

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

**artesanías de colombia**

**Resultado Encuestas a Visitantes,  
Expositores, y Datos de Ventas**

**EXPOARTESANÍAS 2002**

**2003**



## TABLA DE CONTENIDO

### INTRODUCCION

1	CARACTERIZACION DEL VISITANTE	_____
1.1	NIVEL DE INGRESOS	_____
1.2	COMPRAS REALIZADAS POR LOS VISITANTES A EXPOARTESANIAS	_____
1.3	PREFERENCIAS DE LOS VISITANTES POR TIPO DE OBJETOS HECHOS A MANO	_____
1.3.1	OPINION SOBRE LOS PRECIOS DE LOS OBJETOS ARTESANALES EN EL EVENTO	_____
1.3.2	NIVEL DE PREFERENCIA QUE TIENE EN CUENTA EL VISITANTE EN EL MOMENTO DE COMPRAR UNA ARTESANIA	_____
1.3.3	EMPAQUE	_____
1.4	CALIFICACION A LAS FACILIDADES DE CORFERIAS	_____
1.5	MEDIO DE COMUNICACIÓN POR EL CUAL SE ENTERO EL VISITANTE SOBRE LA REALIZACION DEL EVENTO	_____
1.6	COMENTARIOS DEL VISITANTE	_____
2	RESULTADOS DE ENCUESTAS A EXPOSITORES	_____
2.1	CARACTERIZACION DEL EXPOSITOR	_____
2.1.1	CLASIFICACION DE LOS EXPOSITORES POR AREA	_____
2.1.2	PERCERCIÓN DEL OFICIO DEL EXPOSITOR	_____
2.1.3	PRODUCTO LIDER EN VENTA	_____
2.1.4	CLASIFICACION DEL TIPO DE ARTESANIA QUE PRODUCE EL ARTESANO	_____
2.2	PRODUCCION Y COMERCIALIZACION	_____
2.2.1	MATERIAS PRIMAS	_____
2.2.2	COMPRA DE MATERIA PRIMA	_____
2.2.3	EQUIPOS Y HERRAMIENTAS UTILIZADOS EN LA PRODUCCION DE LAS ARTESANIAS	_____
2.2.4	ASPECTOS A TENER EN CUENTA PARA MEJORAR LOS PRODUCTOS	_____
2.2.5	CAPACIDAD DE RESPUESTA A PEDIDOS GRANDES DE ARTESANIAS	_____
2.3	USO DE EMPAQUE EN LA VENTA DE ARTESANIAS	_____
2.3.1	RAZONES POR LAS CUALES EL ARTESANO UTILIZA EMPAQUE	_____
2.4	EXPORTACIONES	_____
2.4.1	PRODUCTOS POR LOS QUE HAN RECIBIDO PROPUESTAS DE EXPORTACION	_____
2.4.2	PAISES POTENCIALES PARA LA EXPORTACION DE LAS ARTESANIAS	_____
2.4.3	EXPORTACIONES REALIZADAS	_____
2.4.4	PRODUCTOS EXPORTADOS	_____
2.4.5	PAISES DE EXPORTACION DE LAS ARTESANIAS	_____
2.4.6	MOTIVOS PARA LA NO CONCERTACION DE NEGOCIOS DE EXPORTACION	_____
2.5	CONOCIMIENTO SOBRE TEMAS RELACIONADOS CON LA COMERCIALIZACION DE LOS OBJETOS ARTESANALES EN EL EXTERIOR	_____
2.5.1	ATPA	_____
2.5.2	MEJORAMIENTO PARA SER MAS COMPETITIVOS	_____
2.5.2.1	OTRAS NECESIDADES	_____
2.6	PROYECCION DE VENTAS	_____



- 2.7 PARTICIPACION EN FERIAS ARTESANALES \_\_\_\_\_
- 2.7.1 FECHA DE REALIZACION DE EXPOARTESANIAS \_\_\_\_\_
- 2.8 NIVEL DE SATISFACCION DEL ARTESANO EN LA PARTICIPACION EN  
EXPOARTESANIAS \_\_\_\_\_
- 2.8.1 CALIFICACION DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS EN CORFERIAS \_\_\_\_\_
- 2.9 NIVEL DE INGRESOS DEL ARTESANO EXPOSITOR \_\_\_\_\_
- 2.10 ASESORIA \_\_\_\_\_
- 2.10.1 CALIFICACION DE LA ASESORIA \_\_\_\_\_
- 2.10.2 PARTICIPACION EN OTRAS FERIAS EN CORFERIAS \_\_\_\_\_
- 3.0 RESULTADO EN VENTAS EXPOARTESANIAS 2002 \_\_\_\_\_
- 3.1 DATOS DE VENTAS POR PABELLÓN Y SECTORES \_\_\_\_\_
- 3.1.1 VENTAS PABELLÓN # 1 \_\_\_\_\_
- 3.1.2 VENTAS PABELLÓN # 3 \_\_\_\_\_
- 3.1.3 VENTAS PABELLÓN # 6 \_\_\_\_\_
- 3.1.4 VENTAS PABELLÓN # 8 \_\_\_\_\_
- 3.1.5 VENTAS CASA COLOMBIA, ZONA INDÍGENA \_\_\_\_\_
- 3.1.6 VENTAS CONSOLIDADAS POR SECTORES. \_\_\_\_\_
- 3.1.7 DISTRIBUCIÓN DE VENTAS POR ÁREAS. \_\_\_\_\_
- 3.1.8 COMPARATIVO DE VENTAS AÑO 2001 – 2002 \_\_\_\_\_

ANEXOS



## INTRODUCCION

El presente documento contiene los resultados obtenidos en la aplicación de 1976 encuestas a Visitantes y 653 encuestas a expositores de EXPOARTESANIAS 2002.

Los resultados de la encuesta de Visitantes permiten caracterizar al encuestado desde la perspectiva de género, ocupación, nivel de ingreso, compras realizadas en su visita, preferencias en sus adquisiciones de artefactos artesanales, opinión sobre empaque y calificación de las facilidades de Corferias.

Con los resultados de la encuesta a los expositores, también se hace una caracterización del expositor, se investiga su opinión sobre procesos de producción, capacidad de respuesta a un pedido grande, conocimiento y participación en el comercio exterior, nivel de satisfacción con las facilidades de Corferias y la organización de EXPOARTESANIAS 2002,

Los resultados en su conjunto dan una sólida visión, desde la perspectiva de los dos actores fundamentales en el evento como son los expositores y los visitantes, de sus expectativas y percepciones sobre el desarrollo del evento artesanal mas importante de Colombia como es EXPOARTESANIAS.



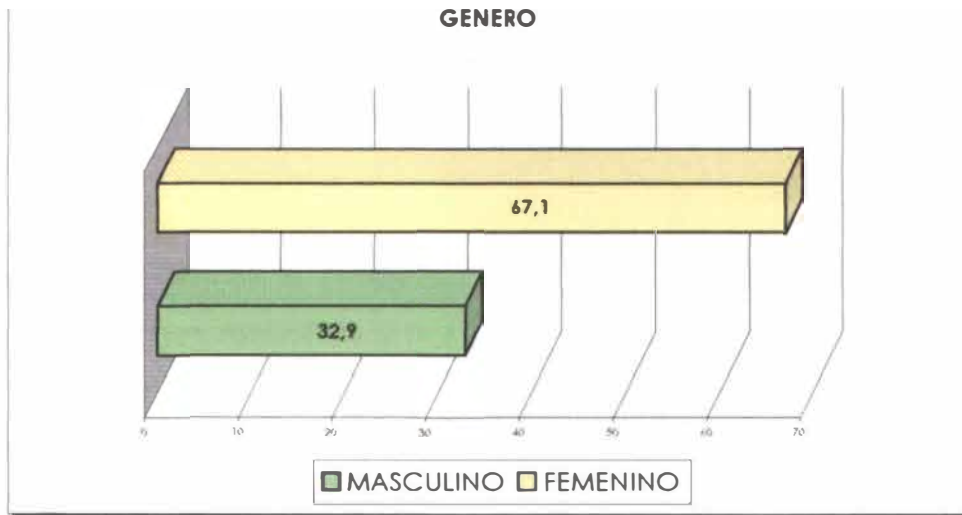
## 1. CARACTERIZACION DEL VISITANTE

Según el nivel socioeconómico de los visitantes a Expoartesánias estos se pueden clasificar en personas de estrato medio, medio alto y alto, los cuales poseen un buen nivel de ingresos, caracterizados por tener una ocupación definida ya sean trabajadores por cuenta propia y/o empleados, cuyo lugar de residencia se establece principalmente en la ciudad de Bogotá.

El 76,1% de los 1.976 encuestados manifestaron que vivían en Bogotá, el 20,5% se distribuye entre distintas ciudades de Colombia y solo un 2,9% manifestó que era de origen extranjero.

Por género los encuestados se distribuyen 32,9% hombres y 67,1% mujeres.

**Figura No 1: Género**





Por ocupación los visitantes encuestados se distribuyen de la siguiente manera:

**Tabla No 1: Distribución de los visitantes por ocupación**

Ocupación	Porcentaje
EMPLEADO PARTICULAR	30,2
EMPLEADO DEL GOBIERNO	12,2
ESTUDIANTE	19,5
TRABAJA POR CUENTA PROPIA	21,1
HOGAR	9,0
SIN OCUPACION	1,7
JUBILADO	4,9
NO RESPONDEN	1,4
<b>Total</b>	<b>100</b>

Es significativo observar como en la población visitante, por ocupación los mayores porcentajes los tiene el empleado particular con un 30,2% de los encuestados, y las personas que trabajan por cuenta propia, 21,1% de los encuestados.

Sigue siendo importante la presencia de estudiantes en este tipo de eventos, 19,5% y las personas dedicadas al hogar 9,0%.

Los empleados del gobierno representan el 12,2%, los jubilados el 4,9% y los sin ocupación el 1,4%. El 1,4% no responde a esta pregunta.



## 1.1 NIVEL DE INGRESOS

*Tabla No 2: Nivel de Ingresos*

Ingresos	Porcentaje
< 320.000	9,8
320.001-640.000	12,5
640.001-960.000	20,1
960.001-2.000.000	24,5
>2.000.000	16,5
NO RESPONDE	16,5
Total	100

El 9,8% de los encuestados manifestó que su nivel de ingresos es inferior a \$320.000 pesos, mientras que el 16,5% dijo que era de más de \$2.000.000 de pesos.

Un 16,5% de encuestados que no responde a esta pregunta corresponde a personas que no gustan de manifestar en una encuesta sus niveles de ingreso.

## 1.2 COMPRAS REALIZADAS POR LOS VISITANTES EN EXPOARTESANIAS

El 87,9% de los visitantes manifestó que había realizado compras en su visita a Expoartesánias, el 12,1% dijo que no había hecho compras.

Con las respuestas obtenidas de quienes dijeron haber hecho compras, cuando se les preguntó cual era el valor promedio de las compras realizadas la media se establece en \$ 100.000.



### 1.3 PREFERENCIAS DE LOS VISITANTES POR TIPO DE OBJETOS HECHOS A MANO EXHIBIDOS

A la pregunta sobre que tipo de objeto era de su preferencia en el momento de comprar, los encuestados respondieron:

**Tabla No 3: Tipo de objetos**

<b>Tipo de Objeto</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Cerámica</b>	<b>33,8</b>
Metales	12,1
Vidrio	13,8
<b>Maderas</b>	<b>54,3</b>
Mezcla de todo	1,1
Joyería	28,5
Textiles	27,5
Fibras vegetales	22,4
Papel	11,7
Piedras	7,1
Juguetería	11,8
Marroquinería	14,1
Instrumentos musicales	8,1
Velas	14,1
Hierro forjado	1,3
Telas encoladas	5,9
Otro	1,5

El 54,3% de los encuestados manifestaron su preferencia por los objetos en madera y un 33,8% prefieren los elaborados en Cerámica.

Otras preferencias significativas de los visitantes se concentran en los textiles (27,5%), las fibras vegetales (22,4%) y la joyería (28,5%).





### 1.3.1 OPINIÓN SOBRE LOS PRECIOS DE LOS OBJETOS ARTESANALES EN EL EVENTO

**Tabla No 4: Opinión sobre los precios de las artesanías del evento**

Opinión sobre los precios	Porcentaje
RAZONABLES	41,6
IGUALES A LOS PRECIOS DEL COMERCIO EN GENERAL	18,6
MAS COSTOSOS QUE EN EL COMERCIO LOCAL	32,7
BARATOS Y MUY COMPETITIVOS CON LOS PRECIOS DEL COMERCIO	6,9
Total	100

Según la opinión del 41,6% de los encuestados los precios de los objetos hechos a mano exhibidos en Expoartesanías tenían un precio razonable, sin embargo un 32,7% manifiesta que estos eran más costosos que en el comercio local, lo cual se puede explicar por los costos incurridos por parte del expositor en lo referente al pago del stand y el transporte de la mercancía. Este tema de los precios debe ser tenido en cuenta por ARTESANIAS DE COLOMBIA en los eventos futuros, pues no es bueno que se genere la idea que los precios feria no son los mas atractivos.



### 1.3.2 NIVEL DE PREFERENCIA QUE TIENE EN CUENTA EL VISITANTE EN EL MOMENTO DE COMPRAR UNA ARTESANIA

**Tabla No 5: Nivel de preferencia**

DESCRIPCION	NIVEL DE PREFERENCIA							NR	TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7		
TEXTURA	1,8	5,2	14,9	21,9	17,7	19,9	7,2	11,4	100
CALIDAD	20,7	38,4	15,4	8,6	5	3,1	2,5	6,3	100
MATERIAL	5	6,5	10,8	13,5	13,5	9,5	31,8	9,5	100
ACABADO	8,8	13	21,3	14,8	21,3	10,6	2,6	7,6	100
COLOR	3,7	6,6	17,5	20,6	19,8	13,8	8,2	9,7	100
DISEÑO	51,8	21,4	8,8	5,7	3,1	2,5	1,2	5,5	100
CULTURAL	5,6	3,5	4,3	5,8	8,3	27,5	31,4	13,6	100

El diseño y la calidad son los elementos que tienen en cuenta los encuestados en el momento de hacer la decisión de compra de una artesanía. Estos dos parámetros determinan las preferencias del comprador de acuerdo con la tabla anterior donde las calificaciones de preferencia 1 y 2 las obtienen mayoritariamente el diseño (73.2%) y la calidad del producto (59.1%).

### 1.3.3 EMPAQUE

Se les pidió a los visitantes su opinión acerca de la importancia que tenía el empaque a la hora de adquirir una artesanía, a lo cual manifestaron que este es un factor muy importante que influye en su decisión de compra.

**Tabla No 6: Opinión sobre el empaque**

OPINION	RESPUESTA	
	SI	NO
INFLUYE EL EMPAQUE EN LA DECISION DE COMPRAR	56,7	43,3
TIENE IMPORTANCIA EL EMPAQUE	54,1	45,9



## 1.4 CALIFICACIÓN A LAS FACILIDADES DE CONFERIAS

Con el propósito de consolidar la opinión de los visitantes a Expoartesánias sobre los servicios ofrecidos por Conferías, se les pidió que calificaran estos servicios, los cuales se resumen en la tabla siguiente:

**Tabla No 6: Calificación de los servicios ofrecidos en Conferías**

Servicio / calificación	Bueno	Regular	Malo	No Conoce n	No Responde n	TOTAL
Seguridad	94,9	2,8	0,6	0,2	1,5	100
Parqueaderos	64,1	10	4,1	9,2	12,6	100
Restaurantes	72,8	9,4	2,3	6,0	9,6	100
Baños	80,1	6,2	0,9	5,0	7,8	100
Señalización	84,3	10,7	2,3	0,8	1,9	100
Cajeros	57,1	11,8	7,5	10	13,6	100
Auditorio	31,7	0,9	0,2	47,3	20	100
Teléfonos	64,7	6,2	1,4	17,8	9,9	100
Sonido	87	7,6	1,7	1,4	2,2	100
Guías	47,3	9,3	13,9	21,3	8,2	100
Stand	93,3	4,4	0,5	0	1,7	100
Eventos culturales	72,8	6,2	1,6	13,7	5,6	100

En general los servicios ofrecidos en Conferías a sus visitantes reciben por parte de estos una buena calificación; sin embargo hay que prestar mayor atención a los servicios de Guías y Cajeros que recibieron una calificación significativa entre regular y malo.

También se puede observar que existe un desconocimiento sobre el auditorio ya que el 47,3% de los encuestados dijeron no conocerlo.



## 1.5 MEDIO DE COMUNICACIÓN POR EL CUAL SE ENTERO EL VISITANTE SOBRE LA REALIZACIÓN DEL EVENTO

*Tabla No 7: Medio de Comunicación*

Medio	Porcentaje
TELEVISION	41,3
PRENSA	31,4
RADIO	7,4
AFICHE	2,2
AMIGOS / FAMILIA	27,3
VOLANTE	0,4
REVISTAS	1,3
OTRO MEDIO	7,2
Total	100

La televisión, con el 41,3% de las opiniones y la prensa con el 31,4%, siguen siendo los medios más importantes de comunicación de la realización del evento al público, sin embargo, como siempre se ha detectado, la comunicación intra familiar y de redes de amistad, con el 27,3% de opinión, ocupan también un lugar muy importante en la difusión de la feria.

Cabe anotar adicionalmente que el 7,2% de los encuestados que respondieron que se enteraban por otros medios, la gran mayoría viene al evento por tradición.

## 1.6 COMENTARIO DEL VISITANTE

El 30,2% de los visitantes manifestó su inconformidad con el precio de la entrada ya que la consideran costosa, lo cual impide que la afluencia de público al evento sea mayor, esta opinión se observa en mayor proporción por parte de los estudiantes; también las personas que poseen vehículos manifestaron que el precio del parqueadero era elevado (6,9% de los encuestados expresaron esta opinión).



## 2. RESULTADOS DE ENCUESTA A EXPOSITORES

La encuesta a expositores busca definir una caracterización general del artesano asistente al evento para lo cual se identifica la técnica que utiliza en su producción artesanal, el producto líder en ventas y la percepción sobre el tipo de objeto que produce si es artesanía tradicional, contemporánea o indígena.

En las áreas de producción y comercialización se investiga sobre materias primas, tecnología utilizada, visiones sobre mejoramiento del producto, uso de empaque, contactos para exportación, conocimiento sobre preferencias arancelarias en los Estados Unidos (ATPA).

Por último se da opción al encuestado de calificar las facilidades de la Plaza de los Artesanos escenario donde se desarrolló el Encuentro Artesanal Andino y expresar su nivel de satisfacción por la participación en el evento.

### 2.1 CARACTERIZACIÓN DEL EXPOSITOR

La distribución por país de origen de los artesanos fue la siguiente:

*Cuadro No 1: Número de participantes por país*

PAIS	Porcentaje
COLOMBIA	97,5
MEXICO	0,3
BRASIL	0,2
NR	2,0
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

#### 2.1.1 CLASIFICACIÓN DE LOS EXPOSITORES POR AREA

Según la clasificación por área de los artesanos, se puede observar que los productos elaborados en Madera son los más representativos con el 22.2% del total de productos de otras áreas; seguido de los artículos hechos en Cerámica con un 14.1%, Textiles 13.9% y un 7.7% de los productos elaborados por las comunidades Indígenas.

**Cuadro No 2<sup>a</sup>: Área**

AREA	Porcentaje
<b>CERAMICA</b>	<b>14,1</b>
CUERO	3,2
DULCES Y BOCADOS TIPICOS	3,8
FIBRAS VEGETALES	3,5
<b>INDIGENA</b>	<b>7,7</b>
INSTITUCIONAL	0,3
INSTRUMENTOS MUSICALES	0,5

**Cuadro No 2<sup>b</sup>: Área**

AREA	Porcentaje
JOYERIA	5,5
JUGUETES	4,9
<b>MADERA</b>	<b>22,2</b>
METALES	4,1
PAPEL	4,6
PIEDRA	1,4
PRODUCTOS NATURALES	6,0
TELAS ENCOLADAS	0,2
<b>TEXTILES</b>	<b>13,9</b>
VELAS	0,8
VIDRIO	2,8
NR	0,6
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>



### 2.1.2 PERCEPCION DEL OFICIO DEL EXPOSITOR

Según lo expresado por los expositores estos se identifican en su actividad como:

**Cuadro No 3: Oficio de los expositores**

OFICIO	Porcentaje
ARTESANO	89,28
PRODUCTOR DE BOCADOS TIPICOS	2,76
OTROS OFICIOS	2,91
COMERCIALIZADOR	0,61
NR	4,44
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Se puede observar que la gran mayoría de los encuestados se identifica como artesanos, el 89,29%; se evidencia también la participación de expositores que tienen se identifican con otros oficios: Diseñadores Industriales y Textiles, Arquitectos, Pintores y Carpinteros los cuales representan el 2,91%.

### 2.1.3 PRODUCTO LIDER EN VENTA

La variedad de productos exhibidos por los artesanos en Expoartesánias es muy amplia. Sin embargo una clasificación del producto líder de acuerdo con los expositores es la siguiente:

**Cuadro No 4: Clasificación producto líder**

<b>PRODUCTO LIDER</b>	<b>Porcentaje</b>
PRENDAS DE VESTIR	5,4
ACCESORIOS PERSONALES	15,0
<b>ACCESORIOS HOGAR</b>	<b>53,9</b>
JUEGOS Y MUÑECOS	11,3
ALIMENTOS	4,3
INTRUMENTOS MUSICALES	0,9
NR	9,2
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

El 53,9% de los productos llevados a la Feria tienen una utilización como elementos de decoración y utensilios para el hogar, seguido de un 15% que son para uso personal.

#### 2.1.4 CLASIFICACIÓN DEL TIPO DE ARTESANÍAS QUE PRODUCE EL ARTESANO

**Cuadro No 5: Clasificación tipo de artesanía**

<b>CLASIFICACION</b>	<b>Porcentaje</b>
ARTESANIA TRADICIONAL	31,9
<b>ARTESANIA CONTEMPORANEA</b>	<b>56,8</b>
INDIGENA	8,9
NO RESPONDEN	2,5
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>





El 56,8% de los encuestados clasifica su artesanía como contemporánea, mientras el 31,9% la califica como tradicional. El 8,9% la clasifica como indígena, un 2,5% no respondió a la pregunta.

## 2.2 PRODUCCION Y COMERCIALIZACION

### 2.2.1 MATERIAS PRIMAS

Para el 79,8% de los artesanos que participaron en Expoartesanías manifestaron que les es fácil conseguir la materia prima para la producción de sus objetos, sin embargo para un 24% le es difícil.

**Cuadro No 6: Materia Prima**

MATERIA PRIMA	Porcentaje
Le es fácil conseguir la materia prima	79,8
Le es difícil conseguir la materia prima	18,5
No Responden	1,7
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

### 2.2.2 COMPRA DE MATERIA PRIMA

Para la compra de la materia prima el 77,8% lo hace de manera individual, solo un 9,3% se asocia con otros artesanos para comprarla, el 4,4% la obtiene a través de una organización artesanal y el 14,2% la extrae directamente.

**Cuadro No 7: Compra de materia prima**

Compra	Porcentaje
Lo hace de manera individual	77,8
Se asocia con otros artesanos para comprarla	9,3
La obtiene a través de una organización artesanal	4,4
La extrae directamente	14,2

### 2.2.3 EQUIPOS Y HERRAMIENTAS UTILIZADOS EN LA PRODUCCIÓN DE LAS ARTESANÍAS

En cuanto a tecnología usada para la producción de sus artesanías, el 40,4% de los expositores manifestaron que sus productos eran hechos a mano, el 20,7% dijo utilizar equipo tradicional, el 50,8% manifiesta que en su producción utiliza una combinación de herramientas y equipos tradicionales y un 8,4% reconoce el uso de equipamiento moderno en su proceso productivo.

**Cuadro No 8: Equipos y herramientas utilizados**

Equipos	Porcentaje
Utiliza equipo tradicional	20,7
Produce todo a mano	40,4
Hay combinación de herramientas y equipos tradicionales	50,8
Utiliza equipos modernos	8,4



## 2.2.4 ASPECTOS A TENER EN CUENTA PARA MEJORAR LOS PRODUCTOS

Cuando se le pide a los expositores que precisen en que aspectos creen que pueden mejorar sus productos, la respuesta obtenida fue la siguiente:

**Cuadro No 9: Aspectos a mejorar**

DESCRIPCION	NIVEL DE IMPORTANCIA					NR	TOTAL
	1	2	3	4	5		
EMPAQUE	44,7	16,5	13,3	12	7,6	5,9	100
CALIDAD	11,2	19,6	24,8	20,4	13,6	10,4	100
COLOR	5,5	13,8	24,2	24,8	19,6	12,1	100
DISEÑO	21,4	17,2	12,7	13,6	24	11	100
PRECIO	9,5	26,2	15,9	18,2	22,2	8	100

En esta respuesta se percibe la preocupación del artesano expositor por el precio de sus productos, un 40.4% de los encuestados califican entre 4 y 5 el precio como el elemento a mejorar en sus productos.

La calidad también emerge como un factor a ser tenido en cuenta en el mejoramiento de sus productos, el 34% de las respuestas que califican entre 4 y 5 la calidad como elemento para mejorar sus productos así lo indica.

## 2.2.5 CAPACIDAD DE RESPUESTA A PEDIDOS GRANDES DE ARTESANIAS

Para atender la producción de grandes pedidos, el 44,9% de los artesanos encuentran que es fácil asociarse con otros artesanos para cumplir con el pedido de esas características, sin embargo un 12,6% encuentra difícil asociarse con otros artesanos pues consideran que la calidad de sus productos es mejor que las de sus vecinos. El 39,2% estaría dispuesto a aceptar solo pedidos hasta su capacidad de producción.

Esta respuesta esta indicando las dificultades que se presentan en el sector para atender pedidos de grandes volúmenes y la necesidad de desarrollar estándares de calidad por técnicas de producción que faciliten la asociación de artesanos de una misma técnica para hacer frente a situaciones comerciales como la que



generaría un pedido que exceda su capacidad de producción individual del artesano que recibe el pedido.

**Cuadro No 10: Respuesta de capacidad de producción del artesano**

Capacidad	Porcentaje
Fácil asociarse con otros artesanos para atender el pedido	44,9
Difícil asociarse con otros artesanos por que no tienen la misma calidad de su producto	12,6
Atendería el pedido solo hasta su capacidad de producción	39,2

### 2.3 USO DE EMPAQUE EN LA VENTA DE ARTESANIAS

En relación con el uso de empaque para la venta de sus productos, el 71,8% de los expositores manifestó que si utiliza empaque y el 23,7 % dijo que no utiliza empaque.

**Figura No 1: Respuesta sobre uso de empaque**





### 2.3.1 RAZONES POR LAS CUALES EL ARTESANO UTILIZA EMPAQUE

Cuando se le pregunto al artesano las razones para utilizar empaque en la venta de sus productos, el 37,8% manifiesta que facilita el transporte de la artesanía, el 29,7% piensa que el empaque ayuda a la comercialización del producto, el 29,2% considera que el empaque le da valor agregado al producto.

**Cuadro No 11: Razones para la utilización de empaque**

Utilización del empaque	Porcentaje
Da valor agregado al producto	29,2
Facilita el transporte de las artesanías	37,8
Ayuda a la comercialización de las artesanías	29,7

A los artesanos que manifestaron que no utilizan empaque para la venta de sus artesanías se les pidió que precisaran sus razones, obteniendo la siguiente respuesta:

**Cuadro No 12: Razones para la no utilización de empaque**

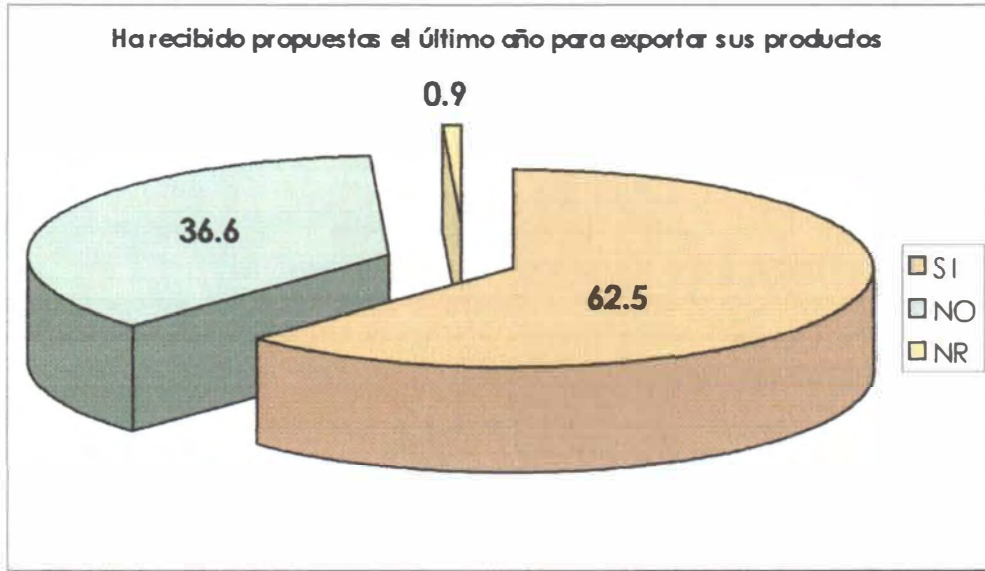
No utiliza empaque	Porcentaje
Costoso	9,8
No sabe donde se hacen empaques	3,8
No es necesario para el producto	5,5
No tiene una opinión formada sobre el tema de empaques	7,4



## 2.4 EXPORTACIONES

El 62,5 % de los encuestados manifestó que ha recibido propuestas para exportar en el último año. Siendo este un indicador muy importante de la dinámica del sector entre los bienes transables.

**Figura No 2: Respuesta sobre propuestas para exportar**



### 2.4.1 PRODUCTOS POR LOS QUE HAN RECIBIDO PROPUESTAS DE EXPORTACIÓN

Los productos que mayor demanda han recibido de compradores en el exterior han sido los de accesorios para el hogar con un 49,7% y los accesorios de uso personal con el 17,1%. Cuadro No 13: Productos de oferta de exportación

PRODUCTOS DE EXPORTACION	Porcentaje
PRENDAS DE VESTIR	2,4
ACCESORIOS PERSONALES	17,1
<b>ACCESORIOS HOGAR</b>	<b>49,7</b>
JUEGOS Y MUÑECOS	12,5
ALIMENTOS	2,7
INTRUMENTOS MUSICALES	0,3
NR	15,2
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>



## 2.4.2 PAISES POTENCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DE LAS ARTESANIAS

Entre los países potenciales para exportar las artesanías sobresalen España con el 11,3% y los Estados Unidos con un 48,5%.

**Cuadro No 14: Países potenciales para la exportación de artesanías**

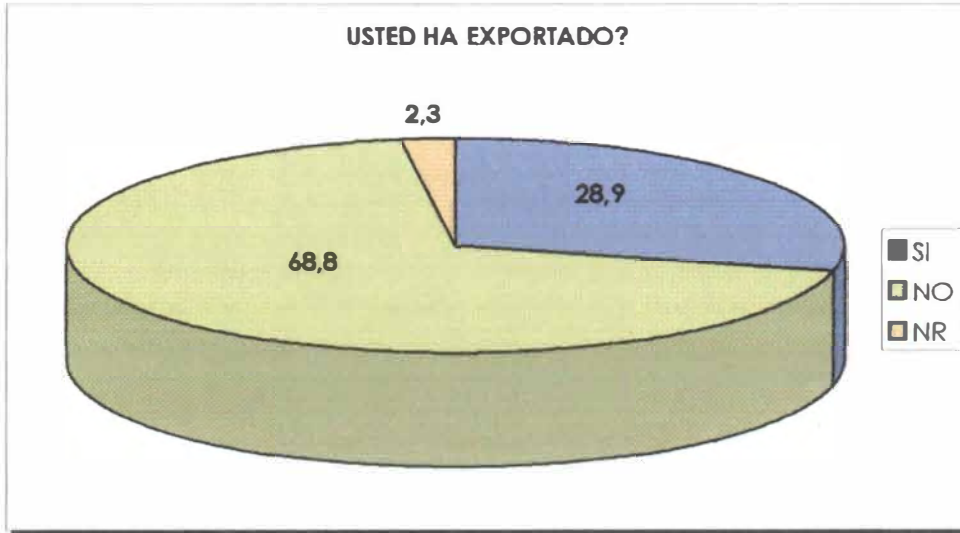
PAIS	Porcentaje
ARUBA	1,1
ALEMANIA	4,3
BELGICA	1,3
CANADA	2,1
CHILE	0,5
COSTA RICA	1,6
CURAZAO	0,8
ECUADOR	0,8
<b>ESPAÑA</b>	<b>11,3</b>
<b>USA</b>	<b>48,5</b>
FRANCIA	2,4
HOLANDA	1,1
INGLATERRA	1,6
ITALIA	2,7
JAPON	1,1
MEXICO	1,6
PANAMA	2,7
RUSIA	0,5
SUIZA	1,6
VENEZUELA	2,1
OTROS PAISES	10,2
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>



### 2.4.3 EXPORTACIONES REALIZADAS

El 28,9% de los expositores participantes en Expoartesanías han realizado exportaciones de sus productos, mientras 38,8% manifiesta que no ha realizado ninguna.

**Figura No 3: Respuesta sobre Exportación**



### 2.4.4 PRODUCTOS EXPORTADOS

Los productos de mayor exportación son los accesorios para el hogar (53,2%) y los accesorios de uso personal (14,4%), lo cual ratifica lo que muestra el cuadro No 13 en lo referente a la oferta de estos mismos productos para su exportación.

**Cuadro No 15: Productos exportados**

PRODUCTOS EXPORTADOS	Porcentaje
PRENDAS DE VESTIR	3,2
ACCESORIOS PERSONALES	14,4
<b>ACCESORIOS HOGAR</b>	<b>53,2</b>
JUEGOS Y MUÑECOS	11,7
ALIMENTOS	1,1
INTRUMENTOS MUSICALES	0,5
NR	16,0
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>





## 2.4.5 PAISES DE EXPORTACIÓN DE LAS ARTESANIAS

Entre los países de mayor exportación de las artesanías se encuentran Estados Unidos con un 57%, España con el 17%, Alemania con un 13%, Francia con el 10% y Ecuador con el 11%.

*Cuadro No 16: Países de exportación de las artesanías*

PAIS	Porcentaje
ARUBA	2,0
<b>ALEMANIA</b>	<b>13,0</b>
BRASIL	2,0
CANADA	2,0
COSTA RICA	6,0
CURAZAO	2,0
<b>ECUADOR</b>	<b>11,0</b>
<b>ESPAÑA</b>	<b>17,0</b>
<b>USA</b>	<b>57,0</b>
<b>FRANCIA</b>	<b>10,0</b>
HOLANDA	5,0
INGLATERRA	3,0
ITALIA	4,0
MEXICO	8,0
PANAMA	7,0
PORTUGAL	2,0
SUIZA	4,0
VENEZUELA	6,0
OTROS PAISES	18,0
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>



## 2.4.6 MOTIVOS PARA LA NO CONCERTACIÓN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN

*Cuadro No 17: No realización de exportaciones*

<b>NO SE REALIZO EXPORTACIONES</b>	<b>Porcentaje</b>
NO SABE COMO SE HACE	24,8
NO ENCONTRO APOYO	23,3
EL COMPRADOR NO CONCRETO	8,3
FALTA DE CAPITAL	21,4

El 24,8 de los expositores manifestaron que no sabían como efectuar la exportación, definiendo esta respuesta un campo de acción para la actividad institucional de ARTESANIAS DE COLOMBIA, el 23,3 contestó no encontrar apoyo, lo cual se puede interpretar como falta de apoyo institucional y/o crediticio, el 8,3% dijo que el comprador potencial no concreto el negocio y un 21,4 manifestó no contar con el capital necesario para realizar la exportación.

## 2.5 CONOCIMIENTO SOBRE TEMAS RELACIONADOS CON LA COMERCIALIZACION DE LOS OBJETOS ARTESANALES EN EL EXTERIOR.

### 2.5.1 ATPA

En relación con las preferencias arancelarias de Estados Unidos para los países andinos (ATPA) los expositores mostraron un nivel medio de conocimiento sobre el tema (35,7% esta enterado). Sin embargo el 32,6% dijo que no tiene información al respecto y el 29,1% ha oído hablar sobre el tema, pero no sabe que es.

**Cuadro No 18: Conocimiento sobre el ATPA**

<b>Conocimiento sobre el ATPA</b>	<b>Porcentaje</b>
Si esta enterado	35,7
Ha oído hablar de eso pero no sabe que es	29,1
No tiene información al respecto	32,6
No responden	2,6
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

A la pregunta sobre si creen que las preferencias arancelarias ofrecidas por Estados Unidos pueden significar mayores oportunidades de negocios , hay percepción clara sobre que si pueden haber mayores oportunidades , lo que puede impulsar a generar una dinámica exportadora en el sector que puede ser aprovechada institucionalmente para consolidar las artesanías como bienes transables.

**Cuadro No 19: Oportunidad de negocio**

<b>Oportunidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Las oportunidades serán mayores que ahora	79,2
Igual que ahora	12,1
Menos que ahora	2,6
No responden	6,1
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>



## 2.5.2 MEJORAMIENTO PARA SER MÁS COMPETITIVOS

A una pregunta concreta que se le hizo a los expositores en la que se les planteaba que cuales necesidades debían solucionar para hacer competitivos internacionalmente sus productos, las respuestas obtenidas fueron las siguientes:

**Cuadro No 20: Mejoramiento para ser competitivos**

Competitividad	Porcentaje
Capacitación en diseño	20,2
Capacitación en sistemas de producción	25,9
Crédito	44,3
Asistencia técnica en comercio internacional	55,9

La Asistencia Técnica en Comercio Internacional (49,7%) y el crédito (44,3) emergen como los parámetros más importantes a ser tenidos en cuenta en cualquier plan de desarrollo de competitividad del sector.

### 2.5.2.1 OTRAS NECESIDADES

**Cuadro No 21: Otras necesidades para ser competitivo**

OTRAS NECESIDADES	Porcentaje
REDUCCION DE COSTOS	16,7
APOYO GUBERNAMENTAL	16,7
ASISTENCIA EN LA COMPRA DE MAQUINARIA	41,7
CAPACITACION DE LA MANO DE OBRA	25,0

Los expositores que manifestaron otras necesidades para ser más competitivos en los mercados internacionales, se destaca un 41,7% que expresó la necesidad de una asistencia en la adquisición de nueva maquinaria para la fabricación de las artesanías.



## 2.6 PROYECCION DE VENTAS

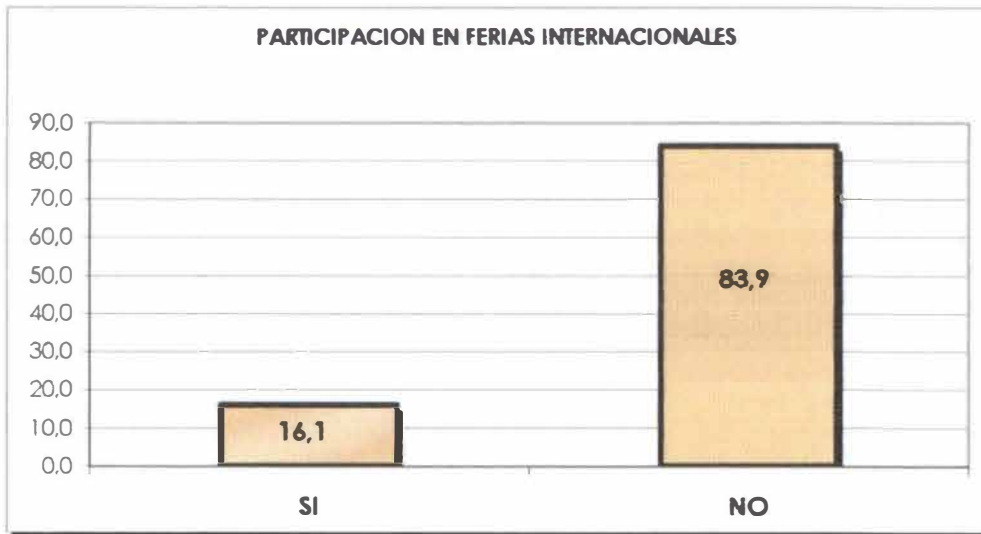
**Cuadro No 22: Proyección de ventas**

ASPIRACION EN VENTAS (\$)	
Mediana	\$ 12.967.784
Media	\$ 10.000.000
Moda	\$ 10.000.000

Las expectativas de ventas de los expositores en EXPOARTESANIAS 2002 se ubicaron en una media del \$10.000.000. La mediana, medida de tendencia central que en su calculo suaviza el impacto de las expectativas muy baja y muy altas ubica esta cifra en \$12.9, millones de pesos.

## 2.7 PARTICIPACION EN FERIAS ARTESANALES

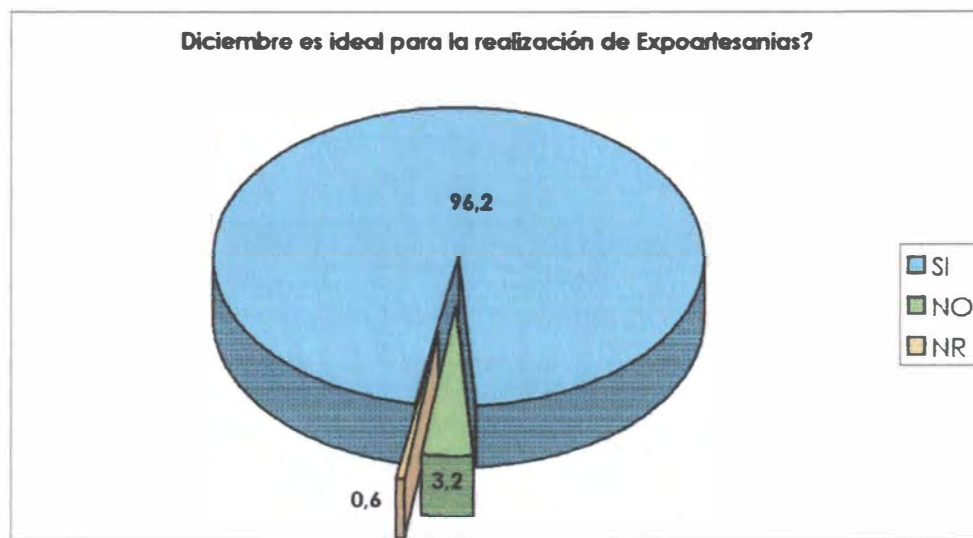
**Figura No 4: Ferias Internacionales**



Un 16,1% de los expositores participantes en Expoartesánias han exhibidos sus productos en otras ferias internacionales, de las que se destacan ferias en Alemania, Estados Unidos, Canadá, España, México, Inglaterra y Venezuela; lo cual se traduce en el interés del artesano por dar a conocer su trabajo y expandir la comercialización de sus productos a mercados externos.

## 2.7.1 FECHA DE REALIZACIÓN DE EXPOARTESANIAS

**Figura No 5: Opinión sobre la realización de Expoartesaniás en Diciembre**



Se les pregunto a los expositores si consideraban el mes de Diciembre como una fecha propicia para la realización de Expoartesaniás a lo cual el 96,2% consideró como ideal este mes ya que es la temporada de mayor afluencia de compradores por la cercanía de las fiestas de navidad y fin de año; sin embargo sugieren que los días de la realización de la feria deben ser mas próximos a Navidad.

## 2.8 NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL ARTESANO EN LA PARTICIPACIÓN EN EXPOARTESANIAS

**Cuadro No 23: Nivel de satisfacción del artesano**

Opinión	Porcentaje
Muy Satisfecho	62,2
Satisfecho	29,6
Poco Satisfecho	6,4
Insatisfecho	0,9
No responden	0,9
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>



El 91.8% de los asistentes Expoartesánias 2002 se muestra ampliamente satisfecho con haber participado en el evento, solo un 6,4% se muestra poco satisfecho y un 0,9% insatisfecho.

Este resultado positivo se traduce en el comentario de los artesanos que manifiestan su agrado en participar en Expoartesánias ya que la consideran la mejor feria artesanal de Latinoamérica y en la cual el volumen de ventas es alto.

### 2.8.1 CALIFICACION DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS EN CORFERIAS

**Cuadro No 24: Calificación sobre el nivel de satisfacción del expositor con los servicios de Corferias.**

Servicio / calificación	Bueno	Regular	Malo	No Conocen	No Responden	TOTAL
Seguridad	94,2	4,9	0,3	0	0,6	100
Parqueaderos	68,5	11,6	2,8	6,7	10,4	100
Restaurantes	67,4	21,9	3,8	1,5	5,4	100
Baños	95,6	3,4	0,3	0	0,8	100
Señalización	85,9	10,1	0,6	0,8	2,6	100
Cajeros	57,6	24,8	5,5	4,9	7,2	100
Auditorio	69,5	2,3	0,2	17,5	10,6	100
Teléfonos	70,6	19,3	3,7	3,2	3,2	100
Sonido	75,3	15,2	2,1	2,0	5,4	100
Guías	62,8	15,9	2,8	10,6	8,0	100
Stand	74,0	18,4	2,0	0	5,7	100
Eventos culturales	66,9	21,9	2,6	3,7	4,9	100

Como se puede observar en el cuadro anterior, los servicios y facilidades de Conferías reciben una buena calificación por parte de sus usuarios directos como son los mismo artesanos expositores; sin embargo hay que prestar mayor



atención a los servicios de cajeros y restaurantes y a los eventos culturales que obtuvieron una calificación regular de 24,8%, 21,9% y 21,9% respectivamente.

## 2.9 NIVEL DE INGRESOS DEL ARTESANO EXPOSITOR

**Cuadro No 25: Nivel de ingresos del expositor**

NIVEL DE INGRESOS	Porcentaje
MENOS DE \$ 500.000	19,8
\$500.001 - \$800.000	20,7
\$800.001 - \$1.000.000	17,9
<b>MAS DE \$1.000.000</b>	<b>32,6</b>
NO RESPONDEN	9,0
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

El 32,6% de los expositores dijo que su nivel de ingresos es superior a 3 salarios mínimos.

## 2.10 ASESORIA

Se les pregunto a los expositores si habían recibido alguna asesoría por parte de Artesanías de Colombia a lo cual el 50,7% respondió que si y un 47,6% dijo que no.

Las asesorías que han recibido el 50,7% de los expositores están relacionadas principalmente con diseño, manejo administrativo, producción, empaque, temas de calidad y capacitación en nuevas técnicas de elaboración de los productos.

**Cuadro No 26: Asesoría por parte de Expoartesánias**

RESPUESTA	Porcentaje
SI	50,7
NO	47,6
NR	1,7
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>





### 2.10.1 CALIFICACION DE LA ASESORIA

**Cuadro No 27: Asesoría por parte de Expoartesánias**

<b>CALIFICACION ASESORIA</b>	<b>Porcentaje</b>
EXCELENTE	40,5
BUENA	50,9
REGULAR	6,7
DEFICIENTE	1,8
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

En términos generales los artesanos que han recibido asesoría por parte de Artesanías de Colombia la califican positivamente.

La mayoría de los expositores manifiestan que desearían recibir asesoría por parte de Artesanías de Colombia en temas de manejo administrativo como costos y contabilidad; temas de calidad relacionados con el acabado de los productos; nuevos diseños y materiales; comercio internacional, marketing, comercialización, empaque y nuevas técnicas de producción.

### 2.10.2 PARTICIPACION EN OTRAS FERIAS EN CORFERIAS

**Cuadro No 27: Asesoría por parte de Expoartesánias**

<b>FERIAS</b>	<b>Porcentaje</b>
AGROEXPO	5,5
FERIA DE LAS COLONIAS	20,3
EXPOARTESANIAS	9,2
EXPOCAMELLO	4,6
FERIA DEL HOGAR	41
LEATHER AND SHOE	2,3
OTRAS FERIAS	17,5
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>



El 41% de los expositores participó en la Feria del Hogar, mientras que el 20,3% ha participado en la Feria de las Colonias, como las más representativas.

A nivel de ferias nacionales se destacan la participación de los expositores en Hecho a mano en la ciudad de Medellín, en la Feria de Manizales, la Feria del Eje cafetero y EXPOARTESANÍAS en la Plaza de los Artesanos en Bogotá, Center en Bucaramanga y las ferias realizadas en las ciudades de Cartagena y Armenia.



### 3.0 RESULTADO EN VENTAS EXPOARTESANÍAS 2002

#### 3.1 DATOS DE VENTAS POR PABELLÓN Y SECTORES

*Cuadro No 28: Pabellón # 1*

<b>TELAS ENCOLADAS</b>	<b>59,649,000</b>
<b>FIBRAS VEGETALES</b>	<b>557,139,452</b>
<b>P. NATURALES</b>	<b>68,929,000</b>
<b>COMIDAS</b>	<b>123,251,429</b>
<b>INTERNACIONAL</b>	<b>187,044,312</b>
<b>TOTAL</b>	<b>996,013,193</b>

El cuadro No 28, muestra las ventas totales efectuadas en el Pabellón # 1, donde el mayor porcentaje de participación está representado por las fibras vegetales con un 56% del total de las ventas efectuadas en el pabellón, en segundo lugar se destaca la participación internacional con un 19%, y las ventas totales ascienden a \$ 996.013.193 millones de pesos.

*Cuadro No 29: Pabellón # 3*

<b>ESCUELA SANTO DOMINGO</b>	<b>27,284,500</b>
<b>I. MUSICALES</b>	<b>93,515,000</b>
<b>PAPEL</b>	<b>249,370,200</b>
<b>PIEDRA</b>	<b>72,137,000</b>
<b>CUERO</b>	<b>213,460,300</b>
<b>MADERA</b>	<b>1,306,185,650</b>
<b>COMIDAS</b>	<b>84,059,000</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2,046,011,650</b>

El cuadro No 29, muestra las ventas totales efectuadas en el Pabellón # 3, donde el mayor porcentaje de participación está representado por los oficios relacionados con el tratamiento de la madera con un 64% del total de las ventas efectuadas en el pabellón, en segundo lugar se destaca la participación del sector de papel con un 12%, las ventas totales ascienden a \$ 2.046.011.650 millones de pesos.

*Cuadro No 30: Pabellón # 6*

<b>CERAMICA</b>	<b>729,803,600</b>
<b>TEXTILES</b>	<b>1,134,849,300</b>
<b>JUGUETES</b>	<b>276,828,400</b>
<b>CCDPA</b>	<b>20,252,400</b>



<b>COMIDAS</b>	<b>80,830,200</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2,242,563,900</b>

El cuadro No 30, muestra las ventas totales efectuadas en el Pabellón # 6, donde el mayor porcentaje de participación está representado por el sector textil con un 51% del total de las ventas efectuadas en el pabellón, en segundo lugar se destaca la participación de la cerámica con un 12%. Las ventas totales ascienden a \$ 2.242.563.900 millones de pesos.

***Cuadro No 31: Pabellón # 8***

<b>JOYERIA</b>	<b>686,628,773</b>
<b>METALES</b>	<b>403,527,400</b>
<b>VIDRIO</b>	<b>128,818,500</b>
<b>COMIDAS</b>	<b>86,476,000</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1,305,450,673</b>

El cuadro No 31, muestra las ventas totales efectuadas en el Pabellón # 8, donde el mayor porcentaje de participación está representado por la joyería con un 51% del total de las ventas efectuadas en el pabellón, en segundo lugar se destaca la participación de los metales con un 30%. Las ventas totales ascienden a \$ 1.305.450.673 millones de pesos.

***Cuadro No 32: Casa Colombiana, Zona indígena***

<b>CASA COLOMBIANA</b>	<b>55,954,900</b>
<b>ZONA INDIGENA</b>	<b>415,155,400</b>

El cuadro No 31, muestra las ventas totales efectuadas en el Casa Colombiana con un monto total de \$ 55.954.900 millones de pesos, y la Zona Indígena con ventas totales de \$ 415.155.400 millones de pesos.

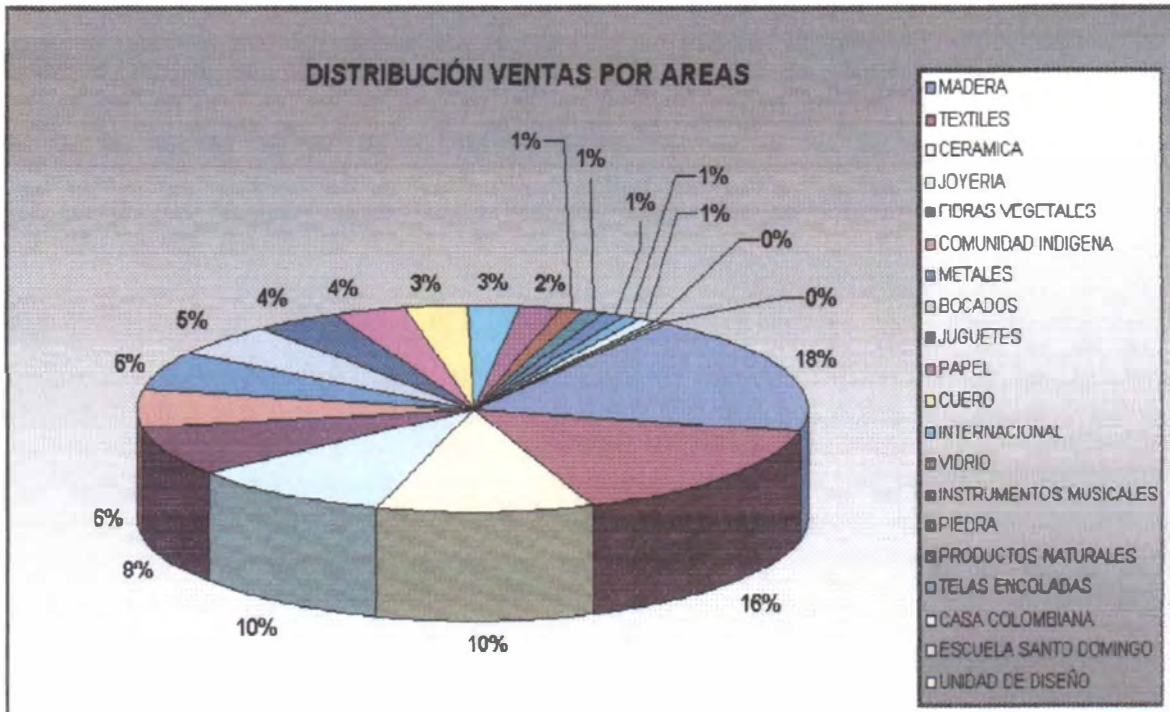
**Cuadro No 33: Ventas Consolidadas por Sectores.**

OFICIO	TOTAL	PORCENTAJE
MADERA	\$ 1,306,185,650	18%
TEXTILES	\$ 1,134,849,300	16%
CERAMICA	\$ 729,003,600	10%
JOYERIA	\$ 686,628,773	10%
FIBRAS VEGETALES	\$ 557,139,452	8%
METALES	\$ 403,527,400	6%
COMUNIDAD INDIGENA	\$ 415,155,400	6%
BOCADOS	\$ 374,616,629	5%
JUGUETES	\$ 276,828,400	4%
PAPEL	\$ 249,370,200	4%
CUERO	\$ 213,460,300	3%
INTERNACIONAL	\$ 187,044,312	3%
VIDRIO	\$ 128,818,500	2%
INSTRUMENTOS MUSICALES	\$ 93,515,000	1%
PIEDRA	\$ 72,137,000	1%
PRODUCTOS NATURALES	\$ 68,929,000	1%
TELAS ENCOLADAS	\$ 59,649,000	1%
ESCUELA SANTO DOMINGO	\$ 27,284,500	0.4%
CASA COLOMBIANA	\$ 55,954,900	1%
UNIDAD DE DISEÑO	\$ 20,252,400	0.3%
TOTAL	\$ 7,061,149,716	100%

El cuadro No 33 muestra las ventas totales alcanzadas en la feria Expoartesánias 2002, con ventas totales de \$ 7.061.149.716 millones de pesos, donde se puede concluir que el mayor porcentaje de participación lo obtiene el sector Maderas con un 18% del total de las ventas, seguido por el sector Textiles con un 16% y los sectores de Cerámica y Joyería con un 10% cada uno, siendo los sectores enunciados anteriormente los más representativos dentro del total de las ventas efectuadas.



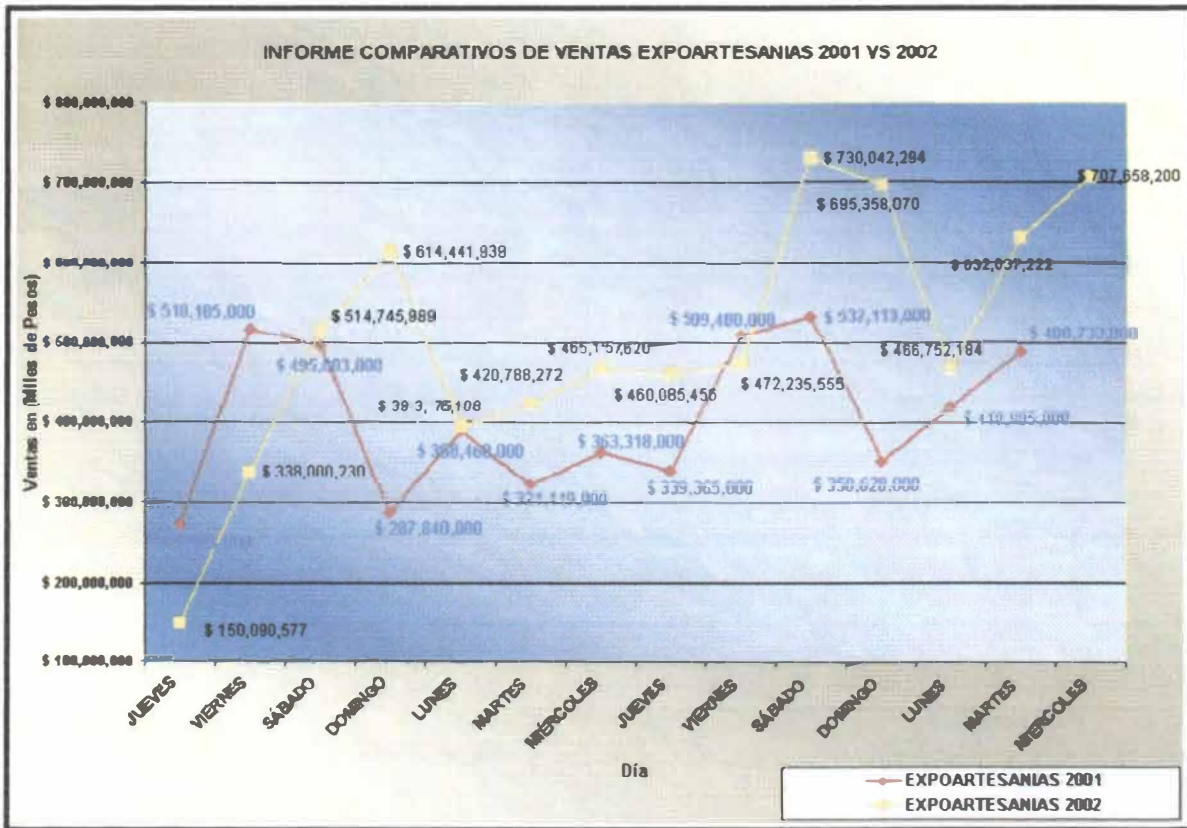
**Cuadro No 34: Distribución de ventas por áreas.**



El cuadro No 34 muestra la distribución de las ventas por áreas, que no es otra cosa más que la representación gráfica, de los datos obtenidos y descritos en el cuadro No 33.



**Cuadro No 35: Comparativo de Ventas año 2001 – 2002**



El cuadro No 35 muestra una comparación entre los valores de ventas diarios de Expoartesánias 2001 versus los valores de la feria del año 2002, en este punto es importante aclarar: el valor total de las ventas del año 2001 fue **\$ 5,286,035,000** y del año 2002 fue **\$ 7,061,149,716**, es decir que para el año 2002 se registró un incremento en ventas de **\$ 1,775,114,716** en valor real es decir, 25% de incremento con respecto a la feria del año 2001.