

EXPOARTESANÍAS 2004

REPORTE FINAL INFORME DE RESULTADOS DE MONITOREO Y SEGUIMIENTO A LAS VENTAS , Y OPINIONES DE VISITANTES Y EXPOSITORES



E.I. CONSULTORES LTDA.

Economistas e Ingenieros Consultores

Transversal 38 No. 101A-48 Oficina 503

Tel: 6354828 – 6368300 Telefax: 6354808 E-mail: libmont@colomsat.net.co

Bogotá, Enero de 2005



Tabla De Contenido

INTRODUCCIÓN

1. INFORME DE VENTAS EN EXPOARTESANÍAS 04

1.1. Comparativo De Ventas 1997-2004

1.2. Áreas De Mayores Ventas En Expoartesanías 04

1.3. Relación de Ventas por Técnica Artesanal.

1.4. Comparativo de Ventas Por Técnica 2003-2004

2. RESULTADOS DE LA ENCUESTA DE OPINIÓN APLICADA A VISITANTES DE EXPOARTESANÍAS 04

2.1. Preferencias en las compras de artesanías

2.2. Uso De Los Objetos Artesanales Que Adquieren Los Visitantes

2.3. Evaluación A Los Precios De Las Artesanías En Expoartesanías

2.4. Características De Las Artesanías Que Tienen En Cuenta Los Compradores

2.5. Expoartesanías Y Los Medios De Comunicación

2.6. Motivo De Asistencia A La Feria

2.7. Caracterización Del Encuestado

2.8. Nivel Promedio De Ingresos

2.9. Porcentaje de encuestados que realizaron compras en Expoartesanías

2.10 Valor Promedio De Las Compras Por Parte De Los Visitantes A Expoartesanías

2.11 Calificación A Las Facilidades De Corferias Por Parte De Los Encuestados

2.12 Conocimiento del C-fiel de Corferias

2.13. Tendencias de la demanda teniendo en cuenta la ocupación del comprador y sus preferencias por un tipo de artesanía



2.14. Tendencias de la demanda teniendo en cuenta el nivel de ingreso del comprador y sus preferencias por un tipo de artesanía

3. RESULTADOS DE LA ENCUESTA A EXPOSITORES

3.1. Caracterización Del Expositor

3.2. Características De Los Productos Y La Producción.

3.3. Participación En Ferias

3.4. Investigación Y Desarrollo

3.5. Exportaciones

3.6. Valoración De Expectativas De Participación En Expoartesanías

4. ANEXO ESTADÍSTICO

INTRODUCCIÓN

El presente documento contiene el Reporte de los resultados obtenidos en el proceso de monitoreo y seguimiento a las ventas diarias de EXPOARTESANÍAS; las opiniones de los visitantes sobre temas relacionados con sus preferencias de compra, uso de los objetos artesanales, características del producto que son tenidas en cuenta en el momento de hacer la decisión de compra, valor promedio de las compras realizadas y la opinión sobre las facilidades de Corferias; y la opinión de los expositores artesanos sobre temas relacionados con la producción y comercialización de sus artesanías.

La información recolectada y procesada por EI CONSULTORES Ltda. se presenta en 3 capítulos así:

En el Capítulo 1 se presenta la información de ventas del evento, los comparativos de ventas con eventos anteriores y un análisis de ventas por áreas, que permiten evaluar las áreas más vendedoras de EXPOARTESANÍAS 04 y por técnicas.

En el Capítulo 2 se presentan los resultados de la encuesta aplicada a visitantes de EXPOARTESANÍAS 04 tendiente a establecer una caracterización del visitante, gustos por tipos de artesanías, determinantes en el momento de hacer la decisión de compra, opiniones sobre el evento y promedio de compras en el mismo.

En el Capítulo 3 se presenta el resultado de la encuesta aplicada a los expositores tendiente a caracterizar el expositor, sus productos y forma de producción, ingresos y gastos, comercialización, vínculos exportadores, participación en ferias, valoración de expectativas de participación en EXPOARTESANÍAS 04 y calificación a la organización del evento.



En un Anexo Estadístico, presentado en medio magnético se incluyen los archivos de soporte, con informes detallados de ventas por expositor, por pabellón, por área, por técnica y archivos específicos con información sobre expositores exportadores y productos líderes de ventas para los expositores.



1. INFORME DE VENTAS EN EXPOARTESANÍAS 04

Las ventas totales de EXPOARTESANÍAS 04, realizada del 7 al 19 de diciembre de 2004, de acuerdo con informe diario de ventas reportado por los expositores, fueron de \$ 8.780.994.607, incrementándose en un 9% en relación con las ventas del 2003, a precios corrientes, que fueron del orden de \$8.058.8 millones de pesos, haciendo la anotación que en EXPOARTESANÍAS 04 se tuvo un día menos de evento ferial en relación con el 2003.

1.1. Comparativo De Ventas 1997-2004

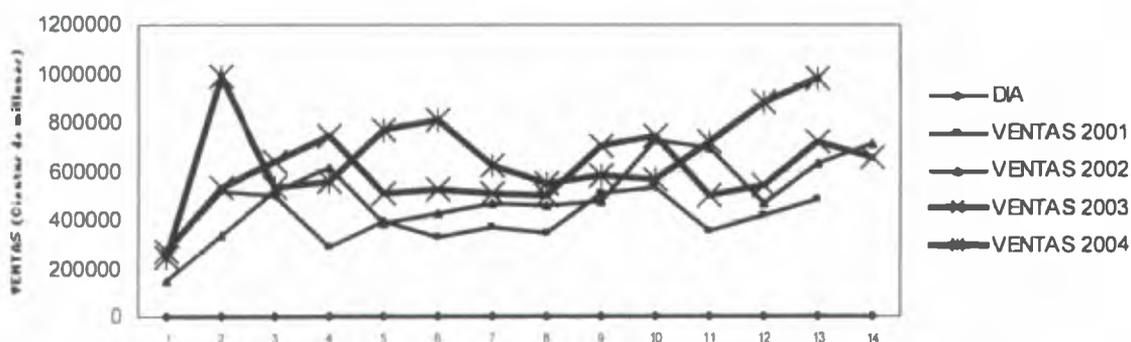
COMPARATIVO DE VENTAS EXPOARTESANÍAS 1997 - 2004								
TABLA DE VENTAS (MILES DE PESOS)								
DIA	VENTAS 1997	VENTAS 1998	VENTAS 1999	VENTAS 2000	VENTAS 2001	VENTAS 2002	VENTAS 2003	VENTAS 2004
1	72.680	98.933	304.394	116.104	273.132	150.091	272.896	246.019
2	134.869	139.088	152.254	469.315	518.275	338.000	528.372	984.219
3	264.945	271.737	214.390	400.109	495.126	514.746	638.797	528.048
4	335.246	338.030	349.212	396.527	288.039	614.442	739.655	553.144
5	169.842	146.897	408.202	267.203	388.614	383.756	502.179	770.470
6	171.857	164.626	207.160	302.784	324.126	420.788	519.041	810.785
7	202.278	181.199	241.751	342.168	363.497	465.158	506.036	618.379
8	222.936	207.389	249.094	334.793	339.541	460.085	501.725	545.453
9	247.735	267.623	314.793	386.412	509.577	472.236	704.228	581.856
10	357.751	390.762	300.926	577.996	532.213	730.042	742.323	567.190
11	356.269	435.016	444.453	526.588	350.775	695.358	495.367	714.535
12			452.537		419.030	466.752	540.850	880.057
13					484.089	632.037	716.799	980.839
14						707.658	650.574	
Total	2.536.408	2.641.300	3.639.167	4.120.000	5.286.034	7.051.150	8.058.842	8.780.994



En este cuadro comparativo de ventas de 1997 a 2004 se evidencia el crecimiento y afianzamiento de EXPOARTESANIAS como el principal canal de comercialización de los artesanos colombianos, quienes en este evento venden su producción en un nicho de mercado ya ampliamente consolidado en el sector artesanal .

El grafico siguiente muestra, el registro de las ventas diarias durante la realización del evento ferial del 2001 al 2004.

COMPARATIVO DE VENTAS EXPOARTESANIAS 2001-2004
Precios corrientes



1.2. Áreas De Mayores Ventas En Expoartesánias 04

En el año 2004 EXPOARTESANÍAS organizo la exposición por áreas temáticas, y no por materiales con los cuales se elaboran las artesanías como había sido lo tradicional. Este cambio tuvo gran acogida entre el público visitante y los expositores, pues signifioco una mayor facilidad para el comprador para identificar las áreas de su interés en determinado tipo de artesanía.

En el siguiente cuadro se presenta la organización que se dio por Áreas temáticas, el tipo de material con que se elaboraron las Artesanias ofrecidas por los expositores en cada área y el número de expositores por área y material.



NUMERO DE STANDS DE ÁREAS POR MATERIALES		
ÁREA	MATERIAL	Nº
Mesa y Cocina	Cerámica	32
	Fibras Vegetales	30
	Madera	35
	Metales	8
	Vidrio	5
Internacional	Internacional	23
Moda y Accesorios	Accesorios	15
	Cuero	16
	Fibras Vegetales	22
	Jabones	3
	Joyería	43
	Textiles	68
	Cerámica	3
Juguetes	Madera	25
	Textiles	10
Instrumentos Musicales	Instrumentos Musicales	11
Institucional	Institucional	16
Figuras Decorativas	Cerámica	18
	Fibras vegetales	4
	Madera	17
	Metales	9
	Papel	17
	Replicas	2
	Textiles	7
Accesorios Para Decoración	Cerámica	18
	Cuero	6
	Fibras vegetales	14
	Madera	41
	Metales	10
	Piedra	6
	Replicas	4
	Textiles	38
	Velas	6
Vidrio	5	
Iluminación	Cerámica	1
	Fibras vegetales	4
	Madera	5
	Metales	3
	Papel	4
	Textiles	1
	Vidrio	6
Mobiliario	Piedra	1



	Fibras vegetales	8
	Madera	15
	Metales	5
	Vidrio	3
Indígenas y comunidades afrocolombianas	Cerámica	39
	Fibras vegetales	19
	Madera	22
Bocados típicos	Bocados típicos	29

Las ventas por áreas fueron las siguientes:

EXPOARTESANÍAS 04 - VENTAS POR ÁREAS	
ÁREAS	TOTAL
Mesa Y Cocina	\$ 1.027.598.642
Internacional	\$ 373.591.087
Moda Y Accesorios	\$ 2.512.312.387
Juguetes	\$ 383.998.417
Instrumentos Musicales	\$ 122.339.729
Figuras Decorativas	\$ 750.458.427
Accesorios Para Decoración	\$ 1.836.230.404
Iluminación	\$ 242.701.031
Mobiliario	\$ 471.284.666
Indígenas y Afrocolombianos	\$ 613.703.773
Bocados Típicos	\$ 219.909.574
Institucionales	\$ 226.866.470
TOTAL	\$ 8.780.994.607

Las mayores ventas se presentan en el área de Moda y Accesorios con \$2.512,3 Millones de Pesos, seguidas por las ventas de Accesorios para Decoración con \$1.836,2 Millones de Pesos y Mesa y Cocina con \$1.027,5 Millones de Pesos.

Es significativo el monto de las ventas del área Indígena y Afrocolombiana: \$613,7 Millones de pesos.



1.3. Relación de Ventas por Técnica Artesanal.

No.	TÉCNICA	VENTAS
		TOTAL
1	Accesorios	\$ 256.824.566
2	Bocados típicos	\$ 219.909.574
3	Cerámica	\$ 954.690.536
4	Cuero	\$ 277.004.734
5	Fibras Vegetales	\$ 827.447.700
6	Institucional	\$ 226.866.470
7	Instrumentos Musicales	\$ 122.339.729
8	Internacional	\$ 373.591.087
9	Jabones	\$ 28.352.924
10	Joyería	\$ 746.585.900
11	Madera	\$ 1.658.192.632
12	Metales	\$ 495.538.574
13	Papel	\$ 189.427.007
14	Piedra	\$ 106.230.860
15	Replicas	\$ 80.331.157
16	Textiles	\$ 1.924.018.529
17	Velas	\$ 83.946.821
18	Vidrio	\$ 209.695.809
TOTAL		\$ 8.780.994.607

Por técnica, las mayores ventas se presentan en textiles, con ventas de \$1.924 Millones; las maderas con ventas de \$1.658,1 Millones y las Cerámicas con ventas de \$954,6 Millones son las de mayores ventas en Expoartesanías 04, seguidas por las ventas de Fibras Vegetales con \$827,4 Millones y joyería con \$746,5 Millones.



1.4. Comparativo de Ventas Por Técnica 2003-2004

En el cuadro siguiente se presenta un comparativo de ventas relacionadas por técnica, entre los años 2003 y 2004, utilizando las clasificaciones dispuestas por Expoartesanías para los eventos cada uno de estos años.

Comparativo de Ventas Por Técnica EXPOARTESANÍAS 2003-2004			
	2003	2004	
TÉCNICA	Ventas	Ventas	Variación
	TOTAL	TOTAL	
Accesorios	\$ 174.411.700	\$ 256.824.566	47%
Bocados Típicos	\$ 341.177.250	\$ 219.909.574	-36%
Cerámica	\$ 782.975.165	\$ 954.690.536	22%
Cuero	\$ 260.318.074	\$ 277.004.734	6%
Fibras Vegetales	\$ 614.706.500	\$ 827.447.700	35%
Iluminación	\$ 176.514.000	-	-
Institucional	\$ 67.457.100	\$ 226.866.470	236%
Instrumentos Musicales	\$ 102.746.000	\$ 122.339.729	19%
Internacional	\$ 213.077.339	\$ 373.591.087	75%
Jabones	-	\$ 28.352.924	-
Joyería	\$ 665.462.550	\$ 746.585.900	12%
Juguetes	\$ 380.589.000	-	-
Madera	\$ 1.297.937.650	\$ 1.658.192.632	28%
Metales	\$ 367.828.650	\$ 495.538.574	35%
Papel	\$ 139.937.700	\$ 189.427.007	35%
Piedra	\$ 81.268.000	\$ 106.230.860	31%
Productos Cosméticos	\$ 124.862.000	-	-
Replicas	-	\$ 80.331.157	-
Tela Encola	\$ 44.475.000	-	-
Textiles	\$ 1.495.842.850	\$ 1.924.018.529	29%
Velas	\$ 82.356.000	\$ 83.946.821	2%
Vidrio	\$ 134.214.000	\$ 209.695.809	56%
Indígenas	\$ 510.685.600	-	-
	\$ 8.058.842.128	\$ 8.780.994.607	9%



En este comparativo se destacan: el incremento del 35% en las ventas de artesanías trabajadas con fibras vegetales; el 29% en las ventas de textiles y 28% en maderas por su significado en el volumen de ventas.

Otras técnicas que incrementaron sus ventas de manera importante fueron: Vidrio, 56%; Accesorios, 47% Metales, 35%; Papel, 35% y Piedra 31%.

Disminuciones significativas solo observan en Bocados Típicos, -36%.

Los stands denominados institucionales incrementaron sus ventas en 236%, pasando sus ventas de \$67,4 Millones en el 2003 a \$226,8 Millones en el 2004; las ventas de los stands internacionales se incrementaron en un 75%.

Es de anotar que este comparativo se hace con parámetros de clasificación de técnicas que no son iguales de 2003 a 2004, sin embargo es un indicador de la evolución de ventas por técnica en Expoartesanías. Los Parámetros de clasificación utilizados tanto para el 2003 como para el 2004 fueron definidos por la Organización de Expoartesanías.



2. RESULTADOS DE LA ENCUESTA DE OPINIÓN APLICADA A VISITANTES DE EXPOARTESANÍAS 04¹

Para la caracterización y conocimiento de las opiniones de los visitantes a Expoartesanías en temas relacionados con sus preferencias de compra, uso de los objetos artesanales, características del producto que son tenidas en cuenta en el momento de hacer la decisión de compra, valor promedio de las compras realizadas y su opinión sobre las facilidades de Corferias, se diseñó una encuesta que se aplicó a lo largo del desarrollo de Expoartesanías a 1000 de los 100.000 visitantes.²

Los resultados obtenidos son los que se presentan a continuación:

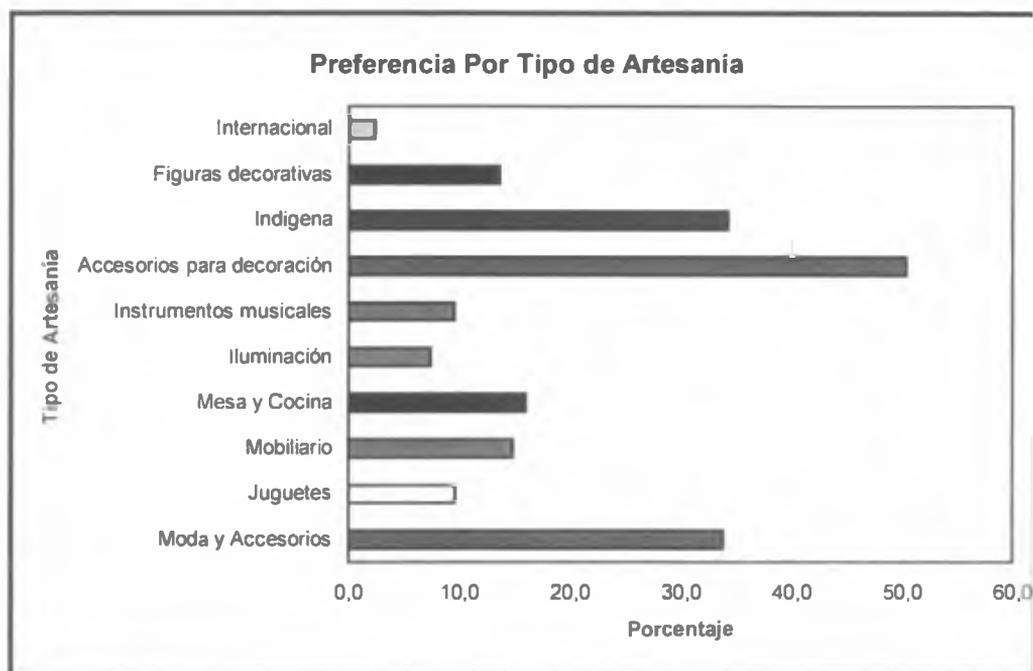
2.1. Preferencias en las compras de artesanías

Los visitantes definieron sus preferencias en el momento de comprar por el siguiente tipo de artesanía:

Tipo de artesanía	%
Moda y Accesorios	33,8
Juguetes	9,6
Mobiliario	14,8
Mesa y Cocina	16,0
Iluminación	7,4
Instrumentos musicales	9,5
Accesorios para decoración	50,3
Indígena	34,2
Figuras decorativas	13,6
Internacional	2,3

¹ Ficha Técnica de la Encuesta: 1.000 encuestas aplicadas a 1.000 visitantes de los 100.000 registrados, utilizando la técnica de muestreo simple aleatorio, interceptando personalmente al encuestado. Error muestral calculado: +/-3.1.

² Copia del formulario de encuesta se incluye en el anexo estadístico.



2.2. Uso De Los Objetos Artesanales Que Adquieren Los Visitantes

a. Usos prácticos en el hogar :

Los usan en :	%
La sala	40
La mesa	17,3
La alcoba	17,7
El jardín	4,9
El estudio	7,2
El baño	4,1
La cocina	17,3

Los usos preferidos de los objetos artesanales en el hogar son para la sala (40%), la alcoba (17.7%), la mesa (17.3%) y la cocina (17.3%).



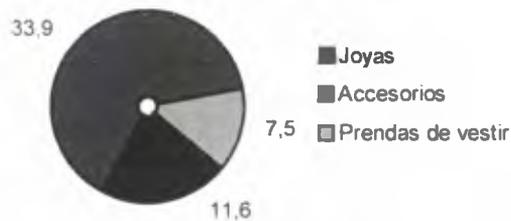
Usos Prácticos en el Hogar



b. Uso personal

Uso Personal	%
Joyas	11,6
Accesorios	33,9
Prendas de vestir	7,5

Uso Personal



Los accesorios emergen como una línea de gran aceptación en las artesanías destinadas al uso personal.



c. Regalos

De los encuestados un 47.9% valoran las artesanías como objetos de regalo, muy apropiados además para las fechas en que se celebra EXPOARTESANÍAS que coinciden con la temporada navideña.

d. Para decoración

De la muestra de visitantes encuestada un 28.8% considera las artesanías como objetos decorativos y ese es el uso que prefiere darle.

e. Para usos prácticos en la oficina

Solo un 3.0% de los encuestados encuentra las artesanías como elementos apropiados para ser utilizados de manera práctica en la oficina.

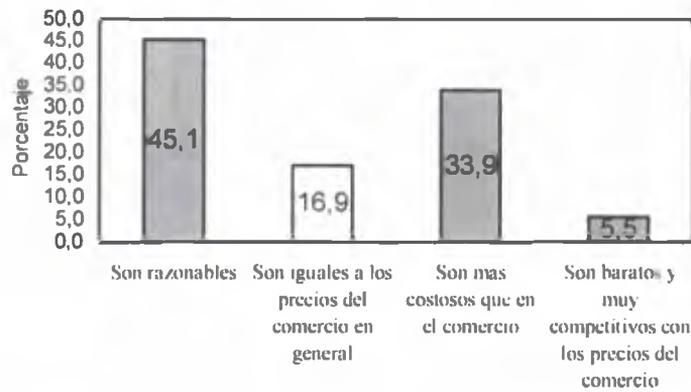
2.3. Evaluación A Los Precios De Las Artesanías En Expoartesanías

Cuando se le pidió a los encuestados comparar los precios de las artesanías en EXPOARTESANÍAS, en relación con los precios de las artesanías en el comercio, la respuesta obtenida fue la siguiente:

Opinión sobre los precios en EXPOARTESANÍAS	%
Son razonables	45,1
Son iguales a los precios del comercio en general	16,9
Son mas costosos que en el comercio	33,9
Son baratos y muy competitivos con los precios del comercio	5,5



Opinión Sobre Los Precios En Expoartesanías



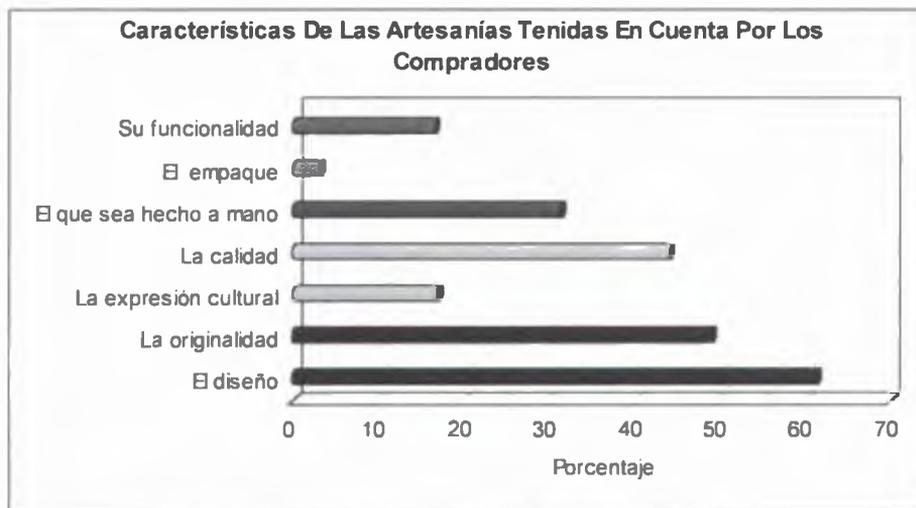
Es importante destacar el 33.9% de los encuestados que encuentran los precios de Expoartesanías mas costosos que en el comercio en general, pues esta indicando una posición critica que puede revertir en disminución de la demanda de la producción artesanal que se presenta anualmente en Expoartesanías, si se extiende la idea que los precios no son competitivos con el comercio en general. Hay que tener en cuenta que Expoartesanías se ha consolidado como un nicho de mercado con características calidad, belleza y expresión cultural con buen precio, perfil que no puede dejarse desdibujar.

2.4. Características De Las Artesanías Que Tienen En Cuenta Los Compradores

Cuando se les pide a los encuestados que precisen que características son las que tiene en cuenta en el momento de tomar la decisión de comprar un determinado objeto artesanal, las respuestas obtenidas entre los encuestados fueron las siguientes:



Característica	%
El diseño	61,4
La originalidad	49,1
La expresión cultural	16,9
La calidad	44,2
El que sea hecho a mano	31,4
El empaque	3,1
Su funcionalidad	16,6



Los encuestados valoran en gran medida el diseño de la artesanía, seguida de la originalidad del artefacto y su calidad. Son estos los elementos que mas pesan en el momento de hacer la decisión de compra, junto con el reconocimiento al que sea un objeto hecho a mano.

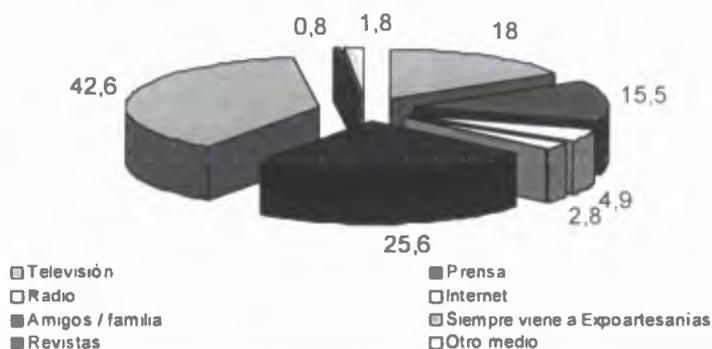
2.5. Expoartesanías Y Los Medios De Comunicación

Los encuestados identificaron los siguientes medios por medio de los cuales se enteraron de la realización de Expoartesanías:



Medio	%
Televisión	18
Prensa	15,5
Radio	4,9
Internet	2,8
Amigos / familia	25,6
Siempre viene a Expoartesaniás	42,6
Revistas	0,8
Otro medio	1,8

Medios de Comunicación Por Los Cuales Se Enteró de Expoartesaniás



El 42.6% de los encuestados manifiestan que siempre asisten a Expoartesaniás constituyendo un importante núcleo de asistentes que puede considerarse el nicho de mercado cautivo del evento.

La red de comunicación intra familiar y amigos es otro importante vehículo de promoción de Expoartesaniás. Por eso es importantísimo no permitir que trascienda la idea que Expoartesaniás está manejando precios más costosos que en el comercio en general, por la efectividad de estas redes de comunicación.



intrafamiliar y de amistad que podrían en un momento incidir en una decisión de no asistir al evento por que los precios están muy caros.

2.6. Motivo De Asistencia A La Feria

Motivo de asistencia	%
Comprador mayorista	1,7
Comprador minorista	44,6
Para comprar regalos	39,6
Visitante	29,5
Representante de almacén de cadena	0,5



Los encuestados confirman el perfil de Expoartesanías de la mayor feria vendedora minorista de artesanías en el país con un característica muy propia que es un evento que el visitante aprovecha para compra de sus regalos navideños.

2.7. Caracterización Del Encuestado

Los encuestados fueron en un 37.8% hombres y 62.2% mujeres, de los cuales el 81.2% ya habían venido en años anteriores a Expoartesanías.



Por ocupación se distribuyen de la siguiente manera:

OCUPACIÓN			
Ocupación	Frecuencia	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Empleado Particular	355,0	35,5	35,5
Estudiante	169,0	16,9	52,5
Hogar	65,0	6,5	59,0
Jubilado	50,0	5,0	64,0
Empleado del Gobierno	123,0	12,3	76,3
Trabaja por Cuenta Propia	229,0	22,9	99,2
Sin Ocupación	7,0	0,7	99,8
Otro	2,0	0,2	100,0
Total	1000,0	100,0	



El 35.5% manifestó ser empleado de empresas del sector privado, 22.9% dijo trabajar por cuenta propia, un significativo 16.9% dijo ser estudiante, 12.3% empleado del gobierno, 6.5% se dedica al hogar, 5% dijo estar jubilado. El 0.7% manifestó estar desocupado.



2.8. Nivel Promedio De Ingresos

INGRESOS:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	< 358.000	115	11,5	11,6	11,6
	358.001-716.000	99	9,9	9,9	21,5
	716.001-1.074.000	115	11,5	11,6	33,1
	1.074.001-2.148.000	218	21,8	21,9	55,0
	2.148.000>	208	20,8	20,9	75,9
	NO SABE / NO RESPONDE	240	24,0	24,1	100,0
	Total	995	99,5	100,0	
Perdidos	Sistema	5	,5		
Total		1000	100,0		

El 20.8% de los encuestados manifestó que tenía ingresos superiores a \$2.148.000 (mas de 6 SMLV de 2004). El 24% no quiso responder la pregunta, actitud que en este tipo de encuesta corresponde generalmente a personas que no quieren dejar conocer su nivel superior de ingresos. El 21.8% dijo tener ingresos entre \$ 1.074.001 y 2.148.000 (entre 3 y 6 SMLV). Confirmando este resultado el buen nivel de ingresos de los visitantes a Expoartesanías.

2.9. Porcentaje de encuestados que realizaron compras en Expoartesanías

Cuando se le pidió a los encuestados que precisaran si habían realizado compras en su visita a Expoartesanías la respuesta obtenida fue la siguiente:

Si: 85.8%

No: 14.2%



Las razones expuestas para no comprar fueron las siguientes:

POR QUE NO HIZO COMPRAS?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	865	86,5	86,5	86,5
ACABA DE LLEGAR	2	,2	,2	86,7
BUSCANDO	1	,1	,1	86,8
CONTACTOS	1	,1	,1	86,9
COSTOSO	13	1,3	1,3	88,2
ESTA ESPERANDO	2	,2	,2	88,4
INDECISA	2	,2	,2	88,6
LLEGO HACE POCO	14	1,4	1,4	90,0
MAS TARDE	2	,2	,2	90,2
NADA LE LLAMA LA ATENCION	5	,5	,5	90,7
NO ENCONTRO NADA	3	,3	,3	91,0
NO HA VISTO NADA AUN	11	1,1	1,1	92,1
NO HA VIVISTO ALGO QUE LE GUSTE	2	,2	,2	92,3
NO LE GUSTA NADA	1	,1	,1	92,4
NO LE INTERESA NADA	1	,1	,1	92,5
NO PUEDE	1	,1	,1	92,6
NO TIENE DINERO	16	1,6	1,6	94,2
OBSERVANDO	57	5,7	5,7	99,9
VINO SOLO	1	,1	,1	100,0
Total	1000	100,0	100,0	

Si se toma en cuenta que un 2.3% de estas respuestas están indicando que posteriormente a la aplicación de la encuesta muy probablemente se harán las compras por parte de estos encuestados, se puede concluir que el 88.1% de los visitantes realizan compras en Expoartesanías y un 11.9 no realiza compras.

2.10. Valor Promedio De Las Compras Por Parte De Los Visitantes A Expoartesanías

El valor promedio de las compras manifestado por los encuestados fue de **\$258.421.**



La mediana, medida de tendencia central, es de \$ 150.000.

La moda: \$ 100.000.

Agrupando las respuestas sobre el valor promedio de las compras realizadas por los encuestados se tienen los siguientes rangos:

VALOR PROMEDIO DE LAS COMPRAS 2

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1-20.000	52	5,2	6,1	6,1
	20.001-50.000	133	13,3	15,7	21,8
	50.001-80.000	62	6,2	7,3	29,2
	80.001-100.000	131	13,1	15,5	44,6
	100.001-150.000	71	7,1	8,4	53,0
	150.001-200.000	126	12,6	14,9	67,9
	200.001-300.000	94	9,4	11,1	79,0
	300.001>	178	17,8	21,0	100,0
Total		847	84,7	100,0	
Perdidos	Sistema	153	15,3		
Total		1000	100,0		

Es bien importante observar que el 21.8% de las compras corresponden al rango de \$1-\$50.000, extrapolando con la cifra de ventas de \$ 8.515.330.000, se puede afirmar que en ventas de hasta \$50.000 los artesanos expositores vendieron la suma de \$1.856 millones de pesos, que es altamente significativa por ser ventas minoristas con gran contenido social.

También es de resaltar que el 21% de los visitantes realizan compras por valores superiores a \$300.001 y que el 11.1% realizan compras en un rango de \$200.001 a \$300.000, en conjunto estos rangos suman el 32.1%, identificando un importante segmento de población comprador de artesanías que debe ser tenido en cuenta en la promoción y venta del evento para asegurar e incrementar su asistencia.





Haciendo este análisis con cubos OLAP (Siglas del Inglés On Line Analytic Processing, "Procesamiento Analítico Interactivo") se encuentra que este segmento de población esta compuesto por hombres y mujeres, trabajadores por cuenta propia y empleados particulares, con ingresos entre 3 y 6 Salarios Mínimos Legales Vigentes a 2004 (\$1.074.000 a \$ 2.148.000) y mas de 6 SMLV, es decir mas de \$2.148.000.³

2.11. Calificación A Las Facilidades De Corferias Por Parte De Los Encuestados

Las facilidades de Corferias fueron calificadas por los encuestados de la siguiente manera:

SERVICIO /CALIFICACIÓN %	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO	NO LO CALIFICA
Seguridad	31.5	63.4	1.7	0.5	2.9
Parqueaderos	12.8	42.8	8.2	3.7	32.5
Restaurantes	13.9	51.9	10.5	1.5	22.2
Baños	20.4	55.9	7.4	1.7	14.6
Señalización	20.8	65.6	9.1	2.0	2.5
Cajeros	11.8	38.1	14.2	5.8	30.0
Auditorio	7.0	26.9	2.1	0.4	62.7
Teléfonos	10.9	39.2	3.9	1.3	44.6
Sonido	18.0	64.1	8.2	2.3	7.4
Guías	11.7	34.3	8.3	9.7	35.9
Stands/ Módulos	46.7	49.9	2.2	0.2	1.0
Organización	47.0	40.9	2.1	0.2	0.8
Eventos Culturales	26.4	37.1	6.1	2.2	28.2

De esta calificación pueden deducirse algunas consideraciones relacionadas con las facilidades del recinto ferial, la organización y desarrollo del evento:

³ En el Anexo Estadístico se presentan las bases de cálculo



1. Desde el punto de vista de seguridad la calificación es muy buena, 94.9% sumando excelente y bueno, lo que indica que las personas asistentes a Expoartesanías se sienten protegidas y seguras dentro del recinto ferial.
2. Los parqueaderos tienen una crítica constante por su precio, la calificación del 11.9% de regular y mala así parece confirmarlo. No es que los parqueaderos sean regulares o malos, es que los consideran costosos. Es de anotar que el 33.25% de los encuestados no los califican, y esto también puede estar asociado con que no los utilizan.
3. En relación con los restaurantes, estos reciben una buena calificación del 65.8%, sumando la calificación excelente y buena, y una regular calificación del 10.5%. El 22.2% no los califica, que podrían corresponder a visitantes que no usan esta facilidad de Corferias.
4. Los Baños reciben una buena calificación de parte del 76.3% de los encuestados.
5. La señalización del recinto ferial, también es bien calificada por parte de los visitantes encuestados. El 86.4% así lo manifiesta en la encuesta.
6. Los cajeros automáticos son bien calificados por el 49.9% de los encuestados, sin embargo, hay un significativo 14.2% que los califica como regulares y 5.8% como malos. Un 30% no los califica.
7. El auditorio no es calificado por el 62.7% y se explica esta calificación por que el visitante común a Expoartesanías no utiliza esta facilidad en su participación en el evento.
8. Un 44.6% no califica el servicio de teléfonos. Esto tiene explicación en el gran avance de la telefonía celular lo que hace innecesario el uso del servicio público de teléfonos para una buena parte de los encuestados.
9. El sonido recibe una buena calificación, con un 82.1% de aceptación por parte de los encuestados entre los que lo califican como excelente y bueno.



10. El servicio de guías recibe una buena calificación por parte del 50% de los encuestados, sin embargo un 35.9% de los encuestados no califica este servicio en razón a que no lo logran identificar dentro del recinto ferial.
11. La organización recibe un 87.9% de aprobación y los módulos de exhibición de los expositores un 96.6% de aceptación, ratificando el reconocimiento a la calidad en la organización y disposición del evento.
12. Los eventos culturales reciben una buena calificación por parte del 63.5% de los encuestados, sumando la calificación excelente y buena. Sin embargo un 28.2% de ellos no la califica.

2.12. Conocimiento del C-fiel de Corferias

A la pregunta que se le hizo a los encuestados si conocían el Club de fidelidad de Corferias, la respuesta obtenida fue un 17.6% que conocía el C-fiel y un 82.4% que manifestó no saber sobre este espacio de vinculación con Corferias.

Teniendo en cuenta este 17.6% que manifiesta reconocer el C-fiel y el 42.6% que dice que siempre asisten a Expoartesanías, se recomienda generar un mecanismo de mercadeo que reasegure la fidelidad de la asistencia de a Expoartesanías, puede ser entregando en Expoartesanías 05 un bono que permita un descuento a la asistencia de la siguiente feria, premiando así la fidelidad del visitante. Lo que se propone es la búsqueda de un mecanismo que capitalice la fidelidad que se observa entre un buen segmento de población que asistente anualmente a Expoartesanías.

2.13. Tendencias de la demanda teniendo en cuenta la ocupación del comprador y sus preferencias por un tipo de artesanía

Teniendo en cuenta que los encuestados mostraron marcada preferencia por los Accesorios para Decoración (50.3%), productos para Moda y Accesorios (33.8%) y



las Artesanías indígenas (34.2%), el siguiente análisis identifica entre quienes de los visitantes segmentados por su ocupación se genera este tipo de preferencias:

OCUPACIÓN	ACCESORIOS PARA DECORACIÓN	MODA Y ACCESORIOS	INDÍGENAS
	%	%	%
EMPLEADO PARTICULAR	37,8	36,3	33,6
ESTUDIANTE	13,8	24,6	20,8
HOGAR	6,8	5	3,6
JUBILADO	6	3,6	4,3
EMPLEADO DEL GOBIERNO	10,4	11,8	13,5
TRABAJA POR CUENTA PROPIA	24,1	17,5	23,8
SIN OCUPACIÓN	1,1	1,2	0,4
	100	100	100

Como se puede observar en este cuadro, las preferencias por un tipo de artesanías se distribuyen de manera muy parecida entre los grupos: Empleado Particular, Trabajador por cuenta propia, Estudiantes y Empleados del Gobierno.

Es claro que entre los estudiantes hay una fuerte preferencia por la moda y accesorios en relación con los accesorios para decoración.

La producción indígena despierta gran entusiasmo en todos los sectores ocupacionales que se traduce en un tercer lugar entre las preferencias por tipo de artesanía entre los encuestados.



2.14. Tendencias de la demanda teniendo en cuenta el nivel de ingreso del comprador y sus preferencias por un tipo de artesanía

Con el mismo criterio utilizado en el punto anterior, en el siguiente cuadro identifica entre quienes de los visitantes segmentados por su nivel de ingreso se generan preferencias por los 3 tipos de artesanías analizados: este tipo de preferencias:

NIVEL DE INGRESOS	ACCESORIOS PARA DECORACIÓN	MODA Y ACCESORIOS	INDÍGENAS
	%	%	%
< 358,000	8,2	14,7	11,3
358,001-716,000	8,5	10,5	8,4
716,001-1074,000	9,8	9,2	7,3
1,074,001-2,148,000	18,2	17,9	22,3
2,148,001>	25,1	18,3	19,7
No Sabe/No Responde	30,1	29,5	30,9

Es claro que en todos los niveles de ingreso se dan preferencias por estos tres tipos de artesanías, siendo significativo el mayor nivel de preferencia por los accesorios y decoración entre los segmentos poblacionales con mayores niveles de ingreso; y la amplia aceptación que tienen los objetos indígenas entre todos los niveles de ingreso.



3. RESULTADOS DE LA ENCUESTA A EXPOSITORES

Para la caracterización del expositor de EXPOARTESANÍAS 04 se aplicó una encuesta que fue respondida por 726 expositores, cuyas respuestas permiten establecer parámetros de conocimiento sobre la opinión de estos artesanos sobre temas como su participación en sistemas organizaciones, características de sus productos, materias primas utilizadas, exportaciones, comercialización y calificación y valoración de expectativas frente a EXPOARTESANÍAS.

3.1. Caracterización Del Expositor

3.1.1. Procedencia del Expositor

El 47.1% de los expositores participantes en EXPOARTESANÍAS 04 eran artesanos del Departamento de Cundinamarca, el 53.9% restante eran artesanos de todas las regiones colombianas, completando una autentica muestra de la producción artesanal nacional.⁴

En el Anexo Estadístico se presenta una relación de todos los expositores con la información detallada de su localización de acuerdo a los datos suministrados a la Organización de EXPOARTESANÍAS.

3.1.2. Características Generales Del Expositor

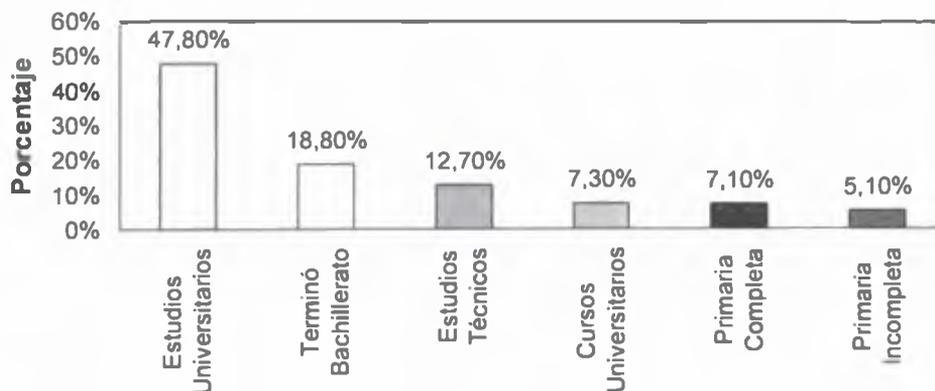
Los expositores asistentes a EXPOARTESANÍAS 04 presentan un alto nivel educativo: 47.8% tienen estudios universitarios, el 18.8% terminó bachillerato, 12.7% tienen estudios técnicos, 7.3% cursos universitarios, 7.1% la educación primaria completa, 5.1 % primaria incompleta y 1.2% ningún grado de educación.

⁴ Entre las encuestas recolectadas se incluyen las de 2 expositores Boliviano , 1 Venezolano, 1 Ecuatoriano.



Nivel Educativo	%
Estudios Universitarios	47,8%
Terminó Bachillerato	18,8%
Estudios Técnicos	12,7%
Cursos Universitarios	7,3%
Primaria Completa	7.1%
Primaria Incompleta	5.1%
Ningún Grado de Educación	1.2%

Nivel Educativo de los Expositores



3.1.3. Participación en Sistemas Organizacionales de Artesanos

Este grupo de artesanos, en un 31.0% pertenecen a algún tipo de organización de artesanos, lo que está indicando un bajo nivel de agremiación en la búsqueda de ventajas comparativas y economías de escala en sus procesos productivos. Esto se explica en razón a la tendencia al trabajo individual en el sector y a la poca confiabilidad que le dan a las organizaciones artesanales de acuerdo a los conceptos obtenidos en la aplicación de la encuesta.



Pertenece A Alguna Organización Artesanal	%
Si	31,0
No	69,0

Por otra parte, los artesanos que manifestaron pertenecer a alguna organización, señalaron que dichas organizaciones les prestan los siguientes servicios: Facilitan la participación en ferias, 16,5%; le ayudan a conseguir clientes, 10,7%; el 7,4% señaló que tienen programas de educación; le ayudan ante las autoridades, 6,3%; le compran el producto, 5,5%; le vende materia prima, 4,4%; le prestan dinero, 4,0%; no ofrece servicios especiales 3,3%; le alquilan herramientas, 1,8% y ofrecen recreación, 1,8%.

Servicios Que Prestan Las Organizaciones de Artesanos	%
Le Alquilan Herramientas	1,8
Le Prestan Dinero	4
Le Venden Materia Prima	4,4
Le Compran Productos	5,5
Le Ayudan A Conseguir Clientes	10,7
Facilitan La Participación En Ferias	16,5
Le Ayudan Ante Las Autoridades	6,3
Tiene Programas De Educación	7,4
Ofrece Recreación	1,8
No Ofrecen Servicios Especiales	3,3

Los principales problemas que tienen estas organizaciones de acuerdo con lo indicado por los artesanos encuestados se relacionan con la falta de recursos para su funcionamiento, incompatibilidades entre los miembros de la organización, falta



de orden en su operación y falta de capacitación para el manejo de este tipo de organizaciones.

Cuando se le pide a los expositores que precisen por que no participan en una organización de artesanos las respuestas evidencian la individualidad subyacente en el sector con expresiones como las siguientes:

- Es difícil la unidad en el sector
- Falta de compromiso
- Falta de confianza en este tipo de organizaciones
- No llenan expectativas de apoyo
- La organización local es muy cerrada
- Falta de Información
- Falta de preparación para participar

3.2. Características De Los Productos Y La Producción.

La encuesta permitió hacer una caracterización de los productos líderes de cada uno de los artesanos participantes en EXPOARTESANÍAS, con el fin de conocer el potencial de oferta de un determinado producto a partir de la información de los mismos y su precio. Esta información que se presenta detallada en el anexo Estadístico.

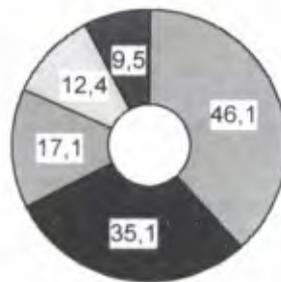
3.2.1. Áreas en las que los Expositores creen que pueden mejorar sus productos

El resultado obtenido indica que el 46.1% de los expositores creen que pueden mejorar el empaque de sus productos, 35.1% creen que pueden mejorar en el diseño, el 17.1% en la calidad, y solo 12.4% consideran que deben mejorar el precio.



En Que Aspectos Cree Que Puede Mejorar Sus Productos	%
Empaque	46,1
Diseño	35,1
Calidad	17,1
Precio	12,4
Otro Aspecto	9,5

Aspectos en los Cuales se Pueden Mejorar los Productos



■ Empaque ■ Diseño ■ Calidad ■ Precio ■ Otro Aspecto

Es de tener en cuenta que en la encuesta de opinión a los visitantes de Expoartesanías, el 33.9% de los encuestados dijo que los precios de la Feria eran mas altos que en el comercio, lo que es un llamado de atención para que el sector revise la forma de determinar sus precios.

3.2.2. Determinación del precio de venta de las Artesanias

El precio de venta de los productos artesanales, es fijado por el productor de acuerdo con los costos, según un 73.4% de los encuestados, 15.2% se guía por



los precios del mercado, pero un 5.5% los fija de acuerdo a las necesidades del momento, un 5.9% aumenta los precios periódicamente.

Métodos Para Fijar El Precio de Venta	%
Los Costos	73,4
Precios Del Mercado	15,2
Aumenta Periódicamente	5,9
Necesidades Del Momento	5,5
Lo Fija El Comprador	1,4

3.2.3. Materias Primas E Insumos

La materias primas son compradas de contado de acuerdo con lo expresado por el 88.1% de los expositores. El 11.9% las compra a crédito; la materia prima es comprada al por mayor, por un 65.3% de los encuestados, mientras que un 27.7% la compra al detal, un 7% de ellos señala que la toma directamente del medio sin pagar por ella. El 42,6% de los encuestados señalaron que la materia prima utilizada es de origen 100% natural, el 6.3% contestó que su materia prima es 100% industrial y el porcentaje restante, 51.1% señaló que utiliza tanto productos naturales como productos industriales en distintas proporciones.

Compra Materia Prima	%
De Contado	88,1
A Crédito	11,9

Compra Materia Prima	%
Al Por Mayor	65,3
Al Detal	27,7
Toma Directamente del Medio	7,0

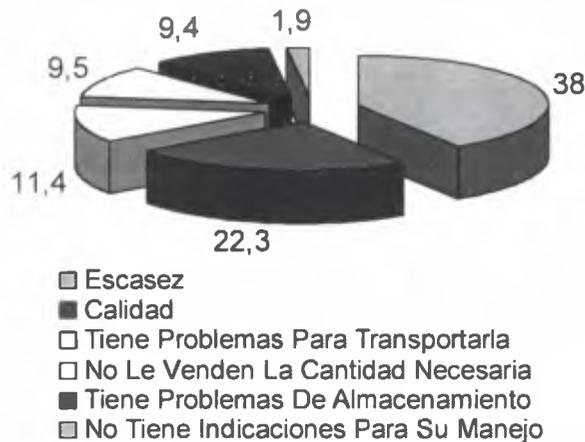


Origen de la Materia Prima	%
100% Natural	42,6
100% Industrial	6,3
Natural e Industrial	51,1

Las dificultades relevantes que se les presentan a los expositores con las materias primas son la escasez de las mismas, 38%; la calidad, 22.3%; problemas para el manejo, 11.4%; no le venden la cantidad necesaria, 9.5%; problemas de almacenamiento, 9.4%.

Problemas Con La Materia Prima	%
Escasez	38,0
Calidad	22,3
Tiene Problemas Para Transportarla	11,4
No Le Venden La Cantidad Necesaria	9,5
Tiene Problemas De Almacenamiento	9,4
No Tiene Indicaciones Para Su Manejo	1,9

Problemas en la Adquisición de Materias Primas para Artesanías





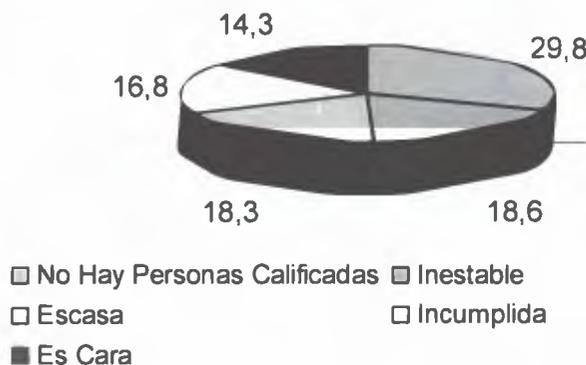
3.2.4. Características de la Fuerza de Trabajo

En relación con la fuerza de trabajo, el artesano presente en EXPOARTESANÍAS emplea un promedio de 7.8 trabajadores fijos y 7.2 trabajadores temporales. La mediana, que es una medida de tendencia central, indica que los empleos generados en su actividad para ambos grupos de trabajadores son: 3.

Con relación a la mano de obra, los encuestados identifican como principales problemas, la falta de personal calificado, 29.8%; la inestabilidad del trabajador, 18.6%; la escasez de mano de obra para esta actividad, 18.3%; el incumplimiento del trabajador, 16.8% y el costo de la mano de obra, 14.3%.

Problemas Con La Mano De Obra	%
No Hay Personas Calificadas	29,8
Inestable	18,6
Escasa	18,3
Incumplida	16,8
Es Cara	14,3

Problemas de los Artesanos con la Mano de Obra





3.2.5. Ingresos Y Gastos

El promedio mensual de ventas de los artesanos encuestados es de \$ 4.692.421.

La mediana para este indicador es: \$ 2.000.000⁵

El promedio de gastos mensuales reconocido por los expositores encuestados es de \$ 2.537.360. La mediana para este indicador es: \$1.000.000

Estas cifras están indicando que el sector esta obteniendo un rendimiento del orden del 43% si se utiliza el promedio mensual para el calculo, o del 50% si se utiliza la mediana.

3.2.6. Comercialización

El artesano vende sus productos principalmente en las ferias artesanales, 63.9%, y en su taller 43.1%. Otros canales de comercialización que identifican son: almacenes de artesanías, 38.3%; Artesanías de Colombia, 14.6%; almacenes de cadena, 10.5%; Cooperativas 2.2%; Plaza de mercado 0.7%.

Sitios de Venta de las Artesanías	%
Ferias Artesanales	63,9
En Taller Almacén Propio	43,1
En La Casa	26,6
Puntos De Venta	18,7
Sitios Especializados De Venta	16,1
Plazas De Mercado	1,2
Ambulante o Calle	1,0

⁵ La mediana es una medida de tendencia central que toma en cuenta los valores extremos informados por los encuestados.



A Quienes Ha Vendido En El Ultimo Año	%
Ferias Artesanales	51,90
Almacenes De Artesanías	38,30
Artesanías De Colombia	14,60
Almacenes De Cadena	10,50
Cooperativas O Asociaciones	2,20
Plazas De Mercado	0,70

La venta es realizada directamente por el artesano en un 76%. Los intermediarios aparecen en un 16.5%, tienen un vendedor 10.9% y le venden otros artesanos 3.0%.

Responsable de la Comercialización	%
El Artesano	76,0
Un Intermediario	16,5
Un Vendedor	10,9
Otros Artesanos	3,0

Los encuestados identifican como los principales problemas para comercialización de sus productos, la falta de capacidad de transporte, 53%; el volumen de su producción, 31.5%; los precios 11%; la calidad 1.2%.

Problemas De Comercialización	%
Capacidad De Transporte	53,0
Volumen De Producción	31,5
Precios	11,0
Calidad	1,2



Forma De Venta De Los Productos Artesanales

Los productos artesanales son vendidos de contado en un 71.1% y por consignación en un 21.2%. El crédito se otorga en un 11.2%.

Principal Forma De Venta	%
Contado	71,1
Consignación	21,2
Crédito	11,2
Trueque	1,8

3.3. Participación En Ferias

Los encuestados manifestaron que en promedio participan en 2 ferias al año.⁶

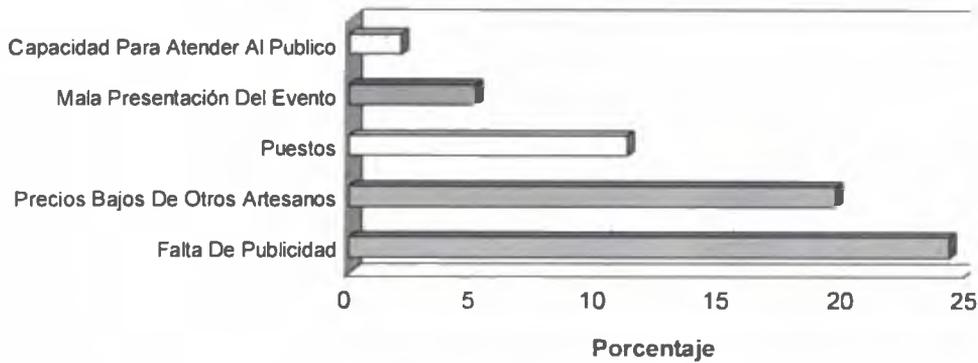
Los principales problemas que encuentran en su participación en las ferias los identifican así: falta de publicidad, 24.2%; precios bajos de otros artesanos 19.6%; los puestos feriales, 11.2%; mala presentación del evento, 5.1%; falta de capacidad para atender al público, 2.1%.

Problemas En Las Ferias	%
Falta De Publicidad	24,2
Precios Bajos De Otros Artesanos	19,6
Puestos	11,2
Mala Presentación Del Evento	5,1
Capacidad Para Atender Al Publico	2,1

⁶ En el Anexo Estadístico se presenta una relación de las ferias artesanales a las que dijeron los expositores que han asistido.



Problemas Principales en las Ferias



La percepción por parte de los artesanos sobre el perfil de las personas que hacen compra en las ferias Artesanales es: Son compradores de regalos, 52.1%; visitantes, 44.9%, compradores minoritarios, 41.9%, compradores mayoritarios, 23.4% y representantes de almacenes de cadena un 8.5%.

Compradores En La Feria	%
Comprador De Regalos	52,10
Visitantes	44,90
Comprador Minorista	41,90
Comprador Mayorista	23,40

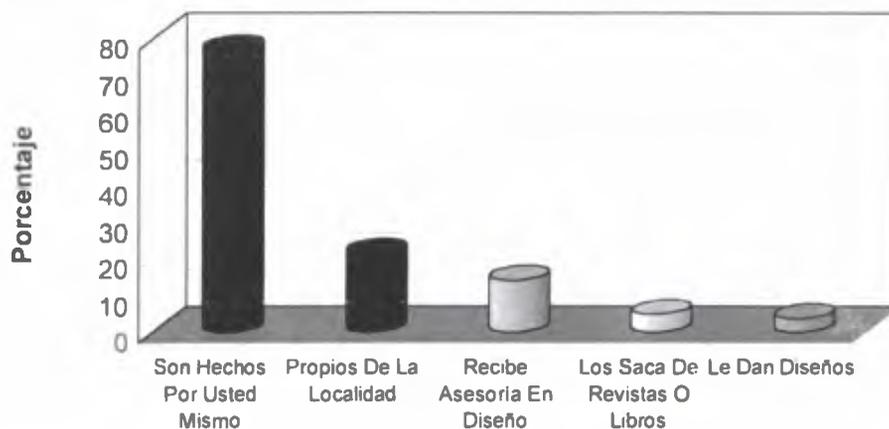
3.4. Investigación Y Desarrollo

Para el desarrollo de sus productos los artesanos manifiestan que el diseño de los mismos, son desarrollo propio en un 77%; un 21.3% dicen que son diseños propios de su localidad; 14% recibió asesoría para el diseño, asesoría que se reconoce impartida por Artesanías de Colombia; un 4% dice que inspira sus diseños en revistas y el 3.6% dice que recibe el diseño del comprador.



Los Diseños de los Productos	%
Son Hechos Por Usted Mismo	77,0
Propios De La Localidad	21,3
Recibe Asesoría En Diseño	14,0
Los Saca De Revistas O Libros	4,8
Le Dan Diseños	3,6

Origen de los Diseños de los Productos

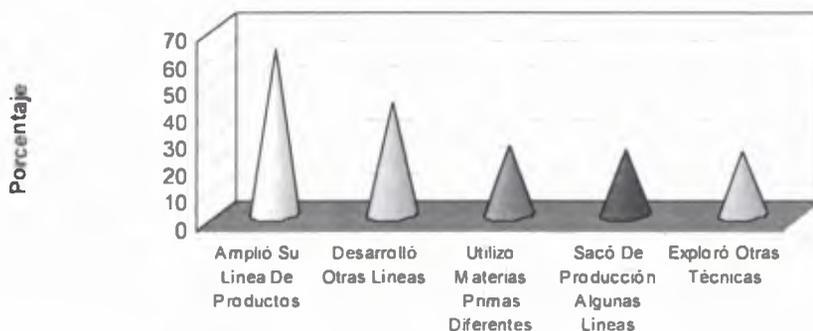


En el último año el 62.5% de los encuestados amplió su línea de productos, en la búsqueda de incremento en sus ventas, 41.6%; porque sus clientes les exigieron cambios, 34.2%; para participar en Expoartesánias, 37.9%; por que algunos productos ya no se venden, 15.6%; competencia de otros artesanos, 8%; por competencia con productos industriales, 7.2%; alto costo de la producción, 5.9% y escasez de materias primas, 3.7%. Es claro que la participación en Expoartesánias estimula la innovación y desarrollo de nuevos productos.



Innovaciones en la Producción de Artesanías	%
Amplió Su Línea De Productos	62,5
Desarrolló Otras Líneas	42,1
Utilizó Materias Primas Diferentes	25,9
Sacó De Producción Algunas Líneas	24,9
Exploró Otras Técnicas	24,2

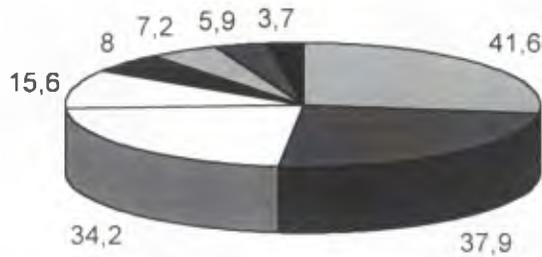
Innovaciones en la Producción de Artesanías



Por Que Diversifico Sus Productos	%
Para Vender Mas	41,6
Para Participar En Expoartesanías	37,9
Lo Exigían Los Clientes	34,2
Algunos Productos Ya No Se Venden	15,6
Había Mucha Competencia	8,0
Competencia Con Productos Industriales	7,2
Alto Costo De Producción	5,9
Escasez De Materias Primas	3,7



Razones Para Haber Diversificado los Productos



- Para Vender Mas
- Lo Exigían Los Clientes
- Había Mucha Competencia
- Alto Costo De Producción
- Para Participar En Expoartesanas
- Algunos Productos Ya No Se Venden
- Competencia Con Productos Industriales
- Escasez De Materias Primas

Los encuestados reconocen que los cambios en sus productos generaron una dinámica de mayores ventas para el 79.2%. El 17.0% de los encuestados dijeron que sus ventas seguían iguales después de los cambios y un 3.8% dijeron que habían empeorado.

A Partir De Los Cambios Las Ventas:	%
Han Mejorado	66,1
Siguen Igual	14,2
Han Empeorado	3,2
No responde	16,5

3.5. Exportaciones

El 66.1% de los encuestados manifestó que no ha exportado directamente. Del 33.9% que dijo que si exporta, el 66.4% señaló que hace estas exportaciones ocasionalmente, el 22.7% dijo que exportaba 2 veces al año y el 10.9% dijo que exportaba todos los meses. En cada caso se identifico el país al que exportan y



el tipo de productos exportados, datos que se consignan en la base estadística de información.

Ha Exportado Directamente	%
Si	33,9
No	66,1

Frecuencia con la cual Exporta	%
Ocasionalmente	66,4
Dos Veces al Año	22,7
Todos los Meses	10,9

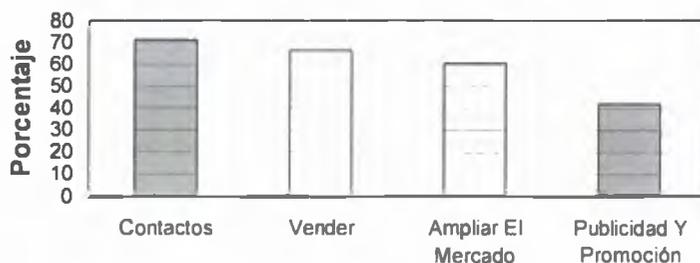
3.6. Valoración De Expectativas De Participación En Expoartesanías

Los expositores encuestados en promedio han participado en 4 eventos de Expoartesanías y su valoración de expectativas acerca de su participación giran alrededor de: establecer contactos comerciales, 71.3%; vender su producción, 66.7%; ampliar mercados, 60.7%; hacer publicidad y promoción a sus productos, 42%.

Expectativas De Participación En Expoartesanías 04	%
Contactos	71,3
Vender	66,7
Ampliar El Mercado	60,7
Publicidad Y Promoción	42,0



Expectativas de Participación en Expoartesanías 04



En su participación los expositores valoran que han aprendido de sus colegas expositores: nuevas formas de exhibir productos, 50.1%; calidad 35%; organización 34.4%.

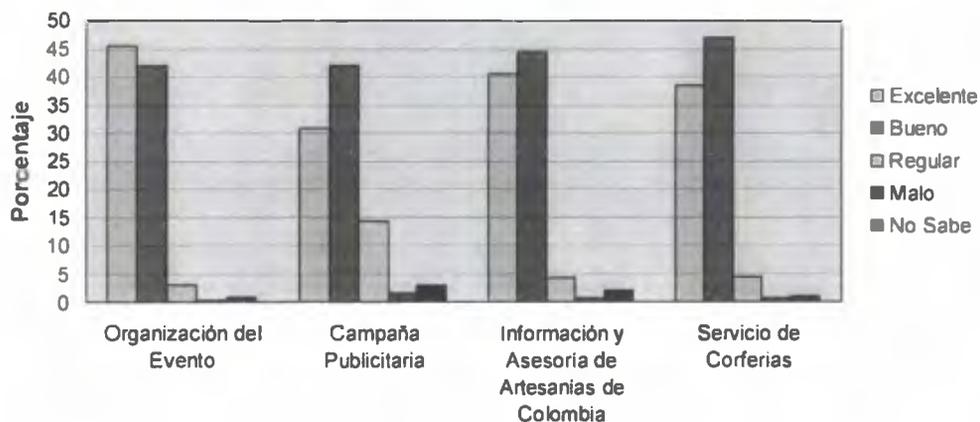
Que Aprendió De Los Otros Artesanos	%
Nuevas Formas De Exhibir	50,1
Calidad	35,0
Organización	34,4

En general los expositores se muestran muy satisfechos con la organización del evento, el 45.6% de los encuestados la calificó de excelente, el 42.0% de buena y tan solo un 3.0% lo calificó de regular; con respecto a la campaña publicitaria, el 30.9% la calificó como excelente, el 42.1% de buena y un 14.2% de regular; con respecto a la información y asesoría del personal de Expoartesanías y Artesanías de Colombia, estas fueron calificadas como: excelente, por un 40.5% de los encuestados, bueno, por un 44.4% y regular por un 4.3%. También califican positivamente las facilidades de Corferias para la realización del evento: consideraron que el servicio de Corferias fue excelente: 38.4%, bueno: 47.0% y regular 4%.



	Organización del Evento	Campaña Publicitaria	Información y Asesoría de Artesanías de Colombia	Servicio de Corferias
Excelente	45,6	30,9	40,5	38,4
Bueno	42	42,1	44,4	47
Regular	3	14,2	4,3	4,4
Malo	0,4	1,5	0,6	0,7
No Sabe	0,8	2,9	2,1	1

Calificación de la Organización de Artesanías 04

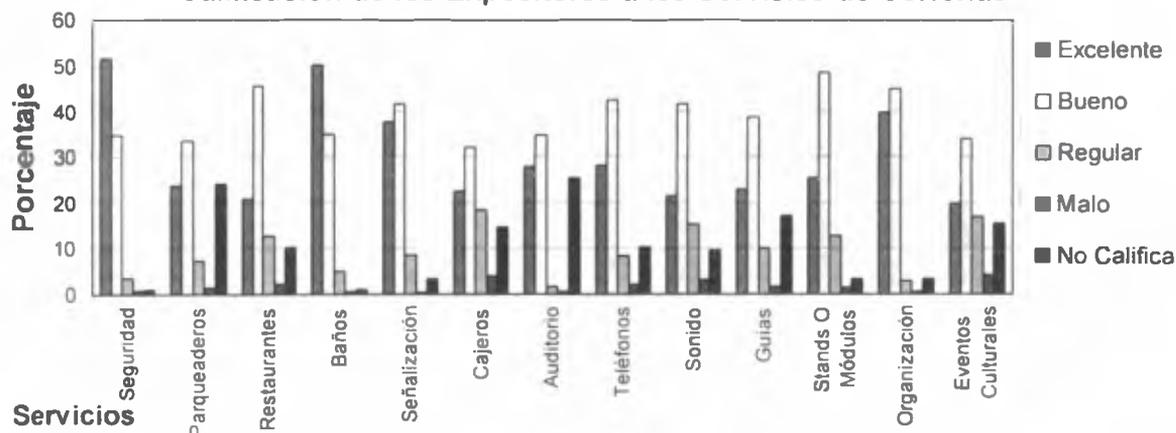


Con respecto a los servicios particulares de seguridad, parqueaderos, restaurantes, baños, señalización, cajeros, auditorios, teléfono, sonido, guías, módulos y eventos culturales, la calificación dada por los expositores encuestados se presenta en la siguiente tabla.



	Seguridad	Parqueaderos	Restaurantes	Baños	Señalización	Cajeros	Auditorio	Teléfonos	Sonido	Guias	Stands O Módulos	Organización	Eventos Culturales
Excelente	51,7	23,7	20,9	50,3	37,7	22,5	28,0	28,1	21,5	23,0	25,5	39,8	19,8
Bueno	34,8	33,6	45,6	35,1	41,7	32,1	34,8	42,6	41,7	38,7	48,5	45,0	33,9
Regular	3,6	7,3	12,7	5,1	8,5	18,3	1,7	8,3	15,2	10,1	12,7	2,9	16,9
Malo	0,8	1,4	2,3	0,7	0,4	4,0	0,6	2,1	3,2	1,7	1,4	0,7	4,1
No Califica	1,1	24,2	10,3	1,0	3,3	14,5	25,5	10,2	9,5	17,1	3,3	3,4	15,4

Calificación de los Expositores a los Servicios de Corferias



En opinión de los expositores, lo que mas le gusto a los compradores en Expoartesanías de sus productos fue:

El diseño del producto, 61.8%; la calidad del producto 56.7%, la originalidad 49.3%; que sea un producto hecho a mano 48.5%; la funcionalidad del producto 24%, el que sea expresión de una cultura 19.4%, el empaque 12.7%.



Que Le Gusto A Los Compradores De Su Producto	%
Diseño	61,8
Calidad	56,7
Originalidad	49,3
Que Sea Hecho A Mano	48,5
Funcionalidad	24
Expresión Cultural	19,4
Empaque	12,7