

# INVESTIGACIÓN EXPOARTESANO 2017

## INFORMACIÓN Y ESTADÍSTICA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

**DANIEL SERRANO**

**LAURA MÁRQUEZ**

Planeación, ejecución, procesamiento y análisis

**ALEJANDRA AMÉZQUITA**

**JUAN HENAO**

Digitación y procesamiento

## CONTENIDO

|   |    |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN .....  | 3  |
| ANÁLISIS DE VENTAS EXPOARTESANO 2017 .....  | 4  |
| <i>Ventas totales de Expoartesano 2017</i> .....  | 4  |
| <i>Ventas por pabellón</i> .....  | 6  |
| <i>Ventas por área</i> .....  | 9  |
| <i>Visitantes</i> .....   | 10 |
| <i>Proyectos Institucionales-Artesanías de Colombia</i> .....                                     | 12 |
| <i>Estrategia de reubicación de los proyectos institucionales de Artesanías de Colombia</i> ..... | 13 |
| ESTUDIO A VISITANTES EXPOARTESANO 2017 .....  | 16 |
| <i>Perfil de los visitantes de Expoartesano 2017</i> .....  | 16 |
| <i>Consumo de medios</i> .....  | 20 |
| <i>Los visitantes frente a Expoartesano 2017</i> .....  | 23 |
| ESTUDIO A EXPOSITORES EXPOARTESANO 2017 .....   | 35 |

## INTRODUCCIÓN

La Feria Expoartesano, que tuvo su primera versión en el año 2009, es producto de una alianza entre Plaza Mayor de Medellín y Artesanías de Colombia. La Feria se realiza en Medellín, Antioquia y es un evento en el que convergen artesanos de distintas regiones, así como público y consumidores de artesanías con características determinadas. Además de un espacio ferial, es un punto de encuentro entre oferta y demanda, que identificamos como propicio para la ejecución de investigaciones que nos permitan, de un lado, conocer las características y expectativas de los asistentes-consumidores de artesanías y, de otro, indagar por las necesidades y requerimientos de los expositores.

El levantamiento de este tipo de información es indispensable para el deber misional de la entidad, así como para la toma de decisiones y planeación de eventos feriales futuros, fundamentadas en datos y análisis de información cuantitativa y cualitativa.

El equipo de Información y Estadística de la Subgerencia de Desarrollo de Artesanías de Colombia, con el apoyo del equipo de Ferias de la Subgerencia de Promoción y Generación de Oportunidades Comerciales, ha venido ejecutando estas investigaciones en la Feria a partir del año 2014. En este documento se presentan los resultados de la investigación desarrollada en Expoartesano 2017, que fue realizada en Plaza Mayor de Medellín entre el 17 y el 23 de abril de 2017.

Esta investigación abarcó tres bloques temáticos: Ventas, Expositor y Visitante. Los resultados de este informe fueron alimentados con la información recolectada a través de dos encuestas aplicadas a expositores y visitantes de la feria y la información que se recogió a diario de las ventas de cada expositor de la feria. A continuación se presentan los resultados comparados con los hallazgos de la investigación realizada en 2016.

## ANÁLISIS DE VENTAS EXPOARTESANO 2017

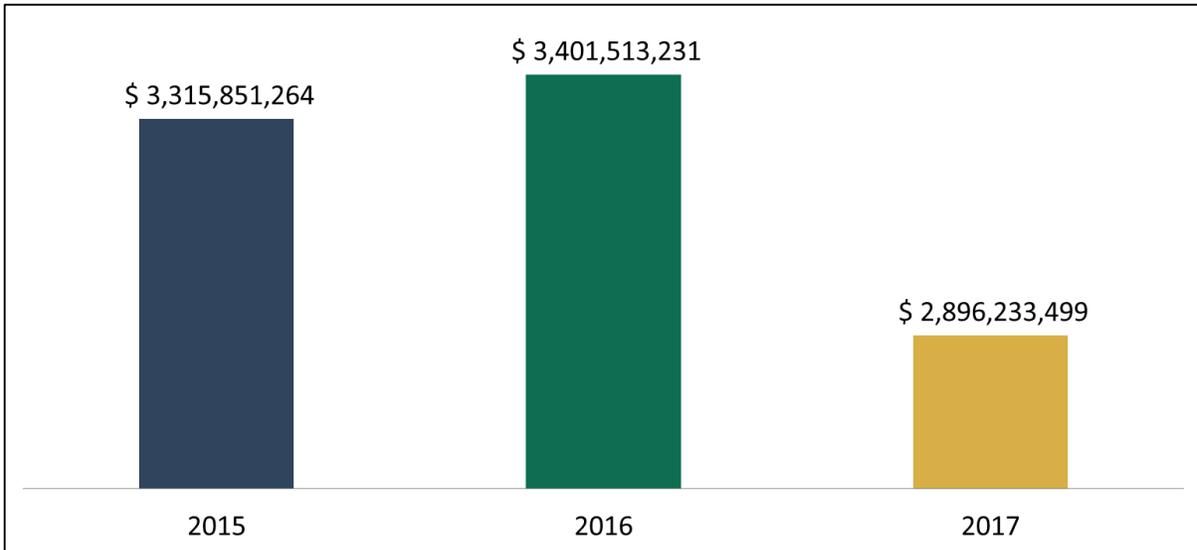
Al identificar la Feria como un espacio dinámico, se hace necesario conocer los datos de ventas día a día, con el propósito de tomar decisiones en el curso del evento, que permitan llegar a acciones correctivas o estratégicas que favorezcan el desempeño de la Feria, a partir de datos concretos.

A partir del 18 de abril y hasta el final de la Feria, un grupo conformado por siete encuestadores y dos supervisores de campo del equipo de Estadística e Información de la Subgerencia de Desarrollo de Artesanías de Colombia, pasaron preguntando a cada uno de los expositores el valor de las ventas del día anterior, previa verificación de la base de datos. La información fue digitada y analizada. A continuación se presentan los resultados finales y un análisis comparado con las ventas de Expoartesano 2016.

### ***Ventas totales de Expoartesano 2017***

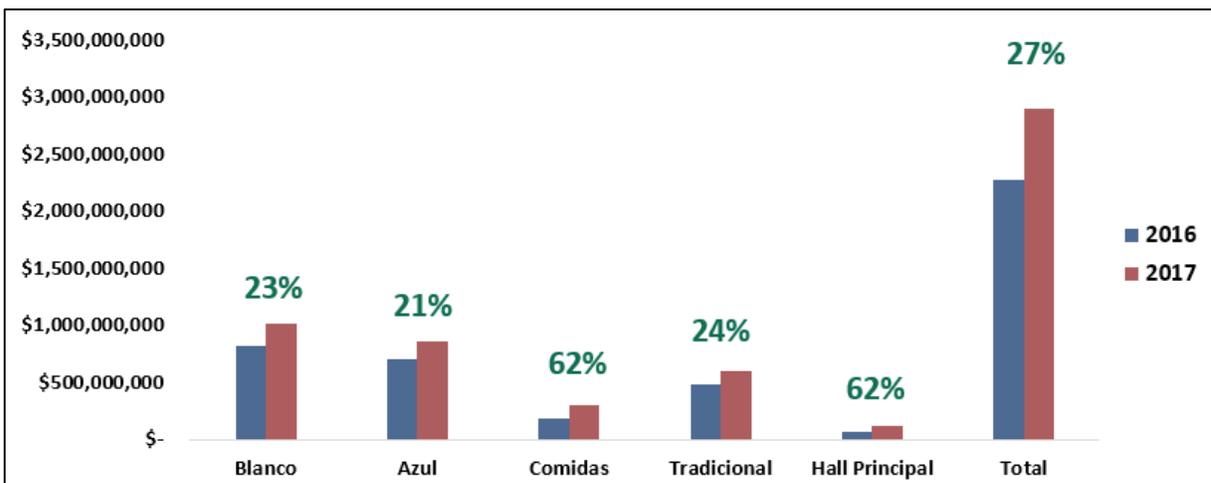
Mientras las versiones de Expoartesano 2015 y 2016 tuvieron diez días de Feria, la versión de 2017 se realizó durante siete días. Por esta razón presentamos y analizamos los resultados comparados de dos formas: en primer lugar, la cifra de ventas totales de 2016 y 2017; en segundo lugar, la cifra de ventas totales alcanzada en los siete días de ejecución de Expoartesano 2017, frente a la cifra de ventas alcanzada en los primeros siete días de ejecución de 2016.

Expoartesano 2017 logró ventas totales por \$2.896.233.499. El total de ventas de Expoartesano 2016 (en sus diez días de ejecución) fue de \$3.401.513.231. Expoartesano 2015 logró ventas totales (también en sus diez días de ejecución) por \$3.315.851.264. Según estas cifras, las ventas de 2017 habrían disminuido un 13% con respecto al 2015 y un 15% con respecto al 2016.



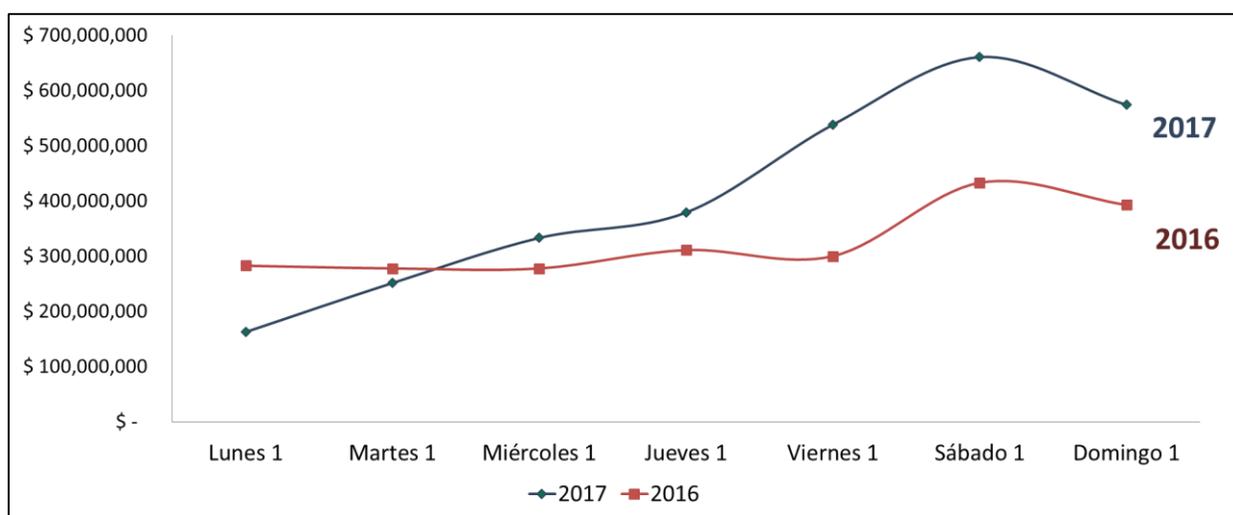
Gráfica 1: Ventas totales comparadas Expoartesano 2015, 2016, 2017

Sin embargo, es necesario hacer una comparación de ventas que otorgue las mismas condiciones a las Ferias en el análisis: siete días de Expoartesano 2017 frente a siete días de Expoartesano 2016. De este modo, Expoartesano 2016 alcanzó en sus primeros siete días de ejecución ventas por \$2.273.002; con lo cual Expoartesano 2017 habría tenido un aumento en ventas de un 27%.



Gráfica 2: Ventas comparadas por N° de días Expoartesano 2016 vs 2017

En cuanto a las ventas diarias, el comportamiento de 2016 y 2017 fue similar, encontrando en ambos casos un pico de ventas más altas el primer sábado de la Feria. Sin embargo, es necesario señalar que el fin de semana resulta el momento de mayor rendimiento de la Feria, razón por la cual se identifica la necesidad de que Expoartesano cuente con dos fines de semana, es decir, se retorne a la duración de diez días de la Feria, como en versiones anteriores.



Gráfica 3: Comportamiento diario de ventas: Expoartesano 2016 vs 2017

### ***Ventas por pabellón***

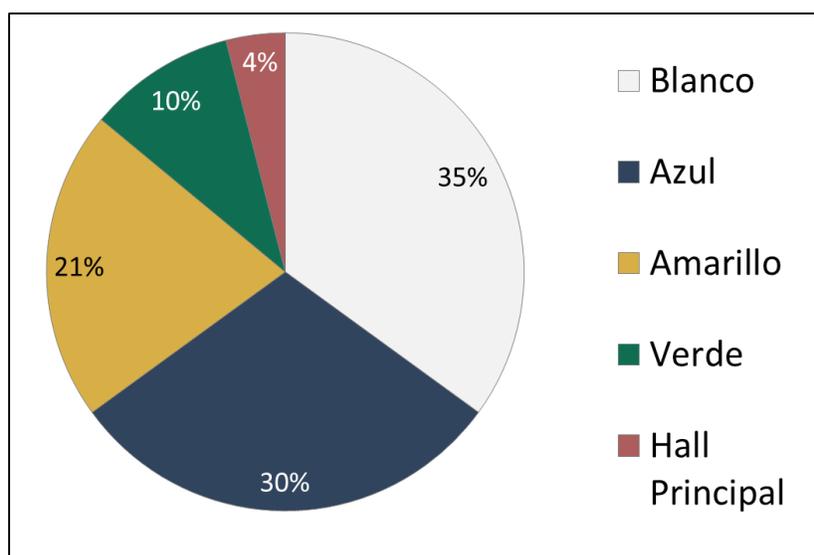
La Feria cuenta con cinco espacios:

- Pabellón Blanco: ubicado al inicio del recorrido de la Feria, al pasar la entrada principal. En este pabellón se ubica la artesanía indígena, afrocolombiana y tradicional. En el Blanco se encontraba también un espacio institucional de Artesanías de Colombia destinado a la muestra de productos artesanales resultantes del trabajo de los Laboratorios de Diseño e Innovación de la Subgerencia de Desarrollo.
- Pabellón Amarillo: ubicado a la izquierda de la salida del Pabellón Blanco, el Amarillo es el espacio en el que estuvieron los stands de productos de artesanía contemporánea para mesa y decoración, instrumentos musicales y artesanías

infantiles. Aquí se encontraba otro espacio de Artesanías de Colombia con productos de Tradición y Evolución y Cerámica.

- Pabellón Azul: se encuentra ubicado al costado opuesto del Pabellón Amarillo, a la derecha del Blanco. Aquí se ubican productos de joyería tradicional y contemporánea, bisutería y moda. El espacio institucional de la Entidad en este Pabellón fue el del Programa Nacional de Joyería y Moda Viva.
- Pabellón Verde: es el espacio destinado a comidas y bocados tradicionales, en donde se incluyó una zona para la exposición de Mercados Campesinos.
- Hall Principal: es el corredor que conecta los pabellones Blanco, Amarillo y Azul. En este espacio se encuentra el proyecto institucional Diseño Colombia.

Como puede verse en la gráfica 2, el aumento general de ventas se vio reflejado en un aumento particular de cada pabellón o zona. El Pabellón Blanco aumentó sus ventas en un 23% con respecto a Expoartesano 2016, el Azul en un 21%, el Amarillo<sup>1</sup> en un 24%, el Verde en un 62% y el Hall Principal en un 62% también.



Gráfica 4: Ventas por pabellón

<sup>1</sup> En la gráfica aparece como Tradicional y el Verde como Comidas.

El Pabellón Blanco alcanzó ventas por \$1.012.736.000, lo que representa el 35% del total de las ventas. El Azul alcanzó ventas por \$859.777.800, con una representación del 30% en el total de las ventas. Las ventas del Pabellón Amarillo ascendieron a los \$600.836.600, con un 21% en las ventas totales. En el Pabellón Verde las ventas totales fueron de \$305.530.100, con una representación del 10% en el total de las ventas y en el Hall Principal las ventas ascendieron a \$117.352.999, con un 4% de las ventas totales.

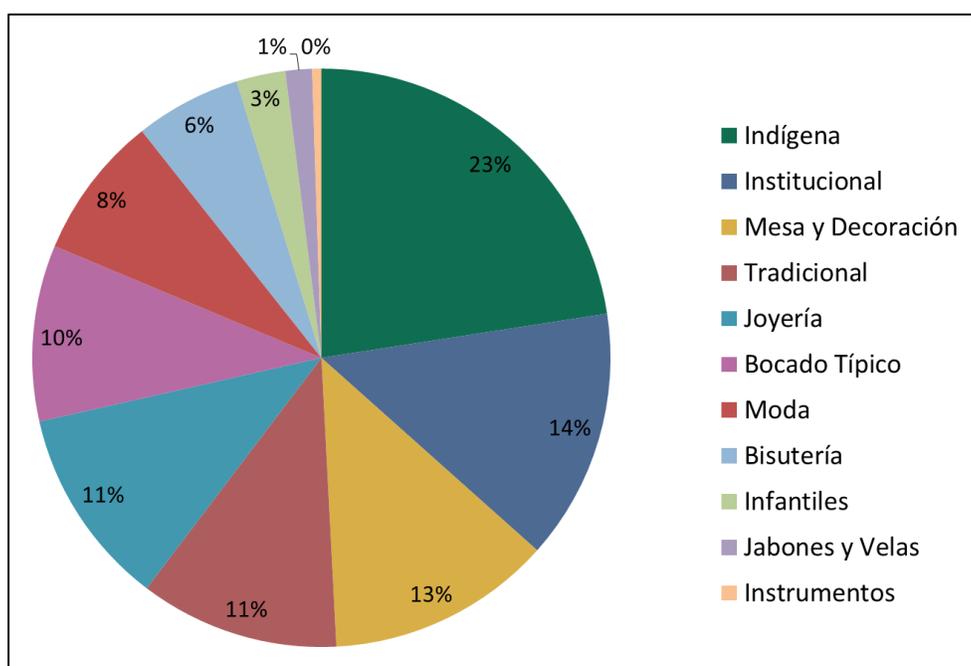
Si bien es cierto que el Pabellón Blanco cuenta con un mayor número de expositores que los otros pabellones, es importante resaltar que, como se verá más adelante con el estudio realizado a expositores, en el Pabellón Blanco se encuentra el mayor número de artesanos representantes de asociaciones y organizaciones, razón por la cual se entiende como un dato más que positivo, el que sea el pabellón con mayor representación en las ventas.

En cuanto al Hall Principal, es importante reconocer que es un espacio de alta productividad. Se encuentra ubicado en un lugar estratégico por el cual pasan todos los visitantes que asistan a la Feria, entre el Blanco, el Amarillo y el Azul. Como se verá más adelante, es el espacio con mejor desempeño en cuanto a espacio/participación porcentual en ventas. Sus ventas aumentaron en un 62% con respecto a Expoartesano 2016.

En Expoartesano 2016 el Pabellón Amarillo estuvo ocupado por Bocados Tradicionales y el Pabellón Verde por Mesa y Decoración. Para Expoartesano 2017 se tomó la decisión de cambiar los dos espacios y el resultado fue positivo en ambos casos: el pabellón en donde se encontraban las comidas (2016 Amarillo, 2017 Verde) aumentó sus ventas en un 62% y el pabellón en donde se encontraban los productos de mesa y decoración e infantiles (2016 Verde, 2017 Amarillo) aumentó sus ventas en un 24%. En el estudio de la versión anterior de la Feria, se encontró que los expositores del Pabellón Verde manifestaban no estar conformes con su ubicación, en la medida en que algunos visitantes terminaban su recorrido antes de llegar a este espacio. Los resultados revelan que el cambio de ubicación funcionó, ya que no solo aumentaron las ventas de los expositores de mesa y decoración, sino también de los expositores de bocados tradicionales.

### Ventas por área

Cada uno de los stands de los expositores de la Feria se encuentra clasificado en áreas según el tipo de piezas artesanales ofertadas. El área que tuvo mayor participación en ventas fue el área indígena (23%), seguida por la institucional<sup>2</sup> (14%), mesa y decoración (13%), tradicional (11%), joyería (11%), bocado típico (10%), moda (8%), bisutería (6%), infantiles (3%), jabones y velas (1%).



Gráfica 5: Ventas por área Expoartesano 2017

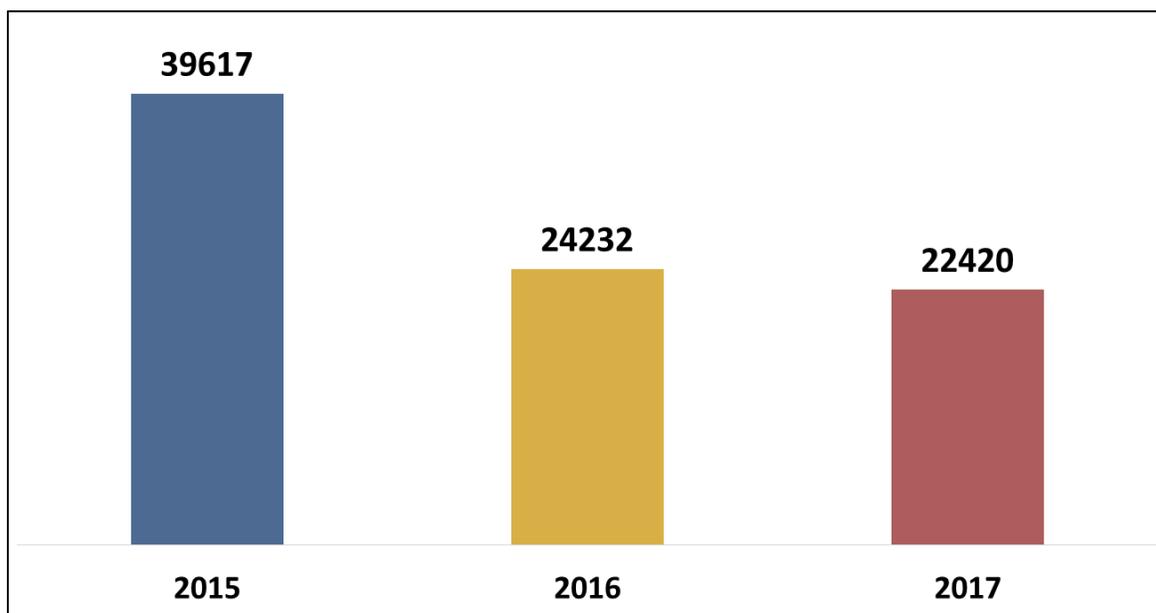
El total de ventas alcanzadas por los expositores de stands clasificados como área Indígena fue de \$655.911.000, dato que cobra importancia si se tiene en cuenta que gran parte de la población indígena del país se encuentra en situación de vulnerabilidad: según datos del Sistema de Información Estadístico de la Actividad Artesanal, el 24% de los artesanos que se consideran vulnerables, reconoce su pertenencia a una comunidad

<sup>2</sup> Las ventas clasificadas dentro del área *Institucional*, hacen referencia a los stands de Artesanías de Colombia y de otros proyectos institucionales en donde los productos no responden a una única línea artesanal, por ejemplo Gobernación del Atlántico, Laboratorios de Diseño de Artesanías de Colombia o Artesanos Medellín.

indígena como factor de vulnerabilidad. En este sentido, una de las prioridades de la gestión de la Entidad debe ser el fortalecimiento de los procesos de comercialización de comunidades indígenas.

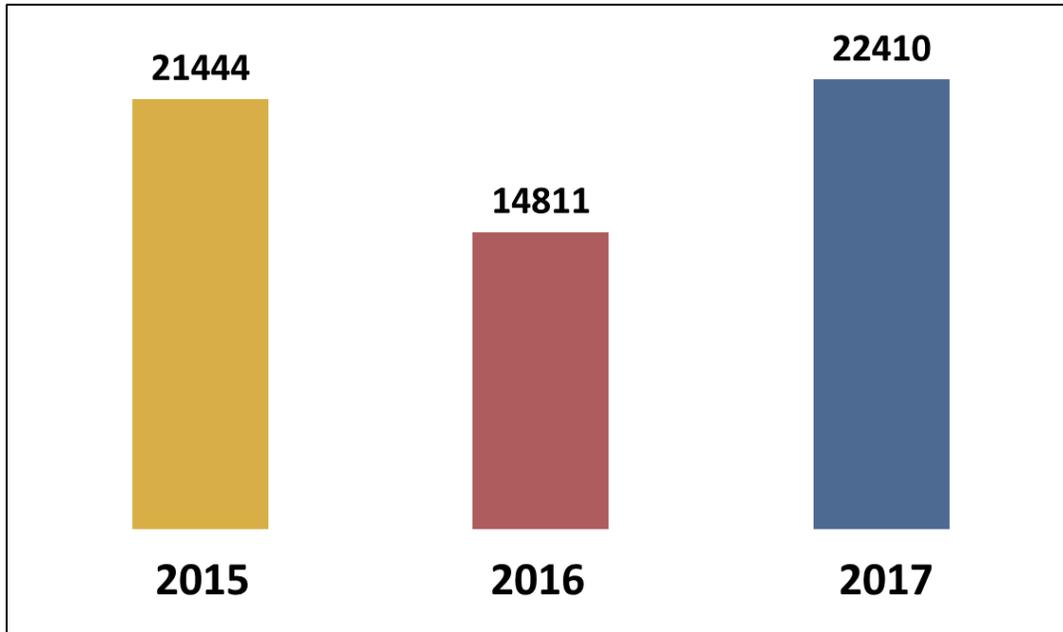
### **Visitantes**

A partir de reportes diarios de Plaza Mayor, obtuvimos los datos del número de visitantes diarios a la Feria: 22.420 personas ingresaron a Expoartesano 2017. Al hacer una comparación del número total de días -10 de Expoartesano 2016 frente a 7 de Expoartesano 2017- la Feria habría tenido una disminución del 11% de visitantes.



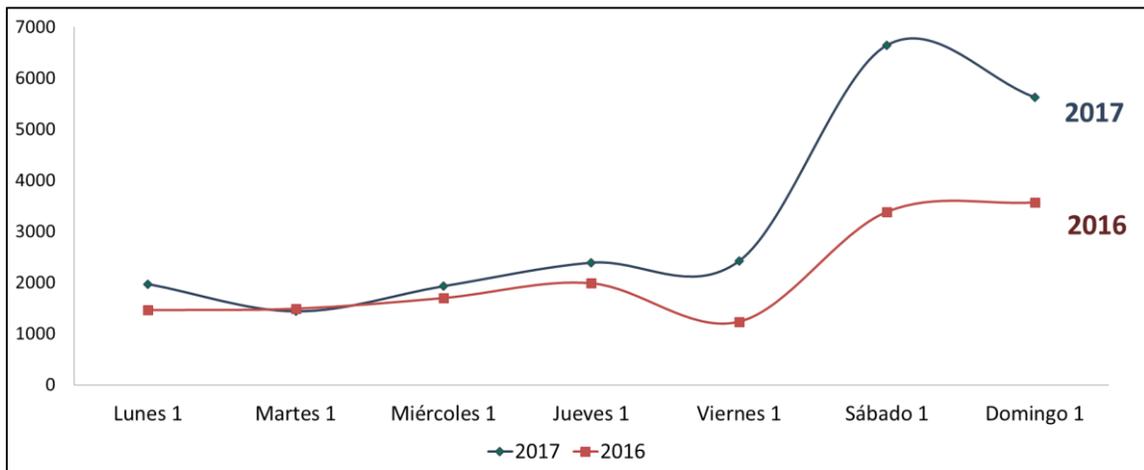
Gráfica 6: Visitantes totales comparados Expoartesano 2015, 2016, 2017

Sin embargo, es necesario hacer una comparación por número de días. En este caso, teniendo en cuenta los primeros siete días de Expoartesano 2015, 2016 y 2017, la Feria habría tenido un aumento en visitantes del 51%.



Gráfica 7: Visitantes comparados por número de días Expoartesano 2015, 2016, 2017

Es importante resaltar que el día en el que la Feria tuvo más visitantes fue el día 6-sábado 22 de abril: 6.644 personas ingresaron a la Feria. Este día no fue solo el más alto de esta versión, sino que históricamente ha sido el día con mayor número de visitantes de Expoartesano, seguido por el día 7- 23 de abril, en donde ingresaron 5.626 personas.

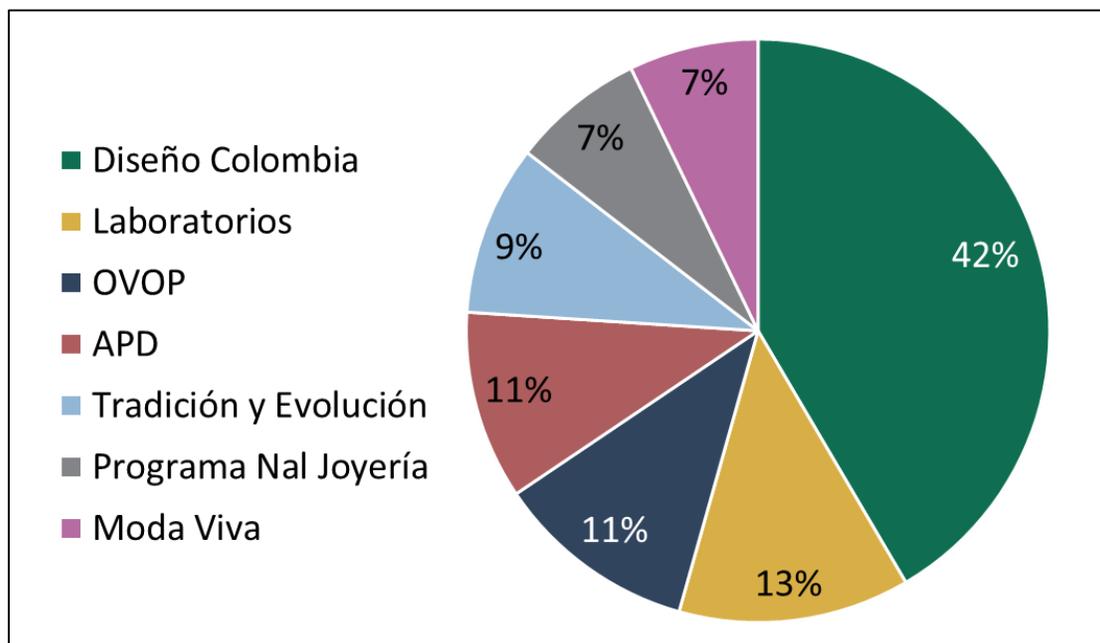


Gráfica 8: Comportamiento diario de visitantes Expoartesano 2016 y 2017

### **Proyectos Institucionales-Artesanías de Colombia**

Dentro de los proyectos institucionales de Artesanías de Colombia que tuvieron representación en Expartesano 2017, se encuentran: Diseño Colombia, Laboratorios, OVOP, APD, Tradición y Evolución/Cerámica, Programa Nacional de Joyería y Moda Viva. El proyecto que tuvo ventas totales más altas fue Diseño Colombia, el cual alcanzó ventas por \$105.887.999. El stand de este proyecto estuvo ubicado en el Hall Principal y en 2016 también fue el proyecto con ventas más altas.

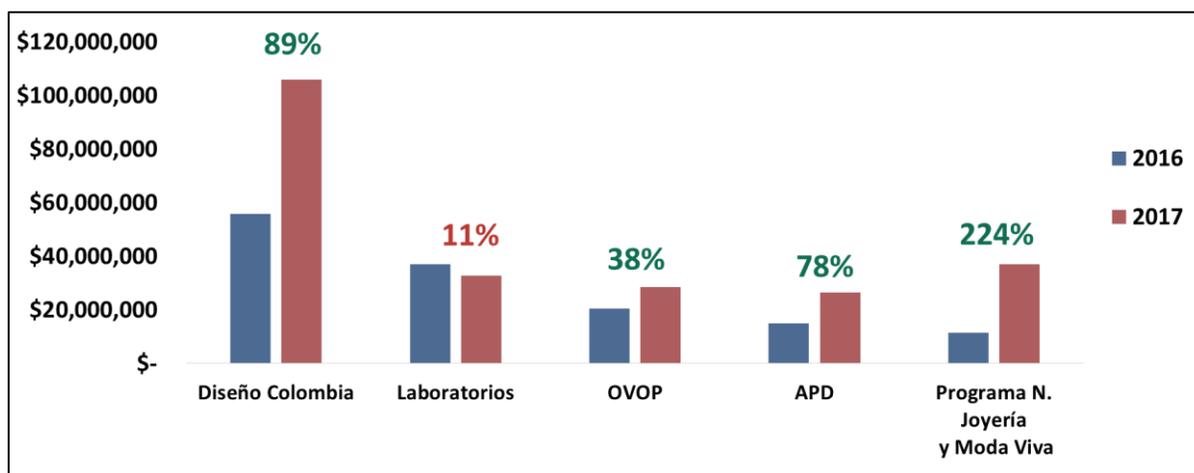
En segundo lugar de ventas se encuentran los Laboratorios de Diseño e Innovación, en donde se exhibieron los productos resultantes de los proyectos de la Subgerencia de Desarrollo, desarrollados dentro de los Laboratorios de cada departamento.



Gráfica 9: Representación en ventas-proyectos institucionales Artesanías de Colombia

Hicimos una comparación de ventas de los proyectos institucionales en 2016 y 2017 por número de días –siete vs siete-. En este escenario hubo un aumento general en las ventas de los proyectos. El mayor aumento porcentual se vio en el Programa Nacional de Joyería y Moda Viva, proyectos que en 2016, los siete primeros días, alcanzaron ventas por \$11.442.999 y en 2017 \$37.052.000 (\$18.766.000 del Programa Nacional de Joyería y \$18.286.000 de Moda Viva), lo que significó un crecimiento del 224%.

Diseño Colombia, que en los primeros siete días de Expoartesano 2016 alcanzó ventas por \$55.969.042 y en 2017 por \$105.887.999, aumentó sus ventas en un 89%. El proyecto de Atención a Población Desplazada-APD, que tuvo ventas por \$15.009.000 en los primeros siete días de Expoartesano 2016, tuvo un crecimiento del 78% al vender \$26.653.000 en Expoartesano 2017.



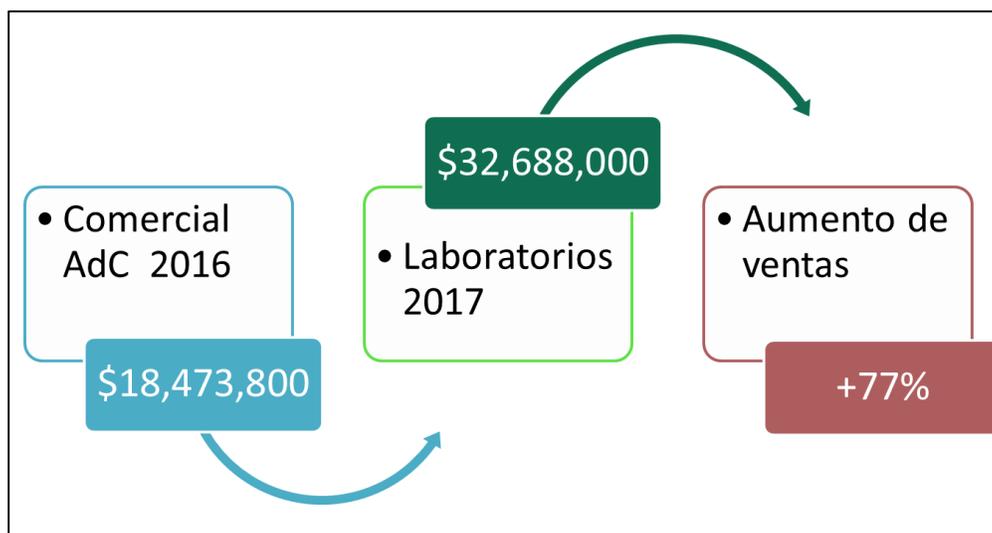
Gráfica 10: Comparación por número de días-proyectos institucionales Artesanías de Colombia 2016 vs 2017

### ***Estrategia de reubicación de los proyectos institucionales de Artesanías de Colombia***

Es importante señalar que el espacio ocupado por los Laboratorios de Diseño e Innovación en Expoartesanías 2017 fue mucho menor que el ocupado en Expoartesanías 2016, ya que el año anterior se encontraba ubicado en el Pabellón Verde y este año en el Pabellón Blanco. Aun con un espacio más pequeño, su cambio de ubicación fue estratégico, en la

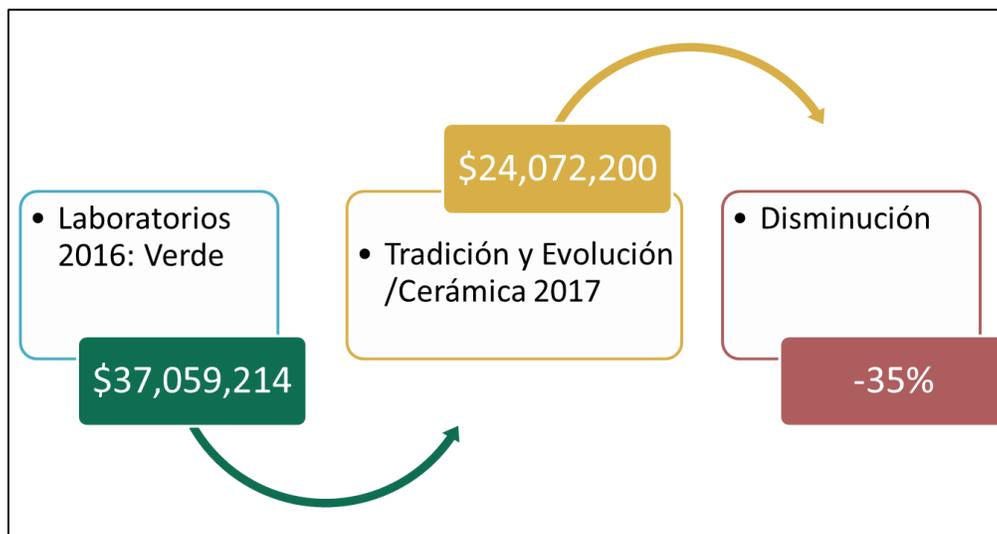
medida en que todos los visitantes de la Feria pasaban por allí (se encontraba en las escaleras de la mitad del Pabellón) y, como se vería en el siguiente capítulo, el Pabellón Blanco es el más recordado y el preferido por los visitantes.

En Expoartesano 2016 el proyecto institucional ubicado en el Blanco era el de Comercial Artesanías de Colombia, cuyas ventas –hasta el día 7 de la Feria- alcanzaron los \$18.473.800, mientras que el proyecto de Laboratorios, ubicado ahora en el Blanco, alcanzó ventas por \$32.688.000, lo que significó un aumento del 77% en ventas.



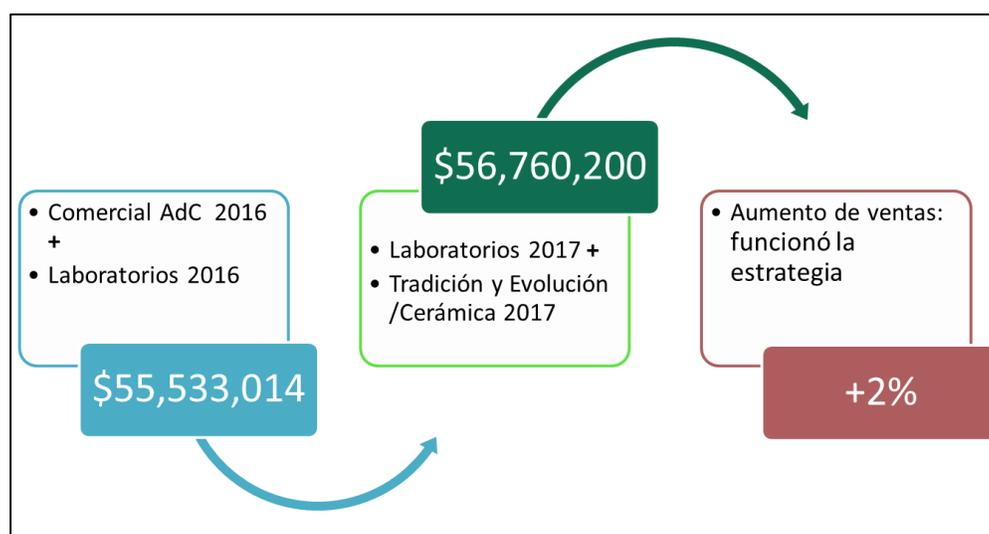
Gráfica 11: Estrategia de reubicación-proyectos institucionales Pabellón Blanco 2016 vs 2017

Como mencionamos atrás, en 2016 los Laboratorios se encontraban ubicados en el pabellón de Mesa y Decoración e Infantiles, que antes era el Verde y en 2017 el Amarillo. Este año, en lugar de los Laboratorios, se ubicaron allí los stands de Tradición y Evolución y Cerámica. Esto significó una disminución en las ventas por ubicación del 35%, ya que en 2016 los Laboratorios vendieron \$37.059.214 y en 2017 Tradición y Evolución y Cerámica alcanzaron ventas por \$24.072.200. La estrategia que se tomó en el curso de la Feria para aumentar las ventas de este proyecto fue la rotación de productos de los Laboratorios, lo cual aumentó las ventas al final de la Feria.



Gráfica 12: Estrategia de reubicación-proyectos institucionales P. Verde/Amarillo 2016 vs 2017

En todo caso, para poder evaluar la estrategia de reubicación, es necesario tener en cuenta los proyectos en conjunto, esto es: las ventas alcanzadas en 2016 por Comercial de Artesanías de Colombia y por los Laboratorios fueron de \$55.533.014 y las ventas alcanzadas en 2017 por Laboratorios y Tradición y Evolución/Cerámica fueron de \$56.760.200. En síntesis, la estrategia funcionó, al significar un aumento en ventas del 2%.



Gráfica 13: Resumen de la estrategia de reubicación-proyectos institucionales 2016 vs 2017

## ESTUDIO A VISITANTES EXPOARTESANO 2017

Durante la Feria se aplicó también una encuesta a los visitantes, la cual consistía en un formulario de 8 preguntas demográficas, 5 de caracterización y 23 sobre temas relacionados con la Feria: los motivos por los que asistieron, la forma en que se enteraron de la Feria, los pabellones que más les gustaron, sus niveles de satisfacción, su participación futura, entre otros.

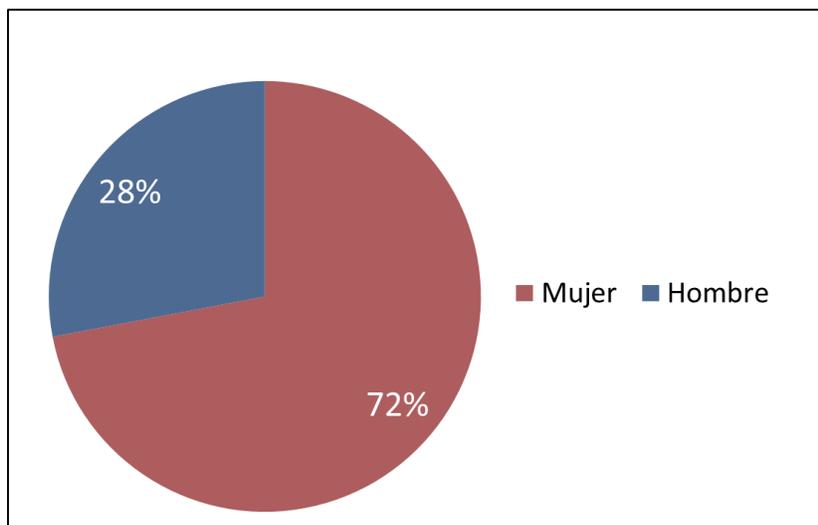
La información fue recolectada a través de un muestreo no probabilístico a conveniencia, a partir del cual se aplicó el mismo número de encuestas cada uno de los días de la Feria. Siete encuestadores abordaban a los visitantes mayores de edad que habían terminado su recorrido por la Feria y les aplicaban el formulario. Se recolectaron en total 353 encuestas de visitantes. La información fue digitada y analizada. A continuación se presentan los resultados del estudio, que en muchos casos son comparables con el estudio realizado en Expoartesano 2016.

### *Perfil de los visitantes de Expoartesano 2017*

Las primeras preguntas del formulario son de carácter demográfico y buscan un acercamiento para conocer las características generales de las personas que asisten a Expoartesano: si asisten más hombres o mujeres, cuál es su rango de edad, su ocupación, su nivel socioeconómico y educativo.

#### **Sexo**

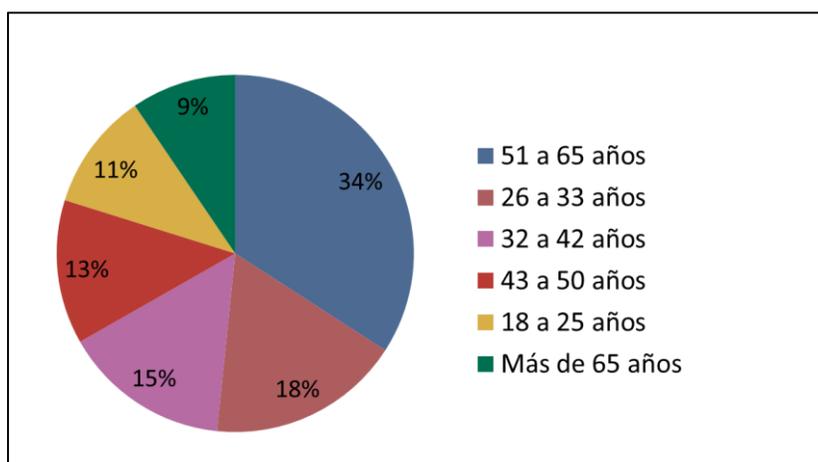
La mayor parte de las asistentes a Expoartesano son mujeres, esto es, el 72%, lo que significa que aproximadamente tres de cada cuatro visitantes son mujeres. Este dato coincide con el del estudio de Expoartesano 2016, en donde el 73% de visitantes fueron mujeres.



Gráfica 14: Estudio visitantes: sexo.

### ***Rangos de edad de las visitantes***

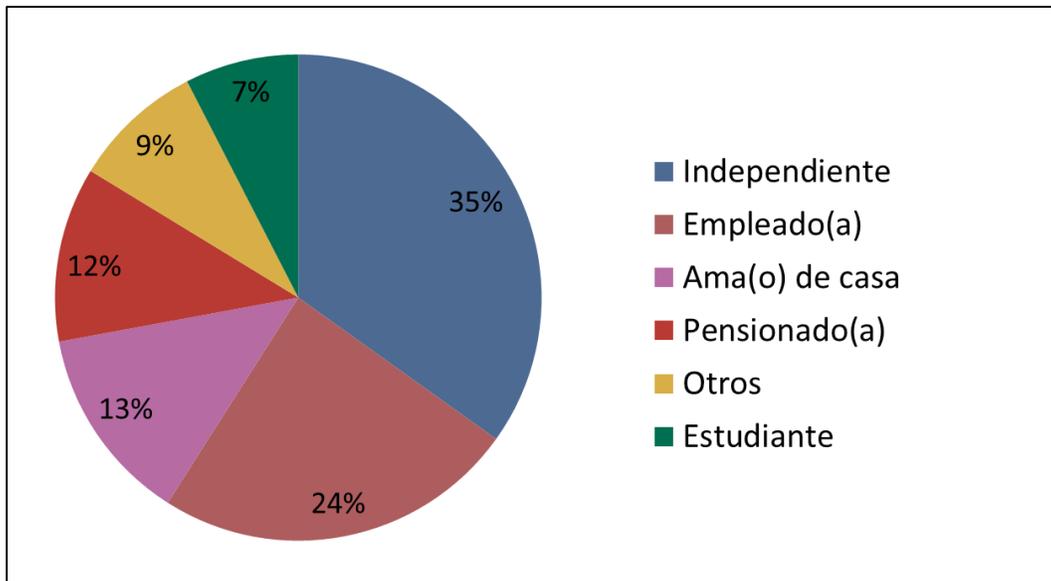
La mayor parte de las visitantes tiene entre 51 y 65 años (34%), dato que coincide con el estudio realizado en 2016. Sin embargo, es de gran importancia reconocer que este año aumentó en seis puntos porcentuales el público que tiene entre 26 y 33 años, dato relevante si se tiene en cuenta que la Feria está captando nuevos públicos y que las estrategias no deben estar dirigidas a un único tipo de público.



Gráfica 15: ¿A cuál de los siguientes rangos de edad pertenece?

### Ocupación

El 59% de los visitantes tiene algún tipo de vinculación laboral o recibe ingresos económicos directos. El 13% reportó dedicarse a las labores del hogar y el 12% ser pensionado (a). El 7% dio ser estudiante y el 9% se dedica a otras tareas. Con respecto a Expoartesano 2016, este año aumentó el porcentaje de visitantes amos o amas de casa y disminuyó el de estudiantes.

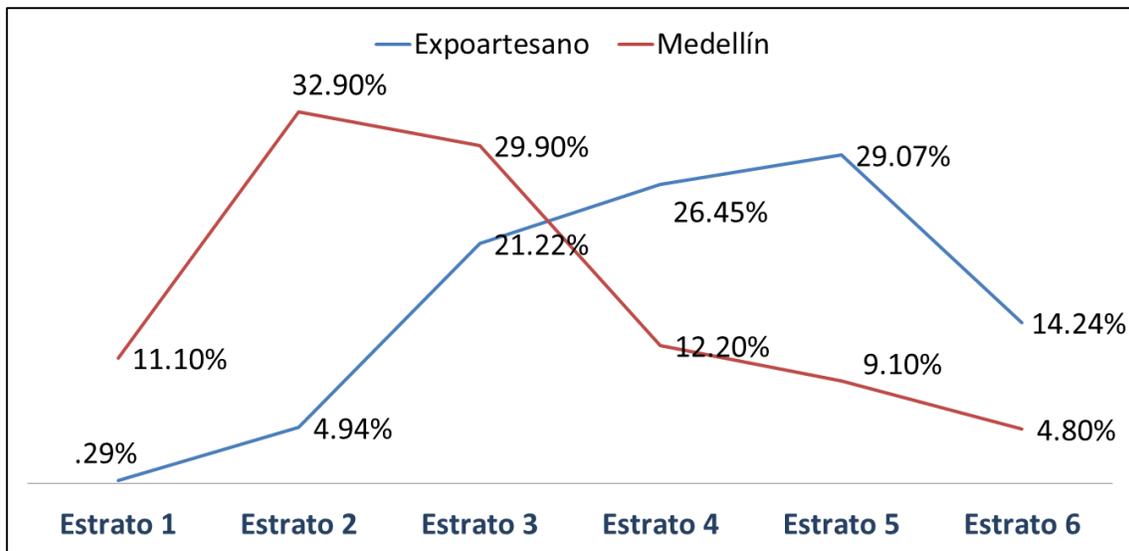


Gráfica 16: ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor su ocupación?

### Nivel socioeconómico

Los visitantes de Expoartesano tienen un alto nivel socioeconómico y adquisitivo. El 77% de las personas que asistieron pertenecen a los estratos 4,5 y 6. Al comparar estas cifras con la distribución por estrato de la ciudad de Medellín, encontramos que los niveles socioeconómicos de los visitantes de la Feria y de Medellín son opuestos, ya que en Medellín solo la cuarta parte de la población pertenece a estratos 4,5 y 6, la mayoría son de estratos 1, 2 y 3. Los datos de NSE de Medellín fueron tomados de la Superintendencia de Servicios Públicos.

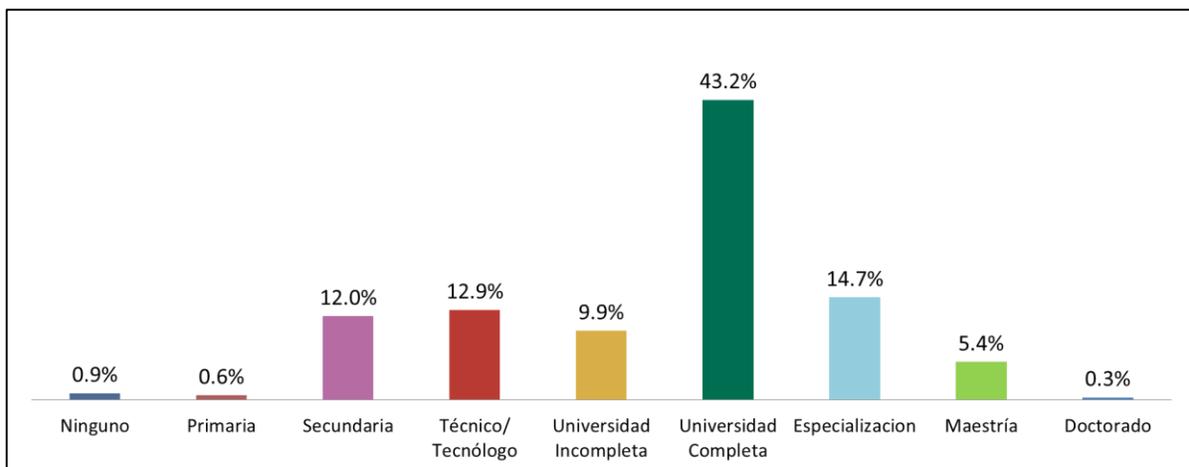
Aunque es claro que los visitantes de Expoartesano cuentan con un nivel socioeconómico alto, es importante tener en cuenta que un 21% de los visitantes pertenecen a estrato 3, razón por la cual encontramos una oportunidad para atraer otros públicos: personas que tal vez no hayan visitado la Feria antes, pero que seguramente pueden encontrar en este espacio piezas y contenido cultural de su interés. El reto consiste en diseñar estrategias que permitan difundir el evento y hacerlo más accesible a estos otros públicos.



Gráfica 17: Según el recibo de la energía eléctrica de su lugar de residencia ¿a qué estrato pertenece?

### ***Nivel educativo***

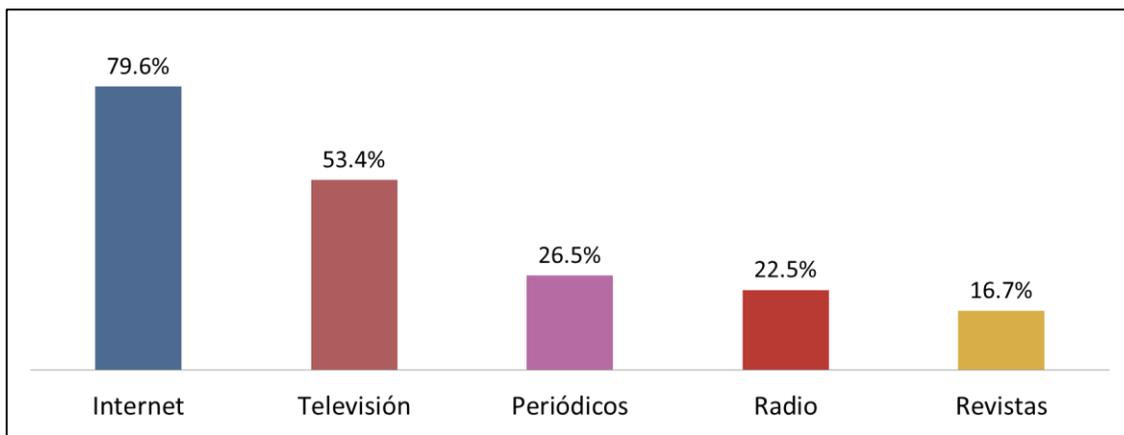
Así como en el estudio desarrollado en Expoartesano 2016, y en concordancia con las variables anteriormente descritas, los visitantes de Expoartesano 2017 cuentan con altos grados de escolaridad: el 86% de las personas que asistieron a la Feria ha cursado estudios de educación superior, siendo Universidad Completa la categoría más alta: el 43% de los visitantes terminó sus estudios de pregrado.



Gráfica 18: ¿Cuál es su máximo nivel educativo alcanzado?

### Consumo de medios

Uno de los objetivos de realizar este estudio consiste en recoger información para identificar perfiles, prácticas y preferencias de los visitantes con el propósito de direccionar la Feria con estrategias que estimulen su difusión efectiva. En este sentido, indagamos por los medios que utilizan con mayor frecuencia los visitantes y encontramos los siguientes resultados:



Gráfica 19: ¿Cuáles son los medios que utiliza o consulta con más frecuencia?

Como es evidente, Internet es el medio que más utilizan los visitantes (79,6%), seguido por Televisión (53,4%), Periódicos (26,5%), Radio (22,5%), Revistas (16,7%). Esto nos muestra la importancia de difundir la Feria a través de Internet, medio que resulta estratégico por sus bajos costos, y por la posibilidad de fortalecer recursos de alto uso como redes sociales.

Además de preguntar por los medios que más utilizan, quisimos indagar por cuáles son esos medios, también con el propósito de brindar información de apoyo para la estrategia de medios de difusión de la Feria. Para estas variables hicimos una codificación a través del software de análisis de información cualitativa Atlas.ti y calculamos su recurrencia. Las presentamos de tal forma que, entre más grande es el tamaño de la categoría, con mayor frecuencia fue mencionada.

En cuanto a las emisoras que más escuchan, resalta La W muy por encima de las otras. Mencionaron también emisoras como Blue Radio, La FM, Caracol Radio y otras más locales como Voz, Bolivariana y Cristal.



Gráfica 20: ¿Qué emisora escuchó el día de ayer?

La revista que más leen los visitantes de la Feria es Semana. Este fue el mismo resultado que en el estudio realizado en 2016, pero aumentó la cantidad de respuestas en referencia a revistas como Axxis, Dinero, Cromos o Soho.



Gráfica 21: ¿Qué revista leyó u hojeó el día ayer?

Sin duda, el periódico El Colombiano es el más leído por los visitantes a la Feria, quienes en su mayoría son de Medellín o Antioquia. Otros periódicos de circulación nacional como El Tiempo y El Espectador tuvieron una frecuencia mucho menor de aparición en las respuestas.



Gráfica 22: ¿Qué periódico leyó el día de ayer?

Del mismo modo que el año anterior, las películas que más ven los visitantes a la Feria son estrenos (la película que más mencionaron fue *La Bella y la Bestia*, película que se encontraba en cartelera en el momento de realización de la Feria) y películas de carácter familiar.



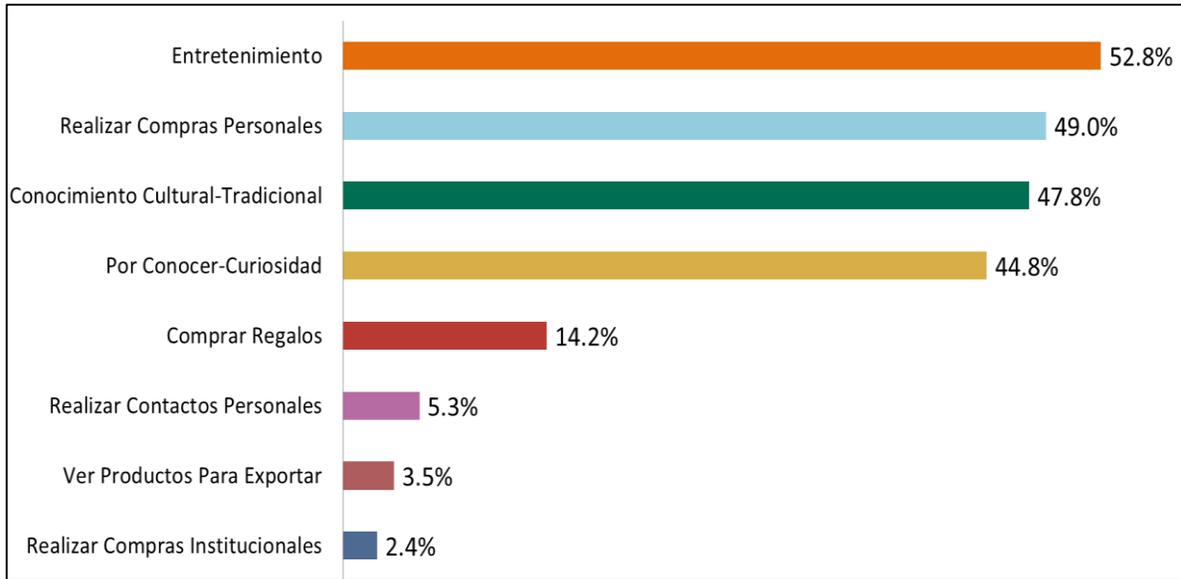
Gráfica 23: ¿Qué película vio en cine la última vez que fue?

### ***Los visitantes frente a Expoartesano 2017***

En esta parte del estudio, entramos directamente a las apreciaciones de los visitantes frente a distintos aspectos de la Feria Expoartesano 2017.

#### ***Motivo de asistencia***

En el estudio realizado este año se incluyó como categoría *Entretenimiento* a la hora de preguntar por los motivos que llevaron a los visitantes a asistir a la Feria y fue esta la categoría con mayor porcentaje de respuestas (53%)



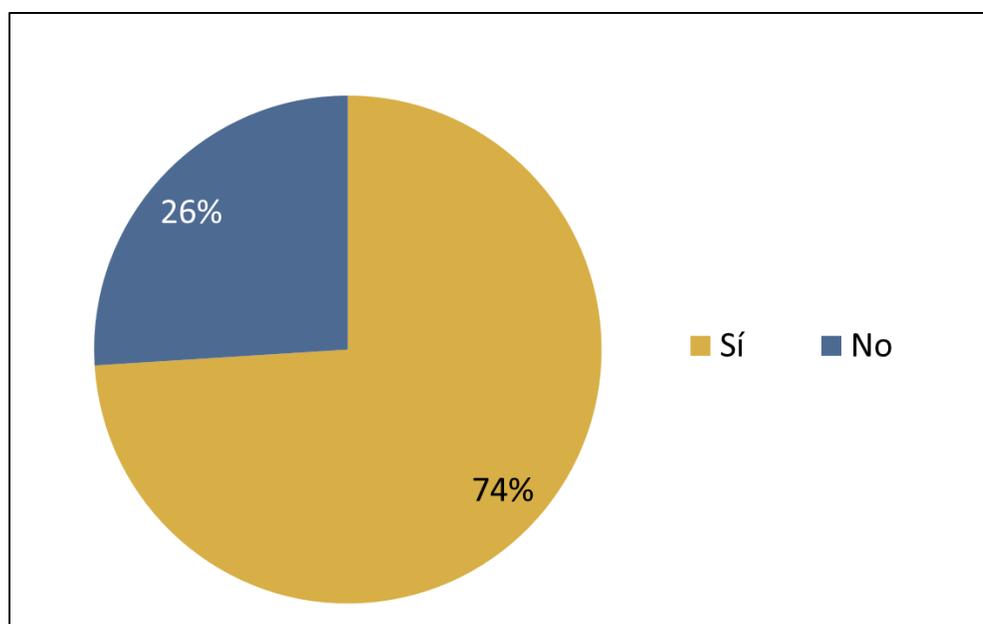
Gráfica 24: ¿Qué le motivó a asistir a este evento?

Este resultado es importante, ya que Expoartesano no solo es concebido como un espacio comercial de piezas artesanales, sino que los visitantes encuentran allí una forma de entretenimiento, lo que indica que la Feria puede resignificarse como un lugar de encuentro y de muestras culturales, en el cual pueden realizarse eventos adicionales a la exposición de las artesanías.

De otro lado, apoyándonos en los resultados del estudio realizado a los expositores, encontramos la oportunidad de fortalecer la idea de Expartesano como un espacio propicio para comprar regalos. Sin embargo, esto va de la mano del establecimiento de una fecha estratégica, ya que, por ejemplo, Expoartesanía es realizada en diciembre, cerca de Navidad, pero, como afirman los expositores *“es necesario institucionalizar una fecha para Expoartesano (...) ojalá que sea cerca del día de la madre para que la gente pueda asistir y comprar los regalos ahí”*.

### **Publicidad y medios**

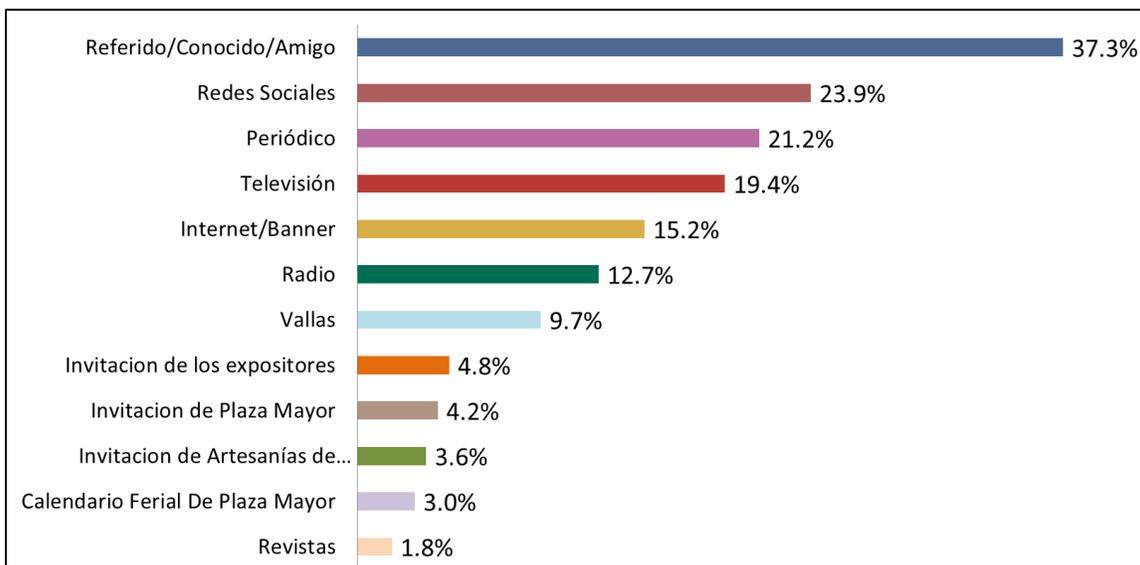
Al parecer la campaña publicitaria de Expoartesano 2017 tuvo un poco más de efectividad que la que se realizó para Expoartesano 2016, ya que, mientras en 2016 el 69% afirmaba haber visto o escuchado publicidad de Expoartesano, en 2017 el porcentaje de personas que recordó publicidad de la Feria aumentó a un 74%.



Gráfica 25: ¿Usted conoció, vio, escuchó publicidad de Expoartesano 2017?

Por la misma vía, preguntamos por los medios por los que los visitantes se enteraron de la realización de la Feria y encontramos que el mayor porcentaje lo hizo por medio de referidos/conocidos/amigos (37%) seguido por redes sociales (24%), lo que quiere decir que la mayor parte de los visitantes se enteró de la Feria por *voz a voz*.

Este es un resultado que nos indica nuevamente la importancia de fortalecer las redes sociales a la hora de difundir Expoartesano. Estos resultados fueron similares a los de 2016, con excepción del periódico, que este año fue más efectivo como medio que la televisión.

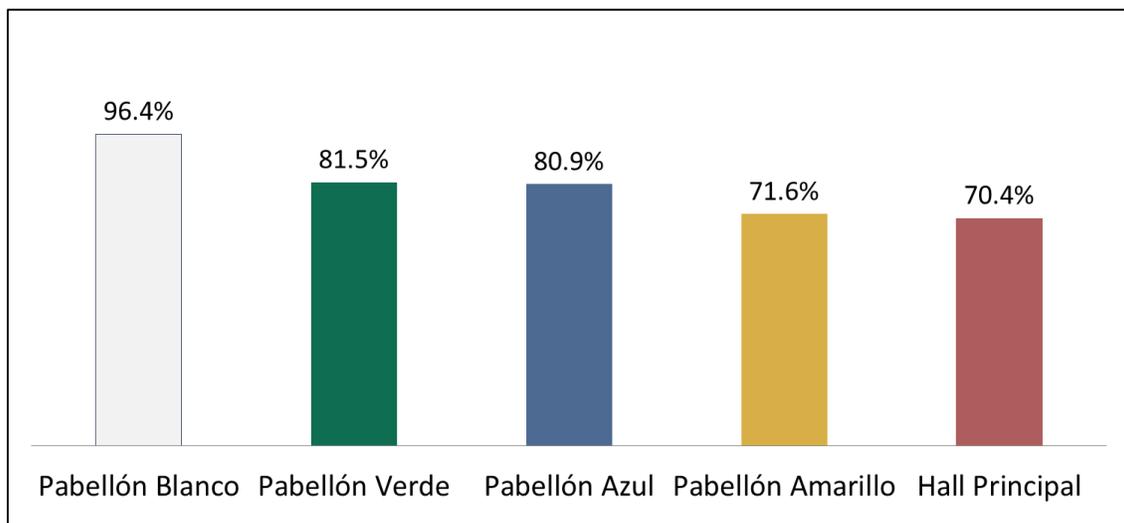


Gráfica 26: ¿A través de qué medios se enteró de la realización de Expoartesano 2017?

### ***Visita y preferencia a pabellones***

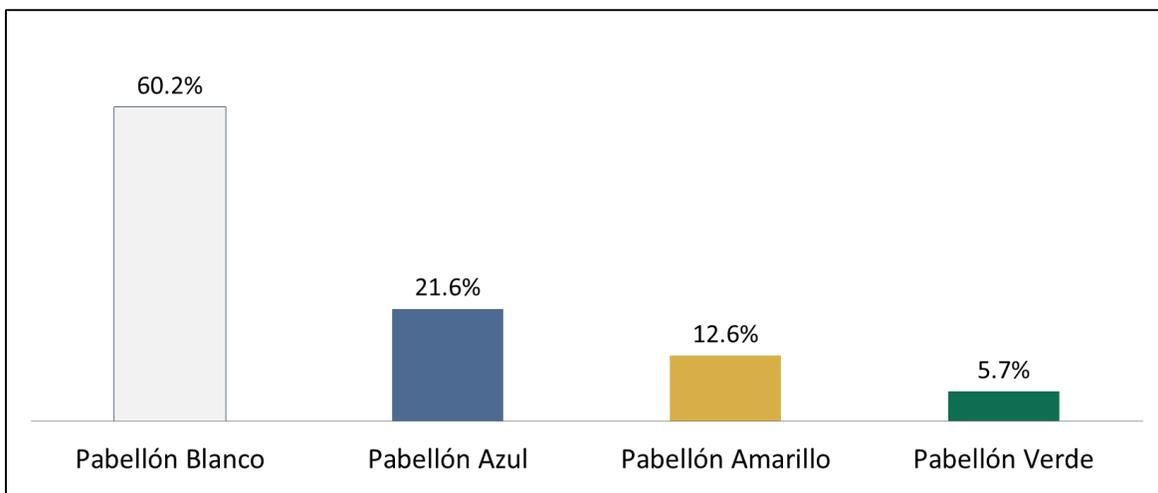
Aunque a los visitantes se les preguntó por cuáles de los pabellones de la Feria visitaron, esta variable es en realidad una variable de recordación o de reconocimiento, en la medida en que, por ejemplo, partimos del hecho de que todas las personas que ingresan a la Feria y salen del Pabellón Blanco hacia los otros pabellones necesariamente visitan el Hall Principal, pero solo el 70% de los visitantes dijo haber visitado el Hall.

El pabellón más recordado es el Pabellón Blanco, puede ser porque es el primer espacio que se visita, pero también porque en este pabellón se exhiben productos de las líneas indígenas y tradicionales, que tienen características particulares y que son las piezas preferidas por los visitantes de la Feria.



Gráfica 27: ¿Cuáles de los siguientes pabellones visitó?

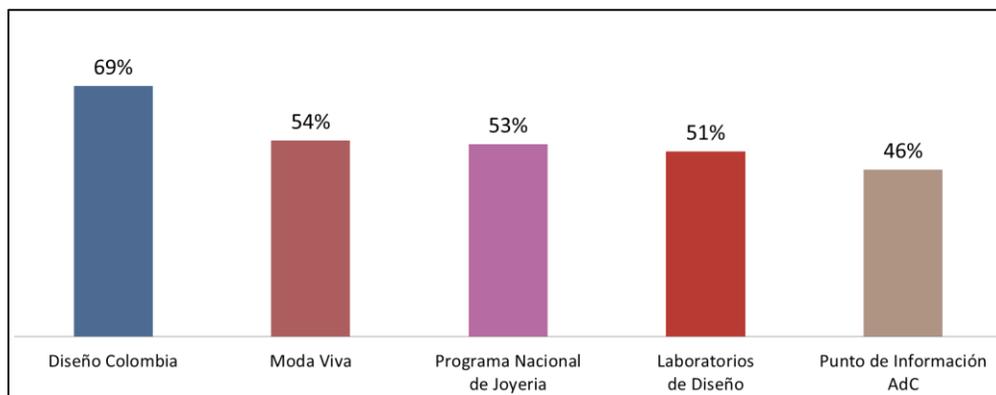
La última afirmación la hacemos, ya que pedimos a los visitantes que, de escoger solo un Pabellón, nos dijeran cuál era su favorito. El 60% manifestó que el pabellón que más le había gustado era el Pabellón Blanco, seguido por el Pabellón Azul (22%), el Pabellón Amarillo (17%) y el Pabellón Verde (6%)



Gráfica 28: ¿Cuál fue el pabellón que más le gustó?

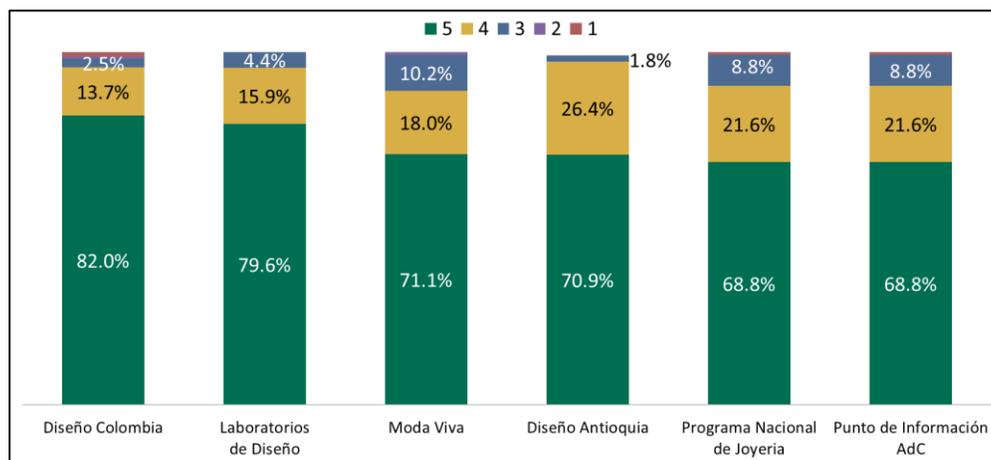
### Visita a proyectos institucionales

Así como en las preguntas anteriores, con esta pregunta buscamos identificar el nivel de recordación o referenciación de los proyectos institucionales. El proyecto más recordado fue Diseño Colombia (69%), seguido por Moda Viva (54%), Programa Nacional de Joyería (53%), Laboratorios de Diseño (51%) y finalmente el Punto de Información de Artesanías de Colombia, que aunque tuvo un nivel de recordación del 46%, cabe decir que cumplió una labor importante, en un espacio que permitió a algunos visitantes acercarse a conocer la misión de Artesanías de Colombia, así como sus acciones-ejecución.



Gráfica 29: ¿Cuáles de los siguientes proyectos o stands visitó?

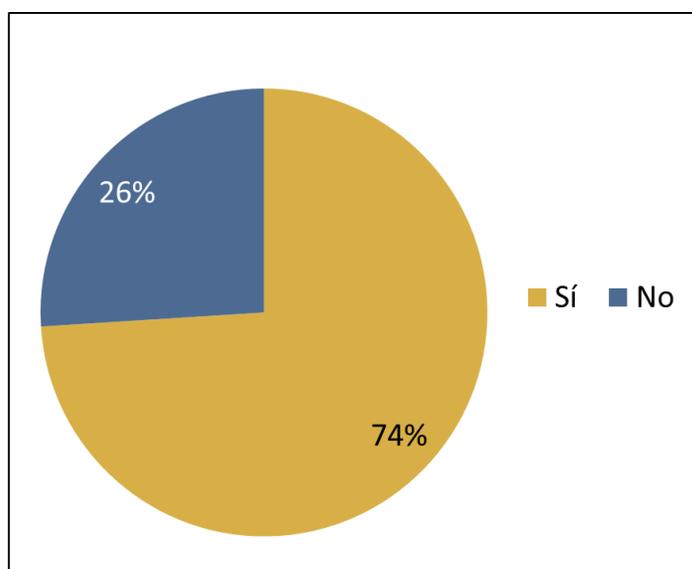
El nivel de satisfacción de todos los proyectos institucionales fue alto:



Gráfica 30: Califique su nivel de agrado de 1 a 5 los proyectos que visitó, donde 1 es "No me gustó para nada" y 5 "Me encantó"

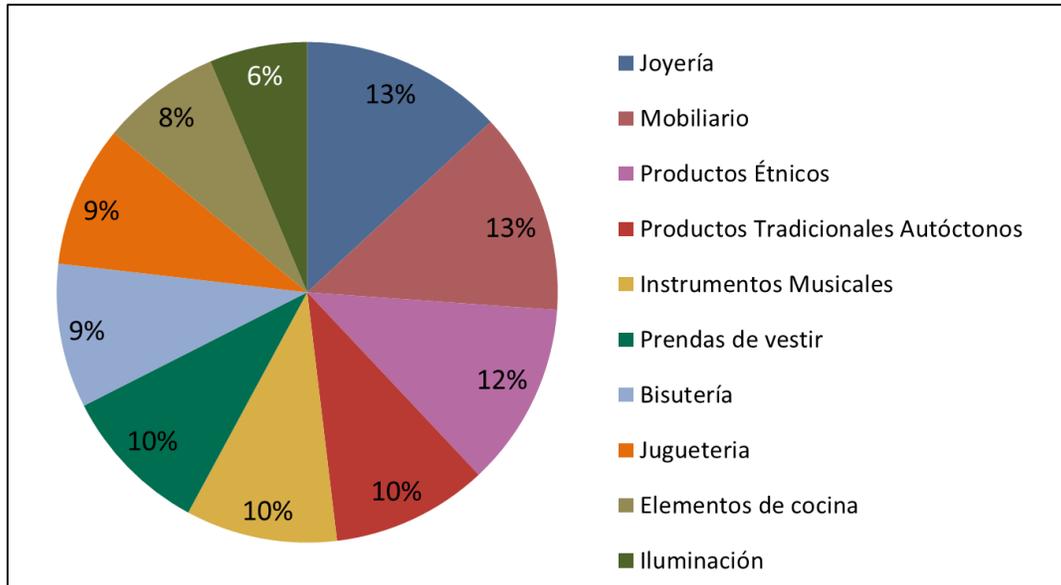
### Compras

El 74% de los visitantes a la Feria que fueron encuestados manifestó haber realizado compras. Preguntamos también por una estimación de cuánto dinero habrían invertido en la Feria y, entre quienes respondieron sí haber realizado compras, en promedio, cada persona haría compras por \$376.846.



Gráfica 31: ¿Realizó compras en Expoartesano 2017?

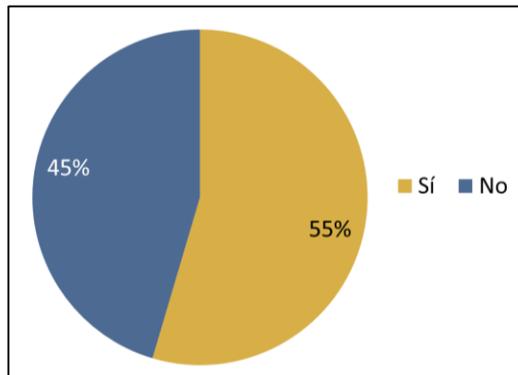
Preguntamos a los visitantes *Si tuviera un millón de pesos ¿cómo los invertiría en los siguientes tipos de artesanía?*. Procesamos las respuestas y calculamos promedios, encontrando que la categoría con mayor número de respuestas fue Joyería (13%), seguida por Mobiliario (13%), Productos Étnicos (12%), Productos Tradicionales Autóctonos (10%), Instrumentos Musicales (10%), Prendas de Vestir (10%), Bisutería (9%), Juguetería (9%), Elementos de Cocina (8%) e Iluminación (6%). En el estudio de 2016 los visitantes también manifestaron invertir la mayor cantidad de dinero en joyería, pero en este estudio encontramos mayor diversidad de respuestas, es decir, el año pasado se invertirían altas cantidades de dinero en pocas categorías, mientras que este año hay interés en distintas líneas de productos artesanales.



Gráfica 32: ¿Qué compran los visitantes de Expoartesano?

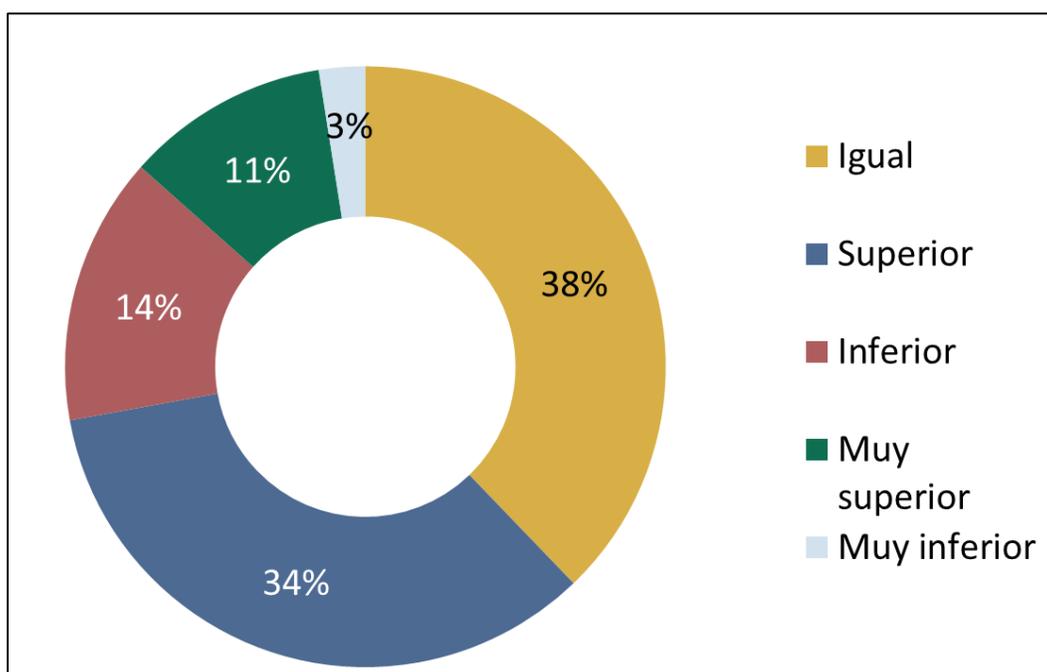
### ***Expoartesano 2017 vs Expoartesano 2016***

El 55% de los visitantes de Expoartesano 2017 asistió también a Expoartesano 2016. En 2016 hicimos la misma pregunta con respecto a 2015 y el 48% dijo haber asistido a las dos versiones de la Feria, lo que indica que año tras año se va impulsando una suerte de fidelización de los visitantes y que se debe apuntar a mantener este público que se interesa por las artesanías.



Gráfica 33: ¿Asistió a la versión anterior de Expoartesano 2016?

A quienes asistieron a Expoartesano 2016 se les preguntó cómo les había parecido esta versión con respecto a la anterior. El 45% la calificó como superior –El 34% como superior y el 11% como muy superior-. Para el 38% las dos versiones fueron iguales, lo que implica la importancia de comunicar la innovación que se aplique en cada nueva versión de la Feria.



Gráfica 34: En comparación con la versión anterior ¿usted considera que Expoartesano 2017 es?

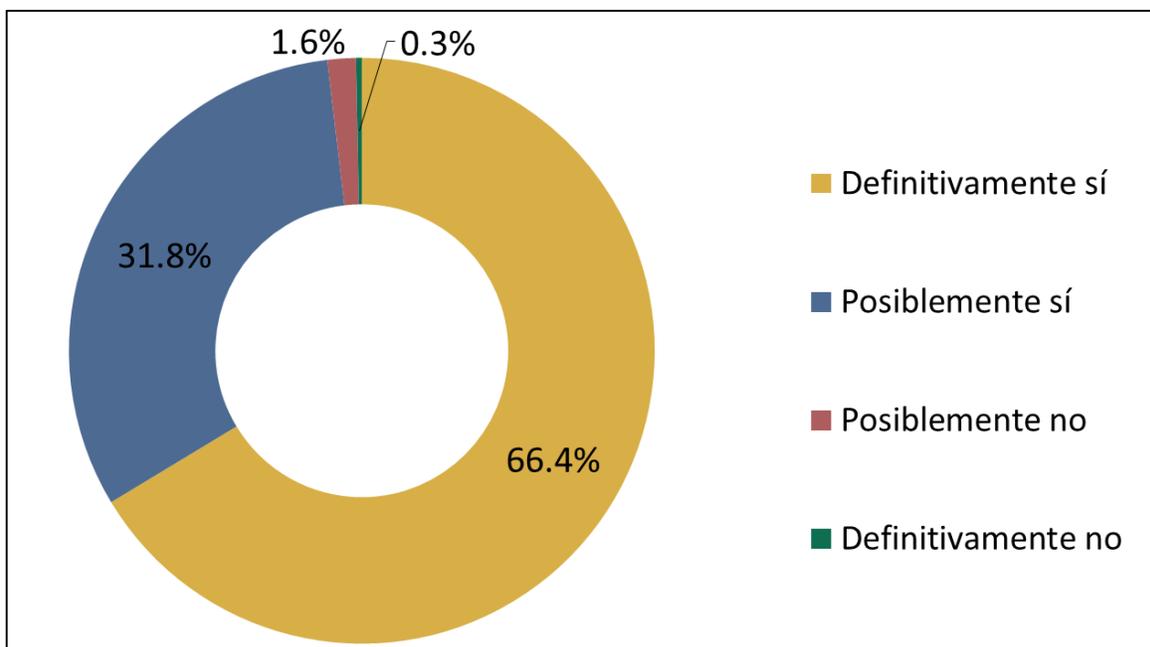
Quienes calificaron la Feria como superior, destacaron de esta versión su organización, la variedad de piezas artesanales encontradas y, lo que nos llama la atención, la ubicación: los visitantes se fijaron en el cambio de ubicación que se hizo del Pabellón Verde y el Pabellón Amarillo, lo cual indica, nuevamente, que se está formando un público especializado, que sigue la Feria año tras año y se interesa por la oferta cultural y artesanal.



Gráfica 35: ¿Por qué superior?

### Participación futura

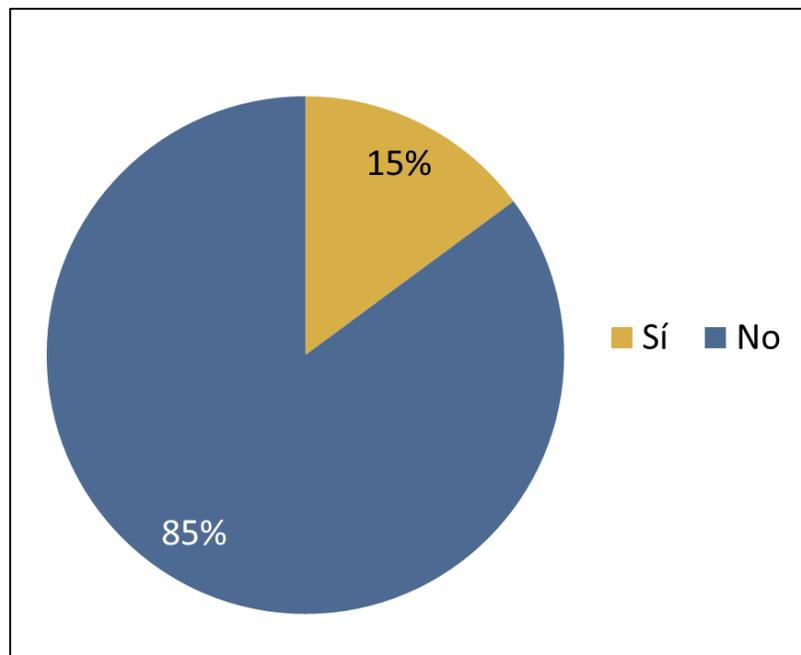
El 98% de los asistentes a Expoartesano 2017 piensa volver a la próxima versión.



Gráfica 36: ¿Asistirá a la próxima versión de Expoartesano?

### **Agenda cultural**

La mayor parte de los visitantes (85%) no conoce la agenda cultural, sin embargo le interesa. Este espacio es de gran importancia, pero es necesario pensar en estrategias para que sea difundida. Un visitante manifestó: *sería bueno que hicieran más eventos, que viéramos a los artesanos haciendo las artesanías*. Esto nos indica que hay un interés por este tipo de eventos, pero que no se concen, ya que la actividad que más se realiza en la agenda cultural es la de demostración de oficio. Adicionalmente, es importante que dentro de los eventos de la agenda cultural se incluyan otros eventos que respondan a la demanda que tienen los visitantes por espacios culturales adicionales a lo artesanal.

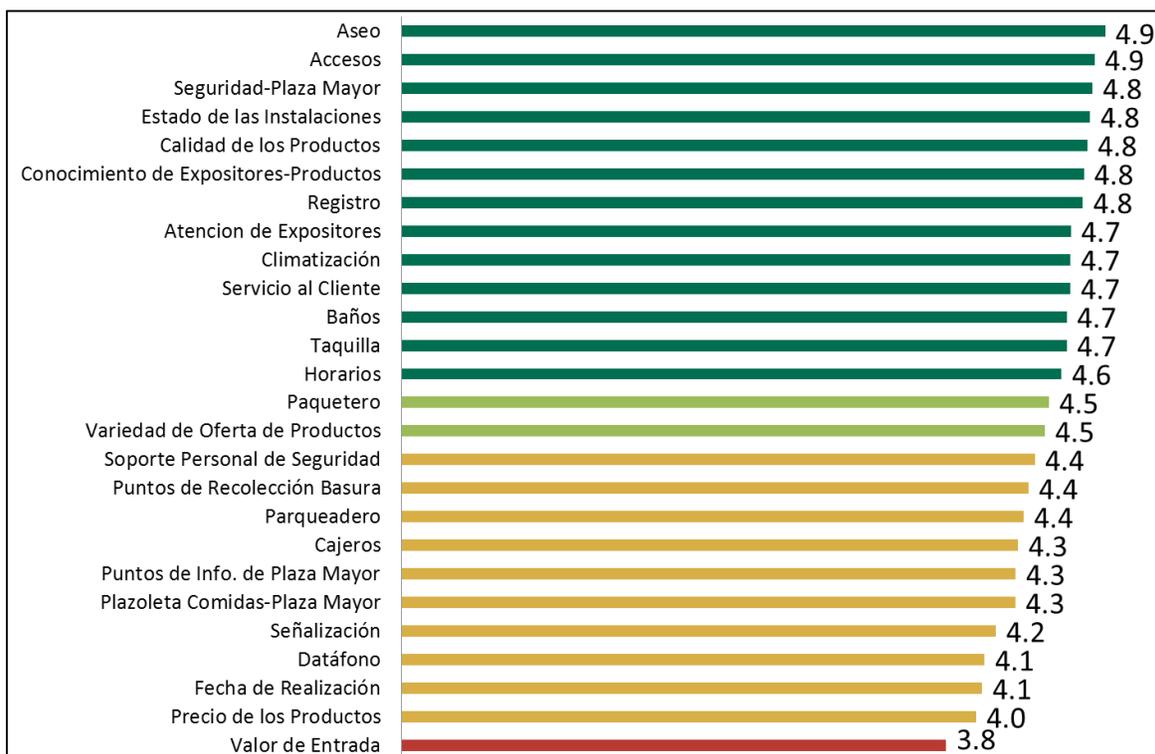


Gráfica 37: ¿Conoce la agenda cultural de la Feria?

### **Satisfacción**

En términos generales los visitantes calificaron la Feria con un grado alto de satisfacción. Se indagó frente a distintos temas, unos que tienen mayor relación con Plaza Mayor, como aseo de las instalaciones, accesos, seguridad, registro, baños, taquilla, entre otros y otros que tienen mayor relación con lo artesanal: calidad de los productos, conocimiento

que tienen los expositores de los productos o atención. En ambos casos la satisfacción fue alta, incluso, la satisfacción general fue de 4.5 sobre 5. Los aspectos que tuvieron una calificación más baja fueron el valor de la entrada (3.8), el precio de los productos (4.0) y las fechas de realización (4.1)

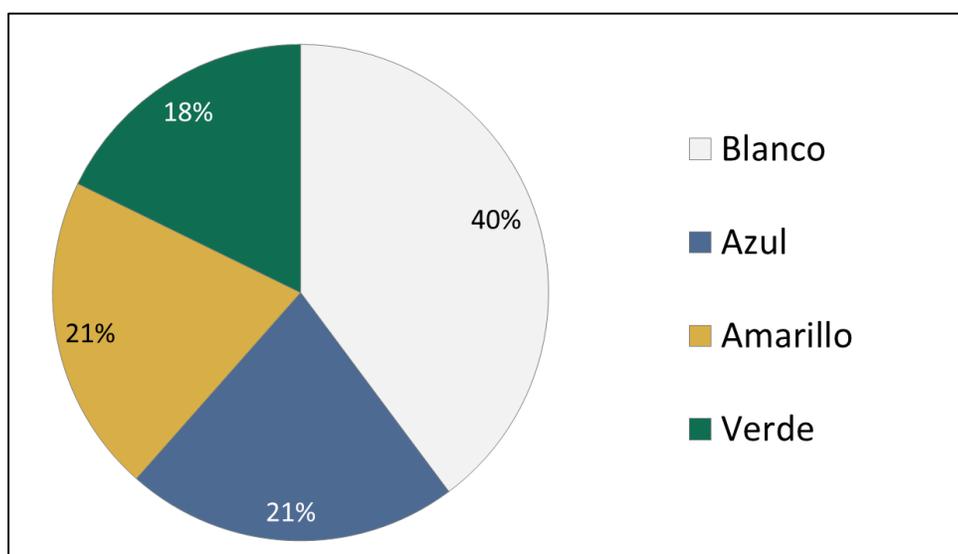


Gráfica 38: Satisfacción de los visitantes

## ESTUDIO A EXPOSITORES EXPOARTESANO 2017

A la totalidad de expositores de Expoartesano 2017 se le aplicó una encuesta que busca identificar los niveles de satisfacción de los expositores con el evento, sus necesidades y requerimientos, así como su percepción de ventas, los medios por los que se enteraron de la Feria, entre otros aspectos. A continuación se presentan los resultados de este estudio, comparados con el estudio realizado en Expoartesano 2016.

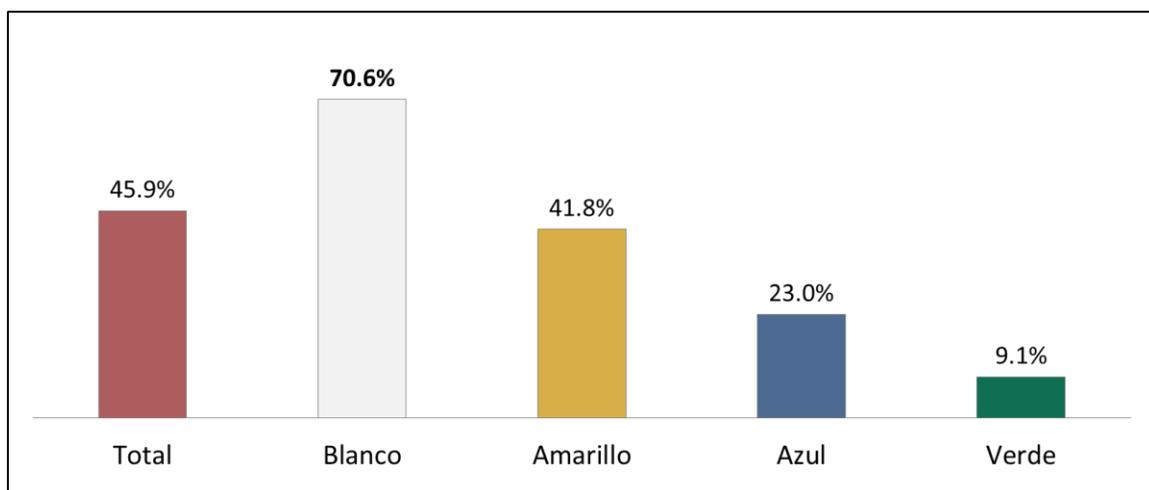
La distribución de los expositores por pabellón fue la siguiente:



Gráfica 39: Distribución por pabellones

### ***Asociatividad***

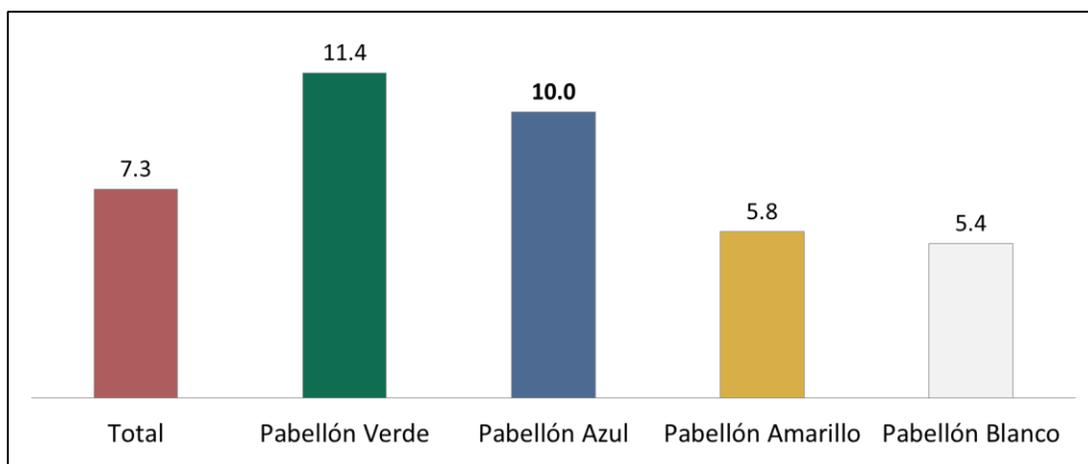
En promedio, el 46% de los expositores se encuentra asociado. El mayor porcentaje de artesanos que pertenece a una asociación o a una organización es el de los expositores del Pabellón Blanco (71%), lo cual se puede explicar por ser el pabellón en el que se ubican artesanos indígenas y tradicionales, para quienes, en muchos casos, la asociatividad es cultural.



Gráfica 40: Asociatividad

### ***Participación en ferias***

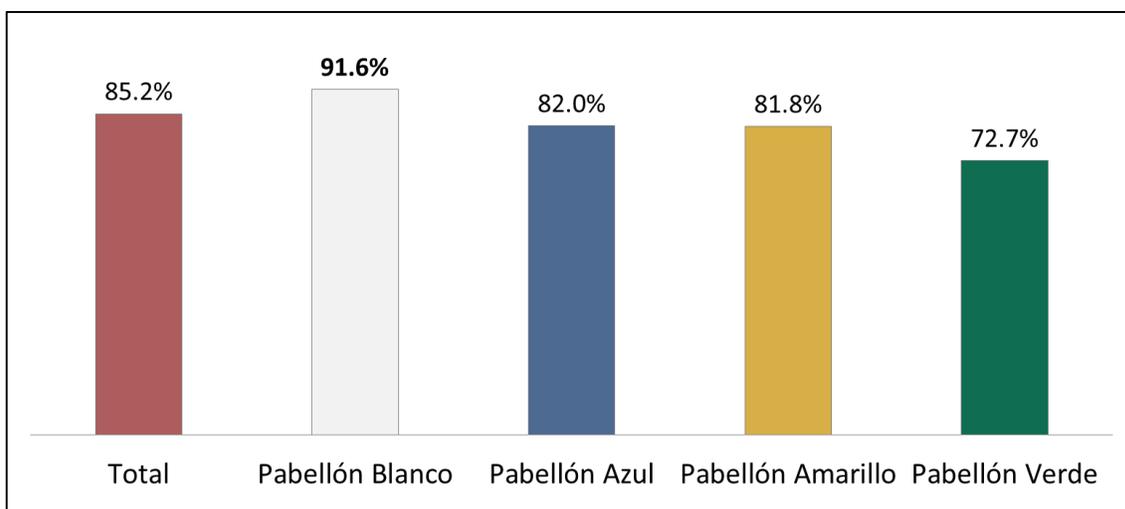
En promedio, los expositores de Expoartesano han participado en 7 ferias durante los últimos tres años. Quienes tienen una mayor participación en ferias son los expositores del Pabellón Verde: en promedio han participado en 11 ferias. En cuanto a los otros pabellones, los expositores del Pabellón Azul han participado en 10 ferias en promedio, seguidos por los del Amarillo (6) y por los del Blanco (5). Teniendo en cuenta que, como se mencionó atrás, los expositores del Azul y los del Blanco tienen marcadas diferencias, los del Blanco tienen menor acceso a espacios de comercialización de sus productos artesanales.



Gráfica 41: ¿Aproximadamente en cuántas ferias ha participado para exponer sus productos artesanales en los últimos tres años?

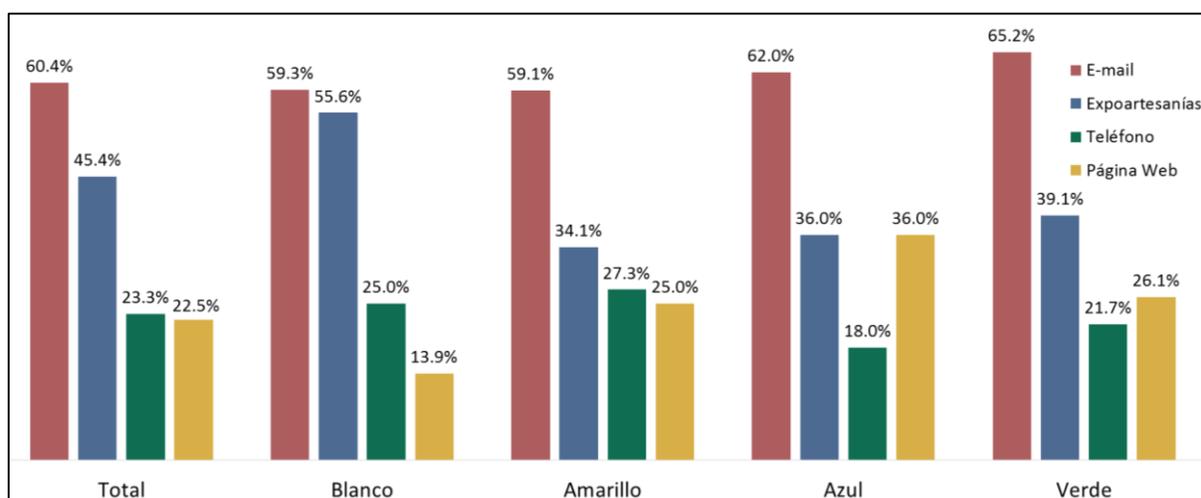
### ***Comunicación de la Feria-Artesanías de Colombia***

El 85% de los expositores se enteró de Expoartesano por medio de Artesanías de Colombia. La Entidad comunicó la Feria al 92% de los expositores del Pabellón Blanco, al 82% de los expositores del Azul, al 82% de los expositores del Amarillo y al 73% de los expositores del Pabellón Verde, lo cual es coherente si se tiene en cuenta que los beneficiarios de los proyectos de Artesanías de Colombia pertenecen a los tres primeros pabellones.



Gráfica 42: ¿Se enteró de Expoartesano 2017 a través de Artesanías de Colombia?

De los medios que utilizó Artesanías de Colombia para comunicar la Feria a los expositores, el que más funcionó fue el correo electrónico enviado por el equipo de ferias de la Subgerencia de Promoción y Generación de Oportunidades Comerciales. Este año fue efectiva también la comunicación de la Feria por medio de Expoartesanas 2016.

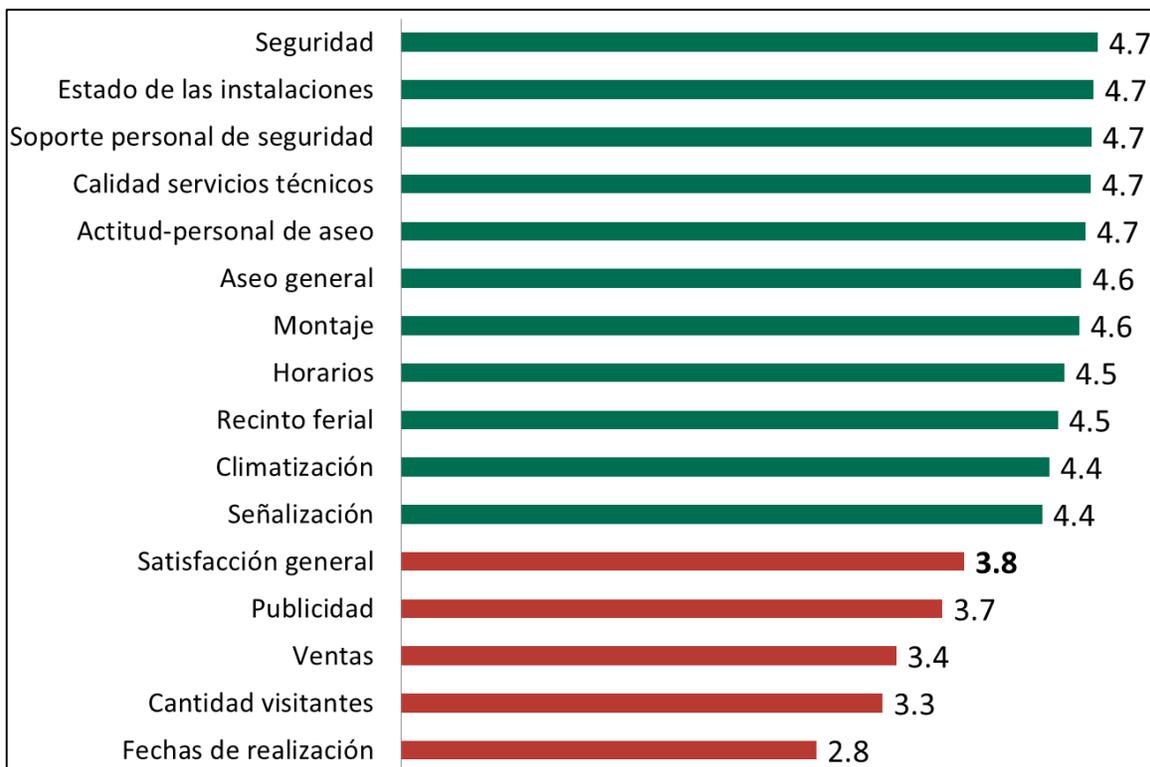


Gráfica 43: ¿Qué medios usó Artesanías de Colombia para anunciar la Feria Expoartesano 2017?

### **Satisfacción**

En términos generales, la satisfacción de los expositores frente a Expoartesano 2017 fue alta, sin embargo, algunas categorías tuvieron una puntuación muy baja, tales como la publicidad (3.7), las ventas (3.4), la cantidad de visitantes (3.3) y las fechas de realización del evento (2.8).

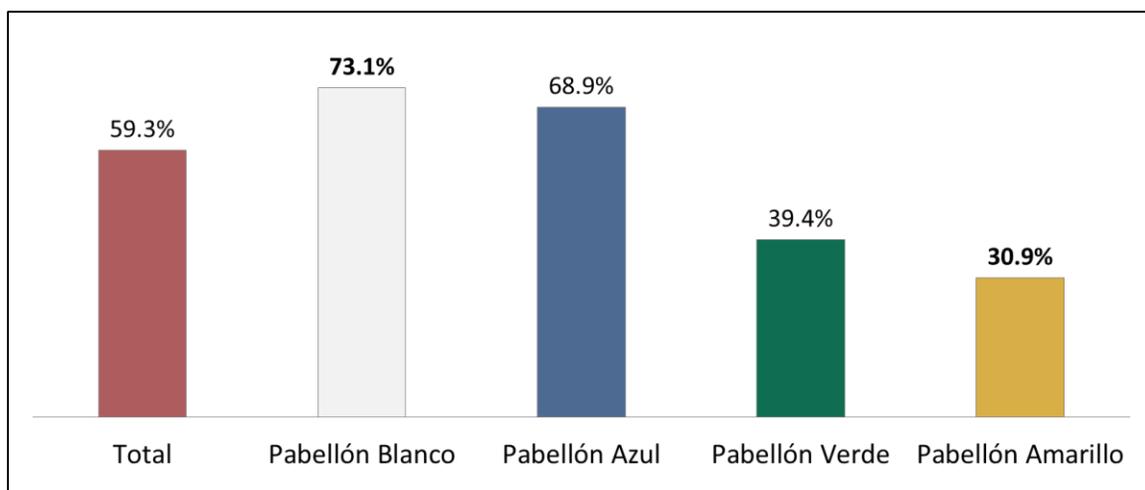
La principal queja que los expositores tuvieron con las fechas de realización tuvo que ver con que la Feria se realizara justo después de semana santa, pues manifestaron que, posiblemente, el público no contaba con dinero para invertir en la Feria. También dijeron que la fecha de realización del evento debe ser fija y cercana a un evento especial –como el día de la madre-. La categoría mejor puntuada fue la de seguridad en Plaza Mayor.



Gráfica 44: Satisfacción de los expositores: Feria Expoartesano 2017?

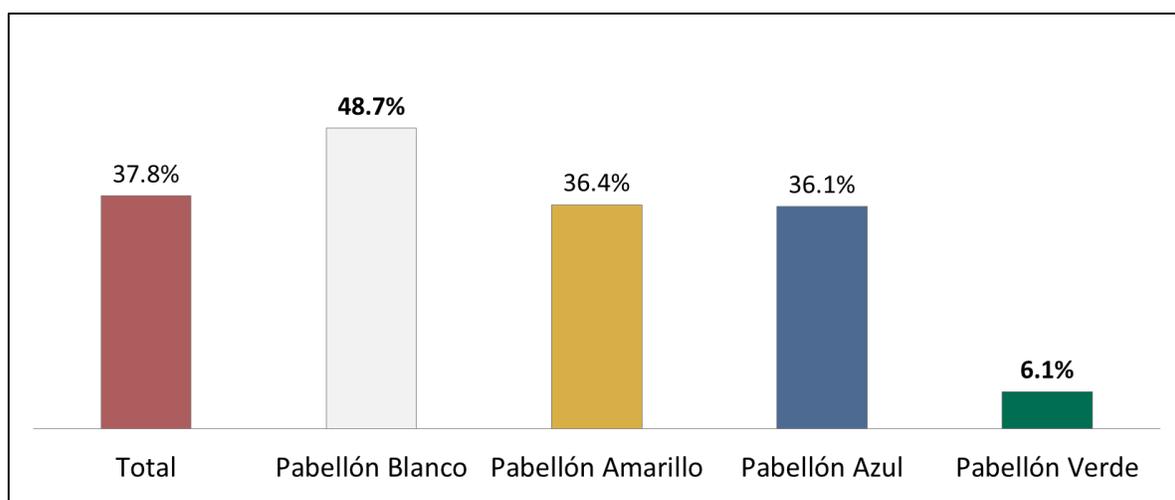
### ***Percepción de ventas y ventas posferia***

Un alto porcentaje de expositores consideró al momento de aplicar la encuesta que las ventas alcanzadas en Expoartesano no cubrieron ni cubrirían los costos de participación en la Feria (el 41%). La mejor percepción de ventas se encontró en el Pabellón Blanco, en donde el 73% considera que las ventas sí cubrirían sus costos de participación. Otra de las quejas recurrentes de los expositores y de sus observaciones con respecto a las ventas, fue el que la Feria hubiese reducido sus días de ejecución, ya que, según ellos, el dinero de las ventas alcanzadas en el primer fin de semana es el que utilizan para cubrir los costos del stand, mientras que el dinero que reciben en el segundo fin de semana es el que representa para ellos una ganancia. Como se mostró en el primer capítulo del informe, reducir la Feria a siete días no trajo ningún beneficio y, por el contrario, es indispensable que la Expoartesano cuente con al menos dos fines de semana.



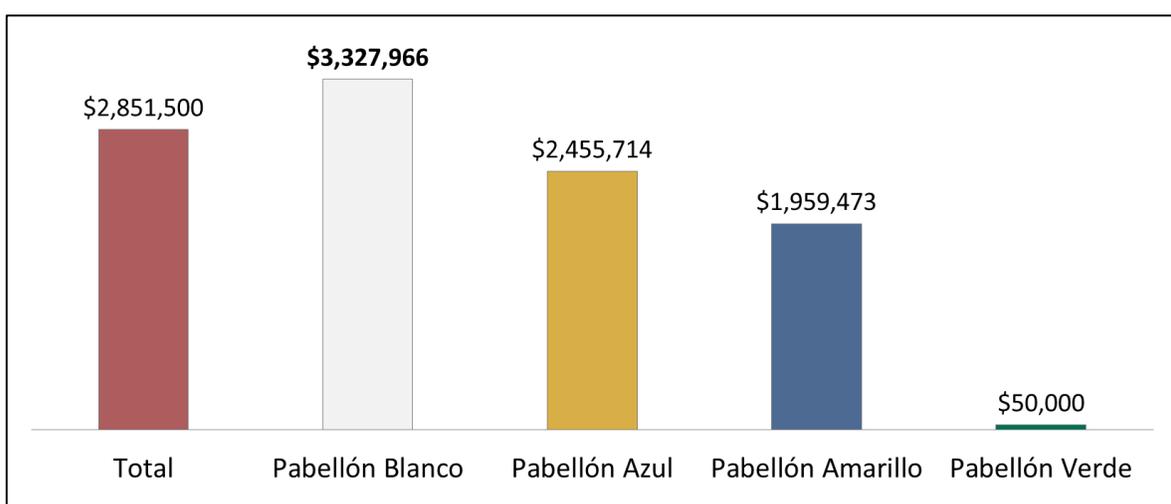
Gráfica 45: Las ventas cubrieron o cubrirán los costos de participación de la Feria: Sí.

Expoartesano no es únicamente un espacio de exhibición y ventas directas. Se constituye también como una vitrina comercial y un lugar en donde los expositores dan a conocer sus productos y establecen relaciones comerciales con pequeños y grandes compradores, así como compras futuras. El 38% de los expositores de la Feria concretaron ventas posferia, encontrando el mayor porcentaje de estas ventas en el Pabellón Blanco, en donde al 49% de los expositores le hicieron pedidos para hacer efectivos después de la Feria.



Gráfica 46: ¿Le han realizado pedidos que tenga que hacer efectivos cuando ya haya finalizado la Feria?

Entre aquellos expositores que respondieron haber concretado ventas posferia, pedimos que hicieran una estimación del monto de dichas ventas y calculamos el promedio. En promedio, cada artesano de este grupo realizó ventas por \$2.851.500, encontrando también el monto más alto en los expositores del Pabellón Blanco, en donde, en promedio, habría alcanzado cada artesano ventas posferia por \$3.327.966.



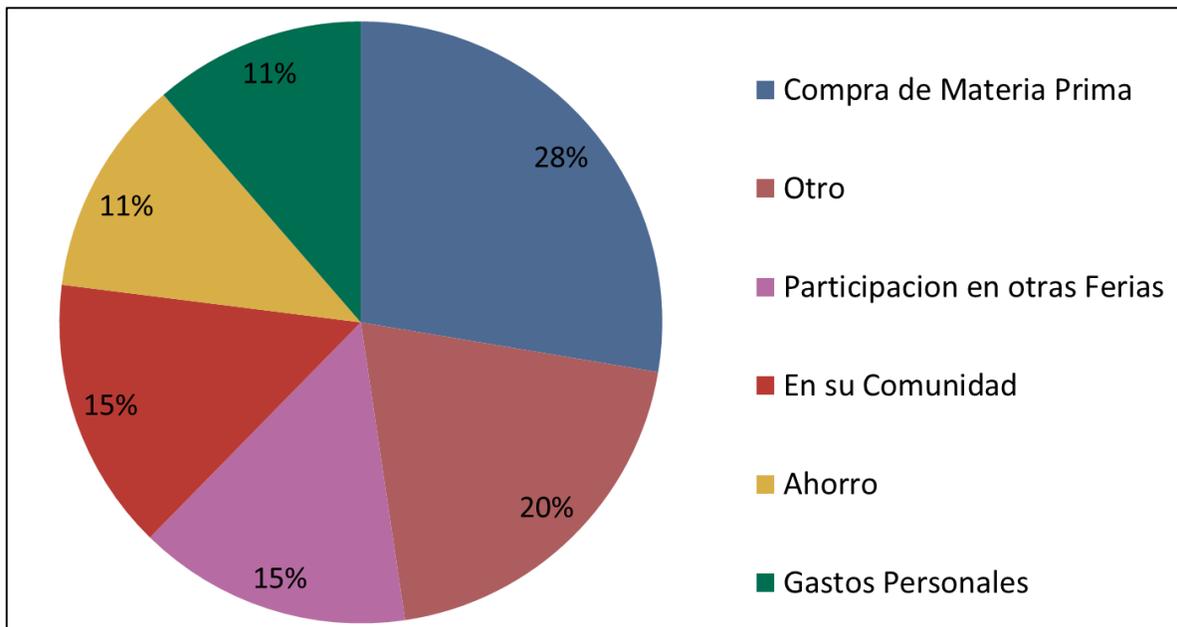
Gráfica 47: ¿A cuánto asciende el monto de estos pedidos posferia?

### ***Inversión de las ganancias de Expoartesano***

De forma similar a otra pregunta que hicimos a los visitantes, pedimos a los expositores que nos dijeran, si sus ganancias fueran de \$1.000.000 ¿cómo los utilizaría? Esta pregunta se incluyó en el estudio de este año bajo requerimiento del equipo de ferias de Artesanías de Colombia, y resultó muy importante para entender qué ocurre con las ganancias producto de la Feria. En promedio, el 28% de estas ganancias se invertiría en compra materia prima, el 15% en participación en otras ferias, otro 15% en sus comunidades, el 11% sería destinado para ahorro y otro 11% para gastos personales.

Esto indica que la participación en la Feria y las ganancias que representa a los expositores, estimulan la actividad artesanal, es decir, a partir de estos ingresos, los expositores continúan elaborando piezas artesanales, participando en otras ferias y, de gran importancia, llevando dinero para sus comunidades. Dentro de las respuestas,

dijeron que el 20% de sus ganancias se invertirían en *otros* y al revisar cuáles eran esos otros, se encontró que la mayoría se refería a compra de herramientas (que implica también la continuación de la actividad artesanal) y deudas de participación. Esto cobra importancia al entender el compromiso que se tiene con los expositores y artesanos, en la medida en que algunos de ellos sacan préstamos para poder participar en el evento ferial: participar en Expoartesano representa para algunos una apuesta que, de no recibir los resultados esperados, implicaría pérdidas.

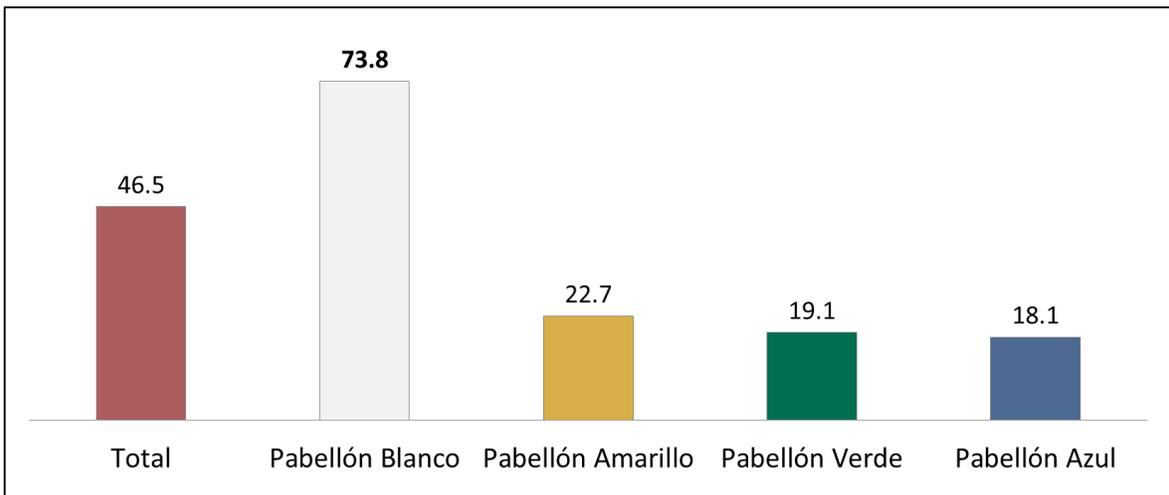


Gráfica 48: Si sus ganancias en la Feria fueran de \$1.000.000 ¿Cómo los utilizaría?

### **Beneficiarios**

En la variable anterior, los expositores mencionaban que un alto porcentaje de sus ganancias iba para su comunidad, además, como mostramos en la gráfica 40, muchos de ellos pertenecen a una asociación u organización. Además, es importante entender que la actividad artesanal no es necesariamente un proceso de producción individual, sino que generalmente hablamos de unidades productivas, de grupos de familias o asociaciones artesanales que conforman una cadena productiva y de valor, a partir de lo cual, la participación de un artesano o un expositor, beneficia a otras personas que se encuentran detrás de este proceso.

Es así que indagamos por el número de personas de las comunidades de los expositores que se benefician con su participación en la Feria y encontramos que cerca de **11.000** personas se benefician de Expoartesano. En promedio, por cada expositor que participa en la Feria, se benefician 46 personas más. El mayor promedio lo encontramos en el Pabellón Blanco, en donde por cada expositor, se ven beneficiadas alrededor de 74 personas. En la medida en que estos promedios pueden resultar sesgados, revisamos con detalle estos datos y encontramos que, por ejemplo, en el Blanco, hay una percepción de beneficio para toda una comunidad: la participación de algunas artesanas de La Guajira beneficia a 500 y 600 personas de su comunidad.

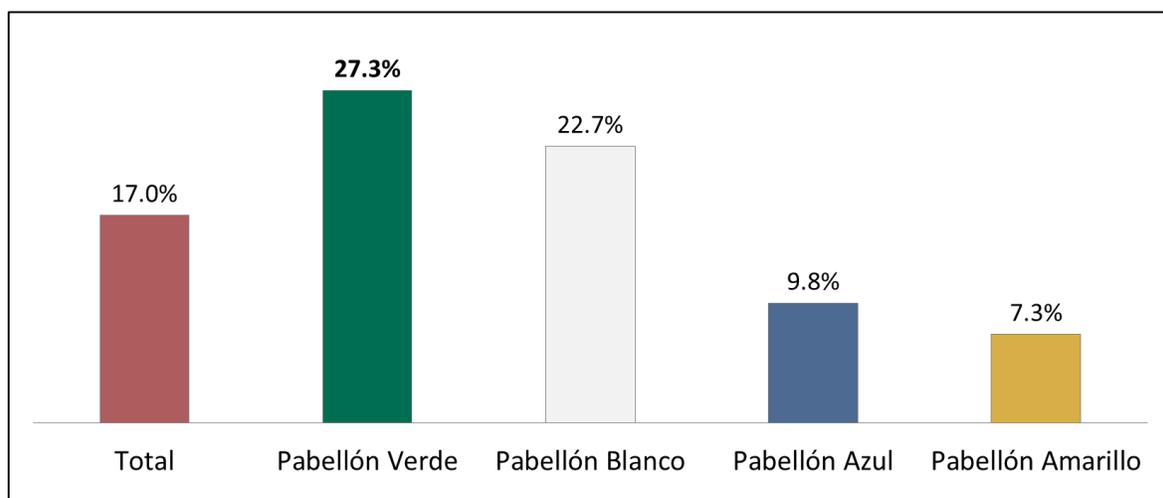


Gráfica 49: ¿Cuántas personas de su comunidad se ven beneficiadas con su participación en la Feria?  
(Promedio)

### **Apoyos y patrocinios**

Indagamos también frente a los apoyos que entidades diferentes a Artesanías de Colombia pudiesen haber brindado a los expositores y encontramos que el 17% de los artesanos recibió apoyos de otra entidad. El porcentaje más alto se encontró entre los expositores del Pabellón Verde (27%), seguido por el Pabellón Blanco (23%), el Pabellón Azul (10%) y el Pabellón Amarillo (7%). Teniendo en cuenta las variables anteriores, aunque existan otros apoyos, son pocos. Quedaría como meta pensar en estrategias y

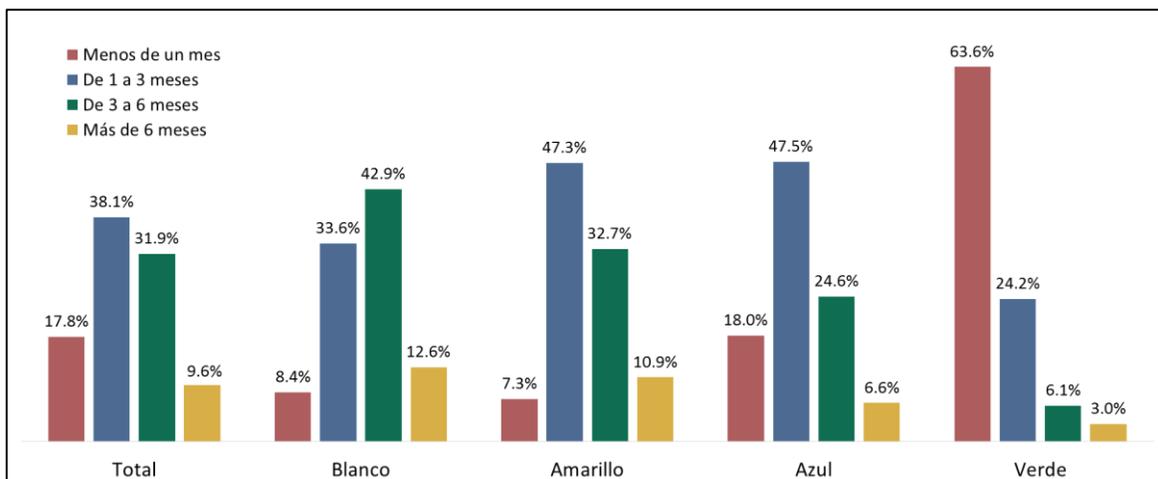
alianzas que estimulen el apoyo o patrocinio de otras instituciones a la actividad artesanal, que encuentra sus frutos monetarios en procesos de comercialización como Expoartesano.



Gráfica 50: ¿Obtuvo patrocinio de alguna entidad diferente a Artesanías de Colombia?

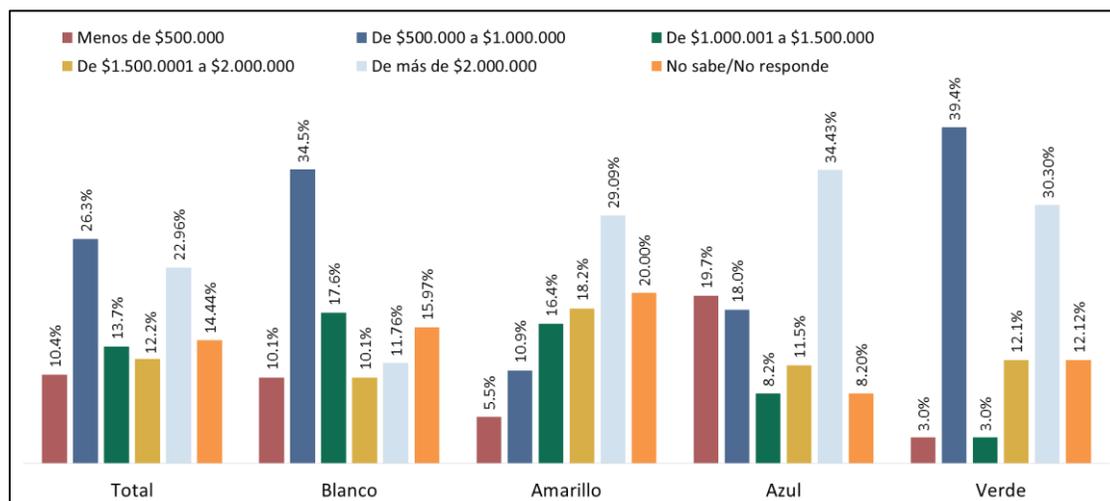
### ***Preparación para la Feria: Tiempo, gastos e inversión***

La mayor parte de los expositores necesita entre uno y seis meses para prepararse para Expoartesano. Los expositores del Pabellón Blanco son quienes más tiempo invierten: el 43% necesita entre 3 y 6 meses para prepararse y el 13% más de 6 meses, lo que responde al tipo de producto artesanal que elaboran. En el Pabellón Verde, al ser expositores de comida-bocados tradicionales, necesitan menos de un mes para prepararse para la Feria. Esto cobra importancia a la hora de planear la Feria y de pensar en los procesos de convocatoria, ya que cada expositor es diferente y necesita tiempos distintos para su producción y preparación.



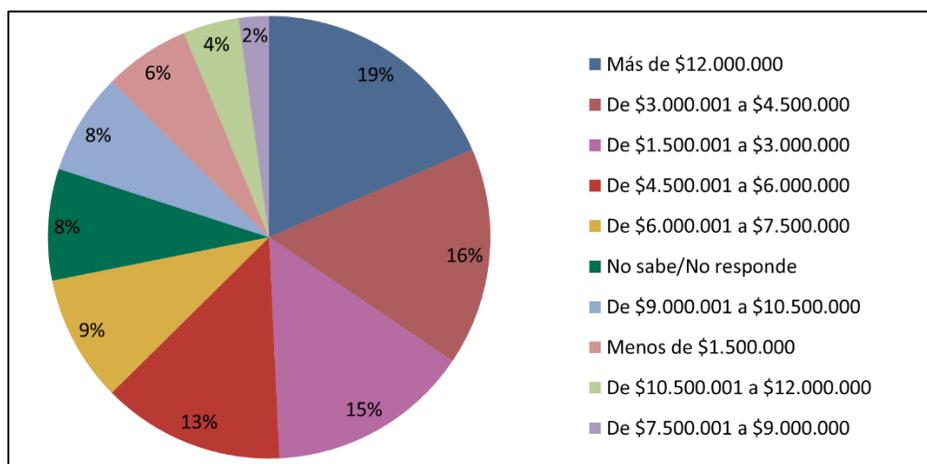
Gráfica 51: ¿Con cuánto tiempo de anterioridad preparó su producción para participar en la actual feria de Expoartesano 2017?

Quisimos saber también cuánto dinero gastan los expositores para asistir a la Feria, teniendo en cuenta únicamente transporte, estadía y alimentación. Esto se encuentra relacionado con el lugar de residencia de los expositores que, en muchos casos, van de ciudades o departamentos diferentes a Medellín y Antioquia y, por lo tanto, su participación en la Feria implica gastos superiores. En la gráfica 52 pueden verse los gastos del total de los expositores y desagregados por pabellón.



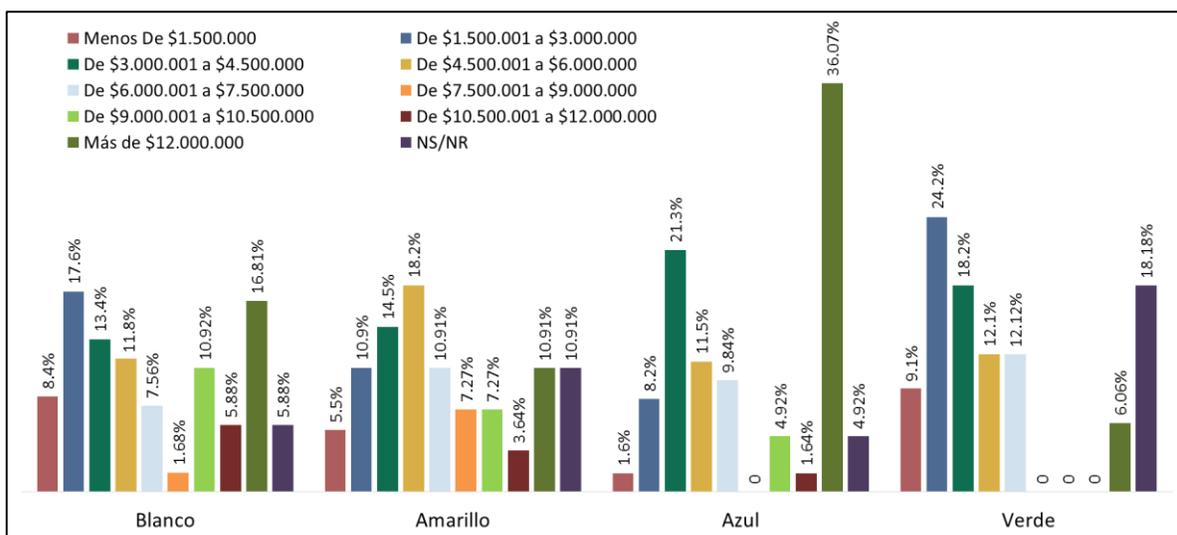
Gráfica 52: ¿Aproximadamente cuánto dinero gastó para asistir a esta feria? (transporte, estadía y alimentación)

Por supuesto, es de gran importancia conocer también cuánto dinero invierten en producción de los distintos productos artesanales. Tomando el total de los expositores, encontramos que el 19% invierte más de \$12.000.000, el 16% de \$3.000.001 a \$4.500.000, el 15% de \$1.500.001 a \$3.000.000, el 13% de \$4.500.001 a \$6.000.000, el 9% de \$6.000.001 a \$7.500.000:



Gráfica 53: ¿Aproximadamente cuánto dinero invirtió en producción de las diferentes piezas artesanales para participar en este evento? TOTAL expositores

Sin embargo, estos datos se entienden mejor si se desagregan por pabellón:

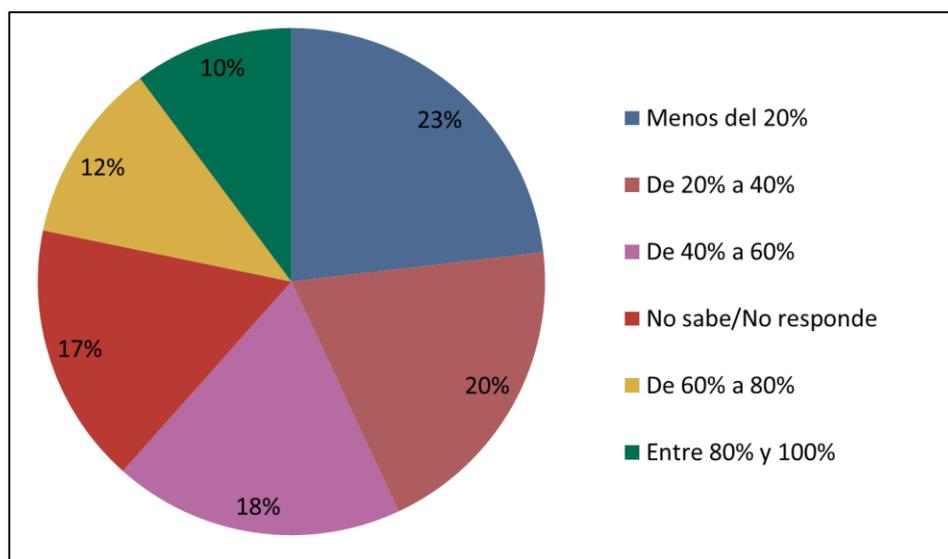


Gráfica 54: ¿Aproximadamente cuánto dinero invirtió en producción de las diferentes piezas artesanales? PABELLÓN

Claramente, quienes más gastan en producción de sus piezas artesanales son los expositores del Pabellón Azul, quienes se dedican al oficio de joyería y cuyas materias primas son más costosas: el 36% invierte más de \$12.000.000. Por la misma razón de la materia prima, al parecer quienes menos invierten en producción son los expositores del Pabellón Verde, quienes se dedican a los bocados tradicionales.

### ***Expoartesano en los ingresos anuales***

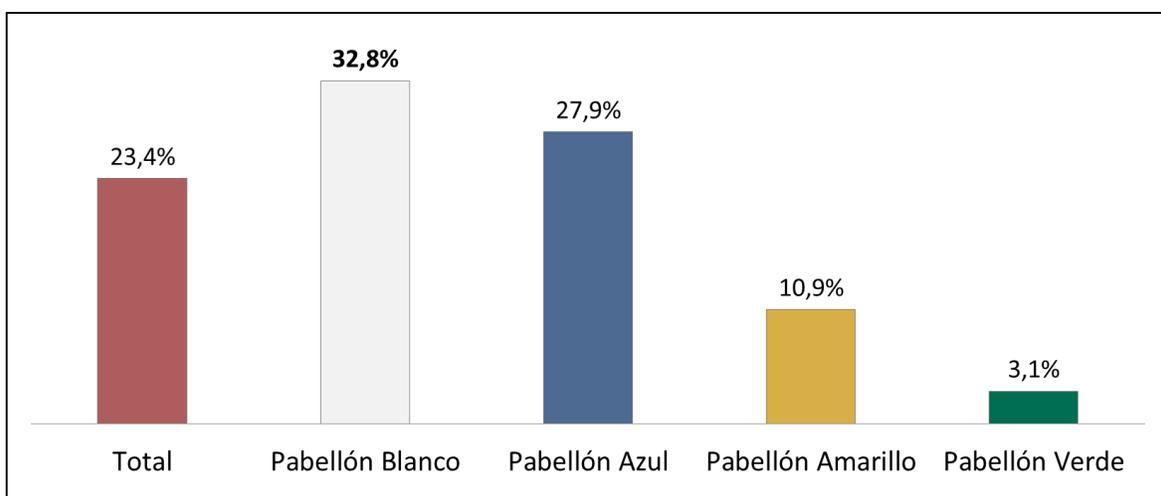
Indagamos también por el porcentaje que representa la Feria en los ingresos anuales de los expositores. Para el 23% representa menos del 20% de sus ingresos, para el 20% representa entre el 20% y el 40% de sus ingresos, para el 18% representa entre el 40% y el 60% de sus ingresos, para el 12% representa entre el 60% y el 80% y para el 10% representa entre el 80% y el 100%. Llama la atención encontrar que para la mitad de los artesanos del Pabellón Blanco Expoartesano representa entre en 40% y el 80% de sus ingresos.



Gráfica 55: Del total de sus ventas anuales ¿Qué porcentaje representa Expoartesano, ya sea directamente o a través de los contactos realizados durante la Feria?

### **Compradores internacionales**

El 23% de los expositores atendió citas con compradores internacionales. El Pabellón Blanco fue en el que más expositores atendieron estas citas (33%), seguido por el Pabellón Azul (28%), el Pabellón Amarillo (11%) y el Pabellón Verde (3%)



Gráfica 56: ¿Atendió citas con compradores internacionales?

### **Agenda académica**

Con la agenda académica ocurre algo similar que con la agenda cultural: el 56% de los expositores no conoce los eventos de la agenda académica de la Feria. La charla que contó con mayor asistencia de expositores fue *¿Cómo registrar su marca?* (31%), seguida por *Sello de calidad para la artesanía* (30%), *¿Cómo llegar a nuevos mercados internacionales?* (30%), *Mercadeo y ventas, redes sociales* (29%), *Vitrinismo y exhibición* (28%), *¿Cómo calcular el costo de un producto?* (26%), *¿Cómo participar en ferias y eventos?* (19%), *¿Cómo aplicar tendencias al desarrollo de un producto artesanal?* (10%) y *Tendencias en diseño* (8%).

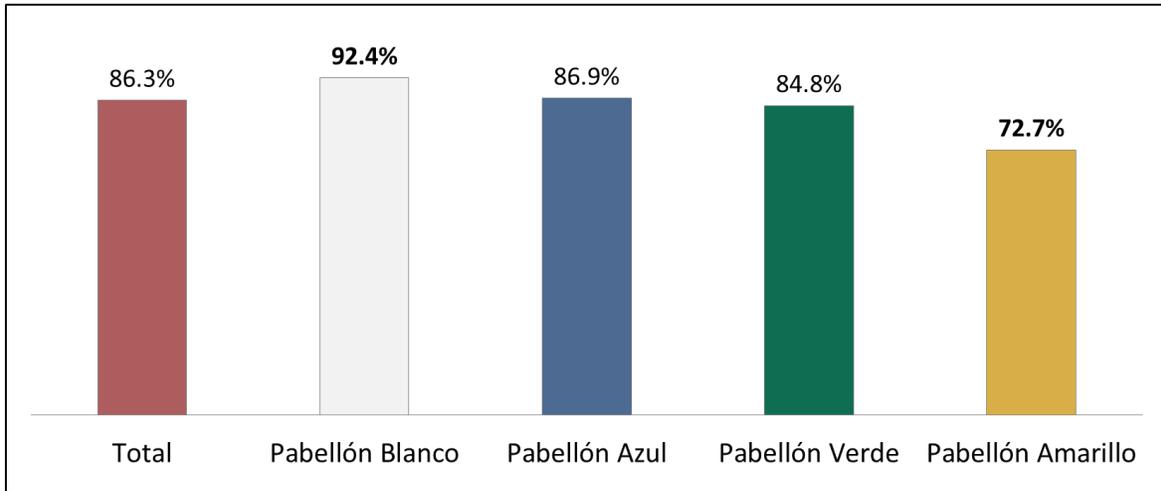


Gráfica 57: ¿A cuáles de las siguientes charlas o actividades asistió en esta Feria?

La agenda académica es un espacio de gran importancia en la Feria, que cuenta con un potencial de desarrollo bastante amplio. Surge la idea de que las charlas se diversifiquen, que se consulte con los artesanos el contenido de su preferencia y que se evalúen in situ. Además, podría pensarse en la posibilidad de abrir la agenda académica al público, que, en muchos casos puede encontrarse interesado en algunas charlas y actividades. Es importante resaltar que la mayor parte de expositores que asisten a las charlas son del Pabellón Blanco, pero es necesario estimular la asistencia de los otros expositores.

### ***Participación futura***

El 86% de los expositores volvería a participar en Expoartesano. El 92% de los expositores del Pabellón Blanco dicen que participarán en otra versión de Expoartesano, el 87% del Azul, el 85% del Verde y el 73% del Amarillo. Entendemos esta variable como otro indicador de satisfacción, así que nos preguntamos ¿qué ocurre con los expositores del Amarillo? Aunque la mayor parte de ellos volvería a participar en la Feria, hay un 27% inconforme.



Gráfica 58: ¿Volvería a participar en Expoartesano?: Sí.

Los temas que más aquejaron a estos expositores fueron la fecha, que, como mencionamos antes, para ellos no fue positivo realizar la Feria justo después de Semana Santa. También recibimos distintas quejas sobre la duración –el cambio de 10 a 7 días- y el tema de las ventas, pues, esperaban mayores ventas; muchos expositores, en especial del Pabellón Amarillo, dijeron haber alcanzado ventas más altas en la versión anterior de Expoartesano. También pidieron considerar el tema de los costos de sus stands, pues la Feria se redujo en días, pero sus gastos de participación siguen siendo altos.



Gráfica 59: ¿Volvería a participar en Expoartesano?: No ¿Por qué no?



Finalmente, quisiéramos citar algunas observaciones positivas de los expositores frente a Expoartesano 2017:

- ❖ *Fue una feria muy organizada, me ayudaron con lo que necesitaba*
- ❖ *Felicitaciones por la organización, se evidencia una feria de mayor altura. Los stands y sus acondicionamientos, excelente.*
- ❖ *Estos stands y del montaje [sic] se ven mejores que los de otras ferias*