



INVESTIGACIÓN FERIA BOGOTÁ ARTESANAL 2017

ESTADÍSTICA E INFORMACIÓN

LAURA XIMENA MÁRQUEZ RAMÍREZ

DANIEL SERRANO RODRÍGUEZ

Planeación, ejecución, procesamiento y análisis

JUAN HENAO

Procesamiento

DANA CARRANZA

Digitación

ALEJANDRA AMÉZQUITA

Apoyo



AGRADECIMIENTOS

Desde el área de Información y Estadística de la Subgerencia de Desarrollo de Artesanías de Colombia, agradecemos especialmente el apoyo brindado por el equipo de ferias de la Subgerencia de Promoción y Generación de Oportunidades Comerciales, en especial a Felipe Suarez, quien consolidó y organizó la base de datos y nos brindó la información y el apoyo necesario para la realización de este estudio.

Del mismo modo, agradecemos el apoyo brindado por la Secretaría de Desarrollo Económico; gracias a su aporte contamos con el apoyo de un equipo de encuestadores para el levantamiento de los datos de ventas y la aplicación de formularios a expositores y visitantes de Bogotá Artesanal 2017.

Contenido

INTRODUCCIÓN	4
ANÁLISIS DE VENTAS BOGOTÁ ARTESANAL 2017	5
Ventas totales de Bogotá Artesanal 2017	5
Ventas por pabellón Bogotá Artesanal 2017	7
Ventas por área Bogotá Artesanal 2017	10
Visitantes	11
ESTUDIO A VISITANTES BOGOTÁ ARTESANAL 2017	13
Perfil de los visitantes a Bogotá Artesanal 2017	13
Sexo	14
Edad.....	14
Ocupación.....	15
Estrato.....	16
Nivel educativo.....	17
Consumo de medios: visitantes Bogotá Artesanal 2017.....	18
Los visitantes frente a Bogotá Artesanal 2017	21
Compras de los visitantes	22
Publicidad.....	23
Preferencias de los visitantes	24
Satisfacción.....	25
Participación futura.....	29
ESTUDIO A EXPOSITORES BOGOTÁ ARTESANAL 2017.....	31
Asociatividad.....	32
Comunicación de la Feria.....	32
Consumo de medios: expositores	34
Satisfacción.....	34
Percepción de ventas y costos de participación en la Feria	37
Inversión de las ganancias	41
Agenda cultural y académica.....	42

INTRODUCCIÓN

Después de diez años, la Plaza de los Artesanos vuelve a ser la sede principal de la Feria Bogotá Artesanal; realizada en este recinto entre el 20 y el 22 de octubre, en convenio entre la Alcaldía Mayor de Bogotá y Artesanías de Colombia. A diferencia de otros eventos realizados por Artesanías de Colombia como Expoartesano o Expoartesanías, la Feria Bogotá Artesanal contó con la particularidad de recibir exclusivamente a los beneficiarios del proyecto realizado en el marco del convenio que fueron seleccionados para exhibir y comercializar sus piezas artesanales.

Los artesanos expositores de la Feria contaron con el apoyo para participar en el evento, así como con acompañamiento constante y asesoría en desarrollo humano y empresarial, diseño, producción y comercialización.

Teniendo en cuenta la importancia de este evento, surgió la necesidad de diseñar una investigación que permitiera recoger y analizar información en tres niveles: ventas, visitantes y expositores. A continuación se presentan los resultados y el análisis de los datos recogidos durante la Feria.

ANÁLISIS DE VENTAS BOGOTÁ ARTESANAL 2017

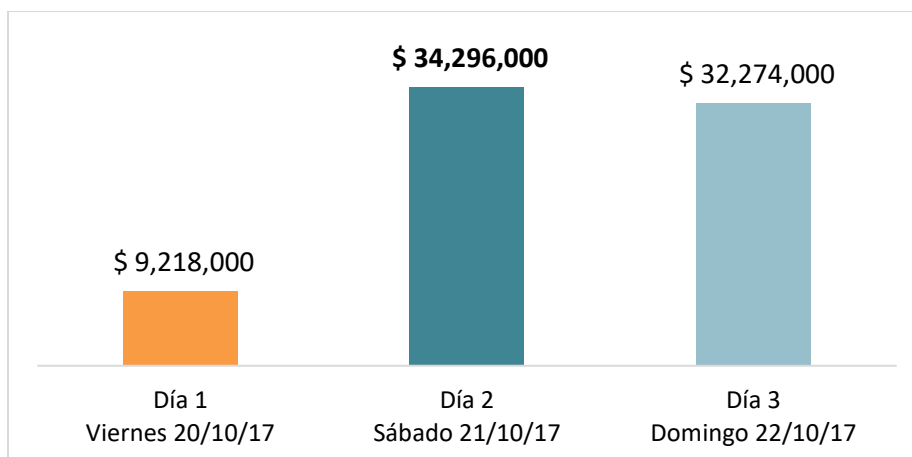
Durante el curso de la Feria, desde el equipo de Información y Estadística de la Subgerencia de Desarrollo de Artesanías de Colombia, junto al equipo de encuestadores brindado por la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, hicimos levantamiento de información de los datos de ventas diarias de todos los expositores de la Feria.

La información general de ventas fue procesada y enviada diariamente para el conocimiento de directivos y organizadores del evento, con el propósito de tomar decisiones en el curso de la Feria, que permitieran brindar apoyo a aquellos artesanos que presentaban ventas más bajas.

Tras finalizar la Feria, toda la información recolectada se procesó y analizó. A continuación se presentan los resultados detallados de las ventas de la Feria.

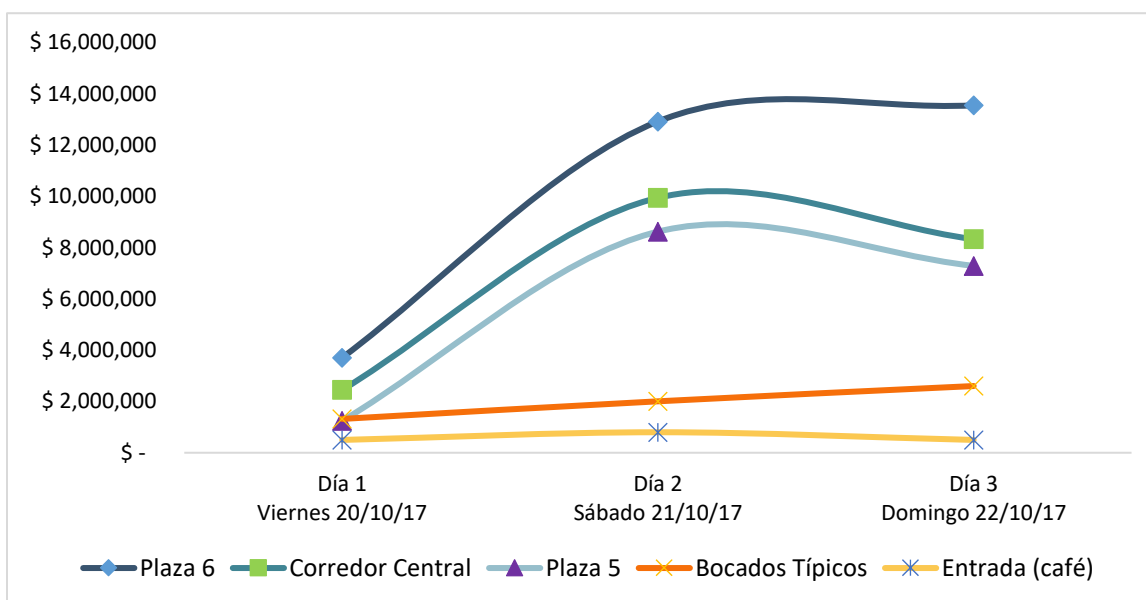
Ventas totales de Bogotá Artesanal 2017

La Feria alcanzó ventas totales por valor de \$75.788.000. El día en el que se alcanzaron las ventas más altas fue el sábado 21 de octubre, en donde se llegó a los \$34.296.000, seguido por el domingo 22 de octubre, en que se vendieron \$32.274.000 y el viernes 20 de octubre, en donde las ventas fueron de \$9.218.000.



Gráfica 1: Ventas totales por día-Bogotá Artesanal 2017

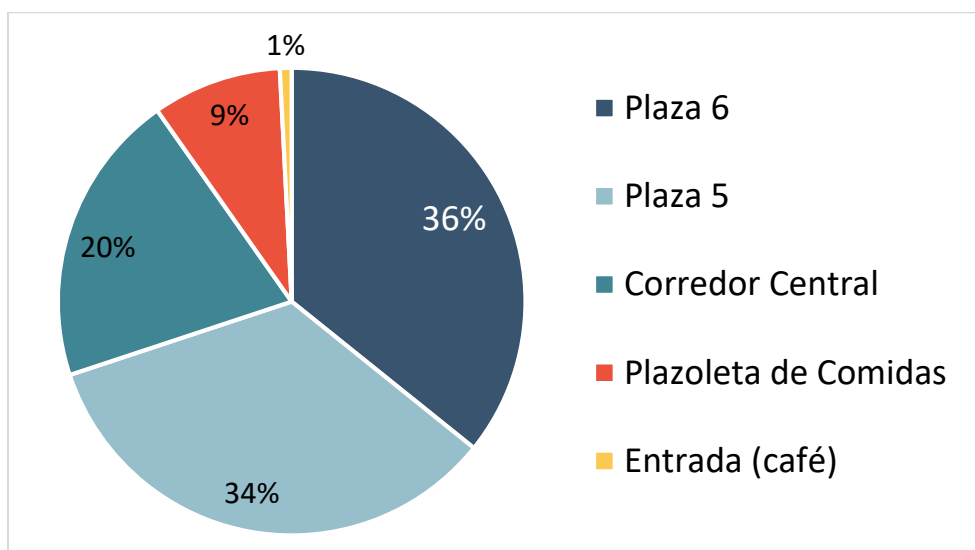
Como muestra la Gráfica 2, de los tres días de la Feria, el sábado 21 de octubre fue el día en que se alcanzaron ventas más altas, por valor de \$34.296.000:



Gráfica 2: Ventas totales por día-Bogotá Artesanal 2017

Ventas por pabellón Bogotá Artesanal 2017

En primer lugar, es necesario describir la distribución de los expositores por pabellón. En este estudio se tuvieron en cuenta, tanto los stands de expositores, como aquellos ubicados en la Plazoleta de Comidas, en donde estuvieron los bocados tradicionales. Se tomaron datos de 122 expositores, distribuidos del siguiente modo:



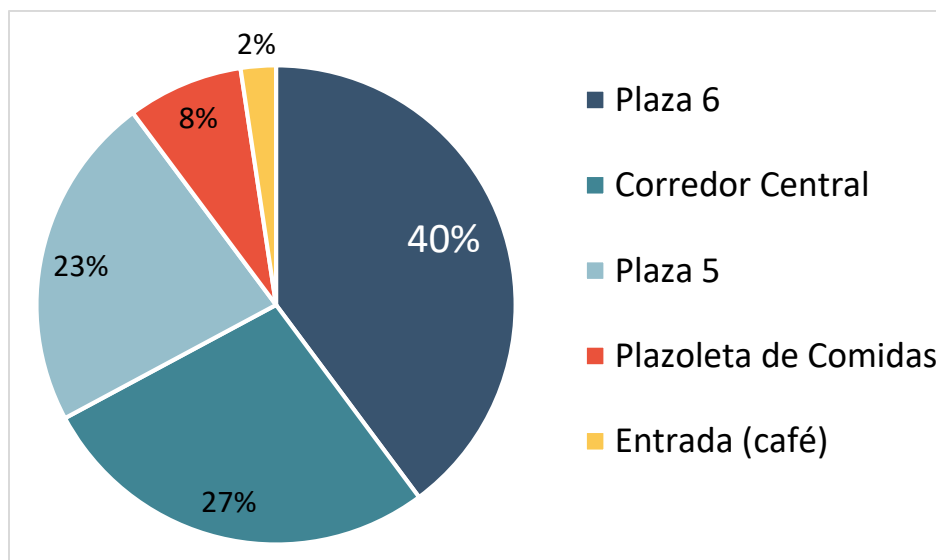
Gráfica 3: Distribución de expositores por pabellón Bogotá Artesanal 2017

El espacio que alcanzó ventas más altas de la Feria fue Plaza 6, lugar en el que se encontraban ubicados los artesanos que elaboran artesanía indígena, mesa, decoración e infantiles. Como muestra la Gráfica 4, las ventas de este espacio fueron de \$30.179.000, lo que representa el 40% de las ventas totales.

Las ventas del Corredor Central fueron por \$20.723.000, es decir, el 27% de las ventas totales de la Feria. En este espacio se encontraban ubicados los accesorios de moda. Cabe resaltar que *Mambos*, el stand que alcanzó las ventas más altas de toda la Feria, se encontraba ubicado en esta zona.

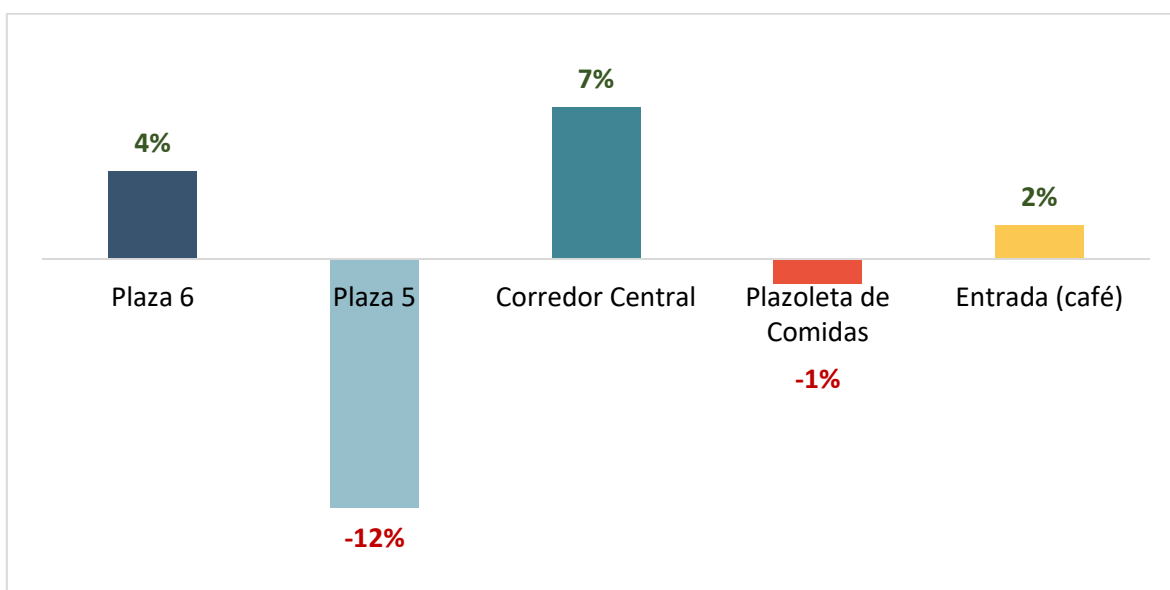
Plaza 5, espacio en el que se encontraban ubicados los artesanos dedicados a joyería y bisutería, alcanzó ventas por \$17.156.000, lo que representa el 23% del total de las ventas. Llama la atención el que, si se tienen en cuenta únicamente los espacios en los que se encontraban artesanos, Plaza 5 haya alcanzado la menor cantidad de ventas. Aunque no resulta conveniente hacer un análisis comparativo entre esta y otras ferias artesanales organizadas por Artesanías de Colombia, se encuentra la particularidad de que en otras ferias joyería y bisutería son las áreas en las que se concentran las ventas más altas. Este asunto se retomará más adelante.

El área de Plazoleta de Comidas, en donde se encontraban ubicados los bocados tradicionales, alcanzó ventas por \$5.930.000, lo que representa el 8% de las ventas totales de la Feria. Finalmente, en el espacio de la Entrada, en donde se encontraba ubicado el punto de Café La Divisa, se alcanzaron ventas por \$1.800.000, lo que representó el 2% de las ventas totales.



Gráfica 4: Ventas porcentuales por pabellón Bogotá Artesanal 2017

Con el propósito de evidenciar el rendimiento de los espacios comerciales, hicimos una comparación entre la distribución porcentual de stands por pabellones y la distribución de ventas. Como muestra la Gráfica 5, el Corredor Central fue el espacio que tuvo mayor rendimiento, pues, mientras se ubica allí el 20.3% de los expositores, concentra el 27.3% de las ventas.



Gráfica 5: Rendimiento espacio-ventas por pabellón Bogotá Artesanal 2017

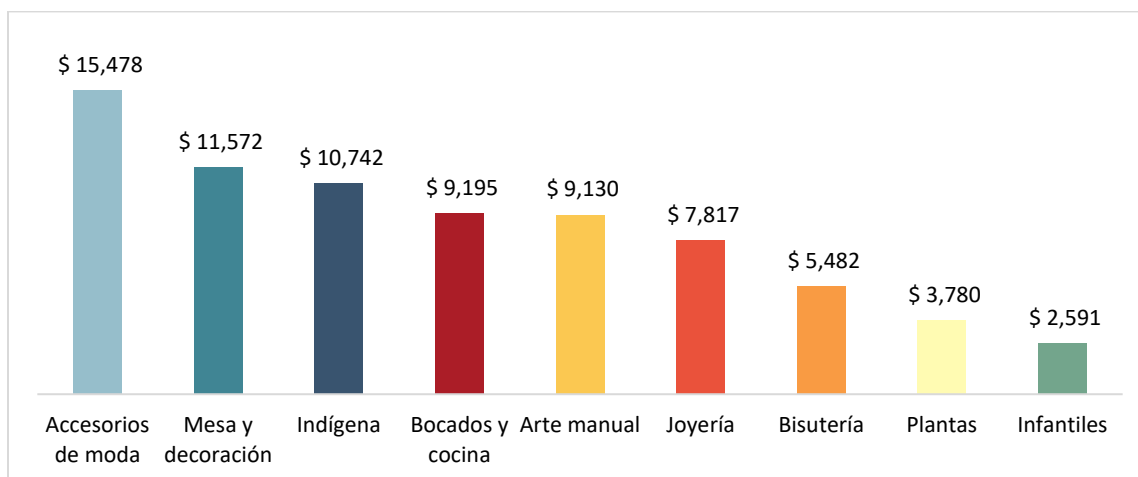
Plaza 6 fue el segundo espacio con mayor rendimiento, pues, como se indicaba arriba, estaba compuesto por el 35.8% de los expositores, y se concentró allí el 39.8% de las ventas. En cuanto al punto Café la Divisa, es importante reconocer no solo sus resultados cuantitativos (2% de las ventas concentradas en un solo punto), sino también los comentarios positivos de calidad y cualidad que se hicieron de dicho stand.

Insistimos en el rendimiento particular de Plaza 5, espacio que acogía el 34% de los expositores, pero concentró el 22.6% de las ventas. En este sentido, se hace necesario revisar con mayor detalle las características de este pabellón, tanto de área como de subárea

y de lo manifestado en los dos siguientes niveles del estudio por los expositores y los visitantes.

Ventas por área Bogotá Artesanal 2017

Los stands de todos los expositores de la Feria fueron clasificados por área y subárea, según el tipo de piezas artesanales y productos elaborados. De esta clasificación surgieron nueve áreas, subdivididas a su vez en veinte subáreas. A continuación se muestran las ventas por área:



Gráfica 6: Ventas por área en miles de pesos-Bogotá Artesanal 2017

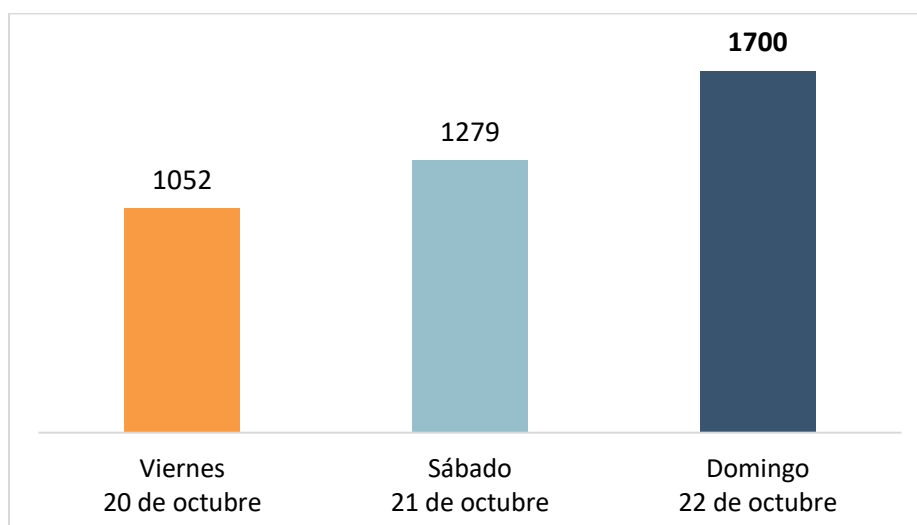
Los stands del área accesorios de moda, ubicados en su mayoría en el Corredor Central, alcanzaron las ventas más altas de esta clasificación. Sobresalen stands como *Mambos* y *Estelarte*, que estuvieron en el ranking de los 10 expositores con ventas totales más altas. Esta información, junto a las ventas de productos de mesa y decoración y de artesanía indígena revelarían una tendencia de los visitantes de Bogotá Artesanal a preferir este tipo de piezas artesanales.

Sin tener en cuenta las ventas de los dos stands de plantas -y su alto rendimiento-, los productos que obtuvieron ventas promedio más altas fueron los de artesanía indígena, con ventas de \$1.074.200 promedio. Tres stands de artesanía indígena estuvieron en el ranking de los 10 expositores con ventas totales más altas de la Feria, los stands de las expositoras Rosa Jaramillo Chicunque, Mercedes Piraza y Juliana Mujanajinsoy.

Estos datos cobran gran relevancia si se tiene en cuenta que uno de los objetivos del proyecto fue la búsqueda del mejoramiento de las condiciones socioeconómicas de los artesanos de Bogotá, y que muchas comunidades indígenas que residen en Bogotá, no solo necesitan transformar su calidad de vida bajo los retos que impone la ciudad, sino que pueden encontrar en la artesanía la forma de hacerlo bajo sus propias lógicas.

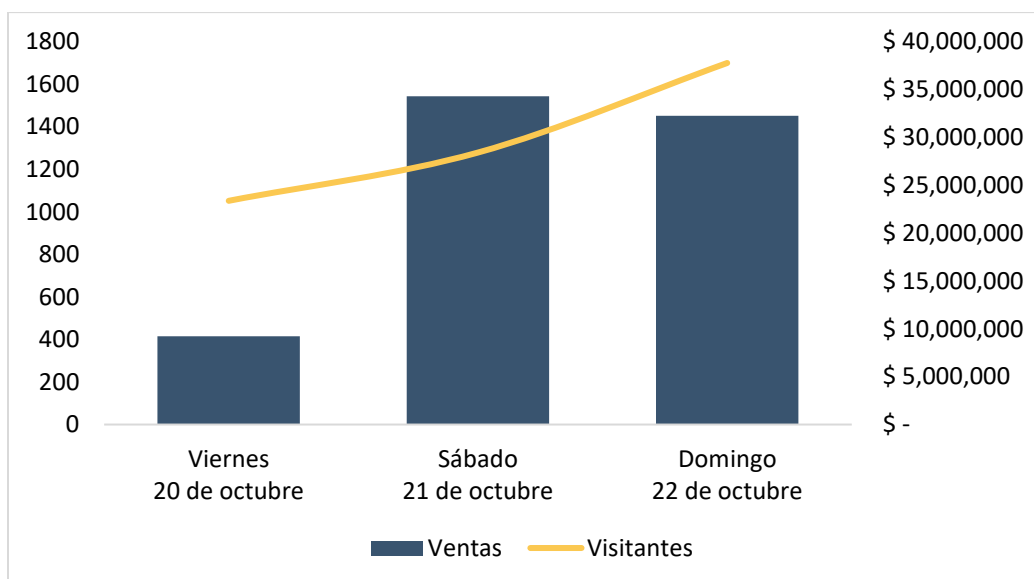
Visitantes

Bogotá Artesanal 2017 recibió en total 4.031 visitantes. El viernes 20 de octubre ingresaron a la Plaza de los Artesanos 1.052 visitantes, el sábado 21 de octubre 1.279 visitantes y el domingo 22 de octubre 1.700 visitantes.



Gráfica 7: Visitantes-Bogotá Artesanal 2017

En una relación entre ventas y visitantes, encontramos que el día más productivo para la feria fue el sábado 21 de octubre, pues fue el día en que se lograron ventas más altas, pero ingresaron menos visitantes que el domingo 22 de octubre. Para futuras versiones de la Feria se recomienda planear estrategias comerciales que atraigan un mayor número de visitantes para el viernes, o los días entre semana en que se realice la Feria. Más adelante mencionaremos el tipo de eventos que los visitantes mencionaron de su interés para encontrar en la Feria, además de las piezas artesanales.



Gráfica 8: Visitantes-Bogotá Artesanal 2017

ESTUDIO A VISITANTES BOGOTÁ ARTESANAL 2017

Además de la recolección de datos de ventas, hicimos un estudio enfocado en conocer el perfil de los visitantes de la Feria, los motivos por los que asistieron, sus niveles de participación, la forma en que se enteraron de su realización, su participación futura, sus gustos y preferencias en piezas artesanales, entre otros aspectos.

La metodología aplicada en este estudio fue de carácter cuantitativo, a partir de la aplicación de un formulario de encuesta, con un muestreo no probabilístico a conveniencia. El equipo de encuestadores levantó la información de los visitantes abordando a los visitantes que habían finalizado o se encontraban finalizando su recorrido en el espacio ferial.

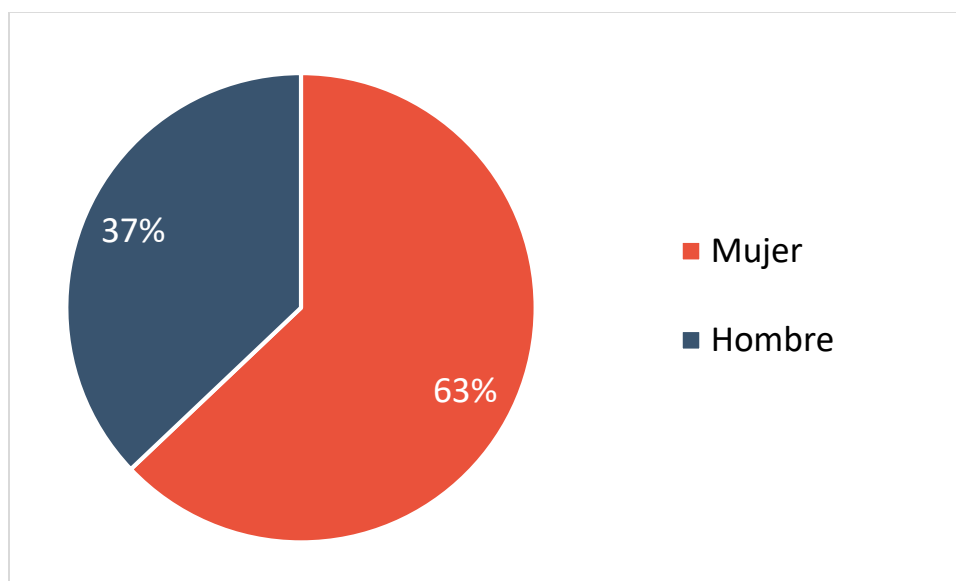
Se recolectaron en total 111 encuestas, las cuales fueron digitadas, procesadas y analizadas. A continuación presentamos los resultados de este ejercicio, acompañados por la información que recolectamos a partir de observación participante y conversaciones con visitantes en el curso de la Feria.

Perfil de los visitantes a Bogotá Artesanal 2017

El formulario cuenta con una primera parte de preguntas demográficas, a partir de las cuales se recoge información referente al perfil de los visitantes de la Feria, como edad, sexo, ocupación y nivel socioeconómico. Es necesario iniciar el análisis con esta información, para tener en cuenta una primera mirada de quiénes asisten a la Feria, que se profundizará con los datos del siguiente apartado.

Sexo

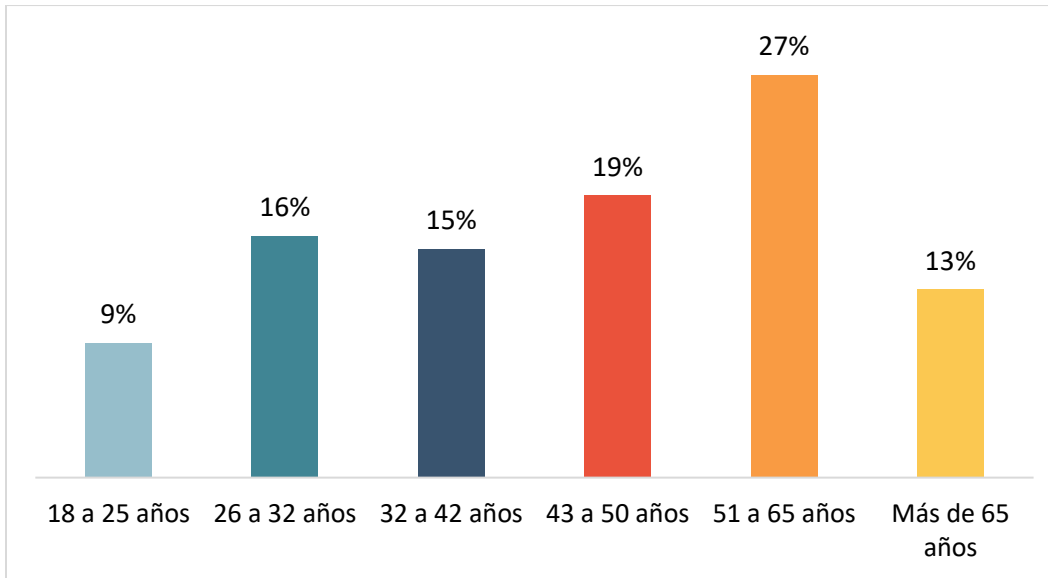
El 63% de los visitantes encuestados está conformado por mujeres y el 37% por hombres. Aunque prevalece una mayoría de mujeres visitantes a la Feria, se observó presencia de hombres dentro de las familias que visitaron el recinto, especialmente el domingo. Es decir, las personas que observamos asistiendo solas o en parejas eran en su mayoría mujeres, a los hombres se les vio en pareja o en familia.



Gráfica 9: Sexo: visitantes-Bogotá Artesanal 2017

Edad

La mayor parte de los visitantes encuestados son personas mayores. El 9% se encuentra en un rango de edad entre los 18 y los 25 años, el 16% entre los 26 y los 32 años; el 15% entre los 33 y los 42 años, el 19% entre los 43 y los 52 años, el 27% entre los 51 y los 65 años y el 13% de los visitantes encuestados tiene más de 65 años.

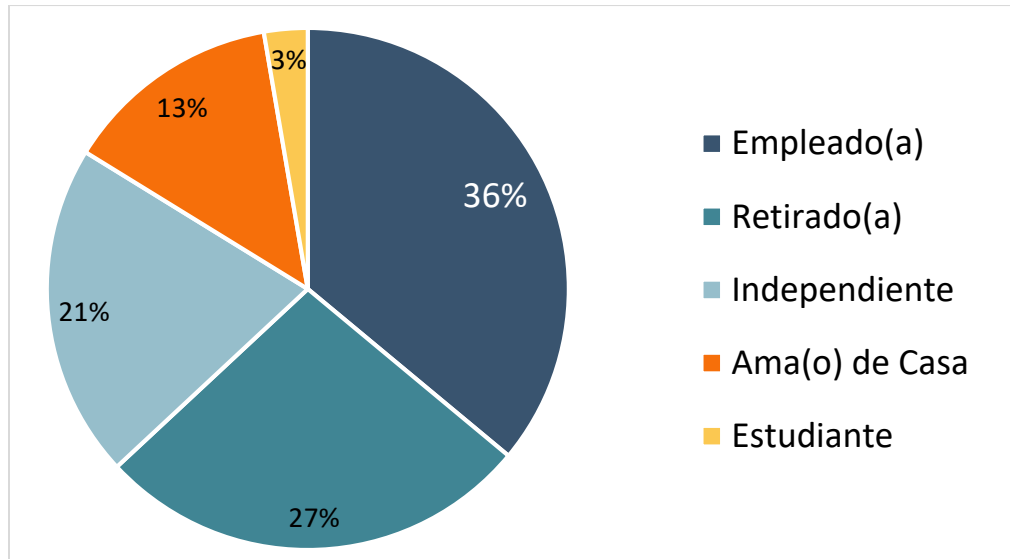


Gráfica 10: Edad: visitantes-Bogotá Artesanal 2017

Aunque en un sentido comercial resulte positivo que las personas mayores visiten la Feria, por su poder adquisitivo, es importante fortalecer la convocatoria para los grupos de personas que se encuentran entre los 26 y los 42 años, que también cuentan con un poder adquisitivo importante. Esto no implica dejar de lado las estrategias para atraer a los más jóvenes, pues, aunque la Feria sea un espacio comercial, cumple también funciones de comunicación y pedagogía en torno a la riqueza del sector artesanal.

Ocupación

En coherencia con la descripción anterior referente a la edad, encontramos que la mayor parte de los visitantes encuestados (36%) son empleados, el 27% está conformado por personas retiradas o pensionadas, el 21% por independientes, el 13% por personas dedicadas a las labores del hogar y el 3% por estudiantes.



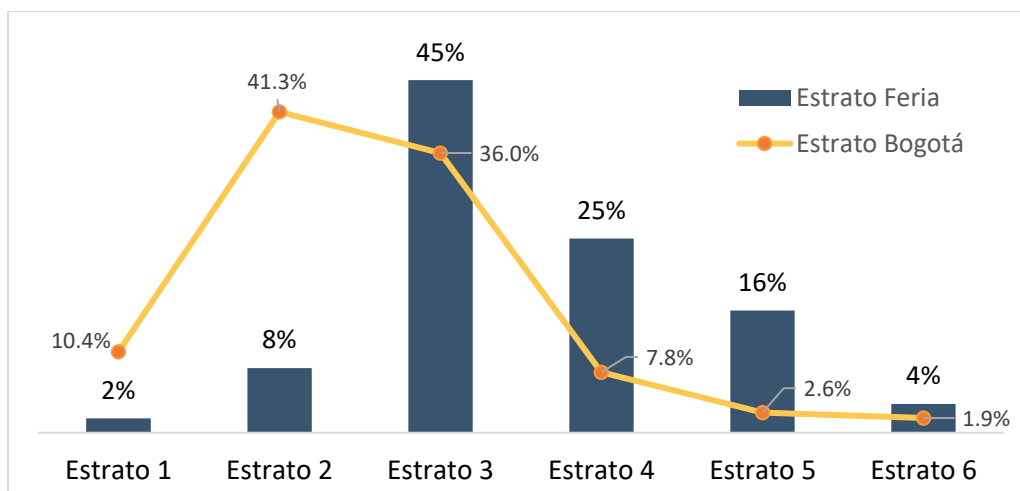
Gráfica 11: Ocupación: visitantes-Bogotá Artesanal 2017

Estrato

A partir de los datos recolectados se encontró una tendencia de visitantes pertenecientes en su mayoría al estrato 3 (45%). El 25% de los visitantes encuestados pertenece al estrato 4, el 16% al estrato 5 y el 4% pertenece al estrato 6. El 2% de los visitantes encuestados son de estrato 1 y el 8% de estrato 2.

A primera vista pareciera que la Feria Bogotá Artesanal es una feria de estratos medios-bajos, sin embargo, como se ilustra en la Gráfica 12, al comparar los estratos de los visitantes a la Feria con la estratificación de la ciudad¹, se evidencia de forma más clara que, así como el 45% de los visitantes a la Feria pertenecen a estrato 3, otro% pertenece a estratos 4, 5 y 6. En todo caso, esta Feria se convierte en un espacio democrático, al recibir personas que no necesariamente son de estratos altos y abrir la artesanía a otros públicos que también muestran interés por adquirir piezas y apoyar el sector artesanal.

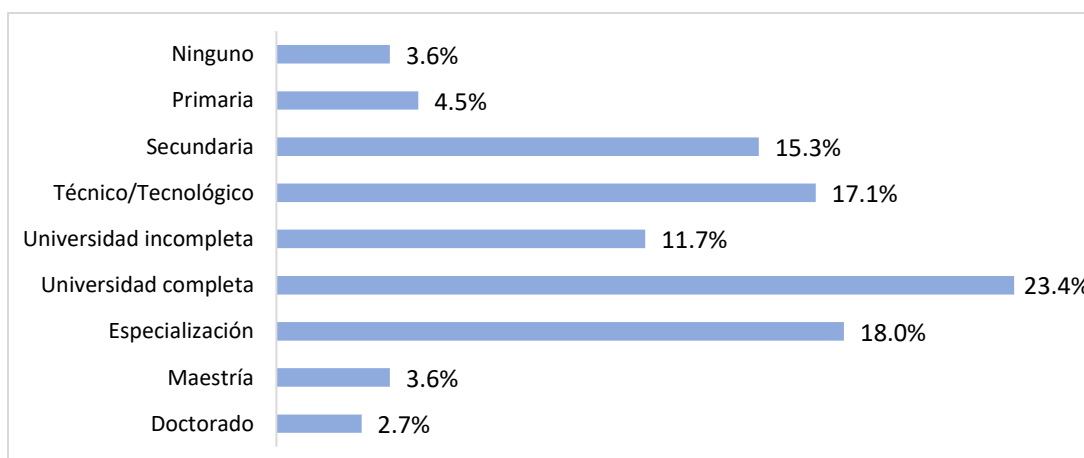
¹ Dato tomado de los resultados de la Encuesta Multipropósito realizada en 2014 por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística-DANE.



Gráfica 12: Estratificación de Bogotá y de los visitantes-Bogotá Artesanal 2017

Nivel educativo

En términos generales el nivel educativo de los visitantes a la Feria encuestados es alto: el 8.1% de los visitantes no es bachiller, el 15.3% ha alcanzado el grado de bachiller, el 17.1% ha finalizado estudios técnicos o tecnológicos, el 11.7% ha cursado estudios universitarios incompletos, el 23.4% ha finalizado un pregrado, el 18% ha hecho una especialización, el 3.6% una maestría y el 2.7% un doctorado.

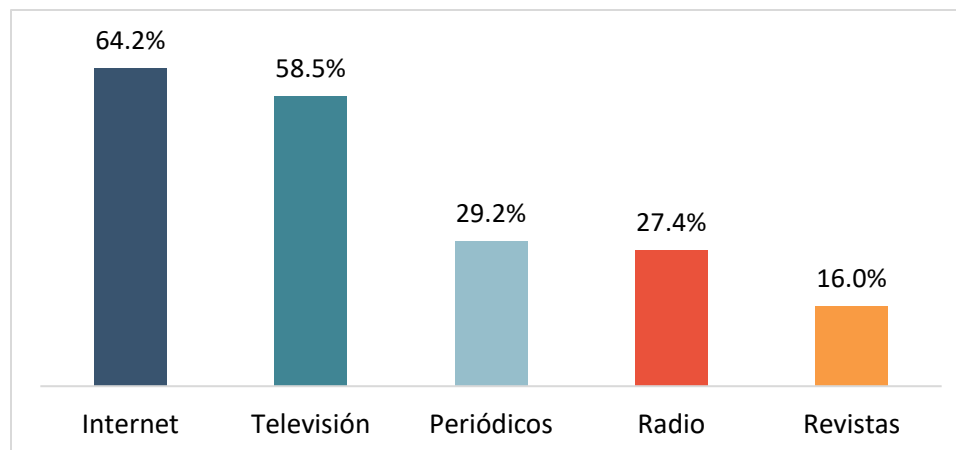


Gráfica 13: Nivel educativo: visitantes-Bogotá Artesanal 2017

Consumo de medios: visitantes Bogotá Artesanal 2017

A continuación presentamos los medios de preferencia de los visitantes encuestados en Bogotá Artesanal 2017. Formulamos estas preguntas con el propósito de tener información un poco más específica de los perfiles de los visitantes, buscando identificar gustos y prácticas de consumo, que brinden información útil para la planeación de próximas versiones de la Feria.

En cuanto al consumo general de medios, preguntamos ¿cuáles son los medios que utiliza o consulta con más frecuencia? El 64.2% contestó Internet, el 58.8% televisión, el 29.2% periódicos, el 24.7% radio y el 16% revistas. Para las siguientes variables será importante tener en cuenta estos datos como referencia.



Gráfica 14: Consumo de medios: visitantes-Bogotá Artesanal 2017

Se le preguntó a los encuestados por la emisora que escucharon el día anterior a la Feria. El 19% de los visitantes indicó no escuchar radio. Entre quienes acceden a este medio, la mayor parte escucha la emisora La W, seguidos por Caracol Radio, Vibra, Olímpica Stéreo, y en menor medida Radioactiva y La FM. En las siguientes gráficas, el tamaño de la letra indica recurrencia en respuestas: a mayor tamaño de letra, mayor recurrencia tiene.



Gráfica 15: Emisoras que más escuchan: visitantes-Bogotá Artesanal 2017

En cuanto a periódicos, la mayor parte de encuestados respondió leer El Tiempo, seguido de El Espectador y ADN. Llama la atención la mención de Pulzo, que es un portal de noticias en Internet. Esto se encuentra relacionado con las respuestas iniciales de consumo de medios, en donde la mayor parte consume Internet. En caso de pensar en una campaña publicitaria, sería importante recurrir a estrategias on-line.



Gráfica 16: Periódicos que más leen: visitantes-Bogotá Artesanal 2017

La mayor parte de los visitantes a Bogotá Artesanal encuestados no lee revistas. Entre quienes hojean revistas, la que más mencionaron fue la revista Semana. En este sentido, las revistas no serían el medio más estratégico para publicitar la Feria, a menos que se quisiera llegar a segmentos más especializados de la población.



Gráfica 17: Revistas que más leen: visitantes-Bogotá Artesanal 2017

Así como con las revistas, no hay un alto consumo de cine -al menos comercial- entre los visitantes encuestados, ya que más de la mitad de las personas no recuerda cual fue la última película que vio en cine. Incluso, una buena parte de los encuestados respondió *Netflix*. Por la misma vía, no encontramos conveniente la promoción de la Feria por este medio. En todo caso, entre las películas que más mencionaron, encontramos estrenos familiares:



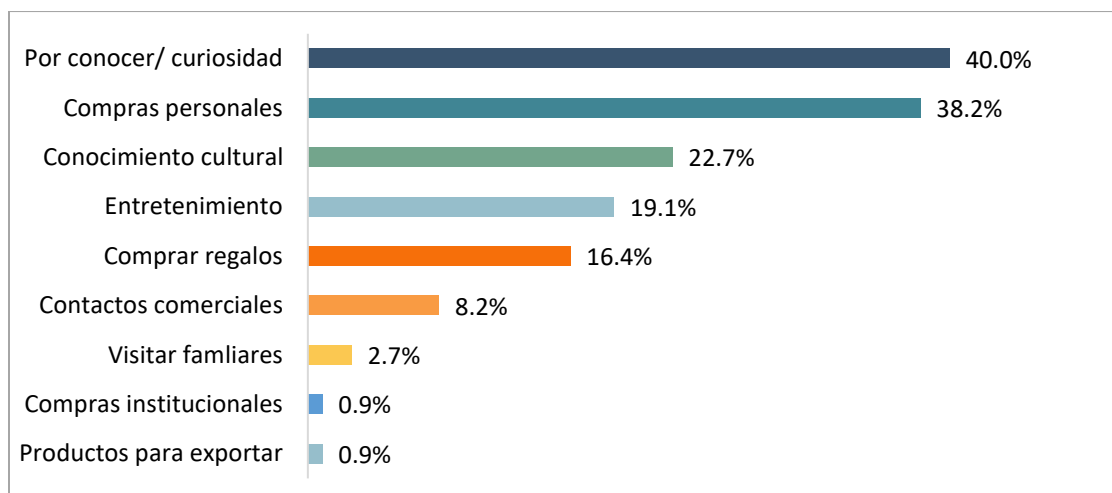
Gráfica 18: Última película que vieron en cine: visitantes-Bogotá Artesanal 2017

Los visitantes frente a Bogotá Artesanal 2017

A continuación presentaremos las razones por las que los asistentes visitaron la Feria, sus niveles de satisfacción, preferencias, participación futura, entre otras variables, directamente relacionadas con Bogotá Artesanal 2017.

Principales motivos de asistencia

La razón principal por la que las personas encuestadas asistieron a la Feria fue por conocer o porque tenían curiosidad frente al contenido de la Feria. Esto puede relacionarse con el hecho de que buena parte de los asistentes no realizó compras, como se verá en la siguiente pregunta. Es importante tener en cuenta que la Feria puede potencializarse como un espacio para compra de regalos, por su relativa cercanía a diciembre y de este modo podría publicitarse. De igual forma, el 23% de los visitantes asistió por conocimiento cultural, dato relevante si se tiene en cuenta que las ferias artesanales no tienen propósitos o impacto únicamente económico, sino que hacen parte de actividades de gestión cultural, que comunican y promueven el conocimiento en torno al sector.

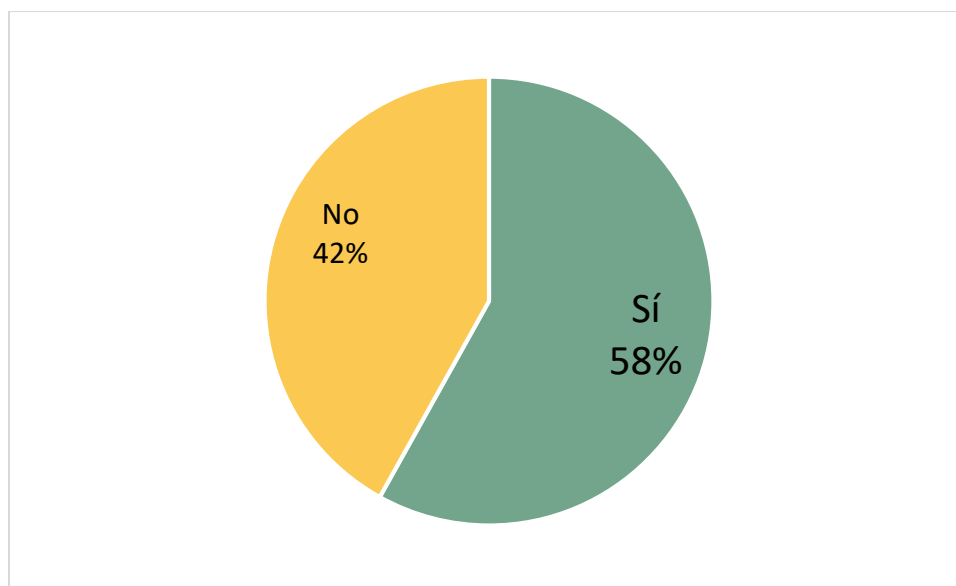


Gráfica 19: Principal motivo de asistencia de visitantes-Bogotá Artesanal 2017

Compras de los visitantes

Al preguntar a los visitantes si había realizado compras, el 58% de los asistentes contestó afirmativamente, y el 42% dijo no haber realizado compras en la Feria. Como mencionamos, este dato se relaciona con el anterior, pues se observaron grupos de personas que asistieron a la Feria a mirar, pero que no realizaron compras. Esto no es en sí mismo un dato negativo, ya que al conversar con algunos asistentes, refirieron que no sabían de la Feria, sino que habían ingresado con curiosidad y no iban preparados para realizar compras; en todo caso, en futuras versiones de la Feria, recibiremos público más familiarizado que pueda prepararse para realizar compras personales, o como mencionábamos, regalos navideños.

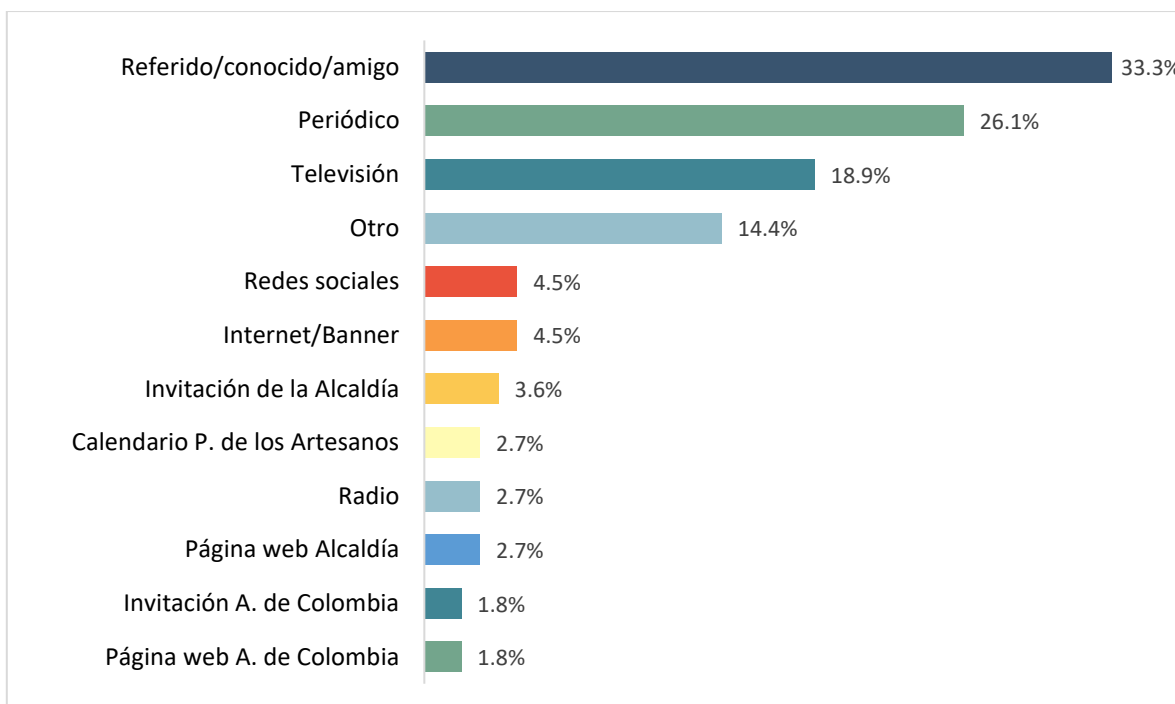
Les preguntamos también, considerando las ventas que ya habían realizado, de cuánto creían que sería su gasto total. El gasto máximo mencionado corresponde a \$600.000 y el promedio a \$118.627. En todo caso, se hizo esta pregunta para identificar tendencia, pues con los datos de ventas presentados en el primer apartado del documento y en una relación ventas totales/visitantes totales, la venta promedio se acerca a los \$20.000.



Gráfica 20: Realizaron comparas visitantes-Bogotá Artesanal 2017

Publicidad

El 64% de las personas encuestadas vio publicidad de Bogotá Artesanal 2017, mientras que el 36% no. La mayor parte de los visitantes se enteró de la realización de la Feria gracias a amigos o conocidos que le dieron información sobre la misma. Teniendo en cuenta que esta Feria cuenta con la particularidad de ser producto de un proyecto social que promueve el fortalecimiento del sector artesanal, y que los costos de publicidad deben ser limitados, es importante apuntar a la promoción de la Feria a partir del voz a voz, que en una época como la actual, se ve respaldado con fuerza por Internet y redes sociales. En la gráfica 14 se mostraba cómo Internet es el medio que más consumen los visitantes (64.2%); apoyándonos en este dato, valdría la pena pensar en campañas publicitarias fuertes e insistentes que comunicaran la realización de la Feria por medio de redes sociales, que son masivas e implican, además, bajos costos.



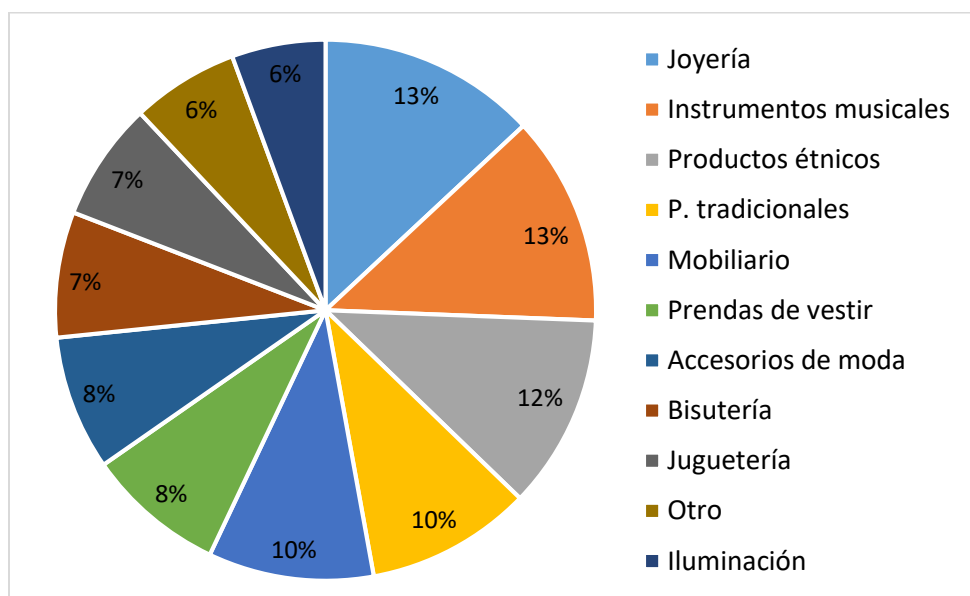
Gráfica 21: Medios por los que se enteraron de la Feria los visitantes-Bogotá Artesanal 2017

Preferencias de los visitantes

El pabellón que más le gustó a los visitantes encuestados fue el Pabellón 6, en donde se encontraban la artesanía indígena, mesa, decoración e infantiles. Este dato es coherente con las ventas, pues, en referencia a la primera parte del informe, encontramos que el Pabellón 6 fue el que tuvo las ventas más altas de la Feria. En segundo lugar, los visitantes refirieron que su pabellón favorito era el Pabellón 5 y en tercer lugar, mencionaron el Corredor Central.

Es importante tener en cuenta que el Pabellón 6 era el que más artesanos y stands concentraba (36%) y en donde se encontraban productos de distinto tipo, incluyendo étnicos; pues uno de los aspectos positivos de la Feria, más mencionados por los visitantes, fue la variedad de productos a encontrar, así como la artesanía indígena, de alta preferencia.

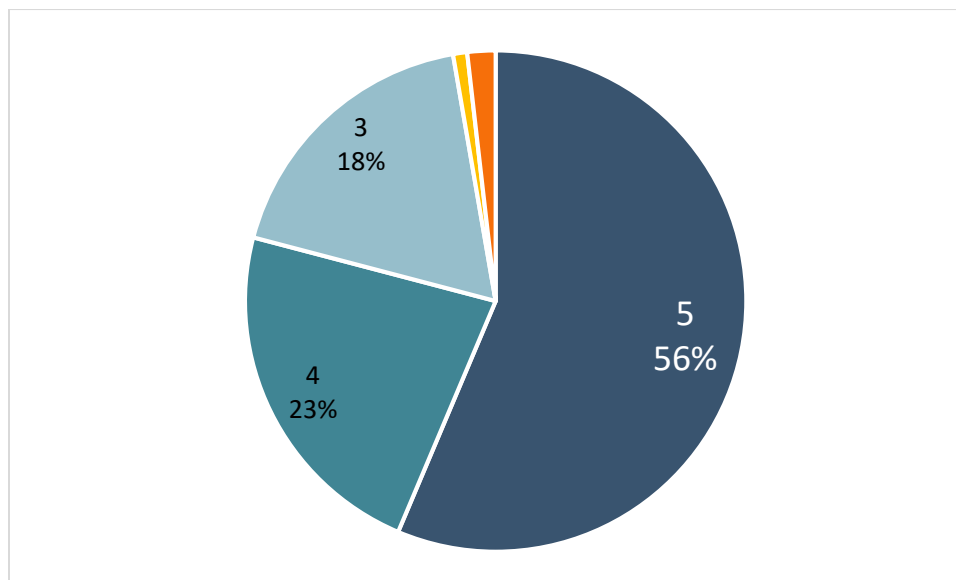
Le hicimos una pregunta hipotética a los visitantes: si tuviera un millón de pesos ¿cómo los invertiría en los siguientes tipos de artesanía? Se leían allí unas categorías de tipo de producto y los encuestados debían distribuir el dinero en cada caja según preferencia. Se encontró que los visitantes invertirían la mayor parte de su dinero en joyería, lo cual es entendible si se ve que los productos de joyería son los más costosos. Llama la atención el que invertirían su dinero, en segundo lugar, en instrumentos musicales, lo cual indicaría la importancia de incluir más stands de este tipo en futuras Ferias. En tercer lugar, comprarían productos étnicos, seguidos por productos tradicionales autóctonos, mobiliario, prendas de vestir y accesorios de moda.



Gráfica 22: Productos en los que invertirían los visitantes-Bogotá Artesanal 2017

Satisfacción

La satisfacción general de los visitantes fue alta; en una calificación de 1 a 5, donde 1 es muy insatisfecho y 5 es muy satisfecho, el 80% manifestó una alta satisfacción:



Gráfica 23: Satisfacción general-Bogotá Artesanal 2017

Quisimos indagar también por las razones por las que calificaban su satisfacción de este modo, y encontramos que el aspecto con el que los visitantes se sintieron más satisfechos fue con la organización del evento. También encontramos comentarios positivos con respect al montaje y a los stands, pues tuvo una alta recurrencia el adjetivo de *bonita* para referirse a la Feria en general.

Del mismo modo, los visitantes resaltaron la variedad de productos que encontraron en la Feria, y el que el parqueadero no tuviera costo para los visitantes, así como la boletería, aunque en menor proporción. Para los visitantes, Bogotá Artesanal 2017 fue una feria innovadora, en donde pudieron encontrar productos de su gusto, a precios accesibles. En términos generales, se recibieron muchos comentarios positivos sobre la Feria.



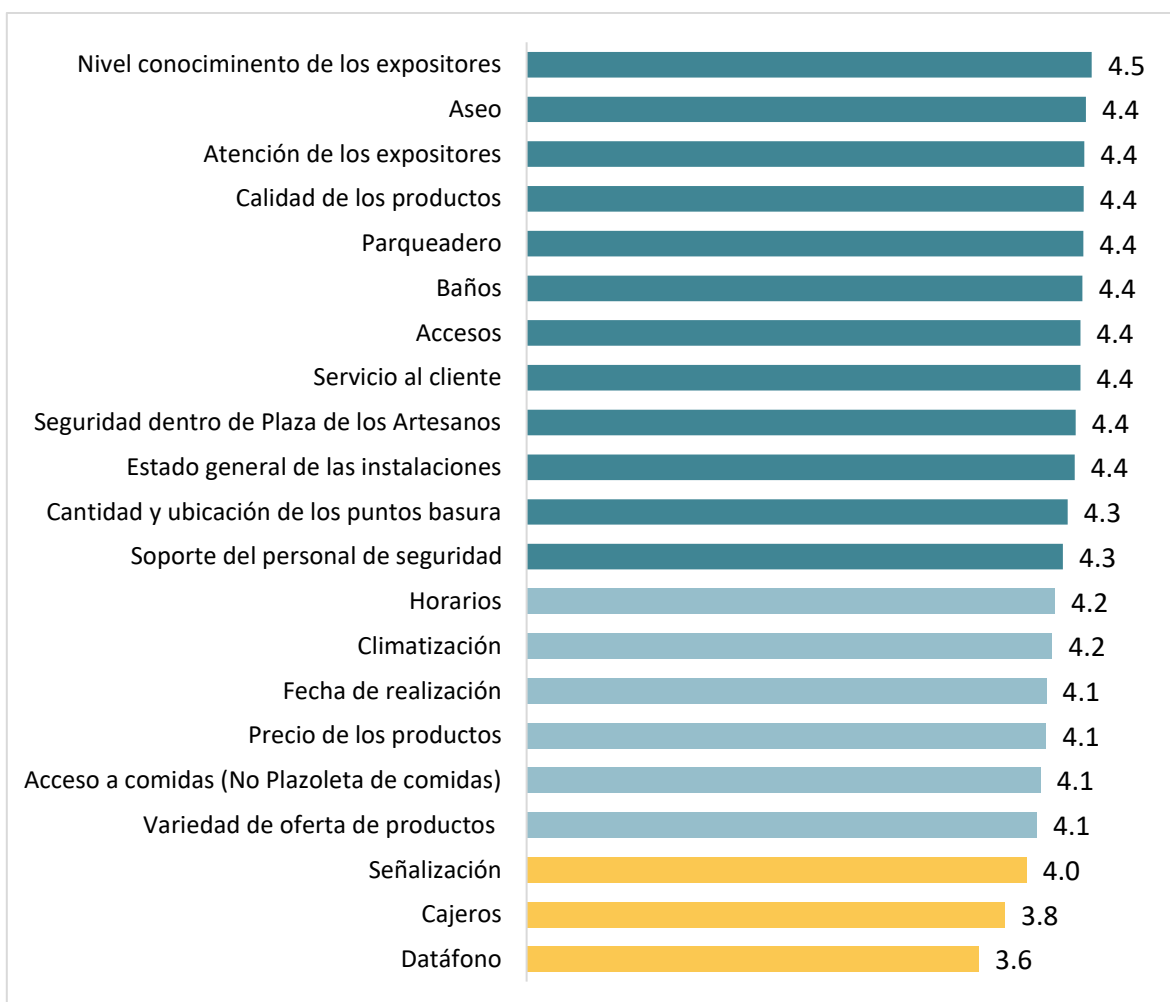
Gráfica 24: ¿Por qué satisfechos? visitantes- Bogotá Artesanal 2017

Sin embargo, se recogieron y codificaron otros comentarios que indican oportunidades de mejora, como la baja publicidad del evento: “*si no me dice una conocida, no me entero*”. Hubo algunos comentarios con referencia a la comida, pues algunos visitantes no percibieron suficientes bocados típicos en la Feria. Podría pensarse en fortalecer esta oferta de expositores para una próxima versión de la Feria. Intuimos que las personas que calificaron la feria como *pequeña*, son visitantes que suelen asistir a Expoartesanías. Finalmente, hubo comentarios referentes a la música del recinto, solicitando “*música colombiana pero movida, como cumbia o música del pacífico*”, mencionaba un visitante.



Gráfica 24: ¿Por qué insatisfechos? visitantes- Bogotá Artesanal 2017

En cuanto a los aspectos más específicos de satisfacción, se encontró lo siguiente:



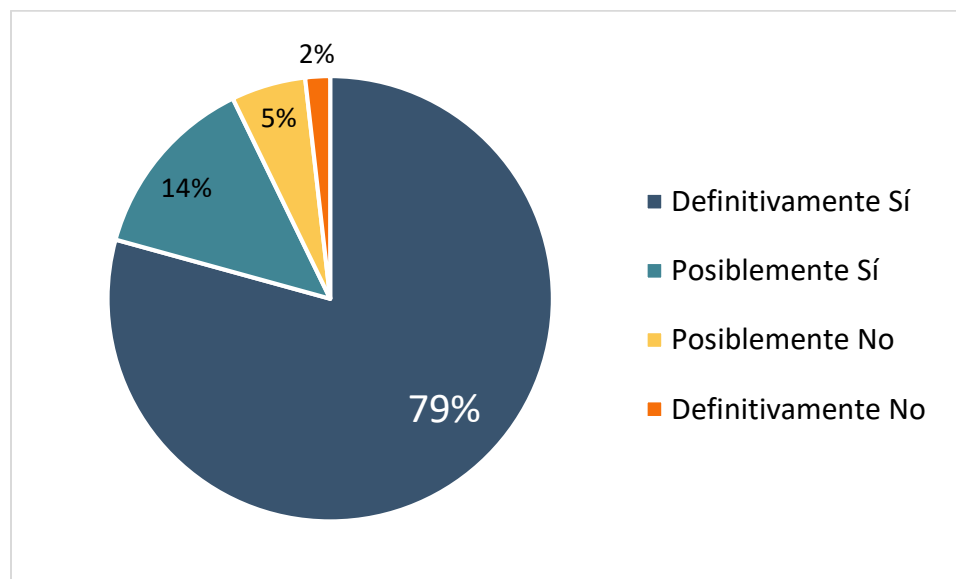
Gráfica 25: Satisfacción por categorías visitantes- Bogotá Artesanal 2017

La mayor parte de las categorías tuvieron una calificación alta, sobresaliendo el nivel de conocimiento que tienen los expositores de los productos artesanales y la atención que brindaron, el aseo del recinto ferial, la calidad de los productos, el parqueadero (del cual se mencionó con recurrencia que, al ser gratis, motivaba la asistencia). En general, en las ferias artesanales, se suelen recibir quejas por los precios de las piezas artesanales, pero en

esta feria, los precios tuvieron una buena calificación. Los aspectos que tuvieron más baja calificación fueron los de cajeros -pues los asistentes encontraban solo un cajero de una entidad bancaria- y el datáfono, pues quienes no encontraban su cajero para retirar efectivo, solicitaban contar con datáfono para poder comprar las piezas artesanales. Es clave pensar en estrategias que faciliten las formas de pago de las piezas en próximas ferias.

Participación futura

Como forma de extensión de las preguntas de satisfacción, preguntamos a los visitantes si asistirían a una próxima versión de Bogotá Artesanal. El 79.3% definitivamente volvería a visitar la feria, el 13.5% posiblemente volvería, el 5.4% posiblemente no volvería y el 1.8% definitivamente no volvería. Cuando indagamos las razones por las que 7% de los visitantes no volvería, encontramos que dijeron ser extranjeros y estar de paso en el país, una persona manifestó poca oferta de artesanías y a otra le pareció que había poca presencia de público.



Gráfica 26: Participación futura visitantes- Bogotá Artesanal 2017

¿Qué más podría tener la Feria?

Como ya lo hemos mencionado, una feria artesanal no es únicamente un lugar de comercialización de piezas artesanales, sino que constituye un espacio de comunicación y de gestión cultural, así como de entretenimiento, conocimiento y, en este caso, otra forma de vivir la ciudad a partir de la convergencia de lo tradicional y lo contemporáneo. En este sentido, preguntamos a los visitantes, además de artesanías, qué les gustaría encontrar en próximas versiones de Bogotá Artesanal, a lo que respondieron:

Más expositores Eventos musicales
Bocados Tradicionales
Entretenimiento
Navideños Zonas de descanso
Actividades infantiles

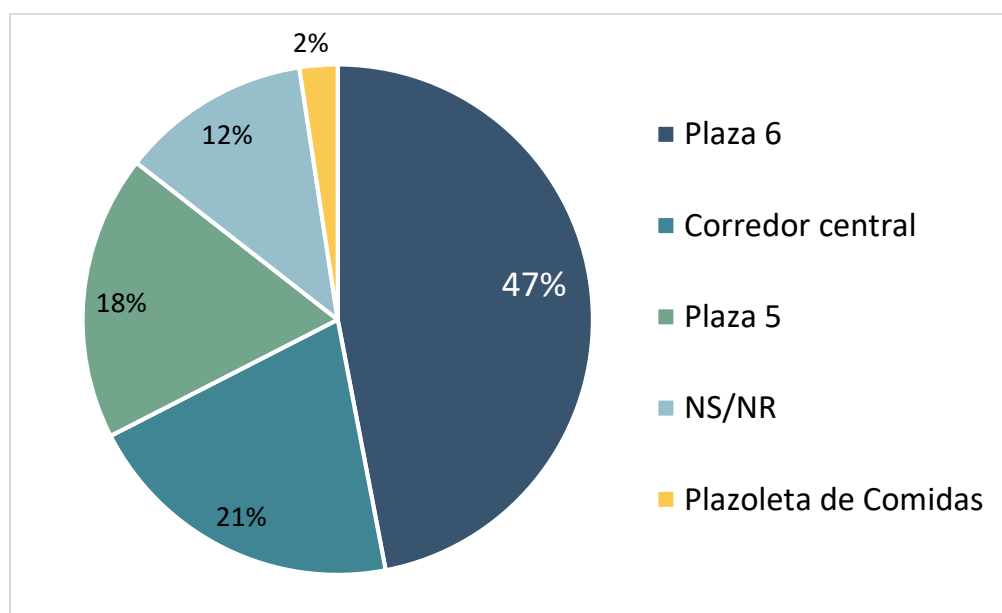
Gráfica 27: ¿Qué más podría tener la Feria? visitantes- Bogotá Artesanal 2017

La respuesta que obtuvimos con mayor frecuencia fue la solicitud de una oferta más grande de bocados tradicionales. Les gustaría que hubiera aún más expositores, para encontrar más productos. Fue recurrente también la petición de zonas de descanso, pues en algunos casos los visitantes mencionaron ir en compañía de niños o adultos mayores para quienes era necesario sentarse y descansar un momento, antes de terminar el recorrido de la Feria. Aunque algunos visitantes refirieron haber visto las demostraciones de oficio, fueron la menor parte de los encuestados; esto en referencia a que los visitantes demandan más actividades y eventos culturales que acompañen la Feria, así como actividades para los niños, ya que los visitantes asisten en familia. Las actividades infantiles son una oportunidad para comunicar la importancia de la artesanía a los más jóvenes.

ESTUDIO A EXPOSITORES BOGOTÁ ARTESANAL 2017

Aunque no se alcanzó a llegar a todos los expositores, logramos encuestar 83 expositores de Bogotá Artesanal 2017. Dentro de los principales objetivos de esta encuesta se encuentra acercarnos a la percepción de los expositores e identificar sus niveles de satisfacción, sus necesidades y requerimientos, así como su percepción de ventas, entre otros aspectos.

En primer lugar, se presenta la distribución de la muestra de expositores encuestados por pabellón:

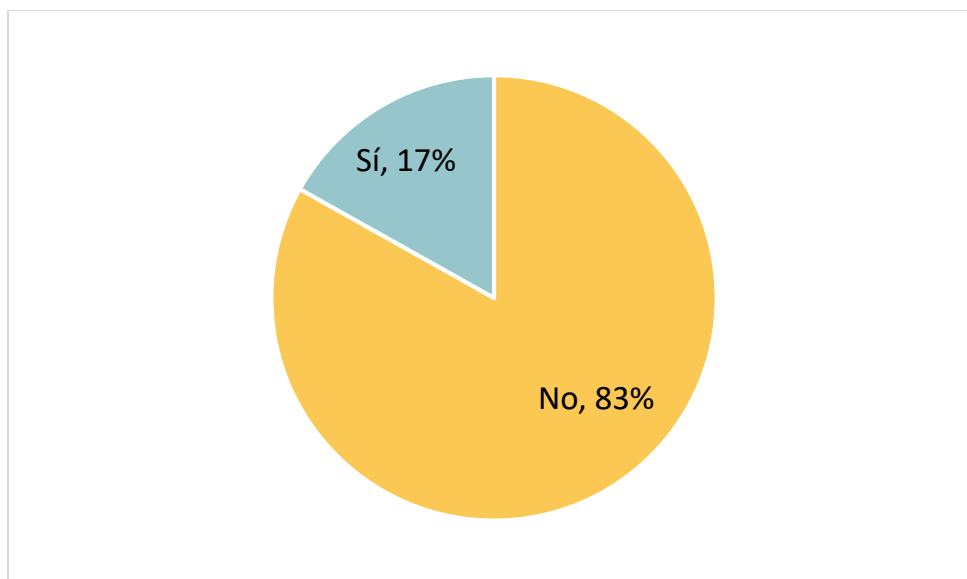


Gráfica 28: Distribución de la muestra por pabellón expositores- Bogotá Artesanal 2017

Es importante tener en cuenta esta distribución, para analizar y leer con mayor coherencia los resultados del estudio que se presentarán a continuación.

Asociatividad

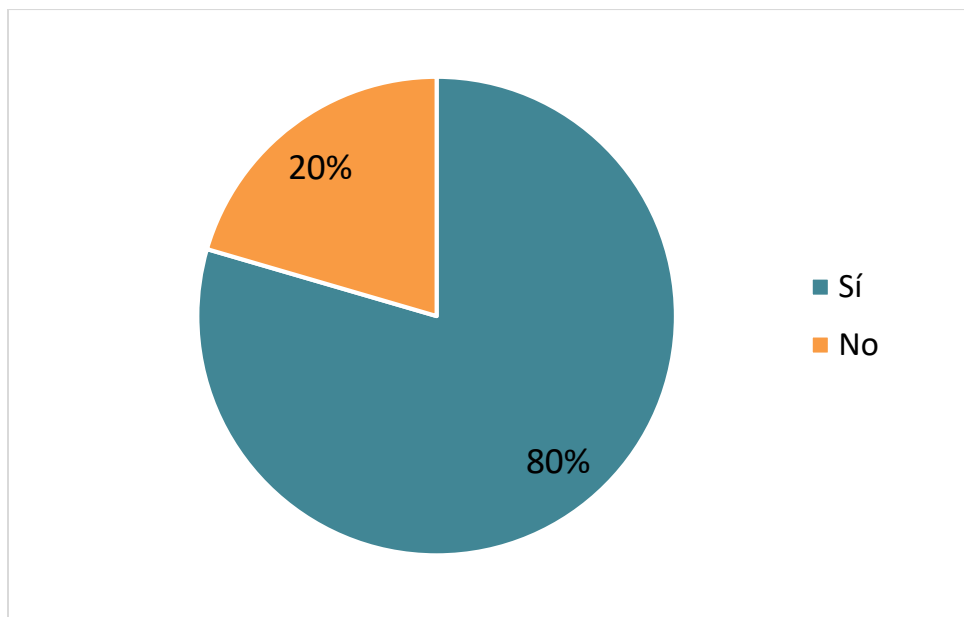
La mayor parte de los artesanos encuestados (83%), no pertenece a una asociación y organización de artesanos, el 17% sí. La mayor parte de los artesanos que se encuentran asociados están ubicados en Plaza 6, lo cual podría relacionarse con la presencia de artesanos de comunidades indígenas en el Pabellón, que se caracterizan por organizarse en el proceso productivo, y como comunidad en sí misma.



Gráfica 29: Asociatividad expositores- Bogotá Artesanal 2017

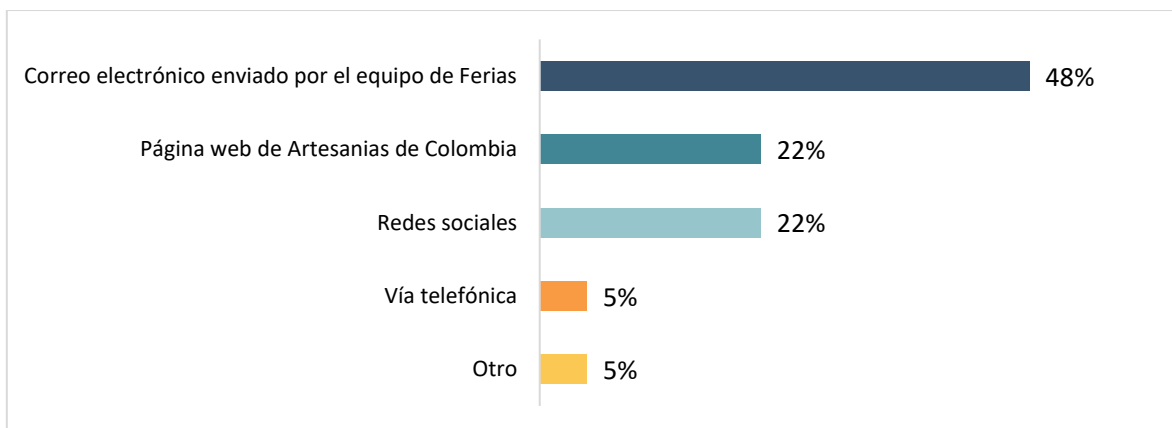
Comunicación de la Feria

El 80% de los artesanos que participaron en Bogotá Artesanal 2017 se enteró de la realización del evento por medio de Artesanías de Colombia. Para el caso de este evento en particular, es entendible el resultado, pues los expositores que participaron en la Feria vienen del proceso adelantado por el proyecto.



Gráfica 30: Se enteraron de la Feria por Artesanías de Colombia, expositores- Bogotá Artesanal 2017

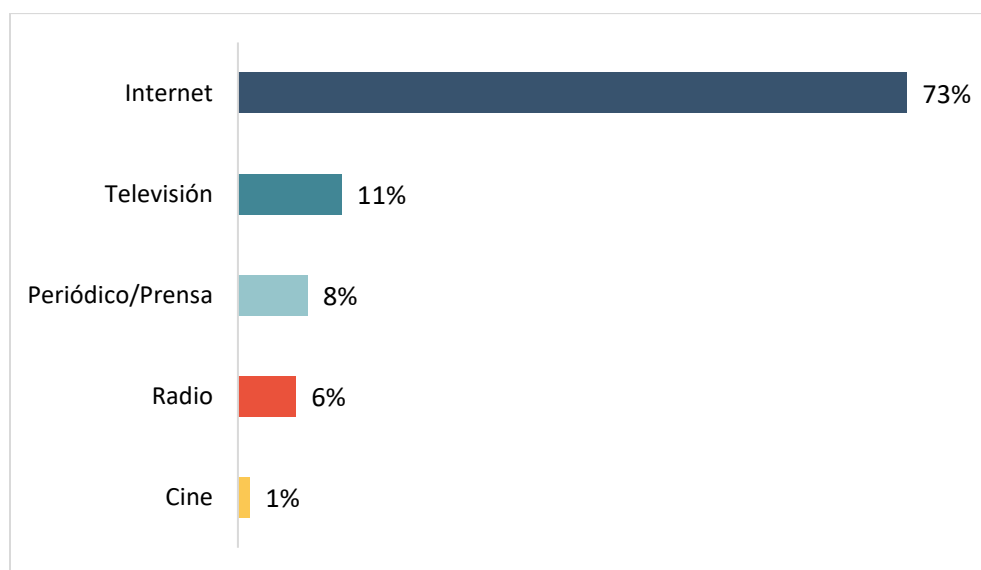
A aquellos artesanos que contestaron afirmativamente en la pregunta anterior, les preguntamos por los medios utilizados por Artesanías de Colombia para comunicar la Feria, y respondieron:



Gráfica 31: Medios utilizados por Artesanías de Colombia, expositores- Bogotá Artesanal 2017

Consumo de medios: expositores

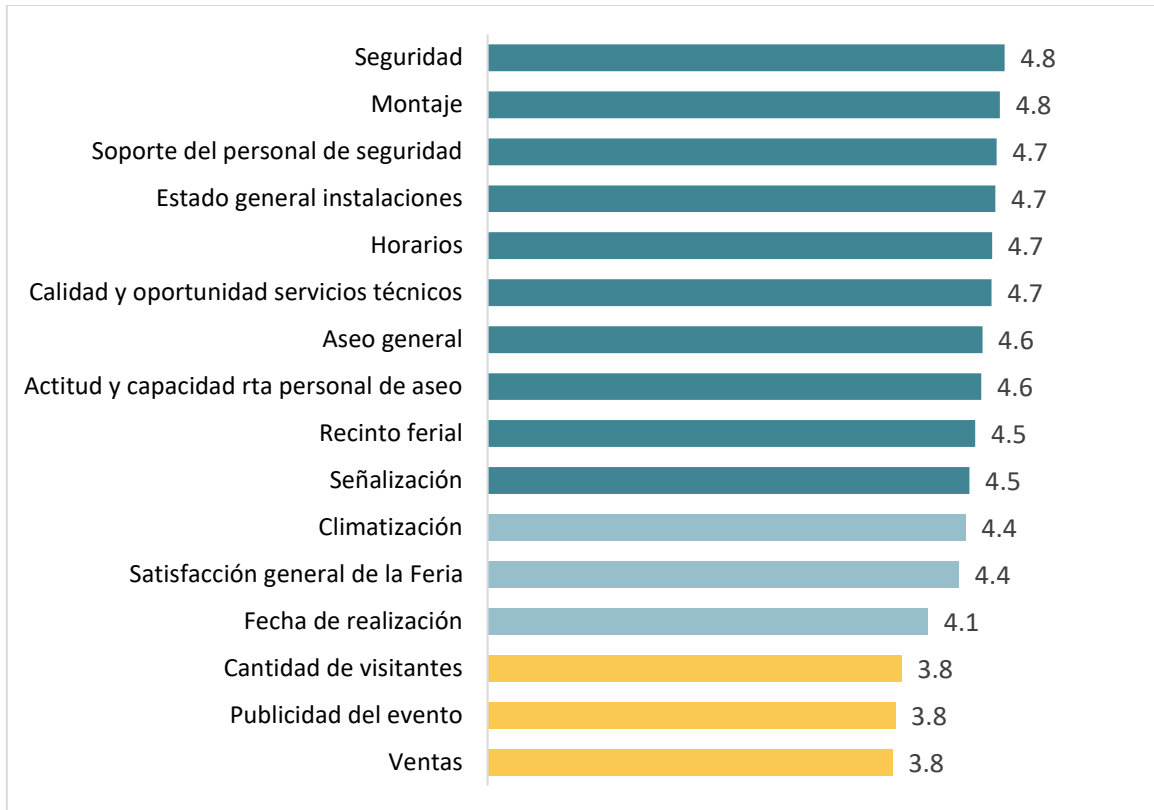
Entre los medios a los que los expositores estuvieron expuestos el último mes, el que tuvo mayor cantidad de respuestas fue Internet (73%), seguido por televisión (11%), periódicos o prensa (8%), radio (6%) y cine (1%). Recomendamos tener en cuenta estos datos para que en una próxima versión de la Feria, se fortalezcan los procesos de convocatoria por medio de Internet, que además de ser un medio masivo al que los expositores se encuentran expuestos, no representa mayores gastos.



Gráfica 32: Consumo de medios expositores- Bogotá Artesanal 2017

Satisfacción

En términos generales, los expositores calificaron la Feria con un alto nivel de satisfacción. Indagamos por aspectos específicos del espacio ferial y encontramos los siguientes resultados:



Gráfica 33: Satisfacción de los expositores- Bogotá Artesanal 2017

Es notorio el agrado de los artesanos al encontrarse exhibiendo y comercializando sus piezas en un espacio como la Plaza de los Artesanos. Recibimos comentarios como: *yo estoy feliz, es como volver a casa, la gente que lo conoce a uno viene y lo busca aquí*. Esto se refleja también en la alta puntuación de satisfacción que otorgaron a aspectos como seguridad, estado general de las instalaciones, o aseo.

El montaje fue uno de los aspectos que obtuvo mejor calificación, tanto de los visitantes como de los expositores. Durante el curso de la Feria entrevistamos artesanos que se dedican a elaborar productos con alambre y suelen trabajar en el espacio público; en una de las conversaciones obtuvimos:

“...nosotros estamos acostumbrados a buscarnos la plata y en la calle, así hayan problemas, estamos acostumbrados, pero estar aquí es estar en un espacio digno, en donde uno tiene la posibilidad de exponer sus productos en una vitrina que uno dice, no, yo no había estado en un espacio así y de todas formas es sentirse reconocido, es sentirse respetado, que el trabajo de uno es importante y eso es lo que más hace falta, que le respeten a uno lo que hace y este espacio es bonito y es digno”. (Entrevista realizada el 22 de octubre de 2017).

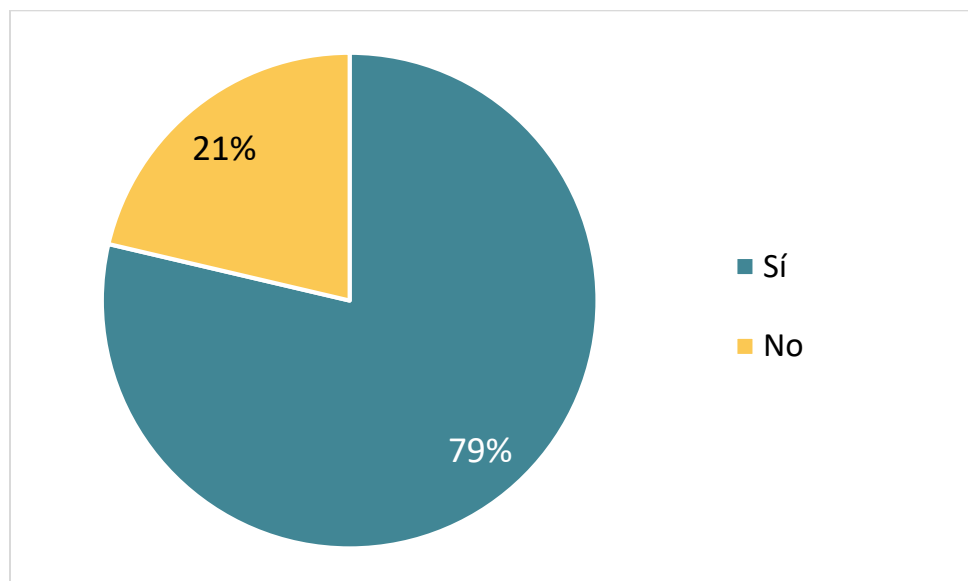
Aunque los niveles de satisfacción fueron altos y los comentarios que se recibieron fueron en general positivos, la menor puntuación de satisfacción se obtuvo en aspectos como: cantidad de visitantes, publicidad del evento y ventas. Como mencionamos atrás, los límites del proyecto no permitían desarrollar más estrategias publicitarias, sin embargo, la Feria se comunicó por distintos medios, como prensa y televisión. Valdría la pena tener en cuenta la recomendación que se hizo del uso de Internet y redes sociales para una próxima versión.

En cuanto a la cantidad de visitantes y como se mostró en el primer capítulo, el primer día de la Feria fue en el que asistieron menos personas. En este sentido, podría pensarse en estrategias enfocadas a la convocatoria de asistentes para el día viernes, por ejemplo, eventos musicales o promociones de apertura.

En cuanto a las ventas, es cierto que hubo stands de artesanos que el primer día no realizaron ninguna venta. Desde este equipo enviamos informes con los datos de ventas diarias y los equipos de Artesanías de Colombia tomaron medidas de apoyo. Sin embargo, un pequeño grupo de expositores terminó el evento con ventas muy bajas. En pocos casos se le atribuye esta situación al producto, en otros, a la actitud de atención de los expositores. En cualquiera de los casos, se hace necesario continuar con los reportes de información que permitan tomar decisiones en el curso de la Feria, y brindar apoyo y asesoría de atención al cliente o de exhibición, por ejemplo.

Percepción de ventas y costos de participación en la Feria

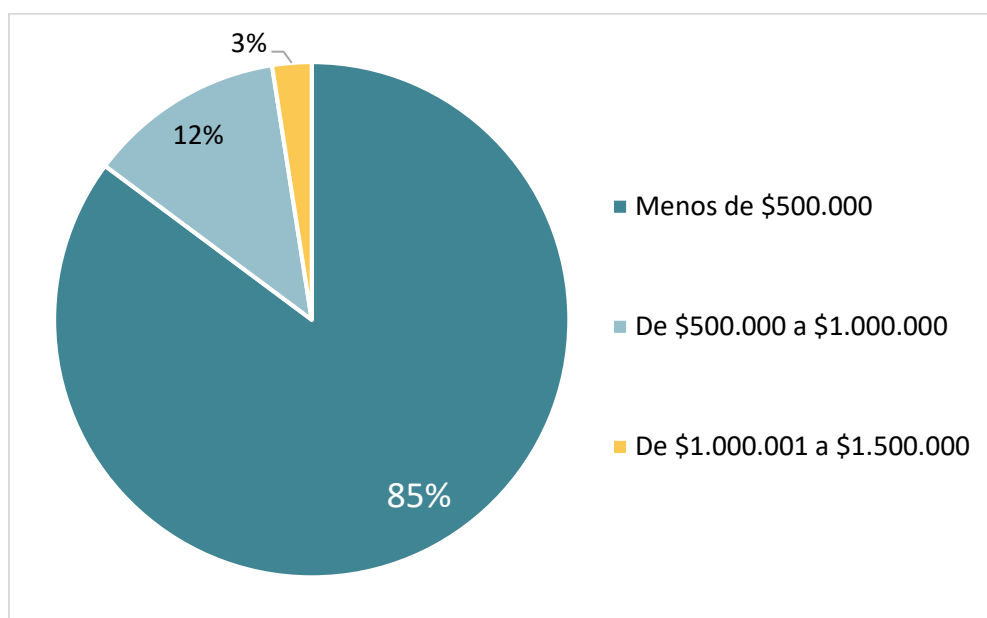
Al momento de realizar la encuesta, el 79% de los artesanos consideraba que sus ventas cubrieron o cubrirán sus gastos de participación en la Feria, el 21% que no. Aunque hay que pensar en aquellos expositores que tuvieron ventas finales bajas, atribuimos estas respuestas más a un tema de expectativas no cumplidas de algunos artesanos, pues los costos de participación en esta Feria son mucho más bajos que en las otras, en la medida en que los participantes residen en la ciudad y su presencia en los stands no significó costos, así como tampoco el montaje.



Gráfica 34: Percepción positiva de ventas expositores- Bogotá Artesanal 2017

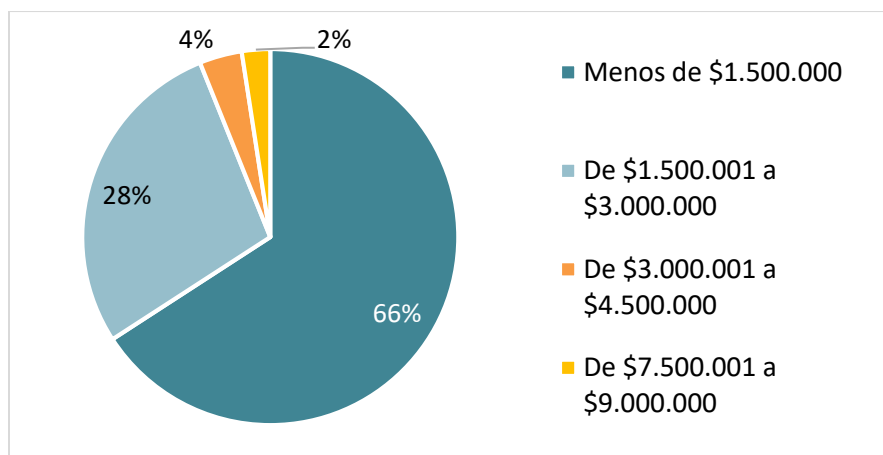
Encontramos que el 85% de los expositores encuestados gastó menos de \$500.000 para asistir a la Feria, teniendo en cuenta gastos totales en transporte estadía y alimentación. El 12% manifestó haber gastado entre \$500.000 y \$ 1.000.000 y el 3% dijo haber gastado de \$1.000.000 a \$1.500.000 por los mismos conceptos.

Durante el curso de la Feria nos dimos cuenta que, para este estudio, los rangos propuestos eran muy altos. Si tenemos en cuenta que los expositores residen en Bogotá y que la duración de la Feria es de tres días, los rangos propuestos para gastos en alojamiento, estadía y transporte deberían ser mucho más bajos. Este aspecto será tomado en cuenta en un futuro estudio.



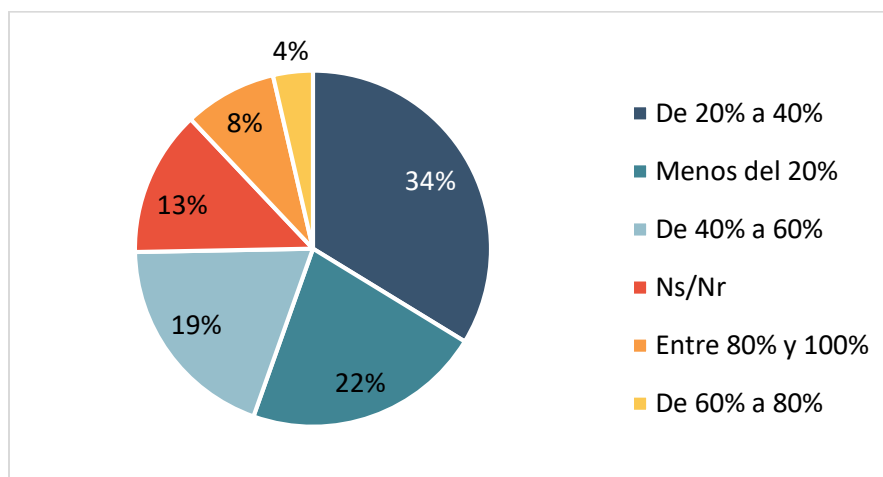
Gráfica 35: Gastos en transporte, estadía y alimentación expositores- Bogotá Artesanal 2017

Del mismo modo, preguntamos a los expositores aproximadamente cuánto dinero invirtieron en la producción de las diferentes piezas artesanales para participar en el evento. Encontramos que la mayoría, el 66%, dijo haber gastado menos de \$1.500.000, el 28% de \$1.500.001 a \$3.000.000, el 4% de \$3.000.001 a \$4.500.000 y el 2% contestó de \$7.500.001 a \$9.000.000.



Gráfica 36: Inversión en producción para participar, expositores- Bogotá Artesanal 2017

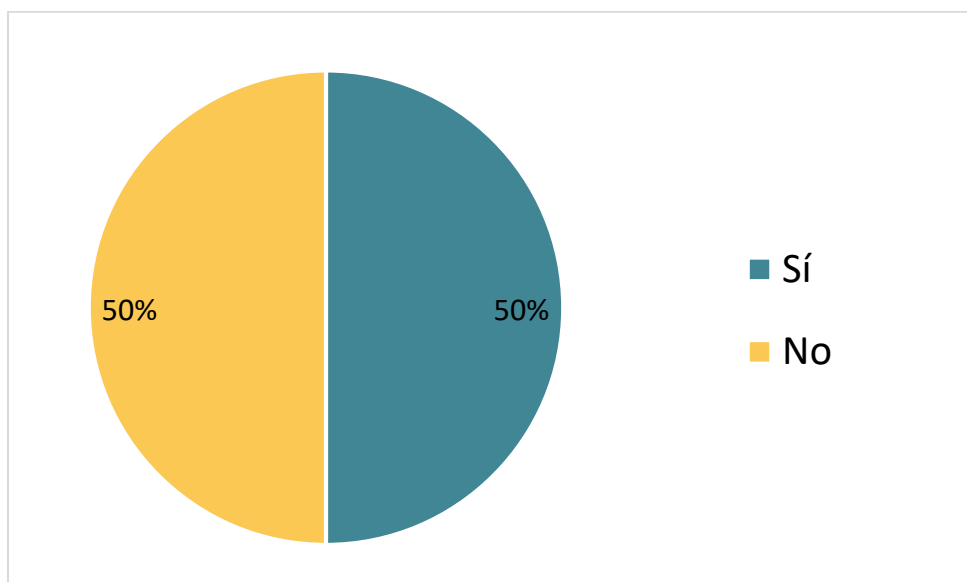
Preguntamos también a los expositores: del total de sus ventas anuales ¿qué porcentaje representa Bogotá Artesanal, ya sea directamente o a través de los contactos realizados durante la Feria? Para el 34% de los expositores, su participación en Bogotá Artesanal representa entre un 20 y un 40%, mientras que para un 12% de los expositores representa entre el 60 y el 100% de sus ventas. Esperamos que en una próxima versión de la Feria, tengan una noción más clara de este aspecto, al experimentar el impacto general.



Gráfica 37: Cuánto representa la Feria en sus ventas totales, expositores- Bogotá Artesanal 2017

Ventas posferia

En las Ferias de este tipo, así como se realizan ventas durante el evento, es también una oportunidad para cerrar negocios futuros. La mitad de los expositores realizó ventas posferia, y la otra mitad no lo hizo. Entre quienes realizaron ventas posferia, se obtuvo que la cifra asciende a **\$25.892.000**. La mayor parte de los expositores que realizaron ventas posferia pertenecen a Plaza 6 y al Corredor Central. El pedido más alto fue realizado a la expositora de artesanía indígena Mercedes Pirazá, por \$5.000.000.

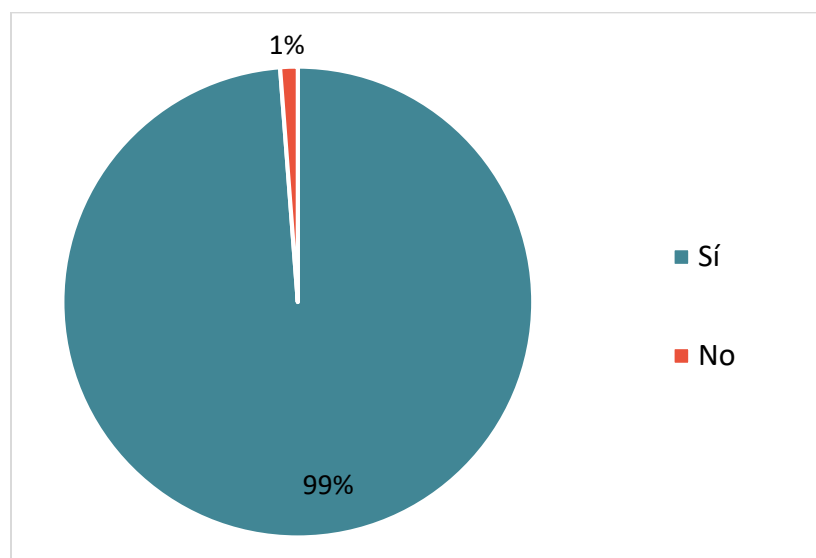


Gráfica 38: Realizaron ventas posferia, expositores- Bogotá Artesanal 2017

Este tipo de datos, además de positivos, son importantes para pensar en la posibilidad de diseño de indicadores que midan el impacto de los eventos feriales, más allá de lo que ocurre durante los días de realización, pues gracias a las ferias los artesanos, no solo venden y comunican sus piezas artesanales, sino que logran hacer otros negocios, así como contactar futuros clientes y aliados para el desarrollo de su labor artesanal.

Por la misma vía, resulta de gran importancia tener en cuenta que los expositores no son las únicas personas beneficiadas por la Feria. La cadena productiva y de valor del sector artesanal integra una amplia serie de actores, de los cuales, si tenemos únicamente en cuenta a aquellos que se benefician directamente con las ventas de las piezas, obtuvimos que, además de los expositores, **323** personas de comunidades o asociaciones se beneficiaron de la participación de los expositores de Bogotá Artesanal 2017.

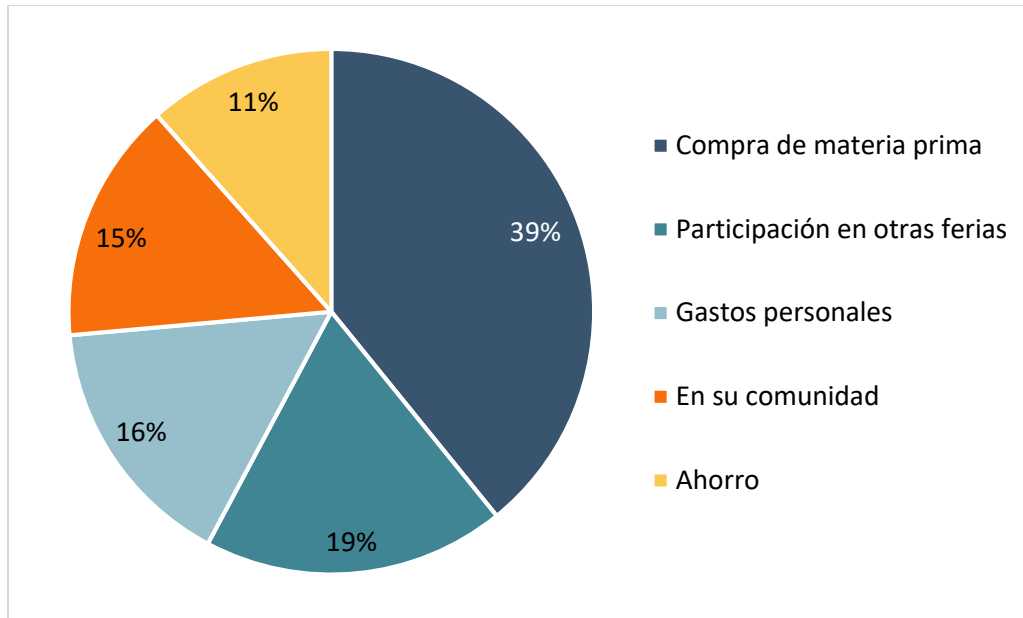
De otro lado, como extensión a las preguntas de satisfacción, quisimos saber cuántos de los expositores encuestados volvería a participar en Bogotá Artesanal. De todos los expositores encuestados, solo uno dijo no querer volver. No logramos identificar la razón de esta artesana, sin embargo, el resultado positivo de satisfacción es general.



Gráfica 38: Realizaron ventas posferia, expositores- Bogotá Artesanal 2017

Inversión de las ganancias

Planteando el caso hipotético en el que las ganancias de los expositores fueran de \$1.000.000, les preguntamos cómo los utilizarían, y encontramos lo siguiente:



Gráfica 39: Inversión de ganancia expositores- Bogotá Artesanal 2017

El 58% utilizaría las ganancias de la Feria en actividades que dan continuidad a su actividad artesanal, tales como comprar materia prima y participar en otras ferias, lo cual significa un impacto positivo para el fortalecimiento del sector. El 16% utilizaría las ganancias en gastos personales, el 15% en su comunidad y el 11% en ahorro.

Es importante que los espacios de comercialización de productos artesanales generen este tipo de consecuencias, pues el impacto no es el mismo si la Feria pasa como una fuente de ingresos momentánea. Al contrario, como en este caso, Bogotá Artesanal significó para algunos expositores un punto de partida para apostarle a la artesanía como actividad económica, cultural e identitaria.

Agenda cultural y académica

Durante el desarrollo de la Feria se realizaron demostraciones de oficio, a las que el 69% de los expositores asistieron como espectadores. Del mismo modo, el primer día de la feria y

dentro del evento de inauguración, se hizo una charla de Moda Viva a cargo de Rocío Arias. El 66% de los expositores encuestados asistió a esta charla, que fue calificada con comentarios positivos. Estas actividades acompañaron el espacio y generaron otro tipo de impactos asociados a la gestión cultural.

Sobresale la necesidad de mantener estas actividades e idear otras del mismo tipo, que brinden herramientas pedagógicas a los artesanos y que acerquen a los visitantes a la riqueza inmaterial con la que cuenta la cultura material colombiana.

Anotaciones finales

Si tuviéramos que proponer una categoría para Bogotá Artesanal, sería *incluyente*. Esta Feria fue un evento exitoso que mostró que la artesanía no se restringe al consumo de las clases altas y que muchos expositores cuentan con el talento para dar a conocer sus productos y hacer de la artesanía una importante fuente para sus ingresos.

Parte de la importancia de los datos cuantitativos es que logran evidenciar condiciones y resultados. Nos llamó la atención especialmente el caso de los expositores de Plaza 5 que se dedican a la elaboración en piezas de alambre, ya que suelen trabajar en el espacio público y se ha evidenciado desconexión y conflicto con las instituciones. Los datos numéricos nos mostraron resultados positivos, ya que algunos de estos expositores alcanzaron las ventas más altas de su pabellón.

Para llegar al detalle, a través de entrevistas a profundidad logramos acercarnos a la percepción que tienen de la Feria y otros aspectos. Encontramos que uno de los beneficios de este tipo de proyectos y de eventos es la inclusión, que promueve el reconocimiento de la ciudadanía en distintos sectores de la sociedad, al tiempo que fortalece la visión que tienen los ciudadanos de las instituciones que generan condiciones para el reconocimiento de sus derechos. *Los alambros*, como se reconocen algunos, manifestaron agrado por las



condiciones físicas en que sus productos fueron exhibidos y por su participación, insistiendo en la importancia de dar continuidad al proyecto, de forma procesual.

De otro lado, es necesario tener en cuenta que según datos del Sistema de Información Estadístico de la Actividad Artesanal-SIEAA, el 47% de los artesanos identificados y caracterizados se considera en condición de vulnerabilidad, así como el 37% se reconoce como perteneciente a alguna etnia. Estas situaciones generan la necesidad de planear y ejecutar proyectos con enfoque diferencial, que reconozcan las necesidades particulares y prioritarias de algunos grupos poblacionales. Este proyecto se presenta como una de las diferentes respuestas que puede darse a esta necesidad.

Las alianzas institucionales, como el convenio en el que se inscribe este proyecto, permiten unir esfuerzos que se enfocan hacia fines comunes, que en términos generales, y en una realidad como la de nuestro país, hacen referencia al fortalecimiento del tejido social y a la transformación de las condiciones materiales de los ciudadanos y ciudadanas.