Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO (FINAL)

ENERO 2017 - JUNIO 2017

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Perú: Mercados Gastronómicos

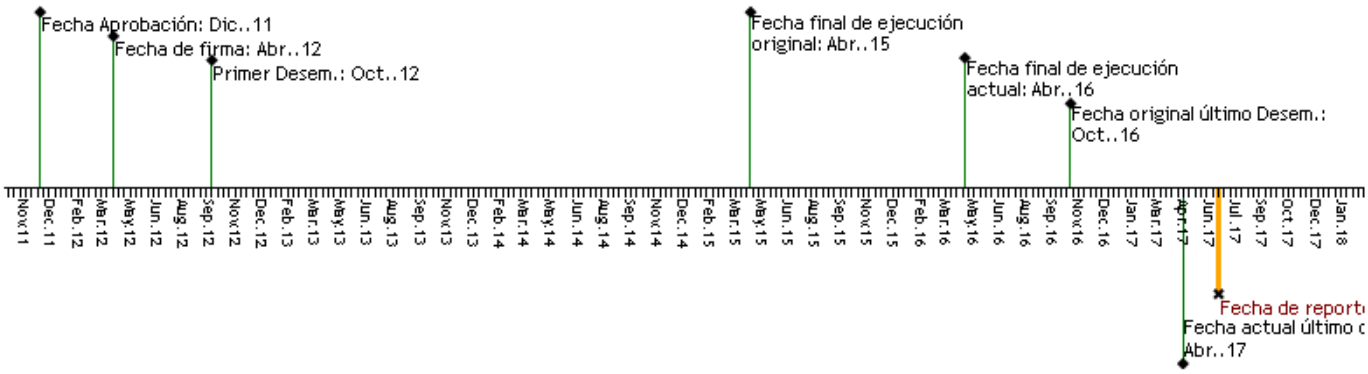
Nro. Proyecto: PE-M1083 - Proyecto No.: ATN/ME-13111-PE

Propósito: Articular a productores y mypes con establecimientos gastronomicos a travès del desarrollo de negocios inclusivos que atiendan la provisión de productos de alta calidad demandados

País Administrador	País Beneficiario	Grupo	Subgrupo
PERÚ	PERÚ	MIC - Desarrollo de la microempresa	BDEM - Servicios para el desarrollo de la microempresa

Agencia Ejecutora:	Asociación Peruana de Gastronomía	**Líder equipo de diseño:**	HILDA ELIZABETH MINAYA FERNANDEZ
		Líder equipo de supervisión:	HILDA ELIZABETH MINAYA FERNANDEZ

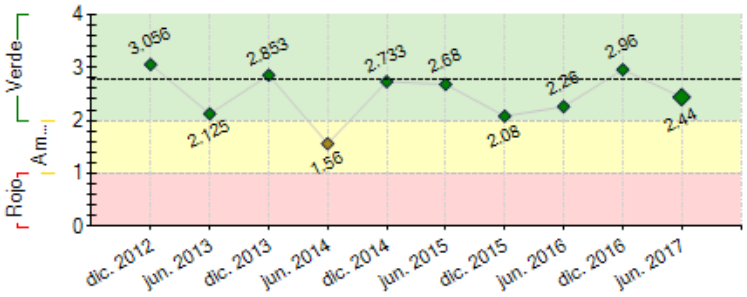
CICLO DEL PROYECTO



RECURSOS

	Aprobado	Cancelado	Desembolsado
FOMIN	$1,882,000.00	$124,100.00	$1,757,470.03
Contrapartida	$1,118,000.00	$0.00	$1,237,065.92

PUNTAJE DE DESEMPEÑO



----- Promedio desempeño FOMIN

SECCIÓN 2: RESULTADOS Y LOGROS

Desempeño del proyecto una vez terminado

1. El proyecto ha logrado desarrollara y posicionar un modelo sostenible y replicable de circuito corto de comercialización de productos de la pequeña agricultura. Este modelo opera bajo la forma de feria de productores ha logrado consolidarse en el espacio urbano no solo en términos de ventas, sino también en término de la aceptación de los vecinos y clientes.

La feria de productores inició sus actividades cuando no era común en la ciudad tener un evento de este tipo en un distrito tradicional de la ciudad. En 4 años la feria ha logrado ser un activo del distrito dad la alta acogida que tiene por parte de los clientes y vecinos. EL modelo ha operado en los distritos de Magdalena, Los Olivos y la Punta, así como de forma demostrativa en Jesús María y la Perla. A la fecha, 952 pequeños agricultores se han articulado al mercado y las ventas de las ferias ascienden a un total aproximado de 7.5 millones de soles.

2. Con la campaña *Casera, mejoro mi puesto, mejoro mis ventas* se logró intervenir en 66 mercados de Lima promoviendo la adopción de un conjunto de mejoras básicas de bajo costo en 582 puestos de mercado. Esta campaña ha logrado una significativa acogida por distritos y mercados y ha servido de inspiración para iniciativas gubernamentales (http://www.minagri.gob.pe/portal/publicaciones-y-prensa/noticias-2017/19639-con-aplicativo-movil-mi-caserita-amas-de-casa-conoceran-precios-de-los-alimentos-en-tiempo-real)

3. Se ha logrado diseñar una plataforma piloto para ayudar a la comercialización de productos de la pequeña agricultura que destaquen por su origen, calidad y aporte a la cocina peruana. Se ha incluido información de 159 pequeños productores y se ha promocionado su uso en 411 pequeños productores de comercial. Esta iniciativa ha servido para que los pequeños agricultores tengan un punto de referencia y una vitrina virtual para comercializar y promocionar sus productos. Esta plataforma ha servido para que el Estado desarrolle iniciativas similares como *EL Catálogo de Productos* (http://www.agrorural.gob.pe/productos/)

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

La performance y la gestión del proyecto por parte de la Unidad Ejecutora mejoró sustantivamente desde la mitad del proyecto. las ferias Agropecuarias han resultado un Modelo exitoso, replicable y sostenible. A manera de prueba y error se ha modelado la Feria como un espacio de intercambio cultural y de comercio de productos emblemáticos (relación directa pequeño productor-consumidor)

En la feria, es posible encontrar en un mismo espacio todas las regiones representadas, con una variedad de productos típicos de una determinada zona o región. Las chirimoyas de Cumbe, las piñas del Vrae son algunos de los productos más valorados.

El modelo de Ferias Agropecuarias es sostenible en distritos como Magdalena y Los Olivos, ha generado fidelización en los consumirores y el modelo ha sido emulado en varios distritos.

Existen otros componentes del proyecto como el de mercados de abastos que mostraron la pertinencia de intervenir con ingenio y creatividad a través de generar cambios de bajo costo y alto impacto, en poco tiempo se logro intervenir en más de 50 mercados de abastos de Lima, teniendo una repuesta positiva de los giros de futas y verduras. Sobre este componente, es posible afirmar que requiere ser manejado a manera de política pública en los gobiernos locales y regionales, el proyecto deja muchos productos de conocimiento sobre los aprendizajes y la forma de intervenir en este sector de Comercio de barrio.

El sistema de información de oferta y demanda de productos emblemáticos producida por el proyecto ha servido como una vitrina a los productores de distintas regiones, este instrumento se está tomando como punto de partida para generar transacciones On Line en el sector agrícola.

En suma aprecio que el proyecto tuvo varios derroteros, cada componente pudo ser un proyecto.

Finalmente, es preciso anotar que el proyecto contó con el respaldo institucional de APEGA, institución referente en gastronamía peruana. El sello/marca APEGA tuvo un valor intangible que permitió influenciar y ser una vitrina de modelo a intervenir en la opinión público. APEGA escaló el modelo de ferias Agropecuarias al interior de la feria Mistura (el galpón del gran Mercado).

Evaluación final

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

Documento que se encuentra en los sistemas y no puede ser ingresado por este medio al estar engarzado con el OPMAS (sistema no activo) es imposible cargar cualquier documento por esta vía

Evaluación final

SECCIÓN 3: INDICADORES

Propósito:

Articular a productores y mypes con establecimientos gastronomicos a travès del desarrollo de negocios inclusivos que atiendan la provisión de productos de alta calidad demandados

Clasificación: Satisfactorio

	Indicadores	Línea de base	Planificado	Logrado	Porcentaje
R.1	Comerciantes de mercados de abasto (MYPES) se han articulado con los otros actores de la cadena agroalimentaria y gastronómica (familias, establecimientos gastronómicos, bodegas, procesadores, exportadores)	0	400	400	0 %
R.2	Pequeños productores agrarios se han articulado con los otros actores de la cadena agroalimentaria y gastronómica (familias, establecimientos gastronómicos, bodegas, procesadores, exportadores)	0	800	952	0 %

Componente 1: Desarrollo de un modelo sostenible de ferias gastronómicas **Peso:** 30% **Clasificación:** Muy Satisfactorio	**C1.I1**	Modelo de gestion de ferias implementado, probado, replicable y escalable	0	1	1	0 %
	C1.I2	Ferias funcionando permanentemente de acuerdo a estandares establecidos	0	2	3	0 %
	C1.I3	Pequeños productores capacitados	0	800	872	0 %
Componente 2: Desarrollo de un modelo de Mercado Gourmet **Peso:** 30% **Clasificación:** Satisfactorio	**C2.I1**	Un diagnóstico de acción rápida que evalúe la factibilidad de la intervención y sirva de guía de la estrategia de intervención del componente 2	0	1	1	0 %
	C2.I2	Comerciantes de perecibles en mercados de abastos sensibilizados y registrados en una base de datos	0	800	800	0 %
	C2.I3	Comerciantes comprometidos con las reformas básicas e implementan por lo menos 2 de ellas	0	400	582	0 %
	C2.I4	Comerciantes implementan por lo menos el 50% de las reformas básicas y comparten con el proyecto indicadores económicos	0	100	100	0 %
	C2.I5	Comerciantes califican al concurso al haber implementado al 100% las reformas básicas	0	50	50	0 %
	C2.I6	Informe de línea de base que permita medir la implementación de las reformas	0	1	1	0 %
	C2.I7	Alianzas con instituciones públicas y/o medios de comunicación para del desarrollo del proyecto	0	3	3	0 %
	C2.I8	Estrategia de comunicaciones implementada y con alcance en mercados de abasto	0	1	1	0 %
	C2.I9	Comerciantes y productores participan en el Gran Mercado Mistura consolidado como un referente de la comercialización de productos emblemáticos de la cadena agroalimentaria	0	200	600	0 %
Componente 3: Desarrollo de un mecanismo de gestión de información y comercialización de productos emblemáticos **Peso:** 30% **Clasificación:** Satisfactorio	**C3.I1**	Un sistema de información desarrollado y funcionando de manera sostenible	0	1	1	0 %
	C3.I2	Establecimientos gastronómicos capacitados en el uso del sistma de información	0	50	70	0 %
	C3.I3	Pequeños productores capacitados en el uso del sistema de información	0	500	411	0 %
	C3.I4	Una unidad de negocios operando el sistema de información	0	1	1	0 %
	C3.I5	productores concretan acuerdos comerciales por medio del sistema de información	0	75	53	0 %
	C3.I6	Número mínimo de visitas mensuales al sistema de información	0	500	523	0 %
	C3.I7	participantes del Gran Mercado Mistura que promocionan y comercializan sus productos a través del sistema de información	0	120	188	0 %
Componente 4: Comunicación y transferencia de conocimiento **Peso:** 10% **Clasificación:** Satisfactorio	**C4.I1**	Instituciones relevantes que conocen la metodología y resultados del proyecto	0	200	8477	0 %
	C4.I2	Instrumentos diseñados para la difusión de los aprendizajes y actividades realizadas	0	3	3	0 %

	Hitos	Planificado	Fecha Vencimiento	Logrado	Fecha en que se logró	Estado
H0	Condiciones previas	5	Oct. 2012	5	Ago. 2012	Logrado
H1	Desarrollo de un diagnóstico y mapeo de las ferias agropecuarias y bioferias más relevantes de Lima, que recopile y analize información de cadenas productivas, redes y productores potenciales.	1	Nov. 2012	1	Dic. 2012	Logrado tarde
H2	[*] Diseño e implementación de módulo de capacitación y asistencia técnica diseñado sobre estándares de calidad, y servicio al cliente para unidades de negocio de mercado de abasto piloto.	100	Mar. 2013	100	Mar. 2013	Logrado
H3	Diseño e implementación de módulos de sensibilización y capacitación para los productores y unidades de negocio de las ferias.	1	Mar. 2013	1	Abr. 2013	Logrado tarde
H4	[*] Una propuesta de modelo de gestión de ferias desarrollado de forma piloto, incluye los instrumentos para su funcionamiento.	1	Jul. 2013	1	Jul. 2013	Logrado
H5	[*] Desarrollo de una propuesta de modelo de gestión de mercados de abasto piloto.	1	Ago. 2013	1	Ago. 2013	Logrado
H6	[*] Elaboración y levantamiento de información de líneas de base del proyecto.	1	Jun. 2014	1	Jul. 2014	Logrado tarde
H7	Implementación de un módulo de capacitación sobre como mejorar la oferta de ferias, manejo de costos y ventajas de la promoción para la mejora de la ventas y la comercialización. registro de costos de producción y registro de costos de comercialización.	1	Jul. 2014	305	Sep. 2014	Logrado tarde
H8	Pequeños productores incorporan mejoras en los estándares de calidad de la distribución de sus productos	150	Ago. 2014	175	Sep. 2014	Logrado tarde
H9	[*] Diseño de primera versión del sistema de información	1	Nov. 2014	1	Nov. 2014	Logrado
H10	Pequeños productores incorporan mejoras en los estándares de calidad de la distribución de sus productos	300	Dic. 2014	327	Nov. 2014	Logrado
H11	Estrategia de Intervención del Componente 2 definida	1	Mar. 2015	1	Mar. 2015	Logrado
H12	Ferias funcionando permanentemente de acuerdo a estándares establecidos	2	May. 2015	3	Jun. 2015	Logrado tarde
H13	[*] Sistematización del modelo de ferias	1	Jul. 2015	1	Sep. 2015	Logrado tarde
H15	Diseño e implementación de mejoras en mercados de abasto	1	Ago. 2015	1	Ago. 2015	Logrado
H17	Comerciantes implementan por los menos 50% de las reformas básicas y comparten con el proyecto indicadores económicos	80	Nov. 2015	80	Nov. 2015	Logrado
H16	[*] Comerciantes comprometidos con las reformas básicas e implementan por lo menos 2 de ellas	300	Dic. 2015	322	Dic. 2015	Logrado
H18	Convocatoria y realización de concurso en mercados de abasto	1	Feb. 2016	1	Ene. 2016	Logrado
H19	[*] Sistematización de lecciones aprendidas del componente de mercados de abasto	1	Jun. 2016	1	Nov. 2016	Logrado tarde

[*] Indica que el hito ha sido reformulado

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO

[No se reportaron factores para este período]

SECCIÓN 4: RIESGOS

RIESGOS CRÍTICOS GESTIONADOS DURANTE LA IMPLEMENTACIÓN

1. Riesgos climatológicos que afecten la producción

Nivel: Baja **Responsable:** Coordinador del proyecto **Estado:** Vigente

Comentarios: La irregularidad y severidad lluvias en la sierra y costa central puede tener un impacto negativo en los precios y oferta de productos comercializados en ferias y mercados.

NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Baja **NÚMERO TOTAL DE RIESGOS:** 8 **RIESGOS VIGENTES:** 1 **RIESGOS NO VIGENTES:** 6 **RIESGOS MITIGADOS:** 1

SECCIÓN 5: SOSTENIBILIDAD

Probabilidad de que exista sostenibilidad después de terminado el proyecto: P - Probable
El proyecto ha generado la Sostenibilidad del Componente de Ferias gastronómicas, la cual no sólo es transferible sino escalable, se vienen emulando varios modelos a manera de demostración contagio en Lima Metropolitana.

FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

[No se reportaron factores para este período]

Acciones implementadas relativas a la sostenibilidad:

Se ha logrado la plena sostenibilidad de la Feria de productores y se ha realizado el proceso de transferencia de la gestión hacia los propios productores. Para ello se ha conformado la asociación de feriantes que cuenta con su asamblea de asociados, su consejo directivo y órganos de gobernanza debidamente inscrita en registros públicos.
Se ha desarrollado la marca de la feria bajo la denominación comercial de AGROFERIAS, así como se ha elaborado su logo y principales piezas gráficas.
El sistema de información viene operando en apoyo a algunos emprendimientos de la feria los cuales vienen subvencionando su operación básica con recursos complementarios de APEGA. Se busca, en alianza con el Minagri dar sostenibilidad a la iniciativa.

Plan de Sostenibilidad

SECCIÓN 6: CONOCIMIENTO

Lecciones Aprendidas	Relativo a	Autor
1. En el caso de las ferias, el rol de la municipalidad como facilitadora del espacio público para las operaciones de la feria resulta ser una de las principales variables a considerar.	Risk	Negron, Federico
2. La planificación y trabajo previo antes de cada actividad del proyecto permitió analizar y evaluar la mayor cantidad de variables que intervienen su puesta en marcha para así tener una estrategia de intervención exitosa.	Design	Negron, Federico
3. La feria de productores ha abierto muchas posibilidades en término de mejora de ingresos así como han sido una ventana de oportunidad para la generación de contactos comerciales e identificación de nuevas oportunidades de negocio.	Implementation	Negron, Federico
4. Es fundamental dotar a los mercados mayoristas de instalaciones de procesamiento agro-industrial para que se pueda superar la perecibilidad de los alimentos excedentes. Asimismo en los mercados de abastos urge modernizar y supervisar la cadena de frío para garantizar la adecuada conservación de los productos.	Sustainability	Negron, Federico
5. Resulta Fundamental la organización de la oferta y el fortalecimiento de los gremios y asociaciones de agricultores para la modernización de la agricultura familiar en el ámbito nacional.	Sustainability	Negron, Federico
6. Para promover un sistema de comercialización moderno es indispensable el uso de aplicativos virtuales que brinden información sobre el mercado así como instrumentos que permitan la comercialización directa por Internet de los productos agropecuarios.	Sustainability	Negron, Federico
7. El hecho de contar con un gerente con la debida experiencia y conocimiento de la comercialización agraria resulta vital para la sostenibilidad de la feria y asociación recién creada	Sustainability	Negron, Federico

Indique cuáles son los principales productos, dónde se encuentran y cómo podrían aplicarse o "compartirse" con otras entidades o proyectos similares.

Sistematizacón
Evaluación Intermedia
Evaluación Final
Programas de Reformas Básicas de alto impactos en Mercados de abastos

Productos principales del proyecto

[Feb. 2015] PROGRAMA DE REFORMAS BÁSICAS DE ALTO IMPACTO EN BENEFICIO DE LOS CLIENTES EN LOS PUESTOS DE PERECIBLES DE LOS MERCADOS DE ABASTOS (Other)

Autor: Juan Infante

[Feb. 2015] PROGRAMA DE REFORMAS BÁSICAS DE ALTO IMPACTO EN BENEFICIO DE LOS CLIENTES EN LOS PUESTOS DE PERECIBLES DE LOS MERCADOS DE ABASTOS (Other)

Autor: Juan Infante

[Feb. 2015] PROGRAMA DE REFORMAS BÁSICAS DE ALTO IMPACTO EN BENEFICIO DE LOS CLIENTES EN LOS PUESTOS DE PERECIBLES DE LOS MERCADOS DE ABASTOS (Other)

Autor: Juan Infante

[Feb. 2015] PROGRAMA DE REFORMAS BÁSICAS DE ALTO IMPACTO EN BENEFICIO DE LOS CLIENTES EN LOS PUESTOS DE PERECIBLES DE LOS MERCADOS DE ABASTOS (Other)

Autor: Juan Infante

[Feb. 2015] PROGRAMA DE REFORMAS BÁSICAS DE ALTO IMPACTO EN BENEFICIO DE LOS CLIENTES EN LOS PUESTOS DE PERECIBLES DE LOS MERCADOS DE ABASTOS (Other)

Autor: Juan Infante

[Ene. 2016] Evaluación Intermedia (Lessons learned/best practices)

Autor:

[Sep. 2016] EVOLUCIÓN DE OFERTAS Y DEMANDAS DE PRODUCTOS A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA VIRTUAL Y TRANSACCIONES COMERCIALES CONCRETADAS. POTENCIAL Y RETOS. (Other)

Autor: Edison Ramos

[Nov. 2016] Modelo de transferencia y sostenibilidad (Other)

Autor: Carlos Díaz

[Nov. 2016] Modelo de transferencia y sostenibilidad (Other)

Autor: Carlos Díaz

[Nov. 2016] Modelo de transferencia y sostenibilidad (Other)

Autor: Carlos Díaz

[Nov. 2016] Modelo de transferencia y sostenibilidad (Other)

Autor: Carlos Díaz

[Nov. 2016] Modelo de transferencia y sostenibilidad (Other)

Autor: Carlos Díaz

[Ene. 2017] Evaluación Final (Lessons learned/best practices)

Autor: Miguel Aréstegui

SECCIÓN 7: DOCUMENTOS	
29/NOV./2011 Memorando de Donantes	[http://www.fomin.org/file.aspx?DOCNUM=36550920]
Ficha del proyecto	http://apps.fomin.org/public/psr/projectprofile.aspx?proj=PE-M1083&lg=SP