

Recuperación Urbana

Respuestas Resilientes frente a la Crisis

Sesión 3

Intercambio de Experiencias

Gestión de Mercados Municipales
y Ferias Barriales





Recuperación Urbana

Respuestas Resilientes
frente a la Crisis

Si bien la actual situación de pandemia ha dejado al descubierto algunas vulnerabilidades crónicas de las ciudades de América Latina, también permitió visibilizar la creatividad y el compromiso en el diseño e implementación de medidas urbanas por parte de los funcionarios locales y la ciudadanía en general, para enfrentar los efectos de esta crisis.

Buscando acercar desafíos y soluciones para las ciudades de la región, CAF, mediante la Iniciativa Ciudades con Futuro y la Red de Ciudades Resilientes, organizan este espacio virtual, con el fin de crear y compartir conocimiento y buenas prácticas entre municipios y actores clave del ecosistema urbano regional, dirigidos a mitigar o controlar los efectos de la pandemia.

Con esta actividad se quiere contribuir al fortalecimiento institucional de los gobiernos locales para ayudarles a formular intervenciones urbanas, a partir del apoyo entre pares, ideas, conocimiento especializado y las experiencias compartidas.

ciudades con futuro

una iniciativa de CAF

La estrategia de CAF en ciudades está dirigida a contribuir con la mejora de los niveles de inclusión y de productividad de América Latina, a través de la mejora del acceso a las oportunidades que la ciudad ofrece a sus ciudadanos y a las empresas. A través de la iniciativa se plantea identificar, diseñar e implementar intervenciones urbanas que mejoren el acceso a esas oportunidades, contemplando una mayor y mejor resiliencia, equidad de género y gobernanza metropolitana.



La Red de Ciudades Resilientes es una organización dirigida por las ciudades, integrada por 97 ciudades miembros en más de 40 países, que impulsa las medidas de resiliencia urbana para proteger a las comunidades vulnerables del cambio climático y otras adversidades físicas, sociales y económicas. Con el apoyo de la Fundación Rockefeller y otros socios, la Red de Ciudades Resilientes reúne una red mundial de Directores de Resiliencia dedicada a proteger a sus comunidades e infraestructuras críticas de las perturbaciones agudas y las tensiones crónicas. En conexión con una amplia gama de asociados de los sectores público y privado, la Red de Ciudades Resilientes es la principal organización que actúa para crear un futuro urbano más seguro y equitativo.

Créditos

Coordinación Editorial

Luisa Acosta

Revisión y Edición

Equipo iniciativa Ciudades con Futuro de CAF
Equipo Red de Ciudades Resilientes

Diseño Gráfico

Fabiana Parra

Agosto 2020.

Las ideas y los planteamientos contenidos en la presente edición son exclusiva responsabilidad de sus autores y no comprometen la posición de CAF y de la Red de Ciudades Resilientes.

La versión digital de esta publicación se encuentra en www.caf.com y resilientcitiesnetwork.org

© 2020 Corporación Andina de Fomento. Todos los derechos reservados.

Autores

Rionegro, Colombia:

Manuel Naranjo

Asesores Despacho del Alcalde.

Cuenca, Ecuador:

Eduardo Dumas

Director de Mercados.

Ciudad de México, México:

Gabriel Leyva Martínez

Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución.

Piura, Perú:

Lucy Noblecilla Lira

Gerente de Desarrollo Económico y Servicios Comerciales.

Invitados:

Mercedes Bidart y Juan Constain

Fundadores QUIPU

<https://vsp.quipumarket.com/>

Ricardo Fort

Investigador Grupo de Análisis para el Desarrollo (GRADE), Perú.

Índice

Ciudades Participantes	01
Presentación de los Invitados	03
La Sesión en Datos	04
Introducción	05
Retos	
En lo Social	06
En lo Económico	07
En lo Institucional	08
Aprendizajes	
En lo Social	09
En lo Económico	13
En lo Institucional	17

Ciudades Participantes

Rionegro Colombia

Población Urbana
135.465 hab.

Densidad
466 hab/km²

Área Metropolitana
196 km²

La ciudad de Río Negro perteneciente al Departamento de Antioquia ha venido implementando una serie de iniciativas tácticas, entre ellas San Antonio de Pereira, una zona turística y comercial que se enmarca el proyecto de Calles Conscientes y Seguras. El proyecto busca transformar los ejes de movilidad críticos a través de acciones participativas de bajo costo, temporales. A través de tres fases: diagnóstico, ejecución y medición, el proyecto busca promover una estrategia de reapertura económica que tenga como base la intermodalidad y la convivencia del peatón, los ciclistas y el transporte motorizado dentro del espacio urbano. Así mismo, utiliza el Urbanismo Táctico como estrategia para transformar las dinámicas de la ciudadanía a través de acciones concretas como la instalación de infraestructura blanda como parte del equipamiento y mobiliario urbano.

Cuenca Ecuador

Población
329.928 hab.

Población Metropolitana
661.685 hab.

Superficie Urbanizada
124 km²

Cuenca ha sido reconocida por sus medidas ágiles para la mitigación de los efectos de la pandemia, especialmente en lo referente a los mercados de abasto. La limpieza y desinfección constante, el uso obligatorio de mascarilla, el uso de los túneles de sanitización y el distanciamiento social son, entre otras, las medidas de seguridad implementadas durante la emergencia sanitaria, en los centros de abasto bajo la administración de la Dirección de Mercados y Comercio Autónomo de la Municipalidad de Cuenca, para evitar la propagación de COVID-19. Temas como mayor control de vendedores ambulantes en los alrededores de los mercados, facilidades para el parqueo, mejoras en infraestructura, promoción de los centros de abasto, la posibilidad que los comerciantes adultos mayores puedan retornar a sus actividades, estuvieron entre los componentes clave de la intervención, que ha contado con diversas instancias de diálogo con los comerciantes y la ciudadanía.

Ciudades Participantes

Ciudad de México México

Población Metropolitana
5.002.466 hab.
Población Urbana
1.460.148 hab.
Superficie Urbanizada
187.9 km²

El Departamento de Servicios Comerciales de la Municipalidad de México atiende a una red de más de 300 almacenes y 219 concentraciones de comerciantes, que tienen el rol de abastecer a una población de 12 millones de habitantes. Esto implicó la aplicación de medidas muy duras con el objetivo de garantizar el abastecimiento y evitar que los centros de abastos funcionaran como replicadores del contagio, pero también a la vez previniendo un posible colapso económico hacia los sectores más vulnerables de la población como comerciantes minoristas e informales. A la fecha ya han logrado reactivar la capacidad comercial en un 50% y se espera que sigan en aumento.

Piura Perú

Población Urbana
894.847 hab habitantes
Densidad
761,47 hab/km²
Área Metropolitana
621,2 km²

Piura ha encontrado en la emergencia sanitaria no solo múltiples dificultades sino la oportunidad de fortalecer la gestión municipal en lo que respecta a los mercados y centros de abasto. Con una mirada institucional orientada hacia la coordinación con los diferentes actores y niveles de gobernanza involucrados, las acciones se han orientado a garantizar las condiciones sanitarias para vendedores y compradores, la reformulación de las normativas y la modernización de los mercados para atender los requerimientos de ventilación, distanciamiento y sanitización.

Presentación de los invitados

Ricardo Fort Experto invitado

Es Doctor en Desarrollo Económico por la Universidad de Wageningen (Holanda) y Master en Economía Agrícola y Aplicada por la Universidad de Wisconsin-Madison (EE.UU). En los últimos años ha alternado su trabajo como investigador con una participación directa como funcionario público en diversas instancias del Estado.

Actualmente es investigador principal de GRADE, donde su trabajo se concentra en temas vinculados al Desarrollo Rural y Economía Agraria. Sus recientes proyectos de investigación comprenden el análisis de diversas estrategias de pequeños productores rurales para mejorar su vinculación con los mercados e incrementar sus niveles de vida, así como en el diseño y la medición de los efectos de políticas públicas y otros proyectos que pretenden lograr este fin.

Rebeca Vidal Moderadora

Ejecutiva Principal de Análisis y Evaluación Técnica del Sector Privado de CAF, desde donde apoya proyectos orientados al fortalecimiento de las cadenas productivas de alto potencial competitivo, de los ecosistemas de emprendimiento e innovación, así como de las capacidades institucionales tendientes a favorecer la dinamización de la matriz productiva en los países de la región.

Durante su carrera ha vinculado la actividad académica con la participación en proyectos de desarrollo competitivo en los sectores público y privado, con énfasis en emprendimiento, innovación y desarrollo productivo sostenible, en América Latina y el Caribe.

Ha publicado más de 25 artículos académicos y libros sobre temas relacionados con el desarrollo competitivo. Es Licenciada en Relaciones Industriales (UCAB, Caracas, 1998), Master en Políticas Públicas con especializaciones en Economía Aplicada y Gerencia Pública (IESA, Caracas, 2002), y actualmente candidata a PhD en Ciencias Sociales y Humanidades (USB, Caracas). También obtuvo los diplomas de Liderazgo para la Competitividad (Georgetown University, Washington DC, 2007), y del Programa “Cutting Edge of Development Thinking” (Harvard University, Boston, 2015).

La Sesión en Datos

Ciudad de México México



Concentraciones de comerciantes

319
almacenes

Red de grandes almacenes. Garantizar abastecimiento a **12 millones de hab.**

48%

Población que se abastece directamente en mercados.

38%

Locatarios han subido sus productos a plataformas digitales, facilitando el distanciamiento.

Cuenca Ecuador

★ Ciudad con menor cantidad de contagios del Ecuador (Reconocimiento ONU-Hábitat)



15%

Ventas respecto a la pre-pandemia.



Rionegro Colombia

2 proyectos piloto de **espacio público** a través de urbanismo táctico



6 etapas en la implementación de la **transformación urbana.**

250

Cantidad de comerciantes estacionarios de Rionegro han sido capacitados en protocolos de bioseguridad.

Piura Perú



11
mercados privatizados

2
mercados municipales

2600

puestos en mercados actualmente

1000

puestos supervisados en 11 mercados

50%

Disminución de tránsito en los mercados. Transitan diariamente 10.000 personas 4.000/5.000 en época de pandemia.

Introducción

Los mercados de abasto y ferias barriales juegan un rol muy importante tanto en el sistema de comercialización y abastecimiento de productos agrícolas, como en las decisiones de consumo y alimentación de los hogares de la ciudad, y en el empleo e ingresos de una significativa cantidad de su población. Sin embargo, es un sector cuyas dinámicas, limitaciones y posibilidades muchas veces han carecido de un énfasis suficiente en la planificación urbana. El propósito de este documento es avanzar en la construcción de conocimiento de los principales desafíos que representan estos espacios en medio de la emergencia sanitaria del COVID-19, tanto en la reducción de riesgo de contagio como en la provisión y abastecimiento seguro de alimentos.

A través de varias experiencias urbanas, este documento nos invita a explorar de forma creativa la transformación de mercados y ferias barriales, capitalizando sus potencialidades como escenarios de vida urbana y catalizadores de la economía a escala local, con el fin de generar alternativas más resilientes para la ciudad. Además, el análisis derivado de las experiencias documentadas permite repensar la crisis sanitaria como oportunidad para el diálogo y la colaboración entre la administración pública, el comercio local y la ciudadanía, en todas las ciudades de la región.

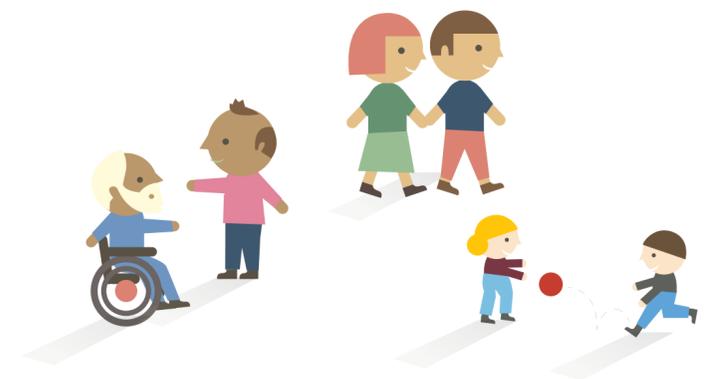
Retos **En lo social**

Los mercados, más allá de su infraestructura, escala o condiciones espaciales, representan el corazón comercial de gran parte de las ciudades alrededor del mundo. Sin embargo, muchas veces desde el sector público no se le ha dado el suficiente reconocimiento a su impacto y relevancia como motor de interacciones sociales y acceso a servicios por parte de los segmentos más vulnerables de la población. Los mercados, además de su rol abastecedor de alimentos, son espacios vivos y constitutivos del territorio urbano. Cerca del 40% de la población urbana en Latinoamérica se abastece directamente en mercados, y en países como Perú esta cifra supera el 90%. En muchas ciudades conforman lugares de múltiples transacciones que exceden la compra de alimentos y son fuente de trabajo para miles de personas. En este sentido, es importante considerar qué implicancias ha tenido la emergencia sanitaria declarada a raíz de la pandemia en la vulnerabilidad de ciertos grupos sociales y económicos, por ejemplo, en aspectos tales como la pérdida del empleo, la disminución de volumen de ventas o alza de precios y el acceso a alimentos, entre otros efectos. La manera en que cuidamos y gestionamos los mercados, puede ser clave para la seguridad y el cuidado de la población y también para controlar la curva de contagios

«El mercado es un espacio vivo que va más allá de ser un eslabón importante en la cadena alimentaria y forma parte de una representatividad del territorio.»

Lucy Noblecilla. Piura.

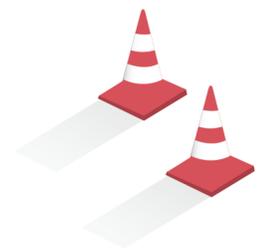
Gerente Desarrollo Económico y Servicios Comerciales



Retos **En lo económico**

Uno de los grandes retos de la pandemia ha sido el de proteger la salud de la población evitando el colapso económico, ante la necesaria suspensión parcial de las actividades productivas. La comercialización de productos ha tendido a restringirse a insumos de primera necesidad, reduciendo con esto el volumen de ventas, tanto para comercio formal como informal. De acuerdo con el Informe Especial COVID-19 N° 4 titulado Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación¹, según su magnitud pueden identificarse efectos fuertes, significativos y moderados de la crisis. En el caso de América Latina, los sectores pertenecientes al sector comercio mayorista y minorista han tenido un efecto fuerte. Este impacto en la economía requiere un abordaje multidimensional que permita a los comercios seguir operando a través de nuevos mecanismos logísticos y operativos. Tomando en cuenta que la matriz productiva de las ciudades en América Latina tiende a concentrarse altamente en actividades comerciales, efecto de esta reducción en la actividad comercial tiene impacto sobre un importante porcentaje de la ciudadanía.

¹ Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación. CEPAL, 2020. Julio.
<https://www.cepal.org/es/publicaciones/45734-sectores-empresas-frente-al-covid-19-emergencia-reactivacion>



Retos **En lo institucional**

Tras el reconocimiento de la complejidad operativa y administrativa de los mercados, los gobiernos locales deben reforzar el acompañamiento a los mercados y ferias de abasto, independientemente de su grado de formalización o su condición pública o privada. El cumplimiento de los protocolos de higiene y prevención, el catastro detallado de las condiciones y dinámicas de los mercados y la sinergia con los sistemas de organización social y territorial representan uno de los principales desafíos para las administraciones públicas.



Aprendizajes **En lo Social**

1 Seguridad de los comerciantes y usuarios

Los comerciantes han conformado los grupos más expuestos a contagio, considerando además que una gran cantidad de los vendedores pertenecen a grupos adultos en condición de riesgo. En el caso del Complejo de Mercados de Piura la tasa de contagios al mes de mayo era del 45% entre los comerciantes, y en otras ciudades de Perú esta cifra superaba incluso el 80%. Esta condición es crítica y puede generar una cadena de contagios que es fundamental prevenir. Por tanto, las acciones deben estar focalizadas en aumentar las medidas de prevención, por lo que se recomienda altamente implementar protocolos de pruebas periódicas tanto a vendedores como compradores, e incrementar los protocolos de sanitización y prevención.

2 Información para la población sobre horarios y zonas de riesgo para reducir la probabilidad de contagio por aglomeración

Se sugiere proveer información actualizada a la ciudadanía en general sobre las horas punta en estos establecimientos para que la población pueda distribuirse mejor durante el día y reducir los tiempos de compra. Esto se puede lograr, reportando horas de aglomeración y tasas de contagios de ciertos sectores de la ciudad próximos a estos mercados.



Aprendizajes **En lo Social**

3 Campañas de concientización hacia comerciantes y usuarios

Si el conocimiento es poder, es necesario transmitir tanto a comerciantes como a la ciudadanía en general, la responsabilidad de contener el contagio a través de las medidas adecuadas de sanitización y distanciamiento, difundiendo de forma sencilla los protocolos mínimos a efectuar en contextos de compra en mercados populares y ferias barriales.

«Las recomendaciones para nuestros clientes también es mantener el distanciamiento social, procurar permanecer el tiempo estrictamente necesario para hacer las compras.»

Eduardo Dumas. Cuenca.
Director de Mercados

Insight 1 | Cuenca



Campañas de Sensibilización²

Para la comunicación de medidas de prevención y ejecución de normas de bioseguridad, ha sido relevante enfocarse tanto en comerciantes como usuarios. Se han desarrollado señalizaciones de distanciamiento social al exterior e interior, demarcación de puestos, círculos de vida en pavimentos, capacitación permanente en normas de higiene, entre otros.

También ha sido relevante la comunicación a través de medios digitales, así como de forma física con megáfonos y visitas a las comunidades.

² Video Mercados para difusión en redes sociales. Municipio Cuenca: <https://www.facebook.com/watch/?v=212468256484127>

Aprendizajes **En lo Social**

4 Protección de los grupos de riesgos afectados por la dinámica de mercados

En Latinoamérica gran parte de las personas mayores de 60 años viven con familiares (porcentaje que se eleva en las zonas vulnerables). En este contexto, el aislamiento de estas personas vulnerables al COVID-19 es un reto que involucra a toda la familia, en especial a aquellos que deben salir a lugares públicos, ya sea para abastecerse de alimentos, durante el periodo de aislamiento social obligatorio, o para trabajar al término de dicho periodo.

En tal sentido, proteger a la población vulnerable implica proteger también a dichos miembros de sus familias, o al menos monitorear su estado de salud, para evitar el contagio en casa. Una forma directa de hacerlo es concentrando los limitados recursos del

Estado en aquellos lugares que son, por su naturaleza, potenciales focos de infección masiva. Y como ha quedado claro en las últimas semanas, los mercados y supermercados son, y seguirán siendo por un tiempo, los principales lugares con aglomeración constante de personas en la ciudad.

La forma en cómo cuidamos de los mercados y espacios de abastecimiento alimentario puede ser pieza clave en el cuidado de la población y el freno de la curva de contagios.



Aprendizajes **En lo Social**

5 Reducir la necesidad de acudir a mercados de abasto

Esta estrategia pudiera parecer contra intuitiva, pero es recomendable en aquellas ciudades que hayan presentado una elevada tasa de contagios, especialmente en sectores vulnerables que son los que con mayor frecuencia acuden a estos mercados. Algunas medidas para reducir la necesidad de asistencia a mercados son la activación de compras conjuntas en barrios a través de juntas vecinales y/u organizaciones barriales, el fomento del comercio de proximidad activando a su vez la economía local a escala de barrio y en los casos que sea posible, la utilización deservicios de despacho a domicilio.

«Hay una presión social muy fuerte para la apertura y la realización de la actividad económica constante porque además representa la única forma en este momento de su incorporación al mercado»

Gabriel Leyva. Ciudad de México.

Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución.



Aprendizajes **En lo Económico**

1 Optimizar las cadenas logísticas entre zonas agrícolas y urbanas, así como entre mercados mayoristas y minoristas

En la logística entre mercados mayoristas y minoristas se encuentran algunas pistas que explican el funcionamiento y la dinámica de los mercados. Facilitar el transporte de productos de los mercados mayoristas a los minoristas podría permitir la disminución de precios de insumos básicos, evitar el colapso en los horarios de abastecimiento y en general el colapso en la cadena de suministro.

2 Eficiencia desde la colaboración entre actores del comercio

Se proponen el fortalecimiento de la asociatividad entre comerciantes para reducir el riesgo de contagio y costos de comercialización. Entre las principales estrategias se recomienda promover las compras conjuntas de los comerciantes de un mismo mercado minorista, lo que permitiría reducir el número de personas que deben acudir a los centros de abastos mayoristas, consiguiéndose así una optimización logística. Esto implica innovar en la gobernanza tradicional de las asociaciones de comerciantes. Según un estudio de GRADE³, todos los vendedores de los mercados minoristas en Perú van cinco veces a la semana a comprar su mercadería a los mayoristas. Este hecho genera mayores costos de traslado y valor de producto final, mayor ineficiencia, y además la relación de mayor contagio.

3 Potenciales focos de contagio del COVID-19: mercados y supermercados:
<https://www.grade.org.pe/novedades/potenciales-focos-de-contagio-del-covid-19-mercados-y-supermercados/>

Aprendizajes **En lo Económico**

3 Visibilizar oferta local y potenciar el emprendimiento a escala de barrio

Uno de los grandes aprendizajes que nos ha dejado la pandemia es el aprovechamiento de la escala local para potenciar interacciones sociales y económicas, reduciendo por un lado el riesgo de contagio y aminorando la saturación de los sistemas centrales. Esto es particularmente relevante en el caso de los Mercados Municipales o Centrales, los cuales reciben una gran cantidad diaria de visitantes, tal es caso del Complejo de Mercados de Piura, que recibe diariamente un flujo de más de 10.000 personas. En este sentido la visibilización de la oferta local en barrios, incluso en asentamientos informales, es de particular importancia para fortalecer la economía local y el emprendimiento a través de la compra de productos y servicios de proximidad.

4 Combinar los espacios consolidados con los mercados móviles o itinerantes

Muchas veces las ferias barriales móviles o itinerantes, como el caso de los Tianguis en México o las Ferias de Chile o Argentina⁴, han sido consideradas como un problema por parte de los gobiernos locales. Sin embargo, a partir de las condiciones impuestas por la emergencia sanitaria del COVID-19, también pueden ser vistas como un espacio de oportunidad, que permite distribuir la oferta de productos esenciales evitando largos desplazamientos por parte de la población. Esto implica igualmente un desafío para las administraciones locales quienes deben innovar en la construcción de mecanismos de gobernanza para establecer protocolos de sanitización y control respecto a los productos que se comercializan, evitando todos aquellos segmentos de productos que no pertenezcan a insumos básicos.

⁴ Una feria en el parque: Mejores espacios públicos para la recuperación urbana post-pandemia
<https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2020/08/una-feria-en-el-parque/>

Aprendizajes **En lo Económico**

5 Nuevos modelos de comercialización a través de la incorporación de tecnologías digitales

Según datos de la CEPAL, el 43,4% del total de los hogares estaban conectados a Internet en Latinoamérica en el año 2015, y dicho porcentaje se encuentra en acelerado aumento. Esto permite mirar las tecnologías de información y comunicación como oportunidad para que los comerciantes, incluso en comunidades vulnerables, adopten mecanismos e instrumentos para facilitar pedidos de forma remota y promuevan ventas digitales en mercados y ferias, siempre y cuando estas políticas estén conectadas con políticas de inclusión y capacitación digital. Se presenta una oportunidad de generación de co-beneficios en la recuperación del COVID-19, en la cual el acceso democrático e inclusivo por parte de la población a las nuevas tecnologías digitales pueda ser un pilar importante. En Ciudad de México cerca del 38% de los locatarios han subido sus productos a plataformas digitales, facilitando el distanciamiento. También es necesario hacer seguimiento de los patrones de ventas de la población, promoviendo nuevas lógicas y modelos de distribución emergentes, entendiendo cada vez más las formas en que la tecnología permite crear y retener riqueza a nivel local a través de la digitalización y la colaboración.

6 Recuperación económica inclusiva

La crisis del COVID-19 ha paralizado el mundo, llevando a la economía mundial a entrar en un momento de emergencia en el que limitaciones en la movilidad y en las cadenas de suministro están conduciendo al consumo y producción local. Los lugares de vivienda y economías informales están sufriendo hoy más que nunca. En estos espacios de pobreza estructural se vive una emergencia por sobre otra ya existente. En palabras del último reporte de la ONU: “La recuperación de la crisis del COVID-19 debe guiarnos hacia una economía distinta”, una economía que convierta el capital social, la confianza y las redes de apoyo en capital económico. Es necesario pensar en una economía más resiliente, con capacidad de resistir a choques y tensiones financieras, ambientales o de otro tipo sin efectos catastróficos y sistémicos amplios.

Insight 2



QUIPU Market

¿Qué son?

Los **Quipu Market** son mercados comunitarios digitales que visibilizan la oferta de productos y servicios locales, facilitan el comercio sin dinero y funcionan como una herramienta económica inclusiva.

¿Qué hacen?

Los mercados comunitarios digitales Quipu facilitan e incrementan el comercio en barrios, aumentando el ingreso disponible y garantizando formas efectivas de generación y retención de riqueza compartida localmente. Mediante estos mercados trabajadores/as de la economía informal y/o formal, pueden crear su perfil de negocio y listar sus productos o servicios, permitiéndoles vender y comprar en su barrio. Los mercados QUIPU incentivan transacciones localmente y brindan liquidez monetaria mediante un sistema de intercambio que utiliza vouchers digitales. Estos funcionan como un sistema de crédito mutuo que permite realizar transacciones sin necesidad de contar con dinero, siendo más eficiente que el trueque, e incrementando la capacidad de compra dentro y fuera del barrio. Al tratarse de un sistema de intercambio, y no de acumulación, se incentiva a los usuarios a ser activos en generar y consumir productos y servicios locales.

¿Qué problemas aborda?

1. Limitaciones de liquidez: la inestabilidad económica de los residentes de los barrios y su dependencia en la economía informal hace que muchas veces no haya suficiente efectivo para realizar transacciones, por más de que haya oferta y demanda de bienes y servicios.

2. Baja visibilidad de los negocios, precaria información sobre oferta y demanda de servicios: antes, durante y después de la emergencia del COVID-19, los negocios operan en general desde los hogares, alcanzando solamente una clientela compuesta de los vecinos más cercanos. Al no estar identificados,

también falta información del comercio local. Con la emergencia del COVID-19 y la imposibilidad de salir a las calles a vender, los/as vendedores informales pierden su fuente de ingreso.

3. Desigual acceso a servicios financieros para fortalecer y crecer negocios: los negocios informales o pequeños no tienen forma de demostrar su capacidad de re-pago y esto deriva en falta de acceso a financiamiento formal que se traduce a su vez en préstamos informales con altas tasas de interés.

¿Cómo funciona la app?

La app de Quipu ha sido co-diseñada con vendedores en comunidades donde impera la economía informal, con el propósito de facilitar su interacción con la tecnología y que esta responda a las dinámicas de compra y venta tradicionales. Quipu logra visibilizar, conectar y capacitar a los prosumidores de las comunidades para fortalecer las economías de barrio.

¿Cuál es el impacto?

Quipu responde ofreciendo una herramienta de recuperación económica inclusiva que digitaliza los pequeños negocios y le brinda liquidez monetaria a las economías de barrio. La posibilidad de poder construir colaborativamente un registro de compradores y vendedores, permite además construir una base de datos respecto al comportamiento de las economías locales informales, información hoy muy escasa y necesaria para la toma de decisiones a nivel de política pública y para la mejora del funcionamiento de los pequeños negocios.

- Demo de la app: <https://youtu.be/UVTrSGQJ67k>
- Video promocional en un barrio: <https://youtu.be/B0ztiHfC-Uo>
- Video promocional sobre el uso del token comunitario: https://youtu.be/_w0dbjDI1hw

Aprendizajes **En lo Institucional**

1 Fortalecer las medidas de control y prevención de contagio en mercados minoristas y mayoristas

Uno de los principales ejes de acción de las distintas ciudades ha consistido en el acompañamiento a los comerciantes, tanto de mercados de abasto establecidos, como informales, para cumplir con las medidas mínimas de sanitización en espacios de comercialización, por medio de protocolos de gestión y venta, tales como limitación de aforo máximo, liberación de pasillos, única puerta de ingreso, medición de temperatura de clientes al ingreso de los mercados, limitación del tiempo de compra en espacios cerrados, entre otros. Estas medidas deben incluir pruebas de infección constantes a los comerciantes, quienes se encuentran permanente expuestos a la interacción con proveedores y compradores.

2 Adaptación espacial al interior de los mercados y su entorno urbano inmediato

El estado de la infraestructura de los mercados está, casi de forma generalizada, asociado a condiciones precarias, de alto desgaste, y con serias dificultades para su mantenimiento. Así mismo la coexistencia entre el alto flujo de peatones y vehículos en un contexto de distanciamiento físico necesario para evitar contagios, representa un gran reto a la hora de fiscalizar y controlar la actividad en los mercados y centros de abasto. En este sentido es recomendable privilegiar al peatón y adaptar el espacio urbano para que éste pueda desplazarse de forma rápida y segura, evitando la aglomeración, y limitando la invasión del automóvil en aceras. Algunas de las estrategias utilizadas consisten en la demarcación de líneas o círculos en el piso o pavimento, que puedan funcionar como indicaciones espaciales para el correcto distanciamiento. En términos de ejecución e implementación se recomienda un abordaje táctico, con acciones de ágil implementación y bajo costo, por medio de acciones muy concretas para transformar las dinámicas de la ciudadanía. Así, por medio del prototipado es posible evaluar y ajustar la estrategia a través de análisis de los resultados y la mejora continua.



Calles Conscientes y Seguras.

El proyecto Calles Conscientes y Seguras, es un programa para la transformación de ejes de movilidad críticos con acciones participativas de bajo costo y temporales, que tiene como objetivo convertir las calles en un laboratorio vivo, abierto a toda la ciudadanía y que potencia la construcción social del espacio urbano de forma segura.

El proyecto se emplaza en el sector San Antonio de Pereira, una zona turística, de entretenimiento y gastronomía como parte de las acciones estratégicas de la Municipalidad para impulsar la reactivación económica, incluyendo a las ferias barriales del sector.

El diseño a través de un enfoque de urbanismo táctico abarca 1.260 metros cuadrados de espacio público y 400 metros lineales, planteando una disminución de la velocidad del automóvil a 20 km. p/h e incorporando intervenciones en pavimentos para conformar 23 pasos peatonales seguros para el cuidado del peatón. Así mismo incorpora áreas de permanencia a través de parklets y la habilitación de un boulevard al aire libre para el consumo seguro de productos al aire libre, por medio de medidas de distanciamiento.⁵

La metodología consta de tres fases para su implementación: 1) Diagnóstico y formulación, para un mejor entendimiento del contexto y las problemáticas locales 2) Ejecución participativa de obras, permitiendo la experimentación social y fortaleciendo la cohesión entre los actores del comercio y 3) Apropiación y Análisis de los Resultados, para evaluar el impacto de la intervención por medio de datos cuantitativos y cualitativos, provenientes de la ciudadanía.

El urbanismo táctico consiste en “pequeñas acciones para grandes transformaciones. Acciones temporales, de bajo costo, ágiles y de alta calidad para realizar transformaciones contundentes”. A ese estricto carácter temporal se suma el rol de laboratorio para ampliar el conocimiento de un reto urbano (un problema de movilidad, seguridad vial o espacio público) y luego, a través de la intervención, del testeo y análisis de sus resultados, para diseñar y construir una obra pública argumentada, esta sí, de carácter permanente.⁶

⁵ Video: Descripción de la Metodología, Alcaldía de Rionegro:
<https://twitter.com/alcrionegro/status/1297269825975328770>

⁶ LA Network: ‘Calles conscientes y seguras’: urbanismo táctico es el primer paso para la transformación
<https://la.network/calles-conscientes-y-seguras-urbanismo-tactico-es-el-primer-paso-para-la-transformacion/>

Aprendizajes **En lo Institucional**

3 Programa de Incentivos al Comercio

Una de las dificultades de aplicación de protocolos en contextos informales o populares tiene que ver con la falta de recursos e incentivos que fomenten la aplicación de medidas de control y protocolos de salubridad. En este sentido puede ser favorable ofrecer apoyo económico a los vendedores condicionado al cumplimiento de las metas de higienización y control antes mencionadas

7 Ministerio de Economía y Finanzas, Perú. Programa de Incentivos a la Mejora de la Gestión Municipal del año 2020. Guía para el cumplimiento de la Meta 1: Regulación del funcionamiento de los mercados de abastos para la prevención y contención del COVID-19. https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_public/migl/metad/PI15JUN_Meta1_guia_2020.pdf

Insight 4 | Piura



Programa de Incentivos MEF Perú⁷

Durante los meses de mayo y junio los mercados de Perú mostraron tasas de contagio en sus comerciantes de más de 40% y de hasta un 80%.

A través del Ministerio de Economía se propone el Programa de Incentivos Municipales, donde aquellos establecimientos que cumplan las metas establecidas, reciben recursos para continuar con la implementación. A partir de ello el 70% de los mercados y distritos han cumplido las metas establecidas luego de la implementación del programa de incentivos, destacando el caso de Piura como la ciudad con mejor puntaje.

Los indicadores monitoreados a través de este programa son:

- Distancia mínima entre personas
- Equipamiento de Seguridad
- Limpieza y Desinfección
- Gestión de Residuos Sólidos
- Gestión del Mercado
- Protocolos para venta de carnes y aves
- Comercio Ambulante

Aprendizajes **En lo Institucional**

4 Oportunidad de negociación entre la administración pública y las organizaciones de comerciantes

Los mercados constituyen espacios sumamente complejos de controlar. La variedad de organizaciones y métodos de gobernanza constituyen un reto para la política pública, desde una mirada que trascienda lo sectorial y que permita recuperar la incidencia del sector público en estos espacios, que muchas veces son modelos concesionados a privados y organizaciones de comerciantes particulares. En este sentido es necesario profundizar en los esquemas de organización y gobernanza actuales para mejorarlos y potenciarlos

Para poder coordinar la acción pública es necesario entender cómo funciona la acción colectiva en los mercados, caracterizando, mapeando y negociando con diferentes agrupaciones de diferentes comerciantes, muchas veces con diferentes intereses y situaciones específicas.

Insight 5 | Piura



Coordinación transversal con las organizaciones de mercados

En el caso de Piura existen numerosos mercados que fueron privatizados, y que a su vez se encuentran segmentados a nivel administrativo y asociativo, con lo cual existen diferentes niveles de gobernanza con quienes hay que dialogar.

Previo a la pandemia era muy complicada la coordinación de esfuerzos entre mercados y la municipalidad, sin embargo y debido a un proceso de regularización iniciado en 2019 la Municipalidad de Piura supervisa a la fecha más de 2.600 puestos en 11 mercados diferentes.

Aprendizajes **En lo Institucional**

4 Levantamiento de data geoespacial sobre el comportamiento de los mercados y generación de datos sobre patrones de consumo en sectores informales

Los datos respecto al comportamiento de las economías locales informales son históricamente escasos y difíciles de levantar. Sin embargo, las tecnologías de la información y la comunicación facilitan el levantamiento de estos datos y su utilización consciente y protegida en la construcción de estrategias y medidas de política pública. Contar con data granular respecto a las características de compradores y vendedores, y patrones de consumos en cuanto a rubros y zonas de la ciudad, permite por un lado, efectuar una mejor lectura de la demanda por parte de los compradores y por otro, direccionar mejor los esfuerzos de las administraciones en la prevención y contención en cuanto a horarios, rutas y focos de aglomeración.

5 Generación de conocimiento de medidas y casos de éxito

Toda la experiencia acumulada durante los meses de la emergencia requiere ser recopilada, sistematizada y difundida hacia otros sectores o territorios donde pueda ser implementada. Articular el conocimiento en red permite educar, inspirar y replicar, reduciendo tiempos y costos de implementación apoyándose en experiencias previas.

En este sentido se valoran los documentos, guías de acción, y campañas de comunicación que permitan entender el comportamiento de los mercados y con ello diseñar mejores instrumentos de política pública adaptados a la realidad de estos espacios urbanos.

Insight 6 | Grade



Estudio de Zonas Prioritarias para la Prevención y Contagio del COVID-19 (Grade)

El área de Urbanización y Ciudades Sostenibles de GRADE identificó las zonas prioritarias para la prevención y control del contagio del COVID-19 en Lima Metropolitana, es decir, áreas de la ciudad que concentran la mayor cantidad de población vulnerable (mayores de 60 años) viviendo en entornos de alto riesgo de infección (alta densidad, y hacinamiento y, limitado acceso a agua potable). El objetivo de este ejercicio es enfocar las intervenciones del Estado y la sociedad en aquellos espacios donde el impacto de las mismas —en particular, espacios donde habitan los adultos mayores que necesitan protección del contagio— sea mayor.⁸

Utilizando datos georreferenciados del Censo Nacional de Mercados de Abastos de Perú 2016, y una base geoespacial de supermercados construida por GRADE el 2017, fue posible identificar todos los centros de abastos ubicados al interior de las zonas priorizadas señaladas al inicio de esta nota. Por otro lado, utilizando datos de un estudio reciente de GRADE⁸, se calculó que el 93% de las personas que adquieren sus alimentos en mercados lo hacen en establecimientos que están a menos de 800 metros de distancia de sus hogares. Por tanto, no solo aquellos mercados que están dentro de las áreas prioritarias son lugares críticos, sino también los que se encuentran ubicados suficientemente cerca a ellas.

⁸ GRADE: Potenciales focos de contagio del COVID-19
<http://www.grade.org.pe/novedades/potenciales-focos-de-contagio-del-covid-19-mercados-y-supermercados/>

ciudades con futuro

una iniciativa de CAF

