

LAS FERIAS LIBRES EN TUNGURAHUA

Su importancia para las economías locales



Las ferias libres son espacios en los que se congregan un importante número de oferentes y demandantes, normalmente, sobre una calle principal de la localidad, utilizando alrededor de 500 metros a lo largo de la vía. En este espacio, coexisten puntos de venta formales (establecimientos) e informales (ambulantes). Éstas suelen ser un referente de la localidad donde se llevan a cabo, en las cuales se comercializa la producción tradicional de la zona, lo que las convierte en expresiones sociales en primera instancia, pero que se potencian como una fuente de empleo local y de sustento económico a largo plazo, para las pequeñas empresas, generalmente, núcleos familiares.

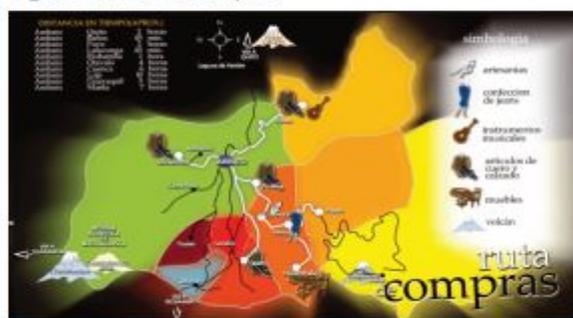
La presente investigación pretende contribuir al estudio de las ferias libres en la provincia de Tungurahua como un fenómeno económico que data de varios años, pero que no ha sido considerado con la debida importancia,

motivo por el cual no existen trabajos especializados previos en Ecuador, tampoco información estadística y económica que permita diseñar políticas públicas innovadoras que fomenten su consolidación como espacios de convergencia de actividades económicas y de emprendimiento.

La información recolectada corresponde a una muestra de cuatro localidades: de jean de Pelileo, que data de más de veinte y cinco años; de artículos de cuero en Quisapincha, que igualmente tiene más de veinte años; del calzado de Cevallos cuyos orígenes están relacionados con una migración de la actividad económica desde la agricultura hacia la manufactura de calzado después del inicio de la actividad volcánica del Tungurahua de 1999; y la naciente feria de plantas de Patate cuyo inicio se registra en el mes de julio de 2014.

Las localidades antes citadas constan en la denominada "Ruta de Compras" del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal (GADMA) de Ambato, que es un mapa que indica donde se encuentran ubicados los cantones, en relación a la ciudad de Ambato, y el tipo de producto que estos ofrecen. Se realizaron encuestas, tanto a proveedores como a consumidores para determinar las particularidades de la oferta y la demanda. Se censó el total de puestos de venta, se estudió las características del empleo y se realizó una aproximación a los ingresos que generan éstas a las economías locales.

Figura 1. Ruta de Compras

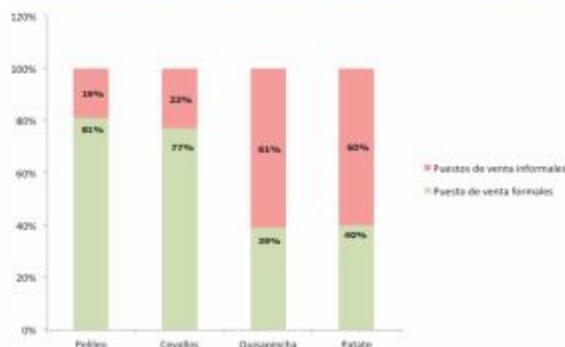


Fuente: Página Web del GADM de Ambato

Características de la oferta en las ferias libres

En las cuatro localidades estudiadas se ha encontrado que en total existen 312 puestos de venta, distribuidos de la siguiente manera: Pelileo (150 puestos), Quisapincha (80 puestos), Cevallos (52 puestos) y Patate (30 puestos). En la feria del jean en Pelileo el 81% de puestos de venta son puestos formales, en Cevallos este indicador alcanza el 77%, pero en otras ferias como Quisapincha y Patate existe un predominio de puestos de venta informales los cuales oscilan alrededor del 60%.

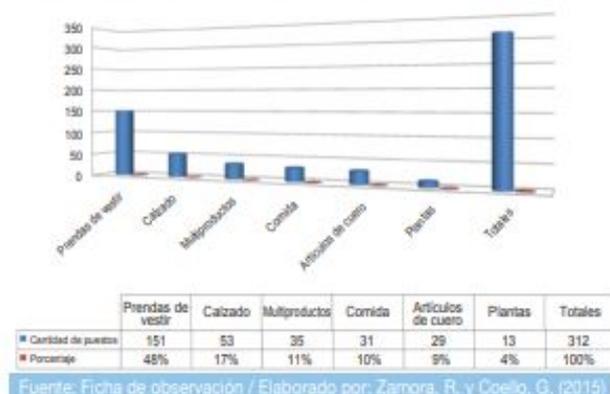
Figura 2
Puestos de venta formales e informales Enero, 2015



Fuente: Ficha de observación.
Elaborado por: Zamora, R. y Coello, G. (2015)

A pesar que Cevallos abastece con aproximadamente diecisiete millones de pares de zapatos anualmente al mercado, lo cual equivale al 50% de la producción nacional total (Diario El Telégrafo, 2014), en la provincia de Tungurahua el calzado sólo representa el 17% de los productos que se ofrecen en los puestos de venta.

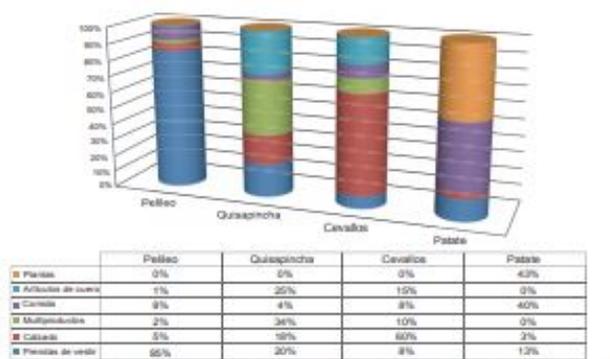
Figura 3. Productos que expenden los puestos de venta en las Ferias Libres / Enero, 2015



Fuente: Ficha de observación / Elaborado por: Zamora, R. y Coello, G. (2015)

Adicionalmente, se investigó la estructura de las ferias de forma individual, los resultados se presentan en la Figura 4.

Figura 4. Productos y Servicios de las Ferias Libres, según localidad / Enero, 2015



Fuente: Ficha de observación / Elaborado por: Zamora, R. y Coello, G. (2015)

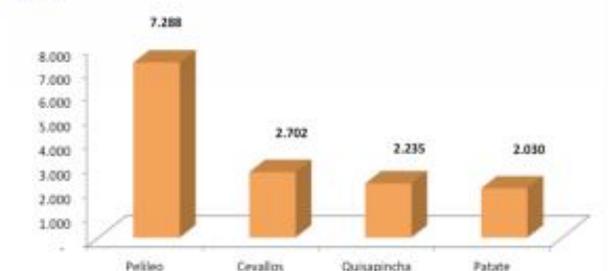
Las ferias libres crean, entregan y capturan valor para las localidades donde éstas se desarrollan; quienes comercializan en ellas, son generalmente productores o se proveen del artículo característico de la localidad en donde se desarrollan, los pagos se realizan en efectivo lo que aporta a la obtención de capital de trabajo permanente que rota en el territorio; su mecanismo de comercialización genera una cadena de valor desde el aprovisionamiento hasta el cliente final, es decir, que los productos ofertados son propios del sector, participando pequeñas y medianas empresas locales.

■ Cuantificación de la demanda en las ferias libres

La demanda fue estimada durante el fin de semana, debido a que es el momento en el que éstas se dinamizan. De la investigación realizada, se ha encontrado que acuden

alrededor de 14.255 personas de distintos sitios de la misma provincia de Tungurahua, de otras provincias cercanas e inclusive extranjeros.

Figura 5. Asistentes a las Ferias Libres los fines de semana Enero, 2015



Fuente: Ficha de observación / Elaborado por: Zamora, R. y Coello, G. (2015)

La mayor parte de visitantes (7.288) se concentran en Pelileo en donde pueden adquirir jeans y una importante gama de prendas de vestir como blusas, camisas e inclusive calzado.

Dada la cantidad de asistentes a las ferias, se consultó a los visitantes, qué tipo de servicios requeriría para que su compra sea una experiencia placentera, así como qué tipo de servicios no existen o están poco desarrollados, y que resume la figura 6.

Figura 6. Servicios que deberían incorporarse en las Ferias Libres / Enero, 2015

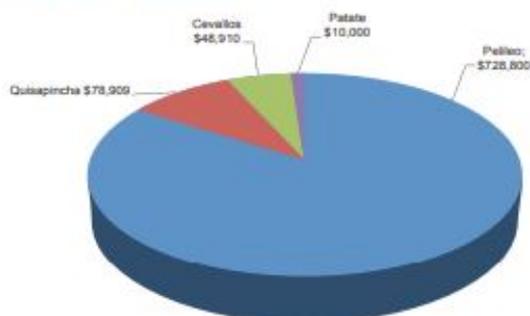


Fuente: Ficha de observación / Elaborado por: Zamora, R. y Coello, G. (2015)

Se estima que las cuatro ferias estudiadas generan negocios por aproximadamente USD 866.619,00 durante un fin de semana, distribuidos como se presenta en la figura 7.

Estos ingresos estimados corresponden a la compra directa que hacen los asistentes a la feria, sin considerar que en las mismas se pueden realizar contactos que permiten incrementar las ventas de los microempresarios, tanto comercializadores como productores, tampoco se ha tomado en cuenta el incremento de ventas en épocas festivas o en fechas previas al ingreso de los escolares a clases. La generación de estos ingresos aporta al desarrollo de las economías locales.

Figura 7 Ingresos estimados de las Ferias Libres en un fin de semana / enero, 2015



Fuente: Ficha de observación / Elaborado por: Zamora, R. y Coello, G. (2015)

El empleo en las ferias libres

En promedio se encuentran 2.7 empleados por cada puesto de venta, lo cual indica que en un fin de semana normal se generan alrededor de 841 plazas de trabajo en las cuatro ferias estudiadas, en donde, regularmente, quienes atienden son los propietarios del establecimiento, lo cual significa que su emprendimiento les genera su propia fuente de empleo e ingresos. En cuanto al género, el 83% de las personas que atienden en los puestos de venta son mujeres y el 17% son hombres, predominando la responsabilidad del local sobre las mujeres. Se encontró que en el 76% de puestos de venta, la administradora es una mujer.

Externalidades positivas de las ferias libres

Entre las externalidades positivas identificadas, se ha encontrado las siguientes:

- El flujo de visitantes genera un incremento del uso del transporte intercantonal. Por otro lado, los comerciantes bajo la modalidad de alquiler hacen uso de taxis y transporte semipesado, lo cual significa que el sector se beneficia del desarrollo de las ferias libres.
- Las expectativas comerciales que generan a lo largo de la calle en donde se ubican, hacen que las casas que antes se destinaban exclusivamente a vivienda, se remodelen para convertirse en locales comerciales. Se construyen bodegas o nuevos locales en terrenos antes desocupados, generando actividad para el sector de la construcción.
- Los visitantes demandan otros bienes y servicios, como por ejemplo: cafeterías, restaurantes, hoteles, hosterías cercanas a las ferias, lugares para pasear, posibilitando el desarrollo turístico.

Políticas Públicas locales para el desarrollo de las ferias libres

Revisadas las páginas webs de los Gobiernos Locales en donde se desarrollan las ferias libres, no se han encontrado ordenanzas que favorezcan su realización o inversión en el mejoramiento de la infraestructura (servicios básicos, espacios verdes) que brinde más dinamismo y mejores condiciones de desempeño laboral y económico de los feriantes.

No se trata de crear regulación para ellas, pues éstas han demostrado que se autorregulan, que tienen estructuras de mercados perfectos y que han sido capaces de trascender en el tiempo; la regulación a través de ordenanzas debe estar dirigida al desarrollo de las externalidades positivas como por ejemplo: ordenanzas sobre la construcción para crear el escenario ideal en el que se desarrollan, normativa para el reordenamiento del tránsito vehicular, disposiciones y proyectos que favorezcan a la expansión del turismo.

Esto se logrará socializando la temática entre las pequeñas empresas y gobiernos locales para que visualicen a las ferias como entes generadores de empleo, ingresos permanentes, impulsores de nuevos emprendimientos, oportunidades de mostrar y comercializar nuevos productos y también la región, en el marco de un desarrollo territorial basado en la generación de políticas públicas locales tendientes a la propagación de actividades económicas secundarias (industria) y terciarias (comercio, turismo, servicios).

La creación del entorno adecuado para el fomento de un posible turismo de compras podría convertirse en uno de los ejes transversales del desarrollo de la provincia de Tungurahua a través de su protección, aportando de manera sustancial al crecimiento económico local y, por otro lado, están coadyuvando al cumplimiento de lo establecido en el Artículo 335 de la Constitución de la República del Ecuador que señala: "El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad". Las ferias libres contribuyen significativamente a la reducción de la intermediación con los consecuentes beneficios para los consumidores.

Referencias Bibliográficas

- Constitución de la República del Ecuador. Asamblea Constituyente 2008. Sección Quinta: Intercambios Económicos y Comercio Justo. Art. 335.
- Guadalupe, J. y Rubalcaba, L. (1997): Las ferias y exposiciones en Europa como factores de competencia y especialización urbana. Documentos de Trabajo N° 1/97. Servilab, Laboratorio de Investigación del Sector Servicios.
- Diario El Telégrafo (2014): <http://www.telegrafo.com.ec/regionales/regional-centro/item/vamos-a-construir-en-ambato-la-primer-ciudad-del-calzado.html>
- Gregory T. Gundlach, William L. Wilke (2009) The American Marketing Association's New Definition of Marketing: Perspective and Commentary on the 2007 Revision. *Journal of Public Policy & Marketing*: Fall 2009, Vol. 28, No. 2, pp. 259-264.
- Guiyot-Harold, Catherine (1988) : « Quatre générations de marchands forains à Paris : les étapes de la vie d'un groupe socio-professionnel » Tesis doctoral Université Paris X- Nanterre. Mimeo.
- Informe Turismo (2012): Agenda para la Transformación Productiva Territorial: Provincia de Tungurahua. Ministerio de la Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad.
- Observatorio Feria Libre (2013): Características Económicas y Sociales de Ferias Libres de Chile. Informe Estructural.
- Página Oficial de Turismo de Guatemala: www.vistguatemala.com
- Ricotto, A. y Almeida, J. (2002): Las ferias francas de misiones, Argentina: una red de actores sociales y una nueva visión de mundo rural. Trabajo presentado en VI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología Rural (ALASRU), Forte Alegre.
- Sarmiento M. (1995): El mercado de ferias y exposiciones y otros viajes de negocios. *Estudios Turísticos*, N° 126, Pp. 191-210.

Elaboración:
 • Msc. Ruth Zamora Sánchez
 • Msc. Gladys Coello Gómez