

IICA  
E70  
166

INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS DE LA OEA  
Representación en República Dominicana

IICA  
E70  
166

INFORME A LA SECRETARIA DE ESTADO DE  
AGRICULTURA: COOPERACION TECNICA EN  
COMERCIALIZACION AGROPECUARIA

Santo Domingo, R.D.

18 de julio de 1974

CONTENIDO

Pág.

	Introducción .....	1
I.	Revisión de Documentos Preparados para Prediagnóstico ....	1
	A. Informe sobre Análisis Institucionales .....	3
	Comentarios y Recomendaciones .....	9
	B. Informe sobre Comercialización Agropecuaria.....	12
	Comentarios Generales y Recomendaciones .....	17
II.	Análisis de los Objetivos del Subsector de Comercialización - Agropecuaria.....	24
	A. Objetivos .....	24
	B. Areas Críticas .....	27
	C. Objetivos Importantes no Mencionados .....	32
III.	Reorganización del Departamento de Economía Agropecuaria ..	34
	A. Funciones de la Dirección del Departamento de Econo- mía Agropecuaria.....	34
	B. Funciones de la Unidad de Estadística .....	36
	C. Funciones de la Unidad de Información y Mercados....	36
	D. Funciones de la Unidad de Administración Rural .....	38
	E. Funciones de la Unidad de Mercadeo .....	39 A.
IV.	Magnitud del Trabajo de la Cooperación Técnica.....	40
	Concurso de Antecedentes para Asistencia Técnica ....	40
	I. Antecedentes .....	41
	II. Objetivos.....	42
	III. Plan de Acción .....	42

IV.	Trabajo a Realizar .....	42
V.	Referencia Sobre los Antecedentes de las Firmas - Offerentes .....	45
VI.	Objetivo del Concurso .....	45
VII.	Calendario de Trabajo .....	45

ANEXOS

Anexo I.	Bibliografico sobre Comercialización Agropecuaria en República Dominicana.....	1-5
Anexo II.	Algunas Entidades que Realizan Funciones de Comer- cialización Agrop. en República Dominicana.....	1-3
Anexo III.	Metodología para Evaluación de Funciones en Merca- deo.....	1-5

## Introducción

Como resultado de una solicitud de la Secretaría de Estado de Agricultura de la República Dominicana sobre asesoría técnica en comercialización agropecuaria, la Representación del IICA en República Dominicana en colaboración con la AID trajo dos especialistas\* en comercialización agropecuaria durante el mes de junio de 1974 para asesorar a la Oficina de Planificación, Coordinación y Evaluación de la SEA en aspectos de comercialización agropecuaria.

Los términos de referencia de la asesoría fueron los siguientes:

1. Evaluar los documentos preparados para el pre-diagnóstico del sector agropecuario, con énfasis en los aspectos de comercialización agropecuaria.
2. Analizar la situación institucional de dicho subsector.
3. Preparar un organigrama de una unidad de mercadeo y hacer recomendaciones para la reorganización del Departamento de Economía Agropecuaria.
4. Preparar un bosquejo de la magnitud del trabajo ("Scope of Work") que cubriría la cooperación técnica a la unidad de mercadeo.

Los resultados de esta asesoría en comercialización agropecuaria se detallan a continuación.

### I. REVISION DE DOCUMENTOS PREPARADOS PARA PREDIAGNOSTICO.

Fueron revisados los siguientes documentos.

Análisis institucional de:

1. Secretaría de Estado de Agricultura (SEA)

---

\* Jerry La Gra; junio 3- julio 15  
Nelson Suarez; junio 19-28.

2. Instituto de Estabilización de Precios (INESPRE)
3. Centro Dominicano de Promoción y Exportación (CEDOPEX)
4. Instituto Agrario Dominicano (IAD)
5. Instituto de Desarrollo y Crédito Cooperativo (IDECOOP)
6. Oficina de Desarrollo de la Comunidad (ODC)
7. Banco Agrícola
8. Banco Central

Además fueron revisados documentos sobre:

9. Agro-industrias por Suarez/Donastorg
10. Transporte y Comunicaciones
11. La Situación y Problemas del Mercadeo Agrícola en el Valle del Cibao, Joaquin Díaz.
12. Características Estructurales de la Producción Agrícola en el Valle del Cibao, Harry Wing.
13. Diagnóstico de la Situación de Mercadeo Agrícola en la República Dominicana, con los anexos: \*

I. Informe de Nelson Suarez a INESPRES

II. Información de Precios.

IV. Gráficas de Algunos Precios al Detalle-1973

V. Canales de Mercadeo

VI. Reglamentos de Clasificación (arroz-maiz-habichuelas.)

VII. Relación de los Principales Mayorista de Arroz a Nivel Nacional.

---

\*El Anexo III no fué recibido de la SEA y no fué revisado.

Como se puede notar, estos 13 documentos se dividen en dos categorías, los de análisis institucional de algunas instituciones del sector agropecuario y los documentos preparados específicamente para el subsector comercialización agropecuaria. Por esta razón, los comentarios y recomendaciones que se hacen a continuación serán presentados en dos partes: la parte "A" sobre los informes (1-8) Análisis Institucionales y la parte "B" sobre los informes (9-13) comercialización agropecuaria.

A. Informes Sobre Análisis Institucionales.

1. Secretaría de Estado de Agricultura (SEA)

- a) El documento sobre la Secretaría da la impresión de que existe una notable confusión entre los objetivos y funciones asignadas a la SEA. Esta confusión se extiende hasta la misma presentación del informe y las recomendaciones de éste.
- b) No parece lógico el organigrama porque, por ejemplo el Instituto del Tabaco aparece al mismo nivel de Asesoría Técnica mientras que el Departamento de Café y Cacao aparece bajo una Subsecretaría.
- c) Como puede observarse, en este documento, la SEA sufre de una serie de problemas en casi todos los Departamentos: infraestructura administrativa inadecuada, falta de delegación de funciones, trámites muy lentos, procedimientos de adquisiciones problemáticas, presupuesto insuficiente, falta de personal capacitado, falta de incentivos para el personal, etc. El documento identifica algunos problemas y hace recomendaciones para eliminarlos. Sin embargo, el estudio no

contesta la pregunta ¿ Porqué existen estos problemas y cuáles son las soluciones alternativas? Por ejemplo, es fácil recomendar la capacitación o la contratación de personal técnico de alto nivel. La necesidad es obvia. Sin embargo, si preguntamos ¿ A quién vamos a capacitar y qué tipo de técnicos necesita la SEA?.

Este documento no lo dice. Es necesario estudiar a fondo la organización de la SEA e identificar no solamente problemas, sino también la causa de los problemas, soluciones y alternativas.

Para realizar un estudio de esta naturaleza es recomendable contratar una institución especializada en este aspecto.

- d) La SEA tiene algunos objetivos y funciones que no son reales. Por ej. "Financiar proyectos agropecuarios no tradicionales". La SEA debe tratar de identificar proyectos y programas de prioridad y hacerlos bien y no tratar de solucionar todos los problemas del sector.
- e) El informe examinado no analiza los servicios de la SEA, tales como información de precios, distribución de insumos y otros aspectos de mercadeo y producción.

## 2. Instituto Nacional de Estabilización de Precios (INESPRE)

- a) El documento sobre INESPRES es bastante completo y objetivo. Es un buen documento de introducción, pero falta información más específica sobre funciones en mercadeo que permita a la SEA evaluar actividades y determinar áreas para trabajos complementarios. Es cierto -

que INESPRES es una institución muy dinámica y cuenta con un personal bien calificado. Sin embargo hay ciertas áreas de mercadeo que INESPRES no toca o no debe tocar. El documento final de INESPRES debe suplir información suficientemente detallada que permita a la SEA determinar el campo de acción de sus unidades de mercadeo e información de precios y mercados para garantizar complementaridad y no duplicidad.

3. Instituto Agrario Dominicano (IAD).

- a) Este documento es muy interesante pero principalmente descriptivo con aproximadamente un 60% dedicado a la situación actual de la tenencia de la tierra.
- b) El documento dice que el IAD no ha cumplido con sus objetivos, ni está cumpliendo con ellos, ni puede cumplir con ellos. Con esta situación sería necesario una reestructuración completa del IAD. En este caso, debe contemplarse un análisis institucional de fondo para determinar exactamente porque la situación es así y cuales son las soluciones alternativas.
- c) El documento no incluye información sobre los servicios que el IAD da al pequeño agricultor como por ejemplo, distribución de insumos, programa de crédito, asistencia técnica en producción y comercialización, transporte, etc. Para determinar el impacto que el IAD está teniendo sobre el sector agrícola, esta clase de datos es muy importante. Puede ser que haya algunas funciones o servicios en mercadeo que el IAD está realizando adecuadamente y es muy

importante identificarlas.

d) Es interesante notar que, según el informe, la mejor coordinación interinstitucional existe entre el IAD y el Banco Agrícola. ¿ Por qué no hay mejor coordinación con la SEA y el IDECOOP, etc. ?

4. Instituto de Desarrollo y Crédito Cooperativo (IDECOOP)

- a) Este documento contiene datos estadísticos acerca del IDECOOP y mucha información secundaria. Sin embargo, no hace ningún análisis descriptivo de la entidad, sino que pasa directamente a conclusiones y recomendaciones sin que exista una base para formularlas.
- b) La información relacionada con el personal del IDECOOP está muy detallada pero no incluye nada sobre la preparación de los técnicos que trabajan en cooperativas agrícolas, su experiencia y nivel académico.
- c) Varias de las tablas presentadas están incompletas o falta información básica como fechas, descripción de datos, claridad en los títulos, etc.
- d) La organización del informe no sigue el esquema preparado por la SEA.
- e) Aproximadamente el 85% de las actividades del IDECOOP están en el sector agropecuario. Con esta concentración de recursos de IDECOOP valdría la pena considerar más detalladamente los servicios y funciones de las 46 cooperativas agrícolas. Identificando actividades en mercadeo, recursos físicos, problemas específicos, necesidades en capacitación, etc.
- f) El análisis no incluye información sobre preguntas como:

-Cual es el impacto de las cooperativas agrícolas sobre el sector agropecuario?.

-Qué potencial existe para la formación de más cooperativas agrícolas y a qué costo?.

-Cúal debe ser la relación de la SEA con las cooperativas agrícolas?

5. Centro Dominicano de Promoción de Exportaciones (CEDOPEX)

a) Este documento es básicamente, una repetición de información contenida en otras publicaciones.

b) Algunas preguntas interesante que este documento no ha considerado son:

-Qué tipo de cursos organiza CEDOPEX sobre comercialización internacional?.

-Hace CEDOPEX estudios sobre la oferta interna exportable?.

-Cúales son las actividades del Departamento de Estudios Especiales de CEDOPEX?.

-Existe el peligro de que dupliquen estudios específicos el Departamento de Estudios Especiales de CEDOPEX y el Departamento de Economía Agropecuaria de la SEA?.

-Qué tipo de coordinación hay entre CEDOPEX, INESPRES, SEA, IAD y Banco Agrícola?

6. Oficina de Desarrollo de la Comunidad (ODC).

a) Como el informe del IDECOOP, este informe no hace ningún análisis

descriptivo de la entidad sino que, pasa directamente a conclusiones y recomendaciones.

b) La ODC es una institución de desarrollo comunal y en sí es menos importante en el sector agrícola que en el sector educacional, sanitario, actividades sociales, etc. Sin embargo, la ODC está activa en áreas agrícolas como proyectos de irrigación, caminos vecinales y cooperativas agrícola y crédito supervisado.

Algunos datos adicionales que deberfan incluirse en este documento son los siguientes:

- Un resumen de los proyectos agrícolas promovidos por la ODC
- Zona de influencia (No. de personas, área geográfica, etc.)
- Costos de estos proyectos.
- Area donde debe haber coordinación con la SEA y otras entidades del sector agrícola.

## 7. Banco Agrícola.

- a) Este documento es demasiado general como para tener mucha validez en el diagnóstico del subsector de comercialización agropecuaria.
- b) No se conoce por medio de este documento cuáles serían las posibilidades de financiamiento a empresas de comercialización de productos y/o insumos agropecuarios.
- c) El documento no contiene información detallada sobre personal capacitado en agricultura y/o mercadeo.
- d) Falta también, información sobre si hay o no, programas de crédito

para la comercialización de productos y/o insumos y los tipos de crédito.

8. Banco Central.

- a) Este estudio no contiene nada acerca de líneas de crédito para la comercialización agropecuaria.
- b) El documento no incluye detalles sobre los estudios económicos hechos por el Departamento de Estudios Económicos, cuando estos están relacionados con el sector agropecuario.
- c) Hay que observar que el Banco Central tiene prevista una buena coordinación con INESPRES, CEDOPEX, Banco Central y Control de Precios.  
Cómo funciona esta coordinación?.
- d) El informe no contesta las preguntas.  
En qué se usan los fondos FEDE?. Hay crédito para la comercialización y/o agroindustria?.

Comentarios y Recomendaciones sobre los Informes de Análisis Institucional.

Comentarios

1. Los trabajos en general, no siguen el mismo esquema y les falta organización.
2. En casi todos los casos, los aspectos institucionales son demasiado generales y no proveen información nueva sobre aspectos agrícolas.  
Se nota que han usado el modelo que usan los Bancos Internacionales como por ejemplo el BID cuando el análisis institucional es hecho para evaluar la capacidad de una institución en la ejecución de un proyecto

específico. Cuando el objetivo es hacer un diagnóstico del sector, sería más conveniente si cada institución del sector hiciera un estudio detallado de sus actividades, potencial, necesidades y recursos relacionados - específicamente con el sector agropecuario.

### Recomendaciones

1. La SEA debe realizar análisis institucionales de la Secretaría de Industria y Comercio y de la Secretaría de Obras Públicas con el objetivo de estudiar la relación entre estas Secretarías y el sector agropecuario.
2. La SEA debe analizar en detalle los recursos humanos, físicos y - financieros disponibles en la Secretaría, para el subsector comercialización agropecuaria.
3. La SEA debe estudiar las relaciones entre el Departamento de Economía Agropecuaria y los demás Departamento de la misma, para determinar los factores limitantes para el buen desarrollo del Departamento de Economía Agropecuaria en general y la unidad de - mercadeo en particular.
4. La SEA debe considerar la posibilidad de promover un curso de una semana para realizar los objetivos de:
  - a) Orientar el personal que elabora los análisis institucionales, en los objetivos del análisis e identificar datos específicos a incluir.
  - b) Estudiar la metodología para la presentación de informes y determinar la metodología exacta para la presentación de los informes finales de los análisis institucionales.

5. La SEA debe utilizar los informes de análisis institucionales para analizar en detalles las diferentes funciones y actividades en mercadeo y especializarse en aquellas que son de más alta prioridad para el subsector de comercialización agropecuaria, sin duplicar las funciones de otras entidades.
6. La SEA debe estudiar en detalle los objetivos y funciones de las diferentes instituciones del sector y promover un nuevo proyecto de ley para evitar duplicación de funciones en la comercialización agropecuaria.
7. En su análisis institucional:
  - a) INESPRES debe identificar cuales son sus objetivos inmediatos de mediana y larga duración y cuáles son los recursos humanos y financieros disponibles para alcanzarlos.
  - b) INESPRES debe identificar que recursos, asistencia o cooperación necesita de otras entidades del subsector de comercialización agropecuaria, para realizar sus objetivos.
  - c) INESPRES debe analizar su política de "apagar incendios" para determinar si en esta forma puede alcanzar sus objetivos.
8. En el análisis institucional del IAD debe incluirse una evaluación de los servicios que el IAD da al campesino dominicano.
9. En el análisis institucional del IDECOOP debe realizarse un análisis más detallado de los servicios que ofrecen las 46 cooperativas agrícolas y debe contestar las tres preguntas formuladas en I. A. 4.f.

10. En el análisis institucional del CEDOPEX debe contestarse las cinco preguntas formuladas en I. A. 5. b. .
11. En el análisis institucional de la ODC debe incluirse la información adicional mencionada en I. A. 6. c.

B. Informes Sobre Comercialización Agropecuaria.

1. Agroindustria.

- a) Aunque el informe respectivo no tiene mucha profundidad, es bastante útil para dar una orientación, al menos preliminar, - sobre la materia.
- b) El analisis sobre la agroindustria no incluye datos específicos por producto incluyendo, localización, capacidad de las fábricas, zonas y potencial de producción de materia prima, números y tipos de empleados, problemas y posibilidades de compra venta, - relaciones con el sector público (Industria y Comercio, CEDOPEX, INESPRES, et.).
- c) El informe es limitado, en el sentido de que trata solamente de las industrias procesadoras de productos agrícolas como azúcar, frutas, legumbres, etc. No hay mención de otras agroindustrias importantes como fábrica de cajas de cartón, latas, sacos, etc. usadas en la comercialización de productos agropecuarios.
- d) En el mismo sentido el informe no trata de la relación entre la agroindustria y el productor, por ejemplo, los servicios (crédito, insumos, transporte) que algunas industrias (tomate) dan al productor.

## 2. Transporte y Comunicaciones.

- a) Este documento es una buena introducción al sistema de transporte y comunicaciones en la República Dominicana. Sin embargo, consiste principalmente en generalizaciones u opiniones no documentadas. En los pocos casos donde hay informaciones cuantificadas no están claras las fuentes de información.
- b) Las dos formas de transporte más importantes en la República Dominicana son la marítima para la exportación/importación y el automotor para la comercialización interna. Sin embargo, el documento no ensaya ningún análisis detallado sobre estos dos modos de transportes identificando por ejemplo, el número de camiones, compañías marítimas, itinerarios de barcos, estudios hechos, publicaciones, fuentes de información, etc.
- c) El documento ha identificado varios problemas de transporte y la necesidad de estudios diversos, pero sin una documentación detallada de datos disponibles, no es posible determinar las prioridades de estudios en la próxima etapa del diagnóstico. En este sentido, el documento es más una introducción del sector transporte y comunicaciones que un prediagnóstico.
- d) El informe no ha considerado los aspectos sociales del sistema de transporte. Por ejemplo:
- Cúal es la importancia o impacto de asociaciones de camioneros?
  - Cuántas personas están empleadas por los diversos modos de transporte?.

- e) Parece que existe una confusión entre varias entidades del estado sobre la política de construcción de caminos vecinales. Es muy importante estudiar la política de la ODC, Obras Públicas, SEA, etc. relacionada con caminos vecinales, para determinar la mejor forma para que la SEA pueda influir en la determinación de prioridades.
  - f) En la sección sobre comunicaciones el informe no incluye datos básicos sobre el número de estaciones de radio, horarios, alcance, etc.
  - g) Las conclusiones y recomendaciones están basadas sobre las generalizaciones del informe lo que les da poca validéz.
3. La situación y problema del mercadeo agrícola en el Valle del Cibao.
- a) Este informe contiene elementos bastantes útiles acerca del sistema de comercialización agrícola en el Valle del Cibao. Sin embargo, se observa una fuerte tendencia a generalizar y a llegar a conclusiones sin fundamentos suficientes.
  - b) Aunque las recomendaciones están basadas sobre experiencias en una sola región del país, son muy interesantes y deben ser analizadas desde el punto de vista de las condiciones en diferentes regiones.
  - c) Elementos muy importantes de este informe que no se encuentran en ningún otro informe son:
    - Costos de comercialización de habichuelas rojas, plátano, cebolla, papa, maíz y el tomate de ensalada.

-Canales de comercialización del plátano, yuca, batata, habichuela, cebolla, guandul, tomate de ensalada, maiz, sorgo, mani, soya, tomate industrial, tabaco, café y cacao. Contiene también porcentajes sobre lo comercializado según clase de intermediario.

-Inventario de recursos físicos y humanos disponibles, de varias empresas públicas y privadas relacionadas con la comercialización, la exportación y la industrialización.

4. Características estructurales de la producción agrícola en el Valle del Cibao.

a) Este documento tiene muchas cosas interesantes sobre producción física y económica, pero no incluye nada sobre comercialización.

5. Diagnóstico de la situación del mercadeo agrícola en República Dominicana.

a) Este breve trabajo de 9 páginas es nada menos que un resumen muy general de algunos datos presentados en los anexos I - VII con la adición de algunas observaciones muy superficiales.

Anexo I. Informe de Nelson Suarez a INESPRES.

Este informe puede dividirse en dos partes. La primera, comentarios generales sobre el sistema de mercadeo de alimentos en la República Dominicana y la segunda, tres proyectos específicos para mejorar el funcionamiento de INESPRES. En el análisis de esta segunda parte, uno debe considerar que el trabajo fué hecho bajo un contrato de servicios particulares a INESPRES y no representa, necesariamente, las mejores alternativas para todo el subsector.

Anexo II. Información de Precios.

Este anexo consiste en dos tablas sobre precios de algunos productos a nivel de finca y otros al por mayor. Los precios son para el período 1960 hasta 1971. No hay datos sobre precios durante 1972 y 1974. Este anexo no incluye la metodología usada en determinar las tablas.

Anexo IV Gráficas de Algunos Precios al Detalle- 1973.

Este anexo consiste en tres diagramas de las fluctuaciones mensuales de los precios al detalle y las cantidades de habichuelas rojas, cebolla criolla y papa criolla llegadas a los mercados de Santo Domingo en 1973. Son datos compilados por el Departamento de mercadeo de INESPRES. Son interesantes pero falta una explicación de la metodología usada y el análisis de los datos.

Anexo V Canales de Mercadeo.

Consiste en diagramas de canales de comercialización de 12 productos. Es un trabajo muy preliminar. Le falta porcentajes de volumen de productos manejados, metodología empleada en la determinación de los canales, y un informe escrito o análisis de los canales de mercadeo.

Anexo VI Reglamentos de Clasificación de Arroz, Maiz y Habichuelas.

Estos reglamentos son técnicos y completos. INESPRES debe continuar elaborando documentos de esta naturaleza.

Anexo VII Relación Principal de Mayoristas de Arroz a Nivel Nacional.

Es un documento básico importante. Sin embargo, le falta organización en su presentación. También le falta datos sobre unidades usadas, fuentes de información, fechas, metodologías, etc.

Comentarios Generales y Recomendaciones Sobre los Informes de Comercialización Agropecuaria.

1. Los documentos mencionados arriba están casi sin excepción, incompletos y o muy mal organizados.
2. Es evidente que el diagnóstico del subsector de la comercialización agropecuaria le hace falta mucha información y datos. Los cinco documentos con sus anexos, forman solamente una pequeña parte de la literatura disponible sobre mercadeo en la República Dominicana (vease anexo I).
3. Se nota que para realizar el prediagnóstico de la comercialización agropecuaria hace falta una persona especialista en mercadeo encargada de buscar y organizar la información disponible sobre este subsector.
4. Para realizar un diagnóstico completo del subsector de comercialización es necesario tener disponible una serie de estudios o datos sobre los siguientes aspectos:
  1. Análisis Institucional de las instituciones del subsector, identificando y evaluando sus funciones en mercadeo y los recursos físicos, financieros y humanos disponibles. Debe abarcar tanto el sector privado como público.
  2. Sistema de Transporte y Comunicaciones, descripción del sistema usado para la comercialización interna así como para la exportación, cuantificando el número de camiones, barcos, etc., con itinerarios, tipos y cantidades de productos, costos, etc.

3. Información de Precios de productos agropecuarios a diferentes niveles, por región.
  4. Mercados Rurales y Urbanos, su localización y modo de operación.
  5. Almacenamiento de productos agropecuarios a nivel de finca, por los intermediarios y por instituciones gubernamentales.
  6. El Consumidor, sus deseos y hábitos de consumo.
  7. Agroindustria,<sup>\*</sup> su situación actual y potencial para la producción de materiales de envase y el procesamiento de productos agropecuarios.
  8. Sistema actual de Pesos y Medidas, por producto y por región.
  9. Estudios detallados por Productos Específicos.
  10. Sistema actual de distribución de los Insumos Agrícolas, importación, exportación, consumo interno, costos, etc.
5. Analizando la situación actual del prediagnóstico del subsector comercialización agropecuaria con respecto a los 10 aspectos presentados en el número 4 arriba, tenemos lo siguiente:

1. Análisis Institucional: Existen análisis institucionales sobre las instituciones más importantes del subsector, pero están incompletos.

---

\* Se entiende por agroindustria ("agribusiness" en inglés), toda actividad industrial relacionada con el sector agropecuario, tales como la producción de insumos agrícolas (fertilizantes, semillas, maquinaria) y artículos de envase para su comercialización, así como el procesamiento de la misma producción agropecuaria.

2. Sistema de Transporte y Comunicaciones: Existe un documento sobre este aspecto pero muy preliminar.
3. Información de Precios: Los pocos datos que hay sobre precios al por mayor y detalle en 7 mercados están muy mal organizados y presentados.
4. Mercados Rurales y Urbanos: Existen algunos datos, principalmente de precios en mercados urbanos (INESPRE) pero nada sobre mercados rurales. No existen estudios sistemáticos de mercados a nivel de pueblo, región o nacional.
5. Almacenamiento: Hay buenos datos sobre almacenamiento a nivel del sector público (INESPRE) y para la industria arrocera, pero los datos sobre almacenamiento a nivel de finca y por los intermediarios son muy escasos.
6. El Consumidor: En el estudio "Estudio Sobre Presupuestos Familiares" volúmenes I, II, III y IV, hay buena información sobre hábitos de consumo en Santo Domingo. Los datos son del año 1969 pero servirán para el diagnóstico del sector agropecuario.
7. Agroindustria: El Pre-diagnóstico incluye un informe sobre agroindustria. Sin embargo, los datos sobre procesamiento de productos agropecuarios son incompletos y el informe no incluye nada sobre la producción de insumos agrícolas o materiales de envase.
8. Pesos y Medidas: No existe ningún documento relacionado a este aspecto.

9. Productos Específicos: Están en proceso varios estudios sobre productos específicos, pero todavía los resultados no están disponibles.
10. Insumos Agrícolas: No existe ningún documento relacionado a este aspecto.

#### Recomendaciones.

1. Dada la necesidad de estudios e investigaciones primarias sobre mercados, precios, pesos y medidas, transporte, agroindustria, insumos, etc., se recomienda la reorganización inmediata del Departamento de Economía Agropecuaria de la SEA para que se inicien estos estudios lo más pronto posible.

Después de la reorganización del Departamento pero antes del comienzo de los estudios, es necesario convocar a una Reunión General con sus diferentes unidades, para discutir en detalle la situación actual del subsector de comercialización agropecuaria, las necesidades de información y las metodologías para los estudios.

2. El informe sobre la agroindustria debe ser complementado con datos específicos por producto incluyendo zonas de producción de materia prima actual y potencial, capacidad actual y potencial de las fábricas, número y tipos de empleados, problemas principales, relaciones entre la agroindustria y el sector privado y el sector público, etc.

El informe también debe incluir información y datos sobre fábricas de insumos agrícolas y materiales de envase (cajas de metal y cartón, sacos, etc.

3. El informe sobre transporte debe incluir datos específicos sobre los siguientes aspectos:
  - a) Marítimo: itinerarios, regularidad, capacidad de almacenamiento (temperatura ambiente y controlada) en Santo Domingo y en los barcos, duración de los viajes, tarifas por productos, materiales de empaque necesarios, problemas principales, etc.
  - b) Automotor: Número de camiones, clasificación por tamaño, frecuencia de viajes, itinerarios, envases usados, zonas de producción, tipos y cantidades de productos y horas de entrada en Santo Domingo, etc. Mucha de esta información está disponible en el Departamento de Estudios Especiales de INESPRES que está actualmente realizando un estudio sobre transporte de productos agrícolas hacia Santo Domingo.
4. Ya que dos factores limitantes para la exportación de ciertos productos agropecuarios frescos son cámaras frigoríficas y de fumigación, sería recomendable coordinar un inventario de estas facilidades con CEDOPEX para incluir en el diagnóstico final.
5. En algunas ciudades de la República Dominicana existe ciertas asociaciones de camioneros que no permiten que otros camioneros transporten productos en determinadas zonas. Sería interesante estudiar este tipo de organización para determinar el impacto potencial que repre-

sentan sobre el sistema interno de comercialización agropecuaria.

6. El informe sobre comunicaciones debe estudiar la practicabilidad de usar tiempo libre (sin costo) de las estaciones de radio para la difusión de información sobre precios y mercados. Algunas preguntas que deben incluirse son:

- ¿Corresponde el tiempo disponible (sin costo) en las estaciones de radio con las horas que el productor se encuentra en su casa?
- Es el tiempo disponible (sin costo) igual todos los días?
- ¿Cuál es el alcance de las estaciones de radio?.

7. El Departamento de Economía Agropecuaria de la SEA debe iniciar estudios sobre los siguientes aspectos de la comercialización agropecuaria en el más breve tiempo posible, usando siempre metodologías adecuadas:

-Información de Precios; debe juntar y analizar toda la información disponible sobre precios de productos agrícolas en mercados domésticos con el objetivo de identificar las mejores fuentes de información de esta naturaleza y determinar las necesidades de información adicional.

-Mercados; deben preparar un mapa de la República, localizando todos los mercados urbanos y rurales y clasificándolos por

tamaño, productos, distancias de los centros de consumo, origen de los productos vendidos en los mercados, etc.

-Almacenamiento; deben actualizar la información sobre capacidad y localización de almacenes y depósitos de instituciones públicas. También deben realizar un inventario de recursos físicos disponibles para almacenar diferentes productos en el sector privado. El mismo informe debe incluir información descriptiva sobre almacenamiento a nivel de finca.

-Pesos y Medidas, debe iniciar un estudio sobre pesos y medidas, formas de envase y formas de transporte a nivel regional.

-Insumos Agrícolas, deben realizar un estudio sobre producción doméstica, importación y sistema de distribución de insumos agrícolas, incluyendo costos de insumos a nivel regional.

8. El Diagnóstico definitivo debe incluir una bibliografía completa de los estudios, informes, publicaciones, etc., del sector y también una lista completa de los profesionales del sector, incluyendo nombres, nivel académico, título actual e instituciones de empleo actual.

## II. ANALISIS DE LOS OBJETIVOS DEL SUB-SECTOR DE COMERCIALIZACION AGROPECUARIA.

### A. Objetivos

En la República Dominicana hay alrededor de 26 entidades (vease anexo II) que en una forma u otra ejecutan funciones de mercadeo. Estas entidades incluyen las municipales, la Marina de Guerra, La Secretaría de Industria y Comercio, la Secretaría de Salud Pública, etc. Estas entidades realizan funciones como organización de mercados, almacenamiento de pescado, leyes y controles, salubridad de mercados, etc., respectivamente. Por razón de sus limitadas funciones, esta clase de entidades son menos importantes en el subsector de mercadeo, Entre todas las instituciones que realizan funciones de mercadeo, hay 6 que son las más importantes por la simple razón de que realizan mayor número de funciones en este subsector. Estas 6 instituciones son SEA, INESPRES, CEDOPEX, IAD, IDECOOP y ODC.

Es posible entonces determinar los objetivos del subsector si analizamos los objetivos de cada una de estas 6 instituciones, combinando objetivos similares y eliminando las duplicaciones. En esta forma es posible resumir los objetivos del subsector en los 6 objetivos generales y los 20 objetivos específicos que siguen. Estos 20 objetivos específicos son los objetivos explícitos del subsector de comercialización agropecuaria que hemos derivado de las leyes que crean las instituciones y o de los análisis institucionales de prediagnóstico y entrevistas con personas claves de cada institución.

Objetivo General

Objetivos Específicos

- |  |  |
|--|--|
| 1. Ampliar la base de conocimientos sobre el potencial de mejoramiento del sistema de mercado. | (1) 1. Realizar estudios sobre mercadeo de productos agropecuarios.  |
| 2. Construir y/o ampliar obras de infraestructura y mejorar los servicios de comercialización. | (2) 2. Identificar y preparar Proyectos Específicos de comercialización.   |
| 3. Promover y desempeñar funciones auxiliares de comercialización.                             | (3) 1. Promover y/o construir obras de infraestructura de mercadeo.  |
| 4. Mejoramiento intensivo del sistema de comercialización en favor de pequeños agricultores.   | (4) 2. Prestar servicios varios (ej. almacenamiento, secamiento, transporte, etc.) de comercialización.                                    |
|  | (5) 3. Promover la construcción de caminos vecinales.  |
|  | (6) 1. Informar sobre precios a los agricultores.  |
|  | (7) 2. Regular el mercado a través de programas de sustentación de precios.  |
|  | (8) 3. Determinar normas de calidad de productos agropecuarios.  |
|  | (9) 1. Organización de asociaciones agrícolas.   |
|  | (10) 2. Fomentar y ayudar a establecer facilidades para la obtención de insumos agrícolas.   |
|  | (11) 3. Promover y estimular el establecimiento y desarrollo de industrias agrícolas que puedan utilizar las cosechas de los agricultores. |
|  | (12) 4. Proveer asistencia técnica en comercialización.  |
|  | (13) 5. Otorgar créditos a cooperativas agrícolas para diversos fines.   |

5. intervenir directamente con la comercialización de productos agropecuarios.

(14) 1. Manejar directamente (comprar, almacenar, vender) productos perecederos (como ajo, cebolla, papa, etc.) por medio de una red de frigoríficos.

(15) 2. Establecimiento de subcentros de compra y distribución.

(16) 3. Intervenir en la distribución mayorista y detallista de productos seleccionados (arroz, maíz, plátano, habichuela, papa etc.).

(17) 4. Importar y exportar productos seleccionados.

6. Promover la exportación de productos agropecuarios.

(18) 1. Analizar y evaluar la oferta interna exportable, establecer prioridades para la promoción de productos específicos de exportación, formular la política respectiva y establecer líneas específicas de productos de exportación.

(19) 2. Capacitación de técnicos en exportación (comercialización internacional, mercados nuevos, control de calidad, empaque y embalaje, transporte, etc.).

(20) 3. Informar productores, distribuidores y exportadores sobre posibilidades de exportaciones, requisitos y procedimientos.

## B. Areas Críticas.

Para llegar a cumplir los 20 objetivos del subsector, es necesario que las instituciones del subsector realicen varias funciones en mercadeo. Algunas de estas funciones son limitantes en el sentido que si no son ejecutadas eficientemente no es posible alcanzar los objetivos. Estas funciones limitantes de la comercialización agropecuaria las estamos llamando aquí "áreas críticas".

Para identificar las areas críticas fué necesario analizar cada uno de los 20 objetivos específicos en relación a las 23 funciones de comercialización agropecuaria presentada en la columna vertical de la tabla I. Los resultados de estos análisis están presentados en esta misma tabla. Los 20 objetivos específicos están presentados en las columnas horizontales. Cuando la función es considerada crítica para alcanzar uno de los 20 objetivos específicos está señalado en la tabla I con una C. Cuando la función es considerada importante, pero no limitante o crítica, está marcada con una I.\* Las columnas totales en el análisis final de la tabla I muestran que para cumplir con estos 20 objetivos específicos del subsector, las funciones más críticas son coordinación, información, investigación, capacitación y

---

\* Por ejemplo, en el caso No. I Información (Precios), para llegar a realizar objetivos (específicos) 1 - 7 - 14 - 15 - 16 - 17 - y 18 la función "Información sobre Precios" es crítica. Para los objetivos 2 - 4 - 10 - 11 y 13 la función de información sobre precios es importante pero no crítica. En resumen - esta función es importante para realizar 5 objetivos y crítica para alcanzar 7.

programación y evaluación.\* Es interesante notar que todas estas son funciones de comercialización agropecuaria que la SEA no está actualmente realizando. Para asegurar un subsector de comercialización integrado y eficiente tendrían que ejecutarse.

Otras funciones críticas o importantes son: Normalización, Organización, Financiación, e Infraestructura (instalaciones, vías, equipos) - Estas funciones defieren de las anteriores en el sentido de que son funciones que instituciones especializadas como INESPRES, CEDOPEX, IDECOOP, IAD, Banco Agrícola y ODC pueden ejecutar quizás mejor - que SEA y no necesitan el mismo grado de coordinación e integración.

---

\* Son más críticas o más importantes porque son críticas para un mayor número de objetivos específicos. Quiere decir que en la columna Total (crítico) son las funciones con los números más altos e.g. I. Información = 7- 6- 7.





cont. tabla # I.

FUNCIONES DE COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS																				TOTAL			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		CFL-Im- tico port.		
16. Procesamiento																						2	1	
17. Acopio			C									I					C							
18. Distribución Mayorista																								
19. Distribución Minorista																								
20. Prestar Servicios Varios: -distribución insumos -transporte -almacenamiento -temperatura ambiente -temperatura controlada							I			I	I												2	3
21. Instalaciones				C			C			C	C											4		
22. Vías				C			C			C	C											3		
23. Equipos				C							C			C	I		C					4	1	

No fué posible en el corto tiempo disponible para esta asesoría realizar una evaluación detallada de las varias funciones de mercadeo ejecutadas por las diversas entidades mencionadas aquí y en el anexo #2. Sin embargo, es recomendable que la SEA durante su diagnóstico realice tal análisis usando la metodología presentada en el anexo #3. Los resultados de este análisis darían un mejor entendimiento de cuales instituciones en el sector estan ofreciendo que servicios en comercialización y a que nivel de eficiencia y cuales son las áreas de prioridad en que la SEA debe dedicar sus recursos.

C. Objetivos Importantes no mencionados.

Como hemos dicho antes, los 20 objetivos específicos mencionados anteriormente son los objetivos explícitos del subsector de mercadeo que salen de las leyes que crean las instituciones y o de los análisis institucionales de prediagnóstico. Ya que estos objetivos son el resultados más bién de evolución y no de planificación, podemos asumir que existen algunos objetivos importantes para el buen desarrollo del subsector de comercialización que todavía no han sido identificados por instituciones de este subsector. Consideramos que, los siguientes 3 objetivos generales y los 8 objetivos específicos caen en esta categoría. Estos son objetivos que el subsector de comercialización agropecuaria debe incluir si quiere alcanzar un sistema moderno de comercialización. El diagnóstico debe determinar cuales son las instituciones del subsector más capaz de realizar estos objetivos.

7. Lograr una participación ordenada y productiva del sector privado en el subsector de la comercialización.
- (21) 1. Creación de mecanismos efectivos de coordinación entre el sector público y el privado comercial.
- (22) 2. Fomento de creación de empresas privadas de comercialización modernas.
- (23) 3. Creación de líneas especializadas de crédito para la ampliación y el mejoramiento de las empresas comerciales modernas.
8. Creación de mecanismos permanentes de integración efectiva entre los programas de producción y los programas de comercialización, tanto del sector público como privado.
- (24) 1. Integración de los procesos de planificación de producción y comercialización a nivel nacional.
- (25) 2. Celebración permanente de reuniones a nivel ejecutivo tales como seminarios, paneles, conferencias, etc. sobre temas de comercialización, a fin de ofrecer a los participantes la oportunidad de conocer mutuamente programas en marcha y problemas específicos de este subsector.
- (26) 3. Creación de una sociedad o asociación especial cuyo objetivo sea promover ese tipo de integración.
9. Atención especial y permanente a problemas de corto o mediano plazo que se puedan considerar como "críticos" o de extrema gravedad o de urgente solución para mejorar problemas actuales y futuros de la comercialización.
- (27) 1. Atender a la solución de problemas de distribución de alimentos en centros urbanos.
- (28) 2. Atender a la solución de los problemas de pérdidas físicas por manejo inadecuado.

De estos 8 objetivos específicos , los 21, 24, 25, y 26 son de particular interés para la SEA. El número 23 debe ser un objetivo del Banco Agrícola y los números 27 y 28 deben ser objetivos específicos de INESPRES.

### III. REORGANIZACION DEL DEPARTAMENTO DE ECONOMIA AGROPECUARIA

Si la SEA desea desarrollar el Departamento de Economía Agropecuaria hasta un nivel donde éste pueda servir como un centro de estadísticas e información sobre el sector agrícola, entonces será necesario reorganizar este Departamento y definir las funciones de cada unidad para asegurar que las áreas que hemos identificados como críticas de mercadeo (coordinación, información, investigación, capacitación y programación/evaluación) sean atendidas en forma satisfactoria.

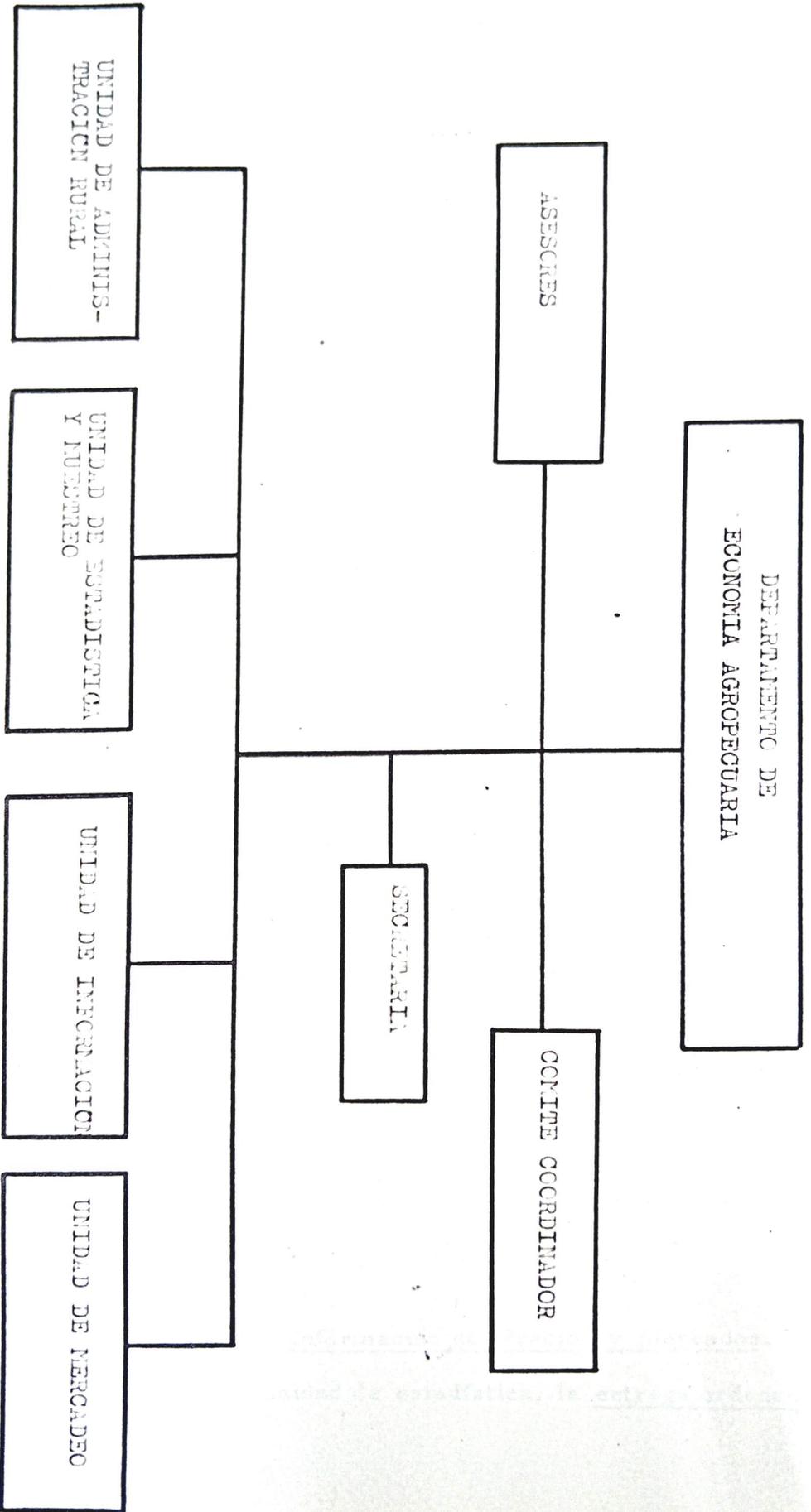
Las funciones y los organigramas de la Dirección de Economía Agropecuaria y de cada unidad, que consideramos necesarias para cumplir con estos objetivos son los siguientes:

#### A. Funciones de la Dirección del Departamento de Economía Agropecuaria.

1. Coordinar los aspectos fundamentales de política agropecuaria del país como por ejemplo; precios, costos de producción, programación de cultivos, etc., con las otras dependencias de la SEA.
2. Presidir las reuniones de programación de las unidades de Administración Rural, Mercadeo, Estadística, e Información.

3. Coordinar la ejecución de los programas de las unidades mencionadas.
4. Supervisar la evaluación de los resultados obtenidos mediante los programas anteriores, mencionados en el punto #3.
5. Informar periódicamente al Secretario de Agricultura acerca de los avances logrados en el Departamento.
6. Conseguir oportunamente todos los recursos necesarios para la buena marcha del Departamento, incluyendo recursos humanos, fondos, equipos, etc.
7. Convocar a reuniones a aquellos funcionarios de la SEA y de otros organismos adscritos o vinculados a ese organismo, cuantas veces se considere oportuno para lograr una efectiva coordinación en las actividades propias del Departamento.
8. Atender en forma muy especial a la capacitación progresiva de todo el personal técnico que sea contratado para el Departamento de Economía Agrícola.
9. Fomentar la creación, dentro de algunos de los claustros Universitarios que operan en República Dominicana, de un centro de capacitación en aspectos de mercadeo agropecuario, a través del cual puedan organizarse cursos especiales permanentes para profesionales del ramo, cursos cortos para comerciantes, mayoristas, etc. .

ORGANIGRAMA DEL DEPARTAMENTO DE ECONOMIA AGROPECUARIA



B. Funciones de la Unidad de Estadística y de Muestreo.

1. Recolectar sistemática y científicamente series estadística del sector agropecuario, incluyendo, por lo menos las siguientes:

a) Precios al productor, mayorista y detallista de productos agrícolas y pecuarios.

b) Superficie sembrada y cosechada de los principales productos agrícolas.

c) Volúmenes cosechados de los principales productos agrícolas y productos pecuarios. En especial; carne de res, carne de cerdo, leche, pollo y huevos.

d) Inventario actualizado de semovientes, en especial reses vacunas con sus categorías; de cerdos, aves de corral, de ovinos y caprinos, cabalares y mulares.

2. Analizar las cifras obtenidas, de acuerdo con un programa especial que se determine.

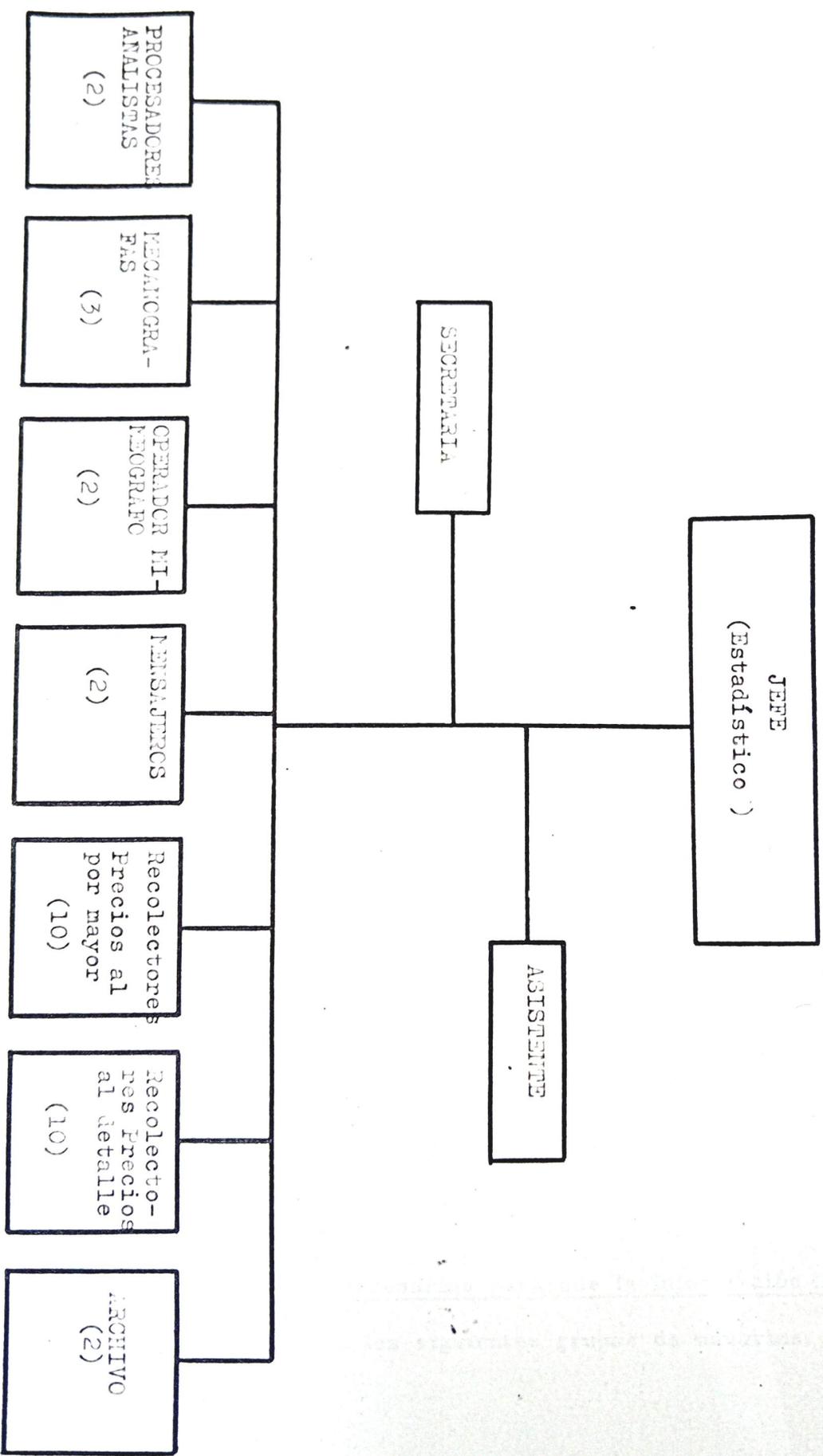
3. Publicar los resultados obtenidos, a fin de hacerlos disponibles a aquellas entidades del sector público y del sector privado que las soliciten.

4. Entregar oportunamente los datos que sean solicitados por la unidad de información para los fines siguientes.

C. Funciones de la Unidad de Información de Precios y Mercados.

1. Exigir, de parte de la unidad de estadística, la entrega ordenada, oportuna

ORGANIGRAMA DE LA UNIDAD DE ESTADISTICA

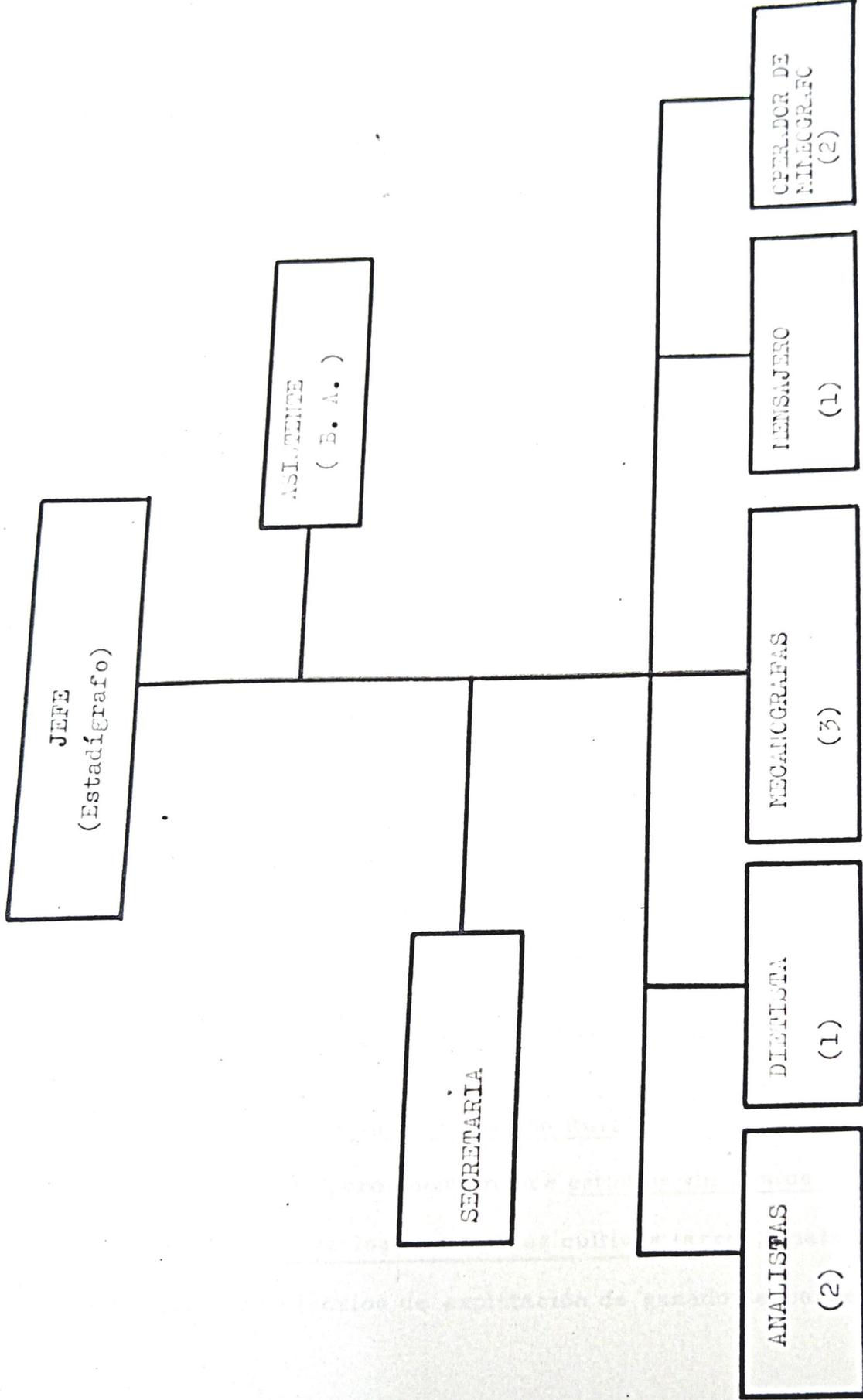


Total Personal Técnico	4
Total Personal Sub-Profesional	20
Total Personal Administrativo	10
<b>Total</b>	<b>34</b>

y sistemática de los datos relativos a precios, condiciones de producción, condiciones de abastecimiento y demanda, de todos los demás datos e informaciones que se considere ser materia necesaria para ser difundida por la Unidad.

2. Procesar los datos suministrados en la forma y con el grado de detalle que se considere indispensable, para ser difundidos adecuadamente.
3. Entregar a los medios de difusión (radio, prensa, etc.) con la periodicidad que se determine específicamente (diariamente, semanalmente, mensualmente, etc.) los datos procesados y ordenados en tal forma, que sean útiles y oportunos para que se puedan considerar como materia de información.
4. Tener disponible en todo momento aquellos datos relativos al sector agropecuario que se considere relevante para evaluar, programar, revisar y/o actualizar proyectos de comercialización agropecuaria en el país. El alcance y naturaleza de estos datos sería determinado oportunamente.
5. Dar aviso inmediato a las autoridades superiores de la SEA cuando se constate alguna irregularidad que ponga en peligro el buen funcionamiento del servicio de información.
6. Tomar todas las medidas necesarias para que la información llegue efectivamente, por lo menos a los siguientes grupos de usuarios:

ORGANIGRAMA DE LA UNIDAD DE INFORMACION



Total Personal Técnico	5
" " Administrativo	7
Total	<u>12</u>

NOTA: El personal de recolección de datos es el mismo del Depto. de Estadística.

- a) Agricultores y sus asociaciones.
- b) Comerciantes mayoristas y sus asociaciones.
- c) Comerciantes detallistas y sus asociaciones.
- d) Consumidores institucionales (hoteles, restaurantes, hospitales, Instituciones de Gobierno como el Ejercito, la Policía).
- e) Firmas procesadoras.
- f) Entidades del sector público vinculados al sector agropecuario.

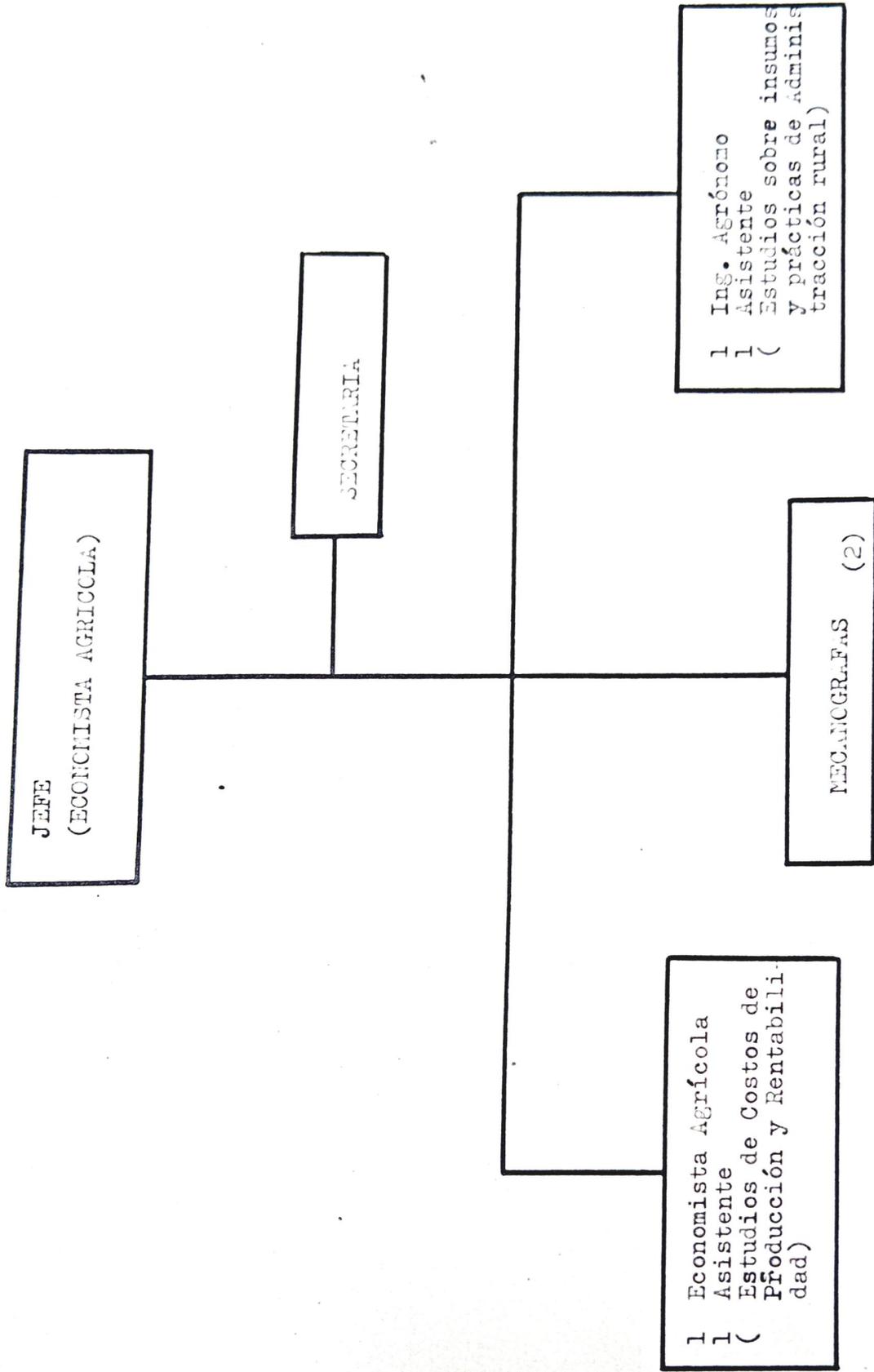
7. Verificar permanentemente la exactitud, veracidad y utilidad de la información suministrada y tomar todas las medidas necesarias para corregir las anomalías o fallas que se presentan.

8. Generar y suministrar oportunamente los datos que sean requeridos específicamente por las diferentes entidades del sector agropecuario público, a fin de que estas dispongan de tales datos y se evite en esta forma la duplicación de funciones en este campo. Para lograr este objetivo, será necesario una continua labor de programación conjunta o coordinación y cooperación entre el Departamento de Economía Agropecuaria de la SEA y las demás organizaciones públicas del sector Agropecuario.

#### D. Funciones de la Unidad de Administración Rural.

- 1. Elaborar y actualizar permanentemente estudios de costos de producción a nivel Regional de los principales cultivos (arroz, maiz, etc.) y productos pecuarios (costos de explotación de ganado de carne, de le-

ORGANIGRAMA DE LA UNIDAD DE ADMINISTRACION RURAL



Total personal Técnico 5  
 " " Administrativo 3  
 Total 8

che, pollos, huevos).

Esta labor debe coordinarse estrechamente con otras entidades del sector agropecuario público como INESPRES, IAD, Banco Agrícola, etc.

2. Elaborar y actualizar permanentemente estudios sobre rentabilidad de las principales empresas agropecuarias, según las distintas zonas de producción de República Dominicana.
3. Elaborar y actualizar permanentemente estudios relativos a los actuales sistemas de utilización de insumos agropecuarios. Concretamente, fertilizantes, semillas mejoradas, maquinaria agrícola y pesticidas en general. Así como también, a la posibilidad de aplicar técnicamente dichos insumos para aumentar los rendimientos por hectárea.
4. Elaborar estudios permanentes sobre los factores, condiciones y circunstancias que favorecen, estimulan, dificultan o limitan la adopción de nuevas prácticas y/o insumos agropecuarios por parte de los agricultores.
5. Elaborar estudios permanentes acerca de la relación rentabilidad/tamaño de las explotaciones agropecuarias en República Dominicana.
6. Coordinar permanentemente todos los anteriores estudios con la unidad de mercadeo.

E. Funciones de la Unidad de Mercadeo.

1. Elaborar y actualizar permanentemente estudios de costos y márgenes de comercialización de los principales cultivos y de los principales productos pecuarios.

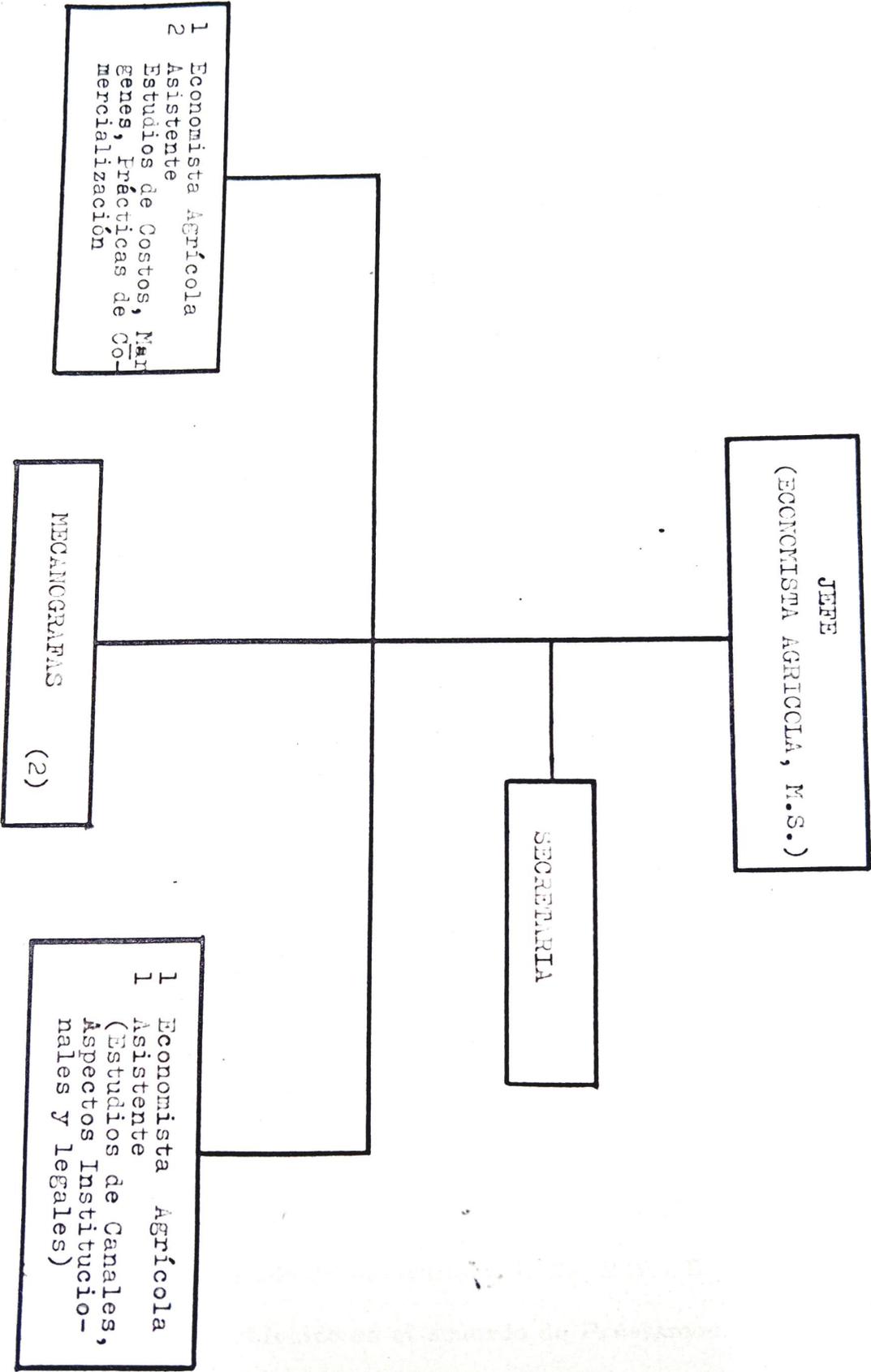
En esta labor se debe prestar mucha atención a la coordinación con otros organismos del sector público que ya están realizando este tipo de estudios para evitar duplicaciones.

2. Elaborar, esporádica pero sistemáticamente, estudios sobre prácticas, métodos y sistemas de comercialización, tales como métodos de compra venta, selección de envase, almacenamiento y conservación, cargue y descargue, acopio, información y comunicación, financiación y arreglos contractuales y o legales usados en las transacciones comerciales.

3. Elaborar, esporádica pero sistemáticamente, estudios sobre canales de comercialización para los productos agropecuarios prioritarios.

4. Elaborar, esporadicamente, estudios sobre los aspectos institucionales y legales del sistema de mercado.

ORGANIGRAMA UNIDAD MERCADEO



Total Personal Técnico      6  
 "                                    "      3  
 Administrativo                3  
 Total                                9

#### IV. MAGNITUD DEL TRABAJO DE LA COOPERACION TECNICA .

Para realizar la reorganización del Departamento de Economía Agropecuaria contemplada en el capítulo anterior, sería necesaria asistencia técnica en los campos de estadísticas, administración rural y mercadeo. Según los documentos de evaluación del sector (sector assessment) y por conversaciones con personal de la SEA, parece ser que la asesoría técnica en estadísticas y en administración rural está actualmente programada.

Para la asesoría técnica en aspectos de comercialización agrícola (unidades de mercadeo e información de precios y mercados) es recomendable la contratación con una institución con mucha experiencia en diversos aspectos de comercialización agropecuaria en una forma continua por no menos de tres años. El período de tres años es importante porque este es el tiempo mínimo en que ciertas funciones de mercadeo pueden ser institucionalizadas. La contratación con una institución con muchas experiencias en todos los aspectos de comercialización agropecuaria es importante para asegurar que comercialización interna es considerada como un sistema y no como funciones misceláneas no interconectados.

El concurso de antecedentes para solicitar esta asesoría técnica se presenta a continuación:

#### CONCURSO DE ANTECEDENTES PARA ASISTENCIA TECNICA.

La Secretaría de Estado de Agricultura de República Dominicana, de conformidad con lo establecido en el acuerdo de Préstamos entre el Gobierno de República Dominicana y US/AID, abre el presente Concurso de Antece-

dentes para recibir ofertas de asistencia técnica para el Departamento de Economía Agrícola de la SEA, según se describe a continuación:

I ANTECEDENTES

En la actualidad, el Departamento de Economía Agropecuaria de la Secretaría de Estado de Agricultura desempeña las siguientes funciones, a saber:

- a) Estudiar las posibilidades de exportación y de sustitución de importaciones de productos agropecuarios y formular la política al respecto.
- b) Establecer y desarrollar economía de producción.
- c) Realizar estudios sobre mercadeo de productos agropecuarios y proponer las reglamentaciones y medidas, etc.

Se considera, sin embargo, que los objetivos propuestos para este Departamento de Economía Agrícola no son lo suficientemente amplios como para atender a las necesidades de la Secretaría de Estado de Agricultura.

Para atender al desempeño de estas funciones, dicho Departamento consta de las unidades de estudios económicos, mercadeo, estadísticas e investigación.

Por otra parte, los recursos humanos actualmente disponibles para la Secretaría de Estado de Agricultura no se consideran suficientes ni adecuados para lograr los objetivos que debería tratar de lograr este Departamento, con el fin de que pueda realizar los trabajos específicos que se mencionarán en el numeral IV.

- II OBJETIVO La actividad ayudará a las unidades de mercadeo e información de precios y mercados del Departamento de Economía Agrícola de la Secretaría de Estado de Agricultura de República Dominicana a consolidar y fortalecer su estructura misma, así como mejorar el grado de conocimientos y destrezas del personal profesional y subprofesional especializados en mercadeo que la integra. A su vez, este personal así capacitado, podrá estar en condiciones, en el mediano y largo plazo, de convertirse en un elemento de instrucción y adiestramiento para otras personas vinculadas al sector agropecuario y perteneciente a entidades públicas y privadas.
- III PLAN DE ACCION Para lograr el objetivo propuesto es necesario establecer una relación íntima y continua durante un período de 3 años entre el Departamento de Economía Agrícola y una Institución de Asistencia Técnica, especializado en problemas de mercadeo, con base en un contrato que se elaborará conjuntamente.
- IV TRABAJO A REALIZAR La entidad que proporcione la asistencia técnica deberá realizar las siguientes labores:
- 1- Asesorar a la SEA en la estructuración y organización definitiva del Departamento de Economía Agrícola, persiguiendo con ello los objetivos propuestos para tal Departamento.
  - 2- Asesorar al personal directivo del Departamento en el reclutamiento del personal profesional, en mercadeo y funciones relacionadas.
  - 3- Asesorar al personal de la Dirección de Planificación de la SEA

y al personal profesional de las unidades de mercadeo e información de precios y mercados del Departamento de Economía Agrícola, en la formulación de un Plan General completo de acción y de programas y proyectos específicos de mercadeo para ser ejecutados por dicho Departamento durante un período de cinco años.

4- Instruir, asesorar y cooperar activamente con el personal profesional y subprofesional en mercadeo del Departamento en la organización y puesta en marcha de las actividades específicas previstas y en particular:

4.1 Con el jefe del Departamento, en la programación técnica y administrativa del mismo Departamento, en la programación de actividades, en la previsión de los mecanismos de coordinación entre las diferentes unidades y otras dependencias de SEA, así como otro organismo público y privado del sector agropecuario en la programación de las actividades de capacitación del personal profesional del Departamento, dentro y fuera del país, capacitación que no sólo beneficiará al personal del Departamento sino al personal profesional de INESPRES y CEDOPEX.

4.2 Con el jefe de la Unidad de Información y sus asistentes en la programación, selección de los métodos más recomendables técnicamente y puesta en marcha de sus actividades de información de precios y mercados, al beneficio de productores, consumidores y distribuidores.

4.3 Con el jefe y los asistentes de la Unidad de Mercadeo en la programación, selección de metodología y ejecución de los estudios de costos, márgenes, prácticas o métodos y canales de comercialización, de aquellos productos agropecuarios identificados como prioritarios por la Oficina de Planificación de la SEA. Asimismo, el equipo profesional que dará la asistencia técnica cooperará en la programación y ejecución de estudios de casos de comercialización, incluyendo algunos de productores de granos, de frutas y de hortalizas, de comerciantes mayoristas y de comerciantes de tallistas.

La firma asesora cooperará técnicamente con el personal dominicano en la programación y ejecución de estudios de Comercialización de insumos agropecuarios, de los cuales se harán también estudios especiales de casos. Este último tipo de estudios deberá ser estrechamente coordinado con la Unidad de Administración Rural.

Por último, la firma asesora cooperará técnicamente con el personal dominicano en la programación y ejecución de estudios relativos a los aspectos institucionales de comercialización.

4.4 Asesorar y participar activamente con el Departamento de Economía Agrícola en la organización, promoción y ejecución

de varios seminarios sobre temas relacionados con mercadeo y economía agrícola, a los cuales concurrirán profesionales vinculados al sector agropecuario, tanto del sector público, como privado.

V. Referencia sobre los antecedentes de las firmas oferentes.

Las instituciones o firmas oferentes deben rendir información, en idioma español, sobre:

- a. Experiencia en la prestación de los servicios requeridos en este curso.
- b. Referencias escritas sobre la competencia técnica de la institución y del personal a cuyo cargo estará la asistencia técnica.
- c. Referencia en cuanto a la experiencia de ese personal, incluyendo su dominio del idioma español.
- d. Referencias sobre la capacidad y experiencia para programar y dirigir las actividades previstas de capacitación del personal técnico profesional.
- e. Referencias sobre experiencias previas en el fortalecimiento de instituciones del sector agropecuario en América Latina.

VI. OBJETO DEL CONCURSO

Este concurso de antecedentes tiene por objeto conocer las posibilidades de contratar totalmente los servicios de una institución competente para brindar la asesoría técnica que se ha descrito en los párrafos anteriores.

VII. CALENDARIO DE TRABAJO

Para información de los interesados en participar en este concurso, se es-

tablecen las siguientes fechas tentativas para publicación, recepción de ofertas, firma del contrato e inicio del trabajo.

- a. Publicación del Concurso de antecedentes. \_\_\_\_\_ Agosto 1/74
- b. Recepción y estudio de las ofertas \_\_\_\_\_ Sep. 30/74
- c. Firma del contrato \_\_\_\_\_ Dic. 1/74
- d. Inicio del trabajo en República Dominicana \_\_\_\_\_ Enero 1/75

ANEXO I

BIBLIOGRAFIA SOBRE COMERCIALIZACION  
AGROPECUARIA EN LA REPUBLICA DOMINI-  
CANA.

1. Opiniones y Recomendaciones para el Desarrollo de la Ganadería, Productos Lácteos e Industriales de la Carne de la República Dominicana. O. D. Butler, Texas A&M University, Diciembre 16, 1965.
2. Report of Short-Term Consultant on Poultry, J. H. Quisenberry, Texas A&M University, December 20, 1965.
3. Report of Short-Term Consultant on Agricultural Economics, John G. McNelly, Texas A&M University, January 31, 1966.
4. An Evaluation of grain Storage and Warehousing in the Dominican Republic, Price Hobgood, Texas A&M University, July 22, 1966.
5. Informe del Consultor Porcino a Corto Plazo para la República Dominicana, D. B. Hudman, TAMU, Septiembre 19, 1966.
6. Un Estudio Socio-Económico de un Area Agrícola en la Provincia de Monte Cristi, Garland R. Marshall, Instituto Superior de Agricultura, División de Investigaciones, 31 octubre, 1966.
7. Economic Model of the Demand and Supply Structure for Edible Oils in the Dominican Republic, Rey Billingsley, Texas A&M University, #840, February 1967 - 13 pps.
8. The Dominican Beef Industry, Its Organization and Roles in Economic Development, International Program Information Report No 67-2, Texas A&M University.
9. Rice Marketing in the D. R., Texas A&M University, 1967 #116. 21 pps.
10. Evaluation of Grain Storage and Warehousing in D. R., 1966-TAMU. #736, 23 pps.
11. General Economic Planning, Marketing, and Statistics, James Murphey, 1969 - USAID/TAMU, #800, 13 pps. and 8 pps.
12. The Food Distribution System and Marketing, Channels For Plantain and Tomatoes in the Cibao Valley, D. R., Douglas - Billingsley-McNelly-TAMU, #840, 48 pps.
13. The D. R. Agriculture Market Relative To The Caribbean and U. S. Trade, TAMU, Sorensen, #840, 123 pps.
14. Marketing Survey Mission Report D. R., Billingsley, TAMU, #840, 284., pps. 1967 .

15. Impediments To Agriculture Marketing in D. R., Billingsley/Sorensen, TAMU, #840, 31 pps., 1968.
16. Marketing Fruits And Vegetables in D. R., 1965, Sorensen, TAMU, #840, 103 pps. 1965 (julio - Aug.).
17. Marketing Impediments to Economic Development/D. R., Billingsley/ Sorensen-TAMU, #840, 31 pps., 1968.
18. Marketing Farm Products, USAID #840, 36 pps.
19. Preliminary Report of Marketing Development Program For D. R., USAID, 1965, Stoller/Slater, #840, 22 pps.
20. An Economics Study of Rice and Dairy Marketing in D. R., Randall Stelly, 1967, TAMU, #840, 30 pps.
21. End Of Tour Report (Marketing), Charles Baker, 1968, USAID, #840, 20 pps.
22. Marketing in Agriculture, Rubén Berrios, USAID, 1969, #840, 14 pps.
23. Marketing Commets, James Murphey, 1969, USAID/TAMU, #840, 6 pps.
24. Proyect Proposal-Export Marketing of Dominican Fruits and Vegetables in U.S., Sorensen, TAMU, #842, 8 pps.
25. Draft on Export Prospects, William Knepper, 1967, USAID, #842, 11 pps.
26. Tour Report, Price Stabilization Program For Grains, James Lewley, Aug. 13-Sept. 1969, D. R., 1969-USAID, #847/5
27. Survey of Grain Storage and Handling Methods in D. R., 1965, Norman William USAID, #853, 25 pps.
28. Experimental Marketing Projects, USAID, #840, 6 pps.
29. Marketing Promotion Office Reports, USAID, 1971-1972.
30. Agriculture Development-D. R., 1960 Supermaket Farm Corporation Berkeley California, #840, 100 pps.
31. Coop. Development in the D. R., Paul O. Mohn, 1968-USAID, #049, 8 pps.
32. Observaciones sobre la Producción Arrocerá y la Política de Precios, 1972, USAID/TX, #116, 9 pps.
33. Information and Comments on Rice Situación D. R., James Murphey, #116, - 12 pps., 1972.

## Cont. anexo I

34. Basic Elements of a Program for Development of Agricultural Coops. in the D. R. Donald Daughters, 1967- CLUSA, #049, 12 pages.
35. Costos de Producción e Ingreso de Diversos Cultivos, 1969, SEA, #821, pps. 63.
36. Informe y Recomendaciones sobre el Mercado Nacional de Fertilizantes, 1969, SEA, #540, pps. 26.
37. Area Nacional de Producción de Nuevas Variedades de Arroz en Enero-Octubre, 1970, Estación Experimental Arroceras de Juma, #116, 2pps.
38. Metas del IDECOOP en el Sector Agropecuario-IDECOOP
39. Reglamento para Clasificación y Mercadeo del Sorgo(maiz-arroz) Granífero de Producción Nacional, Instituto de Estabilización de Precios (INESPRE).
40. Transportación, Informe a Corporación de Fomento Industrial y USAID-D. R., - 1968, Arthur D. Little, Inc., #843, 18 pps.
41. Servicio de Transportación en la República Dominicana, 1967, Corporación de Fomento Industrial, #843/49.
42. Comercio Exterior de República Dominicana, 1961-1968, Oficina Nacional de Estadística, #842.
43. Marketing Law, 1967, National Congress of the Republic, #847/5.
44. Los Productos Agrícolas de Consumo Interno en la República Dominicana-Posibilidades y Perspectivas de Autoabastecimiento, Localización Regional Optima - de la Producción, Gustavo Omar Sánchez Díaz, Santo Domingo, Agosto 1971, 2da. Edición Mimeográfica, Universidad Autónoma de Santo Domingo, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Departamento de Economía.
45. "Índice de Precios de los Insumos Técnicos Agrícolas, Su Evolución e Incidencia sobre la Estructura de los Créditos del Banco Agrícola", José Manuel López Valdez y Gustavo A. Gonzalez. Banco Agrícola de la República Dominicana, Departamento de Programación, Santo Domingo, D. N., Mayo de 1974.
46. Características Estructurales de la Producción Agrícola en el Valle del Cibao, - (Primer borrador), Harry Wing. Economista Agrícola, FAO de la ONU, 7 de febrero de 1974.
47. Costos de Producción de Varios Productos Financiados por IA D, 1973.
48. Report to INESPRES, Nelson Suarez, octubre 1973.

Cont. anexo I.

49. Observations on Agricultural and Food Marketing in The Dominican Republic With Some Implications For Development Planning And Research, A Report; James D. - Shaffer y Kelly Harrison, February 5, 1974.
50. Informe Técnico a INESPRES, Hernán Cardoso E.; abril de 1973.
51. Estudio Económico Financiero, Instituto de Estabilización de Precios , parte I 15 de diciembre, 1972, -
52. Informe sobre un Programa de Comercialización en República Dominicana - (Sub-Programa "B" de Comercialización)-PIDAGRO- Programa Cooperativo FAO/BID, Washington, D. C. , julio 15, 1973.
53. Unidad Detallista, Organo Oficial de la Asociación de Comerciantes Detallistas de Provisiones del Cibao, año III- No. 31, Santiago, R. D. , enero de 1973.
54. Comercio Exterior de la República Dominicana, 1970. Secretariado Técnico de la Presidencia, Oficina Nacional de Estadística, Santo Domingo, D.N. Vol. XVIII.
55. Estudio Sobre Presupuestos Familiares. I. Ingresos y Gastos de las Familias - en la Ciudad de Santo Domingo, 1969, Banco Central de la República Dominicana Oficina Nacional de Estadística, Agencia Internacional para el Desarrollo (USAID), Santo Domingo, D. N. , 1971.
56. Estudios sobre Presupuestos Familiares. II Distribución del Gasto de la Familias en la Ciudad de Santo Domingo, 1969, Banco Central de la República Dominicana, Oficina Nacional para el Desarrollo (USAID) , Santo Domingo, D. N. , 1971.
57. Estudio Sobre Presupuesto Familiares. III. - Metodología para el Cálculo del Índice de Precios al Consumidor en la Ciudad de Santo Domingo, 1969. Banco Central de la República Dominicana. Oficina Nacional para el Desarrollo (USAID), Santo - Domingo, D. N. , 1971.
58. Estudio Sobre Presupuestos Familiares. IV. Índice de Precios al Consumidor en la Ciudad de Santo Domingo, 1960-1970. Banco Central de la República Dominicana, Oficina Nacional de Estadística, Agencia Internacional para el Desarrollo - (USAID).
59. Comentarios Sobre la Comercialización del Café en la República Dominicana, - Unidad de Comercio Internacional Departamento de Cooperación Externa de la - OEA., Luís Rivero, 19, octubre, 1973.

## ANEXO II

### Algunas Entidades que Realizan Funciones de Comercialización Agropecuaria en la República Dominicana.

<u>Entidades</u>	<u>Principales Funciones en Comercialización</u>
1. Secretaría de Estado de Agricultura	Investigación Información de precios Distribución de insumos Normalización
2. Instituto de Estabilización de Precios	Instalaciones Prestar Servicios varios Información Investigación Programación y Evaluación Importación - Exportación Compra - Venta Normalización
3. Centro Dominicano de Promoción de Exportaciones	Promoción Coordinación Información Exportación Normalización Capacitación Investigación
4. Instituto de Desarrollo y Crédito Cooperativo	Organización Financiación Capacitación Información Coordinación
5. Instituto Agrario Dominicano	Organización Información Coordinación Programación Acopio Transporte Almacenamiento Distribución insumos Procesamiento (arroz)

- |     |  |   |
|-----|--|---|
| 6.  | Oficina de Desarrollo de la Comunidad                            | Organización<br>Financiación  |
| 7.  | Banco Agrícola   | Financiación  |
| 8.  | Secretaría de Estado de Industria y Comercio                     | Legislación<br>Promoción (industrias)<br>Normalización<br>Fijación de Precios<br>Regulación Comercio Exterior |
| 9.  | Secretaría de Estado de Salud y Asistencia Social                | Normalización<br>Control de Cumplimiento de de Leyes.   |
| 10. | Municipalidades  | Organización de Mercados<br>Instalaciones   |
| 11. | La Marina de Guerra  | Instalaciones (para la pesca)<br>Equipos<br>Distribución Mayoristas (pescados)                                |
| 12. | PIDAGRO  | Programación<br>Investigación   |
| 13. | Presidencia de la República                                      | Legislación   |
| 14. | Secretaría de Estado de Obras Públicas y <u>Comun</u> icaciones. | Investigación<br>Construcción de vías   |
| 15. | Instituto Azucarero Dominicano                                   | Investigación<br>Promoción<br>Información<br>Coordinación   |
| 16. | Corporación de Fomento Industrial                                | Promoción<br>Financiación   |
| 17. | Oficina Nacional de Estadísticas                                 | Información   |
| 18. | Fundación Dominicana de Desarrollo                               | Investigación<br>Organización<br>Financiación<br>Capacitación   |

- |     |  |  |
|-----|--|--|
| 19. | Asociación Dominicana de Exportadores                                  | Información<br>Investigación<br>Organización<br>Promoción  |
| 20. | Comisión de Promoción de Frutas y Vegetales                            | Promoción<br>Información<br>Coordinación   |
| 21. | Comisión de Comercio del Caribe  | Promoción<br>Información<br>Coordinación   |
| 22. | Industrias Empacadoras Dominicanas                                     | Procesamiento<br>Exportación<br>Distribución Mayorista   |
| 23. | Federación Nacional Cooperativa  | Organización<br>Financiación   |
| 24. | Federación Dominicana Cooperativa                                      | Organización<br>Financiación   |
| 25. | Confederación Dominicana Cooperativa                                   | Organización<br>Financiación   |
| 26. | Federación Dominicana de Cooperativas Agropecuarias y del Tabaco, Inc. | Procesamiento<br>Acopio<br>Distribución mayorista<br>Exportación<br>Financiación<br>Instalaciones<br>Promoción |

### ANEXO III. Metodología para Evaluación de Funciones en Mercadeo.

De las 26 entidades mencionadas en el anexo II y activas en el Subsector de comercialización agropecuaria, las más importantes son la Secretaría de Estado de Agricultura, Instituto de Estabilización de Precios, Centro Dominicano de Promoción y Exportación, Instituto de Desarrollo y Crédito Cooperativo, Instituto Agrario Dominicano, Secretaría de Estado de Industria y Comercio, Fundación Dominicana de Desarrollo, Federación Dominicana de Cooperativas Agropecuarias y del Tabaco Inc. y la Oficina de Desarrollo de la Comunidad.

Son más importantes por el tipo y número de funciones en comercialización agropecuaria que realizan. Dada la importancia de estas 9 entidades en este subsector es necesario realizar una evaluación detallada de las funciones de comercialización agropecuaria que cada uno está ejecutando.

Para realizar tal evaluación sería posible usar la metodología presentada a continuación.

#### Primera Etapa:

Para cada una de las 9 entidades es necesario llenar Formulario 1 en la forma siguiente.

1. Escribe el nombre de la institución o entidad, por ejemplo:  
INESPRE.
2. En los espacios en blanco abajo del título "Productos Agropecuarios" escribe los nombres de los productos con que las respectivas instituciones traten, por ejemplo en el caso de INESPRES sería Arroz, Habichuelas, Maíz, Papas, Plátanos, Cebollas y Ajo.

3. Analizando las diferentes funciones en la columna vertical, identificar con una X cuales corresponden a cada producto. Por ejemplo, en el caso de INESPRES; Función No. 1 " Información de precios" corresponde una X para cada uno de los productos; para la Función pronóstico de cosecha corresponde una X para arroz; para información de mercados corresponde una X para arroz, habichuelas, papas y cebolla; En el caso de la Función No. 6, "Organización", corresponde una X para 'Organización de detallistas' para el producto plátano.

Puede continuarse en esta forma hasta que se ha identificado las principales funciones en comercialización agropecuaria de las 9 entidades, por producto.

#### Segunda Etapa:

Analizando la información en Formulario 1 sería posible determinar dónde hay duplicaciones de funciones y donde existen vacíos. Basado en este análisis sería posible evaluar las funciones en comercialización agropecuaria de cada institución del subsector y hacer recomendaciones a cada uno para ampliar o disminuir las funciones respectivas.

NOMBRE DE LA INSTITUCION \_\_\_\_\_

Funciones de Comercialización de Productos Agropecuarios	PRODUCTOS AGROPECUARIOS				
1. Información: -precios					
-pronóstico de cosecha					
-de mercados					
2. Normalización: -productos					
-insumos					
3. Capacitación: -formal					
-informal					
4. Investigación: -aspectos económicos					
-aspectos tecnológicos					
5. Fiananciación: -formal (programada)					
-informal (no programada)					
6. Organización: -productores					
-acopiadores rurales					
-mayoristas					
-detallistas					
-transportadores					

Funciones Auxiliares

Funciones de Comercialización de productos Agropecuarios		PRODUCTOS AGROPECUARIOS				
Funciones Auxiliares	7. Promoción:					
	- productos -empaques					
	- agro-industrias					
	- empresarial					
Funciones Auxiliares	8. Coordinación:					
	- coordinación (comunicación recíproca)					
	- cooperación (acciones conjuntas)					
	- integración (programación y - ejecución conjunta)					
Regulación y Control	9. Legislación:					
	- creación de leyes					
	- control de cumplimiento de leyes					
	- normas (agro-industria-transp-almacenes etc.)					
Regulación y Control	10. Fijación de Precios:					
	- al productor					
Regulación y Control	- al consumidor					
	11. Programación y Evaluación:					
Regulación y Control	- producción					
	- transporte, almacenamiento					
Regulación y Control	- abastecimiento interno					
	12. Regulación Comercio Ext.					
Regulación y Control	13. Organización de Mercados					

		PRODUCTOS AGROPECUARIOS				
Funciones de Comercialización de productos Agropecuarios						
Funciones de Intervención Directa	14. Compra Venta					
	15. Import- Export.					
	16. Procesamiento					
	17. Acopio					
	18. Dist. Mayorista					
	19. Dist. Minorista					
	20. Prest. Servicios Varios:					
	-distribución insumos					
-transporte						
-almacenamiento						
-temp. ambiente						
-temp. controlada						
Infraestructura						
	21. Instalaciones					
	22. Vías					
	23. Equipos					