



FRUTAS

Implementación de mercados itinerantes en Perú

Una potente herramienta para aproximar, de manera segura, a la población y los pequeños productores en el contexto de la emergencia del COVID-19

Serie: sistematización de iniciativas exitosas para atender la emergencia COVID-19 en el ámbito de la agricultura y seguridad alimentaria



Implementación de mercados itinerantes en Perú¹

01 Objetivo

El objetivo general de los mercados itinerantes es atender el abastecimiento de la población, principalmente las más vulnerables, con los productos de primera necesidad, provenientes de los lugares de producción, para contrarrestar la especulación, acaparamiento y alza injustificada de los precios de los productos agropecuarios (frutales, verduras, tubérculos, etc.) y agroindustriales, y posibilitar el normal abastecimiento de productos dada la situación de emergencia del país y la etapa de cuarentena decretada por el Gobierno.

1 | Los mercados itinerantes que promueve el Ministerio de Agricultura y Riego de Perú (MINAGRI), son implementados a través del Programa AGRORURAL (<https://www.agrorural.gob.pe/>). En su ejecución, participan sus Direcciones y Agencias Zonales, lideradas por la Subdirección de Acceso a Mercados y Servicios Rurales de la Dirección de Desarrollo Agrario.

Se espera realizar 900 mercados itinerantes a nivel nacional, entre los meses de abril y junio del presente año. Esto incluirá la participación de al menos 2 000 productores. Se estima que cada mercado itinerante, recibirá la visita en promedio de 2 000 personas.

Se espera que cada mercado, comercialice alrededor de 50 t de productos por día.



02 Alcance

Los mercados itinerantes se implementan en el ámbito del territorio nacional, teniendo como socios y aliados directos a los gobiernos sub-nacionales.

Los productores rurales tienen la oportunidad de comercializar directamente a los consumidores sus productos de primera necesidad a precios justos.

- Contribuir a asegurar el abastecimiento de alimentos de primera necesidad a precios accesibles para la población.
- Neutralizar la especulación y acaparamiento del alza de precios de productos de primera necesidad.
- Exender alimentos de origen vegetal y animal de manera segura y dentro de un ambiente controlado.
- Reducir la movilización de los consumidores y la aglomeración de público en mercado de abastos.
- Impulsar la venta directa de productos agrícolas del campo a las zonas urbanas.
- Acercar los productos de primera necesidad a los consumidores, articulando esfuerzos con autoridades locales.



La designación de grupos de trabajo posibilita un accionar coherente y eficaz del personal que se encargará de ejecutar las actividades de campo, de organización y de seguimiento.



GRUPOS

ACTIVIDADES

DE CAMPO

1. Acompañar y apoyar a los productores agropecuarios en la promoción de sus productos para participar en los mercados itinerantes, tales como (i) Elaboración de folletos, (ii) Lista de precios, (iii) Difundir presupuesto y cronograma de actividades.
2. Coordinar y articular con los principales actores para la implementación adecuada de los mercados itinerantes, tales como Gobiernos Locales, Defensa Civil, Ministerio del Interior y otros actores involucrados.
3. Identificar productores agropecuarios potenciales para que participen en los mercados itinerantes, con énfasis en el volumen de producto, elección de productos a exhibir y ubicación del stand.
4. Acompañamiento y apoyo a los productores agropecuarios en las actividades previstas durante la implementación de los mercados itinerantes, tales como en la atención adecuada a los compradores, registro de información obtenida, servicio de alimentación, flete de servicio de transporte de productos y otros.
5. Realizar las gestiones y el seguimiento después de la feria a aspectos como la evaluación y organización de la información, socialización de los resultados, seguimiento y monitoreo.
6. Coordinar acciones relacionadas a la logística para la implementación adecuada de los mercados itinerantes.
7. Preparar los reportes de ejecución física, presupuestal y de resultados de productos y ventas.

GRUPOS

ACTIVIDADES

ADMINISTRATIVO Y PRESUPUESTAL

1. Apoyo en el trámite para la gestión de encargos destinados a los mercados itinerantes.
2. Gestión para la asignación presupuestaria de los mercados itinerantes de las Direcciones y Agencias Zonales.
3. Seguimiento y supervisión en la rendición de encargos de los mercados itinerantes, en el ámbito de intervención institucional.
4. Apoyo en el trámite y consolidación de las modificaciones presupuestales, que se requieran para la implementación de los mercados itinerantes.
5. Manejo de caja chica: cubrir gastos urgentes y pequeños (combustible, refrigerios, pasajes).
6. Otras que indique la Dirección.





GRUPOS

ORGANIZACIÓN Y SEGUIMIENTO

ACTIVIDADES

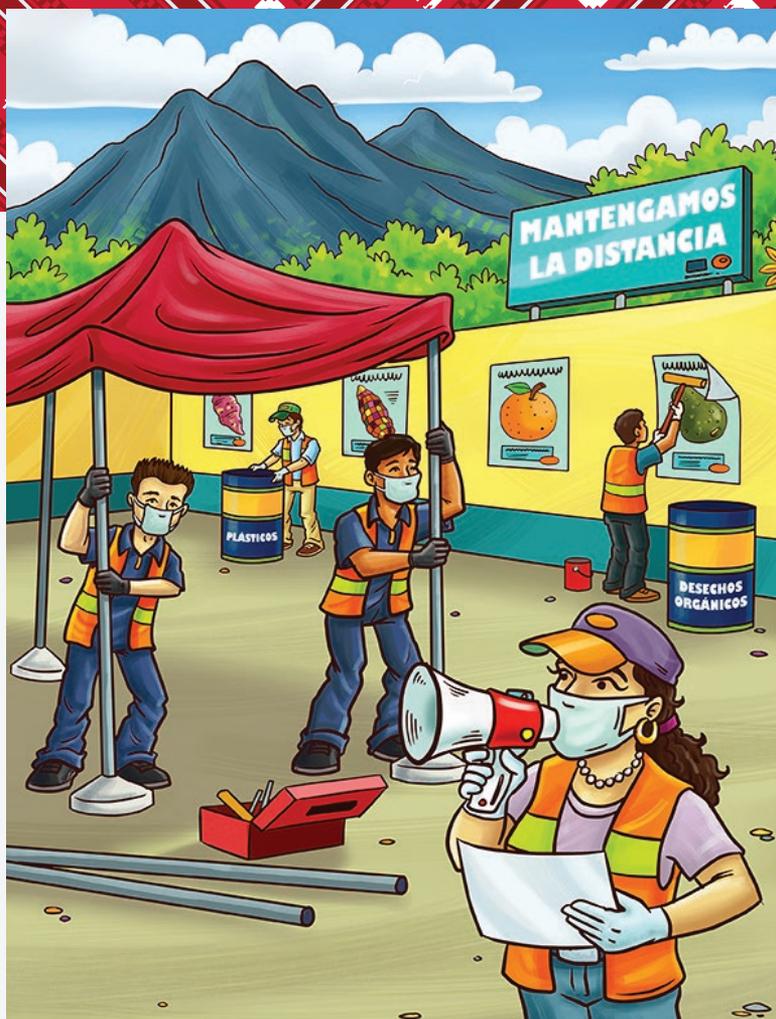
1. Elaborar una base de datos en Excel para el seguimiento de las actividades de los mercados itinerantes, con base en formatos diseñados ad hoc.
2. Recopilar, analizar y digitalizar datos relevantes de las actividades de mercados itinerantes, realizadas en campo.
3. Apoyar en la organización de grupos de trabajo para la implementación de los mercados itinerantes.
4. Consolidar información estadística de las actividades y resultados durante el proceso de implementación de los mercados itinerantes.
5. Realizar el seguimiento y control de la ejecución de las actividades en campo de los mercados itinerantes.
6. Apoyar en la gestión de credenciales/salvo conductos, movilidades del personal.
7. Otras que le indique la Dirección.

5.1 Preparación de material

Los responsables de cada grupo y los participantes definirán los principales materiales que requieran para la implementación de los mercados del MINAGRI:

- Elaborar y emplear material informativo para productores y consumidores: afiches, banners, gigantografías, volantes, pizarras, etc.
- Acondicionamiento de los lugares de venta: se instalan carpas adecuadas para la atención al público.
- En lo posible se establecen señalizaciones del tránsito de consumidores al interior del mercado.
- Contar con megáfonos para impartir instrucciones y otras indicaciones pertinentes.
- Ubicar recipientes de desechos en puntos estratégicos del local de ventas.
- Tanto los productores como el personal de campo, deben de estar identificados y utilizando mandiles y/o chalecos y/o fotocheck.
- Todas las personas deben usar obligatoriamente mascarillas y guantes para los productores.

- Se elaborarán formatos ad hoc para el registro estadístico de las ventas, tipo de productos comercializados; número de asistentes según género, etc.



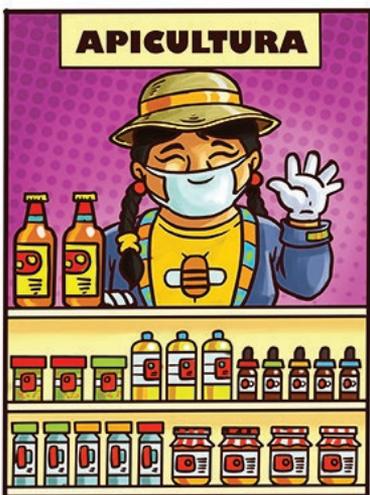
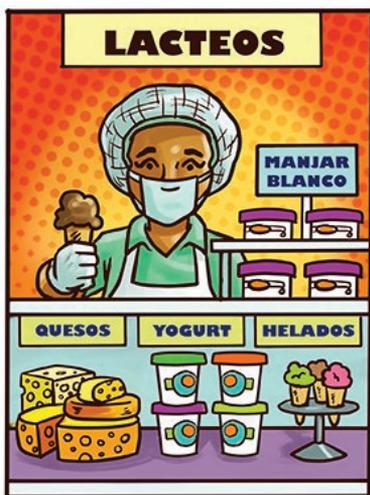
5.2 Identificación de los productores y productos básicos

- Ubicación de los mercados: deben de ser espacios abiertos, que permitan el ingreso de los camiones y /o trailers de los productores y para recepcionar flujos grandes de consumidores, que deberán guardar las distancias establecidas entre uno y otro.



- Con base en las recomendaciones vigentes, se ha identificado una serie de productos básicos, denominados de primera necesidad o básicos, tales como:
 - » **Derivados lácteos:** quesos, manjar blanco, yogurt, helados.
 - » **Hortalizas:** lechuga, zapallo y calabaza.
 - » **Plantas aromáticas:** tomillo, orégano, romero, panizara.
 - » **Granos andinos:** kiwicha en grano, expandido, turrone; quinua, maíz cancha crudo y tostado, tarwi, ñuña, habas, harinas y mezclas alimenticias, Panes Andinos.
 - » **Tubérculos andinos:** papas nativas, oca, olluco, mashua.
 - » **Frutas:** palta hass, palta fuerte, aguaymanto, lima, tunas, pacaes, papaya andina, pitajaya, mangos, banano orgánico y cítricos, entre otros.





- » **Apicultura:** miel, polen, propóleos, polimiel.
- » **Carnes:** cuy, trucha, cerdo (jamón).
- » **Bebidas:** néctares de frutas.

5.3 Identificación de los ámbitos para mercados itinerantes

De acuerdo a las disposiciones del Gobierno central, los mercados itinerantes del MINAGRI deben, preferentemente, estar ubicados en lugares accesibles a las poblaciones vulnerables.

La identificación de los lugares de venta debe de estar coordinada con los gobiernos locales y otras instituciones que se sumen al apoyo en la situación de emergencia por el COVID-19.

Se pone a consideración un plano general para su adaptación en cada lugar identificados, acordes a las características del lugar o terreno:



Se describe secuencialmente, siguiendo una lógica temporal, las distintas actividades que se realizarán durante el desarrollo de los mercados itinerantes:

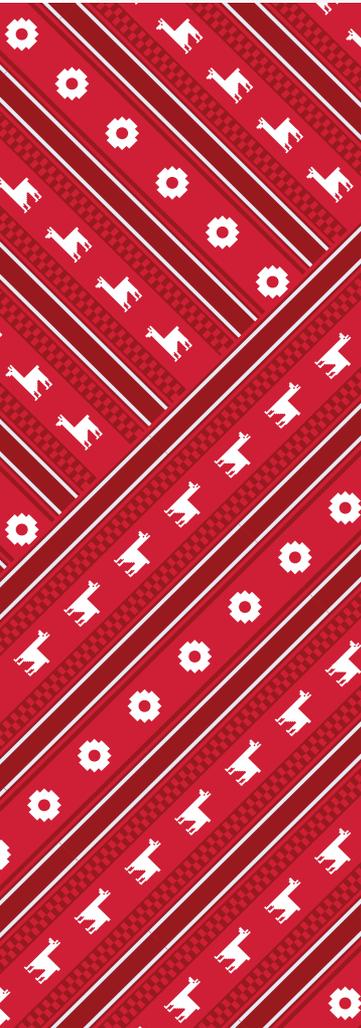


- AGRORURAL y la municipalidad deben contar con personal para orientar a los usuarios en las colas, respetando el metro y medio de distancia, mantener el orden y agilizar el flujo de gente.
- Emplear señalización en las secciones de productos según el grado de demanda para mantener el orden y agilizar el flujo de compra.
- El lavado de manos lo realizarán todos los profesionales que intervengan en el procedimiento de activar los mercados itinerantes.
- Uso de equipos de protección: mascarillas, guantes, gafas, batas, mandiles, etc.
- Se debe hacer respetar la indicación de una sola persona por familia.

- Invitar a retirarse a personas en riesgo: adultos mayores, niños, mujeres gestantes y discapacitados.
- Identificar lugares apartados para el depósito de materiales usados y eliminación selectiva de residuos.
- Proporcionar información e indicaciones precisas a los productores (oferta de productos) y a los consumidores (demandantes de productos) sobre las precauciones que deben de respetarse.
- Registrar en documentos adecuados la actividad realizada y cualquier incidencia que haya sucedido.

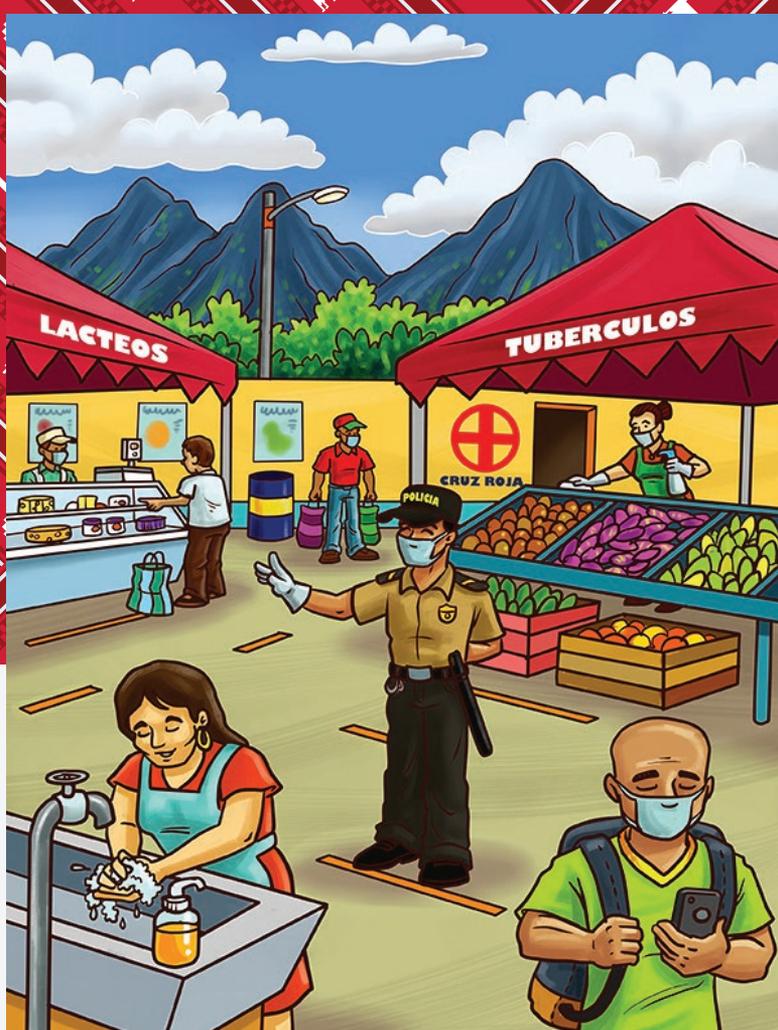


Teniendo como base las indicaciones del Gobierno en el marco del COVID-19 a fin de impedir que los microorganismos infecten a las personas, se debe cumplir lo siguiente:



- Los mercados itinerantes estarán en espacios abiertos a fin de evitar las aglomeraciones y espacios cerrados.
- Mantener al menos un metro de distancia de cualquier persona con síntomas respiratorios de infección (por ejemplo, tos y estornudos).
- Lavarse las manos frecuentemente con jabón como mínimo durante 20 segundos.
- Limpiar y desinfectar todas las superficies, inclusive los empaques de los productos que se compran para el consumo.
- Usar mascarillas y guantes si hay exposición o riesgo al agente infeccioso.
- Abstenerse de tocarse la boca, la nariz y los ojos.

- De ser posible contar con el apoyo de personal médico, tóxico o ambulancia para alguna descompensación o accidente; así como con equipos de emergencia y botiquines de primeros auxilios.



El seguimiento permanente y oportuno posibilita mejoras continuas con base en situaciones específicas que se presentan en campo y la posibilidad de corregirlos y mejorarlos. La evaluación es el último paso necesario y consiste en la elaboración de un sistema de recojo de información que facilite la evaluación y control del proceso.

