



PERÚ

Ministerio
de la Producción

Modelo de Gestión para Mercados de Abastos Minoristas Competitivos

2021



Visado por MOSQUEIRA CORNEJO Ninoska
FAU 20504794637 hard
Fecha: 2021/05/28 15:50:36-0500



ÍNDICE

TÍTULO I. PRESENTACIÓN	1
TÍTULO II. BASE LEGAL.....	4
TÍTULO III. DISPOSICIONES GENERALES.....	5
Artículo 1. Objetivo.....	5
Artículo 2. Glosario de términos.....	5
TÍTULO IV. AMBITO DE APLICACIÓN.....	7
TÍTULO V. GESTIÓN DE LOS MERCADOS DE ABASTOS	7
Artículo 3. Definición de mercados.....	7
Artículo 4. Tipologías de mercados.....	8
Artículo 5. Actores involucrados en el mercado de abastos.....	9
5.1 Organizaciones de comerciantes.....	9
5.2 Comerciantes o conductores de los puestos de venta	10
5.3 Gerente del mercado de abastos	10
5.4 Transportistas.....	11
5.5 Estibadores	11
5.6 Consumidores.....	11
5.7 Ministerio de la Producción (PRODUCE)	12
5.8 Municipalidades	13
5.9 Entidades vinculadas	14
TÍTULO VI. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LOS MERCADOS DE ABASTOS.....	16
Artículo 6. Tipos de organización de mercados.....	16
TÍTULO VII. GERENCIA DE MERCADOS DE ABASTOS MINORISTAS	19
Artículo 7. Gerente de mercado	19
7.1 Perfil	19
7.2 Responsabilidades.....	19
Artículo 8. Organigrama.....	21
Artículo 9. Áreas funcionales	25
9.1 Gestión financiera y contable	25
9.2 Gestión Comercial.....	25
9.3 Gestión legal.....	27
9.4 Gestión de marketing y promoción.....	27
9.5 Gestión humana	29
9.6 Gestión de residuos y limpieza	30
9.7 Gestión de mantenimiento y conservación	32
9.8 Gestión de seguridad	34
9.9 Gestión Logística de bienes y servicios.....	34



PERÚ

Ministerio
de la Producción

9.10 Gestión sanitaria en la cadena de alimentos	35
9.11 Gestión de control interno	38
Artículo 10. Ficha de autoevaluación para los mercados de abastos minoristas competitivos.....	38
TÍTULO VIII. ANEXOS	39
Anexo 1: Requisitos para solicitar inspección técnica de seguridad en edificaciones de Defensa Civil - ITSE (D.S. N°002-2018-PCM)	39
Anexo 2: Licencia de funcionamiento	45
Anexo 3: Contenido sugerido para un reglamento interno de un mercado de abastos	47
Anexo 4: Requisitos para la solicitud de registro de marcas de productos y/o servicios	48
Anexo 5: Marca colectiva para los mercados de abastos	50
Anexo 6: Formatos de Comités de Autogestión y Vigilancia de los mercados	51
Anexo 7: Constitución de una cooperativa	52
Anexo 8: Financiamiento que ofrece la Caja Metropolitana de Lima	53
Anexo 9: Ficha de autoevaluación para los mercados de abastos minoristas competitivos	56
TÍTULO IX. BIBLIOGRAFÍA	64

Tabla de contenido: Tablas

Tabla 1. Clasificación de mercados de abastos	9
Tabla 2. Roles y medidas de control de las entidades vinculadas	15
Tabla 3. Cuadro comparativo entre asociaciones y cooperativas	16
Tabla 4. Acciones de promoción de marketing.....	27

Tabla de contenido: Gráficos

Gráfico 1. Organigrama para mercados tipo asociación	23
Gráfico 2. Organigrama para mercados tipo cooperativa.....	24

Modelo de Gestión para Mercados de Abastos Minoristas Competitivos

TÍTULO I. PRESENTACIÓN

En la actualidad, en el Perú conviven dos modelos de abastecimiento alimentario: el comercio tradicional, basado principalmente en los mercados de abastos, las tiendas de barrio y los puntos de venta callejeros; y, el comercio moderno, conformado por grandes cadenas de supermercados, hipermercados y tiendas de conveniencia. A pesar de que estos últimos se han desarrollado exitosamente en los últimos años, aún los mercados de abastos siguen siendo el principal lugar donde los ciudadanos adquieren los productos para su alimentación.

Según el Censo Nacional de Mercados de Abastos realizado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en el año 2016, en el Perú existen 2,612 mercados de abastos. El 88,2% de los mercados de abastos en el país son de tipo minorista y el 1,7% de tipo mayorista. El 60% de los mercados fueron fundados en los últimos 30 años. Actualmente, hay 80,000 puestos comerciales en uso, y se calcula 2'000,000 de personas vinculadas a la actividad económica.

Si bien la función principal de los mercados de abastos es la comercialización de productos alimenticios y no alimenticios básicos para la comunidad, estos espacios también cumplen con un rol muy importante a nivel social, cultural, urbanístico y ambiental. Los mercados de abastos crean y mantienen empleos, pero también relaciones, usos y costumbres, además de preservar la biodiversidad a través de los productos y la gastronomía que se ofrece en ellos.

Gestión en los mercados de abastos

En los “Lineamientos Generales de la Política Nacional para la Competitividad de Mercados de Abastos”, documento elaborado en el 2016 por el Ministerio de la Producción (PRODUCE), se indica que en los mercados de abastos de nuestro país aún existen grandes barreras que limitan su competitividad, generan ineficiencias en la distribución de alimentos y afectan la cadena de valor gastronómica.¹

Entre las principales barreras que se han identificado se encuentran: i) inadecuada infraestructura y equipamiento, ii) gerentes y conductores con limitadas capacidades para la

¹ SENASA. (2003). Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Mercados de Abastos. Recuperado de <https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/2016/03/RM-282-2003-MINSA-Funcionamiento-mercados-de-abastos.pdf>

gestión, iii) deficientes prácticas de manipulación y salubridad, iv) inadecuada gestión de residuos sólidos, v) ausencia de políticas de promoción para su modernización, y vi) débil gobernanza y marco legal difuso.

Dentro de ellas se destaca, la limitada capacidad de gestión empresarial, la cual se ve reflejada en la ausencia de modelos de gestión de mercados que garanticen su rentabilidad y sostenibilidad, la falta de profesionalización en la gestión empresarial, la carencia de planes de desarrollo comercial u otros instrumentos de gestión y los problemas en la titularidad de los predios.

Contexto del documento

Mediante Decreto Supremo N° 237-2019-EF, se aprobó el “Plan Nacional de Competitividad y Productividad”, el cual tiene como una de sus prioridades la Medida Política 6.6: Nuevo modelo de mercado de abastos (en adelante, la Medida Política 6.6). Dicha medida consiste en diseñar e implementar pilotos de mercados de abastos que cumplan con estándares de calidad en infraestructura, buenas prácticas, manejo de residuos sólidos, instalaciones y equipos complementarios, limpieza y seguridad, sanidad e inocuidad.

En el marco de la referida Medida Política 6.6, a través de la Resolución Suprema N° 021-2019-PRODUCE, se creó la Comisión Multisectorial de naturaleza temporal, dependiente del Ministerio de la Producción, con el objeto de elaborar un informe técnico final que contenga la propuesta del diseño de los pilotos de mercados de abastos para el Perú

Dicha Comisión Multisectorial estuvo conformada por un representante titular y un representante alterno de las siguientes entidades:

- Ministerio de la Producción, a través del Despacho Viceministerial de MYPE e Industria, quien la preside.
- Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.
- Ministerio del Ambiente.
- Ministerio de Salud.
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI.
- Instituto Nacional de Defensa Civil - INDECI.
- Servicio Nacional de Sanidad Agraria - SENASA.
- Asamblea Nacional de Gobiernos Regionales - ANGR.
- Asociación de Municipalidades del Perú - AMPE.

De la Comisión Multisectorial se obtuvieron los siguientes tres (03) componentes necesarios para la generación de mercados de abastos competitivos:

- Guía para la Gestión de Mercados de Abastos competitivos.
- Norma técnica para el diseño de mercados de abastos minoristas.
- Instrumentos para dotar de competitividad a los mercados de abastos.

La Guía para la Gestión de Mercados de Abastos competitivos, en adelante, “Modelo de Gestión para Mercados de Abastos Minorista Competitivos”, es el componente que tiene como objetivo proponer un modelo para profesionalizar la gestión de los mercados de abastos, incorporando una cultura de calidad en la atención al cliente, la inocuidad de los alimentos y desarrollar herramientas tecnológicas y financieras que incrementen su productividad, para obtener mayores beneficios económicos y bienestar social a las personas en sus localidades.

Como parte de la realización del Modelo de Gestión para Mercados de Abastos Minorista Competitivos fue necesario desarrollar alianzas de cooperación técnica a efectos de validar su contenido con actores claves, y poder proseguir con su publicación e implementación. Dicha alianza se realizó con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura - FAO, la cual tiene como objetivo principal garantizar la seguridad alimentaria para todos y el acceso a alimentos de buena calidad, por lo cual vienen trabajando de la mano con los Gobiernos de 130 países donde cuentan con oficinas.

En el marco de esta cooperación se realizaron tres mesas de trabajo con actores vinculados a los mercados de abastos. La primera mesa estuvo dirigida a Asociaciones de comerciantes, dirigentes y comerciantes de diferentes mercados minoristas; en la segunda mesa participaron funcionarios a cargo del área de mercados de abastos de municipalidades de diferentes partes del país; y finalmente la tercera mesa estuvo conformada por académicos y organizaciones de la sociedad civil con experiencia de investigación y proyectos en mercados de abastos.

Con los comentarios y recomendaciones se elaboró el primer borrador del documento en mención. Posteriormente, se convocó a un comité consultivo para que revisara y diera comentarios sobre la propuesta. Este comité estuvo conformado por expertos en gestión de mercados, comerciantes de mercados de abastos y la Asociación de Municipalidades del Perú (AMPE). Con sus recomendaciones para el documento y su futura implementación se elaboró el documento final del “Modelo de Gestión para Mercados de Abastos Minorista Competitivos”.

En el desarrollo del documento, se vio la necesidad de elaborar una ficha de autoevaluación a que permita que los gerentes y/o funcionarios públicos encargados de los mercados de abastos puedan monitorear los avances referidos a la gestión de los mercados de abastos de una manera

sencilla y práctica. Este instrumento permitirá el monitoreo de la implementación del presente “Modelo de Gestión para Mercados de Abastos Minorista Competitivos” además de recopilar información valiosa sobre el estado de estos centros.

TÍTULO II. BASE LEGAL

El “Modelo de Gestión para Mercados de Abastos Minorista Competitivos” toma como referencia normas legales que rigen las actividades relacionadas con estos espacios, tales como:

1. Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades.
2. Decreto Legislativo N° 85, Ley General de Cooperativas y modificatorias, cuyo Texto Único Ordenado es aprobado por Decreto Supremo N° 074-90-TR.
3. Decreto Legislativo N° 1062, Ley de Inocuidad de los Alimentos.
4. Decreto Supremo N° 034-2008-AG, que aprueba el Reglamento de la Ley de Inocuidad de los Alimentos.
5. Decreto Supremo N° 345-2018-EF, que aprueba la Política Nacional de Competitividad y Productividad.
6. Decreto Supremo N° 237-2019-EF, que aprueba el Plan Nacional de Competitividad y Productividad.
7. Decreto Supremo N° 004-2011-AG, que aprueba el Reglamento de Inocuidad Agroalimentaria.
8. Decreto Supremo N° 006-2016-MINAGRI, que modifica y complementa normas del Reglamento de Inocuidad Agroalimentaria, aprobado por Decreto Supremo N° 004-2011-AG
9. Decreto Supremo N° 007-98-SA, Aprueban el Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas.
10. Decreto Supremo N° 004-2014-SA, Modifican e incorporan algunos artículos del Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas, Aprobado por Decreto Supremo N° 007-98-SA.
11. Decreto Supremo N° 038-2014-SA, Modifican Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas, aprobado por Decreto Supremo N° 007-98-SA y sus modificaciones.
12. Decreto Supremo N° 011-2020-PRODUCE, que aprueba los Lineamientos para la regulación del funcionamiento de mercados de abastos y espacios temporales habilitados para el comercio de alimentos en el marco de las acciones de prevención y contención del COVID-19.

13. Resolución Suprema N° 021-2019-PRODUCE, que aprueba la creación la Comisión Multisectorial de naturaleza temporal, dependiente del Ministerio de la Producción, para el diseño de los Pilotos de mercado de abastos.
14. Resolución Ministerial N° 282-2003-SA-DM, Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Mercados de Abastos.
15. Resolución Ministerial N° 624-2015-MINSA, aprueban Norma Sanitaria que establece la lista de alimentos de alto riesgo (AAR).
16. Resolución Ministerial N° 683-2014-MINSA, aprueba la Guía Técnica para la Investigación y Control de Brotes de Enfermedad Transmitida por Alimentos.
17. Resolución Ministerial N°196-2016-PRODUCE, aprueba los Lineamientos Generales de la Política Nacional para la Competitividad de Mercados de Abastos.
18. Resolución Ministerial N° 061-2021-VIVIENDA, Modificación de la Norma Técnica A.070 “Comercio” del Reglamento Nacional de Edificaciones.

TÍTULO III. DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. Objetivo

El “Modelo de Gestión para Mercados de Abastos Minorista Competitivos” el cual tiene carácter referencial y no es de aplicación obligatoria, tiene como objetivo proponer lineamientos que permitan mejorar la gestión de los mercados de abastos que facilite su papel como motor de desarrollo comercial, social, económico, urbano y sostenible de las ciudades.

Con la visión de lograr constituir un modelo de organización y operatividad que incorpore una cultura de calidad e innovación en la atención al consumidor, la inocuidad de los alimentos y generar una mayor productividad que proporcione beneficios económicos y sociales a las personas relacionadas con el mercado de abastos.

Artículo 2. Glosario

- **Asociación civil:** Organización de personas naturales o jurídicas que realizan fin común no lucrativo.
- **Comerciante:** Persona que se dedica a la comercialización en los diversos mercados y centros de acopio de los productos agrarios.
- **Conductor de puesto:** personas que comercializan los productos alimentarios y no alimentarios en los mercados de abastos.
- **Consumidor:** persona que visita y adquiere productos o servicios ofrecidos por un ofertante o vendedor para cubrir una necesidad o requerimiento propio.

- **Cooperativa:** La cooperativa es una organización que agrupa a varias personas con la finalidad de realizar una actividad empresarial. Su funcionamiento se basa, fundamentalmente, en la cooperación de todos sus socios, de ahí el nombre “cooperativa”.
- **DIGESA:** Conduce la vigilancia sanitaria de los establecimientos de fabricación, almacenamiento, fraccionamiento de alimentos y los servicios de alimentación colectiva, de hospitales y de los medios de transporte de pasajeros.
- **Estibadores:** Personas dedicadas a la actividad física de manipulación de carga y descarga, de productos, que consiste en colocar, acomodar y transportar, la mercadería de manera que se encuentre estable y ocupe el menor espacio posible para su almacenamiento o transporte.
- **FAO:** Agencia de las Naciones Unidas que lidera el esfuerzo internacional para poner final hambre. Tiene como objetivo es lograr la seguridad alimentaria para todos, y al mismo tiempo garantizar el acceso regular a alimentos suficientes y de buena calidad para llevar una vida activa y sana.
- **Gerente del mercado de abastos:** Ejerce la dirección ejecutiva, administrativa y supervisión del mercado de abastos, y es esa personal quien debe planificar, organizar, controlar, desarrollar, liderar todos los requerimientos que necesita el mercado para poder tener una mejora continua.
- **INDECI:** es el organismo público ejecutor, integrante del Sistema Nacional de Gestión del Riesgo de Desastres, adscrito al Ministerio de Defensa, que tiene como función asesorar y proponer al ente rector (Presidencia del Consejo de Ministros) la normativa que asegure procesos técnicos y administrativos de la gestión reactiva.
- **Mercado mayorista:** Establecimiento en el que de manera directa o mediante agentes de comercio se negocia o expende al por mayores productos agropecuarios, recursos hidrobiológicos, abarrotes, licores, productos de limpieza y mantenimiento. Complementariamente podrá realizarse el comercio al por menor.
- **Mercado minorista:** Establecimiento en el que comerciantes distribuidos en puestos venden a usuarios finales y en pequeñas cantidades productos agropecuarios, recursos hidrobiológicos, abarrotes, licores, productos de limpieza personal y del hogar y se prestan algunos servicios para el hogar (electricidad, reparación de artefactos, vidriería, ebanistería, sastrería, renovadora de calzados, entre otros).
- **Mercado mixto:** Aquel comercio donde se realiza ventas al por mayor y al por menor.
- **Ministerio de la Producción:** Organismo competente en las materias de pesquería, acuicultura, industria, micro, pequeña, mediana y gran empresa, comercio interno,

promoción, desarrollo de cooperativas y parques industriales.

- **Modelo de Gestión de Mercados de Abastos Competitivos:** Componente de la Comisión Multisectorial cuyo objetivo consiste en proponer un modelo para profesionalizar la gestión de los mercados de abastos, incorporando una cultura de calidad en la atención al cliente, la inocuidad de los alimentos y desarrollar herramientas tecnológicas y financieras que incrementen su productividad, para obtener mayores beneficios económicos y bienestar social a las personas en sus localidades.
- **Municipalidad:** Las municipalidades provinciales y distritales son los órganos de gobierno promotores del desarrollo local, con personería jurídica de derecho público y plena capacidad para el cumplimiento de sus fines.
- **SANIPES:** Organismo técnico especializado adscrito al Ministerio de la Producción, encargado de normar, supervisar y fiscalizar las actividades de sanidad e inocuidad pesquera, acuícola y de piensos de origen hidrobiológico, en el ámbito de su competencia.
- **SENASA:** Organismo Público Técnico Especializado Adscrito al MINAGRI con Autoridad Oficial en materia de Sanidad Agraria, Calidad de Insumos, Producción Orgánica e Inocuidad agroalimentaria.
- **Transportista:** Persona natural o jurídica que presta servicios de transporte de unidades de carga pesada, con el fin de trasladar productos a los diversos mercados y viceversa.

TÍTULO IV: ÁMBITO DE APLICACIÓN

El ámbito de aplicación del presente “Modelo de Gestión para Mercados de Abastos Minorista Competitivos” corresponde a las dependencias de los Gobiernos Locales vinculados a los mercados de abastos, así como a las personas naturales y jurídicas que hacen la labor de administradores y/o gerentes de mercados de abastos minoristas privados o públicos a nivel nacional.

TÍTULO V: GESTIÓN DE LOS MERCADOS DE ABASTOS

Artículo 3. Definición de mercados

Según el Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Mercados de Abastos (SENASA, 2003), un mercado de abastos hace referencia a un local cerrado en cuyo interior se encuentran constituidos o distribuidos puestos individuales, en secciones definidas, dedicados a la comercialización de alimentos y bebidas, productos alimenticios y otros tradicionales no

alimenticios.²

Además de la concepción tradicional de los mercados de abastos, principales puntos de abastecimiento de nuestro país, en este contexto tan cambiante es necesario ver a los mercados de abastos como motores del desarrollo comercial, social, económico, urbano y sostenible de las ciudades.

Esto con miras de consolidar modelos de organizaciones que incorporen una cultura de calidad e innovación en la atención al consumidor, la inocuidad de los alimentos y generar una mayor productividad que proporcione beneficios económicos y sociales a las personas relacionadas con el mercado de abastos.

Artículo 4. Tipologías de mercados

Para mayor contexto del documento a continuación se detallan las principales tipologías de mercados de abastos en el Perú.

- **Mercado Mayorista:** Establecimiento en el que de manera directa o mediante agentes de comercio se negocia o expende al por mayores productos agropecuarios, recursos hidrobiológicos, abarrotes, licores, productos de limpieza y mantenimiento³.
- **Mercado Mixto:** Comercio donde se realiza ventas al por mayor y al por menor.⁴
- **Mercado Minorista:** Establecimiento en el que comerciantes distribuidos en puestos venden a usuarios finales y en pequeñas cantidades productos agropecuarios, recursos hidrobiológicos, abarrotes, licores, productos de limpieza personal y del hogar y se prestan algunos servicios para el hogar (electricidad, reparación de artefactos, vidriería, ebanistería, sastrería, renovadora de calzados, entre otros)⁵.

A continuación, el detalle de la población a servir en cada tipo de comercio. Es importante recalcar que el presente “Modelo de Gestión para los mercados de abastos minoristas” está

² SENASA. (2003). Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Mercados de Abastos. Recuperado de <https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/2016/03/RM-282-2003-MINSA-Funcionamiento-mercados-de-abastos.pdf>

³ D.S N° 006-2011- Vivienda. NORMA TÉCNICA 0.70 COMERCIO. Recuperado de http://www3.vivienda.gob.pe/dnc/archivos/Estudios_Normalizacion/Normalizacion/normas/NORMA_A.070_COMERCIO.pdf

⁴ Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2017). Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1448/libro.pdf

⁵ D.S N° 006-2011- Vivienda. NORMA TÉCNICA 0.70 COMERCIO. Recuperado de http://www3.vivienda.gob.pe/dnc/archivos/Estudios_Normalizacion/Normalizacion/normas/NORMA_A.070_COMERCIO.pdf

dirigido a los mercados minoristas a nivel nacional.

Tabla 1. Clasificación de mercados de abastos

Tipo de comercio	Población a Servir
Comercio interdistrital y Metropolitano (CM)	Más de 300,000 Hab.
Comercio distrital (CZ)	100,000 - 300,000 Hab.
Comercio zonal o sectorial (CZ)	30,000 - 100,000 Hab.
Comercio local y vecinal (CV)	Hasta 30,000 Hab.

Fuente: R.M N° 061-2021-VIVIENDA, Modificación de la Norma Técnica A.070 "Comercio"

Artículo 5. Actores involucrados en el mercado de abastos

Los mercados de abastos minoristas integran diversos sistemas y actores en su labor diaria. En ese sentido, para poder gestionar a los mercados de abastos minoristas, es necesario mapear los diversos actores que intervienen directa o indirectamente en sus actividades.

A continuación, se detalla el rol y las responsabilidades que tienen las diversas instituciones públicas y privadas que se vinculan en temas de regulación, promoción o fiscalización con los mercados de abastos:

- **Actores privados**

5.1. Organizaciones de comerciantes

Las organizaciones de comerciantes son organizaciones fundadas y gestionadas por las personas que integran los mercados de abastos. Estas organizaciones se encargan de:

- Conformar la junta directiva de la asociación de comerciantes.
- Participar en la conformación del Comité de Autocontrol Sanitario y cumplir con los lineamientos que se propongan (RM N°282-2003-SA-DM).
- La junta directiva aprobará el reglamento interno de mercado de abastos.
- El cumplimiento del reglamento interno del mercado de abastos, así como la normativa vigente que hace referencia a su actividad comercial, a la seguridad de los consumidores, la normativa que protege al consumidor y toda la que sea obligatoria para el funcionamiento del mercado y el del propio local.
- Velar por el cumplimiento de la sanidad e inocuidad de los alimentos, limpieza y desinfección y la verificación del cumplimiento respectivo.
- Promover las actividades extra comerciales como las de animación, capacitación,

promoción, nuevos servicios a los consumidores, etc., las cuales podrán ser propuestas ante el gerente del mercado.

5.2. Comerciantes o conductores de los puestos de venta

Los conductores de los puestos son las personas que comercializan los productos alimentarios y no alimentarios en los mercados de abastos. Los conductores de puestos tienen las siguientes responsabilidades:

- Cumplir con las responsabilidades impuestas por la legislación vigente vinculadas con mercado de abastos.
- Cumplir con las responsabilidades y prohibiciones establecidas en el reglamento interno del mercado de abastos.
- Comercializar productos en condiciones de salubridad e inocuidad adecuadas.
- Mantener en buenas condiciones de servicio los equipos, puestos y espacios otorgados en concesión, en alquiler o de propiedad privada.
- Cumplir con las responsabilidades en materia de protección al consumidor y publicidad, que incluya el uso del Libro de Reclamaciones en el puesto de venta.
- Pago de las cuotas ordinarias con la periodicidad y en los plazos que se establezcan, así como de los consumos de luz, agua u otros pagos que establezca la municipalidad o la administración, según corresponda.
- Mantener constante limpieza del puesto de tal forma que permita cumplir con las condiciones sanitarias.

Asimismo, respecto a sus derechos, se pueden considerar los siguientes:

- Utilizar los puestos objeto de concesión o alquiler hasta la finalización del plazo establecido.
- Asociarse con el fin de desarrollar su actividad comercial en función de sus intereses y participar de forma activa en la gestión del mercado, tanto con respecto al mantenimiento general como para la promoción y dinamización comercial.
- Ejercer su actividad comercial con respeto a las normas y lo establecido en el reglamento interno del mercado de abastos.

5.3. Gerente del mercado de abastos

El gerente del mercado ejerce la dirección ejecutiva, administrativa y supervisión del mercado de abastos, y es esa persona quien debe planificar, organizar, controlar, desarrollar, liderar todos los requerimientos que necesita el mercado para poder tener una mejora continua. Esa persona es

una pieza clave para potenciar las fortalezas del establecimiento.

En el capítulo IV se detallará con mayor profundidad el rol y las responsabilidades del gerente del mercado de abastos.

5.4. Transportistas

En los mercados existen dos grupos importantes de transportistas. Por un lado, los transportistas de carga de entrada y salida de productos del mercado. Por otro lado, se encuentran los transportistas que brindan servicios a los consumidores, los cuales pueden ser: Microbuses, taxis, mototaxis, vehículos menores, etc.

Estos grupos tienen la obligación de:

- Estar registrados dentro de los padrones del mercado de abastos
- Utilizar una identificación visible donde se indique sus datos personas y el nombre del mercado con el que trabaja
- Integrarse a las actividades que realiza el mercado de abastos

5.5. Estibadores

Personas dedicadas a la actividad física de manipulación de carga y descarga, de productos, que consiste en colocar, acomodar y transportar, la mercadería de manera que se encuentre establey ocupe el menor espacio posible para su almacenamiento o transporte. Los estibadores se encargan de la distribución conveniente de los alimentos y bebidas en un almacén, cámara frigorífica o en el vehículo de transporte⁶.

Estos grupos tienen la obligación de:

- Estar registrados dentro de los padrones del mercado de abastos
- Utilizar una identificación visible donde se indique sus datos personas y el nombre del mercado con el que trabaja
- Integrarse a las actividades que realiza el mercado de abastos

5.6. Consumidores

Personas que visitan y adquieren productos o servicios ofrecidos por un ofertante o vendedor para cubrir una necesidad o requerimiento propio. En el caso de los mercados de abastos minoristas, generalmente son visitantes habituales y forman parte de la comunidad en la cual se

⁶ Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE). (2018). Guía de seguridad y salud en el trabajo para estibadores terrestres y transportistas manuales. Recuperado de http://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/CNSST/GUIA_DE%20TIBADORES%20FINAL.pdf

desarrolla el mercado.

Debido al rol determinante que cumplen en el funcionamiento de los mercados, se espera que los consumidores participen activamente de la Vigilancia Sanitaria y calidad de servicio de los mercados de abastos, la cual comprende las condiciones sanitarias de la comercialización de alimentos y los derechos del consumidor, su regulación y control se encuentra a cargo de las municipalidades, gerente del mercado y de los propios comerciantes⁷.

- **Actores públicos**

5.7 Ministerio de la Producción (PRODUCE)

El Decreto Legislativo N° 1047 que aprueba la Ley de Organización y Funciones del Ministerio de la Producción, en su artículo 3 “Ámbito de competencia” modificado por la Única Disposición Complementaria Modificatoria del Decreto Legislativo N° 1195, señala que el Ministerio de la Producción es competente en las materias de pesquería, acuicultura, industria, micro, pequeña, mediana y gran empresa, comercio interno, promoción, desarrollo de cooperativas y parques industriales; en el caso de estos últimos coordina con las demás entidades competentes de todos los niveles de gobierno, a fin de que el desarrollo de los mismos se realice de manera armónica y sistémica con los ecosistemas productivos industriales.

En relación a la gestión de mercados competitivos, PRODUCE cuenta con las siguientes dependencias que trabajan en este tema⁸:

- El Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de la Producción, aprobado mediante el Decreto Supremo N° 002-2017-PRODUCE y su modificatoria, en su artículo 15 estipula lo siguiente: El Despacho Viceministerial de MYPE e Industria está a cargo de el/la Viceministro/a de MYPE e Industria, quien es la autoridad inmediata al/a la Ministro/a de la Producción en materia de normalización industrial, calidad, ordenamiento de productos fiscalizados, promoción y fomento de la actividad industrial, cooperativas, MYPE y comercio interno.
- La Dirección General de Desarrollo Empresarial-DGDE, es el órgano técnico normativo de línea, dependiente del Viceministerio de MYPE e Industria, responsable de promover e implementar las políticas nacionales y sectoriales para el desarrollo productivo de las

⁷ SENASA. (2003). Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Mercados de Abastos. Recuperado de <https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/2016/03/RM-282-2003-MINSA-Funcionamiento-mercados-de-abastos.pdf>

⁸ El Peruano (2017) Decreto Supremo N° 009-2017-PRODUCE. Recuperado de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-modifica-el-reglamento-de-organizacion-y-decreto-supremo-n-009-2017-produce-1521986-4/>

MIPYME, industria, parques industriales, cooperativas y el comercio interno, a través del, fortalecimiento de capacidades y la creación de espacios de representatividad, en el ámbito de sus competencias.

- La DGDE, en materia de comercio interno y a través de la Dirección de Articulación de Mercados (DAM), realiza actividades orientadas a la creación de herramientas para el fortalecimiento de las capacidades de la MYPE, y a la mejora de la competitividad y de la gestión de los mercados de abastos minoristas.
- La Dirección General de Políticas y Análisis Regulatorio (DGPARG) del sector de MYPE e Industria tiene como funciones el “proponer o aprobar normas, lineamientos, entre otros, sobre las materias de sus competencias”, así como “evaluar propuesta de políticas, normas, reglamentos, entre otros”. Igualmente, entre su competencia se encuentra “emitir opinión sobre proyectos de inversión privada de interés sectorial o nacional, de conformidad con la normativa vigente, así como, en las materias de sus competencias”, siendo DGPARG el órgano de línea con autoridad técnico-normativa a nivel nacional responsable de formular y proponer normas en las materias de micro, pequeña, y mediana empresa (MIPYME), como también de comercio interno, entre otros⁹.

5.8 Municipalidades

Según la Ley de Municipalidades (Ley N°27972), estas instituciones tienen diversas responsabilidades frente a los mercados de abastos.

Por un lado, las **Municipalidades Provinciales** son responsables de construir, equipar y mantener, directamente o por concesión, mercados de abastos al mayoreo o minoristas, en coordinación con las municipalidades distritales en las que estuvieran ubicados. Por otra parte, las **Municipalidades Distritales** son responsables de promover la construcción, equipamiento y mantenimiento de mercados de abastos que atiendan las necesidades de los vecinos de su jurisdicción.

Así mismo, las municipalidades también tienen un rol normativo, siendo ellas las encargadas de dar las licencias de funcionamiento y demás autorizaciones; además de tener un rol de fiscalización, con el objetivo de verificar el cumplimiento de las normativas sanitarias en los mercados de abastos a fin de garantizar la salud de la población.

⁹ Ministerio de la Producción (PRODUCE). (2017). Reglamento de organización y funciones del Ministerio de la Producción, aprobado mediante el Decreto Supremo N° 002-2017-PRODUCE y su modificatoria. Recuperado de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/360628/ROF.pdf>

En el marco de este documento y las acciones que se pretenden lograr con la aplicación del mismo, resulta necesario que las Municipalidades provinciales y distritales fortalezcan su rol y relación con los mercados de abastos. Con mayor presencia, no solo de fiscalización sino de acompañamiento, promoción y financiamiento. Se podrá trabajar de la mano en el fortalecimiento de las capacidades de las juntas de administración y los conductores de puestos, así como de la gestión interna del mercado.

5.9 Entidades vinculadas

- **Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA):**

El SENASA es el Organismo Público Técnico Especializado Adscrito al MINAGRI con Autoridad Oficial en materia de Sanidad Agraria, Calidad de Insumos, Producción Orgánica e Inocuidad agroalimentaria. Se encarga de la vigilancia sanitaria de la producción de alimentos de origen animal y vegetal (Art. 3- Decreto Supremo N°007-98-SA).

- **Organismo Nacional de Sanidad Pesquera (SANIPES):**

El Organismo Nacional de Sanidad Pesquera es un organismo técnico especializado adscrito al Ministerio de la Producción, encargado de normar supervisar y fiscalizar las actividades de sanidad e inocuidad pesquera, acuícola y de piensos de origen hidrobiológico, en el ámbito de su competencia (Resolución Directoral N°002-2017-SANIPES-DSNPA). Se encarga de la vigilancia sanitaria de los productos hidrobiológicos (Art. 4- Decreto Supremo N°007-98-SA).

- **Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria (DIGESA):**

La Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria (DIGESA) conduce la vigilancia sanitaria de los establecimientos de fabricación, almacenamiento, fraccionamiento de alimentos y los servicios de alimentación colectiva, de hospitales y de los medios de transporte de pasajeros (Art. 5- Decreto Supremo 007-98-SA). Asimismo, realiza la vigilancia de la calidad sanitaria e inocuidad de los alimentos y bebidas industrializadas (Art. 7- Decreto Supremo N°007-98-SA).

- **Instituto Nacional de Defensa Civil (INDECI)**

Es el organismo público ejecutor, integrante del Sistema Nacional de Gestión del Riesgo de Desastres, adscrito al Ministerio de Defensa, que tiene como función asesorar y proponer al ente rector (Presidencia del Consejo de Ministros) la normativa que asegure procesos técnicos y administrativos de la gestión reactiva. En relación con los mercados de abastos, tiene como objetivo verificar que las instalaciones de los mercados brinden seguridad y garanticen la integridad a todas las personas que acuden y trabajan en él.

A continuación, se presenta una tabla resumen de los principales roles y medidas de control de las entidades vinculadas a los mercados de abastos:

Tabla 2. Roles y medidas de control de las entidades vinculadas

	SENASA (MINAGRI)	SANIPES (PRODUCE)	DEFENSA CIVIL	DIGESA (MINSA)	MUNICIPALIDAD
Rol	Controlar y garantizar el cumplimiento de la inocuidad a través de los sistemas de vigilancia y control.	Vigilancia sanitaria de los productos hidrobiológicos en coordinación con las Municipalidades.	Verificar que las instalaciones de los mercados brindenseguridad y garanticen la integridad a todas las personas que acuden y trabajan en él.	Mejorar las condiciones higiénico-sanitarias de los establecimientos donde se comercializan alimentos y contribuir a la reducción del riesgo de contaminación y protección de la salud de la población.	Vigilancia sanitaria de los establecimientos de comercialización
Autorización y/o certificación requeridas⁹	Certificación de puestos de venta saludables de alimentos agropecuarios primarios y piensos.		Certificado de inspección técnica de seguridad de edificaciones	Constancia sanitaria de los puestos de venta y los mercados de abastos	Licencia de funcionamiento
Medidas de control	Vigilancia sanitaria en el transporte y comercio de alimentos mediante inspecciones sanitarias a mercados. -Programa de vigilancia sanitaria de vehículos de transporte y comerciantes de alimentos.		Inspección técnica de seguridad de edificaciones	Evaluación higiénico-sanitaria de puestos de	La vigilancia sanitaria de comercializan en los mercados y la verificación de lo dispuesto en el Reglamento Sanitario. Evaluación de compatibilidad de uso.

Fuente: Elaboración propia

TÍTULO VI. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LOS MERCADOS DE ABASTOS

Artículo 6. Tipos de organización de mercados

En las zonas urbanas, según el régimen de propiedad, los mercados minoristas de abastos se clasifican de la siguiente manera:

- **Mercados municipales:** Son de propiedad del Estado (municipalidad provincial o distrital).
- **Mercados privados:** Pueden ser propiedad de una persona natural o jurídica, organización social, cooperativa, entre otros.

Dentro de los mercados de abastos privados, se promueve la asociatividad, es decir, la unión de personas o instituciones que realizan acciones conjuntas para alcanzar un objetivo común, el cual no podría ser alcanzado de manera individual.

Los beneficios que tiene la asociatividad van desde los económicos como la creación de más empleos, más eficiencia en el negocio, posibilidad de generar nuevas líneas de trabajo, tener representación para préstamos y otros requerimientos; hasta los sociales, como la cohesión y cooperación entre los miembros, la comunicación constante y la mejora en las habilidades de negociación.

Dentro de las principales formas de asociatividad en los mercados se tienen a las **asociaciones de comerciantes y las cooperativas**. A continuación, se presenta el detalle de cada una:

Tabla 3. Cuadro comparativo entre asociaciones y cooperativas

Aspectos relevantes	Asociación Civil	Cooperativa
Marco Regulatorio	Decreto Legislativo N° 295, Código Civil Peruano.	Decreto Legislativo N° 85, Ley General de Cooperativas y modificatorias, cuyo Texto Único Ordenado es aprobado por Decreto Supremo N° 074-90-TR. Supletoriamente se aplica la Ley N° 26887, Ley General de Sociedades.

Definición	Organización de personas naturales o jurídicas que realizan fin común no lucrativo	Toda organización cooperativa debe constituirse sin propósito de lucro, y procurará mediante el esfuerzo propio y la ayuda mutua de sus miembros, el servicio inmediato de éstos y el mediato de la comunidad.
Finalidad	Desarrollar actividades empresariales.	no Cuando se realiza o se va realizar alguna actividad empresarial.
Principios	No lo establece el Código Civil	• Libre adhesión y retiro voluntario • Control democrático • Interés limitado al capital • Retorno de excedentes • Educación cooperativa • Integración cooperativa • Irrepartibilidad de la reserva cooperativa
Constitución	Escritura Pública e Inscripción en Registros Públicos	a) Documento privado con firmas certificada. b) Escritura Pública e Inscripción en Registros Públicos
Capital Social	No requiere capital mínimo.	No requiere capital mínimo a excepción de las cooperativas de ahorro y crédito.
Patrimonio	Es irrepartible incluso en caso de disolución y liquidación	Solo la Reserva Cooperativa (cuenta patrimonial) es irrepartible, incluso en caso de disolución y liquidación.
Número mínimo de integrantes	No requiere un mínimo de integrantes. Pero se recomienda por lo menos 4 integrantes para su funcionamiento	No requiere un mínimo de integrantes. Pero se recomienda por lo menos 11 integrantes para su funcionamiento.
Denominación de los integrantes	Asociados	Socios

Régimen administrativo	Formado por a) Asamblea General y, b) Consejo Directivo	Formado por a) Asamblea General, b) Consejo de Administración, c) Consejo de Vigilancia, d) Comité de Educación, e) Comité Electoral, y f) Gerencia.
Régimen Tributario	Están afectas al Impuesto a la Renta e IGV con sus asociados y terceros.	Están inafectas al Impuesto a la Renta por los ingresos provenientes de operaciones con sus socios (acto cooperativo). Están inafectas al Impuesto General a las ventas por las operaciones realizadas con sus socios.
Utilidades	Las utilidades generadas no podrán ser distribuidas directa o indirectamente entre los asociados.	Los resultados obtenidos por la cooperativa en base a las operaciones con sus socios se distribuyen como excedentes que es el saldo originado del Remanente, de acuerdo a las operaciones que hayan realizado con sus socios.
Aportaciones	Los aportes efectuados por los asociados no se devuelven.	Los aportes efectuados por los socios se devuelven.
Régimen laboral	Solo pueden acogerse al régimen laboral de la actividad privada.	Pueden acogerse al Régimen laboral de la micro y pequeña empresa o al régimen laboral de la actividad privada.
Duración	Indefinida	Indefinida

Fuente: Elaborado por la Dirección General de Desarrollo Empresarial – PRODUCE

Asimismo, existen otro tipo de sociedades mercantiles para registrar un mercado de abastos, tales como:

- **Sociedad Anónima (S.A):** Es una sociedad de tipo capitalista en la que el capital social se encuentra dividido en acciones que pueden ser transmitidas libremente, y en la que los socios no responden personalmente frente a las deudas sociales.
- **Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L):** es un tipo de sociedad mercantil en la cual la responsabilidad está limitada al capital aportado, y, por lo tanto, en el caso de que se contraigan deudas, no responde con el patrimonio personal de los socios.
- **Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L):** Es uno de los tipos de

sociedades que permite a una persona la iniciación de actividades de una empresa de manera individual, a través de un RUC y un patrimonio distinto al propio.

TÍTULO VII. GERENCIA DE MERCADOS DE ABASTOS MINORISTA

La gerencia de un mercado tiene como objetivo llevar al establecimiento a un siguiente nivel en relación a la calidad de productos y servicios que ofrece, mejorar la experiencia de compra, promover su potencial gastronómico y cumplir con su rol social y comunitario.

En ese sentido, es el gerente tiene que ejercer la dirección ejecutiva, administrativa y supervisión del mercado de abastos, y es esa personal quien debe planificar, organizar, controlar, desarrollar, liderar todos los requerimientos que necesita el mercado para poder tener una mejora continua.

Artículo 7. Gerente de mercado

El gerente del mercado de abastos constituye una pieza clave para potenciar las fortalezas del mercado de abastos. A continuación, se detalla el perfil sugerido para este rol:

7.1 Perfil

El gerente **preferentemente** deberá de cumplir con los siguientes puntos:

Nivel académico preferencial: Estudios técnicos o profesionales en Administración de Empresas o Ingeniería.

Experiencia Laboral: Experiencia en desarrollo de estrategias empresariales y generación de alianzas estratégicas, administración de recursos humanos y financieros, conocimiento de la normativa relacionada a los mercados de abastos, con nociones de elaboración y monitoreo de indicadores de medición y control.

Habilidades Técnicas: Manejo útil de información, dominio de las técnicas de captación de información, control y supervisión, manejo de inventarios, manejo básico del office y equipos de oficina, gestión de las crisis y del cambio, gestión y mejora de los proyectos y resolución de problemas.

Habilidades blandas: Persona con actitud positiva, liderazgo con motivación para dirigir, con una integridad moral y ética, capaz de trabajar bajo presión, responsable de llevar a cabo las actividades necesarias para alcanzar metas organizacionales, con alta capacidad de manejo de crisis; así como habilidades para ejecutar, manejar, analizar, comunicar, vincular, planificar, liderar, negociar, motivar y tomar decisiones, con el fin de cumplir las metas antes mencionadas.

7.2 Responsabilidades

Las responsabilidades de los gerentes de mercado son las siguientes:

- **Gestión estratégica:**
 - Planificación de las actividades del mercado de abastos: Definición de un marco detrabajo, todas las acciones y procesos que deberán ponerse en marcha.
 - Organización de herramientas, materiales, equipos: Aprovechamiento de los recursos disponibles y hacer una correcta distribución del trabajo.
 - Control: Validación, verificación y retroalimentación de los procesos internos y externo del mercado.
 - Desarrollo: Establecimiento de programas para contribuir a impulsar el crecimiento de los miembros de la organización equivale a potenciar el talento.
 - Liderazgo: Comunicación eficiente y liderar a los miembros del mercado para que puedan sacar provecho de todas las fortalezas con las que cuentan.
- **Supervisión del funcionamiento del mercado:**
 - Hacer cumplir los reglamentos y normas de funcionamiento (horarios, limpieza, vigilancia, ocupación de zonas comunes, entre otros).
 - Mantener actualizado el padrón de comerciantes, estibadores, transportistas, personal de limpieza, seguridad, etc.
 - Mantener actualizado el registro de cobros de alquiler de puestos.
 - Coordinar los servicios de seguridad.
 - Supervisar la sanidad e inocuidad de los alimentos el estado de la limpieza y mantenimiento del mercado.
 - Organizar y supervisar la adecuada prestación de los servicios.
 - Organizar los recursos, coordinar y supervisar las funciones del personal asignado al mercado.
 - Coordinar operativos inopinados de control sanitario, municipales, protección al consumidor, entre otros, conforme a ley.
 - Llevar las finanzas y contabilidad de manera eficiente y transparente.
 - Realizar evaluaciones de logros de las metas y de la ejecución financiera.
 - Llevar un control del movimiento de mercancías que diariamente, semanal, mensualmente ingresa a su mercado, así como llevar la estadística de origen/destino de los productos.
 - Velar por el correcto acopio de residuos que genera el mercado, su custodia y recojo.
 - Contar con los servicios públicos indispensables como energía eléctrica y agua potable, saneamiento y alcantarillado.

- Capacitación del personal:
 - Coordinar con las organizaciones y/o autoridades competentes capacitaciones y asistencia técnica que beneficie al mercado y a los conductores de los puestos.
 - Desarrollo de programas para comerciantes, dependientes, estibadores, transportistas y todo trabajador del mercado de abastos
- Promoción del establecimiento:
 - Diseño y supervisión en conjunto con la junta directiva de planes y estrategias para la mejora continua del mercado de abastos y de los servicios que brinda.
 - Diseño y supervisión de estrategias para la promoción y el posicionamiento comercial del lugar.
 - Relacionamiento con los diferentes actores relacionados a los mercados de abastos.
 - Promoción de campañas culturales, fiestas de barrio, fiestas patronales, eventos de integración, etc.
 - Producir un mapa o plano de competencia de la zona de influencia con fines de prospección y estrategia competitiva.
- Atención de reclamos:
 - Recojo de incidencias y/o sugerencias.
 - Verificación del uso del Libro de Reclamaciones para el registro y atención de quejas y reclamos.
 - Tomar las acciones para la resolución de conflictos internos.
 - Promover el cumplimiento de las normas de protección al consumidor en los puestos de venta.
 - Detectar la existencia de riesgos no previstos en los productos o servicios que comercializa, deberá adoptar medidas para eliminar o reducir el peligro en un plazo inmediato; entre ellas, notificar a las autoridades competentes, retirar los productos o servicios o disponer su sustitución o reparación, e informar a los consumidores, a la brevedad, de las advertencias del caso¹⁰.

Artículo 8. Organigrama

A continuación, se presentan dos tipos de estructuras organizativas **recomendadas** para los

¹⁰ En el caso del Indecopi, podrá realizarlo de forma virtual, ingresando al portal de las alertas de consumo (www.alertasdeconsumo.gob.pe).

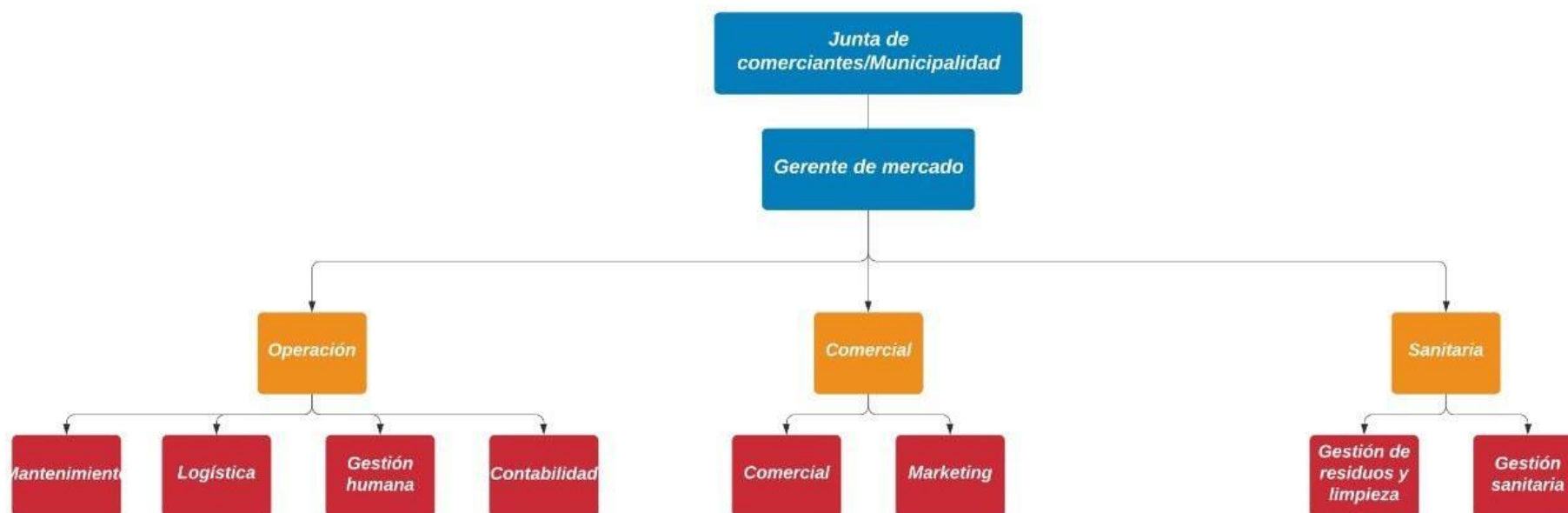


PERÚ

Ministerio
de la Producción

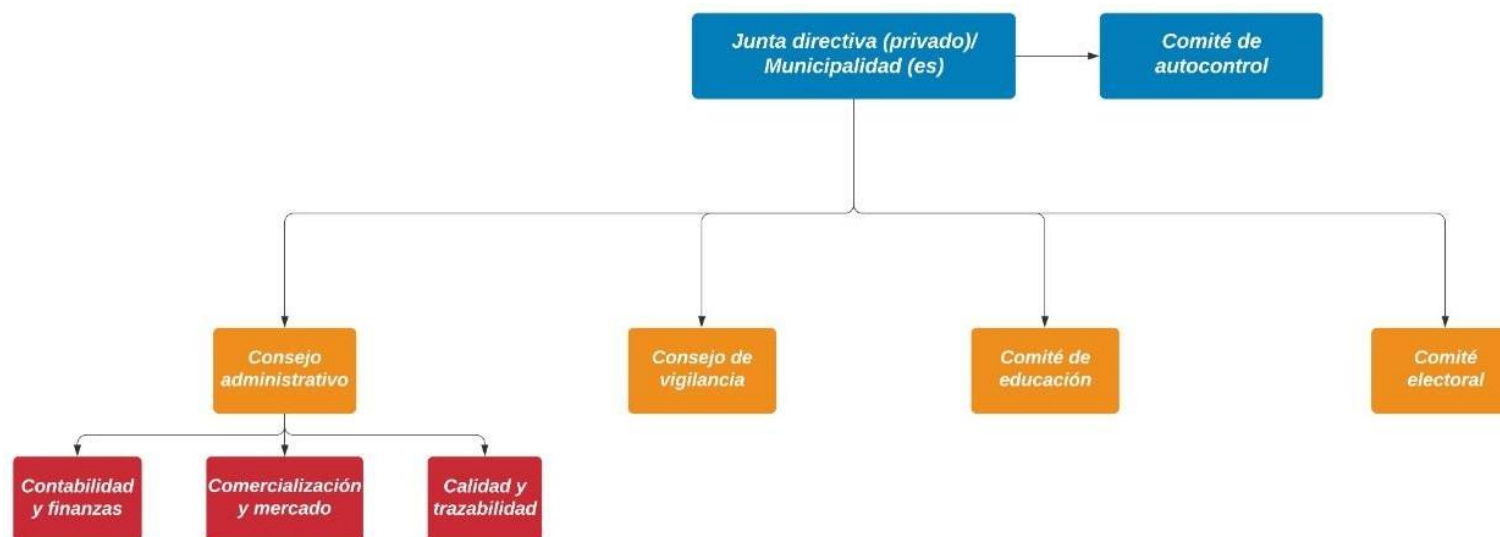
mercados de abastos. Es importante mencionar que **no es indispensable** tener todas las áreas funcionales implementadas, o tener una infraestructura o personal para cada uno de ellas, todo dependerá de las operaciones de cada mercado, su tamaño y/o presupuesto.

Gráfico 1. Organigrama para mercados tipo asociación



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 2. Organigrama para mercados tipo cooperativa



Fuente: Elaborado por la Dirección de Cooperativas e Institucionalidad - Dirección General de Desarrollo Empresarial

Artículo 9. Áreas funcionales

9.1 Gestión financiera y contable:

Corresponde a la gestión de los recursos monetarios y el registro contable de las cuentas y la distribución, con el fin de determinar el origen y destino del dinero invertido, así como las inversiones y rentabilidad que se generan en el desarrollo de las actividades del mercado.

La administración financiera y contable desarrolla las siguientes actividades:

- Elaboración y seguimiento de un presupuesto anual.
- Elaboración, gestión y control del plan de tesorería.
- Flujo de Caja (Ganancias y Pérdidas)
- Planificación de inversiones y riesgos.
- Análisis de los recursos financieros
 - Evaluación necesidades financieras para el cumplimiento del presupuesto.
 - Gestión de fuentes alternativas de financiación.
- Distribución de recursos operativos y para inversiones.
- Gestión de cobros a clientes (comerciantes)
 - Control de servicios a facturar y emisión de facturas y recibos.
 - Cobro de recibos pendientes.
- Gestión de pago a proveedores
 - Control de las facturas de proveedores y los recibos pendientes de pago.
 - Pago de recibos pendientes.
- Contabilidad
 - Control y procesamiento de los datos relevantes de la contabilidad.
 - Registro y mantenimiento de los libros contables.
 - Entrega de Informes contables para la gestión fiscal.
- Gestión de ingresos extraordinarios

9.2 Gestión Comercial:

La gestión comercial de un mercado de abastos tiene dos ámbitos diferenciados. En el ámbito externo, difundir la oferta comercial del mercado y su imagen en la sociedad. En el ámbito interno, detectar y satisfacer las necesidades y expectativas en cuanto a ocupación de espacios y prestación de servicios a precios competitivos.

Incluye el desarrollo de las siguientes acciones:

- **Gestión de la ocupación completa de los puestos de mercados:** Para maximizar los ingresos por concesión de puestos de acuerdo con la capacidad del mercado.
- **Configurar un mix de marketing (producto, precio, plaza y publicidad) competitivo, adaptada a la demanda de los consumidores:** El gerente debe identificar la demanda potencial de los productos y servicios ofrecidos en el mercado y las facilidades de oferta de productos y servicios por la zona geográfica para ofrecerlos de manera que los puestos de ventas puedan maximizar sus ventas.
- **Oferta adecuada estudiada en base a demanda potencial:** Evita repetir oferta que haga poco atractivo o rentable la operación de los puestos.
- **Gestión de contratos de puestos del mercado de abastos:** Gestión de aceptación, finalización, renovación, suspensión, de los contratos de concesión de puestos de venta.
- **Ofrecer espacios y servicios competitivos con excelencia en la calidad, variedad y precio:** Promover procesos de venta de productos y servicios que garanticen la mejor experiencia del consumidor que se acerca al mercado a realizar sus compras, en un ambiente ordenado, despacho ágil, variedad de oferta, medios de pago variados y fidelización.
- **Manejo de información de tráfico de consumidores (conteos):** Medir periódicamente las curvas de crecimiento o baja del tráfico. Ambos tienen un impacto en la performance del mercado. Identificar las causas o efectos que las producen para continuar o corregir mediante acciones.
- **Gestión de la protección al consumidor¹¹:** Debe promoverse en la gestión de los mercados de abastos la detección y gestión de potenciales riesgos de incumplimiento en la normativa de protección al consumidor a fin de implementar medidas correctivas y preventivas en la gestión interna de sus procesos de fabricación, elaboración, manipulación, acondicionamiento, mezcla, envasado, almacenamiento, preparación, expendio, suministro de productos o prestación de servicios de cualquier naturaleza, en beneficio de los consumidores. La administración y sus asociados podrán acceder a diversos mecanismos para la solución de conflictos de consumo, promoviendo previamente la implementación de algunas políticas, tales como: i) Política de cambio de productos; ii) Política de devoluciones; y iii) Política de responsabilidad sobre el dinero entregado; entre otras.

¹¹ El Indecopi es la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor que fomenta en el mercado mejores decisiones de consumo, garantizando la protección de la salud y seguridad de los consumidores. Además de promover mecanismos para la prevención y solución de conflictos a nivel nacional.

9.3 Gestión legal:

La gestión legal es una de las bases fundamentales de una organización como el mercado de abastos. Esta área se encarga de la constitución, cumplimiento de normativa, además de la defensa de los derechos de los conductores o del mercado mismo.

Las funciones de esta área son las siguientes:

- Apoyo legal para creación de estatutos u otras normativas internas
- Gestión de licencias
- Elaboración de informes técnicos
- Coordinación del comité de autogestión

9.4 Gestión de marketing y promoción:

La gestión de marketing se relaciona con actividades como la publicidad y promoción, identificación de públicos objetivo, análisis de la competencia, comunicación digital, página web, envío de email, medios sociales, métodos publicitarios tradicionales y/o alternativos, flyers, folletos, trípticos, carteles y vallas publicitarias, notificaciones o circulares, anuncios en medios de comunicación, etc.

En la siguiente tabla se describen las acciones de marketing propuestas para el mercado de abastos.

Tabla 4. Acciones de promoción de marketing

Acciones de promoción	Descripción
Acciones de promoción conjunta de los comerciantes	• Campañas centralizadas de promoción: ofertas, sorteos, concursos, productos de temporada, cocina regional, etc. • Campañas de fomento del consumo; talleres nutricionales, visitas de colegios, presentaciones a instituciones y sector gastronómico • Promover los eventos culturales para fortalecer el vínculo con el barrio

Desarrollo de nuevos servicios de valor añadido	• Marketplace o plataforma para comercio electrónico, de proceder • Reparto a domicilio • Estacionamiento temporal gratuito por horas • Cajeros y pagos con tarjeta • Pedidos y pagos centralizados • Consigna frigorífica • Tarjetas de fidelización de consumidores • Wifi gratuito • Oficina de Servicio de Atención al Consumidor con servicio de megafonía • Guardería • Lactario/ cambiadores de bebes • Baños • Actividades culturales/patios de comidas
Diseño y confort	• Actualización y mejora del diseño de las instalaciones • Incorporación de medios mecánicos • Cambios en el ambiente físico interior • Elementos de imagen interna del mercado y del puesto: cartelería y rotulación, publicidad estática, diseño de los puestos y zonas comunes • Climatización • Señalización
Capacitación y Formación	• Comercial • Empresarial • Escuela y Talleres de Cocina y Nutricionales

Fuente: Elaboración propia

Complementado lo anterior, respecto a la **gestión de la publicidad** en el mercado de abastos se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

La publicidad es toda forma de comunicación difundida a través de cualquier medio o soporte, y objetivamente apta o dirigida a promover, directa o indirectamente, la imagen, marcas, producto o servicios de una persona, empresa o entidad en el ejercicio de su actividad

comercial, industrial o profesional, en el marco de una actividad de concurrencia, promoviendo la contratación o la realización de transacciones para satisfacer sus intereses empresariales.

En ese sentido, el gerente y asociados del mercado de abastos deberán evitar infracciones a la legislación publicitaria, comprendida en el Decreto Legislativo N° 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal. Para lo cual, se deberán seguir las siguientes recomendaciones:

1. No difundir contenido falso o engañoso.
2. No confundir sobre el origen de los productos o servicios.
3. No aprovecharse del prestigio de otros.
4. No denigrar a los competidores.
5. No compararse ni equipararse de manera indebida.
6. Si se difunde promociones, asegurarse de precisar el stock, duración y difundir condiciones claras.
7. Ser auténtico cuando se difunda una publicidad.
8. Respetar las normas sectoriales.
9. No difundir contenidos que inciten a actos ilegales o discriminatorios

Por otro lado, se recomienda el uso de una **marca colectiva**, la cual es un signo que identifica el origen, atributos especiales o cualquier otra característica común de los productos o servicios que pertenecen a los miembros de una organización o asociación como productores, artesanos y micro y pequeños empresarios.

La función principal de una marca colectiva es informar al público acerca de las características del producto para el cual se usa la marca¹². En el anexo 5, se expone una propuesta de una marca colectiva denominada “Los Mercado”.

9.5 Gestión humana:

La gestión humana es un conjunto de procesos diseñados a atraer, gestionar, evaluar, motivar y retener a los miembros de una organización, en este caso, llámese junta directiva y/o conductores de puestos. En relación con la gestión del personal, se deberá realizar las siguientes tareas:

¹² INDECOPI. Marca Colectiva. Consultado en: <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/marca-colectiva>

- Elaborar los planes de capacitación, formación y desarrollo:
 - Identificación de necesidades formativas
 - Programación, contratación y evaluación de las acciones formativas
- Crear y mantener un clima laboral y satisfacción de los comerciantes:
 - Planificación de mejoras
 - Políticas de reconocimiento y recompensa
 - Voz del personal
 - Formación de nuevos líderes para dar continuidad a los trabajos realizados
- Establecer medidas de salud y seguridad laboral:
 - Desarrollo del plan integral de prevención de riesgos laborales, formación de brigadas, según los lineamientos de la ley de seguridad y salud en el trabajo
 - Capacitación en seguridad e higiene en el trabajo y exámenes médicos ocupacionales de acuerdo con la ley de seguridad y salud en el trabajo

9.6 Gestión de residuos y limpieza:

Los mercados de abastos son considerados como grandes generadores de residuos sólidos en el ámbito local, al ser lugares de carácter colectivo y de concurrencia pública. La limpieza y el manejo de residuos es sumamente importante debido al gran movimiento de personas y productos en estas instalaciones diariamente.

Cada mercado conforme a lo establecido en el Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Mercados de Abastos, debe conformar el respectivo Comité de Autocontrol Sanitario, el cual será de conformación mixta, la cual estará liderada por los directivos o gerentes del mercado y representantes de los diferentes rubros del mercado que la conforman.

Recomendaciones para los residuos sólidos:

- Los residuos sólidos que se generen en cada puesto del mercado, se depositarán en recipientes con su respectiva tapa, todo de material impermeable, de fácil limpieza y con una bolsa de plástico en el interior para facilitar la evacuación de los residuos sólidos y su higienización

- El titular o responsable del puesto está en la obligación de mantener el recipiente de los residuos sólidos limpio y desinfectado, tarea que realizará diariamente.
- Se considerará un área de lavado y desinfección de recipientes cuyas paredes deberán estar recubiertas íntegramente de material lavable. El área de lavado se limpiará y desinfectará diariamente.
- Las bolsas conteniendo los residuos sólidos deberán ubicarse en contenedores cerrados o en un área de desechos construida para tal fin y alejada del recinto de expendio y del almacén.
- Tanto estas áreas como los contenedores deberán estar diseñados de manera tal que impidan el ingreso de plagas y eviten la contaminación del alimento, agua potable, equipos e instalaciones del mercado, y se lavarán y desinfectarán diariamente.
- Se dispondrá un lugar con acceso directo para que los camiones colectores de basura recojan los residuos del mercado. Esta operación deberá realizarse, de preferencia en horario diferente al de atención al público y al abastecimiento de alimentos
- Los puestos del mercado de abastos, según el rubro correspondiente, deben colocar recipientes con capacidad entre veinte (20) y cincuenta (50) litros, con tapa tipo vaivén o accionada con pedal. En su interior debe colocarse una bolsa de polietileno de mayor capacidad que el recipiente, de manera tal que permita el retiro adecuado de los residuos sólidos generados en los puestos para su posterior traslado, hacia el almacenamiento intermedio o final según corresponda.
- El almacenamiento final puede ser externo o interno; de ser interno deberá ser un ambiente que cuente con las condiciones para su funcionamiento, y en caso de ser externo, deberá ser un área asignada contigua o adyacente al mercado de abastos, de modo que se aseguren condiciones para su recolección, y que permita el acceso directo para los camiones recolectores de residuos sólidos de la Municipalidad o de la Empresa Operadora de Residuos Sólidos (según sea el caso) y en los horarios establecidos.
- El área de almacenamiento final de residuos sólidos debe contar con contenedores diferenciados para residuos orgánicos e inorgánicos, con fines de valorización

Recomendaciones para las operaciones de limpieza y desinfección:

Se debe tomar en cuenta el reglamento sanitario de funcionamiento del mercado de abastos, por lo que se deberá disponer de un programa de higiene y saneamiento. En dicho reglamento, se contemplan las siguientes consideraciones:

- Una limpieza mínima diaria y una desinfección semanal de todo el local. Debe

programarse un reordenamiento, limpieza y desinfección general, sin afluencia del Público, por lo menos una vez al mes.

- Las cisternas y los tanques de agua deberán limpiarse y desinfectarse por lo menos una vez cada seis meses o según sea necesario con la finalidad de garantizar la calidad sanitaria del agua.
- La frecuencia de la limpieza y desinfección de los baños estará en función de la afluencia de público. Deberán limpiarse y desodorizarse por lo menos dos veces al día y desinfectarse diariamente.
- Los puestos de aves, carnes, menudencias, pescados y mariscos deben limpiarse y desinfectarse constantemente para evitar contaminación cruzada.
- Los puestos de frutas y hortalizas, de productos industrializados y a granel se deberán limpiar diariamente y desinfectarse semanalmente.
- Las cámaras de frío y los almacenes se limpiarán semanalmente y se desinfectarán mensualmente.
- Los implementos de limpieza, plaguicidas, y otras sustancias químicas utilizadas, serán dispuestos en áreas o compartimentos separados de los alimentos, a fin de evitar la contaminación cruzada, siendo sólo accesibles a personas autorizadas.
- El programa de higiene y saneamiento con el respectivo cronograma será colocado en el periódico mural o similar del mercado para conocimiento y cumplimiento de todo el personal, cuya ejecución será supervisada por el comité de autocontrol sanitario.
- La limpieza y desinfección se realizarán con sustancias químicas autorizadas para tal fin por el Ministerio de Salud.
- Durante las operaciones correspondientes, se tomarán las precauciones necesarias para no contaminar los alimentos. Deberán ser retirados o cubiertos con material impermeable que impida su contaminación.
- El personal que realice la limpieza debe contar con los equipos de protección personal (guantes, lentes y mascarillas) indispensables para la realización de esta labor.
- Debe considerarse labores de baldeos y desinfección, según programas, de todas las áreas comunes internas y exteriores del mercado

9.7 Gestión de mantenimiento y conservación:

Es necesario que el mercado de abastos tenga un nivel de mantenimiento y conservación adecuada de sus infraestructuras y equipamientos, de tal forma que los comerciantes puedan realizar su actividad en un entorno competitivo, se mantenga la calidad de los servicios

prestados y se favorezca el crecimiento empresarial de los comerciantes, manteniendo un lugar agradable para las compras.

En relación con los contenidos del procedimiento de mantenimientos, se resalta los siguientes aspectos principales:

- **Planificación del mantenimiento.** El gerente del mercado realiza anualmente un diagnóstico de las necesidades de mantenimiento de la maquinaria y/o instalaciones y/o edificación del mercado. A partir del análisis de las necesidades de mantenimiento y los recursos de los que se dispone, el gerente del mercado elabora el plan anual de mantenimiento, que se revisa mensualmente y en el que se controlan los distintos mantenimientos tanto preventivo como correctivo.
- **Mantenimiento preventivo.** Es el conjunto de actuaciones encaminadas a mantener las máquinas e instalaciones en correcto estado de conservación. Se prepara un cronograma de actividades correspondientes y planifica asignación de recursos para su ejecución.

Con respecto al mantenimiento preventivo, se recomienda tener en cuenta los siguientes puntos:

- Pavimentos de Estacionamiento / carga y descarga
- Suelos, paredes y otras superficies
- Fachadas (revestimientos y pinturas)
- Pisos y pavimentos del edificio
- Ventanas, huecos y puertas
- Techos y estructuras elevadas
- Estructura metálica. Pintura
- Superficies de madera
- Iluminación y puntos de luz en los espacios comunes
- Ventilación
- Redes de saneamiento
- Dispositivos de almacenamiento de residuos sólidos
- Redes e instalaciones contra incendios
- Calibración de balanzas
- Mantenimiento de instalación eléctrica de Baja tensión
- Control del consumo eléctrico

- Trampas de grasa, red de alcantarillado, cámaras de video vigilancia, servicios higiénicos
- **Mantenimiento correctivo.** Es el conjunto de actuaciones encaminadas a corregir inmediatamente el mal funcionamiento de las máquinas e instalaciones. Consiste en la identificación del problema y sus causas, eliminación de esta, puesta en marcha, y revisión periódica ajustando el plan de mantenimiento preventivo.

9.8 Gestión de seguridad:

La seguridad dentro del recinto del mercado debe garantizar el correcto desenvolvimiento de las personas, actividades y tránsito de productos, dentro del orden fijado en el reglamento interno y demás disposiciones legales que afecten a la actividad del mercado.

El servicio será realizado por vigilantes de seguridad, no armados y debidamente identificados. Las funciones más importantes son las siguientes:

- Ejercer la vigilancia y protección del interior y exterior de los edificios e instalaciones y de las personas y bienes que se encuentren en ellos, atendiendo y resolviendo cuantos incidentes se generen durante su horario de trabajo.
- Controlar ingreso y salidas de los asistentes al mercado
- Realizar rondas por las instalaciones del mercado.
- Control de estacionamiento de vehículos e información de incidencias sobre los mismos.
- Apertura de puertas de acceso al mercado. Control de accesos de personas a los puestos de venta en los pabellones.
- Colaboración en la implantación y aplicación de los planes de emergencia de los mercados, asumiendo las tareas en los mismos se determinen.
- Participar activamente en las coordinaciones de simulacros de siniestros, así como en las brigadas de lucha contra incendios y evacuación.

9.9 Gestión Logística de bienes y servicios:

Se promueve la gestión logística óptima del mercado, brindando las facilidades necesarias para los procesos de recepción, manipuleo, almacenamiento y despacho de los productos, siguiendo los lineamientos del reglamento sanitario de funcionamiento de mercado de abastos. A continuación, puntos a tomar en cuenta en esta área:

Manipulación de alimentos:

- Se debe registrar a las personas que comercializan y manipulan los alimentos.
- Los manipuladores de alimentos deberán seguir los lineamientos sanitarios correspondientes.

Transporte de alimentos:

- Zona de carga y descarga, así como horarios de recepción de mercadería
- El Comité de Autocontrol Sanitario junto con el titular del puesto verificará las condiciones de transporte de los alimentos, con los medios suficientes para su protección.
- Garantizar el correcto abastecimiento y despacho de la mercadería, a fin de evitar peligro de contaminación y asegurar la inocuidad de los alimentos.

Recepción de alimentos:

- Se recibirán los alimentos en condiciones que eviten su contaminación, alteración o daños físicos.
- Utilizar adecuadamente los equipos de descarga optimizando tiempos y distancias para el traslado.
- Deberá contarse con las especificaciones de calidad sanitaria de los productos.
- Establecer horarios para las actividades

Almacenamiento de alimentos:

- Los almacenes deberán mantenerse limpios, libres de plaga, moho o suciedad. Se deben seguir los lineamientos sanitarios correspondientes evitando su deterioro.
- Deberán contar con espacios adecuados, ventilados y la mercadería no debe estar almacenada directamente en el piso

9.10 Gestión sanitaria en la cadena de alimentos:

El término inocuidad alimentaria se define como la garantía de que los alimentos no causen daño al consumidor. Las enfermedades y los daños provocados por los alimentos pueden llegar a tener consecuencias muy graves. Las enfermedades transmitidas por los alimentos y el deterioro de estos también son causa de pérdidas económicas y de imagen.

A continuación, se detallan los puntos a tomar en cuenta en esta área:

- **Distribución y emplazamiento.** La distribución de los ambientes que conforman la

edificación debe permitir un flujo lineal del proceso desde la recepción de mercancías hasta la expedición de mercancías, respetando el orden y separación entre las áreas para puestos de alimentos crudos de origen animal y vegetales de las áreas para puestos de alimentos preenvasados (abarrotes) y alimentos preparados, a fin de minimizar riesgos de contaminación cruzada.

- **Equipamiento.** Las instalaciones y equipos que estén en contacto con los productos alimenticios deberán reducir al mínimo el riesgo de contaminación y deberán permitir que se limpien y desinfecten, deben ser de materiales lisos, lavables, resistentes a la corrosión y no tóxicos.
- **Puestos de venta:** Deben ser de fácil limpieza. Para el caso de carnes y pescado se requiere con lavaderos cubiertos de materiales lisos sin grietas, utilizando utensilios inoxidable, en otros casos disponer de anaqueles que tengan separación del suelo, manteniendo siempre en exhibición alimentos no contaminados o deteriorados, y el uso de equipos de refrigeración según sea el caso.
- **Cámaras de frío:** de una capacidad suficiente de almacenamiento refrigerado. Principalmente para los pescados, mariscos, carnes, etc. Los productos deben estar debidamente etiquetados y sellados para su correcta conservación.
- **Suministro de agua.** Deberá contarse con un suministro y presión suficiente de agua potable. Los depósitos, conducciones y cualquier otra instalación utilizada en la recogida y almacenamiento de agua potable se mantendrán en condiciones adecuadas para prevenir contaminaciones y evitar la entrada de vectores. Existirá en todo el establecimiento, suficiente número de tomas de agua para las operaciones de limpieza y lavado de alimentos, manos, utensilios y equipos. Así mismo, debe haber trampas de grasas sobre todo en redes de desagüe cercanas a puestos de carnes, aves, pescado y alimentos preparados.
- **Sanitarios/vestuarios.** Se deberá poseer vestuarios y servicio sanitarios separados para hombres y mujeres. En los servicios sanitarios existirán lavatorios provistos de jabón preferentemente líquido, cepillo para limpieza de uñas, toallas descartables para el secado de las manos, prohibiéndose el uso de toallas de tela. Lucirán carteles en los que se indicará al personal la obligación de lavarse las manos después de hacer uso de esos servicios. No debe tener comunicación directa con el área de venta de productos y no debe ser usado como almacén de alimentos.
- **Retiro de residuos.** Es importante disponer de un plan de eliminación de residuos y vertidos con el fin de evitar que éstos se conviertan en un foco de contaminación para

los productos alimentarios, de acuerdo con los lineamientos de la ley de Gestión integral de residuos sólidos (D.L. 1278, su reglamento y normas modificatorias)

- **Manipuladores de alimentos:** Deben tener un esmerado aseo personal, cuidando de lavarse las manos antes de manipular los alimentos, no estar en contacto con sustancias que puedan contaminar los productos, no realizar en simultáneo labores de limpieza con el manipuleo. En el caso de los puestos de carnes, pollo y pescado deberán contar con la indumentaria adecuada, botas de jebe, mandil plástico, toca o cobertor de cabello, así como materiales y equipos limpios y desinfectados.
- **Almacenamiento de los alimentos:** Los almacenes deberán mantenerse limpios, libres de plaga, moho o suciedad, para ello deberán estar suspendidos evitando estar a la altura del suelo. Se debe tener en cuenta la vida útil del producto, rotulándose con fecha de ingreso y salida para mantener el criterio de primero entrar, primero en salir. Se establecerán zonas individuales para cada grupo de alimento, las cuales deberán estar secas, ventiladas y limpias. Si es almacenamiento en frío, las cámaras deberán estar dotadas de dispositivos para medir la temperatura, que deberán estar en lugar visible y siempre calibrado.
- **Control de plagas.** La presencia de plagas de insectos, roedores y otras especies animales en el mercado de abastos constituye una fuente de contaminación y de transmisión de enfermedades. Será necesario, por tanto, establecer medidas preventivas y de control para evitar su aparición. Los mercados de abastos deben seguir las disposiciones que dicte el Ministerio de Salud para la prevención y control de vectores (roedores, insectos, otros). Como medidas de salud ambiental que previenen la infestación de plagas, se considerarán:
 - Limpieza del mercado y puestos, retiro de cajones, cajas y cualquier otro objeto inservible.
 - Recipientes de residuos sólidos bien tapados y limpios. Eliminación diaria de residuos sólidos.
 - Protección de los alimentos del acceso de roedores e insectos
 - Mantener grifos de agua bien cerrados, pisos secos y rejillas de sumideros limpias y en buen estado de conservación.
 - Mantener en buen estado de conservación las mallas de las ventanas y los ductos de ventilación.

9.11 Gestión de control interno

La gestión de control tiene como objetivo resguardar los recursos de los mercados de abastos, especialmente los que tienen como modelo de organización a las cooperativas, ya que son estas quienes tienen esta área; sin embargo, es recomendable que cualquier otra forma de asociación pueda adoptar sus principios. A continuación, el detalle de sus funciones:

- Control de la legalidad de los actos que lleva a cabo cualquier órgano de la Cooperativa. Es decir, vigila que todo se realice conforme a la Ley General de Cooperativas, al estatuto de la Cooperativa, otras normas internas y demás disposiciones de nuestro ordenamiento jurídico.
- Control de la veracidad; es decir, vigila que las informaciones que sean presentadas a los socios, tanto por el Consejo de Administración como por la Gerencia, sean reales y veraces.
- Control de la seguridad; es decir que vigila y cautela los bienes de la Cooperativa.

Artículo 10. Ficha de autoevaluación para los mercados de abastos minorista competitivos

Para la adecuada implementación de las recomendaciones realizadas en el presente documento se ha propuesto una ficha de auto evaluación que permitirá realizar de una manera práctica y sencilla un monitoreo de la gestión de los mercados de abastos minoristas en el Perú.

El encargado para el llenado de esta ficha serán los gerentes de los mercados de abastos y funcionarios de los municipios a nivel nacional vinculados con las actividades de los mercados de abastos.

En el anexo 8 se encontrará el detalle de la ficha de autoevaluación, en ella se proponen 12 categorías con indicadores para cada una, a fin el responsable del llenado pueda indicar en qué nivel de cumplimiento se encuentra su mercado de abastos.

Se propone que esta autoevaluación se realice de manera semestral, y sea reportada a la municipalidad provincial o distrital donde se ubica el mercado de abastos.

TÍTULO VIII. ANEXOS

Anexo 1: Requisitos para solicitar inspección técnica de seguridad en edificaciones de Defensa Civil - ITSE (D.S. N°002-2018-PCM)¹²

¿Qué es la Inspección Técnica de Seguridad (ITSE)?

Es un documento oficial emitido por los gobiernos locales, mediante el cual se evalúa el riesgo y las condiciones de seguridad de la edificación. La entrega del certificado se realiza luego de evaluar todas las condiciones de seguridad de los establecimientos en los que trabaje, resida o transite público.

Objetivo de la Inspección Técnica de Seguridad (ITSE)

La ITSE tiene por finalidad evaluar el riesgo y las condiciones de seguridad de la edificación vinculada con la actividad que desarrolla, verificar la implementación de las medidas de seguridad con las que cuenta y analizar la vulnerabilidad en el Establecimiento Objeto de Inspección.

Requisitos de la ITSE

Para obtener el Certificado de Defensa Civil depende del Nivel de Riesgo del Establecimiento, el cual viene determinado en la Matriz de Riesgo¹³.

A continuación, el detalle de los requisitos solicitados:

¹² CENEPRED (2018). Manual de Ejecución de Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones.

¹³ **Matriz de riesgo:** Instrumento técnico para determinar o clasificar el nivel de riesgo que existe en la edificación, en base a los criterios de riesgos de incendio y de colapso vinculados a las actividades económicas que se desarrollan, con la finalidad de determinar si se realiza la inspección técnica de seguridad en edificaciones antes o después del Reglamento de inspecciones técnicas de seguridad en edificaciones).

Requisito	Detalle	Cumple	
		Si	No
Croquis de ubicación	Ubicación del Establecimiento Objeto de Inspección indicando la calle, avenida, pasaje o jirón con numeración exacta e indicar como referencia alguna avenida principal, edificación o establecimiento conocido.		
Plano de arquitectura de la distribución existente y detalle de cálculo de aforo	Incluir las plantas físicas del establecimiento		
	Distribución y uso de ambientes		
	Nombres y disposición del mobiliario		
	Anchos de puertas, pasajes, pasillos y escaleras con cotas y textos legibles de los ambientes y de las áreas de seguridad o refugios como patios y jardines		
	El plano debe ser elaborado a escala que permita su lectura y fácil interpretación, recomendándose las escalas 1/50, 1/100, 1/200		
	El plano y cálculo del aforo deben estar firmados por arquitecto colegiado y habilitado		
Plano de distribución de tableros eléctricos,	Ubicación de los tableros eléctricos, de los pozos a tierra identificándose cada uno de ellos		
	Diagramas unifilares de los tableros eléctricos y el cuadro de cargas		

diagramas unifilares y cuadro de cargas	Firmado por ingeniero electricista o mecánicos electricista, colegiado y habilitado		
Certificado vigente de medición de resistencia del sistema de puesta a tierra	De conformidad con el Código Nacional de Electricidad, el valor de la medición de resistencia del sistema de puesta a tierra no debe exceder los 25 ohmios		
	El certificado de dicha medición debe encontrarse vigente y firmado por un ingeniero electricista o mecánico electricista, colegiado y habilitado.		
Plan de Seguridad del Establecimiento Objeto de Inspección	Planos de señalización y rutas evacuación		
	Cálculo del tiempo de Evaluación		
	Organización de un Comité de Seguridad y brigadas, funciones, cronogramas de capacitación y entrenamiento del personal		
	Declaración jurada de capacitación y entrenamiento del personal en primeros auxilios		
	Uso de extintores y sistemas de protección contra incendios		
	Descripción de los equipos e instalaciones de seguridad que cuenta el establecimiento y cronograma de mantenimiento		

	Debe estar firmado en todas sus hojas por el propietario, conductor o gerente y el Jefe de Seguridad o persona responsable de la Seguridad del Establecimiento Objeto de Inspección		
	Planos de señalización y rutas de evacuación, que contienen: rutas de escape e indicación de salidas, ubicación de luces de emergencia, extintores, gabinetes contra incendio y elementos de detección, señalización y zonas de seguridad		
	Planos de señalización y rutas de evacuación firmados por Arquitecto colegiado y habilitado		
Memoria o protocolos de pruebas de operatividad y/o mantenimiento de los equipos de seguridad y protección contra incendios	Memoria del sistema de detección y alarma de incendios: cantidad y ubicación de detectores del sistema de detección y alarma de incendios centralizada con que cuenta el Establecimiento Objeto de Inspección, la cual incluye el protocolo de pruebas de operatividad y/o mantenimiento del sistema.		
	Memoria de los extintores: presentar la memoria descriptiva que sustente la cantidad, ubicación y tipo de extintores instalados en el Establecimiento Objeto de Inspección, la cual incluye los protocolos de pruebas de operatividad y/o mantenimiento de los extintores		
	Protocolo de pruebas de operatividad y/o mantenimiento del sistema de rociadores		

	Protocolo de pruebas de operatividad y/o mantenimiento del sistema de rociadores especiales tipo spray		
	Protocolo de pruebas de operatividad y/o mantenimiento del sistema de montantes y gabinetes de agua contra incendio		
	Protocolo de pruebas de operatividad y/o mantenimiento de las bombas de agua contra incendio		
	Protocolo de pruebas de operatividad y/o mantenimiento de las luces de emergencia		
	Protocolo de pruebas de operatividad y/o mantenimiento de las puertas cortafuego y sus dispositivos como marcos, bisagras cierrapuertas, manija cerradura o barra antipánico		
	Protocolo de pruebas de operatividad y/o mantenimiento del sistema de administración de humos		
	Protocolo de pruebas de operatividad y/o mantenimiento del sistema de presurización de escaleras de Evacuación		
	Protocolo de pruebas de operatividad y/o mantenimiento del sistema mecánico de extracción del monóxido de carbono		



PERÚ

Ministerio
de la Producción

	Protocolo de pruebas de operatividad y/o mantenimiento del teléfono de emergencia en ascensor		
	Protocolo de pruebas de operatividad y/o mantenimiento del teléfono de Bomberos		

Formato de Solicitud ITSE o ECSE

Para acceder al formato de solicitud de la ITSE, se deben seguir los siguientes pasos:

Paso 1: Ingresar a la página web de la Municipalidad de Lima

Paso 2: Hacer clic en el buscador de la página y digitar “trámite ITSE”.

Paso 3: Seleccionar la primera opción, la cual lo redigirá a otra sección de la página de la Municipalidad.

Paso 4: Hacer clic en “Anexo 1: Formato de Solicitud ITSE o ECSE”

Paso 5: Descargar e imprimir la solicitud.

También puede ingresar directamente al siguiente link:
<http://www.munlima.gob.pe/certificado-de-defensa-civil>

Anexo 2: Licencia de funcionamiento

- **¿Qué es la licencia de funcionamiento?**

Es la autorización que otorgan las municipalidades para el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento determinado, en favor del titular de estas. Su vigencia es INDETERMINADA.

Los mercados de abastos contarán con una sola licencia de funcionamiento de manera corporativa, la cual será extendida a favor del ente colectivo, razón o denominación social que los representa o la junta de propietarios, de ser el caso.

- **¿Quiénes están obligados a obtener una licencia de funcionamiento?**

Las personas naturales, jurídicas o entes colectivos, nacionales o extranjeros, de derecho privado o público, incluyendo empresas o entidades del estado, regionales o municipales, que desarrollen, con o sin finalidad de lucro, actividades de comercio, industrial y/o de servicios de manera previa a la apertura, o instalación de establecimientos en los que se desarrollan tales actividades.

- **¿Dónde puedo solicitar la licencia de funcionamiento?**

Por ejemplo, en el caso de Lima Metropolitana, según la Ordenanza N° 2186 Art. 12, para solicitar una Licencia de Funcionamiento, se debe acudir al Departamento de Autorización Municipal de

Funcionamiento, con la siguiente información:

- Número de RUC
- Dirección del establecimiento
- Área del establecimiento
- Actividad a desarrollar

¿Qué se evalúa para otorgar la licencia de funcionamiento?

- Zonificación y Compatibilidad de Usos del terreno: evaluación que realiza la entidad competente (Municipalidad Distrital o Provincial con el fin de verificar si el tipo de actividad económica a ser desarrollada por el interesado resulta o no compatible con la categorización del espacio geográfico establecido en la zonificación vigente.
- Condiciones de Seguridad en Defensa Civil de detalle del local: Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil realizada por la autoridad competente, a través de lo cual se verifica y evalúa el cumplimiento de las condiciones de seguridad del establecimiento de acuerdo con la normativa vigente.
- Cualquier aspecto adicional será materia de fiscalización posterior.

¿Cuál es el proceso para obtener la licencia de funcionamiento?

Requisito	Detalle	Cumple	
		Si	No
Solicitud de Licencia de Funcionamiento con carácter de Declaración Jurada	Número de R.U.C. y D.N.I. o Carné de Extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales según corresponda		
	D.N.I. o Carné de Extranjería del representante legal, en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación		

Vigencia de poder del representante legal, en caso de personas jurídicas u otros entes colectivos.	Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada		
Copia del Certificado de ITSDC de Detalle en Defensa Civil (vigente).			
De ser el caso la municipalidad podrá exigir adicionalmente:	Copia simple de la autorización del Ministerio de Cultura (locales declarados monumentos históricos) conforme a la Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación.		

Anexo 3: Contenido sugerido para un reglamento interno de un mercado de abastos

- Definiciones
- Criterios y condiciones de adjudicación de los puestos
- Actividades comerciales permitidas
- Derechos y obligaciones del personal que labora en los mercados de abastos
- Sanciones en caso de su incumplimiento de obligaciones
- Sanidad e inocuidad de los alimentos
- Horario de atención y de limpieza
- Horarios de abastecimiento en los puestos, por tipo de rubro y carga, discriminando por tipo y volumen
- Horarios de retiros de desperdicios discriminando los orgánicos de los inorgánicos (frecuencias según tipo y volumen)
- Determinar la distribución de espacios para el ordenamiento de los productos a comercializar
- Las características físicas de los puestos de venta
- Autorizaciones y restricciones de enseres apropiados del giro del puesto.
- Aspectos de vigilancia sanitaria
- Aspecto de mantenimiento y de la seguridad
- Cumplimiento normativo sobre protección al consumidor y publicidad
- Protección de la propiedad intelectual de la marca

- Otros relacionado al funcionamiento del mercado
- Restricciones sobre uso de parlantes y ruidos que perturben la labor del mercado y consumidores.
- Sanidad e inocuidad de los alimentos
- Horario de atención, de limpieza y abastecimiento en los puestos
- Normas de convivencia y conducta
- Faltas y Sanciones deben ser conocidas por todos los comerciantes y actores del mercado.

Anexo 4: Requisitos para la solicitud de registro de marcas de productos y/o servicios

El registro de una marca posibilita que los productos y servicios ofrecidos se diferencien de aquellos similares en el mercado. De igual manera, permite mayor reconocimiento y posicionamiento de los productos e incrementa la competitividad contribuyendo al desarrollo económico.

A continuación, se detallan los pasos a seguir para registrar la marca de productos y/o servicios:

Paso 1: Elegir la marca

- Crear una marca fácil de recordar para el público objetivo, si se trata de una denominación, que ésta no sea demasiado larga; y si se trata de un elemento y/o imagen ingeniosa (una figura, un envase, una envoltura, un sonido, etc.), que ésta logre transmitir los beneficios y valores de la empresa.
- Ser creativo, no copiar marcas existentes en el mercado.

Paso 2: Completar y presentar formato de solicitud

- Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la Autoridad y uno para el administrado)

Paso 3: Indicar datos de identificación del solicitante

- Personas naturales: consignar el número del Documento Nacional de Identidad (DNI), Carné de Extranjería (CE) o Pasaporte e indicar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
- Personas jurídicas: consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
- Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú

Paso 4: Indicar el signo que se pretende registrar

- Se debe identificar los productos y/o servicios que se van a distinguir con la marca y ubicar la clase en la que se encuentran. Para ello se puede emplear el buscador “Peruanizado”, ingresando al siguiente enlace: <https://servicio.indecopi.gob.pe/appNIZAWeb/>
- Si la marca es mixta, figurativa o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).
- De ser posible, se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: logos-dsd@indecopi.gob.pe (Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles).

Paso 5: Se recomienda solicitar asesoría especializada por parte de Indecopi

- Realizar la consulta de viabilidad de la marca a través de la Plataforma Virtual llamada Servicio de Asesoría Virtual de Marcas, ingresando al siguiente enlace: <https://www.indecopi.gob.pe/es/web/plataforma> - marcas

Paso 6: Consignar productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado

- Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen. Para saber las clases a las cuáles pertenecen los productos o servicios a distinguir, se sugiere entrar al buscador PERUANIZADO.
- En caso de una solicitud multiclase, los productos y/o servicios se deben indicar agrupados por la clase, precedidos por el número de clase correspondiente y en el orden estipulado por la Clasificación Internacional de Niza.

Paso 7: Firmar y pagar la solicitud

- Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.
- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada. Este importe deberá pagarse en la sucursal del Banco de la Nación (en el caso de Lima, ubicado en el Indecopi-Sede Sur, Calle De La Prosa N° 104 San Borja- Lima), o bien realizar el pago a través de una de las modalidades que se ofrece.

Paso 8: Presentar la solicitud

- Presentar la solicitud de registro de marca.
 - **Presencial:**
 - Ingresando la solicitud en cualquiera de las Mesas de Parte del Indecopi (MAC, OLI y la ORI). Se presentan dos ejemplares del formato de solicitud de registro.
 - **Virtual:**
 - Ingresando al siguiente enlace: <http://www.indecopi.gob.pe/tc-registro-marcas>

Anexo 5: Marca colectiva para los mercados de abastos

De acuerdo al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), la función de la marca colectiva es informar al público acerca de las características del producto para el cual se usa la marca.

Las ventajas de una marca colectiva son:

- Se enfrenta al mercado en forma conjunta, obligándose a contar con una estrategia común.
- La marca es explotada y promocionada por varias personas.
- El uso común de una marca obliga a unificar la calidad y características de los productos marcados.
- Emplear una marca colectiva no impide utilizar marcas individuales o propias.

Propuesta de marca colectivo para los mercados de abastos

Contexto: La situación actual de la pandemia COVID 19 ha generado sentimientos de desconfianza y temor hacia el contagio dentro de los mercados, ocasionando pérdidas económicas a vendedores/as. Por ello es necesario que se apele a lo familiar, a lo que nos une a los mercados.

Marca: ***Los mercados***

Slogan tentativo: Una familia siempre a tu lado

Idea fuerza: Apelar a la familiaridad que ofrecen los mercados. Hacer uso de la confianza histórica y cercanía.

- ¿Qué ofrece esta marca colectiva?
- a) Flexibilidad: La historia de LOS MERCADO permite abordar múltiples problemáticas como, porejemplo: COVID 19, Modernización de mercados, Seguridad alimentaria, entre otros.
 - b) Adaptabilidad: El uso de la narrativa transmedia permite que las historias de LOS MERCADO pueden seguir creciendo y transmitirse por infinidad de canales digitales y físicos.

c) Alcance: Es una marca escalable que revaloriza la identidad de los mercados locales, nacionales y regionales.

- ¿Cómo se puede implementar esta marca colectiva?

Al interno:

- Los mercados de abastos pueden crear su propia sub- marca en un proceso que refuerza su identidad.
- Vendedores/as con capacidades para manejar la marca en redes sociales y herramientas para generar contenidos transmedia a fin de vender sus productos.
- Los mercados de abastos que desarrollan espacios creativos para producción de su propio contenido (concursos, promoción de productos) bajo el sentido de la marca.

Al externo:

- Se refuerzan vínculos entre los Ciudadanos/ Clientes y el mercado para retomar la relación de confianza histórica.
- Se genera un posicionamiento de los mercados como un espacio moderno a través de un acercamiento digital con Ciudadanos/ Clientes.
- Se refuerza la cercanía entre los Ciudadanos/ Clientes y el mercado a través de un contacto próximo, directo e interactivo con el uso de las herramientas digitales.

Anexo 6: Formatos de Comités de Autogestión y Vigilancia de los mercados

El propósito del Comité de Autogestión y Vigilancia de los mercados consiste en asegurar, en conjunto con el titular de cada puesto, la calidad sanitaria e inocuidad de los productos que provee el mercado.

Este organismo aplica con una frecuencia mínima de una vez por semana, distintos formatos detallados en el Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Mercados de Abastos. La evaluación de los mismos debe ser informados a la Autoridad de Salud Municipal para fines de verificación.

Para acceder a los formatos de Comité de Autogestión y Vigilancia de los mercados, se deben seguir los siguientes pasos:

Paso 1: Ingresar al buscador GOOGLE y escribir “Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Mercados de Abastos” SENASA o ingresar al siguiente enlace:

<https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/2016/03/RM-282-2003-MINSA-Funcionamiento-mercados-de-abastos.pdf>

Paso 2: Dirigirse a la página 12 del documento para visualizar los formatos

Paso 3: Descargar e imprimir los formularios

Anexo 7: Constitución de una cooperativa

En el siguiente apartado se presenta información relevante respecto del proceso de constitución de una cooperativa de acuerdo a la Ley General de Cooperativas (N°15260).

¿Qué es una cooperativa?

Es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada.

¿Cuál es el proceso para constituir una cooperativa?

En primer lugar, se debe definir el número de personas que van a participar de la cooperativa. Acto seguido, se definen las actividades económicas. Luego, se define el capital social. Como cuarto paso, se definen a los miembros del órgano de control y gerencia. Finalmente, se define la ubicación física de la cooperativa.

Con respecto a los trámites técnicos, se debe acordar en Asamblea General de Fundación. Luego, se debe aprobar el estatuto, el cual debe ser perfeccionado mediante un documento privado o de escritura pública. Después, se realiza la inscripción en los registros públicos. Por último, se genera el RUC ante la SUNAT.

¿Cuáles son los principios de una cooperativa?

- Libre adhesión y retiro voluntario
- Control democrático
- Interés limitado al capital
- Retorno de excedentes
- Educación cooperativa
- Integración cooperativa
- Irrepartibilidad de la reserva cooperativa

¿Cuáles son los beneficios que el Estado otorga a las cooperativas?

De acuerdo con lo señalado en el artículo 68 del Decreto Legislativo N° 85, Ley General de Cooperativas; y, los artículos 2 y 3 de la Ley N° 29683, Ley que precisa los alcances de los Artículos 3 y 66 del Decreto Legislativo 85, el Estado otorgará los siguientes beneficios:

- Concesión de fianza, aval u otras formas de garantía que pudiesen obtener de la banca

estatal, banca estatal de fomento, organismos internacionales, entre otras.

- Inafectación al Impuesto General a las Ventas (IGV), por las operaciones que realicen con sus socios.
- Inafectación al Impuesto a la Renta, por los ingresos netos provenientes de las operaciones que realicen con sus socios.

¿Cuál es el proceso para transformar una asociación a una cooperativa?

Paso 1: Revisar y analizar el estatuto de la asociación

Paso 2: Determinar la modalidad cooperativa a transformarse

Paso 3: Determinar el tipo de cooperativa que se desea adoptar

Paso 4: Determinar el nombre de la cooperativa

Paso 5: Acta de consejo directivo

Paso 6: Sesión del consejo directivo

Paso 7: Elaborar el estatuto de la cooperativa

Paso 8: Reservar el nombre de la cooperativa

Paso 9: Convocar a Asamblea General

Paso 10: Realizar la Asamblea General

Paso 11: Publicar del acuerdo de transformación

Paso 12: Elaborar Minuta y escritura pública de transformación

Paso 13: Constancia

Paso 14: Libros sociales

Anexo 8: Financiamiento que ofrece la Caja Metropolitana de Lima

De acuerdo con la Guía para la competitividad en mercados de abastos¹⁴¹⁵, se presenta a continuación los préstamos que ofrece la Caja Metropolitana de Lima.

Banca Minorista

- Perfil del cliente
 - Personas naturales (varones o mujeres) y personas jurídicas.
 - Principal fuente de ingresos es una actividad empresarial.
 - Las actividades son: Comercio, Producción y/o Servicios
 - La mayor parte de nuestros clientes pertenecen al sector informal.

¹⁴ MUNICIPALIDAD DE LIMA (2013). *Guía para la competitividad de los Mercados de Abastos*. Recuperado de <http://www.munlima.gob.pe/images/descargas/gerencias/GDE/guia-de-formalizacion/Guia-para-la-competitividad-de-Mercados-de-Abastoss.pdf>

- Establecimiento o centros de expendio, puede ser propios o alquilados.
- Grado de instrucción: mayormente es nivel básico (secundaria completa).
- Edad: 21 a 71 años.
- Antigüedad de negocio es mayor a nueve (09) meses.
- Domicilio puede ser propio, alquilado o alojado en casa de padres o familiares. Mayormente viven en los conos de Lima o la periferia de las ciudades.
- Requisitos Generales:
 - Persona Natural:
 - Documento de identidad.
 - Recibo de servicios.
 - Documento de negocio.
 - Tener entre 23 y 74 años.
 - Contar con propiedad.
 - De no contar puede presentar fiador solidario (aval)
 - Persona Jurídica
 - Minuta de constitución de la empresa.
 - Copia RUC.
 - Documentos de identidad del representante legal.
 - Vigencia de poderes y copia literal.
 - Documentación del negocio.
 - Documentación del domicilio.
 - Documentos de negocio: El cliente debe presentar por lo menos algunos de estos documentos
 - Licencia Municipal de Funcionamiento.
 - Constancia de Asociación de Mercado.
 - Constancia de Asociación de Comerciantes.
 - Carné de Socio del Mercado o Asociación de Comerciantes vigente.
 - Boletas y/o facturas de compras de los últimos tres (03) meses.
 - Carné de Sanidad vigente.
 - Copia de la ficha RUC la cual deberá estar activa o la impresión desde la página web de la SUNAT y último pago a la SUNAT.
 - Productos financieros
 - Capital de trabajo: Préstamos a mediano y corto plazo otorgados

a pequeñas y microempresas para actividades comerciales, productivas y de servicios (destinados a la compra de mercadería, materia prima o insumos).

Montos individuales Nuevos Soles	Mínimo S/. 300.00. Máximo según evaluación
Plazos de pagos	De 1 a 18 meses
Periodo de gracia	Hasta 60 días
Cuotas	Fijas o iguales Una sola cuota
Frecuencia de pago	Mensual

- **Activo fijo:**

- **Financiamiento para Bienes Muebles e Inmuebles**

- Bien Mueble: Destinado a la compra, repotenciación o mantenimiento de bienes muebles (maquinarias, equipos, mobiliario, unidades de transporte, etc.)
 - Bien Inmueble: Destinado a la compra, construcción, remodelación, mantenimiento o ampliación de los inmuebles en los que opera (u operará) la unidad empresarial.
 - Para acceder a este producto, el cliente deberá contar con una experiencia mínima demostrable de un año (12 meses) como conductor directo y/o titular de la unidad empresarial que sustenta los ingresos del negocio a evaluar.

Montos individuales Nuevos Soles	Hasta el 80% del valor del activo a financiar, según proforma/presupuesto, con un mínimo de S/. 1000 y un máximo según evaluación
Plazos de pagos	Activo Fijo Bien Mueble: De 3 a 36 meses. Activo Fijo Bien Inmueble: De 3 a 60 meses.
Periodo de gracia	Hasta 90 días
Cuotas	Fijas o iguales Una sola cuota
Frecuencia de pago	Mensual

- **Caja PYME personal:** Préstamo en moneda nacional dirigido a personas

naturales independientes para cualquier necesidad personal

Tipo de cliente	Persona natural y jurídica
Experiencia Crediticia	Está dirigido a clientes nuevos (experiencia crediticia en el Sistema Financiero de por lo menos 12 meses con calificación 100% normal en todo el periodo) y a clientes recurrentes que requieran de un tipo de préstamo para consumo
Montos Individuales Nuevos Soles	Mínimo: S/. 1,000.00 Máximo: S/. 15,000.00
Plazos de Pago	Mínimo: 06 meses. Máximo: 18 meses
Periodo de gracia	No
Forma de pago	Por cuota. Fecha fija.
Frecuencia de pago	Mensual

Anexo 9: Ficha de autoevaluación para los mercados de abastos minorista competitivos

Datos generales

- Nombre de mercado:
- Dirección del mercado:
- Distrito:
- Ciudad:
- Nombre de representante / gerente:
- Teléfono del representante:
- Fecha de evaluación:

Área	Descripción	Ponderación	Cumplido totalmente	Cumplido parcialmente	En proceso de implementación	No cumplió	No aplica	Sub Total	Total
1. GESTIÓN ADMINISTRATIVA	Tiene conformado el comité de autocontrol sanitario	3							
	Tiene consejo de administración (Cooperativas) y/o gerencia del mercado	3							
	Cuenta con proyectos para el mercado en ejecución	2							
	Cuenta con proyectos para el mercado en cartera (Mediano o largo plazo)	2							
	Cuenta con personal que realice a tiempo completo las actividades del área	1							
	Participa de programas municipales (Ej.: Programa de segregación en la fuente)	1							
2. GESTIÓN FINANCIERA Y CONTABLE	Cuenta con un registro de ingresos y gastos mensuales	3							
	Cumple con su presupuesto anual	3							
	Paga en plazo a proveedores	3							
	Cuenta con un registro y mantenimiento de los libros contables anualmente	3							
	Cuenta con un registro de cobro a los conductores	3							
	Realiza seguimiento a los pagos de los conductores	2							
	Cuenta con liquidez mínima del % mensual	2							
	Tiene un % de endeudamiento menor a.	2							
	Cuenta con un plan de inversiones y riesgos	1							

	Cuenta con personal que realice a tiempo completo las actividades del área	1							
3. GESTIÓN LEGAL	Cuenta con licencia de funcionamiento actualizada	3							
	Cuenta con licencia de defensa civil actualizada	3							
	Cuenta con un reglamento interno	3							
	Cuenta con estatutos	3							
	Elabora contratos de alquiler por puestos	2							
	Gestiona los contratos vigentes	2							
	Cuenta con personal que realice a tiempo completo las actividades del área	1							
4. GESTIÓN COMERCIAL	Tiene una oferta variada de productos y servicios para sus clientes	3							
	Asegura la calidad de sus productos y servicios	3							
	Cuenta con infraestructura adecuada para los clientes (Rampas para discapacitados, estacionamientos, etc.)	3							
	Cuenta con más del % de los puestos activos	3							
	Cuenta con un plan comercial estratégico	2							
	Cuenta con un registro mensual de visitantes /clientes	2							
	Cuenta con un registro de ventas por puesto diarias	2							
	Trabaja con proveedores que cuentan con certificaciones de calidad	2							

	Cuenta con servicios adicionales (Guardería y actividades culturales/patios de comidas)	1							
	Cuenta con personal que realice a tiempo completo las actividades del área	1							
5. MARKETING Y PROMOCIÓN	Cuenta con señalización dentro y fuera del mercado	3							
	Cuentan con pagos electrónicos	3							
	Realizan reparto a domicilio	3							
	Realiza campañas de promoción en el mercado (Ej.: Activaciones, concursos, talleres, etc.)	3							
	Usa plataformas virtuales para la promoción del mercado (Ej.: Páginas en redes sociales o web)	2							
	Cuenta con elementos de imagen interna del mercado y del puesto: cartelera y rotulación, publicidad estática, diseño de los puestos y zonas comunes.	2							
	Cuenta con tarjetas de fidelización para los clientes	1							
	Tiene notas y/o reportajes en prensa y otros medios de comunicación	1							
	Cuenta con personal que realice a tiempo completo las actividades del área	1							
6. GESTIÓN DE PERSONAS	Cuenta con medios de comunicación interna para brindar información de interés común	3							

	Establece y monitorea medidas de salud y seguridad laboral	3							
	Realiza capacitaciones mensuales para los conductores de puestos	3							
	Realiza actividades de integración entre todos los miembros del mercado	2							
	Realiza trimestralmente un monitoreo del clima laboral y satisfacción de los comerciantes	2							
	Cuenta con personal que realice a tiempo completo las actividades del área	1							
7. GESTIÓN DE RESIDUOS Y LIMPIEZA	Cuenta con contenedores diferenciados para residuos orgánicos e inorgánicos, con fines de valorización.	3							
	Cuenta cada puesto con tachos de basura adecuados	3							
	Cuentan con un cronograma de limpieza y desinfección del mercado	3							
	Cumplen con el cronograma de limpieza y desinfección establecido	3							
	Participa del programa de segregación en la fuente de su municipio	2							
	Participa de iniciativas de valorización de los residuos orgánicos e inorgánicos del mercado	2							
	Cuenta con estrategias para minimizar residuos (Ej.: Donación de alimentos)	1							
	Cuenta con personal que realice a tiempo completo las actividades del área	1							

8. GESTIÓN DE MANTENIMIENTO	Cuentan con un plan anual de mantenimiento preventivo	3							
	Realizan mantenimientos correctivos mensualmente	3							
	Cuentan con un registro de incidencias de mantenimiento mensualmente	2							
	Cuentan con un presupuesto anual asignado al mantenimiento del mercado	2							
	Cuenta con personal que realice a tiempo completo las actividades del área	1							
9. GESTIÓN DE SEGURIDAD	Cuentan con un registro de incidencias de seguridad mensualmente	3							
	Realiza coordinaciones con las autoridades correspondientes (Serenazgo, PNP, etc.)	2							
	Cuentan con un presupuesto anual asignado a la seguridad interna y externa del mercado	2							
	Cuenta con personal que realice a tiempo completo las actividades del área	1							
10. GESTIÓN LOGÍSTICA DE BIENES Y SERVICIOS	Verifica las condiciones de los alimentos que se expenden en el lugar	3							
	Verifica las condiciones de transporte de los alimentos, con los medios suficientes para su protección.	3							
	Cuentan con un registro de las personas que comercializan y manipulan los alimentos.	3							

	Cuenta con almacenes para los productos secos	2							
	Cuenta con cámaras de frío para los productos fríos	2							
	Verifica las condiciones de limpieza de los almacenes	2							
	Cuenta con un horario establecido para la carga y descarga de alimentos	2							
	Cuenta con un espacio adecuado para la carga y descarga de alimentos	1							
	Cuenta con personal que realice a tiempo completo las actividades del área	1							
11. GESTIÓN SANITARIA	Realiza semanalmente un control sanitario de acuerdo a la normativa	3							
	Realiza control de plagas semestralmente con el establecimiento cerrado	3							
	Tiene equipamiento de materiales lisos, lavables, resistentes a la corrosión y no tóxicos.	3							
	Cuentan con un suficiente número de tomas de agua para las operaciones de limpieza y lavado de alimentos, manos, utensilios y equipos	2							
	Cuentan con servicios higiénicos adecuados y operativos al 100%	2							
	Cuenta con personal que realice a tiempo completo las actividades del área	1							
12. CONTROL INTERNO	Realiza un control de la legalidad de los actos que se llevan a cabo en el mercado	1							

	Realiza un control de la veracidad de la información brindada por cualquier miembro del mercado	1							
	Realiza control de la seguridad de los bienes del mercado	1							
	Cuenta con personal que realice a tiempo completo las actividades del área	1							

TÍTULO IX. BIBLIOGRAFÍA

Ayuntamiento de Madrid (2017). *Plan estratégico de los Mercados Municipales de Madrid 2017-2021*. Recuperado de

<https://www.madridemprende.es/NdSite/OnLineCache/FMS/43/57/0cdfa2eea641f9abbbd6e1a102f2a89e/plan-estrategico-mercados-def-enero.pdf>

Barragán, J. (2018). *Modelo de Gestión del Mercado de Calderón. "Estudios y Diseños Definitivos del Mercado se Calderón, Administración Zonal Calderón, Distrito Metropolitano, Cantón Quito, Provincia se Pichincha"*. Recuperado de http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Comisiones%20del%20Concejo/Comercializaci%C3%B3n/2018/2018-07-30/AZonal%20Calder%C3%B3n/PLAN-NEGOCIOS-MODELO-GESTION/2018-01-17-MODELO-GESTION-MERCADO.pdf

CONGRESO DE LA REPÚBLICA. (s/f.). *Ley Orgánica de Municipalidades* (Ley N° 27972). Recuperado de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/BCD316201CA9CDCA05258100005DBE7A/\\$FILE/1_2.Compendio-normativo-OT.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/BCD316201CA9CDCA05258100005DBE7A/$FILE/1_2.Compendio-normativo-OT.pdf)

Decreto 397 de 1995 [Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural]. Por el cual se reglamenta el artículo 54 de la Ley 101 de 1993. 3 de marzo de 1995. Recuperado de <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1089020>

Decreto Supremo N° 007-98- SA. Ley General de Salud (s.f). Recuperado de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/284610/256394_DS007-1998.pdf20190110-18386-1q4l45y.pdf

Departamento Nacional de Planeación (2018). *Construcción y dotación de una plaza de mercado*. Recuperado de <https://proyectostipo.dnp.gov.co/images/pdf/plazademercado/PTplazademercado.pdf>

DIGESA (2020). *Reglamento Sanitario de funcionamiento de mercados de abastos*. [Diapositiva de PowerPoint]. DIGESA. Recuperado de http://www.digesa.minsa.gob.pe/Orientacion/REGLAMENTO_SANITARIO_MERCADOS_ABASTOS_RM_282-2003-SA-DM.pdf

DIGESA. (s/f.). *Normativa Sanitaria de Alimentos*. [Diapositiva de PowerPoint]. DIGESA.

Recuperado

de

[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/9F11388EA0C3C78705257C4500638608/\\$FILE/DIGESA-Normativasanitariadealimentos.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/9F11388EA0C3C78705257C4500638608/$FILE/DIGESA-Normativasanitariadealimentos.pdf)

Dirección de Mercados Municipales (2017). *Manual de Organización de la Dirección de*

Mercados

Municipales.

Recuperado

de

<http://www.transparenciamorelos.mx/sites/default/files/Ayuntamientos/Cuautla/oca16/MERCADOS.pdf>

Gordón, R., Estrada, M. y Rodríguez, N.S. (2007). *Los mercados minoristas como motor para el desarrollo económico, social y cultural de una ciudad*. Washington, Banco Interamericano - Fondo Multilateral de Inversiones.

Guerrero, B., Lazarte, M. y Mendez, C. (2017). *Guía para la planificación y diseño de mercados minoristas en las ciudades del Perú*. Lima, FAO

INDECOPI. (s/f.). Registro de Marcas y Otros Signos. *Indecopi*. Recuperado de

<https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos#marca>

INDECOPI. (2019). *El Indecopi destacó ventajas y beneficios del registro de marcas en taller dirigido a jóvenes agricultores de la región*. [Comunicado de prensa]. Recuperado de:

<https://www.indecopi.gob.pe/-/el-indecopi-destaco-ventajas-y-beneficios-que-brinda-el-registro-de-marcas-durante-taller-dirigido-a-69-jovenes-agricultores-de-diferentes-paises-de-a>

INEI (2016). Censo Nacional de Mercados de Abastos Perú. Recuperado de:

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1448/libro.pdf

Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal [Inafed] (2010). *Guía técnica 14.*

La administración de mercados y centrales de abastos. Recuperado de

http://www.inafed.gob.mx/work/models/inafed/Resource/335/1/images/guia14_al_administracion_de_mercados_y_centrales_de_abastoss.pdf

Ministerio de la Producción (2016) Resolución Ministerial N° 196-2016-PRODUCE. Aprueban Lineamientos Generales de la Política Nacional para la Competitividad de Mercados de Abastos. Recuperado de <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/per158726anx.pdf>

Ministerio de la Producción (2017). *NORMATIVA DE MERCADOS DE ABASTOSS. VERSIÓN PRELIMINAR (EN REVISIÓN)*. Recuperado de <http://cdlima.org.pe/wp-content/uploads/2017/12/PROPUESTA-NORMA-MERCADOS-ABASTOSS.pdf>

Ministerio de la Producción (2018). *Manual de buenas prácticas bodegueras*. Recuperado de: https://issuu.com/indecopi/docs/manual_de_buenas_prcticas_bodeguer

Morales, Alfonso. (2011). Marketplaces: Prospects for Social, Economic, and Political Development. *Journal of Planning Literature*. 26. 3-17. 10.1177/0885412210388040.

MUNICIPALIDAD DE LIMA (2013). *Guía para la competitividad de los Mercados de Abastos*. Recuperado de <http://www.munlima.gob.pe/images/descargas/gerencias/GDE/guia-de-formalizacion/Guia-para-la-competitividad-de-Mercados-de-Abastoss.pdf>

MUNICIPALIDAD DE LIMA. (s.f.). *Licencia de funcionamiento corporativa para mercados de abastos, galerías y centros comerciales (CON ITSE PREVIA)*. Municipalidad de Lima. Recuperado de <http://www.munlima.gob.pe/licencia-de-funcionamiento-corporativas-para-mercados-de-abastoss-galerias-comerciales-y-centros-comerciales-con-itse-previa>

Municipalidad Metropolitana de Lima (2013). *Guía para la Competitividad de Mercados de Abastos*. Recuperado de <http://www.munlima.gob.pe/images/descargas/gerencias/GDE/guia-de-formalizacion/Guia-para-la-competitividad-de-Mercados-de-Abastoss.pdf>

SANIPES (2017) Resolución Directoral N.º 002-2017-SANIPES-DSNPA. Recuperado de https://www.sanipes.gob.pe/procedimientos/9_RD002-2017-SANIPES-DSNPA.pdf

SANIPES (2016) Resolución Directoral N.º 017-2016-SANIPES-DSNPA. Recuperado de http://www.sanipes.gob.pe/procedimientos/8_RESOLUCION_DIRECTORAL_N_017_2016_SANIPES_DSNPA.pdf

SENASA (2018). *Curso de capacitación para los inspectores sanitarios municipales en el cumplimiento de la meta 19 - SENASA «Fortalecimiento de la vigilancia sanitaria municipal, de alimentos agropecuarios primarios y piensos, en el transporte y comercio local» [Diapositiva de PowerPoint]*. SENASA. Recuperado de

<https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/2017/02/2.-Capacitaci%C3%B3n-para-los-Comerciantes-de-AAPP.pdf>

SENASA (2018). *Guía para el cumplimiento de la Meta 5 del Programa de Incentivos a la Mejora de la Gestión Municipal 2018*. Recuperado de <https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/2018/02/META-5.pdf>

SENASA (2019). *Certificarán más puestos de venta como saludables en mercados de abastos. SENASA CONTIGO*. Recuperado de <https://www.senasa.gob.pe/senasacontigo/senasa-certificaran-mas-puestos-de-venta-como-saludables-en-mercados-de-abastos/>

SENASA. (2003). *Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Mercados de Abastos*. Recuperado de <https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/2016/03/RM-282-2003-MINSA-Funcionamiento-mercados-de-abastos.pdf>

SENASA. (2018). *Rol de las municipalidades en la normatividad de la inocuidad agroalimentaria*. [Diapositiva de PowerPoint]. SENASA. Recuperado de <https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/2018/02/Presentaciones-Taller-06-03-2018-M-1-T-A.pdf>

SENASA. (s.f.). *Manual de usuario del aplicativo web del SENASA*. Recuperado de <https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/2018/02/Manual-del-usuario-del-aplicativo-web-del-SENASA-Vers.-1.0.pdf>



Visado por BALCAZAR SUAREZ
Juana Rosa Ana FAU
20504794637 hard
Fecha: 2021/06/04 17:51:51-0500



Visado por PARDAVE PINTO Darwin Francisco FAU
20504794637 hard
Fecha: 2021/06/03 17:50:54-0500



Visado por BEJAR GUTIERREZ Rocio Del
Pilar FAU 20504794637 hard
Fecha: 2021/06/03 16:57:33-0500