

**ALIANZA DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES ORGANIZADOS,
CON ENABAS Y LOS CPC
PROMOVIDO POR MAGFOR**

CREACION DE RED DE MERCADO JUSTO

"hacia un modelo nuevo, un modelo diferente, un modelo alternativo"

1. ESTRATEGIA GENERAL;

El sistema imperante establece relaciones injustas tanto para el productor que vende a precios bajos sus productos, como para el consumidor que compra caro sus alimentos. Por esta razón, ENABAS en su política ALIMENTOS PARA EL PUEBLO, en coordinación con los CPC implanta una red de comercio justo a nivel urbano y rural.

La intervención temporal en el mercado dinamizará a los agentes convencionales y motivará la promoción de nuevas relaciones más allá de lo comercial, incorporando la red solidaria de pulperías.

2. OBJETIVO;

Garantizar precios justos a los productores y consumidores de alimentos a través de una red alternativa de distribución y la creación de reservas básicas de ENABAS para reducir el impacto de la inflación y los altos precios de los principales productos de la canasta básica.

3. FORMA DE EJECUCION DE LA RED ALTERNATIVA DE DISTRIBUCIÓN;

- Identificando las zonas de mayor marginación, demanda efectiva y capacidad de operación, ENABAS en coordinación del CPC del barrio o comunidad, se procede a dar apertura al punto de venta.
- Los puntos de venta tienen dos modalidades, temporal y móvil, garantizando la articulación, la información y el detalle al consumidor para establecer la red de MERCADO JUSTO.
- ENABAS a través de su personal garantiza el abastecimiento de la especie y al final de cada día, hace arqueo de sus inventarios y el efectivo al puesto de venta.
- Una vez logrado el impacto, es decir, precio justo por el lado del consumidor, suspendemos las operaciones de ventas pero se mantiene la red activada para recuperar información y monitorear el comportamiento del mercado (en coordinación con MIFIC), y preparar condiciones para la próxima campaña. Se evitará con esto, la competencia con pulperos y otras formas convencionales.
- Al suspender las operaciones directas de ENABAS, establecemos alianzas con una red de pulperías solidarias para mantener el abastecimiento a precios justo (no especulativos), con compromisos sociales y operando en las mismas zonas que ahora estamos, coordinados estos con los CPC, quienes ejercerán un rol de apoyo para la información de seguimiento.

4. DONDE y METAS

Los puntos de venta son seleccionados en conjunto con los CPC y de acuerdo a criterios de localización, conocimiento y habilidades.

- 150 puntos de venta en Managua.
- 100 puntos de venta en Departamentos.
- Atención a 40,000 familias como mínimo por semana. (Pueden ser las mismas u otras familias durante cada semana)

5. ASPECTOS ORGANIZATIVOS

a. El papel de los CPC

- Coordina con ENABAS los sitios para poner los puntos de ventas
- Promueve eventos (tipo ferias), en coordinación con otros actores del comercio (artesanos, industria casera - nacatamales, panaderías, tortilleras, comercio comunitario)
- Organiza y moviliza a los consumidores.
- Supervisa y controla que los servicios brindados por ENABAS y el Responsable de Venta están cumpliendo y atendiendo apropiadamente.
- Identifica otras necesidades para atender a la población coordinando con las instituciones que correspondan (MIFIC, INPYME, INFOCOOP, otras cooperativas)
- Promueve consumo sano (orgánicos, etc.)

b. El papel de ENABAS

- Consultar con los CPC para identificación de barrios y comunidades.
- Consultar en el reclutamiento del Responsable de Venta con quien suscribiremos contrato (dependiente de ENABAS), o selección de pulpería.
- Atiende administrativamente al Responsable del Punto de venta con quien suscribe contrato.
- Abastece con los productos que están en el plan.
- Auditoriar el manejo de los recursos.
- Realizar campañas de difusión a través de los medios.

c. El responsable del punto de venta o pulpería

- El responsable de punto de venta será contratado por ENABAS
- El responsable o la pulpería pone el local e instrumentos para la venta
- Participa en las Mini-ferias del Poder Ciudadano
- Promotor y difusor de los fines y objetivos del programa Alimentos Para el Pueblo

Managua, 5 de diciembre 2007