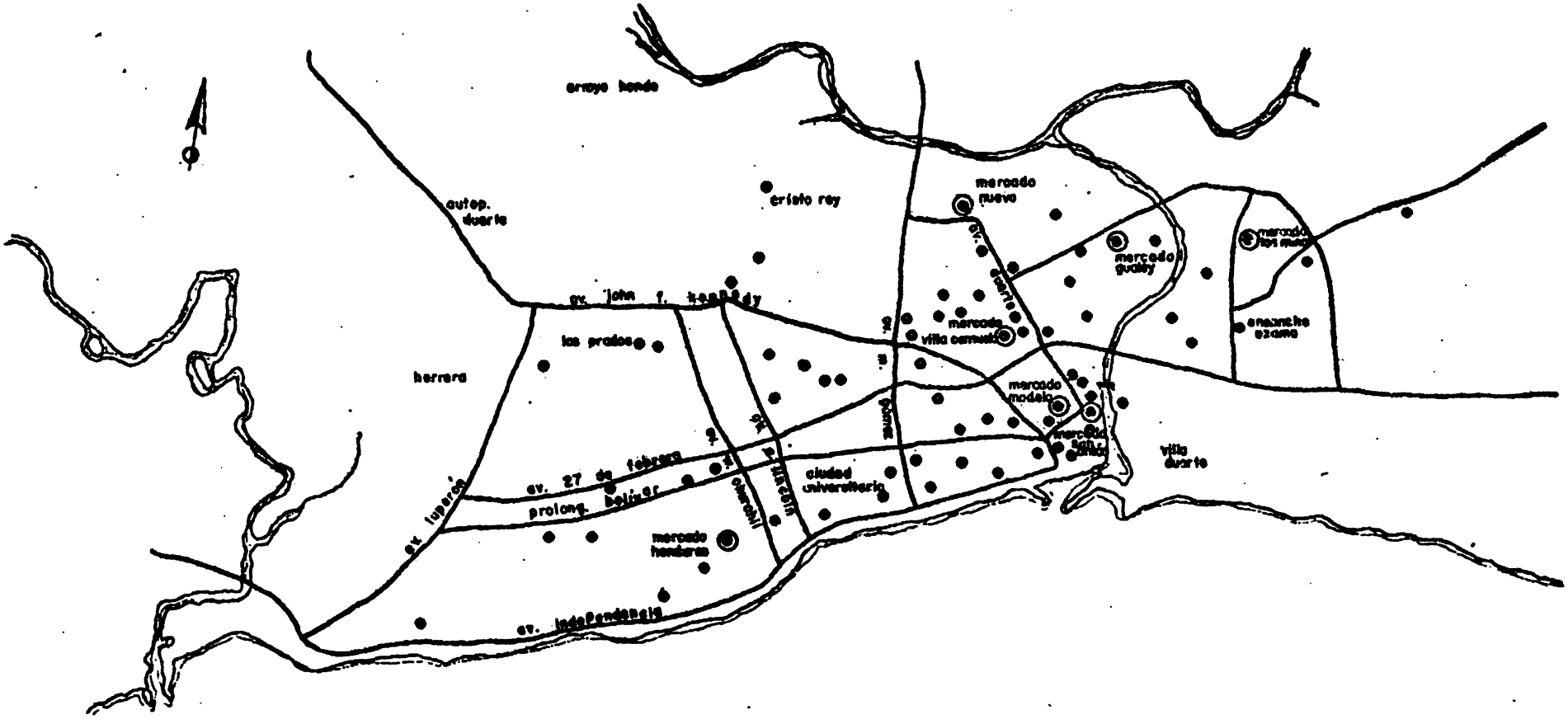
b) Escasos servicios públicos de orientación e información al productor para ayudarle en este proceso.

c) Falta de instalaciones dentro del mercado mayorista para ayudarle al manipuleo adecuado de sus productos.

4.2.2 En Cuanto al Abastecimiento de Alimentos (Enfoque del consumidor).

a) Vastas zonas geográficas de la ciudad desprovistas de infraestructura comercial (ver mapa No. 4 y 5).

b) Altos y crecientes costos de transporte individual y colectivo para el traslado masivo del consumidor hacia y desde los luga-




● mercado público

• supermercado y/o supercolmado

MAPA 4: red de supermercados y supercolmados. sto. dgo. 1977.


zona bien abastecida

zona regularmente abastecida

zona sin abastecimiento

Nota : datos tomados del documento 23 de la serie SEA-IICA.

MAPA 5: nivel de abastecimiento en santo domingo, 1976.

res de aprovisionamiento (alto precio del combustible, congestionamiento de las vías, falta de colectivización del transporte de carga, etc...).

c) Como consecuencia de lo anterior, alta y creciente proporción del ingreso gastado en comprar alimentos, especialmente los grupos de bajos ingresos.

4.2.3 <u>En Cuanto al Aspecto Comercial</u> (enfoque del sector comercial)

a) Espacios, unidades operativas y volúmenes de comercio mayorista excesivamente pequeños que determinan altos márgenes, altos costos y por lo consiguiente altos precios de venta de los productos.

b) Además de lo anterior, escaso conocimiento por parte de los comerciantes mayoristas sobre mejores prácticas para el manipuleo del producto.

c) Características similares a las del comercio mayoristas se encuentran en el comercio detallista, con excepción de los supermercados, los cuales no obstante sirven preferentemente a los estratos de medianos y altos ingresos, quedando los sectores de bajos ingresos inadecuadamente servidos por la infraestructura comercial.

d) Altos y crecientes costos de transporte para el aprovisionamientos del comercio detallista.

[illegible]

[illegible] ción del trabajo [illegible]

[illegible]

d) [illegible] conexión [illegible] para [illegible]

[illegible]

II. Quedó [illegible] [illegible] dimensión de comercio marítimo [illegible] comprenden algunos elementos, aunque [illegible] ciclos de venta de los productos.

b) [illegible] por [illegible] de los [illegible] el permiso del buque.

c) Cargas [illegible] a la [illegible] se encuentran en el comercio [illegible] los exportados, los cuales no [illegible] de los estados de mar y altos fondos, que son los seguros de buques, mercancías transportadas, navíos por la transportación marítima.

d) [illegible] contratos de transporte para el automóvil [illegible] del comercio detallista

4.2.4 En Cuanto al Aspecto Urbanístico

a) Congestión de tránsito dentro del Mercado Nuevo y en su zona inmediata de influencia. Esto viene determinado por las bajas especificaciones de esta instalación mayorista.

b) Problemas similares en los otros mercados públicos de la ciudad.

4.2.5 En Cuanto al Enfoque Institucional

El problema básico a este respecto consiste en que, pese a la gran complejidad del problema y a la urgencia en darle una adecuada y pronta solución, ningún organismo oficial está actualmente en condiciones de resolver completamente el problema.

En efecto, se tiene lo siguiente:

a) A la SEA compete en primera instancia contribuir a resolver el problema en cuanto afecta los intereses de los productores.

b) A INESPRE compete especialmente el problema de abastecimiento abundante y oportuno de alimentos a la población, a precios razonables, además de estimular la actividad del productor.

c) Al Ayuntamiento compete la atención a los problemas de tipo urbanístico que son generados como consecuencia dèl funcionamiento del sistema.

d) A CEDOPEX como entidad promotora de las exportaciones, tie-

ne relación con los niveles de acopio y abastecimiento de alimentos a la ciudad.

4.3 Alternativas Propuestas para la Solución del Problema.-

Resumiendo el contenido básico de las alternativas propuestas hasta la fecha para la solución de los problemas que afectan el sistema de distribución urbana de alimentos en Santo Domingo, se tienen los siguientes planteamientos:

A. Construcción de una Central Mayorista de Abastecimiento.

B. Construcción de varios mercados mixtos (mayorista/detallista).

C. Ampliación de los actuales mercados existentes en la ciudad.

## V.- PLAN PROPUESTO PARA EL MEJORAMIENTO DEL SISTEMA DE DISTRIBUCION URBANA DE ALIMENTOS EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO.-

### 5.1 Consideraciones y Criterios Fundamentales Utilizados en la Presentación de este Plan.-

Se considera conveniente antes de proceder a la presentación del plan en si, mencionar algunos aspectos de gran importancia, los cuales ayudarán a una cabal comprensión de la propuesta.

i) Como se dijo anteriormente, la Secretaría de Estado de Agricultura (SEA) es el organismo oficial que en la actualidad se encuentra analizando más de cerca el problema específico de la distribución de productos alimenticios en la ciudad de Santo Domingo en razón del desarrollo futuro de un Plan Nacional de Comercialización de Productos Agropecuarios que contribuya al estímulo de la producción agrícola. La SEA, al cooperar en la solución de los problemas de la distribución urbana de alimentos busca en primer lugar el apoyo a todos aquellos esfuerzos tendientes a mejorar el sistema de mercadeo de productos agropecuarios, en beneficio preferentemente de los pequeños y medianos agricultores.

ii) La SEA está plenamente consciente de la gran complejidad del problema; en consecuencia sostiene la necesidad de un gran esfuerzo de coordinación con los otros organismos oficiales para la aplicación de una solución completa.

iii) La demanda agregada de productos alimenticios por parte de la población consumidora de Santo Domingo representa el mercado individual

de mayor importancia en el país. Por lo tanto, se considera que la conducta y actuación de este gran mercado reviste una trascendental importancia para el desarrollo del Proyecto de los "Centros de Servicios Rurales Integrados de Comercialización" (CENSERI). 1/

La ciudad de Santo Domingó está experimentando en la actualidad un rápido crecimiento poblacional y urbanístico. Proyectando las cifras registradas durante los años recientes, se prevé que la ciudad podría contar con unos cuatro millones de habitantes para fines del presente siglo. Esta consideración del crecimiento de la ciudad implica la necesidad de programar soluciones radicales a la problemática de la distribución urbana de alimentos, en función no sólo de las necesidades actuales, sino también de las necesidades que se plantean a mediano y largo plazo.

Santo Domingo es una ciudad que presenta una amplia dispersión urbanística. A ésto se añade la dirección de su actual crecimiento, que se observa básicamente orientado hacia sus dos extremos este y oeste. (ver mapa #6). Este factor de crecimiento implica crecientes dificultades para un fácil abastecimiento de productos alimenticios a todos los sectores de la población, sobre todo si se tienen en cuenta los altos y crecientes costos del transporte.

---

1/ El CENSERI es un Proyecto que trata de organizar la oferta agrícola a nivel rural a través de las organizaciones de pequeños productores, el cual será desarrollado por la SEA.


1940-1942
1943-1946
1947-1951
1952-1956
1957-1961
1961-1966
1967-1977

Nota: datos de "santo domingo 1969-2000"(caasd)

de santo domingo

esc. 1:80,000

vi) Considerando el sistema comercial de distribución en sí mismo, o sea en cuanto a tres aspectos fundamentales de estructura, conducta y actuación, no se advierten signos importantes que indiquen tendencias hacia la innovación y modernización del sistema, con excepción de la institución "supermercados" que parecen estar tomando una participación cada vez más activa dentro del sistema, pero que, como es sabido, prestan servicio preferentemente a estratos de medianos y altos ingresos.

## Objetivos del Plan.

### 5.2.1 Con Relación a los Productores/Proveedores.

**Objetivo General**

Reorganizar y mejorar los diferentes elementos del sistema de distribución urbana de alimentos en tal forma que ofrezca las mayores oportunidades efectivas al sector productor para que participe ventajosamente en estos mercados.

**Objetivo Específico.**

Realizar las modificaciones que se crean más convenientes dentro del sistema de distribución urbana para brindar el máximo apoyo al desarrollo del Proyecto CENEXI.

### 5.2.2 Con Relación a las Instituciones Comerciales

a) Racionalizar y mejorar el aprovechamiento de las actuales instalaciones del comercio mayorista (Mercados Públicos).

b) Dar mejores oportunidades y condiciones a las unidades tanto mayoristas como detallistas que operan dentro de la ciudad para ampliar sus espacios y vólúmenes de operación a fin de que puedan estar en condiciones de aumentar su eficiencia operacional.

c) Contribuir a mejorar los sistemas de aprovisionamiento físico de los expendios que atienden directamente al público consumidor, con el propósito de ayudar a reducir los costos de transporte.

d) Mejorar las prácticas y métodos de operación de las diferentes unidades de comercio mayorista y detallista.

5.2.3 Con Relación a la Población Consumidora de Santo Domingo.-

a) Mejorar el abastecimiento de productos alimenticios básicos en todos los sectores de la ciudad, a través del mejoramiento de la infraestructura física comercial en aquellos sectores urbanos que actualmente se hallan desprovistos de la misma.

b) Prestar atención preferencial al abastecimiento de productos alimenticios básicos a los grupos poblacionales de menores ingresos.

5.2.4 Con Relación a los Aspectos Urbanísticos.-

a) Contribuir a reducir los problemas de congestión vehicular y peatonal, tanto dentro de los mercados como en sus zonas inmediatas de influencia.

b) Apoyar en cuanto sea posible la descentralización del comercio mayorista, a fin de contribuir a aliviar la presión que actualmente se ejerce sobre los núcleos de mercados mayoristas actuales.

c) Contribuir a hacer una utilización más racional y económica de los actuales mercados públicos.

5.2.5 Con Relación al Aspecto Institucional.-

a) Contribuir a hacer una utilización más productiva de las instalaciones y demás recursos materiales y humanos de organismos públicos que intervienen en el proceso de la comercialización de alimentos, y particularmente de INESPRE.

b) Contribuir a mejorar el grado de coordinación interinstitucional en la solución armónica y ordenada de los problemas del sistema de distribución urbana de alimentos.

5.3 Naturaleza y Elementos del Plan.-

El plan que se propone para el mejoramiento del sistema de distribución urbana de alimentos comprende dos niveles:

a) Comercialización a nivel mayorista y

b) Comercialización a nivel detallista.

El desarrollo del plan se propone en tres etapas:

a) a corto plazo, b) a mediano plazo y c) a largo plazo.

La lógica que trata de fundamentar este plan es la de impedir que continúen agravándose los problemas de distribución urbana (programas a corto plazo), tomando algunas medidas conducentes a facilitar y hacer menos costosa la aplicación de soluciones posteriores (programa de largo plazo).

Es decir, que en la presentación de este plan se ha creído conveniente reevaluar las tres alternativas que habían sido propuestas con anterioridad, 1/ utilizando sus elementos en tal forma que entren a formar parte de la ejecución de un plan a ejecutarse en diferentes etapas sucesivas.

A. Programa "A" a Corto Plazo.

A.1 A Nivel Mayorista

A.1.1 Ampliación del actual Mercado Nuevo, con creciente participación en el mismo por parte de los productores organizados a través del Proyecto CENSERI.

A.1.2 Reorganización del actual Mercado Nuevo, en sus aspectos operativo y administrativo.

A.2 A Nivel Detallista.

A.2.1 Mejoramiento de los mercados públicos detallistas que operan en la ciudad, a fin de prestar un mejor servicio al público consumidor.

---

1/ Véase Documentos #23 y #30 de la Serie SEA/IICA.-

A.2.2 Mejoramiento de los sistemas de abastecimiento a los expendios individuales localizados en los diferentes sectores de la ciudad, pero con preferencia en aquellos localizados en zonas de bajos ingresos.

B. Programa "B" a Mediano Plazo.

Mejoramiento, ampliación y construcción de varios mercados públicos mixtos (mayoristas-detallistas) en la ciudad.

C. Programa "C" a Largo Plazo.

Construcción de una moderna central mayorista de abastecimiento para la ciudad de Santo Domingo.

## 5.4 Programas Específicos del Plan.

### 5.4.1 Programa "A" a Corto Plazo.

#### 5.4.1.1 Proyecto A.1 a Nivel Mayorista.

Subproyecto A.1.1 Ampliación del actual Mercado Nuevo, con creciente participación de los productores organizados a través del Proyecto CENSERI.

a) Objetivos Específicos.

i) Utilizar más eficiente y ordenadamente las instalaciones del actual Mercado Nuevo.

ii) Dar oportunidad a los productores organizados a través de la implementación del Proyecto CENSERI de participar en el comercio mayorista de Santo Domingo y beneficiarse de las oportunidades que él ofrece.

iii) Introducir factores efectivos de competencia en el mercado mayorista urbano, a fin de forzar la adopción de prácticas mejoradas de comercialización.

b) Acciones que se desarrollarán y estrategias que se adoptarán para implementar estos objetivos:

i) En primer término, será necesario modificar el reglamento vigente en la administración de los mercados públicos de Santo Domingo, a fín de posibilitar el acceso de los productores organiza-

desplazados por los productores. Lo que se tiene previsto con relación a estos mayoristas desplazados es trasladarlos como comerciantes detallistas a los actuales mercados públicos que presentan locales desocupados o hacia nuevos mercados públicos que sean establecidos (Programa A.2.1).

c) Entidades que Participan:

1.- SEA, Departamento de Economía Agropecuaria

2.- Ayuntamiento del Distrito

3.- CEDOPEX

Subproyecto A.1.2 Reorganización del actual mercado Nuevo, en lo referente a sus aspectos operativos y administrativo.

a) Objetivos Específicos

i) Facilitar el acceso y operación de todas aquellas personas que utilizan el Mercado Nuevo, sean estos proveedores, empleados, etc.

ii) Reducir la congestión peatonal y vehicular tanto dentro como fuera del Mercado Nuevo.

iii) Contribuir a lograr un aprovechamiento más racional y eficiente de las instalaciones del Mercado Nuevo.

iv) Dotación de servicios adecuados a la cuantía de los usuarios (agua, luz, teléfono, sanitarios, etc.)

b) Elementos de esta Reorganización.

i) Cambio de Horario.

Se recomienda 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 en todos los mercados mayoristas en América Latina. Esto permite las transacciones a horas más frescas y provee de 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. Esto es particularmente beneficioso en climas calurosos como el de la República Dominicana.

ii) Tránsito Interno.

El tránsito interno de vehículos en el Mercado Nuevo debe reducirse al mínimo. Se propone un horario restringido de 4:00 A. M. a 8:00 A. M. A partir de las 8:00 A. M. no deberá permitirse la circulación de ningún vehículo, especialmente ca-

miones. Para la salida de productos y traslado desde los puestos de venta mayorista se deberán usar carretillas y elementos manuales. Los vehículos que vayan a retirar productos del Mercado Nuevo, contarían con parqueos localizados alrededor del mismo.

Las camionetas que dan servicio hacia y desde el mercado deberán censarse e inscribirse con un sello distintivo.

iii) Tránsito Externo.

De la misma forma en que debe introducirse un orden rígido en el tránsito interno del mercado, deberá implantarse un orden en sus alrededores; ya que un mal funcionamiento del tránsito circundante podría entorpecer sus operaciones de manera considerable. Además de parqueos permitidos y de vías anchas que permitan el desarrollo de movimiento a un buen número de vehículos, se deberá prestar especial atención al sentido de las calles, a su conexión con otras arterias principales o secundarias y a la correcta observación de las normas legales a establecer (prohibición de estacionamiento, parqueo o determinadas horas, etc.)

c) Entidades que Participan

Ayuntamiento del Distrito Nacional.

5.4.1.2 Proyecto A.2 A Nivel Detallista

Subproyecto A.2.1. Mejoramiento de los Mercados Públicos Detallistas que operan en la ciudad, a fin de prestar un mejor servicio al público consumidor.

a) Objetivos.

i) Este subproyecto persigue como objetivo principal al subsanar el déficit de instalaciones de infraestructura física comercial de caracter público, en beneficio preferente de aquellos sectores urbanos habitados por grupos humanos de menores ingresos.

ii) Además, se pretende con esta medida contribuir a reducir la congestión peatonal y vehicular existente en los mercados Nuevo, Modelo y Villa Consuelo, y particularmente la ocasionada por la afluencia del público consumidor a los mismos.

b) Ubicación de los nuevos mercados públicos detallistas.

Ante todo, debe procurarse que todos los mercados públicos de Santo Domingo tengan una utilización plena, con el fin de aprovecharlos al máximo. La condición básica para lograrlo es procurar que estos mercados presten un adecuado servicio al público comprador, consistente en un completo

surtido, precios razonables, control higiénico, amplios horarios de atención, etc. Los principales criterios que deben guiar la selección de los sitios para la construcción de estos nuevos mercados públicos detallistas son los siguientes:

i) Accesibilidad a estos sitios a través de amplias calles y/o. avenidas.

ii) Disponibilidad de terrenos suficientes para construir una cantidad adecuada de puestos de venta al detalle, de acuerdo a las necesidades de la población a servir.

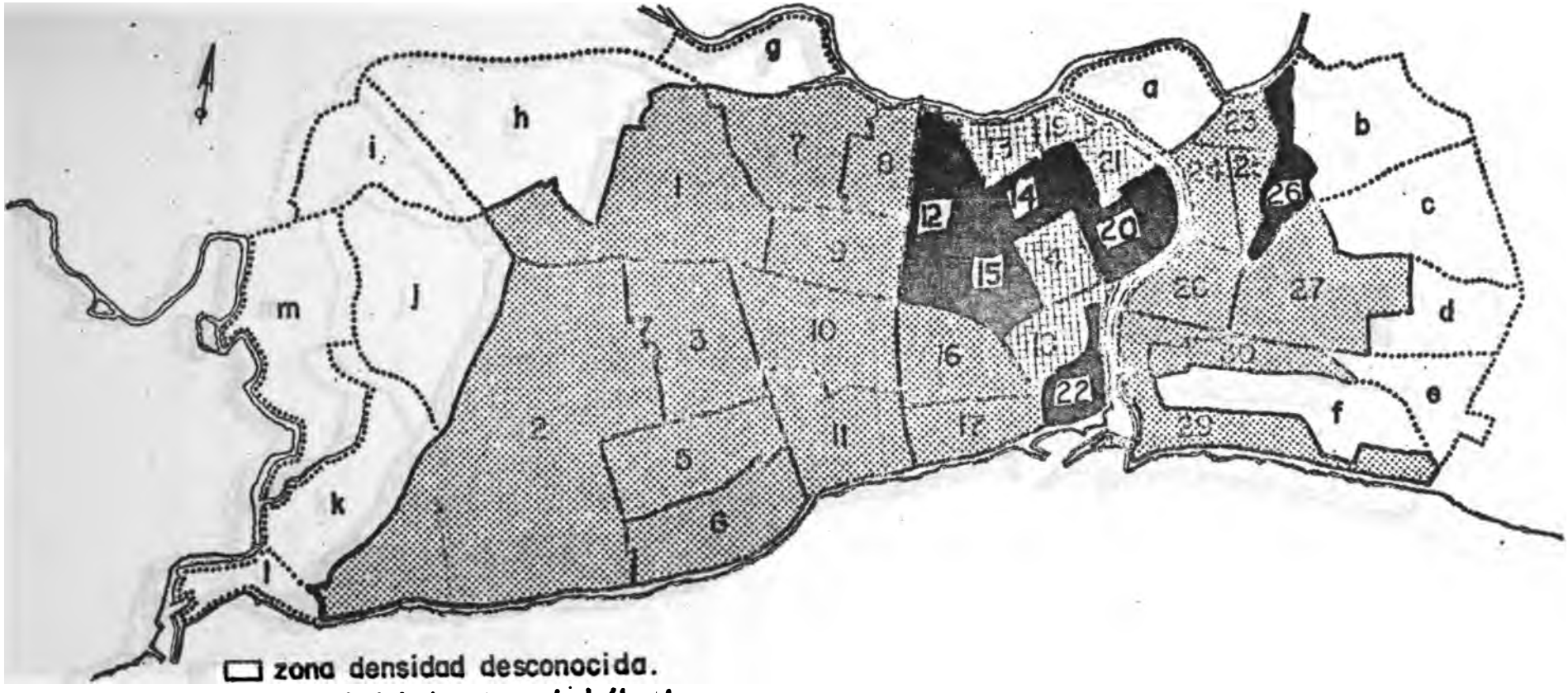
iii) Ubicación de estos sitios preferentemente en sectores de alta densidad poblacional correspondientes a grupos socioeconómicos de bajos ingresos.

iv) Lugares donde se registre tendencia de expansión urbanística.

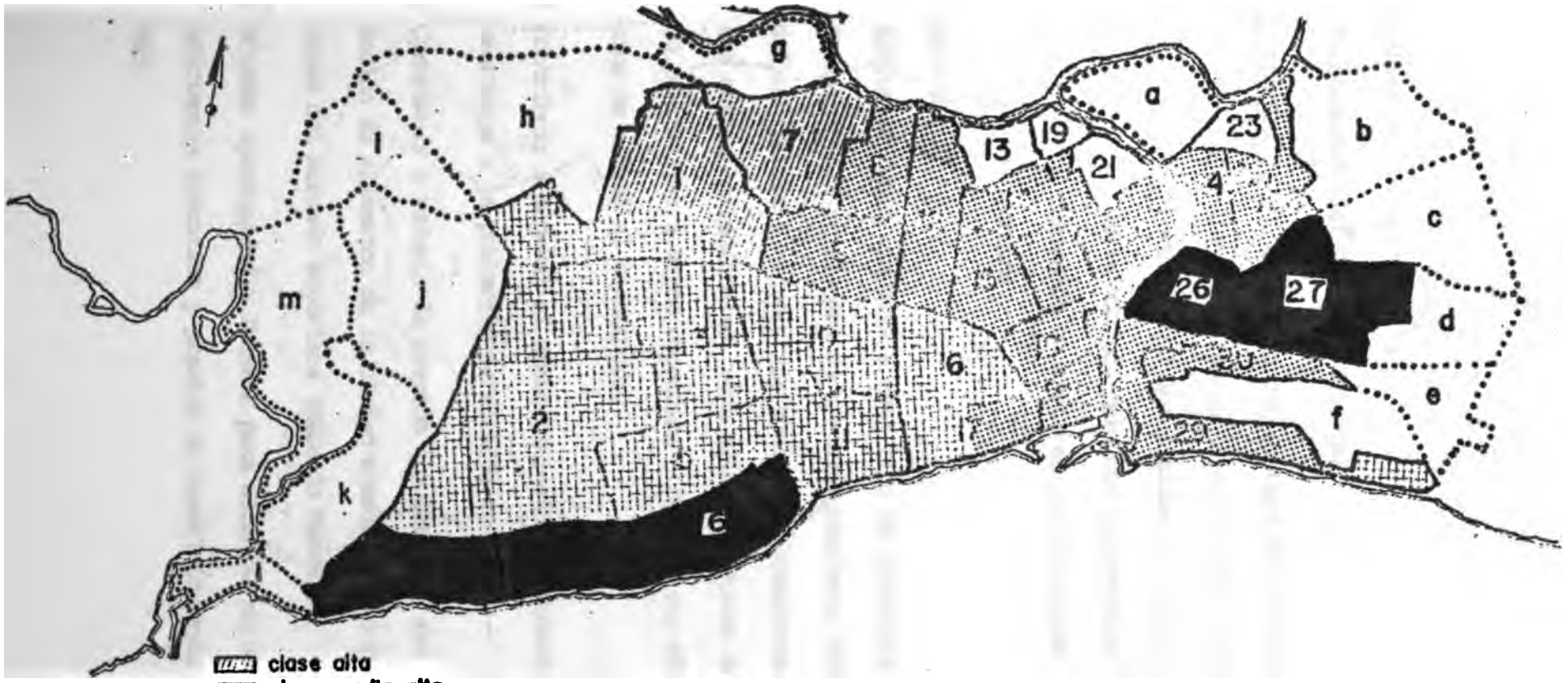
Al observar las características de la ciudad que se presentan en los mapas Nos. 1,2, 4, 5,6,7, y 8 se llega a la primera aproximación de que tales mercados se deberían construir en varios de los sectores identificados en los mapas 7 y 8 como a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k, m.

c) Adjudicación de locales.

Como se mencionó al explicar la estrategia en la implementación del subproyecto A.1.1, los comerciantes mayoristas que vayan siendo desplazados del Mercado Nuevo serán tomados en cuenta con prioridad.




MAPA 7: santo domingo, densidades censo 1970 (o.n.e.)




clase alta
clase media alta
clase media
clase media baja
clase baja

Nota: datos tomados de la encuesta de ocupacion y desempleo (ONE-1973), y complementados y reajustados mediante un muestreo (1%) de la expresion fisica de la vivienda en cada poligono.

# MAPA 8: estratificacion socio-economica en santo domingo

d) Entidades que participan.

Ayuntamiento del Distrito Nacional.

Subproyecto A.2.2. Mejoramiento del sistema de abastecimiento de los expendios individualizados (colmados y supercolmados) localizados en diferentes sectores de la ciudad, pero con preferencia en aquellos ubicados en sectores poblacionales de bajos ingresos.

a) Objetivos.

i) Apoyar en forma efectiva a este tipo de institución detallista, facilitándole su sistema de aprovisionamiento, con lo cual podrá contribuir a reducir sus costos de transporte y en general sus costos operacionales. Con ello se pretende en último término posibilitar a estos expendios a reducir sus márgenes y precios de vental al consumidor.

ii) Contribuir a mejorar el abastecimiento de productos básicos alimenticios a la población de escasos recursos.

iii) Contribuir a reducir la presión que sobre el sistema de distribución de alimentos de la ciudad ejerce el uso cada vez más intenso del mercado mayorista (Mercado Nuevo).

iv) Brindar oportunidad a INESPRE para alcanzar un mayor grado de eficiencia operativa y prestar un beneficio mayor a la comunidad.

v) Aprovechar las facilidades y oportunidades que ofrecen las organizaciones de detallistas existentes en Santo Domingo.

b) Descripción del Subproyecto.

- Participantes. En el desarrollo de este proyecto participan dos clases de entidades principalmente. Una es la entidad pública de comercialización, INESPRE y las otras son las asociaciones de detallistas legalmente constituídas en Santo Domingo.

- Papel de INESPRE. INESPRE desempeñará la función fundamental de abastecer en forma sistemática de productos alimenticios básicos a las organizaciones de detallistas existentes en Santo Domingo. Para ello este organismo deberá establecer un departamento especial de abastecimiento con personal y otros recursos propios y suficientes.

- Productos que serán abastecidos. En una primera etapa, los productos objeto del abastecimiento por parte de INESPRE serán aquellos que, siendo manejados por este organismo, sean considerados como de primera necesidad por todos los estratos de la población dominicana. Estos productos pueden incluir en una primera etapa arroz, habichuelas, plátanos y aceite.

- A quienes abastece INESPRE. Como se dijo anteriormente, se trata de aprovechar la infraestructura y funcionamiento de las organizaciones de detallistas ya existentes en Santo Domingo.

Por lo consiguiente, INESPRE no tratará de crear nuevas organizaciones sino utilizar las que ya existen y funcionan normalmente.

- A cuántos detallistas individuales abastecerá INESPRE.
  Si se logra una adecuada organización y eficiente funcionamiento del departamento especializado de INESPRE del cual se habló anteriormente, se podría pensar en abastecer a unos 300 colmados esparcidos por lugares críticos de la ciudad en un lapso no mayor de dos años.

- Proceso de selección de los afiliados. Los comerciantes detallistas objeto de este proyecto deberán ser seleccionados cuidadosamente, ya que cuando se inicia una actividad de este tipo siempre se corre el riesgo de incluir en el programa personas que no reunen los requisitos indispensables de seriedad en el cumplimiento de sus obligaciones.

  Algunos de estos requisitos podrían ser:

  i) Trayectoria de por lo menos cinco años en el comercio detallista.

  ii) Volumen de operaciones no inferior a RD$3,000 (tres mil pesos) mensuales.

  iii) Buena presentación y condiciones higiénicas del local.

  iv) Experiencia comprobada en el manejo de los productos contemplados en el proyecto.

v) Solvencia moral y económica comprobada por la asociación.

vi) Capacidad de endeudamiento con respaldo propio o fiadores hasta por RD$3,000.

vii) Actitud positiva hacia el progreso e innovación.

viii) Ubicación del negocio en sectores poblacionales de ingresos relativamente bajos.

- Procedimientos para la entrega de la mercancía.

En este aspecto se identifican dos alternativas diferentes:

a) INESPRE entrega la mercancía en las bodegas de la Asociación;

b) Entrega directamente en los expendios de los afiliados. La selección de una u otra alternativa dependerá de las facilidades de que dispongan las asociaciones. La primera alternativa resulta mucho más fácil, ágil, menos costosa y menos riesgosa para INESPRE; pero en cambio no garantiza el logro de los objetivos propuestos.

En todo caso debe tenerse muy presente que en cualquier forma debe suministrarse al detallista un servicio de entrega a domicilio, pués precisamente para el caso de Santo Domingo, en el transporte radica una de las fuentes más importantes del encarecimiento de los alimentos al consumidor.

- Modalidad de Crédito. Además del servicio de entrega a domicilio INESPRE dará facilidades de crédito al detallista o a su asociación respectiva. Este crédito tendrá un plazo de unos 30 días, por los cuales el beneficiario pagará una tasa módica de interés.

- Precios. Los precios a los cuales venderá INESPRE serán precios del mercado. El beneficio principal del proyecto no consistirá en una gran diferencia de precios sino en: a) Garantía y un abastecimiento oportuno, suficiente y estable al detallista y b) Buen servicio al consumidor.

- Compromiso de parte del detallista afiliado. El detallista afiliado a este sistema de abastecimiento se compromete básicamente a vender al público los productos suministrados por INESPRE a los precios estrictamente fijados por un Comité Especial de vigilancia que se reunirá mensualmente para programar las operaciones.

5.4.2 Programa "B" a Mediano Plazo.

"Mejoramiento, ampliación y/o construcción de varios mercados públicos mixtos (mayorista/detallista) en la ciudad".

a) Objetivo

i) Contribuir a disminuir los problemas de congestión urbanística, que actualmente es generada por la expansión acelerada de operaciones del Mercado Nuevo.

ii) Aumentar las facilidades de abastecimiento de amplios sectores de la ciudad que actualmente se hallan desprovistos de adecuada infraestructura comercial

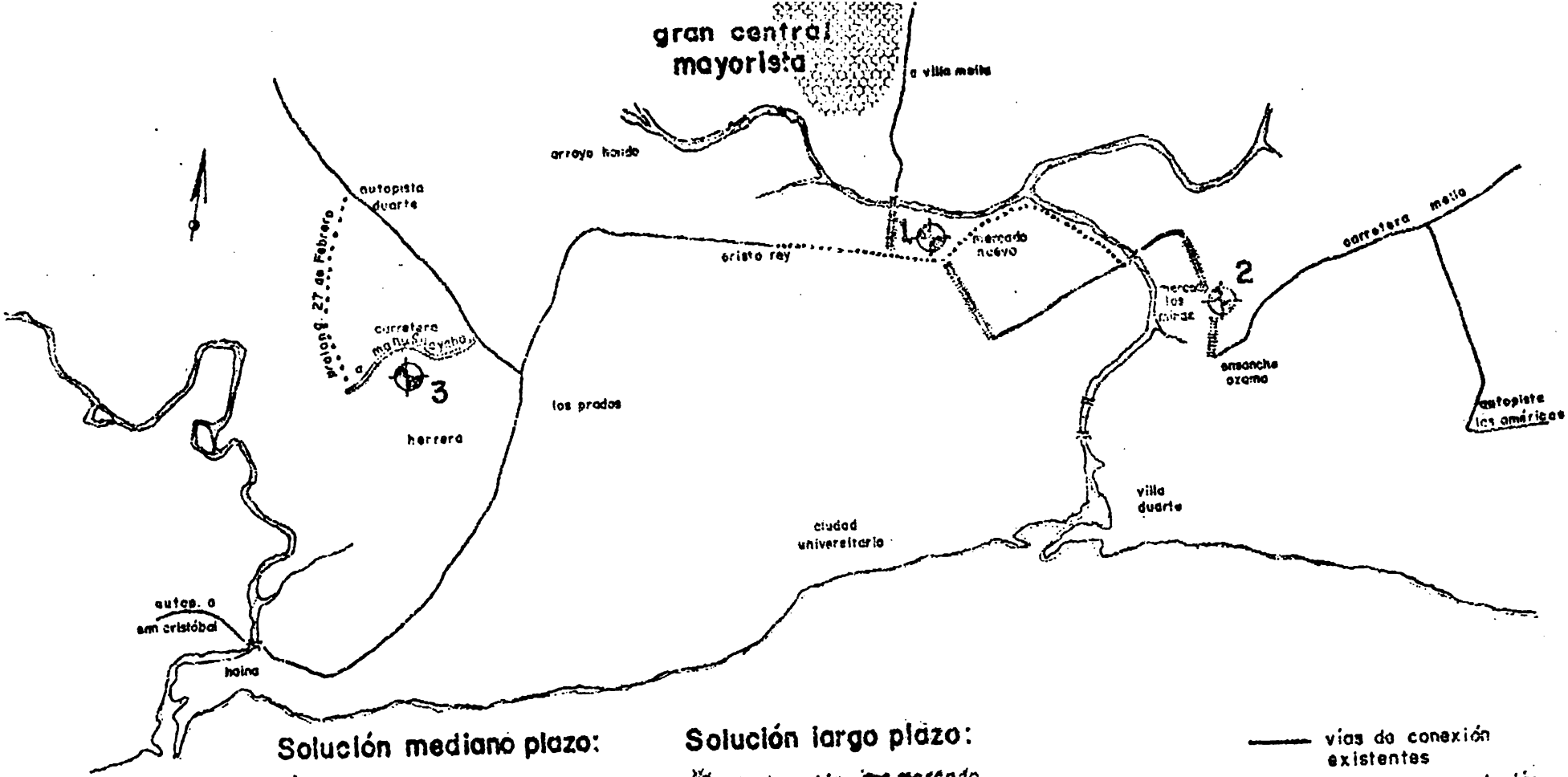
iii) Contribuir a minimizar las dimensiones de una Central Mayorista de abastecimiento que parece inevitable para el largo plazo en Santo Domingo.

iv) Contribuir a la creación de una red de mercados públicos adecuada a la ciudad de Santo Domingo que estructure las bases para la posterior instalación de una Central Mayorista de Abastecimiento que constituiría el vértice del sistema.

b) Naturaleza del Programa.

Este programa consistirá en la dotación de dos mercados adicionales para la ciudad de Santo Domingo. Estos mercados públicos funcionarán en forma similar al actual mercado Nuevo, o sea que desempeñarán las funciones de mayoristas y detallistas.

El mapa #9 señala los lugares donde se considera conveniente construir estos dos mercados mixtos. El uno es en Los Minas donde actualmente se encuentra el mercado (de uso parcial) y el otro en el cruce de Las Caobas, cerca de la Autopista Duarte y la prolongación de la Ave. "27 de Febrero". Ambos servirán a los sectores oriental y occidental de




**Solución mediano plazo:**

- mercado mixto
  1. Nuevo (remodelado)
  2. Los Minas (remodelado)
  3. Mercado Oeste (a crear)

**Solución largo plazo:**

- localización del mercado mayorista central.

- vías de conexión existentes
- tramos a reconstruir y a ampliar
- tramos a construir

MAPA 9: posibilidades de localización de soluciones

la ciudad, que actualmente se encuentran deficitarios de este tipo de servicio y muy especialmente el primero.

De ser posible, en estos nuevos mercados mixtos también deberá darse la oportunidad de adjudicación de locales a los grupos organizados de productores en desarrollo del Proyecto CENSERI.

5.4.3 Programa "C" a Largo Plazo.

Construcción de una moderna Central Mayorista de Abastecimiento para la ciudad de Santo Domingo.

a) Objetivos

Con respecto a los objetivos que se pueden lograr a través de la construcción y puesta en marcha de una Central Mayorista de Abastecimiento, no sobra aclarar que los objetivos previstos a través de la implementación de un programa de este tipo no podrán obtenerse si el programa en sí mismo no es llevado a cabo adecuadamente, y con el apoyo de varias actividades complementarias que se mencionan más adelante. En otras palabras, lo que aquí se quiere aclarar es que una Central Mayorista de Abastecimiento por sí sola contribuye a resolver algunos problemas de tipo urbanístico, pero si no se le complementa con otras medidas correctivas, no transforma el sistema de comercialización.

Para mayor claridad, conviene desglosar estos objetivos en varios aspectos.

1) Con relación a los productores/proveedores.

Organizada adecuadamente, una Central Mayorista de Abastecimien-

[illegible] tuaine [illegible] de este tipo
[illegible] especialmente [illegible]

[illegible] es así [illegible] también deberá
[illegible] a los grupos comu-
[illegible] Cómputo [illegible] Centro Cómputo.

[illegible] "C" a largo [illegible]
[illegible] de una [illegible] Control Económico de [illegible] para
[illegible] Centro Cómputo.

[illegible]

Con [illegible] objetivos se pueden [illegible] a través de
construcción y puesta en marcha de un Centro Mayorista [illegible]
basamento, no son [illegible] los [illegible] se [illegible]
de implementación [illegible] documento de [illegible]
[illegible] proyecto [illegible] de [illegible]
[illegible] de [illegible]
[illegible]
[illegible]
[illegible]
[illegible]
[illegible] centro de compra [illegible]
[illegible]

Para llevar a cabo [illegible] estos objetivos en [illegible]
[illegible]

1) Con la labor [illegible] productores

Organizada [illegible] Mayorista [illegible]

to ofrece una gran oportunidad para que los productores, y especialmente aquellos debidamente organizados, puedan beneficiarse de las ventajas que ofrece la participación en las funciones del comercio mayorista en los grandes centros urbanos 1/.
Como es obvio, el logro de este objetivo requiere de un largo y difícil trabajo de organización previa de los productores, a fin de que puedan conformar una oferta sólida, bien programada y ordenada de productos de buena calidad y técnicamente empacados.

ii) Con Relación al Comercio Mayorista.

Por lo general, una nueva central mayorista de abastecimiento constituye un reto para el gremio de comerciantes mayoristas, debido a los diferentes factores de competencia, que pueden introducirse al establecerse la nueva central. En efecto, programas tales como servicios de información de precios y mercados, subastas, bolsas agropecuarias, certificación de calidad, organización de asociaciones de detallistas y similares, representan fuerzas importantes para forzar mejores y más eficientes prácticas de comercialización en el comercio mayorista de estos productos.
A tales estímulos, como es de esperarse, no responden todos los comerciantes mayoristas en idéntica forma. Los más capacitados, dinámicos y agresivos, detectan las mejores oportunidades del mercado y tratan de aprovecharlas al máximo integrándose vertical-

1/ Ejemplos de esto podría ser GEAGESP (Central Mayorista de Abastecimiento de Sao Paulo, Brasil), en la cual participa activamente la Central de Cooperativas de Agricultores COTIA y la Federación Nacional de Arroceros (FEDEARROZ) en CABSA, Bogotá.

mente hacia atrás (contratos de productores) y hacia adelante (contratos con detallistas de gran volumen), ampliando su línea de productos; sus prácticas de manipuleo y adicionando y/o mejorando ciertas funciones claves de comercialización tales como clasificación y selección, empaque y compra-venta. Estos comerciantes prosperan a expensas de un gran número de comerciantes pequeños, tradicionales, ineficientes, que van siendo desplazados progresivamente de la nueva central. En otras palabras, un objetivo importante del establecimiento de de una Central Mayorista de Abastecimiento es el de lograr una más decuada estructura, conducta y actuación del sector mayorista.

iii) Con Relación al Comercio Detallista.

Para el comerciante detallista la Central surte variados efectos. Por lo general, todos se pueden surtir mejor que antes, pero esa ventaja es aprovechada mejor por el detallista organizado y que opera grandes volúmenes. Un aspecto importante que debe considerarse aquí es el impacto de la ubicación de la nueva central sobre los costos de transporte de los detallistas que quedan relativamente más distantes de aquella. Por esto es muy importante complementar el programa de la Central con programas de apoyo a organizaciones existentes de detallistas, a fin de que minimicen sus costos de transporte, lo que les facilitaría reducir sus márgenes de operación y en último término sus precios de venta al público.

iv) Con Relación a los Aspectos Urbanísticos.

Es casi absolutamente seguro que los problemas de tránsito interno dentro del mercado se eliminan con una central mayorista. El grado en que esto se logra depende de la amplitud de las vías, y del orden que se imponga dentro del mercado.

No ocurre lo mismo con la congestión fuera del mercado. Si la central no está dotada de vías de acceso muy amplias, se formarán grandes cuellos de botella en las vías vehiculares mediatas a la misma.

Con relación al aspecto urbanístico vale la pena también mencionar el importante papel que puede llegar a jugar el establecimiento de una central mayorista de abastecimiento para desarrollar ciertos sectores de la ciudad hacia fines deseados por las autoridades. Cuando estas centrales se planifican adecuadamente, su implantación puede servir para que en sus zonas inmediata de influencia se desarrollen ordenadamente grandes complejos de viviendas populares, cuyos habitantes se benefician en forma directa del mercado mayorista.

v) Con Relación a los Consumidores.

Las experiencias obtenidas en ciudades como Bogotá y San Pablo han demostrado que las centrales mayoristas de abastecimiento, además de constituir importantes fuentes de aprovisionamiento para el comercio detallista, ofrecen oportunidades de amplio surtido, producto fresco, precio bajo y comodidad a ciertos grupos de consumi-

dores urbanos principalmente aquellos de carácter institucional que utilizan la Central para realizar la compra de sus alimentos.

Dependiendo de la ubicación de la nueva central que se construya en Santo Domingo, grandes grupos de consumidores podrían beneficiarse directamente realizando sus compras en ella, sujetándose a las normas de venta mínima a establecerse.

De todas maneras, y dependiendo siempre del grado en que se lleven a cabo programas complementarios de comercialización, el consumidor saldría indirectamente beneficiado al mejorarse la actuación del comercio detallista servido por la central.

vi) Con Relación al Aspecto Institucional.

Bajo el punto de vista institucional, la organización y administración adecuada de una central, facilita la intervención armónica de las varias instituciones públicas que deben intervenir en la solución de los diferentes problemas de la distribución urbana de alimentos. Por ejemplo, en el caso de Santo Domingo, la SEA podría tener mayores facilidades para establecer un dinámico y bien orientado servicio de información de precios y mercados tanto al productor como al consumidor; el Ayuntamiento podría controlar mejor los problemas de inseguridad e insalubridad; se podrían controlar mejor la calidad de los productos, la especulación, etc..

b) Características de la Central Mayorista de Abastecimiento para Santo Domingo.

Con el fin de que pueda prestar los servicios que se esperan de ella, la Central Mayorista de Abastecimiento de Santo Domingo deberá contar con los siguientes elementos:

1. Edificio de Administración
2. Locales para servicios públicos
3. Locales para restaurantes y cafeterías
4. Locales para bancos
5. Locales para almacenes de productos no agropecuarios
6. Locales para almacenes de empaques
7. Area para las bodegas donde se manejarán los productos agropecuarios.
8. Area de circulación de vehículos
9. Areas para zonas verdes
10. Areas de reserva para expansión futura

c) Dimensionamiento de la Central Mayorista de Abastecimiento para Santo Domingo.

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/

---

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.

| | | |
|---|---|---|
| 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 área 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 necesaria para una Central Mayorista para Santo Domingo en el año 1977 | 131,400 $M^2$ |
| 10. | Area proyectada para una Central Mayorista en Santo Domingo para el año 2000, (asumiendo la tasa acumulativa anual del crecimiento del consumo - 5.2% -) 3/ | 288,554 $M^2$ |

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

3/ "Diagnóstico y Estrategia del Desarrollo Agropecuario 1976-1986, SEA, Santo Domingo, D. N., 1976.-

11. Area de terreno que se recomienda reservar para futuras expansiones, más allá del año 2000; previendo el continuo crecimiento de la capital: 50% del área calculada para su funcionamiento óptimo en el año 2000 — 144,277 $M^2$

12. Area total de terreno necesario para la Central Mayorista de Abastecimiento de Santo Domingo para el año 2000 (incluyendo área en reserva). — 432,831 $M^2$

d) Ubicación de la Central Mayorista.

Para estudiar la posible localización de una Central Mayorista de Abastecimiento para la capital, pueden utilizarse los siguientes criterios:

1. Evitar 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 de zonas de producción a centros de distribución. 1/

2. La disponibilidad de terrenos, preferiblemente pertenecientes a Bienes Nacionales susceptibles de adquisición, que desde ya puedan ser reservados para su posterior utilización.

3. La posibilidad de dotación de servicios públicos

---

1/ De acuerdo con los censos de entra 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.

4. Facilidad para 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.: Centros de Acopio para Exportación patrocinados por CEDOPEX, zonas industriales y de industrias alimenticias, INESPRE, etc.

El mapa #9 señala el área que se considera más apta para la construcción de una Central Mayorista dados los criterios antes expuestos; la misma deberá ser comprobada por un estudio de viabilidad.

El lugar propuesto (en las cercanías de Villa Mella), observa todos los criterios anteriormente señalados. Ofrece además una relación radial de distancia con referencia a la ciudad y a los mercados mixtos propuestos en el Programa "B" a mediano plazo. Contribuye a reforzar este planteamiento el hecho de que Villa Mella, representa una zona de gran potencialidad para la extensión y el desarrollo urbano; a ésta hay que agregar la especial atención que se le está otorgando al desarrollo turístico y agrícola de la zona Noroeste del país (construcción de presas, complejos turísticos, etc.). Lo cual se traducirá, dentro de un tiempo, en la dotación de una vía que conecte la ciudad capital con esa zona, la cual marcará su acceso por Villa Mella, determinando por la misma la entrada de productos agrícolas.

e) Programas complementarios a la Central Mayorista de Abastecimiento.

Como se dijo anteriormente, el sólo hecho de trasladar la sede del comercio mayorista de productos agropecuarios de un lugar a otro de la ciudad, fuera de implicar algunos cambios de tipo urbanístico, no garantiza por sí solo modificación alguna en el sistema de distribución urbana de alimentos. Más aún, si no se tienen en cuenta algunos aspectos fundamentales, el establecimiento de una Central Mayorista de abastecimiento puede acentuar más aún los desequilibrios ya existentes en el sistema.

Con el fin de prevenir este efecto indeseable, se considera de importancia iniciar la organización de los siguientes programas de comercialización:

i) Organización de productores, con el fin de que puedan participar efectivamente ne la oferta de la producción a nivel mayorista en la central.

ii) Servicio de información de precios y mercados.

iii) Reglamentación adecuada para la adjudicación de locales, en tal forma que impida la consolidación y fortalecimiento de los comerciantes tradicionales que tienden a ejercer - fuerzas monopolísticas.

iv) Ordenamiento estricto del tráfico dentro de la central y en su inmediata zona de influencia.

v) Organización del comercio detallista en asociaciones, cadenas y similares, con el fin de que aprovechen en forma más efectiva de las ventajas que ofrece la central.

vi) Estricta reglamentación y difusión de un sistema adecuado de pesos y medidas, así como de normas de selección y clasificación.

vii) En el mediano y largo plazo se debería promover la implantación de programas dinámicos e innovadores que facilitan y agilizan cambios sustanciales en el sistema. Así por ejemplo, el establecimiento del sistema de subasta ayuda sustancialmente a mejorar las prácticas de compra-venta, dándoles mayor transparencia y agilidad a esta función de comercialización.

viii) Finalmente, desde antes de la etapa de construcción de la Central Mayorista de Abastecimiento, es de gran importancia iniciar un sólido programa de capacitación en beneficio de todos los diferentes grupos que participarán en la Central, como son: Comerciantes mayoristas, comerciantes detallistas, estibadores, empleados de la misma central y transportadores.

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 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. 26 páginas. |
| 8 | Diagnóstico del Mercadeo del Ganado y la Carne de Res en la República Dominicana (DE LOS SANTOS, T., BURGOS, G. Y MENDOZA, G.). SEA/IICA. Santo Domingo, R. D. Mayo 1976. 26 páginas. |
| 9 | Diagnóstico del Mercadeo de la Leche en la República Dominicana (DE LOS SANTOS, T., BURGOS, G., Y MENDOZA, G.) SEA/IICA. Santo Domingo, R. D. Junio 1976. 23 páginas. |

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

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

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

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 la 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 (ALCANTARA, R., MCKINNEY, W., GOMEZ DE EGA, R, RAMIREZ, C. Y LA GRA, J.). 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 LABOUR, J. Y MENDOZA, G.) SEA/IICA. Santo Domingo, R. D. Julio 1976. 14 páginas.

20 Diagnóstico del Mercadeo de Fertilizantes en la República Dominicana. (FERNANDEZ, 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.

24 Estudio sobre Pérdida Post-Cosecha de Papa en la República Dominicana (MANSFIELD, G., JIMENEZ, J., MENDOZA, G.). SEA/IICA. Santo Domingo, R. D. Diciembre, 1976. 70 páginas.

25 Inventario de Organizaciones Agropecuarias Activas en la República Dominicana, Marzo 1976. (ALCANTARA, R., MCKINNEY, W., RAMIREZ, C., DE AZA, R., Y LA GRA, J.) SEA/IICA. Santo Domingo, R. D. Enero 1977. 155 páginas.

26 Encuesta de Entrada y Salida de Productos Agropecuarios a Santo Domingo (Tercera Parte). Abril 1977. 93 páginas.

27 Estudio sobre Pérdidas Post-Cosecha de Tomate en República Dominicana. (MANSFIELD, G., JIMENEZ, F., PEREZ, J., MENDOZA, G.) SEA/IICA. Santo Domingo, R. D. Abril 1977. 62 páginas.

28 Proyecto Centros de Servicios Rurales Integrados CENSERI. SEA/IICA. Santo Domingo, R. D. Mayo 1977. 17 páginas.

29 Diagnóstico del Mercadeo de Maíz en la República Dominicana. (SURIEL, T., HERNANDEZ, A., PLA, D. Y COLABORADORES). SEA/IICA. Santo Domingo, R. D. Mayo 1977. 41 páginas.

30 Diagnóstico del Abastecimiento de Alimentos en Santo Domingo (MARTINEZ, D., BECKER, A. Y COLABORADORES). SEA/IICA. Santo Domingo, R. D. Junio 1977. 61 páginas.

31 Bases para una Metodología de Estudios de Pérdidas Post-Cosecha de Productos Agropecuarios. (MANSFIELD, G., MENDOZA, G. Y COLABORADORES). SEA/IICA. Santo Domingo, R. D. Agosto 1977. 37 páginas.

32 La Distribución Urbana de Alimentos en la Ciudad de Ssanto Domingo. (SURIEL, T. Y COLABORADORES). SEA/IICA. Santo Domingo, R. D. Diciembre 1977. 100 páginas.

| FECHA DE DEVOLUCION | | | |
|---|---|---|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Autor ALIMENTOS EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO

Título LA DISTRIBUCION URBANA DE

| Fecha Devolución | Nombre del solicitante |
| --- | --- |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |