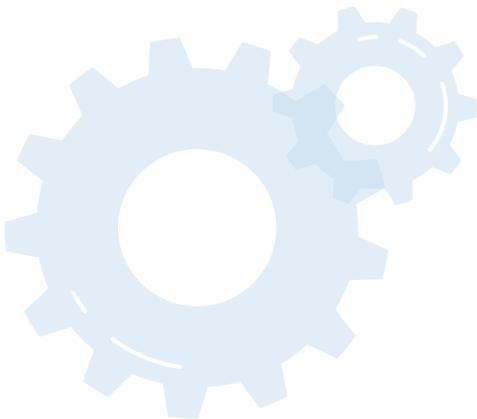
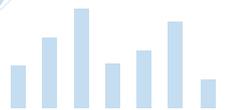
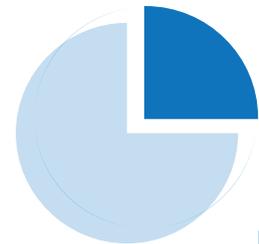




PERÚ

Ministerio  
de la Producción

# Identificación de brechas en los mercados de abastos del Perú a través del CENAMA



## Resumen

Los mercados de abastos cumplen un papel histórico y sociocultural en el Perú. Sin embargo, han venido perdiendo terreno en su actividad económica frente a organizaciones competidores del retail moderno. En ese sentido, el presente documento aporta en construir, a partir del Censo Nacional de Mercados de Abastos (CENAMA), una serie de indicadores que permitan medir el desempeño del mercado de abastos e identificar las brechas que mejoren las condiciones para la competitividad. Proponemos tres posibles estrategias para el cierre de brechas:

Consolidación, orientada a los mercados más desarrollados; Mejora dirigida a los mercados que tienen limitaciones a nivel sanitario y legal; y finalmente una estrategia Zona Crítica orientada a los mercados con mayores limitaciones en las tres variables analizadas. Asimismo, mediremos el porcentaje de mercados mejorados según cada estrategia.

**Palabras clave:** Mercado abastos; competitividad; CENAMA; brechas; indicadores

## Introducción

Los mercados de abastos cumplen un papel histórico y sociocultural en el Perú, manteniendo su posicionamiento debido principalmente a la provisión de productos frescos y a los impactos sociales y culturales que genera (Elguera 2018).

El propósito del mercado de abastos es el abastecimiento de productos alimentarios y no alimentarios básicos a una comunidad. Sin embargo, los mercados de abastos han venido perdiendo terreno en su actividad económica frente a organizaciones competidoras como supermercados o minimarkets que forman parte del retail moderno (Leung, 2016).

Es así que, mientras que los mercados de abastos son la reunión de un conjunto emprendedores sus competidores actúan como empresas independientes que pueden rápidamente conducirse hacia organizaciones eficientes. Es decir, si bien la reunión de emprendedores genera externalidades positivas para estos, la aglomeración también dificulta

que los mercados de abastos atiendan inmediatamente las externalidades negativas, así como, las oportunidades de mejora o condiciones básicas que requiere para operar competitivamente.

En ese sentido, el presente documento aporta en construir una serie de indicadores que permitan medir el desempeño del mercado de abastos e identificar las brechas que mejoren las condiciones para la competitividad. Asimismo, de acuerdo al desempeño de los mercados de abastos, según los indicadores construidos, proponemos tres estrategias que conduzcan a cerrar las brechas identificadas. Por último, es importante resaltar que, nuestro análisis se nutrirá del Censo Nacional de Mercados de Abastos (CENAMA) lo cual proveerá a los resultados de esta investigación representatividad nacional; así también, se busca promover el uso de esta fuente de datos para la investigación de la academia nacional.



# Análisis

La presente investigación conceptualiza al mercado de abastos como “todo local cerrado en cuyo interior se encuentran constituidos y/o distribuidos establecimientos individuales de ventas, en secciones o giros definidos, dedicados a la comercialización al por mayor y/o al por menor, principalmente de productos alimenticios y otros no alimenticios”.

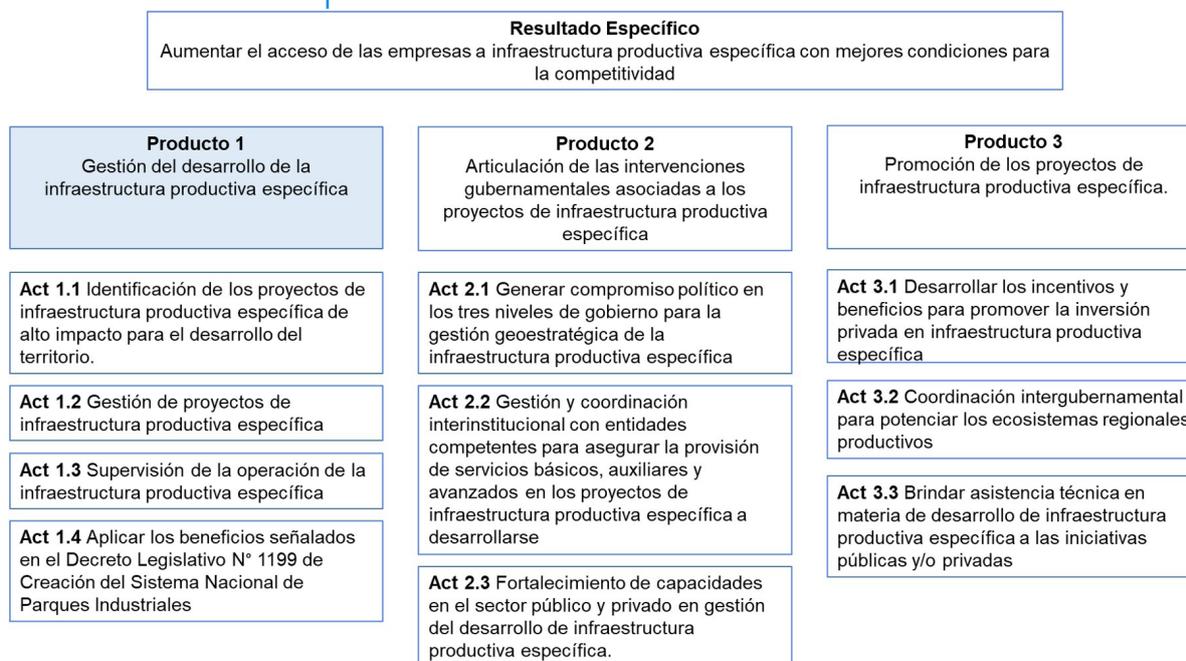
El marco lógico que seguimos en la mejorar las condiciones para la competitividad en los mercados de abastos es el propuesto en el Plan de Implementación del Programa Nacional de Diversificación Productiva (PI-PNDP), aprobado mediante Resolución Ministerial N° 135-2014-PRODUCE. El resultado específico que busca conseguir el Plan es “Aumentar el acceso de las

empresas a infraestructura productiva específica con mejores condiciones para la competitividad”; para lo cual propone tres productos: i) Gestión del desarrollo de la infraestructura productiva específica; ii) Articulación de las intervenciones gubernamentales asociadas a los proyectos de infraestructura productiva específica; iii) Promoción de los proyectos de infraestructura productiva específica.

A través del primer producto del Plan se considera el desarrollo de tareas de fortalecimiento de los mercados de abastos, planteando específicamente la meta de poner en operación 24 mercados de abastos, entre ellos el Mercado de Belén de la ciudad de Iquitos.

GRÁFICO 1

## MARCO LÓGICO DEL PNDP



Elaboración: Oficina de Evaluación de Impacto  
 Fuente: Plan de Implementación del PNDP

Respecto a la fuente de información de la presente investigación, el Censo Nacional de Mercados de Abastos (CENAMA) se llevó a cabo a finales del año 2016 y tuvo como objetivo “Obtener información estadística de los mercados de abastos en el país, así como información socioeconómica e infraestructura de los mismos, para el diseño, implementación, y seguimiento de las intervenciones de las distintas líneas de acción contempladas en el Plan Nacional de Diversificación Productiva a cargo del Ministerio de la Producción”.

El CENAMA se realizó a nivel nacional, en los 24 departamentos del país y en la Provincia Constitucional del Callao. Los

temas abordados en el cuestionario estaban referidos a: i) Localización geográfica del mercado de abastos; ii) Identificación del mercado e informantes; iii) Características generales del mercado de abastos; iv) Infraestructura, equipamiento y servicios; v) Gestión administrativa y financiera.

Mediante el CENAMA se identificaron a 2 612 mercados de abastos en todo el país, encontrándose en Lima y Callao el 53,7% del total de mercados de abastos, seguido por La Libertad (6,1%), Junín (4,6%), Arequipa (4,5%), Ancash (4,2%), y el resto (26,9%). Se identificaron 2 568 mercados minoristas a nivel nacional, de los cuales 2 253 se localizan en el ámbito urbano.

TABLA 1

NÚMERO DE MERCADOS DE ABASTOS POR TIPO Y ÁMBITO GEOGRÁFICO

Tipo de mercado	Total Nacional		Ámbito	
	N°	Part. %	Urbano	Rural
Mayorista	44	2%	41	3
Minorista*	2 568	98%	2 253	315
Total	2 612	100%	2 294	318

Nota:(\*) Incluyen a los mercados mixtos (minorista y mayorista).  
Fuente: Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016  
Elaboración: Oficina de Estudios Económicos – PRODUCE

Para la identificación de brechas, la OGEIEE propone trabajar sobre tres temáticas: Gestión Legal, Gestión Sanitaria y Administración. Mediante el análisis de la información contenida en CENAMA se ha asociado un conjunto de indicadores para

cada temática. El conjunto de indicadores permite analizar el desempeño del mercado de abastos en aspectos específicos. El siguiente cuadro se presenta los indicadores según cada temática de análisis:

TABLA 2

TEMÁTICA E INDICADORES

Variable	Indicador
<b>Gestión Legal</b>	% de Mercados con Licencia de Funcionamiento
	% de Mercados con Certificado de Defensa Civil
	% de Mercados con Reglamento Interno / Estatuto
<b>Gestión Sanitaria</b>	% de Mercados con Comité de Autocontrol Sanitario
	% de Mercados que realizan el control de plagas
	% de Mercados que cuentan con servicios higiénicos adecuados
	% de Mercados que implementan almacenamiento selectivo de RRSS
<b>Administración General</b>	% de Mercados con Personal dedicado a la administración
	% de Mercados con Libros contables actualizados
	% de Mercados que capacita a los conductores de puestos
	% de Mercados con servicio de seguridad

Todos los indicadores se expresan como un porcentaje del total de los mercados minoristas que cumplen una determinada condición. Asimismo, dependiendo del nivel alcanzado por cada indicador estos han sido resaltados según el siguiente criterio:

Una vez calculado el valor de cada indicador se procedió a generar un indicador que resume el conjunto de todos los indicadores, con el cual se elaboró un ranking por departamento. Los resultados se presentan en la Tabla N° 3.

Rango de Desempeño	Color
[0% - 25%>	Rojo
[25% - 50%>	Rosado
[50% - 75%>	Amarillo
[75% - 100%>	Verde

# Resultados y Discusión

El siguiente cuadro resume el ranking de mercados de abastos según departamentos y el desempeño en los indicadores propuestos por cada temática. Asimismo,

se presenta información sobre total de población, número de mercados y número de puestos que permiten esbozar el tamaño del mercado regional.

TABLA 3

RANKING DE DEPARTAMENTOS SEGÚN DESEMPEÑO EN LOS INDICADORES  
(Solo mercados minoristas)

Departamento	Población	Nro Mercados	Nro de Puestos	Puestos / Mdo	Ranking	Gestión Legal		
						% de Mercados con Licencia de Funcionamiento	% de Mercados con Certificado de Defensa Civil	% de Mercados con Reglamento Interno / Estatuto
Tumbes	251,521	6	1,015	169	1	50.0%	50.0%	50.0%
San Martín	899,648	41	6,271	153	2	48.8%	58.5%	70.7%
Loreto	1,027,559	26	2,988	115	3	61.5%	57.7%	61.5%
Lambayeque	1,310,785	59	13,998	237	4	54.2%	59.3%	74.6%
Callao	1,129,854	167	13,614	82	5	68.3%	59.3%	81.4%
Lima	10,628,470	1126	110,229	98	6	68.3%	58.4%	81.2%
Apurímac	430,736	22	2,093	95	7	50.0%	36.4%	68.2%
Cusco	1,357,075	51	11,931	234	8	60.8%	39.2%	82.4%
Arequipa	1,497,438	87	11,294	130	9	24.1%	20.7%	82.8%
Moquegua	192,740	14	1,452	104	10	28.6%	7.1%	100.0%
Ica	975,182	20	7,047	352	11	40.0%	40.0%	90.0%
Huánuco	760,267	30	4,643	155	12	76.7%	60.0%	53.3%
La Libertad	2,016,771	150	17,705	118	13	44.0%	34.0%	69.3%
Piura	2,047,954	56	13,290	237	14	42.9%	50.0%	62.5%
Amazonas	426,806	17	2,414	142	15	47.1%	35.3%	64.7%
Ucayali	589,110	24	3,390	141	16	29.2%	41.7%	79.2%
Tacna	370,974	41	5,761	141	17	43.9%	29.3%	70.7%
Áncash	1,180,638	100	15,018	150	18	27.0%	30.0%	81.0%
Cajamarca	1,453,711	57	6,071	107	19	19.3%	15.8%	50.9%
Junín	1,361,467	105	7,864	75	20	51.4%	35.2%	63.8%
Ayacucho	668,213	29	4,702	162	21	24.1%	10.3%	69.0%
Puno	1,237,997	33	7,066	214	22	36.4%	9.1%	60.6%
Huancavelica	365,317	7	839	120	23	14.3%	14.3%	57.1%
Madre de Dios	173,811	17	1,997	117	24	29.4%	41.2%	82.4%
Pasco	271,904	19	1,041	55	25	52.6%	57.9%	84.2%
<b>Nacional</b>	<b>32,625,948</b>	<b>2304</b>	<b>273,733</b>	<b>119</b>		<b>56.5%</b>	<b>48.4%</b>	<b>76.7%</b>

Continúa....

Leyenda:

Rango de Desempeño	Color
[0% - 25%>	Rojo
[25% - 50%>	Almendra
[50% - 75%>	Amarillo
[75% - 100%>	Verde

Departamento	Población	Nro Mercados	Nro de Puestos	Puestos / Mdo	Ranking	Gestión Legal		
						% de Mercados con Licencia de Funcionamiento	% de Mercados con Certificado de Defensa Civil	% de Mercados con Reglamento Interno / Estatuto
Tumbes	251,521	6	1,015	169	1	50.0%	50.0%	50.0%
San Martín	899,648	41	6,271	153	2	48.8%	58.5%	70.7%
Loreto	1,027,559	26	2,988	115	3	61.5%	57.7%	61.5%
Lambayeque	1,310,785	59	13,998	237	4	54.2%	59.3%	74.6%
Callao	1,129,854	167	13,614	82	5	68.3%	59.3%	81.4%
Lima	10,628,470	1126	110,229	98	6	68.3%	58.4%	81.2%
Apurímac	430,736	22	2,093	95	7	50.0%	36.4%	68.2%
Cusco	1,357,075	51	11,931	234	8	60.8%	39.2%	82.4%
Arequipa	1,497,438	87	11,294	130	9	24.1%	20.7%	82.8%
Moquegua	192,740	14	1,452	104	10	28.6%	7.1%	100.0%
Ica	975,182	20	7,047	352	11	40.0%	40.0%	90.0%
Huánuco	760,267	30	4,643	155	12	76.7%	60.0%	53.3%
La Libertad	2,016,771	150	17,705	118	13	44.0%	34.0%	69.3%
Piura	2,047,954	56	13,290	237	14	42.9%	50.0%	62.5%
Amazonas	426,806	17	2,414	142	15	47.1%	35.3%	64.7%
Ucayali	589,110	24	3,390	141	16	29.2%	41.7%	79.2%
Tacna	370,974	41	5,761	141	17	43.9%	29.3%	70.7%
Áncash	1,180,638	100	15,018	150	18	27.0%	30.0%	81.0%
Cajamarca	1,453,711	57	6,071	107	19	19.3%	15.8%	50.9%
Junín	1,361,467	105	7,864	75	20	51.4%	35.2%	63.8%
Ayacucho	668,213	29	4,702	162	21	24.1%	10.3%	69.0%
Puno	1,237,997	33	7,066	214	22	36.4%	9.1%	60.6%
Huancavelica	365,317	7	839	120	23	14.3%	14.3%	57.1%
Madre de Dios	173,811	17	1,997	117	24	29.4%	41.2%	82.4%
Pasco	271,904	19	1,041	55	25	52.6%	57.9%	84.2%
<b>Nacional</b>	<b>32,625,948</b>	<b>2304</b>	<b>273,733</b>	<b>119</b>		<b>56.5%</b>	<b>48.4%</b>	<b>76.7%</b>

Continua.....

Departamento	Ranking	Administración			
		% de Mercados con Personal dedicado a la administración	% de Mercados con Libros contables actualizados	% de Mercados que capacita a los conductores de puestos	% de Mercados con servicio de seguridad
Tumbes	1	100.0%	0.0%	33.3%	100.0%
San Martín	2	56.1%	12.2%	65.9%	75.6%
Loreto	3	57.7%	3.8%	65.4%	88.5%
Lambayeque	4	66.1%	10.2%	54.2%	79.7%
Callao	5	6.6%	46.7%	47.3%	76.6%
Lima	6	6.5%	39.8%	65.2%	74.7%
Apurímac	7	45.5%	0.0%	63.6%	54.5%
Cusco	8	41.2%	0.0%	70.6%	56.9%
Arequipa	9	23.0%	6.9%	63.2%	72.4%
Moquegua	10	0.0%	7.1%	50.0%	57.1%
Ica	11	10.0%	10.0%	50.0%	75.0%
Huánuco	12	30.0%	13.3%	53.3%	50.0%
La Libertad	13	18.0%	13.3%	54.0%	68.7%
Piura	14	42.9%	10.7%	33.9%	73.2%
Amazonas	15	35.3%	0.0%	23.5%	41.2%
Ucayali	16	29.2%	8.3%	33.3%	58.3%
Tacna	17	36.6%	2.4%	56.1%	36.6%
Áncash	18	13.0%	13.0%	47.0%	68.0%
Cajamarca	19	42.1%	3.5%	42.1%	68.4%
Junín	20	14.3%	12.4%	58.1%	41.9%
Ayacucho	21	27.6%	3.4%	62.1%	58.6%
Puno	22	33.3%	3.0%	54.5%	57.6%
Huancavelica	23	14.3%	0.0%	71.4%	28.6%
Madre de Dios	24	0.0%	23.5%	29.4%	35.3%
Pasco	25	10.5%	0.0%	52.6%	31.6%
<b>Nacional</b>		<b>16.6%</b>	<b>26.7%</b>	<b>58.7%</b>	<b>69.4%</b>

Los resultados, expuestos en la Tabla N° 3, permiten proponer tres posibles estrategias de intervención. La primera estrategia, que denominaremos de Consolidación, estaría orientada a los departamentos que se encuentran en el tercio superior del ranking; consistiría en primer lugar en elevar el número de mercados con Comités de Autocontrol Sanitario. Además, es necesario mejorar la gestión de los mercados, incorporando personal dedicado a esa función. La implementación de esta estrategia involucraría al 65% de los mercados de abastos del Perú y al 52% de la población nacional. En este grupo de regiones resaltan Lima y Callao las cuales involucran al 56% de los mercados de abastos a nivel nacional, le siguen Lambayeque (3%), Cusco (2.2%), San Martín (1.8%), Loreto (1.1%), Apurímac (1.0%) y Tumbes (0.3%).

La segunda estrategia, denominada de Mejora, estaría dirigida al tercio medio del ranking y orientarse a mejorar la gestión sanitaria en dos aspectos, la constitución de los Comités de Autocontrol Sanitario y la implementación del almacenamiento selectivo de residuos sólidos. Además, al implementarla se recomienda acompañar técnicamente el incremento del número de mercados con licencias de funcionamiento y con certificación de Defensa Civil. En este segmento es mayor el reto de mejorar la administración en los mercados incorporando personal dedicado a esta función. Es importante mencionar que este segmento involucra al 17% de los mercados de abastos y el 26% de la población nacional.

Las regiones que cuentan con mayor número de mercados de abastos son La Libertad que representan el 6.5% del total nacional, le sigue Arequipa y Piura con 3.8% y 2.4% respectivamente. Luego, siguen las regiones de Huánuco (1.3%) y Ucayali (1.0%), para concluir con Ica, Amazonas y Moquegua que representan menos del 1% cada una.

Finalmente, la tercera estrategia está orientada al tercio inferior del ranking, es la zona crítica pues en lo referido a la gestión sanitaria son grandes los retos referidos a mejorar los servicios higiénicos, los Comités de Autocontrol Sanitario y la implementación del almacenamiento de residuos sólidos. Asimismo, este segmento presenta una situación más crítica respecto a los temas legales (licencias de funcionamiento y certificación de defensa civil. Similar situación se presenta en los aspectos relacionados con la administración del mercado.

Las regiones que se encuentran en la zona crítica incluyen el 18% de los mercados de abastos y el 22% de la población nacional. Las regiones que cuentan con mayor porcentaje de mercados de abastos son Junín (4.6%), Ancash (4.3%) y Cajamarca (2.5%). Un segundo grupo lo conforman Tacna (1.8%), Puno (1.4%) y Ayacucho (1.3%).

Finalmente, Pasco, Madre de Dios y Huancavelica representan cada una menos del 1% del total de mercados de abastos a nivel nacional.

## Conclusiones

El CENAMA es un instrumento que permite caracterizar los mercados de abastos del país, su fortaleza radica en tres aspectos: la cobertura, que cubre todo el país; los temas que aborda; y, la garantía de haber sido implementado por un organismo especializado (INEI).

La información contenida en el CENAMA permite identificar brechas en tres temáticas relacionados al desarrollo de los mercados de abastos: Gestión Legal, Gestión Sanitaria y Administración General.

A partir del análisis de datos del CENAMA, se define y propone tres posibles estrategias

para el cierre de brechas: Consolidación, orientada a los mercados más desarrollados; Mejora dirigida a los mercados que tienen limitaciones a nivel sanitario y legal; y finalmente una estrategia Zona Crítica orientada a los mercados con mayores limitaciones en las tres variables analizadas.

La implementación de la estrategia de Consolidación permitiría una mejora en el 65% de los mercados, mientras que los éxitos en la aplicación de la estrategia de Mejora involucrarían al 17% de los mercados. Por otro lado, los mercados que se encuentran en la Zona Crítica representan el 18% del total.