

## Estudio Socioeconómico de la Feragro en la región Amazonas, Perú, 2019

### Socioeconomic Study of Feragro in the Amazonas region, Peru, 2019

Edinson Cueva Vega<sup>1</sup>, Sonia Rojas Vin<sup>1</sup>, Jordin Huilca-Torres<sup>1</sup> y Angela Agip Pilco<sup>1</sup>.

#### RESUMEN

La Feragro es la feria más importante del nororiente peruano, que impulsa la producción agropecuaria, ganadera, agroindustrial y artesanías de la región Amazonas, es por ello que el objetivo fue analizar el impacto socioeconómico de la Feragro en la región Amazonas, Perú, 2019. La investigación es de tipo descriptivo-explicativo, usando el método analítico y el diseño no experimental, haciendo uso de la encuesta, mediante el instrumento del cuestionario en una muestra por conveniencia entre los productores y consumidores que asistieron al Feragro 2019; la encuesta se estructuró una para los productores y otra para los consumidores el cual contenía preguntas relacionadas al estudio social y económico. Se obtuvo como resultado que la Feragro tiene un impacto significativo en los productores, debido a que el 49% considera que la feria es buena por los diversos productos que ofrece y contribuye de manera significativa en el nivel socioeconómico ya que mejora sus niveles de venta, logran ser reconocidos y pueden acceder a fondos con facilidad. Se concluye que los productores han incrementado sus ventas en un 53% y los consumidores consideran una actividad muy buena con un 49%.

**Palabras clave:** Feragro, impacto socioeconómico; productores; consumidores.

#### ABSTRACT

The Feragro is the most important fair in northeastern Peru, which promotes agricultural production, livestock, agribusiness and handicrafts in the Amazon region, which is why the objective was to analyze the socioeconomic impact of the Feragro in the Amazon region, Peru, 2019. The research is of a descriptive-explanatory type, using the analytical method and non-experimental design, making use of the survey, through the questionnaire instrument in a convenience sample among producers and consumers who attended the Feragro 2019; the survey was structured one for producers and another for consumers which contained questions related to the social and economic study. It was obtained as a result that Feragro has a significant impact on producers, because 49% consider that the fair is good for the various products offered and contributes significantly in the socioeconomic level as it improves their sales levels, they manage to be recognized and can access funds easily. Producers have increased their sales by 53% and consumers consider it a very good activity with 49%.

**Keywords:** Feragro, socioeconomic impact; producers; consumers.

DOI: <https://doi.org/10.37787/pakamuros-unj.v10i2.290>

Recibido: 21/12/2021. Aceptado: 01/06/2022

\* Autor para correspondencia

<sup>1</sup>. Instituto de Investigación de Economía y Desarrollo, UNTRM, Perú. Email: [edinson.cueva@untrm.edu.pe](mailto:edinson.cueva@untrm.edu.pe); [sonia.rojas@untrm.edu.pe](mailto:sonia.rojas@untrm.edu.pe); [jordin.huilca@untrm.edu.pe](mailto:jordin.huilca@untrm.edu.pe); [angela.agip@untrm.edu.pe](mailto:angela.agip@untrm.edu.pe)

---

## INTRODUCCIÓN

Las ferias y eventos son actividades de promoción agropecuaria, que tienen por finalidad promover la participación activa de los agricultores y mejorar la comercialización de productos agropecuarios generados por la agricultura campesina familiar y pequeña agricultura, lo que se pretende lograr con este tipo de eventos es un espacio de transferencia de conocimientos, y de técnicas de innovación que permitan a los agricultores mejorar la calidad productiva (MINAGRI, 2006).

En la mayoría de los países del mundo realizan la promoción agropecuaria ya sea por tradición, innovación e historia ya que es un espacio necesario para que los productores muestren sus mejores ejemplares, siendo también una fuente de ingresos para muchas personas que derivan parte de su sustento (Carreras y Wesz, 2020). Con respecto a la venta de alimentos para su ejecución, deben seguir interviniendo profesionales para asesorías a los participantes con fines de posicionamiento en el mercado y promocionar sus productos (Mato et al., 2007).

El objetivo de desarrollar e impulsar la producción agropecuaria y ganadera, así como el turismo en la región Amazonas, se realiza mediante la Feragro en la cual se congrega a grandes y pequeños productores de la zona, así como participantes de las provincias de Bagua, Jaén y Chiclayo, entre otras. Este evento brinda la oportunidad a los productores de participar en ruedas de negocios, acceder a préstamos (dado que se habilita una zona financiera) que les permita adquirir el capital necesario para su negocio, así como vender sus productos en la zona ganadera y agropecuaria mayorista (Revista Andina, 2016). La Feragro pretende lograr que los pequeños emprendedores de la región puedan posesionarse en el mercado local y nacional, de esta manera ingresar al mercado económico formal, para beneficio suyo y de sus familias, además cuenta con atractivos como degustación de productos regionales, venta de artesanías, zona de rodeo y una zona estelar donde se presentarán las mejores agrupaciones artísticas locales. Viene realizándose por más de 10 años, esta feria es considerada una de las más exitosas en la región norte del país donde congrega a ganaderos, artesanos, productores agrícolas y de la gastronomía regional, donde buscan promover sus productos para el reconocimiento de los mismos, además es un evento en donde los pequeños productores buscan mejorar sus productos y la raza de sus animales buscando los mejores ejemplares, así mismo este acontecimiento busca la inserción de la población para apreciar y consumir de lo mejor que ofrece (MINAGRI, 2007).

MINAGRI, (2007) dio a conocer la diversidad de cultivos, su valor nutritivo, incentivando el consumo y rescató la cultura el cual será de beneficio para la comunidad.

Por su parte Quistan y Inuma (2017) menciona que el desarrollo de una estrategia comercial y económica de la asociación de productores de panela tenían el posicionamiento de marca y aumento de consumo e incremento de ventas y crecimiento de canales de comercialización.

En cambio, Monterrubio y Mendoza (2010) identificó los impactos sociales de la Feria Internacional del Caballo en la ciudad de México, a partir de la percepción de la comunidad local basándose en métodos cuantitativos, se realizaron una encuesta a 1.537 residentes locales, en donde revelaron que el evento de dimensiones turísticas ha generado un incremento en aspectos como el empleo y las alternativas de recreación local, propiciando desde la perspectiva local el incremento en el consumo de alcohol, congestiónamiento vehicular y actos de delincuencia, entre otros.

El estudio del impacto de las actividades de la Feria de Cali, demostraron que la Feria es un significación cultural, social y económica muy valiosa para la ciudad. Las mediciones han permitido establecer una línea base, en el que el balance de los últimos cuatro años refleja que el 92% de los asistentes encuestados tienen una opinión favorable sobre la calidad artística de los espectáculos y actividades presentados, la movilización de espectadores asciende a 3.3 millones, lo que ha generado \$1.4 billones de impacto económico (La República, 2020).

La actividad agropecuaria constituye la actividad productiva más importante en la región Amazonas entre ellos el café, cacao, ganadería bovina, actividades agrícolas, agroindustriales y artesanales, por lo cual es importante el desarrollo de la Feragro.

Con base en lo mencionado el objetivo de la investigación fue analizar el impacto socioeconómico de la Feragro Amazonas, 2019.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

La población de estudio estuvo conformada por 90 productores participantes de la Feragro Amazonas 2019, mientras que para los consumidores se tomó la población por conveniencia, siendo 156 los encuestados. El estudio se realizó durante los meses de agosto-diciembre del 2019.

La investigación es de tipo descriptiva debido a que se busca conocer la relación entre la variable de factores socioeconómicos y la Feragro Amazonas 2019.

Se utilizó el instrumento de encuesta, una para los productores y otra para los consumidores de la Feragro, la encuesta estuvo validada por juicio de tres expertos, estructurada por preguntas relacionadas al estudio social y económico, con preguntas cerradas, codificadas y específicas en cada una de las secciones; esta encuesta se tomó en el campo ferial del Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA) los días viernes

09, sábado 10, domingo 11 de agosto, donde se desarrolló la Feragro Amazonas 2019. Luego de la identificación de variables, se realizó la codificación y selección de las mismas; donde se ordenó la información recopilada con el uso del programa Excel, obteniendo como resultados figuras de estadísticas descriptivas.

## RESULTADOS

Figura 1a, se muestra las características del nivel educativo, donde el 38% tiene grado de instrucción secundaria, seguido de nivel superior universitario 28%, primaria el 23%, mientras que un 11% tiene grado superior no universitario. Figura 1b, se observa las características del tiempo en que los productores vienen participando en la Feragro, donde el 43% ya participa por más de 6 años. Figura 1c, los productores participantes de la Feragro Amazonas tienen un ingreso promedio mensual de S/. 500 a S/1000 mensuales que representa el 58% y el 10% de productores tiene un ingreso de S/. 2001 a S/. 3000. Figura 1d, dentro de las actividades principales que generan ingresos de los participantes de la Feragro se destacan el comercio independiente y servicio de transporte con el 30%, seguido de la artesanía con el 25%.

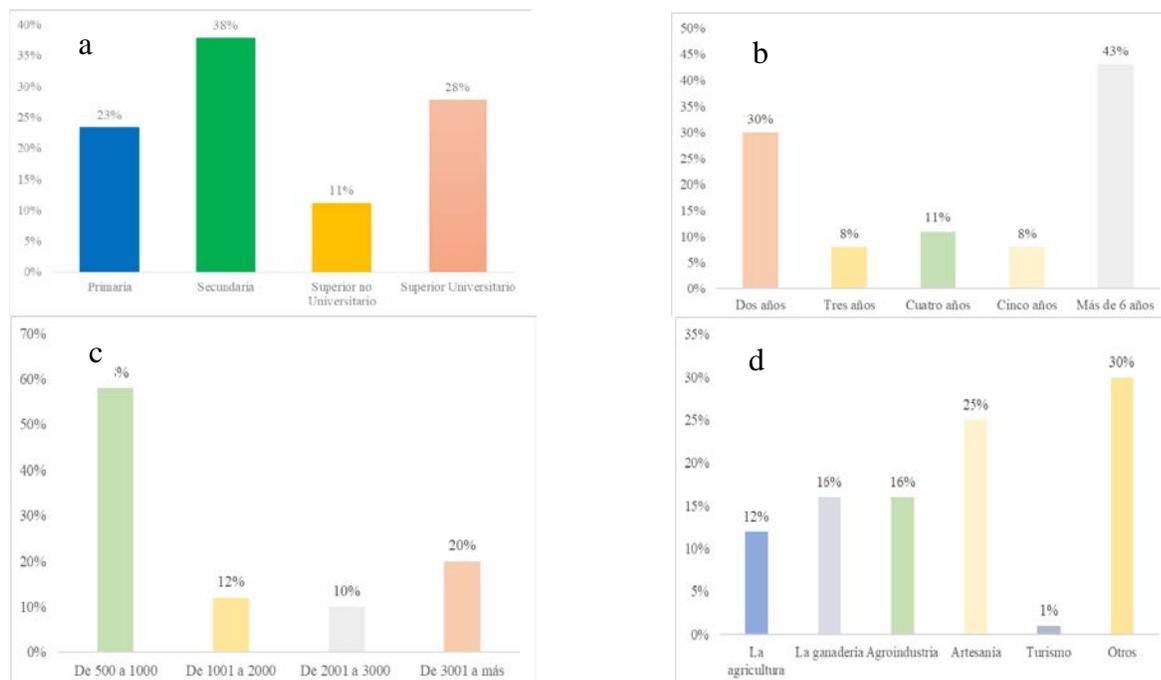


Figura 1. Nivel Educativo de los productores (a); Tiempo de participación de los productores (b); Ingreso promedio mensual (c); Principal fuente de ingresos de los productores (d).

Figura 2a, el promedio de ventas de los productores de la Feragro Amazonas 2019 por día fue de S/. 50 a S/. 500, representado por un 74% mientras que el valor más bajo fue de S/. 3001 en un día (4%). Figura 2b, los productores de la Feragro han accedido a fondos de Procompite y sierra norte solo el 25%, mientras que el 35% de ellos han accedido a otros fondos. Figura 2c, la percepción de los productores con respecto a la Feragro el 53% considera que la feria incrementó sus ventas. Figura 2d, el 54% de los productores se han constituido de forma individual y un 16% se han establecido como empresa.

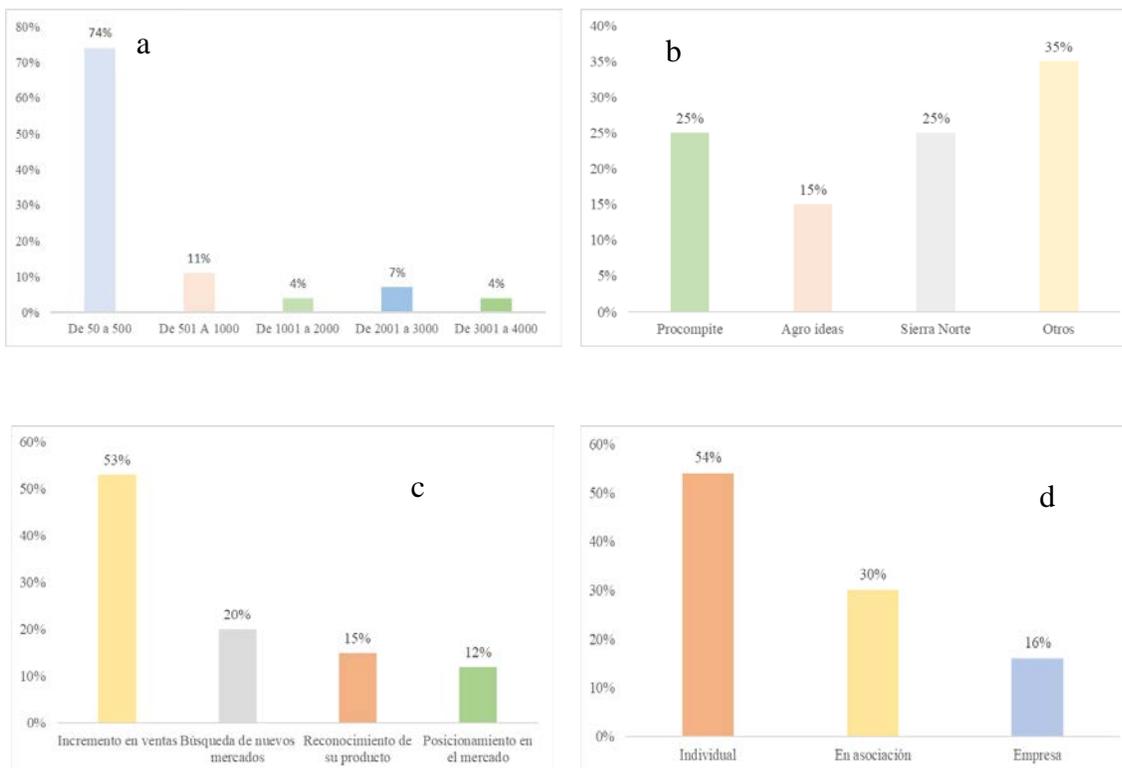


Figura 2. Venta diaria de los productores (a); Acceso a fondos (b); Contribución de la feria a los productores (c); Forma de producción (d)

Figura 3, los consumidores de la Feragro Amazonas 2019 califican como buena la realización de la feria en un 49%.

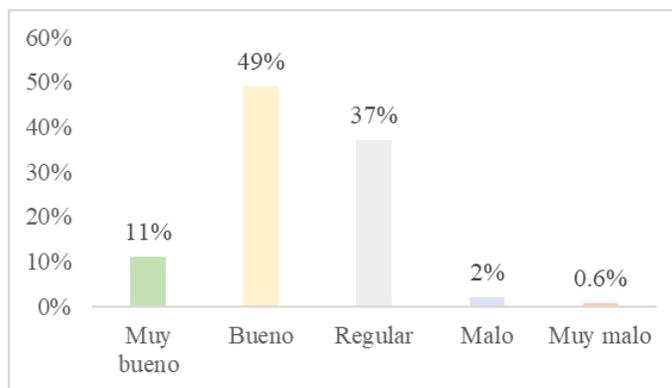


Figura 3. Percepción de los consumidores

## DISCUSIÓN

La Feragro tiene un impacto significativo en la sociedad ya que el 49% considera que la feria es buena y el 11% es muy buena en todo lo que ofrece, esto debido a que brinda variedad de productos, evidenciando que la feria es algo más que un lugar de intercambio comercial (Peñaloza, 2014; Busso, 2010; Tolavi, 2014). Sin embargo, Monterrubio et al., (2010) contradice estos resultados resaltando que este tipo de actividades también generan impactos negativos desde la perspectiva local por las condiciones sociales, económicas, culturales y políticas de la comunidad, incrementando el consumo de alcohol, congestión vehicular y actos delictivos (Monterrubio y Mendoza, 2010).

Por otra parte, analizando a los productores que participan en la feria, la mayoría de ellos vienen realizando esta actividad por más de 6 años y sus ingresos oscilan entre S/. 500 a S/. 1000 en un 53%. Resultados similares encontró Carreras y Wenz (2020), que consideran que las ferias vienen a ser una de las principales fuentes de ingreso económico de los productores, fundamentando que la feria ha favorecido la búsqueda de nuevos mercados; al mismo estilo Bonilla (2011) planteó que este tipo de eventos cumple con una agenda social anual contribuyendo con la sociedad, mejorando la calidad de vida de la población. En ese sentido el Congreso de la República en el año 2016 propuso un proyecto de Ley N° 662/2016-CR con la finalidad de fortalecer las ferias agropecuarias para mejorar la comercialización de los productos. Pinos y Gutiérrez (2016) encontraron que el 40% ha asistido más de 6 veces a la feria, el 42% va acompañado con su familia lo cual representa una fidelización del mercado, destacando la apreciación de los consumidores frente al cobro en la entrada al recinto ferial, en donde el 19% de los encuestados no están de acuerdo, por considerarse alto. Por su parte en la Feragro Amazonas, resalta la actividad, por el incremento de ventas (García, 2015). Sin embargo, sería importante realizar una investigación para el

grado de satisfacción que tienen los productores y consumidores de la Feragro Amazonas frente a la entrada que les cobran para poder ingresar y adquirir los productos o servicios que se ofrece.

## CONCLUSIONES

La Feragro Amazonas ha logrado que los productores incrementen sus ventas en un 58%, además de insertarse y posicionarse en nuevos mercados, y brindar el reconocimiento para su producto, la mayor parte de ellos se dedican a la artesanía, la ganadería, la agricultura, y mayormente obtienen fondos de Procompite y Sierra Norte para mejorar la calidad de sus productos, ellos venden sus productos principalmente en mercados locales y en ferias, por lo que explica que la Feragro Amazonas 2019 contribuye de manera positiva significativa en el nivel socioeconómico de los productores, ya que mejora sus niveles de venta, logran ser más reconocidos y pueden acceder a fondos con más facilidad. Luego de investigación realizada se llega a aceptar la hipótesis que mencionaba que la Feragro Amazonas 2019 tiene un impacto positivo en la sociedad debido a que el 49% de ellos considera que la feria es buena por los diversos productos que ofrece, además porque contribuye al negocio local pues muchos de ellos compraron productos confines de negocios.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcoba, D., & Caballero, L. (2011). *Del productor al consumidor Apuntes para el análisis de las ferias y mercados de la Agricultura Familiar en Argentina* (INTA ed.). Argentina.
- Alcalde Curay, H. (2019). *Información de los antecedentes de la FERAGRO, presupuesto del evento y el comité organizador*. Chachapoyas: Dirección Regional Agraria.
- Barria, K., Vera, B., & Cortes, M. (2008). *Caracterización socioeconómica y productiva de un grupo de agricultores de Chiloé adscritos al programa Plantel Animal Bajo Control Oficial*. *Agro Sur*, 21.
- Bonilla, K. (2011). *Estudio socioeconómico sobre el impacto que genera el centro de acopio de arroz cristo rey de la parroquia Charapotó del Canton Sucre*. Obtenido de estudio socioeconómico sobre el impacto que genera el centro de acopio de arroz cristo rey de la parroquia Charapotó del Canton Sucre:  
<http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/43/1/Bonilla%20Loor%20Karen%20Fernanda.pdf>
- Busso, M. (2011). *Las ferias comerciales también un espacio de trabajo y socialización. Aportes para su estudio* *The market places also a work and socialization space. Contributions for its study*. *Trabajo y Sociedad*, XV(16), 105–123.

- 
- Carreras Rios, F. D., y Wesz Junior, V. J. (2020). Agricultura familiar campesina y cadenas cortas agroalimentarias: La Feria Municipal de Yuty – Caazapá (Paraguay). *Interações (Campo Grande)*, 903–914. <https://doi.org/10.20435/inter.v21i4.2815>
- Flores, R. R. (2017). diagnostico participativo de os factores influyentes en el desarrollo agropecuario de la comunidad campesina de bellavista del distrito de Sacabamba Tayajaca-Huancavelica. Obtenido de diagnóstico participativo de os factores influyentes en el desarrollo agropecuario de la comunidad campesina de bellavista del distrito de Sacabamba Tayajaca-Huancavelica.
- Guevara Zarraga, M. E. (2015). La feria regional del queso Cotija: el impacto sociocultural de un proyecto de investigación entre productores rurales. Obtenido de <http://wdg.biblio.udg.mx/politicasdepublicacion.php>
- Humblocho. (2012). “El Turismo y su Impacto Socio Económico en el Distrito de Leymebamba-Provincia de Chachapoyas-Región Amazonas”. Amazonas.
- INEGI. (2003-2007). Sistema de Cuentas Nacionales de México. Cuenta Satélite de turismo de México. México: Books.
- La República. (2020). Impacto de las ferias. Obtenido de Impacto de las ferias: <https://www.larepublica.co/analisis/luis-felipe-gomez-restrepo-2524772/impacto-de-las-ferias2951436>
- Lorenzo, A., Castellano, L., & Alvarez, B. (2004). “Impacto Económico del Turismo en las Regiones Mexicanas”. Obtenido de <https://n9.cl/07ia8>
- MINCETUR. (2019). Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. pág. [https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/estadisticas/ReporteTurismoRegional/RTR\\_.](https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/estadisticas/ReporteTurismoRegional/RTR_.)
- Ministerio de Agricultura. (2006). Resolución Ministerial N° 0650-2006-AG. Obtenido de Resolución Ministerial N° 0650-2006-AG: <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/R.M.N%C2%B0%200650-2006-AG,%20Aprueban%20Reglamento%20de%20Ferias%20y%20Eventos%20Agropecuarios.pdf>
- Ministerio de Agricultura. (2007). Instituto de Investigación de Agraria. Obtenido de Instituto de Investigación de Agraria.

- Monterrubio Cordero, J. C., Mendoza Ontiveros, M. M., & Luque Guerrero, A. (2010). Impactos Sociales de la Feria Internacional del Caballo en México. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 19(6), 1090–1104. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180717577012>
- Ordoñez. (2012). "Impacto Turístico para la generación de empleo en el Distrito de Huancas". Amazonas, Perú.
- Ornés. (2013). "La gestión pública del turismo en el distrito metropolitano de caracas. Fortalezas, debilidades y nuevos desafíos". <http://revistas.uach.cl/pdf/gestur/n12/art04.pdf>.
- Pazzi, A. (2009). Sector agropecuario y desarrollo rural. El caso del valle Bonaerense del Rio Colorado (Argentina). Obtenido de Sector agropecuario y desarrollo rural. El caso del valle Bonaerense del Rio Colorado (Argentina): <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8817/Final.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Peralta. (2018). en su tesis: "Turismo y Crecimiento Económico: Un Análisis Empírico del Impacto del Turismo Receptivo en la Economía Peruana en el Periodo 2004-2015". Lima-Perú.
- Peñaloza, V., Denegri, M., & Gerhard, F. (2015). ¿Vamos a la feria? Un estudio sobre las motivaciones para frecuentar las ferias libres. *Pensamiento & Gestión*, 38, 16–32. <http://dx.doi.org/10.14482/pege.37.7020>
- Pinos, M., & Gutiérrez, A. (2016). Propuesta metodológica para la evaluación de ferias agrícolas como producto turístico. Caso de estudio Feria Agroturística San Jacinto de Balzar, provincia del Guayas – Ecuador. Obtenido de Caso de estudio Feria Agroturística San Jacinto de Balzar, provincia del Guayas – Ecuador: <https://www.revistaespacios.com/a17v38n19/a17v38n19p14.pdf>
- Pro México. (2010). Como participar con éxito en ferias y exposiciones internacionales. Obtenido de Como participar con éxito en ferias y exposiciones internacionales: <https://www.atpmeetings.com/Como%20Participar%20con%20Exito%20en%20Ferias%20y%20Exposiciones%20Internacionales.pdf>
- Quistan, E., & Inuma, U. E. (2017). Desarrollo de estrategia comercial para el desarrollo económico de la asociación de productores de panela de Cocachimba, región Amazonas, año 2017. Obtenido de desarrollo de estrategia comercial para el desarrollo económico de la asociación de productores de panela de Cocachimba, región Amazonas, año 2017: <http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/1399/Quistan%20Bautista%20->

---

%20Inuma%20Pizango.pdf? sequence=1&isAllowed=y

Revista Andina. (2016). Feragro impulsará turismo, ganadería y agricultura desde Chachapoyas.

Obtenido de Feragro impulsará turismo, ganadería y agricultura desde Chachapoyas:

<https://andina.pe/Agencia/noticia-feragro-impulsara-turismo-ganaderia-y-agricultura-desdechachapoyas-618741.aspx>

Sistema de información de precios y abastecimiento del sector agropecuario [SIPSA] (2013). Insumos y factores asociados a la producción agropecuaria. Obtenido de Insumos y factores asociados a la producción agropecuaria:

[https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/sipsa/insumos\\_factores\\_de\\_produccion\\_mayo\\_2013.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/sipsa/insumos_factores_de_produccion_mayo_2013.pdf)

Tolavi Soruco, I. (2020). Variables Relacionadas Con Innovación En Ferias Internacionales En Bolivia.

Investigación & Negocios, 13(21), 86. <https://doi.org/10.38147/invneg.v13i21.85>

Ticla Rafael, C. (2016). Congreso de la Republica. Obtenido de Proyecto de ley que promueve el fortalecimiento de ferias agropecuarias en zonas rurales:

[http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016\\_2021/Proyectos\\_de\\_Ley\\_y\\_de\\_Resoluciones\\_Legislativas/PL0066220161122.pdf](http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016_2021/Proyectos_de_Ley_y_de_Resoluciones_Legislativas/PL0066220161122.pdf)

Ugarrisa, S. (2009). Terminología comercial agropecuaria. Obtenido de Terminología comercial agropecuaria:

<https://books.google.com.pe/books?id=a9BuV1CEz3IC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>.