

# SISTEMATIZACIÓN ASOF



19/03/2018

Encuentro de Planificación Nacional, La Leonera.  
19 y 20 Marzo 2018.

Este es un trabajo de sistematización de dos días de trabajo, lunes 19 y martes 20 de marzo, en que estuvieron reunidos en el sector de La Leonera, Región de O`Higgins, dirigentes nacionales de ASOF, de la Región Metropolitana y su Directiva Nacional, junto a organizaciones de Ferias Libres de O`Higgins, en un Encuentro de Planificación Nacional. Ello para analizar una estrategia de trabajo como gremio y programar las principales acciones, relativas a cómo mejorar y fortalecer su actividad, con una visión de desarrollo sostenible.



Este documento fue sistematizado por:

René Cifuentes, descripción de funciones de áreas, ordenamiento de información de los grupos y estructura general.

Marta Péndola, edición general del documento, corrección de estilo y diseño.

Autor: Confederación Nacional de Organizaciones de ferias libres, persas y afines

(ASOF C.G). @Derechos reservados.

Sitio web: [www.asof.cl](http://www.asof.cl)

Facebook/[Feriaslibresdechile](https://www.facebook.com/Feriaslibresdechile)

Twitter [@ferias\\_libres](https://twitter.com/ferias_libres)

Instagram [@feriaslibres](https://www.instagram.com/feriaslibres)

Correo: [comunicaciones@asof.cl](mailto:comunicaciones@asof.cl)

Dir: Maturana 428, 4°Piso oficina B, Stgo. Centro

Tel: 226973968



## ¡Seamos Mentas Emancipadas!

Por: Héctor Tejada, Presidente Nacional ASOF

Como todos los años nos reunimos durante dos días fuera e Santiago para analizar el año pasado y proyectar nuestras futuras actividades. Todo ello en el marco de nuestra visión que postula que **cada Feria es una Empresa** y a nivel país somos una **Industria**, que debe tener un mejoramiento continuo en el tiempo, entendiendo que el cambio que nos hemos propuesto no es un programa o proyecto sin plazo de término; es un **proceso permanente** en la existencia de las Ferias Libres. No está separado del diario vivir de las ferias sino que es parte indivisible de ellas. Como hemos dicho desde el primer día: una empresa que se estanca está

condenada a desaparecer, porque otros tomarán el crecimiento de los mercados. Más allá de las deficiencias, que acusa nuestro trabajo, no desconociendo lo mucho que hemos avanzado, como es la recolección de los desechos, la relación con la comunidad y sus problemas, la falta de asociación comercial.

La principal debilidad de nuestro sector es la **falta de nuevas ferias**, ya que en la práctica seguimos siendo casi las mismas ferias de hace ya 20 años. Es cierto que no existe una política al respecto nacional ni municipal, lo que ha llevado a que éstas crezcan de 100 feriantes a 300 o más, sin ningún estudio de la demanda. Sigue prevaleciendo en la mirada municipal que la feria es un espacio para la solución de casos sociales y no uno que se rige por las leyes de las actividades económicas; que una mayor oferta sin una mayor demanda solo trae como consecuencia un decaimiento de la actividad comercial, pero tampoco los feriantes ni los dirigentes de base tienen esta mirada. Por lo tanto, nos corresponde a nosotros -los dirigentes nacionales y regionales- estudiar esta situación, que es una amenaza cierta a futuro sin perdernos en el análisis que debe ser tomado en forma integral.

No tenemos los recursos ni los medios para crear nuevas ferias, pero hemos logrado instalar la idea- hoy una realidad- de las ferias vespertinas, que nos permita llegar al público que no va a la feria, como son los jóvenes que nacieron con los avances tecnológicos, en los cuales acusamos un franco déficit.

Necesitamos sacudirnos de prácticas atrasadas, de formas de trabajar, la presentación de la mercadería, la atención, la calidad, etc. Tenemos que revalorizar a la feria y estar atentos de los cambios en lo urbano. Por ejemplo, no pocos problemas nos está causando el programa “Quiero Mi Barrio”, que es sentido por la comunidad básicamente porque no nos hemos involucrado en él para adaptar la feria a estos cambios de mejoramiento urbano. Como no estamos en su origen, nos encontramos con el conflicto con los vecinos que podíamos haber evitado.

Todo nos indica que tenemos que ampliar nuestra visión, abrir nuestras mentes. No pueden pasarnos los hechos por encima, el pasado es la experiencia pero ésta es inútil sino se usa para proyectar el futuro y para esto es necesario **EMANCIPAR LA MENTE**, es decir atreverse a cuestionar lo que estamos haciendo para vivir el mañana, entrar al terreno de las nuevas ideas sobre formas de trabajo; abrirnos al mundo de las tecnologías como puede ser crear un WhatsApp sólo para aportar propuestas innovadoras en todos los aspectos de nuestra actividad para ser analizadas y ser transformadas en nuevos métodos de trabajo, de organización, sociales y otros.

En el terreno de la imaginación nada está vedado, las autolimitaciones son propias de mentes prisioneras de la rutina que se repite una y otra vez. Este encuentro no puede ser de mentes anquilosadas sino una fiel expresión que somos dirigentes de **MENTES EMANCIPADAS.**

# SISTEMATIZACIÓN ASOF

ENCUENTRO DE PLANIFICACIÓN NACIONAL, LA LEONERA. 19 Y 20 MARZO 2018.



## Ley de Ferias Libres

Uno de los principales temas analizados en el Encuentro de Asof fue que nuestros dirigentes manejen información respecto de la Ley de Ferias Libres, como un tópico de interés gremial permanente. Al respecto se analizaron los principales sustentos y elementos de esta normativa, que acá exponemos, como documento de trabajo, que puede servir para bajar a las bases. La idea de contar con una normativa, que ordene, reconozca y proteja esta actividad, surge desde las organizaciones de feriantes, en el año 1998, en plena crisis asiática, cuando se decía que las ferias libres iban a desaparecer frente al crecimiento de los supermercados. La Ley de Ferias Libres permitiría que por primera vez, en más de 200 años, las Ferias Libres pasen a ser un tema de Estado. Lo que existe hoy es un proyecto de ley dormido en el Parlamento, desde el año 2005, en la Comisión de Gobierno Interior de la Cámara de Diputados. Asof tiene una propuesta de ley trabajada durante todos estos años por nuestros dirigentes nacionales y especialistas en materia legal, que contiene elementos de la ley que existe en el Parlamento y otros aspectos que al gremio le parecen fundamentales integrar y especificar. Este material lo adjuntamos al final de este documento como apéndice. Más información de la propuesta Asof acá: <http://asof.cl/ley-ferias-libres/>

## La aspirada Ley de Ferias Libres, 13 años dormida

Nuestra Confederación de Ferias Libres (ASOF C.G), desde sus inicios se puso como uno de sus objetivos recuperar la Ley que nuestro sector tenía a partir de 1969 y perdida en 1973, pero con una visión distinta, ya que ella era más bien una ordenanza nacional al estilo municipal para todo el pequeño comercio.



Desde ASOF miramos a la Feria como una empresa y ello tenía que verse reflejado

en la futura Ley y construimos el Proyecto de Ley con los parlamentarios en el año 2003, desde esa óptica, de tal manera que permitiera dar forma a un modelo de administración que deposita en las ferias la responsabilidad de su gestión, sin perjuicio del rol municipal como garante frente a la comunidad.

En la actualidad, el funcionamiento en la mayoría de las ferias libres no obedece a este esquema y su desempeño es regulado por ordenanzas municipales que contemplan derechos y deberes, pero que no están hechas desde un criterio empresarial, no fijan la estructura comercial de ellas, ni exigen competencias laborales, ya que son elaboradas con un criterio asistencialista ajenas al emprendimiento económico. No es preocupación del municipio el éxito o fracaso de los que la componen por lo que, salvo contadas excepciones adolecen de políticas para el desarrollo de las ferias y su acción se limita a fiscalizar el cumplimiento de las normas de las ordenanzas. A esto se suma que las organizaciones gremiales de los feriantes adolecen de una estructura funcional al mejoramiento continuo de sus resultados comerciales en la perspectiva de elevar su competitividad y estimular la innovación, más aún con los cambios tecnológicos en aumento.

A pesar de los esfuerzos que hemos desplegado todavía existe un número no menor de feriantes que no aceptan esta visión y por lo tanto son contrarios a los cambios que en esta dirección se contemplan en el Proyecto de Ley, pero que si no se hacen, quizás los actuales feriantes podrán sobrevivir, pero la actividad feria libre tendrá un futuro incierto.

Es equivocado pensar que el concepto de feria modelo, que es lo que inspira el Proyecto de Ley, sólo busca una nueva imagen, como son Puestos Nuevos, es mucho más. Lo que se quiere desarrollar es un modelo de feria distinto, en que la capacitación pasa a ser el eje principal. Se trata de llevar a la realidad la visión de la feria como unidad económica capaz de responder como un todo a las exigencias cada vez mayores del público y al desafío de la competencia

Necesitamos una Política Pública Integral para nuestro sector, entendiendo lo que significan las ferias libres: alimentación saludable, con un 70% de distribución de productos hortofrutícolas y un 50% de productos frescos del mar que representan el 60 % de nuestras ventas siendo el 40 % restante un mix de no perecibles pro que forman la canasta de primera necesidad, vida de barrio y lugar de encuentro, con más de 3 millones de personas que nos visitan sólo los fines de semana en la Región

Metropolitana, y una importante fuente de ingresos familiares para más de los 86 mil Feriantes que generan 200 mil empleos, que movilizan más de 6 mil millones de dólares al año en ventas. Estos números a nivel nacional nos indican que somos una Industria importante, pero nos falta aún avanzar en métodos asociados de trabajo eficaces y eficientes, que nos permitan transformar el potencial que tenemos en crecimiento real, que nos ubique en los lugares de privilegio que una actividad de 240 años se merece.

Es por ello, que proponemos reflotar la ley con una serie de modificaciones, que van en la línea de esclarecer algunos puntos y simplificar su implementación para que se legisle de la forma más consensuada posible.

Pensamos que el desarrollo de todas las áreas de la actividad feria libre es su mejor defensa en el tiempo. Superar la cultura del asistencialismo, reemplazándola por una empresarial, es lo que vemos como única forma que se supere esta actividad en todos los aspectos. Ello para abarcar nuevos mercados, competir, permanecer y seguir siendo, no sólo un importante actor económico en el desarrollo local, sino que también en el ámbito social y cultural. Porque la feria es y sigue siendo uno de los pilares barriales que permite el encuentro de los vecinos, hoy en franco deterioro.

### ¿Cuáles son las principales debilidades actuales de la feria que la ley busca superar?



- La inestabilidad de la calle, al tener actualmente los feriantes un permiso precario.
- El traslado de una feria sin estudio alguno.
- Que los municipios puedan trasladar ferias, sin considerar la opinión de la misma.
- Que los alcaldes puedan hacer crecer la feria ilimitadamente, sin considerar la demanda.
- Que el municipio confeccione la Ordenanza con los feriantes, sólo si quiere y tiene la intención.
- Que las ferias hayan crecido en número, sin considerar la expansión

de la ciudad y su desarrollo urbano.

- Que no exista la capacitación de los feriantes en forma planificada y en horarios de trabajo.
- La realidad de que los municipios, en general, no fiscalizan la feria y los dirigentes o las asambleas no tienen herramientas legales para ordenarla.
- El peligro de que el municipio pueda entregar la feria a una sola persona natural o jurídica.
- Que las organizaciones sean débiles, al ser la sindicalización voluntaria o al existir varias organizaciones al interior de una sola feria.
- Que las ferias no se preocupen de elevar su competitividad comercial, en sus asambleas, y de mejorar los negocios.
- Que, en general, no existan organizaciones comunales con una sola representación frente a la autoridad comunal.
- La realidad del individualismo del feriante, que no le permite visualizar la feria como un todo y que no asuma una responsabilidad colectiva.

- Que no exista en la gran mayoría de las ferias la preocupación colectiva por su presentación, la atención al cliente y relación con la comunidad, sin integrarse a las juntas de vecinos como socios activos.
- Que no se asuma que “la feria” es el principal producto que se vende. Las personas dicen “voy a la feria” y no a ver a un casero en especial, por lo tanto, es el principal producto a mejorar.

## ¿Cuáles son los pilares de la ley propuesta por Asof?



### 1.- Reconocimiento jurídico a la actividad feria libre

Por si sola la Ley reconoce jurídicamente la actividad en todo el país, ya que las ordenanzas solo tienen vigencia comunal.

### 2.- Eliminación de la precariedad al pasar de un régimen precario a uno de concesiones

El sistema de concesiones es el permiso para la ocupación del bien de uso público—calles o recintos municipales. Con Ley, el permiso precario se transformaría automáticamente en una concesión sin licitación alguna, al ser automático el paso del permiso a concesión. Con ello, se mantiene la calle o lugar sin modificación de ningún tipo. La concesión es individual y a personas naturales; se solicita que la concesión sea por 20 años y se renueve automáticamente. Ellos pasan a ser dueños de la concesión, por lo cual pueden transferirlas,

heredarlas y, en casos especiales, se podrán arrendar. La Ley además contempla un Registro Nacional de feriantes y registros comunales y regionales, que servirá de base para elaborar políticas públicas.

### 3.- Los feriantes pasan a administrar la feria

Los alcaldes pierden la facultad de conceder nuevas concesiones – puestos – y sólo podrán hacerlo con el acuerdo de la asamblea de la feria. Se crea una organización única de la feria en base a las organizaciones existentes, sindicatos, asociaciones gremiales, funcionales u otras que se denominará Asamblea General de Concesionarios y elegirán la Directiva de Administración para toda la feria. Los feriantes pasan a administrar la feria. El municipio, para crear o trasladar una feria, debe solicitar un informe técnico, que establezca el impacto ambiental, social y la viabilidad económica de la feria.

### 4.- La feria se compromete como un todo a su ordenamiento

La feria se compromete como un todo al ordenamiento de la feria y deberá confeccionarse un convenio de administración, que se firmará con el municipio. En éste la feria completa se compromete a un buen comportamiento. El no cumplimiento facultará al alcalde para caducar las concesiones o trasladar a la feria. Se crea un reglamento interno de la feria que facultará a las asambleas a sancionar a los feriantes que no lo respeten, llegando a exigir del municipio la caducidad de la concesión individual.

### 5.- Se garantizan los recursos para la capacitación

El eje principal del cambio es la capacitación de los feriantes, para lo cual la ley hace aplicable a

las ferias libres los recursos de la franquicia tributaria, que es el más importante fondo que existe en Chile para este fin.

**6.- La aplicación de la ley será voluntaria**

La aplicación de la ley será voluntaria. Para que la Ley se aplique, será requisito indispensable que cada feria apruebe en votación de toda la feria su aprobación o rechazo. En caso de ser rechazada, la feria seguirá trabajando bajo el actual régimen municipal. Las ferias tendrán un plazo de dos años para adecuarse a las disposiciones de la Ley, de no hacerlo quedarán bajo el régimen actual definitivamente. La Ley será obligatoria para las ferias que se creen con posterioridad a la promulgación de la ley.

**7.- La ley no significa un mayor costo a los feriantes**

**8.- Favorece el trabajo asociado con el municipio**

**9.- El actual fondo de desarrollo se legaliza al ser parte de la ley**

Se incorpora a la ley el actual Fondo de Desarrollo de las Ferias Libres, que administra Sercotec, con lo cual se asegura su permanencia en el tiempo.

**10.- Se crea el concejo de administración de las ferias a nivel nacional**

Se crea un Concejo Nacional, que supervise el desarrollo de las ferias libres en el país y concejos regionales que cumplen esta función a ese nivel.



## AREAS DE TRABAJO DE ASOF

ASOF cuenta con una estructura dirigenal, que tiene vigencia hasta abril de 2019, la cual cumple funciones que es positivo dar a conocer a la dirigencia de base, como una forma de visibilizar su labor y aporte al gremio. La Directiva está compuesta por las siguientes personas.

- Presidencia: Héctor Tejada
- Vicepresidencia: Froilán Flores
- Secretaría General: Gabriela Sepúlveda
- Tesorería: Paola Morales
- Director: Moisés Alvial (Presidente ASOF BíoBío)
- Primera Directora: Mirta Araya
- Segundo Director: René Muñoz (Presidente ASOF Araucanía)
- Tercera Directora: Gloria Guaiquiente

A la vez algunos de los dirigentes asumen otras labores complementarias a su rol en la directiva, las cuales también dan cuenta. Estas son:

- Encargado de Asof Regionales: Froilán Flores
- Encargada de Asof Región Metropolitana: Gabriela Sepúlveda
- Encargada Departamento Nacional de la Mujer: Mirta Araya

Asof cuenta con un equipo profesional de apoyo que está encargado de desarrollar labores en las áreas requeridas.

- Gerencia General y Agencia de Negocios: Luis Solís
- Encargada de Comunicaciones: Marta Péndola
- Encargado de Capacitación y Programas: René Cifuentes



## Presidencia y sus Principales Funciones, Héctor Tejada

### Principales tareas realizadas

- 1.- Los estatutos le otorgan la representación nacional del gremio ante las diferentes autoridades, gremios hermanos de otras áreas de la economía, empresas relacionadas con ASOF y en los aspectos legales en los cuales en determinadas circunstancias debe actuar conjuntamente con otros miembros de la Directiva Nacional.
- 2.- Preside el Directorio y el Concejo Nacional elegido en los Congresos Nacionales-
- 3.- Es responsable conjuntamente con la Tesorería Nacional de las Finanzas del Gremio.
- 4.- Coordinar y supervisar la marcha del gremio y de sus diferentes estamentos de su organización, labor que se extiende a los diferentes departamentos técnicos de ASOF Nacional.
- 5.- Impulsar las líneas de trabajo acordados en las reuniones periódicas del Directorio Nacional
- 6.- Asistir a asambleas y eventos del Gremio previa invitación de los dirigentes de base.
- 7.- Esta al día en el acontecer nacional, político, económico y social para mantener al Directorio Nacional debidamente informado para así tener lineamientos comunes en el actuar de cada Dirigente Nacional.
- 8.- Proponer al Directorio líneas de trabajo tendientes a mejorar su trabajo y mantener vigente la visión y principios de la organización

### Desafíos 2018

- 1.- Reactualizar la discusión en el Parlamento del Proyecto de Ley de las Ferias Libres presentado en el año 2013 y detenido en la Comisión de Gobierno Interior de la Cámara de Diputados.
- 2.- Impulsar proyectos a nivel de Agencia Feria Libre como "Feriante Ofertas", coordinar y supervisar que se presenten proyectos a concursos de organismos públicos y privados.
- 3.- Impulsar los programas de capacitación en curso y nuevos a presentar en SENCE.
- 4.- Mejorar e impulsar líneas de financiamiento de la organización.
- 5.- Lograr en conjunto con la Directiva Nacional y Regional la realización del IV Congreso Nacional.



## Vicepresidencia y sus Principales Funciones, Froilán Flores

### Principales tareas realizadas

1.-Reemplazar al Presidente de Asof, cuando éste no pueda ejercer sus funciones o participar directamente en actividades gremiales.

2.-Hoy la Vicepresidencia no ha podido cumplir su rol a cabalidad por disponer de poco tiempo, por motivos de trabajos

en la familia, para desarrollar sus funciones.

3.-No existe un equipo de trabajo para apoyar las labores de la Vicepresidencia, por lo que es una gestión basada en la persona del Vicepresidente, por lo que si no está, las tareas quedan sin realizarse.

4.-Realizar algunas labores protocolares de representación del gremio ante instituciones del Estado, entidades privadas, otros Gremios y medios de comunicación.

### Principales desafíos de la Vicepresidencia

El Vicepresidente debe asumir y disponer mayor cantidad de tiempo a su labor, que el empleado en la actualidad para dar un apoyo mayor al Presidente, logrando que se deleguen algunas labores que no las alcanza a realizar el Presidente de Asof y que le toman mucho tiempo.

### Tareas del Encargado de Regiones de Asof

#### Principales tareas realizadas

1.- Genera red de relaciones y comunicaciones de las Asof regionales y provinciales.

2.- Se ha logrado mantener en forma parcial esta red, la que no ha podido funcionar de manera continua, porque las vinculaciones que se generan desde el departamento de regiones son muy bajas en la actualidad y porque las propias organizaciones de regiones no han logrado generar su propias actividades locales, ni el desarrollo orgánico al interior de las regiones.

3.- En la medida que ha habido proyectos nacionales al encargado le ha sido posible viajar a regiones, pero sin los proyectos le resulta prácticamente imposible, pues no están ni los recursos, ni los apoyos para realizar esta gestión.

4.- Algunos convenios y alianzas de Asof son claramente insuficientes para el trabajo con las regiones.

5.- Existe poca planificación en las regiones, por lo que hay pocas actividades reales y concretas, así como poca participación desde las bases, con la excepción de la Región de O'Higgins.

6.- Las principales formas de comunicación actual con las regiones son el correo electrónico, que se usa en un 30% y el whatsapp que es usado por el 50% de los dirigentes y líderes de regiones.

### Principales desafíos del Área Regiones

1.- Formar equipo de apoyo para trabajar desde Asof Nacional y que funcionen en las propias regiones.

- 2.- Nombrar encargados de área turismo, que desarrollen esa área Estratégica para el Desarrollo de las ferias en regiones.
- 3.- Formar equipos de líderes regionales (monitores, delegados) que apoyen las labores de los dirigentes locales.
- 4.- Contar con apoyos técnicos en regiones, que trabajen a la par con los dirigentes y líderes locales, formulando proyectos para potenciar la autogestión y autofinanciamiento de las organizaciones regionales.
- 5.- Que los equipos regionales formulen sus propios planes de desarrollo regionales y realicen las gestiones para su implementación.
- 6.- Apoyar el ordenamiento legal de las organizaciones regionales y de base.
- 7.- Preparar los equipos regionales para que se presenten a las autoridades locales, con propuestas y líneas de trabajo bien definidas, resaltando las principales líneas estratégicas como la salud, desarrollo organizacional, fomento económico, seguridad, entre otros.
- 8.- Generar vínculos más cercanos, continuos entre las regiones y la Asof Nacional, a través de reuniones, participación en asambleas, internet, teléfono, whatsapp.
- 9.- Priorizar el trabajo con delegados y consejeros nacionales de Asof, para que asuman su rol de representación gremial.
- 10.- Definir claramente las funciones que deben cumplir los delegados y consejeros de Asof, en sus actividades regionales y en representación de Asof Nacional.



## Secretaría General y Principales Funciones, Gabriela Sepúlveda

### **Principales tareas realizadas**

- 1.- Ordenar la documentación legal, administrativa de la Confederación Asof.
- 2.- Es el departamento que atiende las consultas directas de los feriantes y las organizaciones.
- 3.- Es el departamento encargado de las consultas de las organizaciones a nivel Regional, Metropolitano y resto de del país.
- 4.- *Colaborar con las ferias, sus organizaciones sobre sus consultas específicas, entre las más recurrentes como la vigencia legal de las organizaciones.*
- 5.- Es un departamento coordinado por la Secretaria General, que hoy no cuenta con un equipo de apoyo para sus actividades.
- 6.- Coordinar el trabajo del directorio de Asof, desde las reuniones internas hasta la agenda con las instituciones del Estado.
- 7.- Apoyar los procesos de capacitación y formación del gremio, principalmente de sus dirigentes y líderes.

### **Principales desafíos de la Secretaría Nacional**

- 1.- Formar un equipo de trabajo para la Secretaría General, con un mínimo de personas para cumplir tareas de apoyo y así ser más eficiente en el cumplimiento de las tareas propias, dando respuesta a los requerimientos de las organizaciones de base.
- 2.- Mejorar la comunicación con la Dirección de Asof, con las organizaciones territoriales y de base, para que de esta manera se coordine mejor la agenda de trabajo.
- 3.- Sistematizar la información que se genera en Asof Nacional, para hacerla fluir a las asambleas de las organizaciones de base, de manera presencial y a través de redes sociales y medios digitales.

### **3.2.- Tareas como Encargada de las organizaciones de Asof en la Región Metropolitana**

#### **Principales tareas realizadas**

- 1.- Colaborar con los dirigentes de las ferias de la RM, principalmente las organizaciones territoriales, en lo que necesiten.
- 2.- Realizar Asambleas periódicas con dirigentes de la R.M apuntando a diseñar plan de trabajo regional R.M/Territorial, el que no se ha logrado concretar adecuadamente por la falta de equipo de trabajo y por la falta de claridad para formular dichos planes.

#### **Principales desafíos de Área Asof en la Región Metropolitana**

- 1.- Formular planes de trabajo regionales y territoriales.
- 2.- Comunicar los planes de trabajo formulados a las organizaciones de base.
- 3.- Actualizar las bases de datos de las organizaciones regionales y territoriales, en cuanto a organizaciones, dirigentes, delegados, consejeros de Asof.
- 4.- Realizar asambleas regionales y territoriales. Hacer calendarios/cronogramas para actividades anuales.
- 5.- Realizar planes de capacitación para las organizaciones de feriantes, principalmente para los dirigentes y líderes.
- 6.- Actualizar las vigencias de las organizaciones de Asof, principalmente regionales y territoriales, con énfasis en que las organizaciones aprendan a realizar este trámite.



## Tesorería Asof y sus Principales Funciones, Paola Morales

### Principales tareas realizadas

- 1.- Ordenar la tesorería y finanzas de Asof.
- 2.- Crear instrumentos de control de tesorería.
- 3.- Control de proyectos ejecutados y crear los instrumentos para su control.
- 4.- Crear informes de tesorería para el directorio.
- 5.- Desarrollar trámites bancarios que han permitido dar uso eficiente a las cuentas corrientes de Asof.
- 6.- Articulación con la presidencia, gerencia general y contadora para planificar el uso de los recursos financieros - contables de la organización.
- 7.- Dotar a la sede de Asof de insumos básicos para poder operar (artículos de aseo, de escritorio, eléctricos, etc.) y servicios básicos electricidad, Internet, teléfono fijo y móviles.
- 8.- Participación del COSOC (Consejo de la Sociedad Civil) de la Tesorería General de la República (TGR).
- 9.- Asistir a eventos y reuniones cuando requieran las organizaciones bases con previa invitación.
- 10.- Participar de diferentes eventos en organismos públicos, como Ministerios, Consejos Regionales (Cores), con diputados y senadores.

### Principales desafíos de la Tesorería

#### A corto plazo de la Tesorería

- 1.- Mejorar la gestión y control de los recursos financieros.
- 2.- Dar cumplimientos con las exigencias que deba cumplir Asof con el Servicio de Impuestos Internos, Tesorería, Bancos y otros organismos con lo que deba interactuar Asof legal y financieramente.
- 3.- Articular políticas que permitan aumentar la recaudación de recursos financieros para él gremio.
- 4.- Dotar a Asof de instrumentos que permitan mejorar la caja de Asof, contratos con Factoring, Instituciones de Garantías Recíprocas (IGR), compañías de seguros, bancos, etc.
- 5.- Estrechar el trabajo de gestión contable con la presidencia, gerencia general y contadora.
- 6.- Introducir el uso de planillas Excel, para mejorar el almacenamiento de información, control y gestión.
- 7.- Mejorar el uso de los instrumentos bancarios digitales.



## Departamento de la Mujer y sus Principales Funciones, Mirta Araya

### Tareas del Departamento de la Mujer ASOF

Este brazo del gremio nace en 2002, en un seminario de la comuna de Padre Hurtado, cuando las mujeres dirigentes entonces señalan como prioritario levantar una organización dentro del gremio nacional. Ello debido a que eran muchas las necesidades que tenían las mujeres y

era necesario focalizar sus requerimientos.

- 1.- Se encarga de todas las acciones relativas a las mujeres comerciantes de las ferias libres, como potenciar su liderazgo, perfeccionar aspectos del ámbito laboral y de mejorar su calidad de vida y familiar (educación, salud).
- 2.- Apoya el fortalecimiento organizacional y capacitación para que las mujeres adquieran herramientas que les permitan mejorar su actividad y perfeccionarse en su medio laboral y comunidad.
- 3.- Fomenta y apoya acciones relativas a capacitación e innovación en el segmento de las mujeres feriantes.
- 4.- Genera alianzas con estamentos externos, estatales públicos y privados, en pro de mejorar su calidad de vida.
- 5.- Coordina actividades de relevancia gremial y les da visibilidad al segmento mujer feriante, como el Día de la Mujer en marzo, Congreso Nacional, eventos que son difundidos en medios de comunicación de Asof y prensa nacional.

### Principales desafíos del Departamento de la Mujer ASOF

- 1.- Fortalecer área de Capacitación e Innovación de la mujer feriante, específicamente a través del proyecto Centros de Producción de Alimentos Saludables (Cepas) y la actual Cooperativa existente para mejorar la comercialización y forma de ventas de mujeres del rubro verduras semielaboradas.
- 2.- Desarrollo Proyecto Mujer ASOF.
- 3.- Optar a vías de financiamiento que permitan realizar encuentros permanentes de las mujeres en pro de su capacitación y fortalecimiento.
- 4.- Realización Segundo Congreso Nacional de la Mujer de ASOF.

## Gerencia General y sus Principales Funciones, Luis Solís

### Principales tareas realizadas

1.- Desarrollar organización en función de poder articular mejores instancias que permitan fortalecerse en el ámbito económico del canal ferias libres y su gremio.

2.- Trabajar directamente con la dirección nacional, en particular con la presidencia, para proponer políticas públicas que permitan sostener la actividad de ferias libres en el mercado del *retail* chileno, la articulación con otros gremios del mundo Mipyme.

3.- Impulsar proyectos y acciones tendientes a aumentar la innovación al interior de las ferias libres y Asof, esto se ve reflejado en los diferentes proyectos ejecutados a través de aportes de agencias como Corfo, Sercotec, FIA. Se destacan los proyectos tendientes a cortar la cadena de comercialización entre la pesca artesanal y feriantes pesqueros del Maule, proyecto Cepas, Expo Feria, gira a París, plataforma digital para vincular la oferta pesquera con la demanda pesquera de ferias libres, entre otros.

4.- Potenciar la Agencia de Negocios Mi Feria, articulando a proveedores del canal ferias libres con comerciantes del canal. Ronda de negocios y focus group con comerciantes de la región metropolitana, encuentros en regiones tendientes a prospectar nuevos negocios para el canal y difundir las tecnologías de información en la actividad diaria de comerciantes feriantes, estos encuentros han sido apoyados por Banco Estado Microempresa (BEME).

5.- Impulsar el emprendimiento en el canal ferias libres, vinculando a hijos de feriantes que han accedido a la educación superior y que tienen disponibilidad de aportar con ideas o proyectos que fortalezcan las ferias libres.

### Principales desafíos de la Gerencia General y la Agencia de Negocios

1.- Desarrollar un modelo de gestión que permita que Asof, se fortalezca, desarrolle, articule y sostenga en el tiempo.

2.- Fortalecer y desarrollar Cooperativa Cepas, como instrumento de organización modelo, en esencia de mujeres, donde se promueva la asociatividad, la colaboración, la innovación que fortalezcan a las ferias libres haciéndolas más competitivas respecto de otros canales.

3.- Crear un ecosistema con hijos y parientes de feriantes de modo de desarrollar una cultura permanente que promueva la innovación y el emprendimiento, a base de capital avanzado dispuestos a fortalecer el canal ferias libres.

4.- Desarrollar un plan de fidelización de comerciantes de ferias libres con Asof. Levantar proyecto para distribuir 20.000 tarjetas de socios Asof.

5.- Vincular de forma directa a empresas y marcas proveedoras del canal ferias libres, permitiendo la creación de circuitos cortos, asociatividad y economías de escala, para el fortalecimiento de las ferias y los comerciantes que le componen. Desarrollar revista "Feriante Ofertas", utilizar las tecnologías digitales para desarrollar comunicación comercial efectiva.



- 6.- Desarrollar y fortalecer la plataforma [www.feriaymar.cl](http://www.feriaymar.cl) que permita generar negocios entre comerciantes pesqueros de ferias libres con empresas pesqueras artesanales e industriales.
- 7.- Explorar posibilidades de desarrollar comercio electrónico desde las ferias libres y sus organizaciones.



### Tercera Directora y sus Principales Funciones, Gloria Guaiquiente

Su rol radica en tres pilares del gremio: Apoyo a la Secretaría General, temas de Innovación y Comunicaciones.

#### Tareas de apoyo a la Secretaría General Asof Principales tareas realizadas

Apoyo en temas de gestión a la Secretaría General.

**Principales desafíos del apoyo a la Secretaría Nacional:** Cooperar en la planificación anual de la Secretaría General, identificando las actividades en orden de prioridad, de tal manera de centrar los esfuerzos en lo más importante y de mayor impacto para Asof.

#### Actividades asociadas a las innovaciones tecnológicas en las ferias libres

**Principales tareas realizadas:** 1.- Incorporación de tecnología para la realización de reuniones de asambleas de sindicato de base y para el registro de las actividades realizadas por los comerciantes pertenecientes a la organización. (Ejemplo: utilización de programa de presentaciones Power Point (PPT), para preparar tabla de reuniones, ordenar los temas a tratar, visualizados por todos los asistentes; ayuda a la ilustración de los temas a tratar en las asambleas, con fotos, imágenes, videos y textos gráficos.

2.- Integración a temas tecnológicos en los puestos de las ferias, en el área de los pagos y transacciones electrónicas. Ello es una forma de dar un mejor servicio al público de la feria, así como incrementar las ventas en el puesto, incorporando el "pago con tarjetas" a través de Transbank, "Caja Vecina" de BancoEstado y recientemente el "Compre Aquí", también de BancoEstado.

#### Principal desafío asociado a las innovaciones tecnológicas en las ferias libres

Incorporar nuevas herramientas tecnológicas a nuestro trabajo, que permitan a las Ferias Libres recuperar el atraso que tenemos y ser la contraparte desde el Directorio de las propuestas que en esta área le presenten a la organización tanto de sus profesionales como desde el mercado.

#### Principales funciones respecto del área Comunicaciones

Brinda apoyo en la coordinación y producción de eventos del gremio (ferias modelos, asambleas, día de la mujer).

#### Principales desafíos respecto del área Comunicaciones

- 1.- Poseer mayor vinculación con el área difusión y comunicaciones de ASOF para integrar la visión gremial en imagen corporativa y difusión de información.
- 2.- Integrar el Comité Editorial de Revista Feriante y otras herramientas de comunicación gremiales.
- 3.- Integrar equipos de análisis de coyuntura respecto a temas que atañen al sector y en los cuales el gremio debe tener una opinión.



## Comunicaciones y sus Principales Funciones, Marta Péndola

### Principales tareas realizadas

1. Se encarga de visibilizar al gremio de la Confederación de Ferias Libres, sus demandas, acciones y aportes del sector ferias libres en la opinión pública y a sus asociados.
2. Desarrolla básicamente dos áreas de trabajo en lo comunicacional: las comunicaciones externas, hacia el público externo y cómo nos ven y las comunicaciones internas, hacia nuestros socios y sector ferias libres y Pymes.
3. Coordinación e implementación de acciones y herramientas relativas a comunicaciones externas, como la gestión de medios, mantenimiento de la página web [www.asof.cl](http://www.asof.cl) y sus respectivas redes sociales (twitter, Facebook, Instagram, You Tube Canal Feriante TV), edición y coordinación de Revista Feriante, comunicación con periodistas de medios de comunicación y puente de toda la información que sale hacia el exterior, elaboración de minutas de prensa, pautas y comunicados.
4. Coordinación e implementación de acciones relativas a comunicaciones internas, como envío de información por whatsapp grupal, desarrollo y difusión de noticias de los asociados, elaboración de material audiovisual para Feriante TV, asistencia en actividades gremiales (toma de fotografías, cobertura, apoyo en redacción de guiones para ceremonias, invitaciones, pauta de prensa y nota posterior), orientación en vocerías de los dirigentes, viralización de información de utilidad para el sector en redes sociales y whatsapp, elaboración de informes mensuales a la Directiva con el resumen de acciones de esta unidad.

### Principales desafíos de la Unidad de Comunicaciones

- 1.- Se requiere un mayor ordenamiento de las temáticas a difundir en medios de comunicación año 2018, que debe ser definida y priorizada por el Directorio. En gestión de medios es importante y urgente definir áreas o temas de interés gremial para dar a conocer al público anualmente, de acuerdo a las coyunturas nacionales y gremiales (eliminación de bolsas plásticas, ferias libres sostenibles, Ley de ferias libres, vida saludable, Congreso 2018, entre otras).
- 2.- Será necesario fortalecer las redes sociales; actualmente tenemos más 4.000 seguidores en la fan page de Asof. Actualmente, apenas un 6% de quienes ingresan al sitio, lo hace por redes sociales (Fuente: Google Analytics). Perdemos una importante audiencia. El manejo de redes sociales requiere un tratamiento especial de la información y profesionales especializados en viralizar la información en estas plataformas. Algunas ideas para mejorar nuestras redes sociales podrían ser por la vía de convenio con universidades especializadas que pudieran apoyar, integrar este ítem en futuros proyectos y evaluar el financiamiento para manejo redes con una empresa externa.
- 3.- Fortalecimiento del Feriante TV, canal oficial de ASOF en YOUTUBE.

Hoy la audiencia es eminentemente audiovisual sobre todo para temas de ferias libres. Algunas iniciativas para el fortalecimiento del canal son: publicidad en el canal, nexos con Ues e Institutos y el financiamiento de un audiovisualista, que trabaje con la Unidad de Comunicaciones para rescatar y editar el material de nuestras actividades para el canal.

#### 4.- Renovar el Mapeo de ferias libres sitio [www.asof.cl](http://www.asof.cl)

Los resultados del Google Analytics del sitio arrojan que, entre los temas más buscados, están el cómo acceder a un puesto de feria libre y en general sobre ferias libres. Ello se condice con la gente que llama a la oficina, preguntando en forma permanente las ubicaciones de las distintas ferias. Por tanto, se hace necesario renovar el mapeo de ferias actual alojado en el sitio y hacerlo más atractivo, ya sea por la vía de postulación a proyectos o financiarlo con publicidad.

#### 5.- App Especial para Celulares y Red Social Caserita

Los lectores de [asof.cl](http://asof.cl) ingresan mayoritariamente al sitio (52%) por sistema Android (celulares). Fuente: Google Analytics. Por tanto, la mitad de los lectores de la página lo hace por esta vía. Por tanto, parece una necesidad readecuar el sitio para visitantes por celulares, así como levantar una aplicación (App) especial con ubicaciones de las ferias. Otras Iniciativas que se pueden desarrollar son la Red Social Tipo Waze para Ferias Libres Caserita, donde la gente pueda interactuar y opinar sobre sus ferias y servicios, atención.

#### 6.- Plan de Marketing para Revista Feriante

Actualmente este medio tiene un tiraje de 10.000 ejemplares, pero en el último tiempo hemos debido mermar su cantidad debido a que básicamente se financia con Fondo de Medios de 3,5 Millones, una vez al año. Por tanto, generar un plan de marketing para financiar la revista es esencial y darle la periodicidad que corresponde (3 veces al año, o quizás mensual). Actualmente la revista se imprime con 24 páginas, a color y papel couché, tamaño 24 cms de ancho x 33 de alto.

#### 7.- Se requiere renovar material institucional básico de Asof (Dípticos y Videos)

Resumen de lo expuesto en Reunión de Planificación, puede bajar desde acá:

<https://es.scribd.com/document/376722595/Encuentro-de-Planificacion-18-19-Marzo-2018>



## Capacitación y sus Principales Funciones, René Cifuentes

### Principales tareas realizadas

- 1.- Desarrollo de programas, búsqueda de oportunidades de financiamiento gremial por la vía de desarrollo de proyectos en la línea capacitación, asistencia técnica, vinculación con pequeña agricultura, manejo sostenible de residuos, entre otros. Brinda asistencia técnica para postular a fondos públicos y privados y otros estamentos.
- 2.- Identificar las necesidades y requerimientos de capacitación de los feriantes, dirigentes y líderes de las ferias y de las organizaciones de ferias libres.
- 3.- Desarrollar planes formativos para responder a las necesidades y requerimientos de capacitación identificados.
- 4.- Identificar las oportunidades de capacitación que presenta la oferta de los organismos públicos de fomento, así como de entidades privadas.
- 5.- Postular propuestas de capacitación a las licitaciones y convocatorias existentes, de los organismos de fomento y entidades privadas.
- 6.- Acompañar los procesos de capacitación que se desarrollan en las ferias, a partir de los programas adjudicados y/o patrocinados por Asof.

7.- Apoyar los procesos de mejoramiento de los programas de capacitación (por ejemplo de Sence) y los que contengan capacitación (por ejemplo, Sercotec, Fep), para hacerlos más pertinentes a las necesidades y requerimientos del sector de las ferias libres.

8.- Avances en el diseño de las “Escuelas de Feriantes”, que es un objetivo propuesto como parte de un proceso de consolidación de las ferias libres en los mercados, que Asof CG ha emprendido, desde que se organiza y nace como asociación, hace más de catorce años. Esto asegura que el programa formativo se formule por medio de una malla curricular temática y por niveles que responden a su realidad y a sus potencialidades de desarrollo.

9.- Se encarga de dar seguimiento a materias relativas a desarrollo humano, desarrollo organizacional, desarrollo de la vida sana, desarrollo previsional y protección social, desarrollo de la autogestión y proyectos, nivelación de estudios.

10.- Da seguimiento a programa de becas adjudicado por Asof a Sence 2018, en las regiones Metropolitana, O’ Higgins, Valparaíso y Biobío.

11.- También brinda seguimiento al programa adjudicado por Federación Asof O’ Higgins, con recursos del GERE O’ Higgins, para capacitar a 100 dirigentes y líderes de la región.

### **Principales desafíos del Área Capacitación**

1.- Construir un mapa de capacitación de las ferias libres a nivel nacional, para conocer cuántos feriantes se han capacitado y en cuántas ferias se ha realizado capacitación, sus contenidos, su nivel y sus impactos.

2.- Seguir construyendo las Escuelas de Feriantes desde su nivel base comunal, hasta el nivel nacional, a través de diagnósticos de necesidades de capacitación, hasta diseño de planes formativos y mallas curriculares de cursos.

3.- Trabajar en el concepto de que la capacitación es un derecho al que deben tener acceso todos los feriantes.

4.- Gestionar la incorporación de capacitaciones, así como mejorarla en los programas que ya existen, como son Programa de Becas Sence, Programa de Desarrollo de Ferias Libres de Sercotec, Programa de Fortalecimiento Gremial de Sercotec, Fondo para la Educación Previsional (FEP), entre otros.

5.- Postular a Asof como entidad requirente a los Programas de Capacitación de Sence, principalmente el de Becas. Y gestionar sus adjudicaciones.

6.- Gestionar con entidades privadas cursos y recursos para dar capacitaciones a los feriantes del País, como BancoEstado, Colegio de Nutricionistas, Universidades, etc.

7.- Sistematizar, publicar, socializar y transferir al sector de las ferias libres el “Modelo de Gestión de Ferias Libres” elaborado por Asof a lo largo del proceso de desarrollo de las ferias libres que ha liderado por más de 20 años.

**\*En este trabajo de sistematización no se incluyeron las labores del Director Moisés Alvial y Segundo Director, René Muñoz, por no poder asistir a la reunión.**

# Resumen de los resultados de los trabajos grupales

ENCUENTRO DE PLANIFICACIÓN NACIONAL, LA LEONERA. 19 Y 20 MARZO 2018.



## PREGUNTA 1.- ¿CÓMO HACEMOS PARA QUE LAS ORGANIZACIONES DE ASOF CONOZCAN Y LLEVEN A LA PRÁCTICA NUESTROS OBJETIVOS?

- Actualizar, comprimir, simplificar los objetivos organizaciones de corto, mediano y largo plazo;
- Hacer un documento (y/o folleto) que dé a conocer la historia, los objetivos de desarrollo, los logros, los beneficios y las fortalezas con que cuenta Asof, para que las bases los reconozcan y valoren;
- Realizar una campaña de difusión hacia las bases, que utilice medios de comunicación y redes sociales, así como por medio de un equipo de comunicadores formados por dirigentes, líderes y colaboradores de Asof;
- Desarrollar un programa de capacitación de líderes, con dos tipos, uno para líderes “difusores”-“monitores” y otro para líderes “transformadores”-“entrenadores”.
- Realizar un plan de trabajo para que los líderes acompañen, participen y apoyen a los dirigentes de base en las asambleas y reuniones locales, en las cuales pueden exponer los avances de Asof;
- Realizar un registro de todas las organizaciones de ferias “socias” de Asof, así como de todos los dirigentes activos, presentes en cada una de ellas;
- Desarrollar una presentación base en PPT, folleto u otro medio, con un lenguaje muy simple, directo y claro, con los lineamientos de desarrollo que propone Asof para las Ferias Libres.



## **PREGUNTA 2. ¿CUÁL ES EL MEJOR ORGANIGRAMA PARA ASOF Y SUS ORGANIZACIONES? ¿COMO GENERAMOS LOS EQUIPOS DE TRABAJO ADECUADOS?**

- Rediseñar el organigrama de Asof, desde la Asamblea Nacional hasta la estructura de las organizaciones de base, con criterios de ser socializado en todas las organizaciones, entendible, claro, horizontal, participativo, con una descripción general de los cargos, funciones, departamentos, operativa legal, formas de elección de los representantes;

- Dar a conocer los delegados nacionales a las organizaciones de base y proponer la forma de elegirlos de manera representativa y democrática;
- Enumerar, describir las organizaciones que componen Asof, estableciendo si están vigentes o no, para apoyar la obtención de vigencia de todas ellas;

## **PREGUNTA 3. ¿CÓMO ASEGURAMOS UN ADECUADO FUNCIONAMIENTO HACIA EL INTERIOR Y HACIA EL EXTERIOR DE ASOF?**

- Realizar capacitación continua y foros de intercambio, principalmente a dirigentes y líderes de las Organizaciones de Ferias pertenecientes a Asof;
- Diseñar un programa de formación de Líderes “Transformadores” al estilo “Escuela de Feriantes”, realizada de manera autónoma e independiente por parte de Asof;
- Desarrollar un programa de fortalecimiento organizacional, por medio de capacitaciones a las organizaciones, así como entrenamiento y acompañamiento por parte de los líderes “entrenadores”;
- Realizar al menos 3 visitas de seguimiento al año, evaluación a las organizaciones de base, para conocer su estado e incorporarlo en una base de datos actualizada sobre sus avances;
- Generar estados de unidad en las organizaciones de base, con las asociaciones gremiales locales, federaciones regionales y territoriales y la confederación nacional;
- Reconocer la institucionalidad local, regional y nacional, de tal manera de precisar con quién es necesario interactuar y fortalecer las relaciones;

## **PREGUNTA 4. ¿CÓMO GENERAMOS Y/O AFIANZAMOS LAS RELACIONES INSTITUCIONALES CON LAS ENTIDADES DE FOMENTO DEL GOBIERNO CENTRAL EN EL CONTEXTO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS?**

- Realizar un mejor diagnóstico de la situación actual de las ferias libres, sus feriantes, organizaciones y liderazgos;
- Realizar un análisis actual FODA del sector de las ferias libres, en los ámbitos local, regional, territorial y nacional (aplicable a Congreso);
- Elaborar una guía que muestre la Institucionalidad, sus funciones, la relación con el sector de las ferias;
- Emplear técnicas de relación institucional basadas en la “negociación”, con una actitud propositiva y una estrategia basada en un Plan de Trabajo conjunto con la entidad con la que se relaciona la organización de la feria;

- Generar mecanismos de información y educación de coyuntura nacional e internacional, en materias relevantes para el sector de las ferias libres, a estilo de prensa selectiva.

### **PREGUNTA 5. ¿CÓMO ESTABLECEMOS ALIANZAS CON LOS MUNICIPIOS Y LA SOCIEDAD CIVIL EN EL CONTEXTO DEL DESARROLLO LOCAL?**

- Conocer y relacionarse con los diferentes departamentos municipales vinculados a las ferias libres, partiendo por Desarrollo Local, Fomento Productivo, salud, medioambiente, jurídico, Educación, tránsito, inspección, rentas y obviamente concejo y Alcaldía;
- Realizar una coordinación comunal de Ferias Libres para construir una propuesta conjunta ante el Municipio respectivo y las Organizaciones de la Sociedad Civil, las que deben formar mesas de trabajo con la Institucionalidad local;
- Desarrollar una propuesta desde el sector de las ferias libres locales; consensado con el Municipio, para que éste “vea” las ferias más allá de la vinculación actual con Departamento de Inspección;
- Incorporarse a los (Consejos de la Sociedad Civil) COSOC comunales, para incidir en las políticas de Desarrollo Local, Planos Reguladores;
- Aprender el “relato”, “poema” que los dirigentes y líderes de ferias libres deben dar a conocer a la institucionalidad, centrados en que las Ferias Libres son un aporte al Desarrollo local, a la economía local, a la re-construcción del barrio;
- Realizar consultas, encuestas a los feriantes y la comunidad, para conocer sus necesidades, propuestas, opiniones, percepciones, que se deben tomar en cuenta para formular las propuesta de Desarrollo de las Ferias Libres;
- Realizar un programa “piloto” con 20 ferias entre la RM y la VI Región, para analizar la forma de funcionar con la institucionalidad local, su aciertos y desaciertos, de tal manera de confeccionar un “manual de cortapalos” que sirva a todas las organizaciones de ferias, a modo de guía para la relacional institucional local.



# Resultados trabajos grupales



## GRUPO 1.

### PREGUNTA 1.- ¿CÓMO HACEMOS PARA QUE LAS ORGANIZACIONES DE ASOF CONOZCAN Y LLEVEN A LA PRÁCTICA NUESTROS OBJETIVOS?

1.1.- Una vez conocidas nuestras fortalezas hacer que los objetivos que apunten al mejoramiento de las ferias libres y sus comerciantes, utilizando todos los medios de comunicación que ya poseemos y el capital humano debidamente preparado para asistir a reuniones para apoyar a los dirigentes.

#### 1.2.- Fortalezas:

- Saber que existe Asof
- Existe un Departamento de Comunicaciones
- Existe un Boletín
- Integración y acogida frente a un problema
- Experiencia
- Mediador
- Beneficios: Bancos, Fonasa, Automotoras

#### 1.3.- Debilidades:

- No saben quién es Asof
- No hay equipos de trabajo con el Departamento de Comunicaciones
- El Boletín no es Replicado
- No es aprovechado
- Solo a nivel de cúpulas

**PREGUNTA 2. ¿CUÁL ES EL MEJOR ORGANIGRAMA PARA ASOF Y SUS ORGANIZACIONES?  
¿CÓMO GENERAMOS LOS EQUIPOS DE TRABAJO ADECUADOS?**

2.1.- Actualizar el organigrama.  
Hacerlo lo más simple posible,  
donde las responsabilidades estén  
claramente establecidas.

2.2.- Que apunten a las necesidades  
y cumplimiento de los objetivos.

2.3.- Que refleje los deberes y  
obligaciones de las Organizaciones  
y cada una de sus áreas.

2.4.- Que éste sea dado a conocer  
a las bases.

**Comentarios:**

- Que se realicen organigramas en las ferias
- Que ayude a descentralizar el poder
- Que sea de construcción participativa

**PREGUNTA 3. ¿CÓMO ASEGURAMOS UN ADECUADO FUNCIONAMIENTO HACIA EL INTERIOR Y  
HACIA EL EXTERIOR DE ASOF?**

3.1.- Toma fuerza la capacitación y generar foros de conversación donde entendamos la importancia de mantener una buena estructura interna, para llevarlo a lo exterior.

3.2.- Mostrar Unidad es básico para lograr alianzas, redes y socios estratégicos que permitan el Desarrollo Sostenible. Ejemplo: Entidades públicas, sociales y privados.

**Comentarios:**

- Reconocer actores locales, distintos departamentos Municipales
- Actualizar, comprimir, simplificar los objetivos de c/p, m/p y l/p
- Fortalecer las Relaciones Internas (Orden, Unidad, Planificación), para mejorar las Relaciones Externas

**PREGUNTA 4. ¿CÓMO GENERAMOS Y/O AFIANZAMOS LAS RELACIONES INSTITUCIONALES  
CON LAS ENTIDADES DE FOMENTO DEL GOBIERNO CENTRAL EN EL CONTEXTO DE LAS  
POLITICAS PÚBLICAS?****Nacional**

4.1.- Diagnóstico claro de quienes somos (340.000 feriantes a nivel nacional; U\$5.000 millones en ventas al año).

4.2.- Diagnóstico de nuestras falencias o necesidades a nivel nacional.

4.3.- Relaciones políticas / no partidistas.

4.4.- Planteamiento de soluciones a falencias / problemas.

4.5.- Asegurar el cumplimiento de las Políticas Públicas, irrelacionado con la solidez interna!

4.6.- Conocimiento cabal de los organismos públicos.

Regional

4.7.- Estrategias de Negociación y Diálogo (usar el ADN del feriante-comerciante). Nunca ipelear!

4.8.- Informados de la coyuntura nacional (leer la prensa).

### **PREGUNTA 5. ¿CÒMO ESTABLECEMOS ALIANZAS CON LOS MUNICIPIOS Y LA SOCIEDAD CIVIL EN EL CONTEXTO DEL DESARROLLO LOCAL?**



#### **Municipalidad**

5.1.- La Municipalidad es lo más importante.

5.2.- Incidencia en la política local (municipal), mediante un trabajo participativo y colaborativo entre el Municipio y las Organizaciones de Ferias Libres.

5.3.- Ver al Municipio como “amigo” es lo más importante. Desarrollo Social.

5.4.- Unidad representativa frente a la autoridad. La unión hace la fuerza.

5.5.- Empoderarnos como administradores de la feria.

5.6.- Propiciar una política de desarrollo hacia las ferias libres por parte del Municipio. No solo como ente fiscalizador.

5.7.- Entender que somos esenciales en el desarrollo local. A partir de ello acudir a los encargados de Desarrollo Local en los Municipios.

5.8.- Capaces de “venderle” al Municipio que las ferias somos una empresa y no solo “casos sociales”.

5.9.- Ser parte de las juntas de vecinos. Integrar las Organizaciones Comunitarias para solucionar antes el conflicto. (Jardines Infantiles, Centros de Salud, Tercera Edad, etc).

#### **GRUPO 2.**

### **PREGUNTA 1.- ¿CÓMO HACEMOS PARA QUE LAS ORGANIZACIONES DE ASOF CONOZCAN Y LLEVEN A LA PRACTICA NUESTROS OBJETIVOS?**

1.1.- Trabajar con más líderes

1.2.- Capacitación de estos líderes

1.3.- Registro de Dirigentes (Base de Datos)

1.4.- Registro Nacional del Feriante

1.5.- Solicitar a Sercotec base de Datos de Beneficiarios

1.6.- Difundir historia de Asof

1.7.- Desarrollo de Tarjeta Asof

Comentario: En todos los cursos para feriantes poner historia de Asof.

**PREGUNTA 2. ¿CUÁL ES EL MEJOR ORGANIGRAMA PARA ASOF Y SUS ORGANIZACIONES?****¿CÓMO GENERAMOS LOS EQUIPOS DE TRABAJO ADECUADOS?****PREGUNTA 3. ¿CÓMO ASEGURAMOS UN ADECUADO FUNCIONAMIENTO HACIA EL INTERIOR Y HACIA EL EXTERIOR DE ASOF?**

- 2.1.- Realizar 3 asambleas regionales en el año
- 2.2.- Colocar incentivos correctos
- 2.3.- Realizar un organigrama más simple y horizontal
- 2.4.- Intensificación de las Tecnologías de la Información (TI)
- 2.5.- Tutorial digital
- 2.6.- Apadrinar a Dirigentes en Formación
- 2.7.- Descubrir líderes positivos
- 2.8.- Escuela permanente de Dirigentes
- 2.9.- Curso Online de Plan de Trabajo

**PREGUNTA 4. ¿CÓMO GENERAMOS Y/O AFIANZAMOS LAS RELACIONES INSTITUCIONALES CON LAS ENTIDADES DE FOMENTO DEL GOBIERNO CENTRAL EN EL CONTEXTO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS?**

- 4.1.- Estudiar y conocer los estamentos públicos y gubernamentales con los cuales debemos relacionarnos y trabajar.
- 4.2.- Antes de cada reunión se coordine y socializar los temas a tratar (esto se dirige en la preparación de los nuevos líderes).

**PREGUNTA 5. ¿CÓMO ESTABLECEMOS ALIANZAS CON LOS MUNICIPIOS Y LA SOCIEDAD CIVIL EN EL CONTEXTO DEL DESARROLLO LOCAL?**

- 5.1.- Establecer trabajo con la comunidad y sus organizaciones (Juntas de Vecinos, Salud, etc.).
- 5.2.- Llevar propuestas y posibles soluciones al Municipio (llámese Fomento Productivo, Rentas, Inspección, Aseo y Alcaldía).
- 5.3.- La incorporación de nuestros dirigentes al COSOC (elecciones 2018, para el período 2019 al 2022).
- 5.4.- Conocer y participar de los planes reguladores comunales.

**GRUPO 3.****PREGUNTA 1.- ¿CÓMO HACEMOS PARA QUE LAS ORGANIZACIONES DE ASOF CONOZCAN Y LLEVEN A LA PRÁCTICA NUESTROS OBJETIVOS?**

- 1.1.- Que los dirigentes nacionales deleguen funciones y así optimicen su tiempo para que les alcance para asistir a las asambleas de base.
- 1.2.- Mejorar la información y comunicación de Asof con la Red de Organizaciones de base que la componen.
- 1.3.- Crear un método de trabajo para asegurar que lo realizado por Asof sea conocido por las bases (asociados), para que se genere una comunicación más directa.
- 1.4.- Simplificar el lenguaje para facilitar “la bajada” de los objetivos a las bases, generando

participación, compromiso e identidad.

1.5.- Desarrollar un sistema de trabajo piramidal, para facilitar la coordinación dirigenal con las bases.

1.6.- Preparar un equipo de delegados formadores de líderes de base.

## **PREGUNTA 2. ¿CUÁL ES EL MEJOR ORGANIGRAMA PARA ASOF Y SUS ORGANIZACIONES? ¿CÓMO GENERAMOS LOS EQUIPOS DE TRABAJO ADECUADOS?**

2.1.- Conocer el organigrama existente.

2.2.- Familiarizarse con los delegados nacionales de Asof y conocer cuál es su compromiso con el Gremio.

2.3.- Conocer cuáles son las Organizaciones de base que componen Asof. Cuáles están vigentes, apoyar a las que no lo están. Crear base de datos de los dirigentes (actualizar).

## **PREGUNTA 3. ¿CÓMO ASEGURAMOS UN ADECUADO FUNCIONAMIENTO HACIA EL INTERIOR Y HACIA EL EXTERIOR DE ASOF?**

3.1.- Entrenar a entrenadores de base, prepararlos para que ellos a su vez transmitan la información y apoyen a los dirigentes de base.

3.2.- Para darle mejor funcionamiento a las Organizaciones de Base, los delegados (entrenadores) se deben reunir con ellas al menos tres veces al año.

## **PREGUNTA 4. ¿CÓMO GENERAMOS Y/O AFIANZAMOS LAS RELACIONES INSTITUCIONALES CON LAS ENTIDADES DE FOMENTO DEL GOBIERNO CENTRAL EN EL CONTEXTO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS?**

## **PREGUNTA 5. ¿CÓMO ESTABLECEMOS ALIANZAS CON LOS MUNICIPIOS Y LA SOCIEDAD CIVIL EN EL CONTEXTO DEL DESARROLLO LOCAL?**

4.1.- Antes de presentarse a las Autoridades debemos tener una Valorización de las ferias libres y reconocer nuestras fortalezas.

4.2.- Hacer reuniones en los Municipios y llevar alternativas y propuestas de soluciones a los problemas.

4.3.- Realizar encuestas a los feriantes y a la comunidad con relación a nuestras fortalezas, debilidades y necesidades (por ejemplo, de capacitación).

4.4.- Realizar una priorización de los puntos a presentar a las autoridades, a través de una table con los temas a plantear, por ejemplo al Municipio.

4.5.- Realizar una experiencia piloto por un año con 20 ferias de la RM y sexta región, para hacer acompañamiento y seguimiento a la relación de las organizaciones de base con sus autoridades locales.

4.6.- Presentarse con una actitud negociadora frente a las autoridades. No solo ir a pedir, si no ir a proponer una alianza.

4.7.- Realizar mesas de trabajo comunal y generar compromisos entre y con:

- Departamento de Medioambiente
- Fomento Productivo
- Salud
- Jurídico
- Educación
- Tránsito
- Inspección
- Entre otros que tengan relación con las ferias libres

Nota de Prensa

## FERIANTES PLANIFICAN PRINCIPALES ACTIVIDADES PARA ESTE 2018 Y DEBATEN PRIORIDADES



*Uno de los principales temas de discusión fue la participación de las bases.*

Dos días, lunes 19 y martes 20 de marzo, estuvieron reunidos en el sector de La Leonera, Región de O'Higgins, dirigentes nacionales de ASOF, de la Región Metropolitana y su Directiva Nacional, junto a organizaciones de Ferias Libres de O'Higgins, en un Encuentro de Planificación Nacional. Ello para analizar una estrategia de trabajo como gremio y programar las principales acciones, relativas a cómo mejorar y fortalecer su actividad, con una visión de

desarrollo sostenible.

Siendo 340.000 feriantes en todo el país, con 1.114 ferias libres, se debatieron temas tan delicados como la precariedad de sus permisos y la urgente necesidad de que en el Parlamento vuelva a reflotar una ley para el sector, así mismo concluyeron de la importancia de que los feriantes participen de acciones político no partidistas, como juntas de vecinos, en el Consejo de la Sociedad Civil (Cosocs), en el Plan Regulador Comunal y otras instancias, que les permitan colocar temas de discusión sobre el desarrollo de las ferias libres, siendo ellas las que abastecen mayoritariamente a los chilenos y chilenas de alimentos sanos y frescos, realidad reconocida por organismos internacionales como FAO y casas de estudio como la Universidad Católica y USACH.

La capacitación a este segmento fue uno de los temas, en los cuales hubo mayor consenso, con especial énfasis en temas de comunicaciones internas y externas y de atención al cliente, marketing digital y redes sociales, hoy una interesante herramienta de oferta de productos.

Es la nueva era que se nos avecina en materia de oferta de productos saludables, ya que cada día crecen más los consumidores de frutas y verduras por Internet, declararon los dirigentes.

La relevancia del trabajo de las bases de la organización también fue un tema ampliamente discutido como eje del plan de trabajo, reconociendo que este gremio es el de mayor representatividad a nivel nacional, así consignado por los mismos comerciantes con un 70% de adhesión a éste según catastro Sercotec. "En ese sentido, se dio énfasis en cómo elevar el nivel de la organización, con dirigentes que manejen información acerca del sector, de coyunturas y puedan realizar balances de sus comunas y sectores, donde están localizadas las ferias libres", señaló el Pte. Nacional de la Confederación de Ferias Libres (ASOF C.G), Héctor Tejada.

Siendo una actividad que moviliza 5 mil millones de dólares al año, es considerada una gran industria por sus líderes, pero con la diferencia que sus ganancias son repartidas en miles emprendimientos familiares, potenciando la vida de barrio, una alimentación saludable y una actividad patrimonial con más de 200 años de historia.

Los feriantes realizarán su Cuarto Congreso Nacional durante este 2018, probablemente en el mes de octubre, instancia en la cual se elige la Directiva Nacional.

Participaron de esta reunión: el Presidente Nacional, Héctor Tejada, Vicepresidente, Froilán Flores; Secretaria Nacional, Gabriela Sepúlveda; su tesorera, Paola Morales; el Gerente General, Luis Solís; las Directoras nacionales Gloria Guaiquiente y Mirta Araya (encargada del dpto. de la mujer), el Presidente de ASOF O'Higgins, Robinson Pinto, la dirigente de ferias de Requinoa, Aida Bustos, junto a feriantes de las comunas de La Granja, Cerrillos, La Florida, La Pintana, San Ramón, Conchali, Macul, Cerro Navia, Pudahuel y el equipo de profesionales del gremio.

FERIANTES PLANIFICAN ACTIVIDADES 2018 Y DEBATEN SUS PRIORIDADES. HOY X HOY. 26/03/2018

## Feriantes planifican actividades 2018 y debaten sus prioridades

El principal tema discutido en encuentro del gremio, fue la participación de las bases en sus distintas instancias.

Durante dos jornadas (lunes 19 y martes 20 de marzo), estuvieron reunidos en el sector de La Leonera, Región de O'Higgins, los dirigentes nacionales de ASOF, de la Región Metropolitana y también su Directiva Nacional, junto a organizaciones de Ferias Libres de O'Higgins, en el marco de un Encuentro de Planificación Nacional.

Todo esto con el objetivo de analizar una estrategia de trabajo como gremio y programar las principales acciones relativas a cómo mejorar y fortalecer su actividad, con una visión de desarrollo sostenible.

En un contexto con 340.000 feriantes en todo el país y con 1.114 posturas de ferias libres a lo largo de Chile, se debatie-

ron temas tan delicados como la precariedad de los permisos de sus comerciantes y la urgente necesidad de que en el Parlamento vuelva a reflotar una ley para el sector. Asimismo, la dirección de ASOF analizó la importancia de que los feriantes participen en acciones político no partidistas, tales como juntas de vecinos y Cosoc, entre otras.

*Dirigentes nacionales de Asof discutieron de principales prioridades del sector, que moviliza 5 mil millones de dólares al año, es considerado una gran industria por sus líderes, pero con la diferencia que sus ganancias son repartidas en miles emprendimientos familiares, potenciando la vida de barrio, una alimentación saludable y una actividad patrimonial con más de 200 años de historia.*



Todas las fotos del evento acá:

<https://www.flickr.com/photos/feriaslibresdechile/albums/72157691648084212>