



FOMIN
Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID



CADENAS AGROALIMENTARIAS Y GASTRONÓMICAS INCLUSIVAS

HOJA DE PROYECTO

Información básica del proyecto

- **Proyecto:**
Cadenas Agroalimentarias y Gastronómicas Inclusivas
- **Período de financiación:**
2012-2016
- **Localización:**
Lima, Perú
- **Agencia ejecutora:**
APEGA Sociedad Peruana de Gastronomía
- **Contribución de FOMIN:**
US\$1,757,900
- **Importe total:**
US\$3,000,000



“Con la feria nuestras ventas han aumentado casi 50% por las relaciones y contactos. Queremos que nuestra producción mejore en los próximos años para aprovechar la gran demanda de papas nativas”

Victoriano FERNÁNDEZ

Asociación de Productores de Papa y sus Derivados (APPAPA)

Antecedentes

La gastronomía peruana viene experimentando un dinamismo sin precedentes. Este éxito se debe en gran medida a la biodiversidad y la calidad de sus ingredientes como sus ajíes, papas nativas, quinquas de colores y frutas. La gastronomía se está convirtiendo en una valiosa oportunidad para promover un desarrollo inclusivo y sostenible de los pequeños productores agropecuarios que son el baluarte de la biodiversidad permitiéndoles alcanzar mejores condiciones de comercialización y calidad para acceder a mercados de mayor dinamismo. La Feria Gastronómica Internacional Mistura, organizada por APEGA, muestra el potencial del desarrollo inclusivo del sector al convocar en un solo lugar a productores de las regiones del país, negocios gastronómicos y consumidores de todos los estratos socioeconómicos.

Objetivo

El proyecto busca contribuir a la inclusión económica y social de pequeños productores agropecuarios y comerciantes de mercados de abastos mejorando su acceso al mercado gastronómico. Así también pone en marcha mecanismos innovadores de comercialización en ferias y mercados de abastos que permitan llevar directamente a las mesas de las familias peruanas los ingredientes emblemáticos provenientes de las chacras de pequeños productores en las mejores condiciones de calidad y precio.

Estrategia

- ▶ Implementación de modelos innovadores de gestión de ferias y mercados de abastos para mejorar su gestión comercial e ingresos.
- ▶ Posicionar en la opinión pública las ventajas de comprar directamente a los productores agrarios alimentos de calidad, saludables, nutritivos y a precio justo.

Impacto

- ▶ Operación sostenida de 3 ferias con más de 60 organizaciones que agrupan a 3,500 productores, con ventas de acumuladas de 4,7 millones.
- ▶ Amplio reconocimiento de las ferias agropecuarias por parte de los agricultores, consumidores, medios de comunicación y sector público.
- ▶ Creación de un nuevo espacio público de encuentro para las familias combinando alimentación, cultura y nutrición.
- ▶ El Gran Mercado Mistura relanzado como modelo de comercialización de la pequeña agricultura.

Resultados clave

- ▶ Diseño y puesta en ejecución de un modelo de gestión de ferias de productores.
- ▶ Lanzamiento de la campaña "Casera: mejoro mi puesto, mejoro mis ventas" en alianza con el Indecopi para implementar un paquete de mejoras de bajo costo y alto impacto en 65 mercados de abastos de 12 distritos de Lima con un total de 554 comerciantes de verduras y frutas inscritos. Esto como parte del componente Mercados 2021 del proyecto.
- ▶ Boom de ferias y bioferias en Lima que vienen replicando elementos y conceptos desarrollados por el proyecto.
- ▶ Alianzas estratégicas con el Ministerio de Agricultura y Riego, Producción, Municipalidades de Magdalena, Los Olivos y la Punta

así como el Indecopi para impulsar los componentes del proyecto.

Lecciones aprendidas

- ▶ Los diagnósticos y actividades de sensibilización y planeamiento de la operación de las ferias resultan clave para cuantificar los riesgos y variables para garantizar el éxito de las ferias y la intervención en los mercados de abastos.
- ▶ El uso intensivo de mecanismos de comunicación audiovisual y en redes sociales resulta fundamental para promocionar las actividades del proyecto así como para lograr aliados estratégicos.
- ▶ La nueva estrategia de incursión en los mercados de abasto puesta en marcha por medio de un conjunto de promotores y basada en activaciones musicales y concursos asociados a la implementación de mejoras ha logrado generar un ambiente de confianza y buena acogida en los mercados.
- ▶ Trabajar con organizaciones de productores hace más eficiente la coordinación y proporciona el soporte institucional para la operación y transferencia de conocimiento hacia un mayor número de productores.

Retos

- ▶ Lograr implementar con éxito la campaña "Casera: Mejoro mi puesto, mejoro mis ventas como primera fase de cambio en el componente Mercados 2021".
- ▶ Para hacer más eficiente la comercialización de productos agropecuarios se requiere diseñar una plataforma de información flexible y amigable que conecte puntos de oferta y demanda.

- ▶ Garantizar la sostenibilidad económica del modelo de ferias requiere posicionar en la opinión pública las ventajas de comprar directamente a los productores.

Siguientes pasos

- ▶ Afianzamiento de la campaña Mercados 2021.
- ▶ Implementación del módulo de transferencia y sostenibilidad del componente ferias de productores.
- ▶ Afianzar las alianzas inter-institucionales para mantener el apoyo a los componentes del proyecto.
- ▶ Poner en marcha sistema piloto de información que permita a los establecimientos gastronómicos contactarse con productores que ofrezcan productos de calidad en diversas regiones del Perú.

Elizabeth Minaya


Fondo Multilateral de Inversiones

Dean Valdivia 148-Piso 10

Lima 27, Perú

eminaya@iadb.org

www.fomin.org

 www.facebook.com/fominbid

 www.twitter.com/fominbid

Luis Ginocchio

Apega Sociedad Peruana de Gastronomía

Diego Gavilán 126

Lima 17, Perú

coordinador@apega.pe

www.apegamercados.pe

 Casera
Ferias Agropecuarias Mistura

