



Ecuador

Puntos de Venta y Cupones

EN ACCIÓN

BUENAS PRÁCTICAS

La Historia

Antecedentes

En Ecuador, muchas niñas y niños menores de cinco años sufren de anemia y/o desnutrición crónica. Ecuador es el país con mayor número de refugiados en las Américas, colombianos que cruzan la frontera para huir de la violencia en su país.

Intervención

En 2011 el PMA empezó a usar cupones canjeables por alimentos en sus programas humanitarios en Ecuador, y comprobó con IFPRI* que esa es la modalidad más efectiva para diversificar la dieta en zonas urbanas y urbano-marginales, lo que ayuda a combatir la desnutrición y la anemia. En 2014 el 60 por ciento de la asistencia del PMA se dio por medio de cupones; la meta de 2015 es llegar a cien por ciento de uso de cupones electrónicos con código de barras.

Para el canje de cupones se utiliza los servicios de puntos de venta escogidos por el PMA mediante estudios de mercado. Entre las características que deben tener están las siguientes:

- Disponibilidad de variedad de productos frescos y nutritivos,
- Precios competitivos de mercado,
- Cercanía a las zonas donde viven los participantes,
- Vinculación a producción de pequeños productores,
- Condiciones para utilizar el Sistema de monitoreo y revisión de

transferencias-SMART (computador, internet, lector de código de barras), y

- Apertura para manejar crédito con el PMA.

En la caja se verifica que los ítems a comprar estén en la lista de alimentos permitidos, y que la compra sea variada. Una vez que los participantes usan un punto de venta, se les pide su opinión sobre el servicio.

Resultados

En Ecuador se ha evolucionado de supermercados, que al principio eran los únicos que llenaban las condiciones requeridas, hacia verdulerías que ofrecen productos más frescos a precios más bajos. Con SMART estos puntos de venta monitorean en línea las compras de los usuarios del cupón y emiten reportes de consumo e información financiera. Las verdulerías generan oportunidades de ingreso, en especial para mujeres agricultoras.

Lecciones Aprendidas

La retroalimentación es clave: al respetar las sugerencias de los participantes mejoramos la calidad.

Es necesario capacitar al personal del punto de venta sobre cómo dar un trato digno a los clientes PMA.

En la relación con los puntos de venta, todos ganan: el PMA un buen servicio y ellos, una clientela segura.

*International Food Policy Research Institute



Cupones del PMA



Punto de venta en Shushufindi



Todos ganan con el uso del cupón

Implementación

Paso 1

La selección de los puntos de venta socios se hace mediante un estudio de mercado que considera localización, oferta, calidad, precio y condiciones para usar el sistema SMART, creado en Ecuador para manejar los cupones y que permite ligar una familia a un cupón y a un punto de venta.

Paso 2

Se capacita a los dueños y empleados del punto de venta para un manejo eficiente de los cupones. SMART permite optimizar la gestión, con registro y reporte eficiente de las transferencias.

Paso 3

Al vincular los puntos de venta con asociaciones de pequeños productores locales, pueden ofrecer frutas y verduras frescas necesarias para una dieta familiar diversa. Las capacitaciones que reciben los usuarios del cupón se enfocan a mejorar los hábitos alimenticios.

Paso 4

El PMA analiza las condiciones nutricionales de la población vulnerable, monitorea periódicamente la disponibilidad de los productos, su calidad y precio, y evalúa el impacto en cuanto a mejoras en la diversidad de la dieta.

Alianzas

Verdulerías y supermercados; asociaciones de pequeños productores, Instituto de Economía Popular y Solidaria, gobierno nacional y gobiernos locales.

Sostenibilidad

Contribuyen a la sostenibilidad de las iniciativas del PMA el desarrollo de capacidades locales, la programación conjunta, la vinculación que logramos entre asociaciones de pequeños productores y circuitos cortos de comercialización, y el apoyo de los gobiernos locales.

Trabajamos en línea con la estrategia gubernamental de cambiar la matriz productiva, promoviendo la economía popular y solidaria de acuerdo al Plan Nacional del Buen Vivir.

Doña Yolanda y su marido compraron la computadora portátil y aprendieron a usar el Sistema SMART. Al preguntarle si han valido la pena los esfuerzos hechos para asociarse con el PMA, ella dice:

"Sí, vale la pena, y mucho, porque vendemos bastante".

Yolanda Peñafiel, Verdulería FC, Lago Agrio

Mi tienda, mi cupón



Cada mes Lucila acude al centro de atención del PMA donde recibirá capacitación en nutrición.



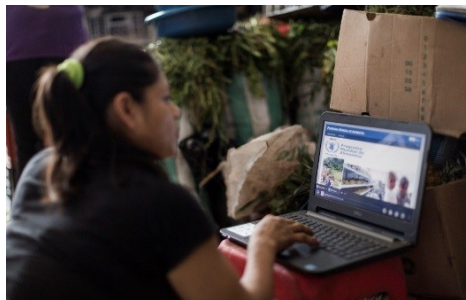
Tras la capacitación, personal del PMA o de sus entidades socias recarga el cupón de Lucila.



En la verdulería ella encuentra gran variedad de frutas y verduras frescas, compradas a pequeños productores, y otros alimentos. Lucila usa su cupón con código de barras para comprar.



Las familias escogen sus alimentos favoritos con ayuda de la capacitación. Si la capacitación explica el valor nutritivo de la quinua, esa tarde los usuarios del cupón se terminan toda la quinua de la tienda.



La tienda registra las compras de Lucila en el sistema SMART, lo que permite monitorear sus preferencias de comida mes a mes.



Las familias mejoran su alimentación y aprenden sobre nutrición. Los pequeños productores amplían sus mercados. Los dueños de tienda ganan clientes.

Insumos

Conocimiento

Análisis comparativo de modalidades: alimentos, efectivo y cupones; análisis y estudio de mercado.

Tecnología

Cupones con códigos de barras, sistema SMART desarrollado, capacitación a puntos de venta sobre SMART.

Recursos

Personal entrenado; sistema de monitoreo, computador, acceso a internet; productos locales diversos y de calidad.