

Hoy los proveedores son los que se han acercado a la Asociación Nacional de Organizaciones de Ferias Libres para plantear la posibilidad de vender sus productos en ellas.

Renovados aires se viven en las ferias libres, pues con una mirada más profesional elaboran estrategias de búsqueda para innovadoras áreas de negocios, con el objetivo de competir -con la cada vez más concentrada- industria del retail. Este tradicional tipo de comercio cobró aún más relevancia en tiempos de crisis económica, pues los consumidores buscaron precios más convenientes, atención personalizada y buena calidad.

“Es necesario invertir en investigación para detectar las oportunidades y desarrollar lineamientos con el sector privado y público, para de esta forma levantar plataformas comerciales. Asimismo, es importante que los feriantes hagan uso de las herramientas digitales a la hora de realizar un negocio o para informarse acerca de proyectos en otros países”, dijo Héctor Tejada, presidente de la Asociación Nacional de Organizaciones de Ferias Libres (ASOF).

Actualmente existen 911 ferias libres en Chile, las que reúnen a 80.000 emprendedores y más de 160 mil puntos de ventas, con ingresos anuales en torno a los US\$2.000 millones, frente a unos US\$11.000 millones de las grandes cadenas supermercadistas. En la vereda opuesta, hay 1.036 locales de supermercados y la diferencia de éstos con los primeros es, principalmente, la concentración económica que presentan, ya que sólo cinco grupos: Wal-Mart, Cencosud, Unimarc, Southern Cross y Falabella, poseen el 97% del total del negocio supermercadista.

Las ferias libres, en cambio, potencian negocios familiares y ayudan al desarrollo económico y el empleo de la comuna. Esto es algo que el reciente terremoto reafirmó. “Luego del sismo las ferias libres fueron el único canal que no se paralizó y fueron las primeras en operar supliendo las necesidades de la población”, subrayó Luis Sáez, vicedecano de Investigación y Desarrollo de la Universidad de Santiago de Chile (USACH).

En los últimos años están exhibiendo significativos cambios en relación a las necesidades y gustos de los clientes, diversificando su oferta no sólo en productos agrícolas. Así lo grafica un estudio realizado por la Consultora C y P el cual asegura que -en relación al stock de productos- el 60,3% se concentra en alimentos, el 11% en artículos del hogar y el 28,7% en artículos de uso personal.

### Grandes Marcas

Hoy las compañías proveedoras son las que se han acercado a la ASOF para plantear la posibilidad de vender sus productos en las ferias, porque vieron en ellas un nicho que explotar. Una de las primeras empresas fue la firma internacional Bredenmaster, la cual exhibió un carro transportable cargado con pan precocido, producto que pretenden sea vendido por los feriantes a través de un sistema de concesiones.

“Otra empresa fue Cecinas San Jorge, firma que concentra un 40% del mercado local y que también espera poder instalar carros de venta en las ferias. De hecho, prontamente se implementará un piloto en una feria en Macul”, adelantó Tejada.

En línea con este fenómeno, el gremio ha realizado gestiones con empresas como Coca Cola y Procter & Gamble, firma que realiza un estudio para detectar cuáles serían los productos más adecuados para vender en estos espacios.

### Nuevas Tendencias

De acuerdo a un estudio realizado por la Universidad de Santiago, cada vez es más la gente que asiste a las ferias libres. “Los datos muestran que personas de todas las comunas de Santiago asisten a ellas, fundamentalmente por los precios, la calidad y la experiencia de compra que entregan estos lugares”, enfatizó Sáez. El sondeo fue hecho vía telefónica y se les consultó a los encuestados por el lugar en el cual realizaron sus compras de la semana.

Respondiendo a las nuevas necesidades de las dueñas de casa y principalmente de los jóvenes -que exigen productos con mayor valor agregado- han surgido mercaderías “casi listos” como los chapsui, cazuelas, carbonadas y aliños.

Otra área en la cual los feriantes estudian realizar cambios es en los horarios de atención. “Sería ideal que éstas pudieran funcionar también de noche, ya que de acuerdo a las actuales jornadas laborales, permitiría cautivar más público”, dijo Tejada. Para eso, a su juicio, es importante reforzar los sistemas de seguridad y lograr llegar a un acuerdo con las distintas municipalidades en donde se encuentran ubicadas.

Fuente: Estrategia

14.junio.2010 - Portal Fruticola