



**Informe de la XIV Versión  
Feria Internacional  
EXPOSUR 2011**

La investigación y publicación de este documento fue financiada por:



La información, análisis y opiniones vertidas en este documento son de exclusiva responsabilidad de sus autores y no compromete necesariamente la posición de la Secretaría de Desarrollo Comunitario Campesino y Economía Plural ni a la Gobernación del Departamento de Tarija.

Estudio elaborado por:  
Noviembre 2011



**Centro de Información Empresarial y  
Planificación Estratégica – CIEPLANE**

Campus Universitario – Bloque 16 – 2° piso  
Telefax: 4 6640042  
cieplane@uajms.edu.bo  
Tarija – Bolivia

Universidad Autónoma “Juan Misael Saracho”  
Facultad de Ciencias Económicas y Financieras



M.Sc. Ing. Marcelo Hoyos Montecinos  
**Rector Universidad Autónoma Juan Misael Saracho**

M.Sc. Bernardo Muñoz Vargas  
**Decano Facultad Ciencias Económicas y Financieras**

M.Sc. Víctor Hugo Figueroa Orozco  
**Coordinador CIEPLANE**

**Profesional Responsable:**  
*Lic. Fernando Reynaga Batallanos*

**Equipo CIEPLANE**

Lic. Mary Llanos Pereira  
Lic. Paola Verdún Camacho  
Lic. María del Carmen Flores  
Ing. Fabiola Montenegro Ordoñez

# INDICE

---

<b>I.</b>	<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>II.</b>	<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>3</b>
1.	OBJETIVO GENERAL.....	3
2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3
<b>III.</b>	<b>METODOLOGÍA.....</b>	<b>4</b>
<b>IV.</b>	<b>PERFIL: XIV VERSIÓN DE LA FERIA INTERNACIONAL EXPOSUR 2011</b>	<b>9</b>
1.	FICHA TÉCNICA .....	9
<b>V.</b>	<b>VISITANTES .....</b>	<b>10</b>
1.	CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES .....	10
1.1	Género de Visitantes.....	10
1.2	Estado Civil.....	10
1.3	Grupo Etario .....	11
1.4	Resumen del Estado Civil, Grupo Etario y Género de los Visitantes .....	12
1.5	Ocupación de los Visitantes .....	12
1.6	Procedencia de los Visitantes .....	13
2.	ASPECTOS RELEVANTES DE LA FERIA .....	14
2.1	Motivo de Visita .....	14
2.2	Versiones de la Feria Visitadas en Años Anteriores.....	15
2.3	Medios de Comunicación .....	16
2.4	Calificación de los Visitantes.....	17
2.5	Calificación Sobre la Atención al Público en los Stands.....	18
2.6	Adquisición de Productos en la Feria .....	19
2.7	Aspectos Agradables de la Feria.....	20
2.8	Mejor Stand.....	21
2.9	Aspectos Positivos y Negativos de la EXPOSUR 2011 .....	22
2.9.1	Aspectos Positivos percibidos por los Visitantes .....	22
2.9.2	Aspectos Negativos de la Feria .....	23
2.10	Calificación a los Servicios de Apoyo Brindados por la Organización de la EXPOSUR a los Visitantes .....	24
3.	RECOMENDACIONES DE LOS VISITANTES.....	26
<b>VI.</b>	<b>EXPOSITORES.....</b>	<b>27</b>

1.	CARACTERÍSTICAS GENERALES .....	27
1.1	Procedencia de las Empresas Expositoras .....	27
1.2	Clasificación de Las Empresas .....	28
1.3	Antigüedad de las Empresas .....	28
1.4	Relación Gerente – Propietario de las Empresas Expositoras .....	29
1.5	Personal de Atención al Cliente .....	30
2.	ASPECTOS RELEVANTES CON RESPECTO A LA FERIA .....	31
2.1	Participación de los Expositores en Versiones Anteriores a la EXPOSUR 2011 .....	31
2.1.1.	Empresas Expositoras por año de Participación .....	32
2.2	Costo del Stand .....	32
2.3	Inversión en la Instalación del Stand .....	33
2.4	Financiamiento de la Participación Empresarial .....	33
2.5	Trámites para la Participación de las Empresas en la Feria .....	34
2.6	Materiales y Métodos de Promoción .....	35
2.7	Calificación a los Servicios de Apoyo Brindados a los Expositores .....	36
2.8	Motivo de Participación en la Feria .....	36
2.8.1	Cumplimiento del Objetivo Planeado .....	38
2.9	Aspectos Relacionados con el Desarrollo de LA EXPOSUR.....	38
3.	RUEDA DE NEGOCIOS.....	39
3.1	Antes de la Rueda de Negocios.....	39
3.2	Participación en la Rueda de Negocios.....	39
4.	RECOMENDACIONES.....	40
<b>VII.</b>	<b>SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN .....</b>	<b>41</b>
1.	CARACTERÍSTICAS GENERALES .....	41
1.1	Ubicación de la Empresa .....	42
1.2	Antigüedad de la Empresa .....	42
1.3	Tamaño de la Empresa .....	42
1.4	Personal de Atención al Cliente .....	44
2.	RESPECTO A LA FERIA.....	45
2.1	Participación de Empresarios de Servicios de Alimentos en las Últimas Versiones de la EXPOSUR .....	45
2.2	Porcentaje de Empresas que Participaron por 1era. Vez en Diferentes Versiones de la EXPOSUR .....	46
2.3	Costo de Alquiler del Sitio o Stand Pagado por la Empresa .....	47
2.4	Gastos Incurridos en Instalación de Puestos de Venta de Alimentos.....	48
2.4.1	Fuente de Financiamiento de los Gastos de Instalación de las Empresas de Servicios de Alimentos.....	50
2.4.4.1.	Fuentes de Financiamiento en Porcentajes de Uso.....	50
2.5	Propiedad de los Trámites Necesarios para la Participación de las Empresas en la Feria EXPOSUR .....	51

2.6	Materiales y Métodos de Promoción Utilizados por las Empresas de Servicios de Alimentación.....	51
2.7	Calificación a los Servicios de Apoyo que Brindó la Organización de la EXPOSUR a las Empresas de Servicios de Alimentos.....	53
2.8	Principales Motivos de participación en la Feria EXPOSUR 2011 .....	54
2.8.1	Cumplimiento de Objetivos por Participación en la EXPOSUR 2011 .....	55
2.9	Calificación de los Empresarios de Servicios de Alimentación a Diversos Aspectos de la EXPOSUR .....	56
3.	RECOMENDACIONES.....	57
<b>VIII.</b>	<b>ARTISTAS .....</b>	<b>59</b>
1.	CARACTERÍSTICAS DE LOS ARTISTAS.....	60
1.1	Número de Presentaciones en la Feria .....	60
1.2	Cancelación de Honorarios a los Artistas.....	60
1.3	Visitas a Tarija para efectuar Presentaciones Artísticas .....	61
2.	ASPECTOS POSITIVOS - NEGATIVOS VALORADOS POR LOS ARTISTAS .....	61
2.1	Aspectos Positivos.....	61
2.2	Aspectos Negativos Durante las Presentaciones Artísticas.....	62
3.	CALIFICACIÓN DE LOS ARTISTAS.....	62
3.1	Servicios de Apoyo Brindados por la Organización .....	62
3.2	Calificación a los Espectáculos Artísticos Presentados en la EXPOSUR .....	63
3.3	Calificación a la Participación de Artistas Locales, Nacionales, Departamentales e Internacionales.....	64
4.	RECOMENDACIONES.....	65
<b>IX.</b>	<b>ANEXOS .....</b>	<b>66</b>
	Anexo N° 1: Cuestionario para Visitantes.....	67
	Anexo N° 2: Cuestionario para Expositores .....	69
	Anexo N° 3: Cuestionario para Servicios de Alimentación.....	71
	Anexo N° 4: Cuestionario para Artistas .....	73
	Anexo N° 5: Visitantes, Categoría “Otras Ocupaciones” .....	74
	Anexo N° 6: Visitantes, Visita a Otras Versiones de la Feria EXPOSUR .....	75
	Anexo N° 7: Visitantes, Medios de Comunicación: Información sobre la Feria Exposur 2011 .....	75
	Anexo N° 8: Visitantes, Categoría “Otros” de Mejor Stand .....	75
	Anexo N°9: Visitantes, Calificación a los Servicios de Apoyo Brindados por la Organización .....	76

## I. INTRODUCCIÓN

---

El evento FERIA EXPOSICIÓN DEL SUR, se lleva a cabo de forma anual en el campo de San Jacinto ubicado a 7 Km. de la ciudad de Tarija y se constituye en la exhibición multisectorial más importante del departamento.

Este año fue denominada “**XIV Versión Feria Internacional EXPOSUR 2011**” y se llevó a cabo desde el 04 al 13 de noviembre. La organización estuvo a cargo de la *Gobernación del Departamento de Tarija* a través de la *Secretaría de Desarrollo Comunitario Campesino y Economía Plural*, cuya labor ha sido de gran valor para el desarrollo de la misma.

La Secretaría para desarrollar el sistema de información ferial, concertó por medio de un convenio de fortalecimiento con el *Centro de Información Empresarial y Planificación Estratégica “CIEPLANE”* dependiente de la *Facultad de Ciencias Económicas y Financieras* perteneciente a la *Universidad Autónoma “Juan Misael Saracho”*, para el levantamiento de información y análisis de las opiniones y recomendaciones vertidas por los actores y visitantes de la feria, a lo largo de sus nueve días de duración.

Por lo que el presente informe fruto de la investigación realizada, brinda información referida a los visitantes, expositores, servicios de alimentación y artistas participantes; indagación que permite evaluar las características del desempeño de la organización, medir el grado de satisfacción, así como la apreciación sobre diferentes aspectos, de los propios actores involucrados con este evento cultural y comercial.

Las opiniones y resultados que se exponen a lo largo del trabajo, permitirán continuar con el proceso de mejora continua de la feria exposición por parte de la *Secretaría de Desarrollo Comunitario Campesino y Economía Plural*.



# ALCANCE

Y

# METODOLOGÍA



## II. OBJETIVOS

---

### 1. OBJETIVO GENERAL

Brindar información relacionada con los aspectos más importantes de la XIV Versión Feria Internacional EXPOSUR 2011, que permita hacer una evaluación de la organización y conocer aspectos relevantes de los actores involucrados en la feria.

### 2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ *Describir las características de los visitantes, como actores directos en la feria para conocer las opiniones en torno a la organización, empresas expositoras, gastronomía, presentaciones artísticas y al resto de atractivos observados.*
- ✓ *Detallar las características de las empresas expositoras y conocer las opiniones en torno a la organización, participación y principalmente a las oportunidades que brinda el evento ferial al sector empresarial.*
- ✓ *Caracterizar los servicios de alimentos y conocer las opiniones de los empresarios en torno a la organización y participación en la feria.*
- ✓ *Identificar las características de las artistas participantes y conocer las opiniones en torno a la organización e intervención en la feria.*



### III. METODOLOGÍA

---

Para la realización del presente informe se han seguido los siguientes pasos:

- ✓ Reuniones de coordinación con la Gerencia y técnicos de la Secretaría de Desarrollo Comunitario Campesino y Economía Plural
- ✓ Definición de los actores participantes a ser encuestados en el evento ferial
  - Visitantes
  - Expositores de rubros variados
  - Servicios de alimentos
  - Artistas
- ✓ Determinación del tamaño de la muestra.
- ✓ Diseño de los cuestionarios, para visitantes, expositores, servicios de alimentos y artistas, validación y elaboración de los cuestionarios definitivos (Ver Anexos N°1– 4).
- ✓ Selección de encuestadores
- ✓ Capacitación al equipo de encuestadores seleccionado.
- ✓ Trabajo de campo, para la aplicación de las encuestas a:
  - **Visitantes;** se levantó la encuesta aleatoria a lo largo del evento ferial, en diferentes ubicaciones y horarios.
  - **Expositores de diferentes rubros;** los encuestadores fueron distribuidos en parejas por bloque de stands, sobre la base de planos del campo ferial, para cada recorrido.
  - **Servicios de Alimentos;** se organizó al grupo de encuestadores en parejas, para poder cubrir todos los locales de servicios de expendio de alimentos que se encontraban en el campo ferial.
  - **Artistas;** se realizaron en promedio ocho encuestas por día, entre los que estaban incluidos artistas locales, nacionales e internacionales.
- ✓ Revisión del llenado correcto de los datos a cargo del equipo de supervisión.
- ✓ Carga de los datos (digitalización), limpieza y almacenamiento en una base de datos diseñada en la aplicación IBM SPSS Statistics 20.
- ✓ El análisis e interpretación de los resultados se hizo en base a cuadros y gráficos resumen, utilizando tanto el programa de aplicación IBM SPSS Statistics 20 como el de Microsoft Excel.
- ✓ Finalmente en este **Documento Final** el CIEPLANE sólo presenta el análisis de resultados de la información y las opiniones vertidas por los actores involucrados.

## DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE MUESTRA

- **Definición del Tamaño de la Población**

Para evaluar el desarrollo de la XIV Versión de la Feria Internacional EXPOSUR 2011, se consideraron cuatro módulos de estudio: Visitantes, expositores, servicios de alimentación y artistas. Para el efecto se tomaron en cuenta sólo las variables más relevantes, bajo los siguientes criterios:

- ✓ En la población de visitantes no se consideraron a menores de 15 años.
- ✓ En la población de expositores se proyectó encuestar al 100% de los mismos.
- ✓ En la población de los servicios de alimentación se proyectó encuestar al 100% de los empresarios gastronómicos.
- ✓ En la población de los artistas se proyectó encuestar al 100% de los artistas contratados.

- **Determinación del Tamaño de la Muestra de los Visitantes**

Para obtener una muestra representativa de la población se realizó un muestreo aleatorio simple (M.A.S).

- ✓ **Definición del Tamaño de la Población**

Para identificar la población de visitantes se tomó en cuenta el total de visitantes que concurrió a la feria en el año 2010, que ascendió a 118.000 personas<sup>1</sup>.

- ✓ **Muestra**

El tamaño de la muestra para la población a estudiar fue determinado asumiendo en la fórmula para determinar la misma, un nivel de confianza del 95%, donde el error es igual a la desviación que existe entre el parámetro de la población muestral y el verdadero valor del parámetro poblacional: Utilizando la fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{(N - 1) \cdot r^2 + Z^2 (p \cdot q)}$$

Donde:

Tamaño de la muestra	n = ?
Nro. visitantes en la EXPOSUR 2010	N = 118.000
Probabilidad de ocurrencia	p = 0.5
Probabilidad de no ocurrencia	q = 0.5
Grado de confianza, 95%	Z = 1.96
Error de confianza	r = 5%
Razón o cociente con intervalo de confianza del 95%	

<sup>1</sup> Dato proporcionado por funcionarios de la Gobernación de la Secretaría de Desarrollo Comunitario Campesino y Economía Plural

Reemplazando los datos en la fórmula se tiene:

$$n = \frac{(1,96)^2 (118.000)(0,5)(0,5)}{(99.999) (0,05)^2 + (1,96)^2 (0,5*0,5)}$$

**n= 383 encuestas**

Una vez definido el tamaño de muestra, para visitantes; se procedió a efectuar la división de los encuestados según la proyección poblacional (sexo, edad) para el 2010<sup>2</sup>, efectuada por el Instituto Nacional de Estadística (INE); con el objetivo de no distorsionar los resultados al encuestar a mayor cantidad de individuos de un sexo o de determinada edad.

Las edades a tomar en cuenta para la encuesta en la EXPOSUR 2011 se fijaron en los rangos de 15 y 64 años de edad; para los cuales la proyección estimada por el INE para el año 2010, era la siguiente:

**Tabla N° 1: Población, Proyectada para el Año 2010 por el INE**

Grupo Etario	Masculino		Femenino		Total	
	Nro.	%	Nro.	%	Nro.	%
15-19	11.774	48,4	12.549	51,6	<b>24.323</b>	<b>17,7</b>
20-29	21.832	50,4	21.502	49,6	<b>43.334</b>	<b>31,6</b>
30-39	14.148	47,8	15.453	52,2	<b>29.601</b>	<b>21,6</b>
40-49	9.799	47,4	10.869	52,6	<b>20.668</b>	<b>15,1</b>
50-64	8.707	45,5	10.420	54,5	<b>19.127</b>	<b>14,0</b>
<b>Total</b>	<b>66.260</b>	<b>48,3</b>	<b>70.793</b>	<b>51,7</b>	<b>137.053</b>	<b>100,0</b>

Lo relevante de estas proyecciones para el estudio, era conocer los porcentajes de mujeres y varones, además de la distribución de la población según grupo etario.

Es así que se determinó la distribución del tamaño de muestra de los visitantes por sexo y grupo etario, tal como se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla N° 2: Población a Encuestar en la XIV Versión, Feria Internacional EXPOSUR 2011**

Grupo Etario	Nro. Visitantes Sexo Masculino	Nro. Visitantes Sexo Femenino	Total Visitantes a Encuestar
15-19	33	35	<b>68</b>
20-29	61	60	<b>121</b>
30-39	40	43	<b>83</b>
40-49	27	31	<b>58</b>
50-64	24	29	<b>53</b>
<b>Total</b>	<b>185</b>	<b>198</b>	<b>383</b>

<sup>2</sup> Población 2010 - Última proyección oficial por año efectuada por el INE

- **Área de Cobertura a los Grupos de Interés y Nro. Total de Encuestas**

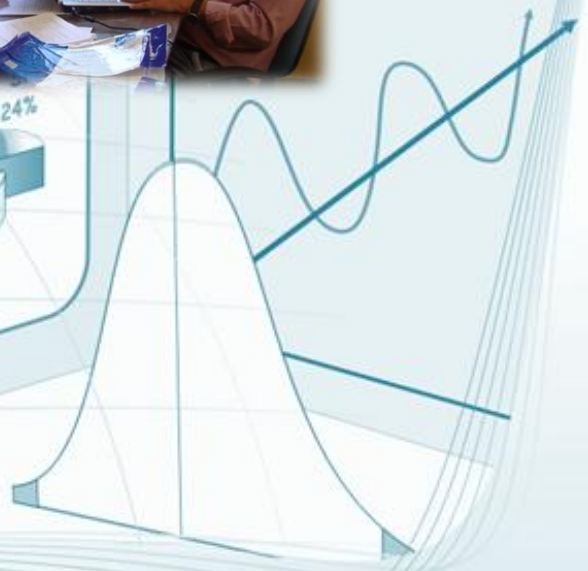
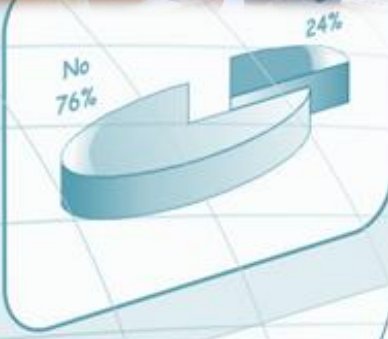
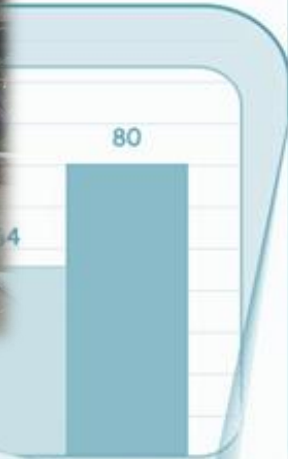
El levantamiento de información como ya se indicó incluyó a visitantes, expositores de diferentes rubros, servicios de gastronomía y artistas que participaron de la XIV Feria por ser los principales actores del evento ferial.

Para lo cual se levantó una muestra de 383 encuestas a visitantes y se realizó un barrido tratando de cubrir a todos los: Expositores, artistas y unidades de servicio de alimentación, a lo largo de los días de duración de la feria exposición.

# ANÁLISIS

# DE

# RESULTADOS



## IV. PERFIL: XIV VERSIÓN DE LA FERIA INTERNACIONAL EXPOSUR 2011

### 1. FICHA TÉCNICA

✓ Nombre:	XIV Versión Feria Internacional EXPOSUR 2011
✓ Objetivo de la feria:	Exhibir y demostrar el nivel de competitividad alcanzado por la industria regional en el ámbito nacional e internacional, con el fin de que este evento sirva de acceso a los mercados internacionales
✓ Ámbito:	Departamental, nacional e internacional
✓ Fecha de celebración:	04 al 13 de Noviembre
✓ Edición:	14 <sup>ava</sup>
✓ Frecuencia:	Anual (No se realizó el año 2004)
✓ Lugar de realización:	Campo Ferial de San Jacinto a 7 km. de la ciudad de Tarija, adyacente a la represa de San Jacinto
✓ Medios de transporte público:	Taxi y bus hasta la entrada del recinto ferial.
✓ Ente Organizador:	Gobierno Autónomo del Departamento de Tarija, a través de la Secretaría de Desarrollo Comunitario Campesino y Economía Plural.
✓ Tipo de visitantes:	Público en general
✓ Calificación de los Visitantes:	66/100 (Servicios de apoyo de la organización calificados como buenos)
✓ Calificación de Expositores:	52/100 (Servicios de apoyo de la organización calificados como buenos)
✓ Calificación Serv. de Alimentación:	42/100 (Servicios de apoyo de la organización calificados como buenos)
✓ Calificación de Artistas:	47/100 (Servicios de apoyo de la organización calificados como buenos)
✓ Principales rubros presentados:	Cultura, telecomunicaciones, industria, construcción, artesanía, agroindustria, gastronomía, bebidas, Turismo, joyería, computación, libros, metalmecánica, carpintería, juguetería, hidrocarburos, textiles y otros.

## V. VISITANTES

A continuación se presenta el análisis de los datos extraídos de la base de datos creada para la XIV versión de la Feria Internacional EXPOSUR 2011.

### 1. CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES

Para la caracterización de las personas que visitaron la feria, se escogieron y definieron las siguientes variables: Género de los visitantes, edad, ocupación y procedencia.

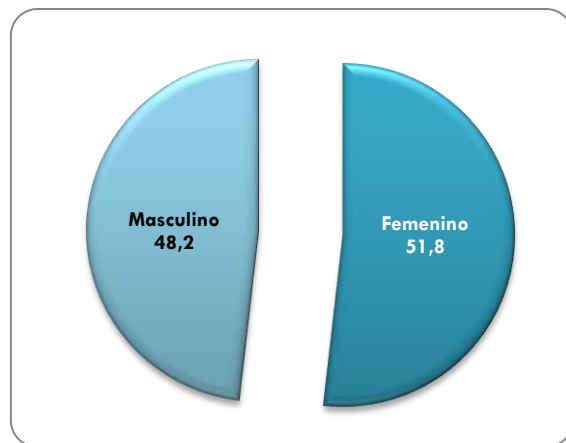
#### 1.1 Género de Visitantes

La feria, fue visitada en proporciones algo similares por personas del sexo femenino y del masculino, según se observa en el gráfico 1.

El 51,8% de los visitantes fueron del sexo femenino y el 48,2 % del masculino.

Siendo este porcentaje similar al de versiones anteriores de la feria.

Gráfico N° 1: EXPOSUR 2011, Visitantes según Género (%)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

#### 1.2 Estado Civil

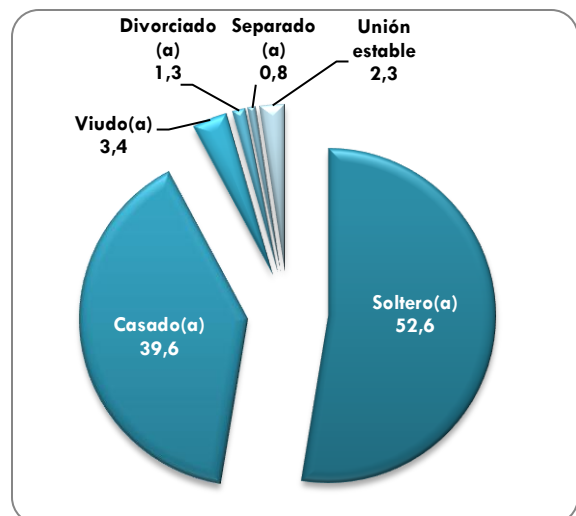
Más de la mitad de los visitantes (52,6%), fueron solteros y solteras. Las personas casadas alcanzaron un porcentaje del 39,6%.

Los que viven en concubinato (o unión estable) visitaron la feria en un porcentaje del 2,3%, en el caso de los divorciados (as) 1,3%, viudas (os) el porcentaje fue del 3,4%, del total de los visitantes.

Sólo el 0,8% de los encuestados declararon estar separados, es decir, no viven con su cónyuge pero no están divorciados.

Tal como se refleja en el gráfico N°2.

Gráfico N°2: EXPOSUR 2011, Visitantes según Estado Civil (%)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

### 1.3 Grupo Etario

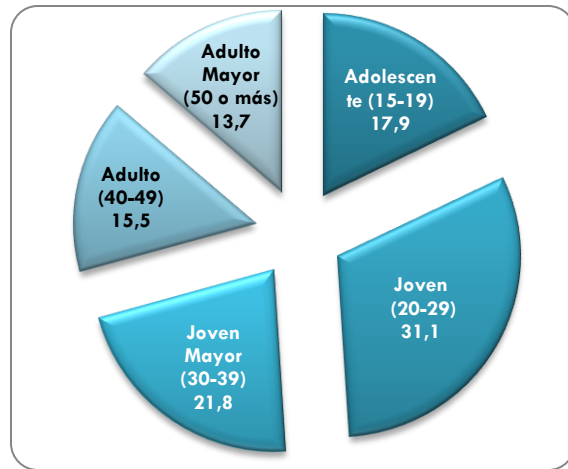
El 31,1% de los visitantes a la feria, indicaron tener entre 20-29 años de edad, siendo este el grupo de mayor afluencia, luego se encuentra el de jóvenes mayores de 30-39 años con el 21,8%.

Un dato que sobresale es la asistencia de adolescentes de 15-19 años, este grupo alcanzó al 17,9% del total de visitantes.

Las personas adultas de 40-49 años y los adultos mayores de 50 o más, con porcentajes casi similares, tuvieron también una asistencia significativa alcanzando al 29,2% del total de los entrevistados.

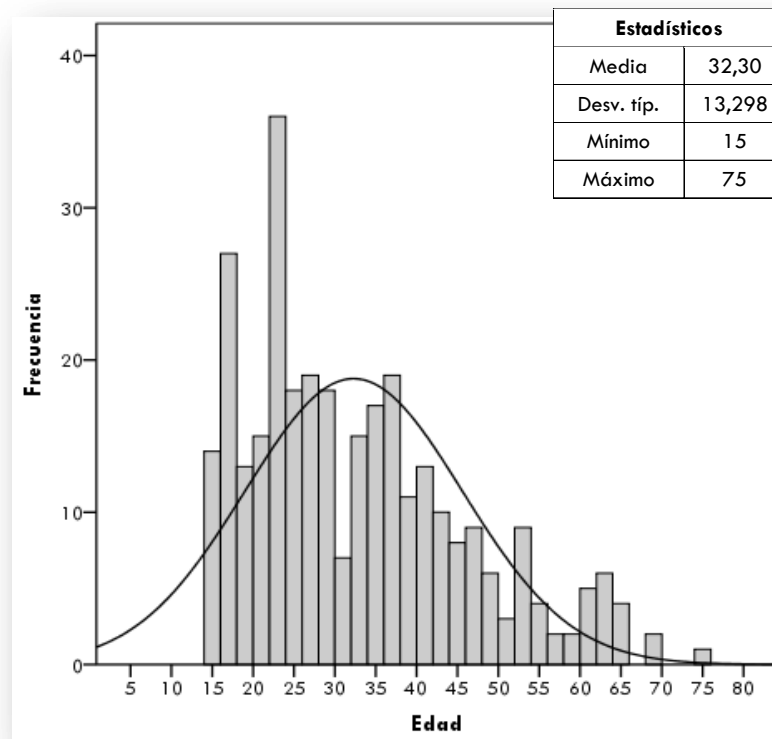
Dentro de las características relevantes de la edad de los visitantes encuestados se tiene: que el visitante con mayor edad tenía 75 años y que el promedio de edad de los asistentes a la feria fue de alrededor de 32 años.

Gráfico N° 3: EXPOSUR 2011, Visitantes según Grupo Etario (%)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

Gráfico N° 4: Estadísticos de la Edad de los Visitantes de la EXPOSUR 2011



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE



## 1.4 Resumen del Estado Civil, Grupo Etario y Género de los Visitantes

La tabla de contingencia Nro.1 permite obtener información cruzada sobre las variables: de: Estado civil, grupo etario y género y muestra porcentajes relevantes para cada caso, por ejemplo: se determinó que el 39,6% de los visitantes eran casados y el 52,6 solteros de los cuales el 25,13% de las mujeres eran solteras y el 27,46 varones.

Tomado en cuenta el grupo etario, el 31,1% eran jóvenes (de 20 -29 años), de los cuales el 15,5% fueron mujeres y el 15,5% varones.

**Cuadro N° 1: Visitantes, según Estado Civil, Grupo Etario y Género**

		Género				TOTAL	
		Femenino		Masculino		Nro.	%
		Nro.	%	Nro.	%		
Estado Civil	Soltero(a)	97	25,13	106	27,46	203	52,6
	Casado(a)	87	22,54	66	17,10	153	39,6
	Viudo(a)	9	2,33	4	1,04	13	3,4
	Divorciado(a)	3	0,78	2	0,52	5	1,3
	Separado	1	0,26	2	0,52	3	0,8
	Unión estable	3	0,78	6	1,55	9	2,3
	<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>51,8</b>	<b>186</b>	<b>48,2</b>	<b>386</b>	<b>100</b>
Grupo Etario	Adolescente (15-19 años)	35	9,1	34	8,8	69	17,9
	Joven (20-29 años)	60	15,5	60	15,5	120	31,1
	Joven Mayor (30-39 años)	45	11,7	39	10,1	84	21,8
	Adulto (40-49 años)	32	8,3	28	7,3	60	15,5
	Adulto Mayor (50 o más años)	28	7,3	25	6,5	53	13,7
	<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>51,8</b>	<b>186</b>	<b>48,2</b>	<b>386</b>	<b>100</b>

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

## 1.5 Ocupación de los Visitantes

Los principales visitantes a la feria pertenecían a la categoría de estudiantes, con un 37%, este dato se corrobora al comparar (Ver cuadro Nro. 1) con el grupo etario que más asistentes tuvo, adolescentes y jóvenes cuya edad oscila entre los 15 -29 años.

En una segunda ubicación con un 14% se destaca la presencia de personas que se dedican a las labores de casa.

En tercer lugar se ubican con 5,2%, los que tienen como ocupación principal el comercio.

Además, aunque con porcentajes menos importantes se ubican en cuarto, quinto y sexto lugar: profesores, chóferes e Ing. Informáticos y de Sistemas, el resto de porcentajes de asistencia por categoría de ocupación los observamos en el Cuadro Nro. 2

Se debe hacer notar que sólo el 1% de los encuestados no quiso mencionar cual era su ocupación actual.

**Cuadro N° 2: Ocupación Principal de los Visitantes, Feria EXPOSUR 2011**

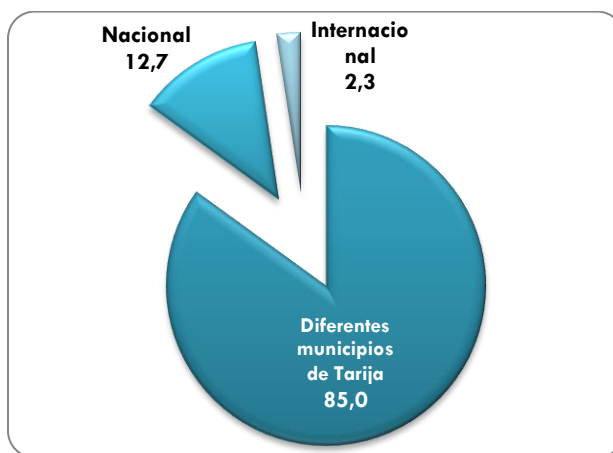
Ocupación		Nro.	%
1	Estudiante	143	37,0
2	Ama de casa o labores de casa	54	14,0
3	Comerciante	20	5,2
4	Profesor (a)	16	4,1
5	Chofer	13	3,4
6	Ing. Informático y de Sistemas	9	2,3
7	Jubilado (a)	7	1,8
8	Enfermera	6	1,6
9	Ing. Civil	6	1,6
10	Costurera o modista	6	1,6
11	Carpintero	5	1,3
12	Docente universitario	5	1,3
13	Doctor (a)	5	1,3
14	Ing. Agrónomo	5	1,3
15	Lic. Administración de Empresas	5	1,3
16	Secretaria Ejecutiva	5	1,3
17	Auditor (a)	4	1,0
18	Empleado público	4	1,0
19	Mecánico	4	1,0
20	Odontólogo (a)	4	1,0
21	Albañil	3	0,8
22	Ing. Químico	3	0,8
23	NS/NR <sup>3</sup>	4	1,0
24	Otros <sup>4</sup>	50	13,0
<b>TOTAL</b>		<b>386</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

### 1.6 Procedencia de los Visitantes

En cuanto a la procedencia de los visitantes, se determinó que el 85,0% procedían de los diferentes municipios del departamento, con excepción de Yunchará y El Puente, 12,7% del resto del país y 2,3% del extranjero. Se hace notar que no se preguntó a los entrevistados si su presencia, se debía a que radican en la ciudad, que viajaron exclusivamente para asistir a la feria, o si sólo estando de paso por la ciudad visitaron el campo ferial.

**Gráfico N° 5: Procedencia de los Visitantes (en %)**



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

La mayor cantidad fueron del municipio de Cercado (capital ciudad de Tarija) con el 70,2%, aspecto natural puesto que la feria se realiza en el municipio.

<sup>3</sup> No sabe, no responde

<sup>4</sup> Para mejor detalle, ver Anexo Nro. 5

En el caso de los visitantes nacionales, con excepción del departamento de Pando, hubo visitantes de todos los demás, el mayor porcentaje correspondió a los de La Paz y Chuquisaca.

También se tuvieron visitantes de países extranjeros como Argentina, Brasil, Italia y Perú.

**Cuadro N° 3: Procedencia de los Visitantes**

Procedencia		Personas	%
Municipios departamento de Tarija (85,0%)	Cercado (Tarija)	271	70,2
	Bermejo	27	7,0
	Caraparí	1	0,3
	Entre Ríos	2	0,5
	Padcaya	9	2,3
	San Lorenzo	9	2,3
	Villa Montes	3	0,8
	Yacuiba	6	1,6
Nacional (12,7%)	Beni	1	0,3
	Cochabamba	2	0,5
	Chuquisaca	12	3,1
	La Paz	18	4,6
	Oruro	4	1,0
	Potosí	8	2,0
	Santa Cruz	4	1,0
Internacional (2,3%)	Argentina	6	1,6
	Brasil	1	0,3
	Italia	1	0,3
	Perú	1	0,3
<b>TOTAL</b>		<b>386</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

## 2. ASPECTOS RELEVANTES DE LA FERIA

### 2.1 Motivo de Visita

Del total de encuestados, el 66,3% indicó que los espectáculos eran el principal motivo de su asistencia, le sigue en importancia con el 12,2%, la realización de compras, en tercer lugar con el 7% por la participación en negocios, finalmente el 14,5% por otros motivos, tales como visitar y conocer la feria, por entretenimiento, razones de trabajo, curiosidad y turismo, indistintamente del género de sexo de que se trate.

**Cuadro N° 4: Motivos de Visita a la Feria EXPOSUR 2011**

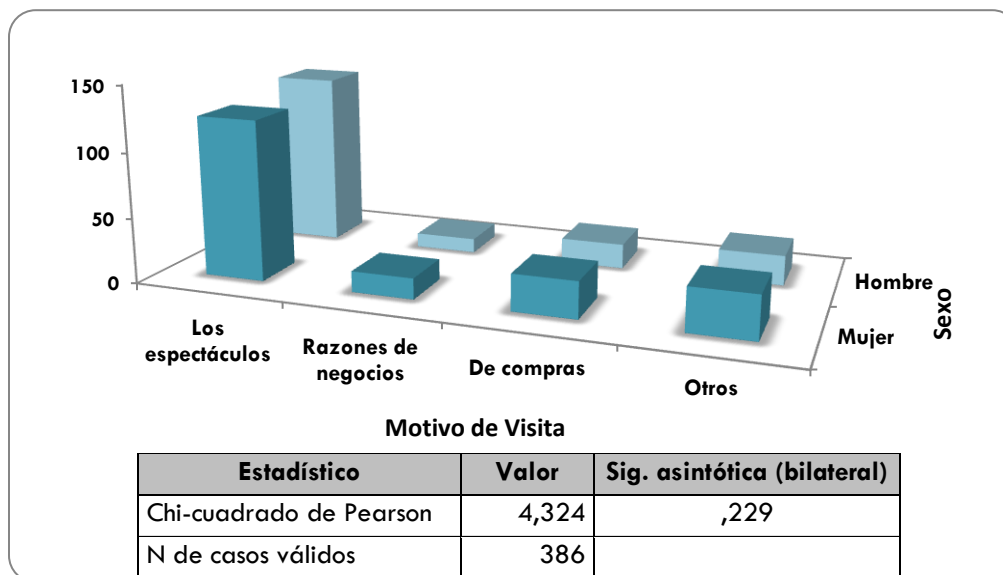
Motivo		Sexo		Total	%
		Mujer	Hombre		
Los espectáculos		123	133	256	66,3
De compras		28	19	47	12,2
Por negocios		16	11	27	7,0
Otros (14,5%)	Visitar y conocer la feria	13	10	23	6,0
	Por entretenimiento, distracción y recreación	9	10	19	4,9
	Por trabajo	7	2	9	2,3
	Por curiosidad	2	1	3	0,8
	Por turismo	2	0	2	0,5
<b>TOTAL</b>		<b>200</b>	<b>186</b>	<b>386</b>	<b>100</b>

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

El motivo de asistencia, no está significativamente afectado por el sexo de los visitantes, esto nos indica la significación asintótica ( $\chi^2=0,229$ ) del estadístico de Pearson.

Los motivos de visita a la feria son los mismos tanto para los varones como para las mujeres.

**Gráfico N° 6: Motivo de Visita, según Género**



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

## 2.2 Versiones de la Feria Visitadas<sup>5</sup> en Años Anteriores

Más de la mitad de los visitantes encuestados (56,7%) en la EXPOSUR 2011, manifestaron que estuvieron presentes en las últimas cuatro versiones 2007-2010 de la feria.

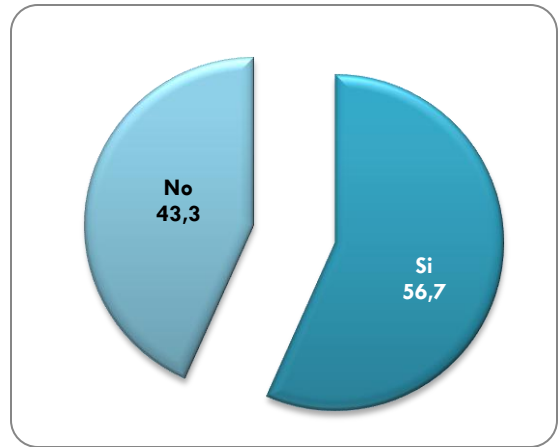
<sup>5</sup> Ver Anexo N° 6, para el detalle de valores absolutos y relativos

Este es un dato importante para los organizadores, dada la constancia de los

visitantes, que la visita año a año: por diversos motivos: los espectáculos, por negocios, para realizar compras, o simplemente visitar las instalaciones con la familia.

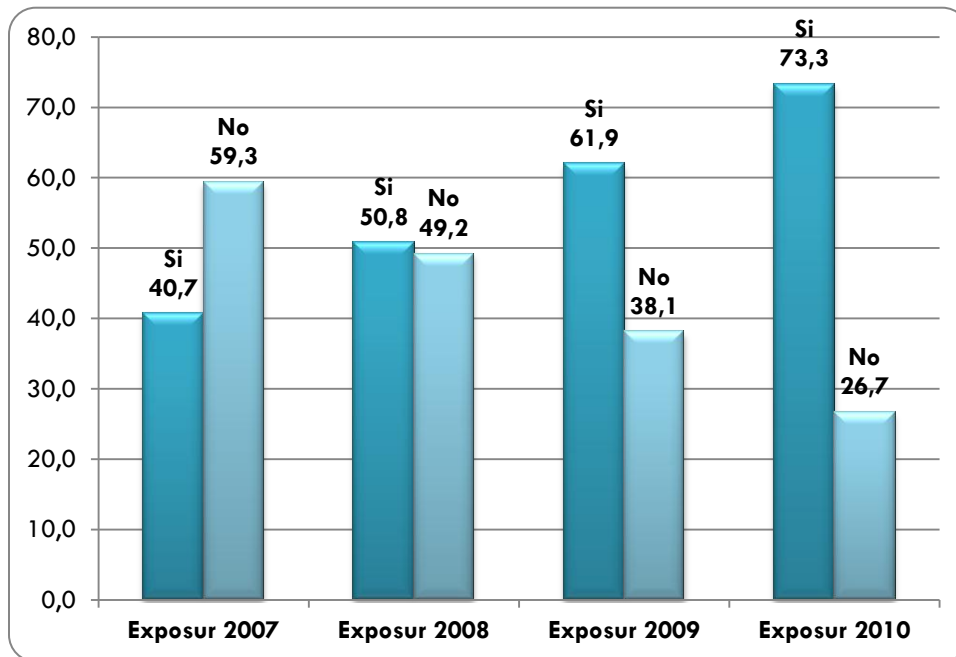
En mayor detalle y por año el gráfico inferior presenta los porcentajes de los visitantes de la feria 2011, que visitaron la EXPOSUR desde el año 2007 al 2010.

**Gráfico N° 7: Personas que Visitaron las Últimas Cuatro Versiones de la EXPOSUR (en %)**



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

**Gráfico N° 8: Versiones Visitadas a la Feria (en %)**



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

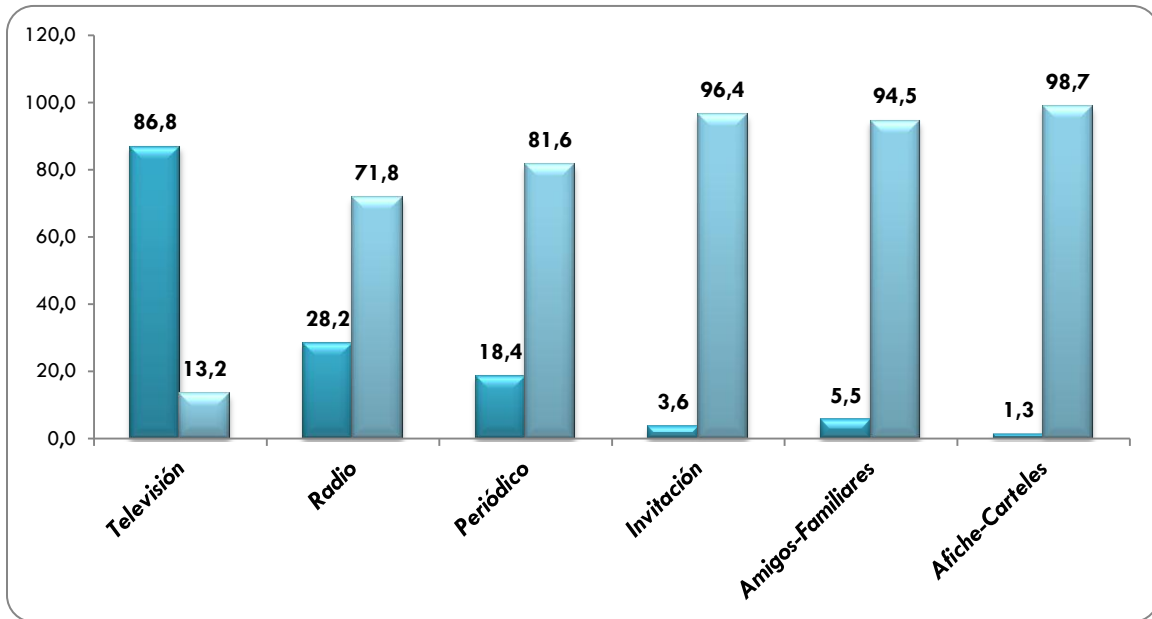
### 2.3 Medios de Comunicación<sup>6</sup>

El medio predominante de información sobre la realización de la feria fue la televisión, a través de este el 86,8% de los visitantes se enteraron de la realización del evento ferial, por radio el 28,2% y por periódico el 18,4% respecto al total.

<sup>6</sup> Ver Anexo N° 7, para el detalle de valores absolutos y relativos

Se informaron por invitaciones el 3,6%, por medio de amigos y familiares el 5,5% y por afiches y carteles sólo el 1,3% de los visitantes. Tal como se muestra en el gráfico siguiente:

**Gráfico N° 9: Principal Medio de Comunicación, Propaganda de la EXPOSUR (en %)**

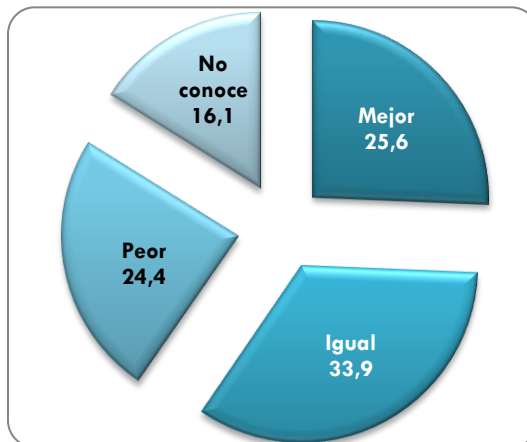


Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

## 2.4 Calificación de los Visitantes

Como podemos observar en el Cuadro Nro. 5, el 25,6% de los visitantes calificaron la versión 2011 como mejor a las realizadas en años pasados, en un porcentaje mayor 33,9% la juzgaron como igual, un importante 24,4% como peor y el restante 16,1% dijo no saber o no conocer lo suficiente para calificar, porque son personas que la visitan por primera vez.

**Gráfico N° 10: Calificación de la EXPOSUR 2011 (en %)**



**Cuadro N° 5: Calificación a la EXPOSUR 2011**

Calificación	Nro. visitantes	%
Mejor	99	25,6
Igual	131	33,9
Peor	94	24,4
No sabe, no conoce	62	16,1
<b>TOTAL</b>	<b>386</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

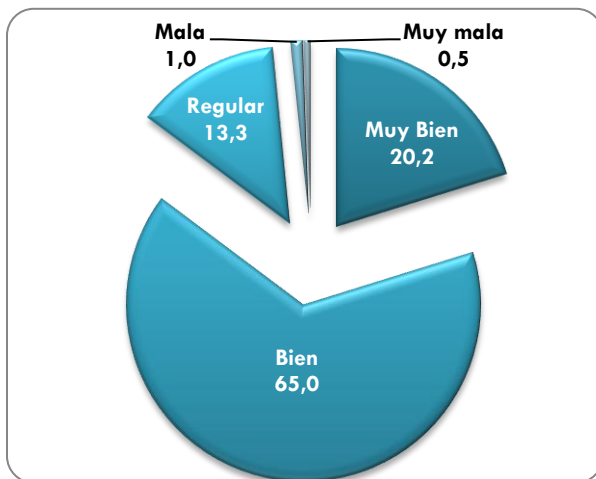
Las visitantes que la calificaron como mejor que en años pasados, expresaron como razones: a la organización en general, la ampliación del campo ferial y por tanto la mayor cantidad de stands, las decoraciones en los mismos, la iluminación, orden en el transporte y parqueo, la innovación y diversidad de atractivos y las novedades en general presentadas en la feria.

En el caso de las opiniones que señalaban que fue peor que otras versiones, hacían referencia a la desorganización observada en los primeros días del evento: algunos stands estaban cerrados, otros en la fase final de construcción y a que los espectáculos no tuvieron el nivel de años anteriores, además que no se respetó la cartelera artística propuesta en un inicio. En el caso de los stands mencionaron que carecían de decoración y no se brindaba información sobre la ubicación de los stands por rubros. A todo lo anterior se debe añadir que el precio de la entrada era algo elevada.

## 2.5 Calificación Sobre la Atención al Público en los Stands

El 85,2% de los visitantes calificaron la atención en los stands como muy bien y bien (sólo 20,2% muy bien, 65% bien), el 13,3% como regular, el 1% como mala y sólo el 0,5% de los visitantes como muy mala.

Gráfico N° 11: Calificación sobre la Atención en los Stands (en %)



Cuadro N° 6: Calificación sobre la Atención al Público en los Stands

Calificación	Personas	%
Muy Bien	78	20,2
Bien	251	65,0
Regular	51	13,3
Mala	4	1,0
Muy mala	2	0,5
<b>TOTAL</b>	<b>386</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

Al igual que en las gestiones pasadas los visitantes hicieron hincapié que en algunos stands las personas encargadas y/o azafatas no conocían mucho de la empresa o negocio, que les correspondía atender, sugirieron que los organizadores controlen mejor la puntualidad en la apertura de stands y la presencia de los responsables o personas con conocimiento sobre el quehacer de las empresas para brindar buena información sobre el producto o servicio presentado.

## 2.6 Adquisición de Productos en la Feria

Más de la mitad de los visitantes (56,2%) encuestados mencionaron haber realizado al menos una compra, habiendo personas que realizaron hasta tres compras.

Los productos más demandados por los visitantes en la feria, fueron los alimentos y comidas en general, que alcanzaron casi al 33,4% del total, como se puede apreciar en el gráfico inferior.

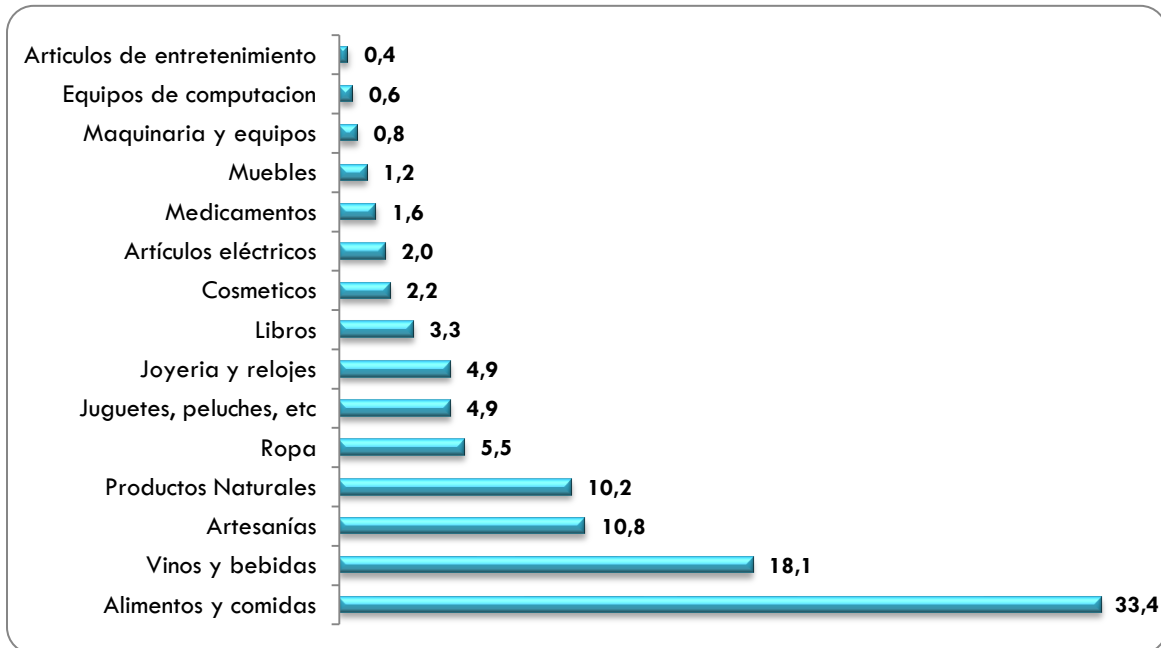
Como segundo producto demandado estuvieron los vinos y las bebidas 18,2%, luego las artesanías con el 10,8% y como cuarto producto más adquirido fueron los productos naturales 10,2%.

En el quinto lugar se ubica con un 5,5% la adquisición de ropa y con un mismo porcentaje del 4,9% están la adquisición de juguetes, peluche, etc. y la joyería y relojes.



**56,2% de los encuestados, hicieron al menos una compra en la Feria**

Gráfico N° 12: Productos Adquiridos por los Visitantes (en %)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

En el cuadro inferior se presenta la información en porcentajes y en valores absolutos, de las preferencias de los visitantes por tipo de productos y número de compras realizadas.



**Cuadro N° 7: Productos Adquiridos por los Visitantes**

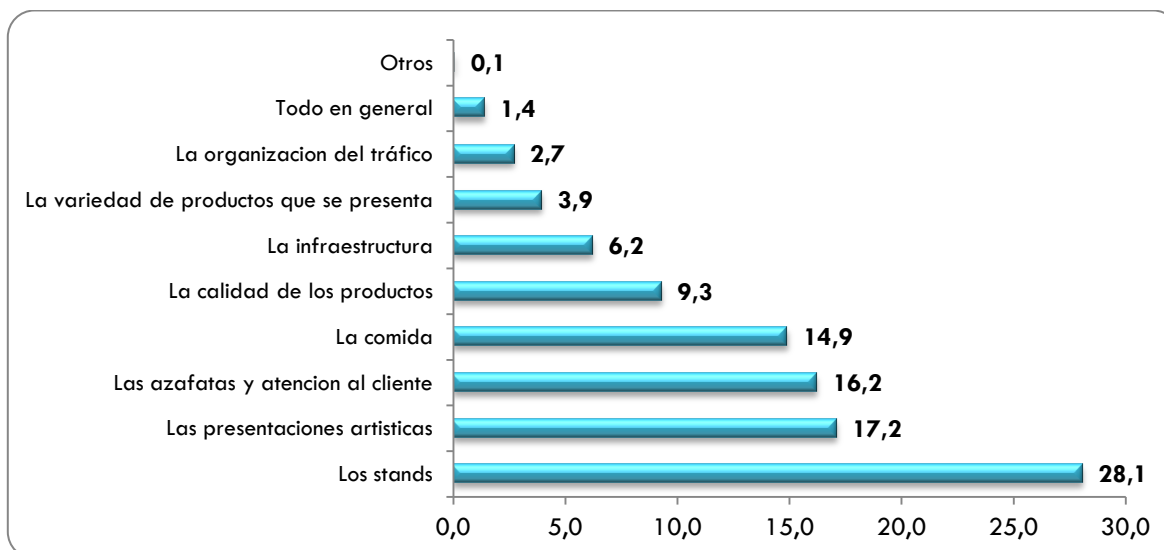
N°	Producto	Nro. Compras	Porcentaje
1	Alimentos y comidas	164	33,4
2	Vinos y bebidas	89	18,2
3	Artesanías	53	10,8
4	Productos Naturales	50	10,2
5	Ropa	27	5,5
6	Juguetes, peluches, etc.	24	4,9
7	Joyería y relojes	24	4,9
8	Libros	16	3,3
9	Cosméticos	11	2,2
10	Artículos eléctricos	10	2,0
11	Medicamentos	8	1,6
12	Muebles	6	1,2
13	Maquinaria y equipos	4	0,8
14	Equipos de computación	3	0,6
15	Artículos de entretenimiento	2	0,4
<b>TOTAL</b>		<b>491</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

## 2.7 Aspectos Agradables de la Feria

Los tres aspectos más agradables para los visitantes fueron: la presentación de los stands (28,1%), las presentaciones artísticas (17,2%) y las azafatas y atención al cliente (16,2%).

**Gráfico N° 13: Aspectos Agradables de la Feria (en %)**



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

En el cuadro inferior se presenta la información sobre los aspectos agradables de la feria en valores absolutos y relativos.

Cuadro N° 8: Aspectos Agradables de la Feria

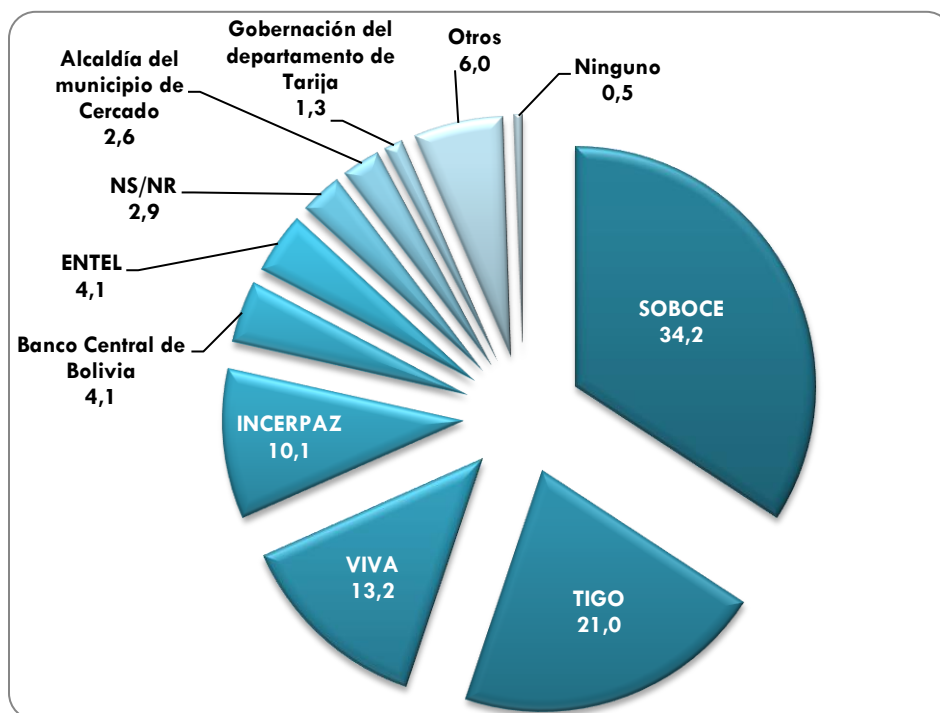
N°	Aspectos Agradables	Nro. Visitantes	Porcentaje
1	Los stands	320	28,1
2	Las presentaciones artísticas	195	17,2
3	Las azafatas y atención al cliente	185	16,2
4	La comida	170	14,9
5	La calidad de los productos	106	9,3
6	La infraestructura	71	6,2
7	La variedad de productos que se presenta	45	3,9
8	La organización del tráfico	31	2,7
9	Todo en general	16	1,4
10	Otros	1	0,1
<b>TOTAL</b>		<b>1.140</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

## 2.8 Mejor Stand

En opinión de los encuestados los cuatro mejores stands en la feria, fueron de las empresas, SOBOCE, TIGO, VIVA e INCERPAZ.

Gráfico N° 14: Mejor Stand de la Feria (en %)

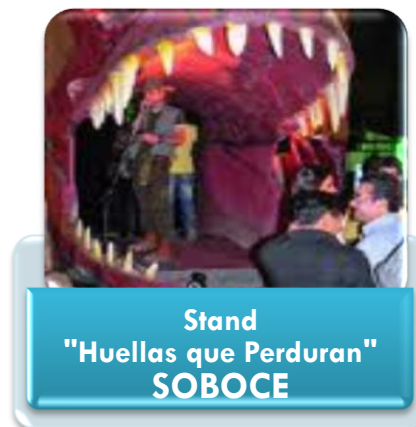


Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

El stand de SOBOCE recibió el apoyo del 34,2% de los encuestados como el mejor, por el decorado del mismo, por la proyección de cine en 3D, y por el regalo de suvenires.

En el caso de la empresa TIGO que obtuvo el apoyo del 21,0%, ofreció a la vista del público una innovadora infraestructura donde como atracción principal se exhibía la tecnología con la que cuenta, brindó además información sobre los servicios que presta, y entregó suvenires.

El resto de resultados en porcentajes se muestran en el cuadro siguiente:



Cuadro N° 9: Mejor Stand de la EXPOSUR 2011

N°	Stand	Número Visitantes	Porcentaje
1	SOBOCE	132	34,2
2	TIGO	81	21,0
3	VIVA	51	13,2
4	INCERPAZ	39	10,1
5	Banco Central de Bolivia	16	4,1
6	ENTEL	16	4,1
7	NS/NR	11	2,9
8	Alcaldía del municipio de Cercado	10	2,6
9	Gobernación del departamento de Tarija	5	1,3
10	Otros <sup>7</sup>	23	6,0
11	Ninguno	2	0,5
<b>TOTAL</b>		<b>386</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

## 2.9 Aspectos Positivos y Negativos de la EXPOSUR 2011

### 2.9.1 Aspectos Positivos percibidos por los Visitantes

Entre los aspectos positivos se destaca las mejoras en la organización con un 39,6%, aludiendo tanto a mejoras en la infraestructura, la decoración, los horarios, la información brindada en el campo ferial, la seguridad, como a la ubicación de stands y del escenario.

La participación de expositores, decoración y presentación de los stands se ubica en segundo lugar con el 11,9%, en tercer lugar la atención a los clientes en los stand y las azafatas con el 8,8%, la integración, apoyo y apertura de mercados a las empresas en cuarto lugar con el 8,6%; los productos y servicios ofertados por los expositores en quinto

<sup>7</sup> Ver anexo N°8, para el desglose de la categoría

lugar con un 7,0%, en sexto lugar el movimiento económico y contribución al desarrollo departamental que trajo la feria EXPOSUR 2011 con un 3,4%.

Entre otros aspectos positivos de la feria se mencionaron: Artistas presentados, obsequios y promociones en las empresas para los visitantes, la asistencia del público y lugar de recreación de niños. El cuadro siguiente muestra el resto de los porcentajes en detalle, tanto en valores absolutos como relativos.

**Cuadro N° 10: Aspectos Positivos de la Feria**

N°	Aspectos positivos	Número	%
1	La organización (infraestructura, horarios de atención, información, seguridad, limpieza, ubicación de stands y escenario, etc.)	153	39,6
2	Participación de expositores, decoración y presentación de los stands	46	11,9
3	Atención en los stands y las azafatas	34	8,8
4	Integración, apoyo intensivo y apertura de mercados a empresas	33	8,6
5	Los productos y servicios ofertados por los expositores	27	7,0
6	Movimiento económico y desarrollo departamental	13	3,4
7	Ninguno	12	3,1
8	Artistas presentados	7	1,8
9	Obsequios y promociones	5	1,3
10	Asistencia del público	4	1,0
11	Lugar de recreación de niños	3	0,8
12	Otros	16	4,1
13	NS/NR	33	8,6
<b>TOTAL</b>		<b>386</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

### 2.9.2 Aspectos Negativos de la Feria

A pesar de que el 39,6% de los entrevistados mencionó a la organización como un aspecto positivo, un 19,9% señaló que el principal aspecto negativo de la feria fue la organización, entre los aspectos citados se menciona que: la infraestructura del campo es pequeña, hubo mala ubicación en algunos stand, se notó carencias en la decoración y seguridad del campo, se dio poca publicidad, poca iluminación y hubo escasa e inadecuada información sobre y en la feria.

Aunque es importante hacer notar que un 17,6% de los visitantes no encontró ningún aspecto negativo en la EXPOSUR 2011.

El tercer aspecto mencionado, con un 16,1% fue la cartelera de artistas (no se respetó y se dieron cambios a último momento) y los horarios de las presentaciones (no se respetó lo establecido al inicio).

Entre otros aspectos negativos se mencionaron, los costos elevados de transporte, alimentos y entrada a la feria, el consumo de bebidas alcohólicas y carencias de control de parte de los organizadores al respecto, también que la participación del sector empresarial era

reducida, la poca asistencia del público, la mala atención en los stands y falta de preparación de azafatas, el tráfico y carretera de acceso, que los stands de ganadería están ubicados afuera, la falta de iluminación en la carretera y la apertura y descuido en la presentación de algunos stands. Los porcentajes de los aspectos negativos se reflejan en el cuadro siguiente:

**Cuadro N° 11: Aspectos Negativos de la Feria**

N°	Aspecto Negativo	Número	Porcentaje
1	Organización (infraestructura, decoración, publicidad, información, seguridad, etc.)	77	19,9
2	Ninguno	68	17,6
3	Cartelera y horarios de presentación de los artistas	62	16,1
4	Costos elevados del transporte, alimentos y entrada	39	10,1
5	El consumo excesivo de bebidas alcohólicas	38	9,9
6	Participación del sector empresarial reducido	14	3,6
7	Poca asistencia de público	11	2,9
8	Mala atención en los stands y falta de preparación de las azafatas	10	2,6
9	El tráfico y carreteras de acceso	7	1,8
10	Los stand ganaderos están afuera	7	1,8
11	Falta de iluminación en la carretera	5	1,3
12	La hora de apertura y descuido en la presentación de los stands	4	1,0
13	otros	22	5,7
14	NS/NR	22	5,7
<b>TOTAL</b>		<b>386</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

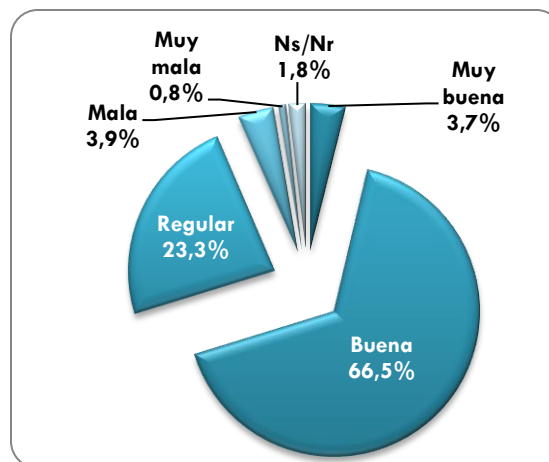
## 2.10 Calificación a los Servicios de Apoyo Brindados por la Organización de la EXPOSUR a los Visitantes

Los servicios de apoyo (Transporte, parqueo, iluminación, decoración, servicios básicos, seguridad, espacio público y ubicación de stands), fueron calificados por el 70,2% de los entrevistados como muy buena y buena.

Los que mencionaron que los servicios de apoyo fueron regulares alcanzaron al 23,3%, como mala el 3,9%, muy mala solo el 0,8% y el restante 1,8% no quiso o no supo responder a esta pregunta.

El cuadro y gráficos siguientes muestran la calificación individual. Observándose que en su mayoría tienen una calificación de buena, sobrepasando el 66%.

**Gráfico N° 15: Calificación a Servicios Brindados por la Organización (en %)**



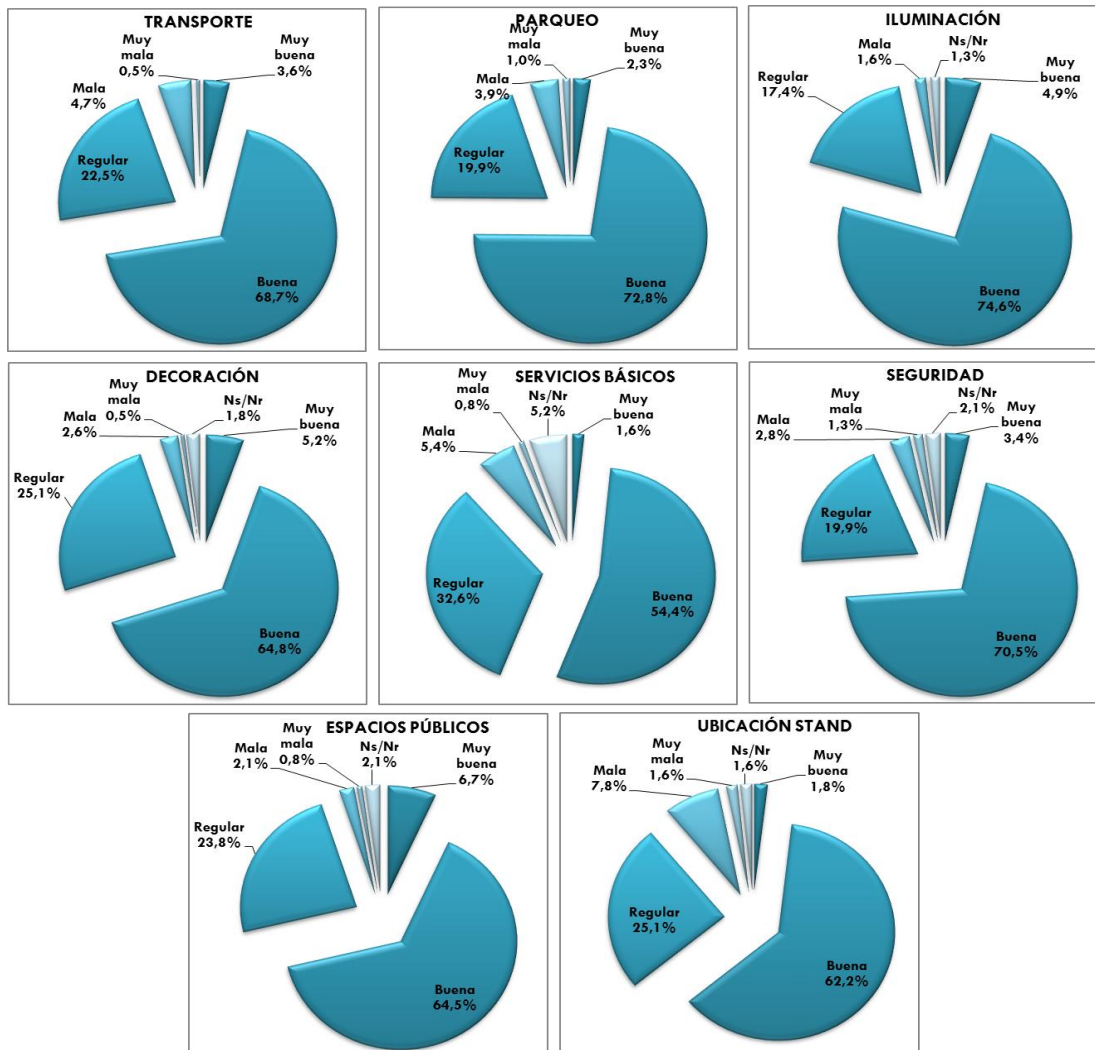
Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

Cuadro N° 12: Calificación a los Servicios de Apoyo Brindados en la Feria (en %)<sup>8</sup>

Servicio	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Muy mala	Ns/Nr	TOTAL
Transporte	3,6	68,7	22,5	4,7	0,5		100
Parqueo	2,3	72,8	19,9	3,9	1,0	0,1	100
Iluminación	4,9	74,6	17,4	1,6	0,3	1,2	100
Decoración	5,2	64,8	25,1	2,6	0,5	1,8	100
Servicios básicos	1,6	54,4	32,6	5,4	0,8	5,2	100
Seguridad	3,4	70,5	19,9	2,8	1,3	2,1	100
Espacio públicos	6,7	64,5	23,8	2,1	0,8	2,1	100
Ubicación de stands	1,8	62,2	25,1	7,8	1,6	1,5	100
<b>Calificación General</b>	<b>3,7</b>	<b>66,5</b>	<b>23,3</b>	<b>3,9</b>	<b>0,8</b>	<b>1,8</b>	<b>100</b>

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

Gráfico N° 16: Calificación de los Servicios de Apoyo Brindados en la Feria (en %)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

<sup>8</sup> Ver anexo N°9, con información a detalle de los servicios de apoyo brindados por los organizadores de la feria en valores absolutos y relativos.

### 3. RECOMENDACIONES DE LOS VISITANTES

Los visitantes realizaron observaciones y sugerencias, para que sean tomadas en cuenta en versiones futuras de la feria: Así 24,0% de los encuestados recomiendan el cumplimiento de la cartelera, mejora en los espectáculos y mayor apoyo a los artistas locales y regionales, el 20,9% mejorar aspectos de organización general del evento tales como: Ampliación y mejoramiento en infraestructura, áreas de parqueo y recreación, pabellones, stand, iluminación y escenario, 9,7% mencionan que los precios de las entradas, los pasajes y los costos de los stands son elevados.

El 6,2% de los encuestados opina que se debe incentivar, invitar y apoyar a las empresas para que participen en mayor número, 5,2% que debe haber cumplimiento de horarios en la apertura del campo ferial, los stands y presentación de artistas.

El cuadro N°13 muestra en orden de porcentajes las recomendaciones que hicieron los visitantes, haciendo notar que algunos sugirieron más de una recomendación.

**Cuadro N° 13: Recomendaciones de los Visitantes a la Organización de la EXPOSUR**

N°	Recomendación	Nro.	%
1	Cumplimiento de la cartelera, mejorar los espectáculos y apoyo a los artistas	148	24,0
2	Ampliación y mejoramiento en infraestructura, áreas de parqueo y recreación , pabellones, stand, iluminación y escenario	69	11,2
3	Mejorar aspectos de la organización en general	60	9,7
4	Precio elevado de las entradas, pasajes, y costo de los stands	60	9,7
5	Incentivar, invitar y apoyar a las empresas	38	6,2
6	Cumplimiento de horarios en la apertura del campo ferial, los stands y presentación de artistas	32	5,2
7	Innovar y presentar novedades en la feria	27	4,4
8	Mayor promoción y publicidad del evento ferial	26	4,2
9	Ninguno	20	3,2
10	Mejorar los servicios básicos, basureros y limpieza del campo ferial	21	3,4
11	Controlar el consumo de bebidas alcohólicas	17	2,8
12	Mejorar el servicio de transporte y el tráfico vehicular	14	2,3
13	Mejorar el control y seguridad en el campo ferial y áreas de parqueo	13	2,1
14	Mejorar la información y atención al cliente en los stands	11	1,8
15	Todo está bien	9	1,5
16	NS/NR	18	2,8
17	Otros	34	5,5
<b>TOTAL</b>		<b>617</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

## VI. EXPOSITORES

En este capítulo se analizan las respuestas de los expositores al cuestionario para conocer opiniones, en cuanto al apoyo de los organizadores y al cumplimiento de sus objetivos como expositores. Los resultados se basan en un total de 205 empresas.

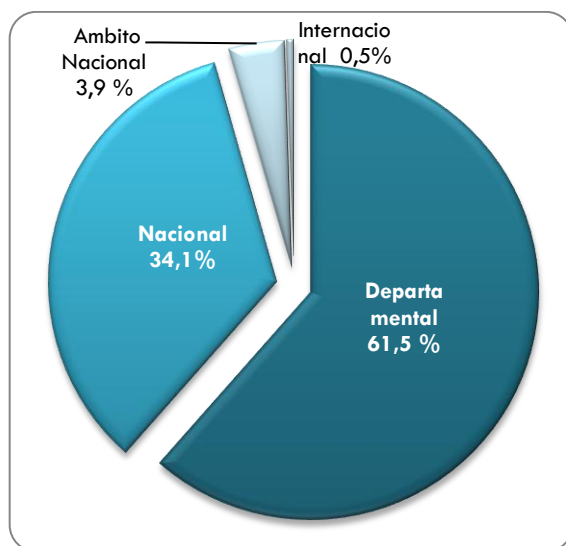
### 1. CARACTERÍSTICAS GENERALES

#### 1.1 Procedencia de las Empresas Expositoras<sup>9</sup>

En la XIV versión de la Feria Internacional EXPOSUR 2011, hubieron más expositores del propio departamento, los que alcanzaron al 61,5% del total; los que provenían principalmente de la ciudad de Tarija, y de los municipios de Villa Montes, Valle de la Concepción, Padcaya, San Lorenzo y Yacuiba. Los expositores del resto del país fueron en esta versión el 34,4% y provenían de los departamentos de Santa Cruz, Cochabamba, La Paz, Chuquisaca, Potosí y Oruro, las empresas expositoras con cobertura nacional alcanzaron al 3,9%.

Los expositores internacionales alcanzaron sólo al 0,5% del total y procedieron sólo de Argentina.

Gráfico N° 17: Procedencia de los Expositores (en %)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Expositores"; CIEPLANE

Departamental 61,5%	Cercado (Tarija)
	Villa Montes
	Padcaya
	Valle de la Concepción
	San Lorenzo
Nacional 34,1%	Yacuiba
	Santa Cruz
	Cochabamba
	La Paz
	Chuquisaca
	Potosí
Empresas de Cobertura Nacional 3,9%	Oruro
	Argentina
Internacional 0,5%	

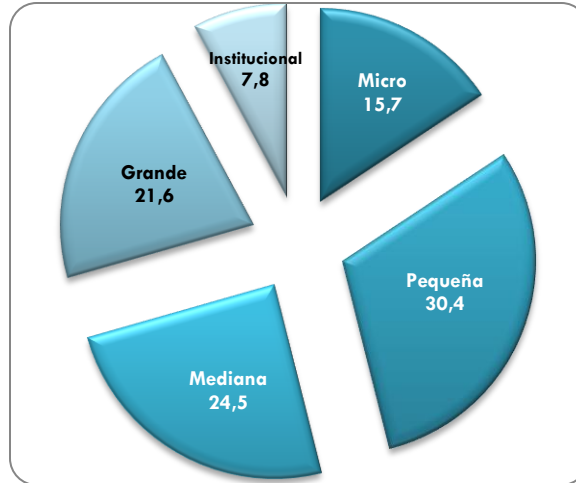
<sup>9</sup> Datos proporcionados por la Secretaría de Desarrollo Económico y Productivo de la Gobernación del Departamento de Tarija.



## 1.2 Clasificación de Las Empresas

Del total de empresas que asistieron a la feria el 30,4% fueron pequeñas, 24,5% medianas, 21,6% grandes, 15,7% micro empresas y finalmente el 7,8% pertenecían a instituciones: municipales, de gobernaciones y gubernamentales.

Gráfico N° 18: Clasificación de las Empresas (en %)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Expositores"; CIEPLANE

## 1.3 Antigüedad de las Empresas

En esta sección analizaremos la antigüedad de

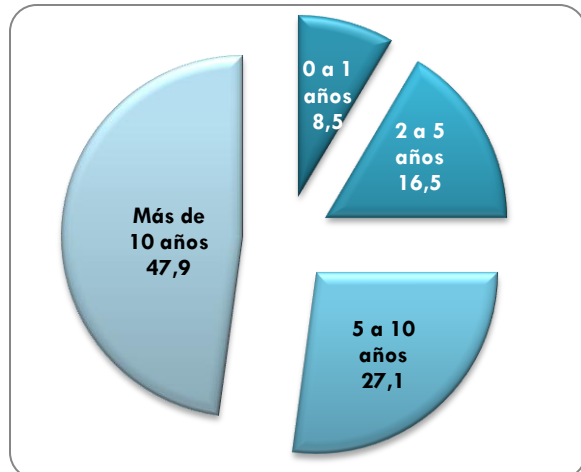
las empresas e instituciones que participaron en la XIV versión de la EXPOSUR 2011.

Así se determinó que el 47,9% tenían más de 10 años de antigüedad, el 27,1% entre 5 a 10 años, el 16,5% de dos a cinco años y sólo el 8,5% eran de reciente creación o tenían apenas un año de antigüedad.

En el gráfico N°20, se presenta información sobre la antigüedad de las empresas según tipo de empresa.

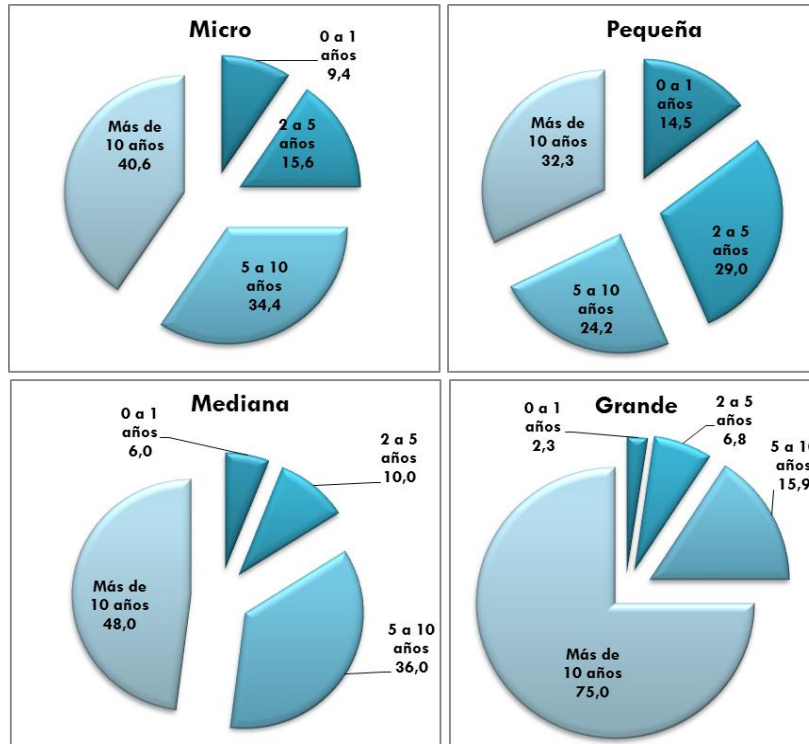
Entre los aspectos más relevantes se observa; que en todos los tipos de empresas participantes (sea micro, pequeña, mediana y grande), la antigüedad de más de diez años es predominante.

Gráfico N° 19: Antigüedad de las Empresas (en %)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Expositores"; CIEPLANE

Gráfico N° 20: Antigüedad de las Empresas, según Tipo de Empresa (en %)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Expositores"; CIEPLANE

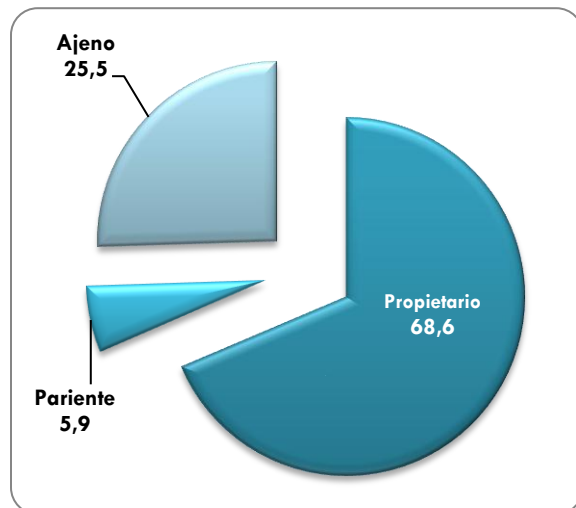
#### 1.4 Relación Gerente – Propietario de las Empresas Expositoras

Tomando en cuenta todos los tipos de empresas: micro, pequeña, media y gran empresa, además de las instituciones participantes; en el 68,6% de los casos el gerente es al mismo tiempo el propietario, en el 25,5% es ajeno a la empresa y en el 5,9% son parientes: hijos, nietos o sobrinos, etc.

El gráfico N° 22, muestra información sobre la relación del gerente – propietario, según tipo de la empresa.

Entre las conclusiones más importantes tenemos; que predominantemente en todos los tipos de empresas el propietario es al mismo tiempo el gerente, aunque el porcentaje disminuye a medida que aumenta el tamaño de la misma; así en el caso de las

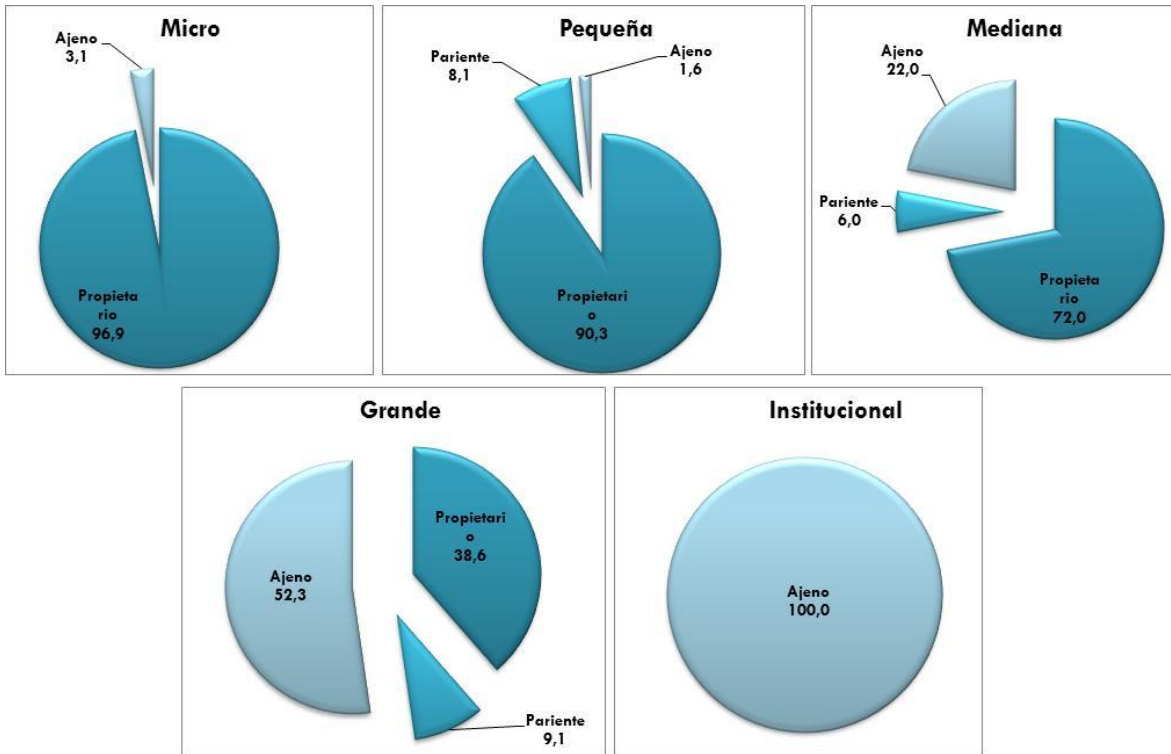
Gráfico N° 21: Gerente de la Empresa (en %)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Expositores"; CIEPLANE

empresas grandes el porcentaje es del 38,6%, sólo en el caso de las instituciones el 100% son ajenos a la misma.

Gráfico N° 22: Gerente de la Empresa según Tipo de Empresa (en %)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Expositores"; CIEPLANE

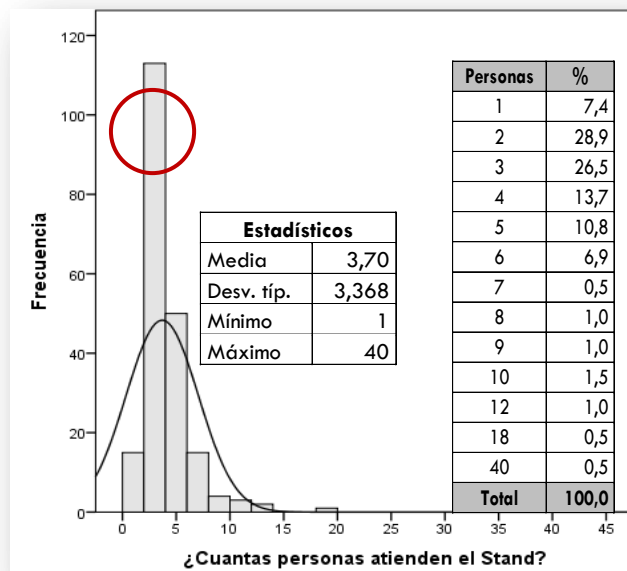
### 1.5 Personal de Atención al Cliente

Más de un mil personas trabajaron en los stands de las empresas expositoras en la versión 2011.

Se determinó que en el 55,4% de los stands atendían entre dos y tres personas, en el 13,7% cuatro, en 10,8% cinco personas, en el 6,9%, seis trabajadores y hubieron empresas con 7, 8, 9, 10, 12, 18 y hasta 40 personas de atención al cliente, aunque en porcentajes reducidos; situación que se refleja en el gráfico Nro. 23.

El promedio de personas de atención al cliente en esta versión, fue de

Gráfico N° 23: Estadísticos del Nro. de Personas que Atienden al Stand



aproximadamente 4 personas por stand.

## 2. ASPECTOS RELEVANTES CON RESPECTO A LA FERIA

### 2.1 Participación de los Expositores en Versiones Anteriores a la EXPOSUR 2011

Del total de empresas expositoras en el año 2011, el 32,2% indicó haber participado en las últimas cinco versiones de la EXPOSUR. (Versiones 2006 al 2010).

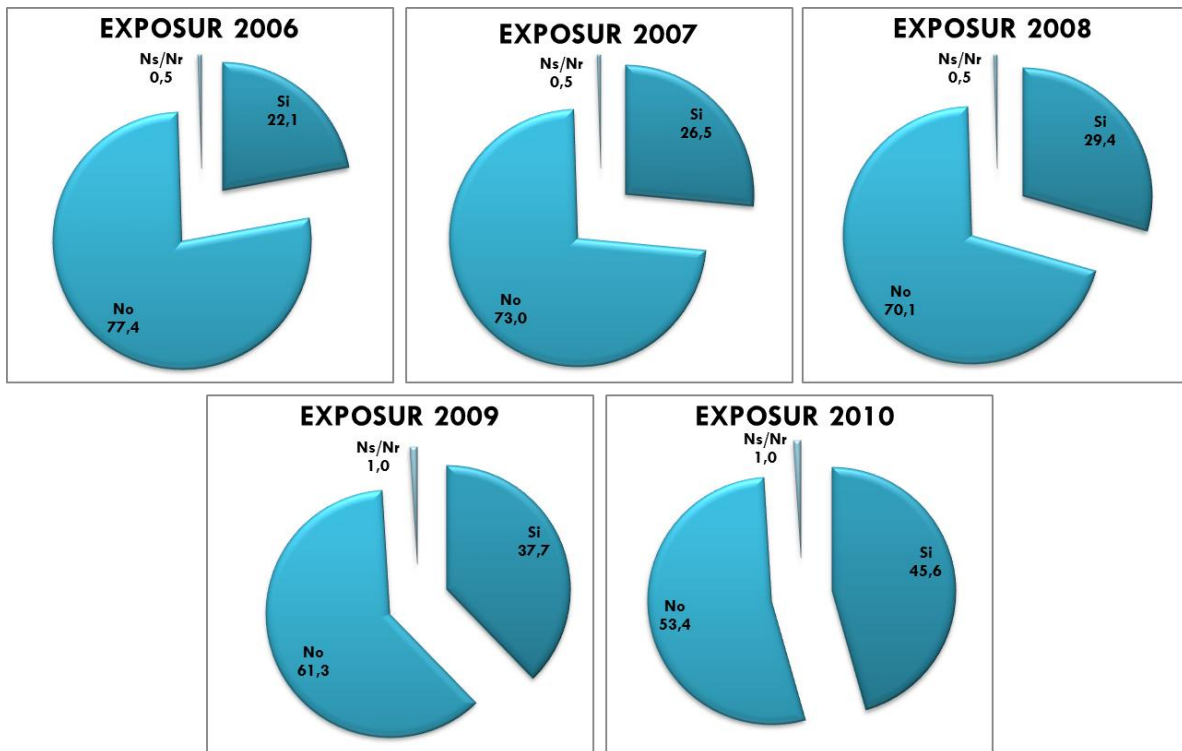
Sólo el 22,1%, participó en la versión 2006, el 26,5% el año 2007. El 29,4%, en la versión 2008, el 37,7% el 2009 y el 45,6% en el año 2010.

Situación que se refleja en el gráfico N°24.



**32,2%**  
de las empresas,  
participaron en las versiones  
2006 al 2011 en la Feria  
EXPOSUR

Gráfico N° 24: Participación de los Expositores en las Diferentes Versiones de la Feria EXPOSUR (en %)

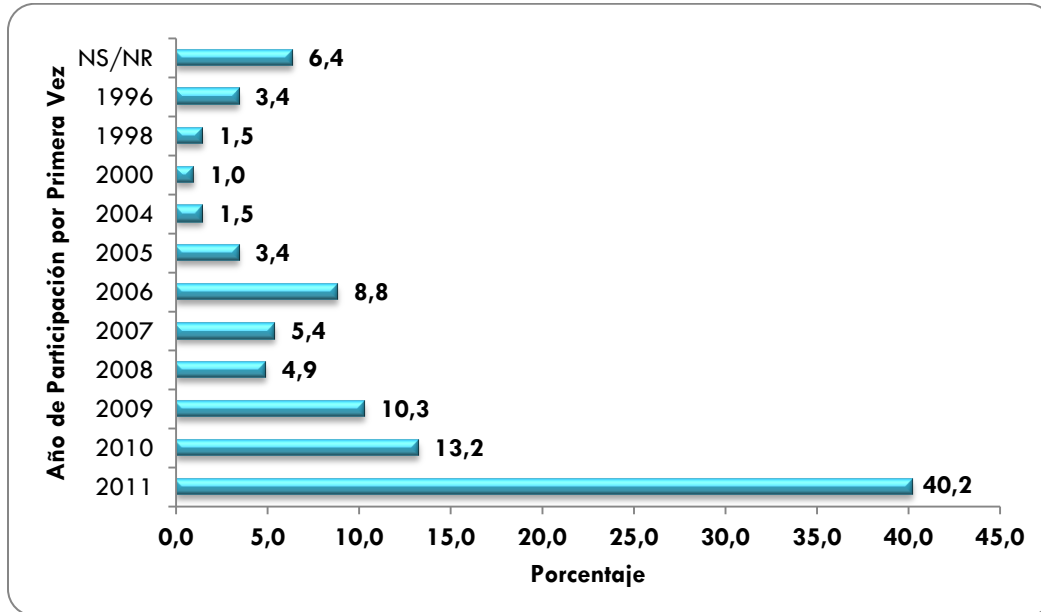


Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

### 2.1.1. Empresas Expositoras por año de Participación

Para el 40,2% de empresas expositoras en la feria 2011, esta fue su primera participación, para el 13,2% el año 2010, para el 10,3% el año 2009, para el 8,8% el año 2006, entre otros resultados relevantes tal como se muestra en el gráfico siguiente.

Gráfico N° 25: Participación de las Empresas por Primera Vez en la EXPOSUR, por Año (en %)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Visitantes"; CIEPLANE

### 2.2 Costo del Stand

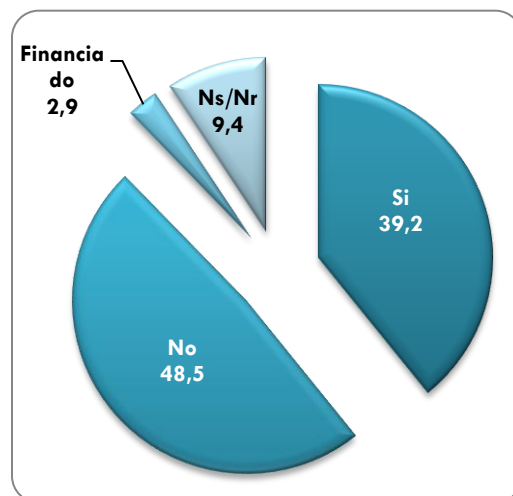
El 39,2% de las empresas expositoras consideraron como justo el precio pagado por el espacio ocupado en los pabellones de la feria.

El 2,9% mencionó que su participación fue financiada por alguna institución, de ahí que no supieron responder esta pregunta.

Con un porcentaje dominante del 48,5% las empresas opinaron que no es justo el precio pagado para ubicar el stand. **"Mencionando qué el precio es demasiado alto, el espacio reducido, no hay respuesta de los visitantes y por tanto no se recupera la inversión realizada"**.

Finalmente el 9,4% de las empresas, no supieron o no quisieron responder a esta pregunta.

Gráfico N° 26: Costo Adecuado Pagado por el Stand (en %)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Expositores"; CIEPLANE

## 2.3 Inversión en la Instalación del Stand

El monto promedio de inversión en la instalación fue de \$us 2.412,6 el monto máximo registrado fue de \$us 90.000 y el mínimo de \$us 14,4.

El cuadro N°15 sobre la inversión según rango y tipo de empresa, nos muestra que el 67,9% de las microempresas invirtieron entre Bs. 1.001 a 10.000, el 77,2% de las pequeñas empresas invirtieron en el mismo rango, al igual que el 70,5% de las medianas, el 43,8% de las grandes y el 69,2% de las instituciones, aspecto que se corrobora con el porcentaje del **67,2%** a nivel global de las empresas.

Los resultados en detalle de la inversión se encuentran reflejados en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 14: Monto de Inversión en la Instalación del Stand**

Estadísticos	Bs.	\$us <sup>10</sup> .
Media	16.791,6	2.412,6
Mediana	3.000,0	431,0
Moda	3.000,0	431,0
Mínimo	100,0	14,4
Máximo	626.400,0	90.000,0

**Cuadro N° 15: Inversión para la Instalación de Stands, por Rango y Tipo de Empresa (en %)**

Rango Inversión (en Bs)	Tipo de Empresas					Total
	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Institución	
100 -1.000	28,6	17,5	15,9	9,4		<b>16,1</b>
1.001-10.000	67,9	77,2	70,5	43,8	69,2	<b>67,2</b>
10.001- 50.000	3,5	5,3	11,3	28,0	15,4	<b>11,5</b>
50.001-100.000				9,4	7,7	<b>2,3</b>
Más de 100.000			2,3	9,4	7,7	<b>2,9</b>
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Expositores"; CIEPLANE

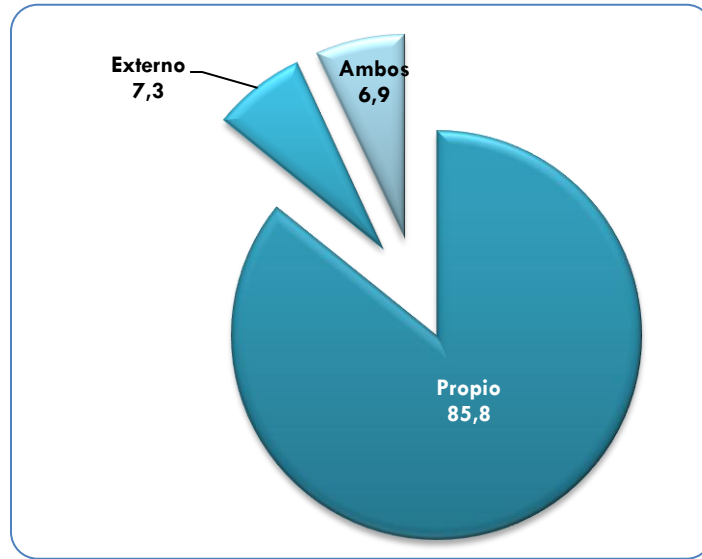
## 2.4 Financiamiento de la Participación Empresarial

El 85,8% de las empresas expositoras cubrieron su participación con financiamiento propio, este incluyó el costo del alquiler del stand, la decoración y otros gastos menores. Mientras que el 7,3% contó con financiamiento externo y el 6,9% mencionó que su participación fue financiada tanto con recursos propios como con externos.

El financiamiento externo provino de instituciones financieras, entidades públicas, fundaciones o asociaciones

<sup>10</sup> Tipo de cambio oficial a la fecha , \$us 1 = Bs. 6,96

Gráfico N° 27: Financiamiento para la Participación de Empresas Expositoras en la Feria EXPOSUR 2011 (en %)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Expositores"; CIEPLANE

## 2.5 Trámites para la Participación de las Empresas en la Feria

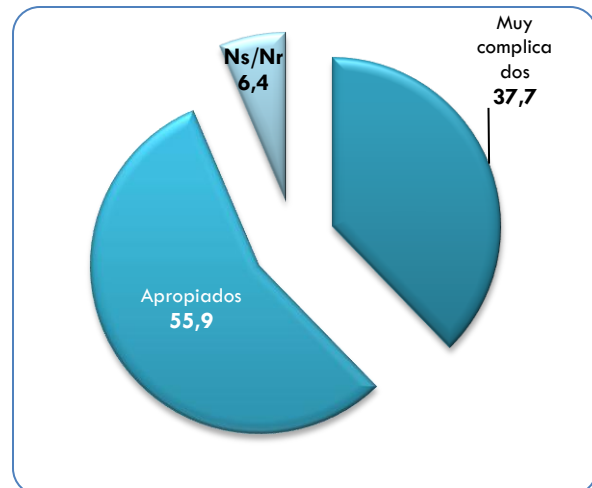
Las empresas, previo al evento ferial debían realizar algunos trámites para poder participar; al respecto el 55,9% de las empresas encuestadas manifestaron que los mismos fueron apropiados y que no tuvieron dificultad al realizarlos.

Mientras que el 37,7% manifestó que fueron demasiado complicados y el restante 6,4% no supieron o no quisieron responder la pregunta.

El cuadro N°16, muestra información sobre los trámites realizados según tipo de empresa.

Entre los resultados sobresalientes se tiene que para el 61,3% de las pequeñas empresas los trámites fueron apropiados, al igual que para más del 56% de las empresas grandes y medianas y el 50% de las microempresas. En tanto que sólo para el 46,9% de las microempresas fueron demasiado complicados.

Gráfico N° 28: Trámites Realizados para la Participación en la Feria (en %)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Expositores"; CIEPLANE

Cuadro N° 16: Trámites Realizados para la Participación de la Empresa, según Tipo (en %)

Tipo Empresa	Trámites			Total
	Demasiado Complicados	Apropiados	Ns/Nr	
Micro	46,9	50,0	3,1	100
Pequeña	35,5	61,3	3,2	100
Mediana	38,0	56,0	6,0	100
Grande	34,1	56,8	9,1	100
Institucional	37,5	43,8	18,7	100
<b>Total</b>	<b>37,7</b>	<b>55,9</b>	<b>6,4</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Expositores"; CIEPLANE

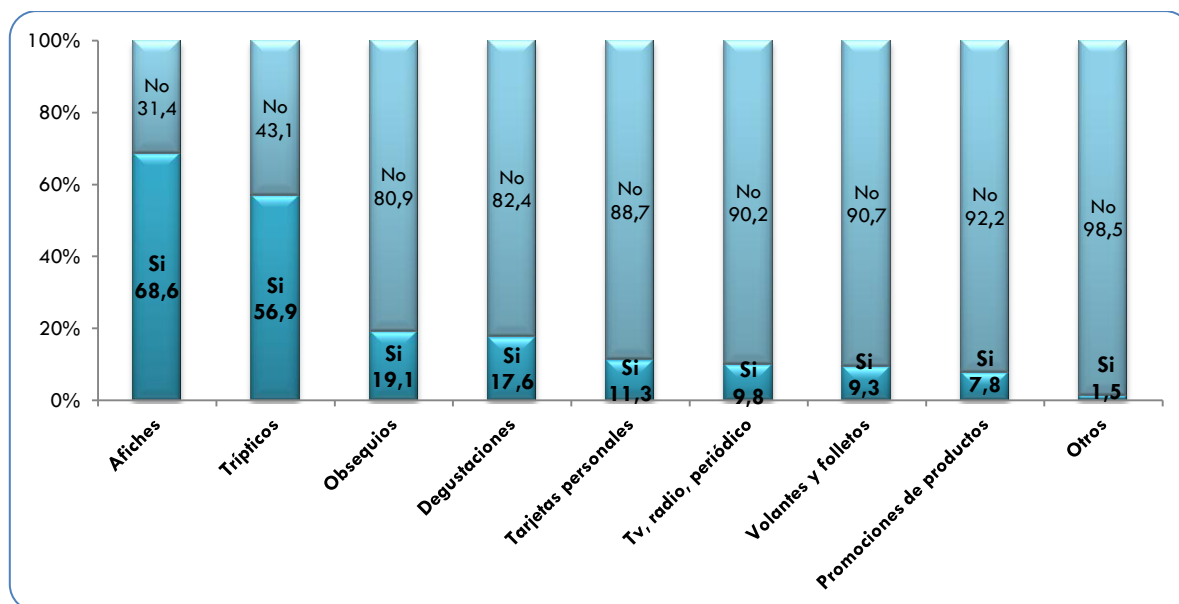
## 2.6 Materiales y Métodos de Promoción

Los más utilizados por las empresas expositoras, durante la participación ferial fueron los afiches y trípticos con el 68,6% y 56,9% respectivamente, los obsequios con el 19,1% ocupan el tercer lugar, las degustaciones el cuarto lugar con el 17,6%. Las tarjetas personales fueron utilizadas por el 11,3% de las empresas, los medios masivos como televisión, radio y periódicos ocupan el sexto lugar con apenas el 9,8%.

Volantes y folletos los utilizaron el 9,3% de las empresas expositoras, el 7,8% promociones de los productos y Otros tales como catálogos y publiciúa, fueron los medios menos utilizados por las empresas.

Se debe hacer notar que cada uno de las materiales y métodos de promoción fueron calculados respecto al total de expositores. Algunas empresas utilizaron más de un material y método de promoción, combinado diferentes métodos.

Gráfico N° 29: Materiales y Métodos de Promoción con los que Cuenta en la Feria (en %)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Expositores"; CIEPLANE



## 2.7 Calificación a los Servicios de Apoyo Brindados a los Expositores

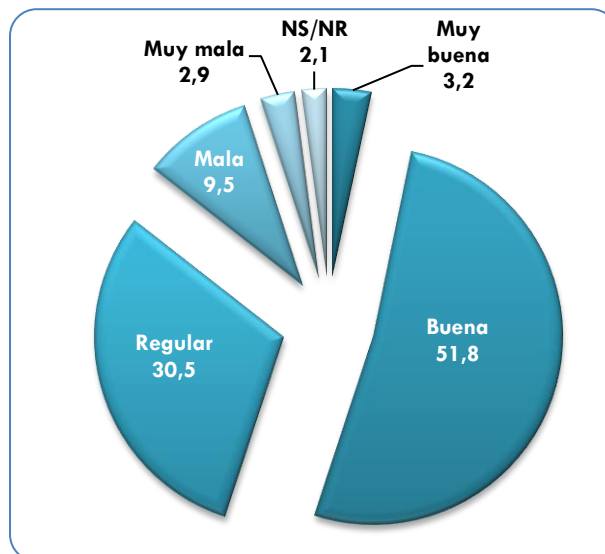
La calificación general de los expositores a la organización de la feria, por la prestación de los servicios de apoyo, fue de buena con un 51,8% y de muy buena sólo con el 3,2%.

Los que mencionaron que fueron regulares alcanzaron al 30,5%, mala el 9,5%, muy mala el 2,9% y el restante 2,1% de las empresas no quiso o no supo responder a la pregunta.

El cuadro N°17, muestra la calificación individual a los servicios de apoyo. Observándose que los porcentajes de opinión más elevados que califican a los servicios de apoyo de buenos; sobrepasan el 50%.

Los servicios de comunicación, la decoración en los pabellones y los servicios básicos ostentan calificaciones menores al 50%.

Gráfico N° 30: Calificación General a los Servicios de Apoyo Brindados a los Expositores (en %)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Expositores"; CIEPLANE

Cuadro N° 17: Calificación de los Servicios de Apoyo Brindados en la Feria (en %)

Servicios	Calificación						Total
	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Muy mala	Ns/Nr	
Servicios básicos (energía eléctrica, agua)	2,0	58,8	30,9	6,4	2,0	-	100
Comunicación (Internet, teléfono, fax, etc.)	0,5	41,2	30,4	13,7	2,9	11,3	100
Iluminación	4,4	63,2	25,0	5,4	2,0	-	100
Decoración de los pabellones	2,9	45,6	38,7	10,3	2,5	-	100
Servicios básicos (servicios higiénicos)	3,9	43,1	35,3	11,3	5,4	1,0	100
Seguridad	4,4	59,8	25,0	7,8	1,5	1,5	100
Limpieza de los espacios públicos	4,4	51,0	28,4	11,3	4,4	0,5	100
<b>Calificación General</b>	<b>3,2</b>	<b>51,8</b>	<b>30,5</b>	<b>9,5</b>	<b>2,9</b>	<b>2,1</b>	<b>100</b>

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Expositores"; CIEPLANE

## 2.8 Motivo de Participación en la Feria

Los principales motivos de participación de las empresas en la feria fueron: Primero, para promocionar o hacer conocer el producto (29,5%), segundo, para comercializar su servicio y/o producto (27%), tercero, para potenciar la marca en el departamento (16,8%) y como cuarto motivo importante el de expandirse en el mercado tarijeño (13,5%).

En el cuadro N°18, se presentan el resto de motivos de participación según tipo de empresa.

**Cuadro N° 18: Motivo de Participación según Tipo de Empresa (en %)**

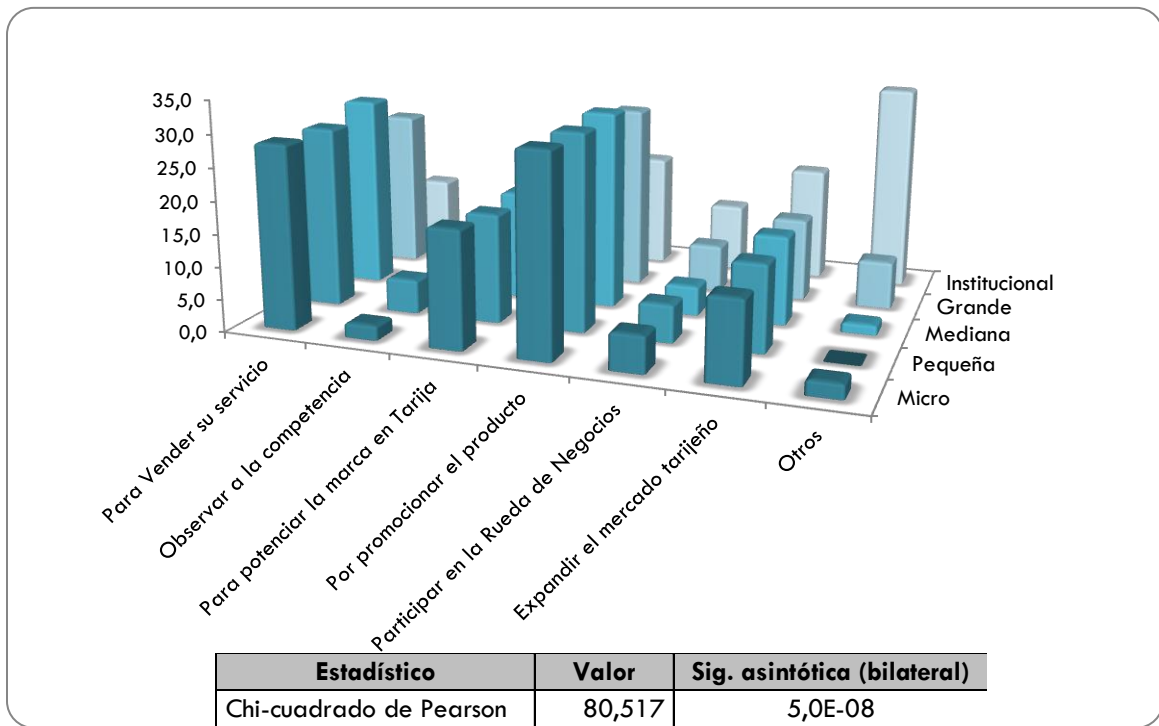
Motivo de participación	Categoría de la Empresa					Total
	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Institucional	
Para vender su servicio	28,4	28,0	30,0	25,0	10,7	27,0
Observar a la competencia	2,3	5,3	2,3	1,9		3,0
Para potenciar la marca en Tarija	18,2	17,0	16,9	16,7	10,7	16,8
Para promocionar el producto	30,7	30,4	30,8	28,6	17,9	29,5
Participar en la Rueda de Negocios	5,7	5,8	4,6	7,4	10,7	6,1
Expandir su producto en el mercado tarijeño	12,5	13,5	13,8	13,0	17,9	13,5
Otros	2,2		1,6	7,4	32,1	4,1
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Expositores"; CIEPLANE

El motivo de participación para las empresas expositoras, está significativamente afectado por el tipo de empresa ( $\chi^2 = 0,00000005$ ).

Es decir que los motivos para participar son muy diferentes para las micro, pequeña, mediana, grande empresa e instituciones. En el gráfico N°31, se muestran las tendencias de los motivos de participación en la feria.

**Gráfico N° 31: Motivo de Participación según Tipo de Empresa**



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Expositores"; CIEPLANE

### 2.8.1 Cumplimiento del Objetivo Planeado

El 66% de las empresas expositoras, cumplieron sus objetivos participando en la feria, el restante 34% no.

Las empresas que no alcanzaron sus objetivos, mencionaron como principales razones: la poca afluencia de público, poca venta y carencias en la organización.



### 2.9 Aspectos Relacionados con el Desarrollo de LA EXPOSUR

Las empresas expositoras calificaron catorce aspectos relacionados con el desarrollo de la feria. Cinco aspectos fueron calificados de **buenos** con porcentajes de más del 50%, así la atención al público en los stands obtuvo un notable 58,8%, así como el tamaño del campo ferial 64,2% y los espacios de parqueo 61,8%.

El resto de los aspectos fueron calificados como **regulares**, en algunos casos con el 50%, tales como: la participación de expositores nacionales y la organización general del evento, el resto de la calificación en porcentajes se presentan en el cuadro N°19.

Cuadro N° 19: Calificación de Aspectos Relacionados con el Desarrollo de la EXPOSUR (en %)

Aspectos Relacionados con la EXPOSUR	Calificación						Total
	Muy Buena	Buena	Regular	Mala	Muy Mala	NS/NR	
Participación de expositores internacionales	1,0	35,3	50,5	9,7	2,5	1,0	100
Participación de expositores nacionales	1,5	42,6	37,7	14,2	3,4	0,6	100
Calidad de los artistas que se presenta	-	24,5	49,5	17,6	4,9	3,5	100
Organización general del evento	-	21,6	54,9	17,2	5,9	0,4	100
Atención al público en los stands	2,0	58,8	26,5	8,8	2,9	1,0	100
Orden en la disposición de los stands	1,0	34,8	38,7	17,2	3,4	4,9	100
Coordinación y apoyo para la puesta a punto del stand	0,5	29,4	36,3	27,5	4,3	2,0	100
Puntualidad en el inicio de las actividades	0,5	18,6	30,4	35,8	14,2	0,5	100
Tamaño del campo ferial	2,9	64,2	26,0	5,9	1,0	-	100
Espacios de parqueo	2,0	61,8	27,0	4,4	2,8	2,0	100
Publicidad y promoción del evento	-	24,0	48,0	20,6	6,4	1,0	100
Señalización dentro del campo ferial	-	52,0	37,7	6,4	2,9	1,0	100
Servicios de apoyo al expositor	-	28,9	42,2	21,1	7,4	0,4	100
Espacios de recreación y descanso	0,5	51,0	35,8	5,9	2,9	3,9	100

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Expositores"; CIEPLANE

### 3. RUEDA DE NEGOCIOS

#### 3.1 Antes de la Rueda de Negocios

Las empresas expositoras encuestadas realizaron 1.913 contactos comerciales, a partir de estos se iniciaron 937 negocios (49%), de los cuales fueron cerrados 541 (el 28,3%).

Se debe hacer notar que algunas empresas que se integraron a la rueda no comercializaban ningún producto o servicio en la feria, sólo participaron con el objetivo de hacer conocer y/o promocionar el producto o servicio que ofrecen.



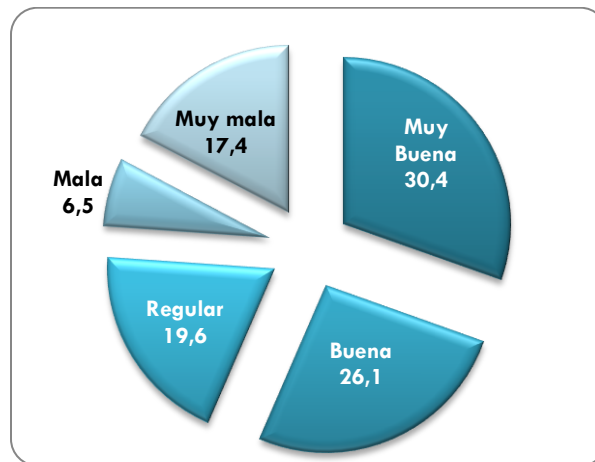
#### 3.2 Participación en la Rueda de Negocios

Del total de empresas que participaron como expositoras en la feria, sólo el 22,5% participó en la rueda de negocios patrocinada por la organización ferial.

De estas el 30,4% calificaron su participación en la rueda como muy buena, de buena el 26,1%, el 19,6% como regular, el 6,5% como mala y el 17,4% de muy mala.



Gráfico N° 32: Evaluación a la Rueda de Negocios (en %)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Expositores"; CIEPLANE

Los expositores encuestados y participantes en la rueda de negocios, realizaron 91 contactos comerciales, de los cuales 52 negocios fueron iniciados (el 57%) y 32 fueron cerrados (35,2%).



#### 4. RECOMENDACIONES

Los expositores realizaron algunas recomendaciones y/o sugerencias, con miras a que sean aplicadas en la siguiente versión de la feria: Así un 42,2% recomiendan mejorar en todos los aspectos organizativos y de infraestructura: mejoramiento y ampliación del campo ferial mejorar los pabellones, stands, iluminación, parqueo, infraestructura, servicios básicos y limpieza, el 11,6% de los expositores manifestaron que debe haber mejoraras en la publicidad y promoción, y el 8,9% mejorar la cartelera artística; estos entre otros resultados, tal como se puede observar en el cuadro siguiente.

**Cuadro N° 20: Recomendaciones de los Expositores para Futuras Versiones de la Feria EXPOSUR (en %)**

Recomendación	%
Mejorar toda la organización	29,4
Mejoramiento y ampliación del campo ferial, pabellones, stand, iluminación, parqueo, infraestructura, servicios básicos y limpieza)	12,8
Mejor publicidad y promoción de la feria	11,6
Mejorar la cartelera de artistas	8,9
Puntualidad (en la apertura de campo ferial, pabellones, stands y actividades)	8,4
Costo elevado de los stands y entradas	8,2
Incentivar la participación de expositores	5,5
Aumentar y mejorar la seguridad en el campo ferial	3,0
Mayor innovación y tecnología en la feria	2,1
Mejorar los servicios de tráfico y transporte	1,6
Fijar una fecha apropiada para el evento ferial	0,9
Mejorar la rueda de negocios	0,9
Que la organización pase a manos privadas	0,7
Otros	5,2
Ns/Nr	0,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_Expositores"; CIEPLANE

## VII. SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN

### 1. CARACTERÍSTICAS GENERALES

La feria EXPOSUR sirve como un punto de encuentro a una diversidad de empresas de servicios de alimentación, consolidadas algunas y otras en busca de hacerse conocer en el mercado de Tarija; que en esta versión, participaron, estimuladas por el deseo de promocionar sus productos y de obtener buenos ingresos.

De acuerdo a los datos obtenidos, el número total de empresas, asociaciones, instituciones y agrupaciones de comida rápida y variedad de platos nacionales e internacionales fue de 42, presentando una tasa de crecimiento del 35,5% con respecto a la gestión 2010.

La lista de empresas participantes se detalla a continuación:

**Cuadro N° 21: Empresas, Asociaciones, Instituciones y Agrupaciones de Servicios de Alimentación que participaron en el evento Ferial "EXPOSUR 2011"**

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA	
Cabaña "Bravo"	Snack "Glu Glu"
Cabaña "Las Rosas"	Jack's Menú
Cabaña "Murillo"	Joselito
Cabaña "Murillo" (2)	Karma
Chatarra	La Estación
Che Jole	La Gauchita
Churrasquería "Don Jacinto"	Las Brasitas
Sandiwchería "Bilón"	Loro Viejo
Churrasquería "El Amigo"	Los Hermanos
Churrasquería "Leñador"	Pacumutu "Fernanda"
Comida Típica	Punto Cubano
Comida Típica Argentina	Restaurant "San Mateo"
Cono Pizza	Snack "Carmencita"
Crocán Pollo	Snack "Don Chato"
Deli Place	Snack "Eybi"
Doña Yola	Snack "Lucas"
"Drinks 2 Night"	Sofía
Facefood	Solución
Fridosa I	Típica
Fridosa II	Vidi Vidi
Chapaquita	Club de Leones "Moto Méndez"

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ "Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

Para el análisis de la información, se clasificó a todas las empresas arriba nombradas de acuerdo al número de empleados con los que operaron, como "**Empresa micro, pequeña, mediana y grande**", para diferenciación con las de producción de bienes.

Las 42 empresas respondieron a la encuesta realizada y a partir de esta información se procesaron los siguientes resultados:

### 1.1 Ubicación de la Empresa

El 100% de las empresas participantes en la versión 2011, prestaban sus servicios en la ciudad de Tarija, que se ubica en el municipio de Cercado.

**Cuadro N° 22: Ubicación de la Empresa**

Municipio	Nro.	Porcentaje
Cercado	42	100,0
<b>Total</b>		<b>100,0</b>

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ "Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

### 1.2 Antigüedad de la Empresa

Un aspecto relevante de las empresas participantes es que el 59,5% tenían una antigüedad menor a cinco años. El 45,2% menos de un año, el 16,7% de 5 a 10 años y el 23,8%, más de 10 años.

**Cuadro N° 23: Antigüedad de las Empresas de Servicios de Alimentación**

Años de Antigüedad	Nro.	Porcentaje
0 a 1	19	45,2
2 a 5	6	14,3
5 a 10	7	16,7
Más de 10 años	10	23,8
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ "Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

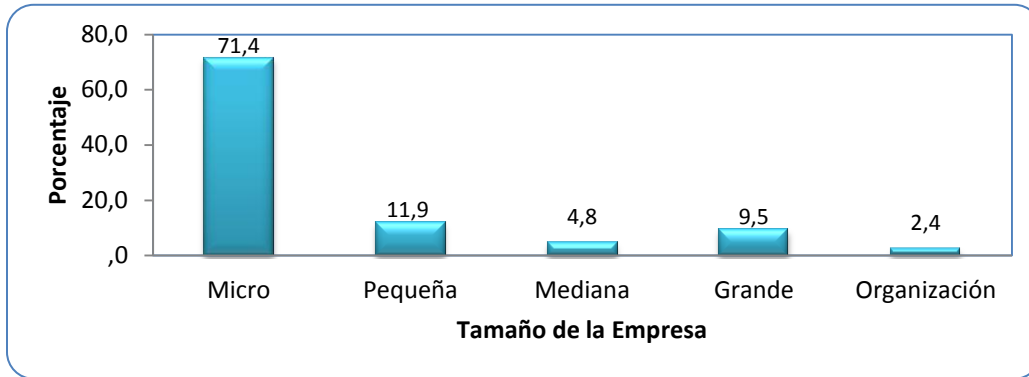
### 1.3 Tamaño de la Empresa

**Cuadro N° 24: Porcentaje de Empresas que brindan Servicios de Alimentación, según Tamaño**

Tamaño de la Empresa	N° Empleados Permanentes	Porcentaje
Micro empresa	0 a 2	71,4
Pequeña empresa	3 a 5	11,9
Mediana empresa	6 a 10	4,8
Grande	mayor a 10	9,5
Organización de servicio a la comunidad	s/d	2,4

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ "Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

Gráfico N° 33: Porcentaje de Empresas que Brindaron Servicios de Alimentación, según Tamaño



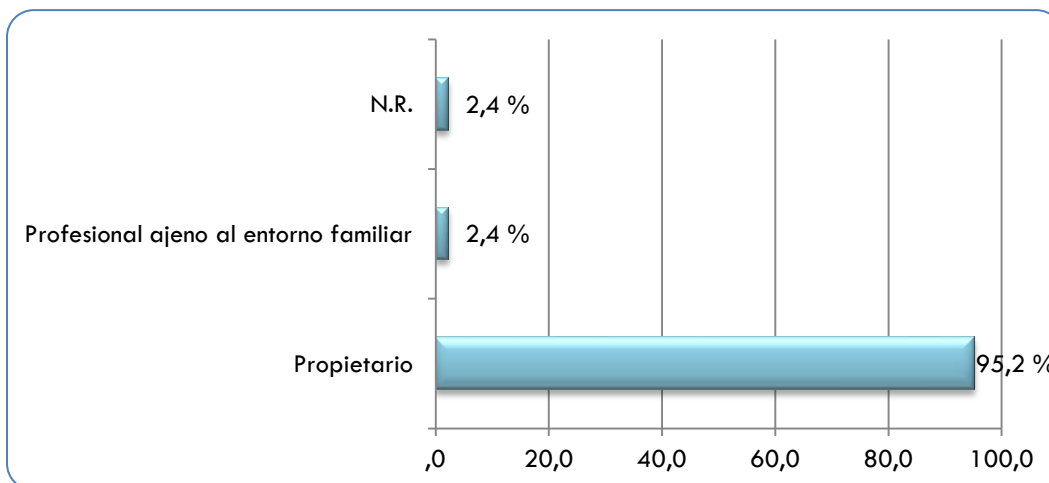
Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011 \_ "Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

En la gestión 2011 se observó una fuerte participación de micro empresas de Servicios de Alimentación con un 71,4%, las que tenían de 1 a 2 empleados permanentes, así como de las empresas pequeñas con un 11,9%, en tanto que las empresas medianas sólo participaron en un 4,8% y las grandes en un 9,5%.

En el 88,1% de los casos eran MYPIMES de servicios de alimentación que buscaban presentar, promocionar y posicionar sus productos en el mercado tarijeño con su participación en la feria, en tanto que casi el 10% eran grandes empresas.

La anterior aseveración se corrobora al determinarse que la mayoría de las empresas eran emprendimientos familiares ya que los propietarios offician al mismo tiempo de gerentes, aspecto que se observó en más del 95,2% de los casos, sólo en el 2,4% se trataba de personal profesional ajeno al entorno familiar.

Gráfico N° 34: Relación Gerente – Propietario de la Empresa (en %)



N. R. = No responde

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011 \_ "Servicios de Alimentación"; CIEPLANE



## 1.4 Personal de Atención al Cliente



**Las empresas de servicios de alimentos en la EXPOSUR 2011 emplearon a un total de 202 personas entre personal eventual y permanente para la atención de clientes**

Del total de empresas, se observa que el 35,7% empleó a cuatro trabajadores para la atención de clientes, pudiéndose también indicar que el 73,8% emplearon de 2 a 5 y el 26.2% entre 6 y 14.

**Cuadro N° 25: Número de Personas de Atención al Cliente por Empresa**

Nro. de personas	Nro. Empresas	Porcentaje	Total Personal de Atención
2	2	4,8	4
3	8	19,0	24
4	15	35,7	60
5	6	14,3	30
6	5	11,9	30
8	5	11,9	40
14	1	2,4	14
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100,0</b>	<b>202</b>

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ "Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

Los principales estadísticos sobre el número personas que trabajaron en los diferentes stands, nos indican que trabajaron un promedio de 5 empleados, que el número más común para la atención fue de 4 personas, el menor de 2 y el mayor de 14.

Medidas de Tendencia Central	¿Cuántas personas atienden el Stand?
Media	5
Moda	4
Mínimo	2
Máximo	14
<b>Total empleados</b>	<b>202</b>

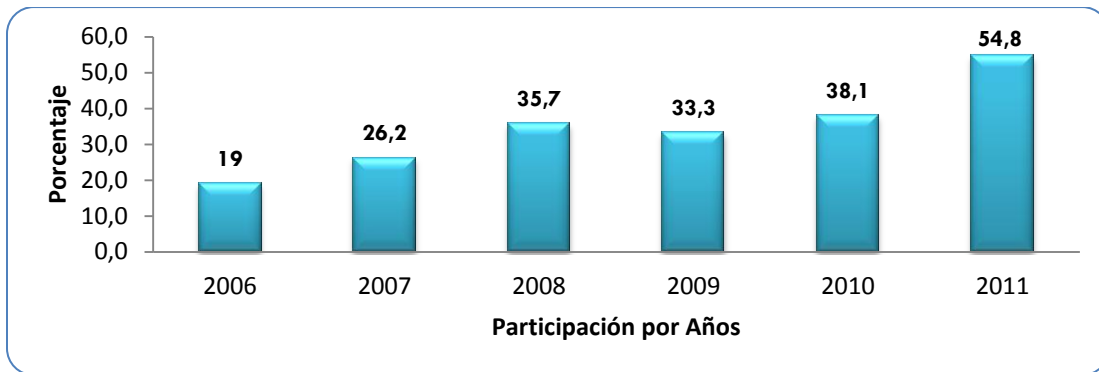
## 2. RESPECTO A LA FERIA

### 2.1 Participación de Empresarios de Servicios de Alimentos en las Últimas Versiones de la EXPOSUR

En esta versión el 54,8% (23) del total de las empresas (42), participaron por primera vez en la feria, en tanto que el 45,2% indicó haber participado en versiones anteriores a la del año 2011.

Así del total de empresas, 19% (8) participaron en la versión 2006, 26,2% (11) en el año 2007, 35,7 (15) el 2008, disminuyó su participación el año 2009 con un 33,3% (14), para subir el año 2010 al 38,1% (16).

Gráfico N° 35: Participación de las Empresas de Servicios de Alimentos en Diferentes Versiones de la EXPOSUR (en %)

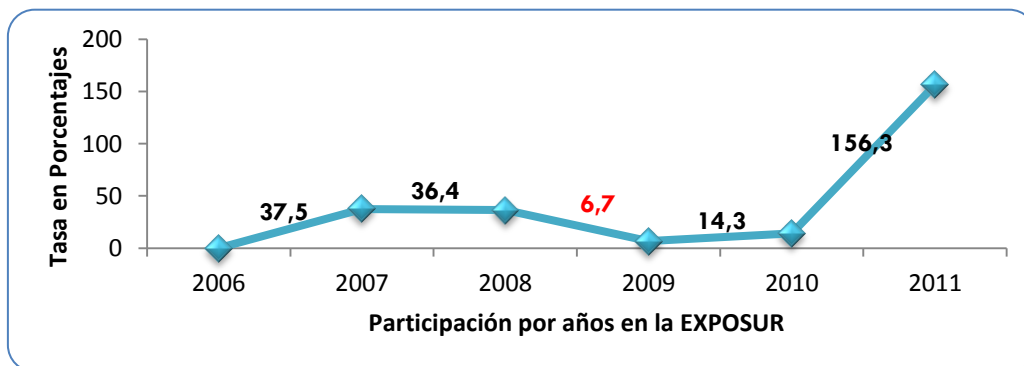


Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ "Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

Los porcentajes de participación por año nos muestran por tanto una tasa creciente (con excepción del año 2009) por parte de las empresas que participaron en el año 2011 y que lo vienen haciendo desde versiones anteriores.

La tasa anual de crecimiento, la vemos reflejada en el siguiente gráfico, donde observamos el fuerte crecimiento del 156,3% en la gestión 2010 – 2011 y la tasa negativa de 6,7% en el año 2009.

Gráfico N° 36: Tasa de Crecimiento Anual de Participación de las Empresas, de Servicios de Alimentos en la EXPOSUR 2011



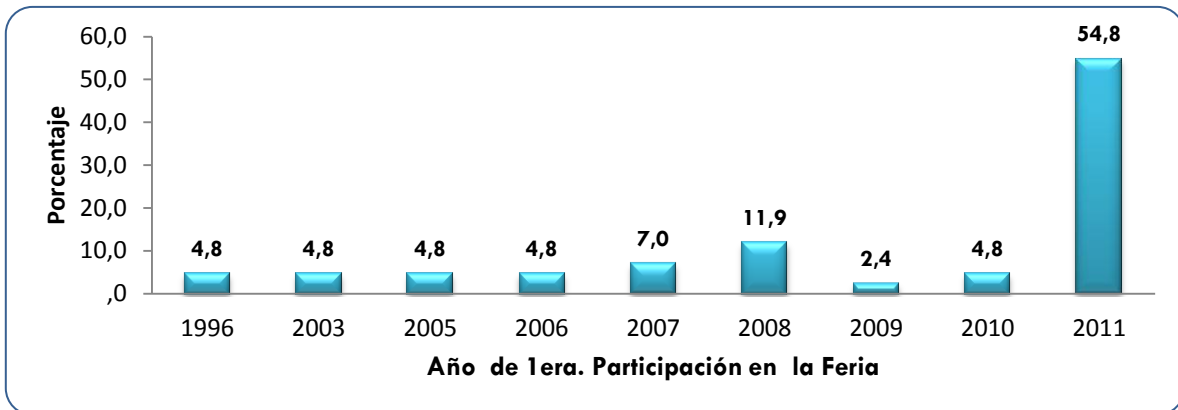
Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ "Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

## 2.2 Porcentaje de Empresas que Participaron por 1era. Vez en Diferentes Versiones de la EXPOSUR

En la gestión, del total de empresas participantes (42) el 4,8%, indicó haber intervenido por primera vez en los años 1996, 2003, 2005, 2006, 2007 y 2010, la gestión 2007 fue del 7%, el 2008 del 11,9; el año 2009 fue de apenas el 2,4% para subir el año 2011 al 54,7%.

Luego de las 42 empresas que intervinieron en la feria, 54,8% participaron por primera vez en la misma.

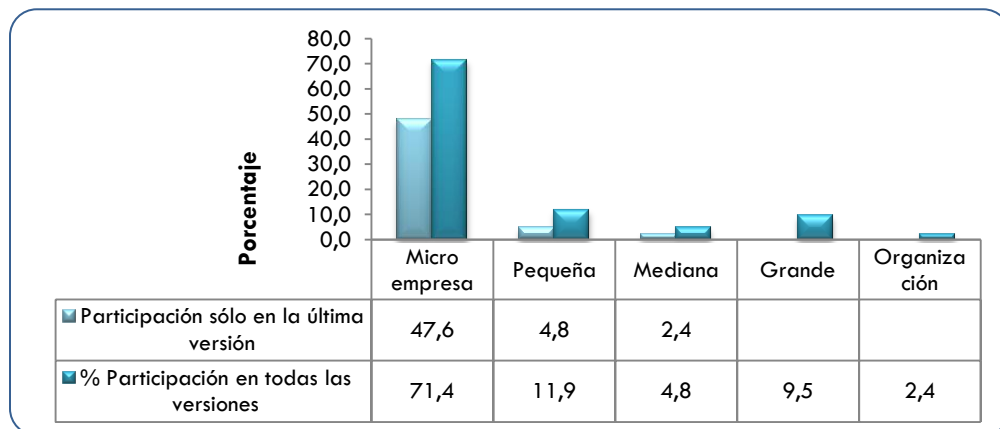
Gráfico N° 37: Año 1era. Participación de la Empresas de Servicios de Alimentos en la Feria EXPOSUR (en %)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ "Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

Del total de empresas (23) que participaron por primera vez, sólo en la última versión de la EXPOSUR el 47,6% fueron microempresas mientras que el 4,8% eran pequeñas y sólo el 2,4% medianas. En tanto que del total (42), que participaron en todas las versiones 71,4% eran microempresas, 11,9% pequeñas, 4,8% medianas, el 9,5% pertenecían a la categoría de grandes empresas de servicios de alimentación y finalmente el 2,4% eran organizaciones, tal como vemos reflejado en el gráfico siguiente:

Gráfico N° 38: Participación de las Empresas de Servicios de Alimentos, en diferentes Versiones de la EXPOSUR (en%)

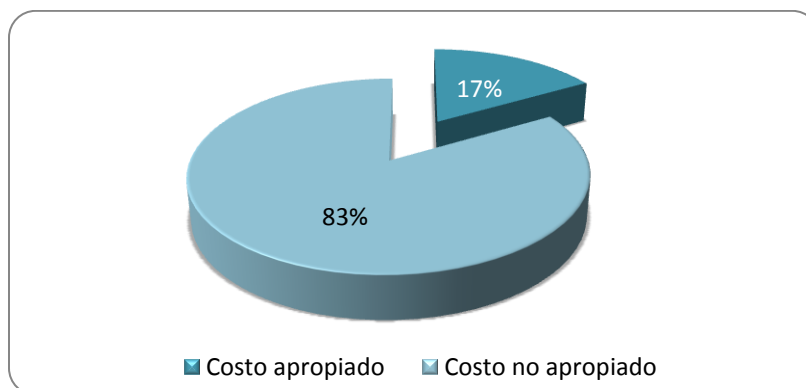


Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ "Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

### 2.3 Costo de Alquiler del Sitio o Stand Pagado por la Empresa

A la pregunta de si la empresa consideraba justo el precio que tuvo que pagar por el sitio o stand para participar en la feria, sólo el 17% opinó que si era apropiado mientras que el 83% consideró que no responde a la realidad local, tal como se refleja en el siguiente gráfico

Gráfico N° 39: Opinión de las Empresas sobre el Costo del Alquiler del Stand (en %)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ "Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

El porqué de estas opiniones las vemos reflejadas en los siguientes cuadros:

Cuadro N° 26: Opinión de las Empresas que Si están de Acuerdo con el Precio Pagado por Alquiler del Stand

Detalle	Nro.	Porcentaje
Por la ubicación	3	42,8
Porque hay clientela	1	14,3
Por la comodidad	1	14,3
Porque se recupera el dinero	1	14,3
Por experimentar	1	14,3
Total Empresas	7	100,0

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ "Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

Así del 17% de los empresarios que opinaron estar de acuerdo con el precio pagado por el espacio ocupado en la feria, el 42,8% indicaron que era un precio justo, por la ubicación del stand, el 14,3% porque había comodidad, clientela; otro 14,3% por experimentar y finalmente otro 14,3%, porque por la clientela y ventas o ingresos que se tenía en los días de duración de la feria, se recuperaba el costo del alquiler.

**Cuadro N° 27: Opinión de las Empresas Disconformes con el Precio Pagado por Alquiler del Stand**

Detalle	Nro.	Porcentaje
Muy caro, precio excesivo	18	51,4
Caro porque el espacio del stand es muy pequeño, tiene mala ubicación, es incómodo, está alejado del escenario	6	17,0
Caro, porque hay poca gente y no hay venta	4	11,4
Caro y no tiene los servicios básicos: luz (mala iluminación), agua (no hay lavamanos)	3	8,6
El alto costo no es incentivo para los empresarios	1	2,9
Mala organización	1	2,9
No hubo buena promoción	1	2,9
No responde	1	2,9
<b>Total Empresas</b>	<b>35</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ "Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

En tanto que del 83% (35) de los empresarios que no estaban de acuerdo con el precio pagado por el espacio, el 91,2% opinó que era muy caro, excesivo o simplemente caro con diversas percepciones; así 51,4%, opinó simplemente que el precio era muy caro o excesivo para nuestro medio, 17% que era caro porque, el espacio del stand era muy pequeño, tenía mala ubicación, era incómodo y además estaba alejado del escenario, otro 11,4% lo tildó de caro porque existía poca afluencia de gente y no había mucha venta, otro 8,6% indicaba que era caro y además no tenía los servicios básicos adecuados.

Finalmente los empresarios en porcentajes similares del 2,9%, opinaron que el alto costo no era un incentivo para participar, además por la mala organización y porque no hubo una buena promoción de la feria.

El 2,9% no respondió a la consulta.

#### **2.4 Gastos Incurridos en Instalación de Puestos de Venta de Alimentos**

Los gastos en instalación hacen referencia a aquellos en que incurrieron los expositores para ubicar sus puestos (instalación de muebles, menaje de cocina, instalación de equipos, decoración, etc.), excluyendo el costo del alquiler.

De acuerdo a los estadísticos que se muestran a continuación, el gasto promedio para la instalación de los puestos de venta fue de 4.209 bolivianos.

El gasto mínimo fue de 400 y el máximo de 10.000 bolivianos la diferencia entre el gasto mínimo y máximo se explica por la calidad de las instalaciones como se pudo observar dentro de la feria, ya que se podía encontrar desde locales bien instalados, hasta modestos kioscos grandes y pequeños de venta.

El gasto aproximado total por instalación de las empresas de servicios de alimentos, fue de aproximadamente 176.778 bolivianos (25.399 \$us.<sup>11</sup>)

**Cuadro N° 28: Estadísticos de las Empresas de Servicios de Alimentos por Gastos de Instalación (Expresado en bolivianos)**

Medidas de Tendencia Central	Gastos
Media	4.209
Mediana	3.590
Moda	2.000
Desviación Típica	2.800
Mínimo	400
Máximo	10.000
<b>Suma</b>	<b>176.778</b>

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010\_Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

Para un mejor análisis el siguiente cuadro nos muestra el porcentaje de empresas según gasto de instalación:

**Cuadro N° 29: Empresas de Servicios de Alimentos según Gastos de Instalación, (en %)**

Intervalo del Gasto en Bolivianos	Nro.	%
400 – 2.000	11	26,2
2.000 – 4.000	14	33,3
4.000 – 6.000	8	19,0
6.000 – 8.000	2	4,8
8.000 – 10.000	5	11,9
N/R	2	4,8
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2011\_Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

Se observa como dato relevante que 33,3% de las empresas gastaron entre 2.000 a 4.000 bolivianos y el 26,2% gastó entre 400 a 2.000, en este rango algunas realizaron gastos reducidos.

Así mismo el 19% de empresas gastó entre 4.000 y 6.000, el 11,9% entre 8.000 y 10.000, finalmente el 4,8% gastó entre 6.000 y 8.000 bolivianos.

<sup>11</sup> Al cambio de 1 \$us. = 6,96 bolivianos

## 2.4.1 Fuente de Financiamiento de los Gastos de Instalación de las Empresas de Servicios de Alimentos

Las empresas afrontaron todos los gastos de instalación con financiamiento propio y externo.

**Cuadro N° 30: Fuente de Financiamiento de Gastos de Instalación de las Empresas de Servicios de Alimentos**

Detalle	Nro. empresas	Porcentaje
Sólo con financiamiento propio	37	88,0
Sólo con financiamiento externo	1	2,5
Con financiamiento propio y Externo	4	9,5
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2011\_Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

En el anterior cuadro observamos que el 88% de las empresas cubrió los gastos con financiamiento propio, el 2,5% con externo y el 9,5% utilizaron ambas fuentes.

### 2.4.4.1. Fuentes de Financiamiento en Porcentajes de Uso

En relación a los porcentajes de uso de las fuentes de financiamiento, observamos que el 88% de las empresas, efectuó los gastos de instalación con el 100% de financiamiento propio, el 2,5%, financió el 100% con externo; en tanto que el 9,5% de las empresas que utilizaron tanto financiamiento propio como externo, costearon estos gastos en porcentajes iguales del 50%.

**Cuadro N° 31: Porcentaje de Gastos de Instalación con Financiamiento Propio de las Empresas**

Detalle	100% Financiamiento	%	50% Financiamiento	%	Total Empresas
Financiamiento Propio	37	88,0			37
Financiamiento Externo	1	2,5			1
Financiamiento Propio y Externo			4	9,5	4
Total Empresas	38	90,5	4	9,5	42

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2011\_Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

En lo referente al financiamiento externo del 12% (5) de las empresas que utilizaron en diferentes porcentajes el mismo; el 20% indicaron que fue proveído por instituciones financieras, el 60% por empresas auspicientes y otro 20% por parientes.

**Cuadro N° 32: Provisión del Financiamiento Externo**

Detalle	Nro. Empresas	Porcentaje
Institución financiera	1	20,0
Empresa auspiciante	3	60,0
Por parientes	1	20,0
Total	5	100,0

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2011\_Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

## 2.5 Propiedad de los Trámites Necesarios para la Participación de las Empresas en la Feria EXPOSUR

A la consulta sobre la complejidad de los trámites y documentación exigida por los organizadores para la participación de los empresarios de servicios de alimentos en la feria, sólo el 57% indicó que eran las apropiadas, el 36% que eran demasiado complicados, mientras que un 7% no respondió.

**Cuadro N° 33: Propiedad de los Trámites Necesarios para la Participación de las Empresas de Alimentos en la Feria**

Detalle	Nro. Empresas	Porcentaje
Apropiados	24	57
Demasiado complicados	15	36
N/r	3	7
Total	42	100

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2011\_Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

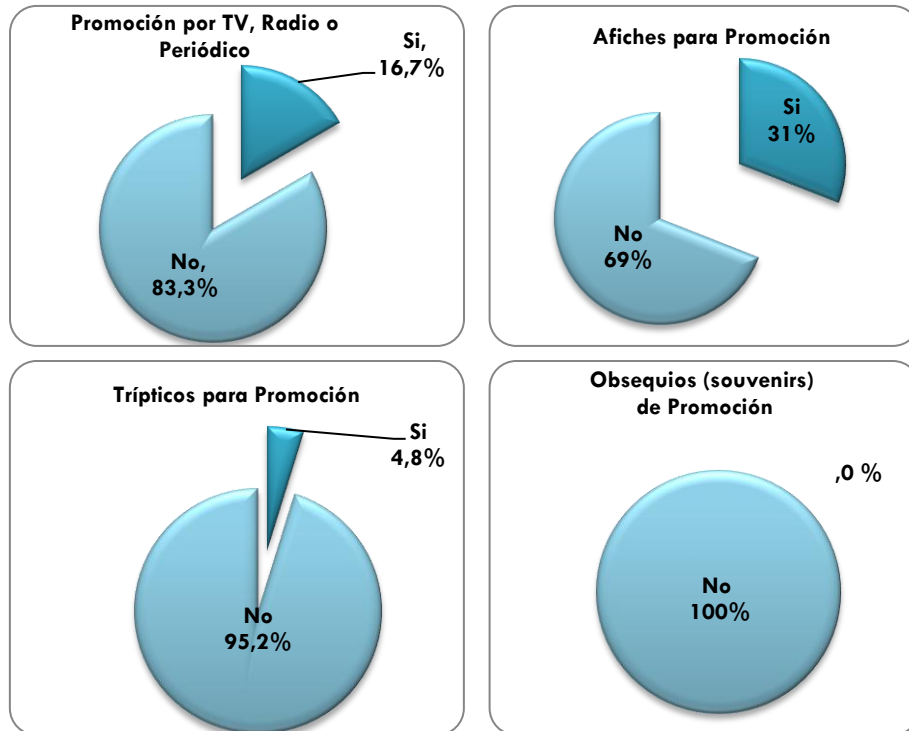
## 2.6 Materiales y Métodos de Promoción Utilizados por las Empresas de Servicios de Alimentación

Del total de empresas, el 16,7%, utilizaron para la promoción de sus servicios, medios orales (TV, radio) y escritos (periódico), afiches el 31%, un 4,8% trípticos; notándose que en esta versión las empresas no promocionaron sus servicios entregando suvenires<sup>12</sup> a los clientes, tal como se observa en los gráficos siguientes.

<sup>12</sup> Objeto que sirve como recuerdo de la visita a algún lugar determinado



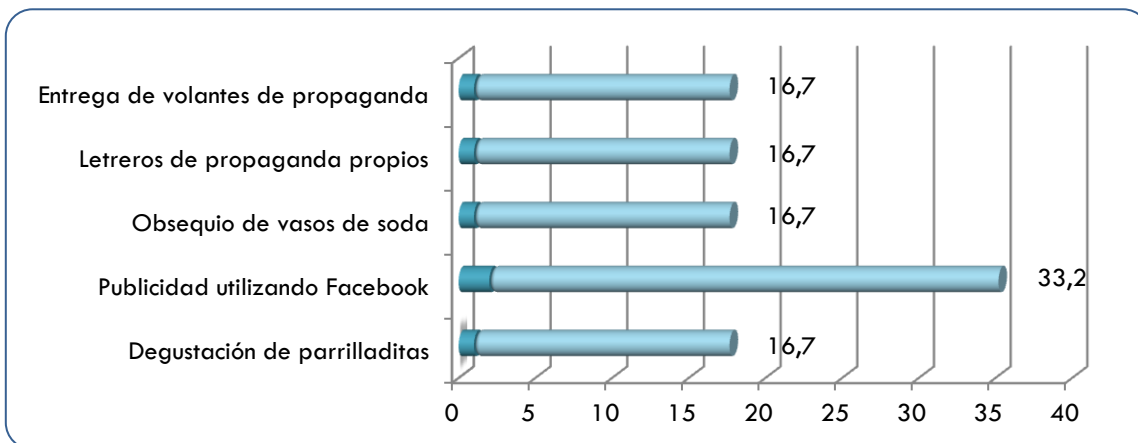
**Gráfico N° 40: Porcentajes de los Materiales y Métodos utilizados por las Empresas de Alimentación para la Promoción de sus Servicios**



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2011\_Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

A la consulta sobre otros métodos y materiales de promoción utilizados por los empresarios, se observan varias respuestas pero la más importante con un 33,2% hace referencia a la utilización del facebook como sistema de promoción masiva, el 16,7% hizo entrega de volantes de propaganda, otro 16,7% usó letreros de propaganda propios, el 16,7% obsequió vasos de soda y finalmente otro 16,7% brindó la degustación de parrilladitas.

**Gráfico N° 41: Otros Materiales y Métodos Utilizados por las Empresas de Alimentación para la Promoción de sus Servicios en la Feria EXPOSUR 2011 (en %)**

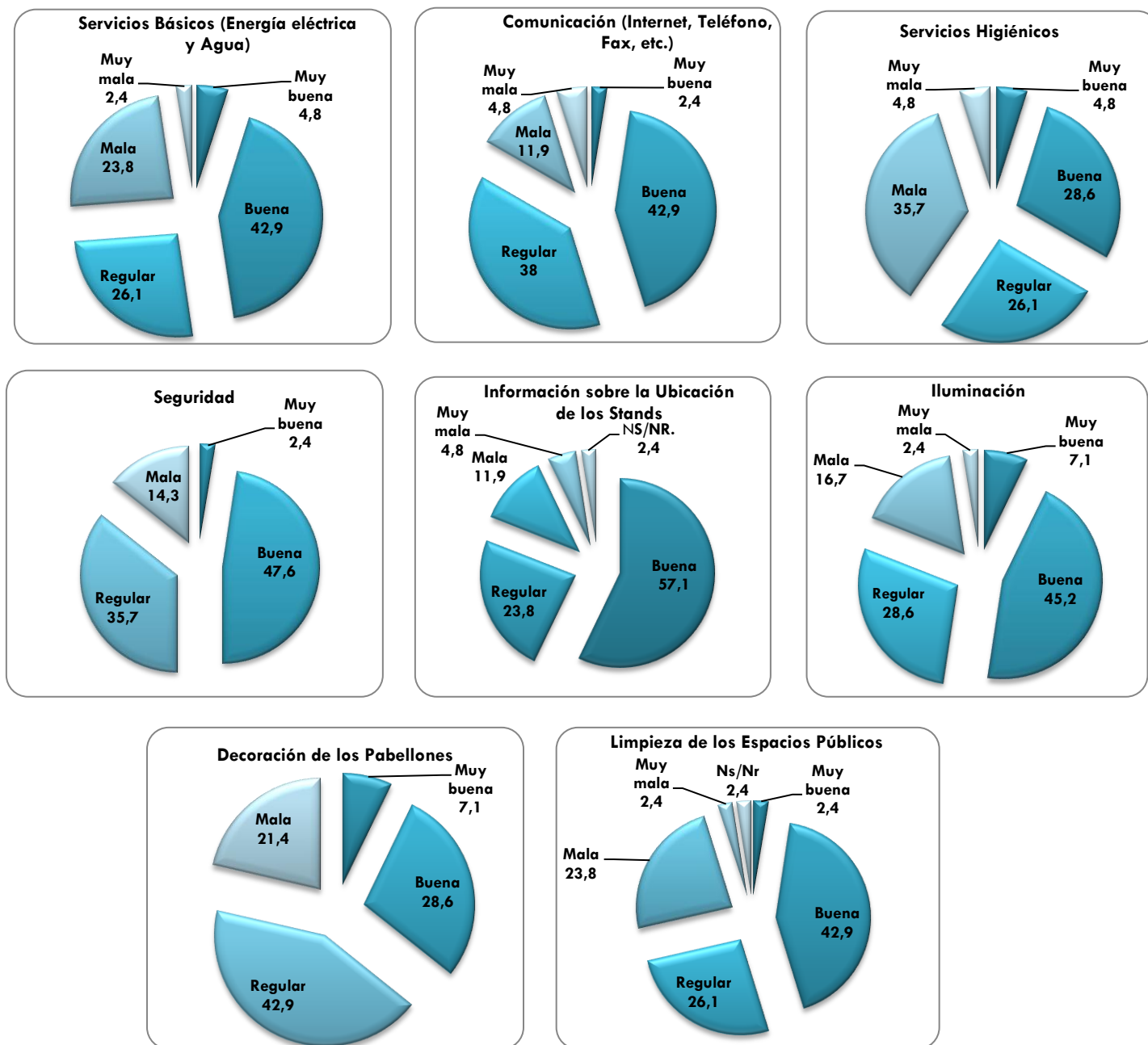


Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2011\_Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

## 2.7 Calificación a los Servicios de Apoyo que Brindó la Organización de la EXPOSUR a las Empresas de Servicios de Alimentos

La calificación en porcentajes sobre los servicios y apoyo prestados por la organización de la EXPOSUR a los participantes del sector de gastronomía se presenta a continuación:

Gráfico N° 42: Calificación de los Servicios de Apoyo Brindados en la Feria (en %)



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2011\_Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

Igualmente en el cuadro Nro. 35 se presenta la calificación de los empresarios a la calidad de los servicios prestados tanto a nivel individual, como a nivel general o en promedio:

**Cuadro N° 34: Calificación a los Servicios de Apoyo Brindados en la EXPOSUR 2011, por los Empresarios de Servicios de Alimentación (en %)**

Detalle	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Muy mala	Ns/Nr	Total
Servicios básicos (Energía eléctrica y agua)	4,8	42,9	26,1	23,8	2,4		100,0
Servicios de Comunicación	2,4	42,9	38,0	11,9	4,8		100,0
Servicios higiénicos	4,8	28,6	26,1	35,7	4,8		100,0
Servicios de Seguridad	2,4	47,6	35,7	14,3			100,0
Servicios de Información sobre ubicación de Stands		57,1	23,8	11,9	4,8	2,4	100,0
Servicios de Iluminación	7,1	45,2	28,6	16,7	2,4		100,0
Decoración observada en los Stands	7,1	28,6	42,9	21,4			100,0
Limpieza de los Espacios Públicos	2,4	42,9	26,1	23,8	2,4	2,4	100,0
<b>Calificación General</b>	<b>3,9</b>	<b>42,0</b>	<b>31,0</b>	<b>19,9</b>	<b>2,7</b>	<b>0,6</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2011\_Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

El detalle nos muestra de manera global que los empresarios calificaron con los mayores porcentajes, a seis (75%) de ocho servicios prestados con calificación de **buena**, con un promedio del 42%, nótese que la mayoría tienen porcentajes inferiores al 50%, solamente el servicio de información sobre la ubicación de stands recibió el porcentaje de calificación más alto cercano al 60%. La dotación de servicios higiénicos recibió en cambio la calificación en porcentajes más alto de **malo**.

La decoración de los stands, recibió una calificación general del 31% como **regular**.

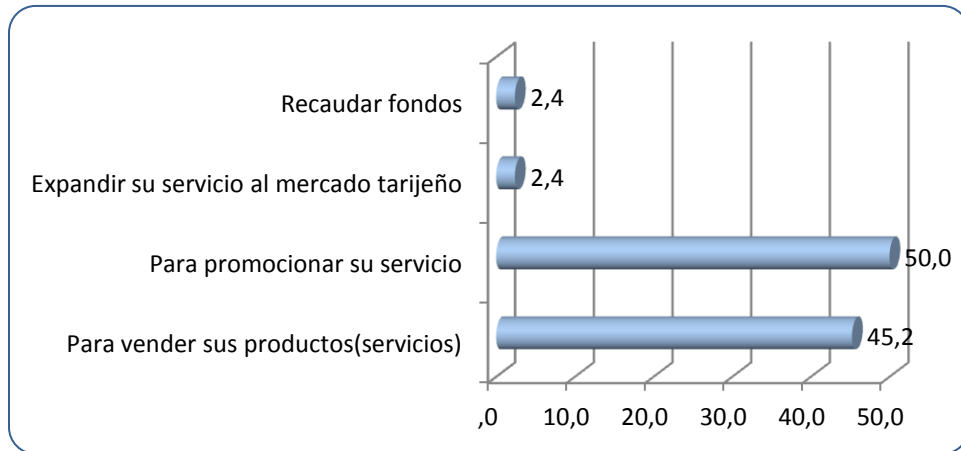
Se debe tomar en cuenta para futuras versiones que casi un 5% de los empresarios calificaron como **muy malos**, a los servicios de comunicación, higiénicos y de información para la ubicación de los stands.

## 2.8 Principales Motivos de participación en la Feria EXPOSUR 2011

Las empresas de Servicios de Alimentación, en un 50% lo hicieron motivadas en promocionar su servicios (principalmente las que tienen menos de un año de funcionamiento), es decir hacer conocer a la población en general el tipo de servicio que prestan, aspecto que puede calificarse como el fundamental, en segundo lugar y con el 45,2% para vender su servicio y obtener buenos ingresos durante la feria, en tercer lugar con un 2,4% las que desean expandir su mercado, haciendo conocer sus servicios a la mayor cantidad de visitantes, conociendo que la feria recibe más de 35.000 en promedio durante los días de su realización; así como recaudar fondos para las que forman parte de alguna organización.<sup>13</sup>

<sup>13</sup> Fondos para su organización

**Gráfico N° 43: Principal Motivo de Participación de las Empresas de Servicios de Alimentación en la Feria EXPOSUR 2011 (en %)**



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2011\_Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

### 2.8.1 Cumplimiento de Objetivos por Participación en la EXPOSUR 2011

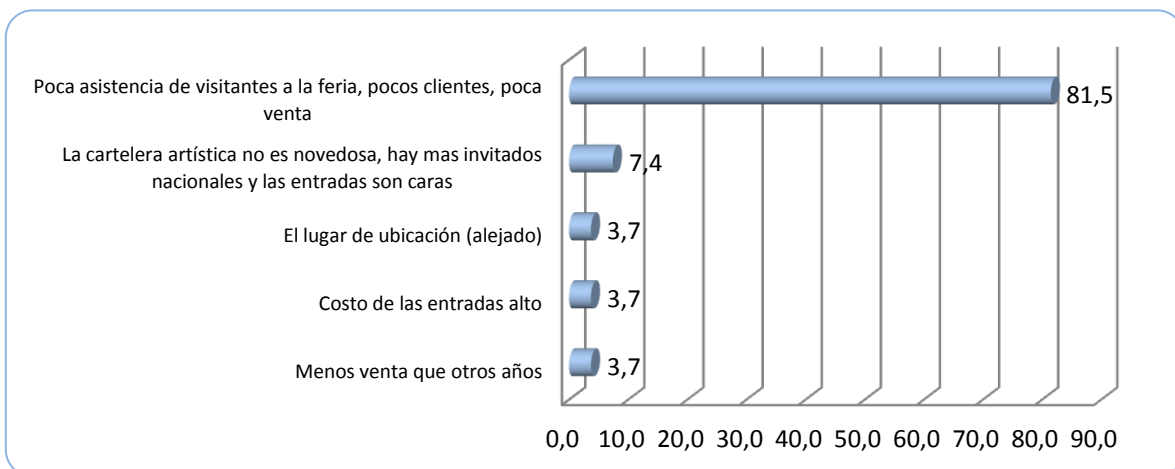
En el gráfico Nro. 43 se observan las razones que motivaron la participación de las empresas; en función a estas respuestas, se indagó acerca del cumplimiento de sus objetivos y/o metas; preguntando si se cumplieron de acuerdo a lo esperado.

El 64,3% contestó que no los logró de manera satisfactoria mientras que el 35,7% aseguró que si lo hizo.



Las que no cumplieron sus objetivos, adujeron las siguientes razones: 81,5% opinó que debido a la poca asistencia de visitantes a la feria.

**Gráfico N° 44: Razones para el No Cumplimiento de Objetivos de los Empresarios de Alimentación en la Feria EXPOSUR 2011 (en %)**



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2011\_Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

7,4% a la cartelera artística poco novedosa y al precio de las entradas y con porcentajes similares del 3,7% a que se vendió muy poco en la feria, al lugar de ubicación del local y a que el costo de entradas era alto.

## 2.9 Calificación de los Empresarios de Servicios de Alimentación a Diversos Aspectos de la EXPOSUR

La calificación que hicieron los empresarios a los servicios de apoyo y a otros aspectos suscitados a lo largo de la feria nos muestra a nivel general que los porcentajes de calificación en ninguno de los casos supera el 50%, lo que indica que las opiniones estuvieron bastante divididas entre valoraciones de buena, mala, regular, mala, muy mala.

Así a nivel general los empresarios calificaron con los mayores porcentajes de apenas **Regular**, a la mitad de diversos aspectos observados en la feria (Ver Cuadro Nro. 35), entre los que resaltan los expositores internacionales y la calidad de los artistas con el 66,7% y 61,9%.

**Cuadro N° 35: Calificación a Diversos Aspectos de la EXPOSUR 2011, por los Empresarios de Servicios de Alimentación (en %)**

Servicio	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Muy mala	Ns/Nr	TOTAL
Expositores Internacionales	2,4	14,3	66,7	9,5	2,4	4,7	100
Expositores Nacionales		31,0	52,4	11,9	2,4	2,3	100
Calidad de los Artistas		16,7	61,9	19,0	2,4		100
Organización general de la feria		26,2	52,4	11,9	9,5		100
Atención al público en los stands	2,4	66,7	26,2	4,7			100
El orden en la disposición de los stands	2,4	38,0	40,5	14,3	2,4	2,4	100
Coordinación y apoyo p/instalación del stand		33,3	47,6	16,7	2,4		100
Puntualidad en el inicio de las actividades		33,3	28,6	35,7	2,4		100
Tamaño del campo ferial	7,1	52,4	31,0	9,5			100
Espacios de parqueo	4,8	52,4	26,2	14,2	2,4		100
Publicidad y promoción del evento		14,3	35,7	42,9	7,1		100
Señalización dentro del campo ferial		52,4	47,6				100
Servicios de apoyo al expositor		40,5	42,9	16,6			100
Espacios de recreación y descanso		59,5	28,6	11,9			100
<b>Calificación General</b>	<b>1,4</b>	<b>37,9</b>	<b>42,0</b>	<b>15,6</b>	<b>2,4</b>	<b>0,7</b>	<b>100</b>

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2011\_Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

También como regulares se calificó a los expositores nacionales, a la organización general de la feria, al orden en la disposición de los stands, a la coordinación y apoyo a los empresarios y otros servicios de apoyo al expositor.

Con la calificación de **buena** a la atención al público en los diferentes stands con un porcentaje del 66,7%, y los espacios de recreación y descanso con un 59,5%, como los más relevantes así como el tamaño del campo ferial, espacios de parqueo, y señalización de campo ferial.

Como **malos** fueron calificadas la publicidad y promoción del evento y la puntualidad en el inicio de las actividades.

En el cuadro se nota claramente como la calificación de **muy buena** fue poco utilizada y en los casos en que fue usada obtuvo porcentajes bajos, lo cual patentiza la percepción de que hubo aspectos negativos en esta versión de la feria, aunque se hace relevante también hacer notar que el apelativo de **“muy mala”** en los casos en que fue usado obtuvo los porcentajes más bajos.

### 3. RECOMENDACIONES

A continuación se presentan las recomendaciones que se hicieron para futuras versiones de la feria, con la esperanza de que sirvan para que los organizadores futuros del evento, puedan corregir errores y para que las empresas participantes puedan obtener mejores resultados patentizadas en mayores ganancias presentes y futuras.

**Cuadro N° 36: Recomendaciones de los Empresarios de Servicios de Alimentos para Futuras Versiones de la EXPOSUR (en %)**

Nro.	Detalle	Nro.	Porcentaje
1	Mejorar la cartelera artística (nacional e internacional)	9	21,4
2	Mejorar la organización, organizar con más tiempo	9	21,4
3	Mayor publicidad de la cartelera artística y de la feria	5	11,8
4	Mayor cobertura, interés y apoyo a los expositores por parte de los organizadores	3	7,1
5	Mejorar y dotar de servicios básicos, agua, gas y lavanderías	3	7,1
6	Mejor organización para el tráfico, en las salidas y entradas	2	4,8
7	Organizar con más seriedad la feria	2	4,8
8	Ampliación del espacio de parqueo de las movilidades	1	2,4
9	Que bajen los precios	1	2,4
10	Cambio total, nueva administración de la feria con la empresa privada	1	2,4
11	Que la organización cumpla con los espectáculos prometidos	1	2,4
12	Decidir quién va a vender los stands	1	2,4
13	Mejor coordinación entre los encargados y las autoridades o ejecutivos de la EXPOSUR	1	2,4
14	Mejorar la organización y preparación de los encargados de la feria	1	2,4
15	Que la EXPOSUR sea más popular	1	2,4
16	Que se haga un sorteo para ocupar los stands del sector gastronómico	1	2,4
	<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Base PASW Statistics 18 “EXPOSUR 2011\_Servicios de Alimentación”; CIEPLANE

Así con el 21,4% se tiene como primera recomendación, que la organización mejore la cartelera artística o sea que se contrate mejores artistas, para los espectáculos porque de esto depende el éxito de la feria; los visitantes buscan divertirse y pasar momentos agradables, si no se ofertan espectáculos de calidad los mismos no asisten. Igualmente recomiendan se mejore la organización de la feria, consideran que esta se debe organizar con más tiempo, lo cual redundará en los ingresos por la venta de mayores entradas y en las ventas de las empresas participantes.

Como segunda recomendación con un 11,8% piden se haga mayor publicidad del evento y de la cartelera artística la cual no se debe improvisar, porque reduce notoriamente el número de visitantes.

Como tercera recomendación con iguales porcentajes del 7,1%, se pide mayor apoyo a los expositores en general, así como la dotación de mayor y mejores servicios básicos.

Se presentan en el Cuadro Nro. 36 todas las recomendaciones e inquietudes emitidas, las que deben ser tomadas muy en cuenta por la organización, porque vienen de la experiencia y de los problemas que afrontan los empresarios.

## VIII. ARTISTAS

En este capítulo de la Feria EXPOSUR 2011, se hizo un análisis a partir de encuestas al elenco de artistas que participaron en la feria, a objeto de conocer desde su perspectiva opiniones sobre: la organización, el despliegue del apoyo técnico y qué aspectos se pudieran corregir para mejorar la calidad de las presentaciones.

A continuación se presenta la cartelera de los artistas que actuaron en la feria y a quienes se realizó la encuesta, entre solistas, conjuntos, grupos, ballets y otras agrupaciones, de procedencia local, nacional e internacional.

**Cuadro N° 37: Nómina de Artistas Participantes en la EXPOSUR 2011**

Ay Juna	Luigi
Ballet Arte y Estilo	Máquina del Tiempo
Ballet Arte y Tradición de Caraparí	María Nélica
Ballet Churo Amanecer	Mario Cuellar
Ballet Libertad	Maritza Donaire
Ballet Monte y Cielo	Mataco Aguilera
Ballet Pasos de Fuego	Miriam Wayar
Ballet Sudamericano	Negro Palma
Canto Churo	Ronald Arteaga
Dalmiro Cuellar	Sangre Nueva
Encanto	Sentimiento
Enriqueta Ulloa	Un Paso al Arte
Ernesto Mealla	Víctor Tejerina
Esther Marisol	Vidaleros
Germán Casal	Yalo Cuellar
Grupo La Mira	Los Arrieros
Grupo San Francisco	Los Canarios del Chaco
Hans y Chivo	Los Cantores del Lago
Hermanos Aguirre	Los Cantores del Valle
Imaná	Los Embajadores del Guadalquivir
Kimera	Los Hermanos Mealla
La Compañía	Los Peregrinos
Las Churas	Lourdes Villa
Las Voces del Valle	Luchín Ceballos
Leo Velazco	

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Artistas"; CIEPLANE

A continuación se describen las principales características del elenco artístico que participó del evento ferial:



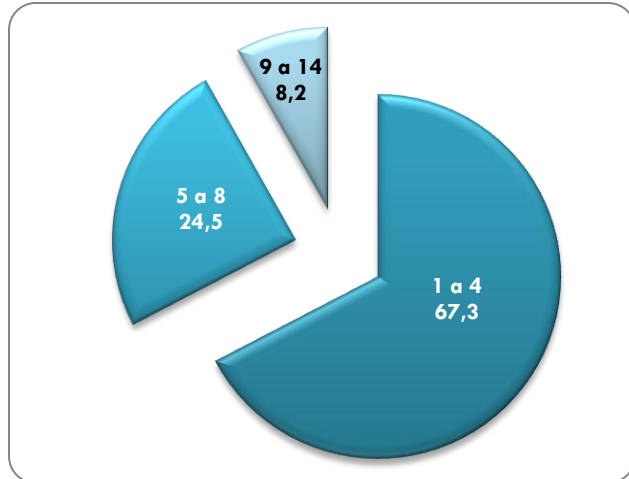
## 1. CARACTERÍSTICAS DE LOS ARTISTAS

### 1.1 Número de Presentaciones en la Feria

El 67,3% de los artistas mencionaron que sólo realizaron de 1 a 4 actuaciones en todos los años de vigencia de la EXPOSUR, 24,5% tuvieron de 5 a 8 presentaciones y sólo 8,2% efectuó de 9 a 14 actuaciones.

Estos porcentajes indican que los organizadores renuevan la cartelera artística en lo referente a las agrupaciones, dando oportunidad a variedad de grupos de antigua y reciente creación a nivel local y departamental.

Gráfico N° 45: Número de Presentaciones del Elenco Artístico, en la EXPOSUR (en %)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Artistas"; CIEPLANE

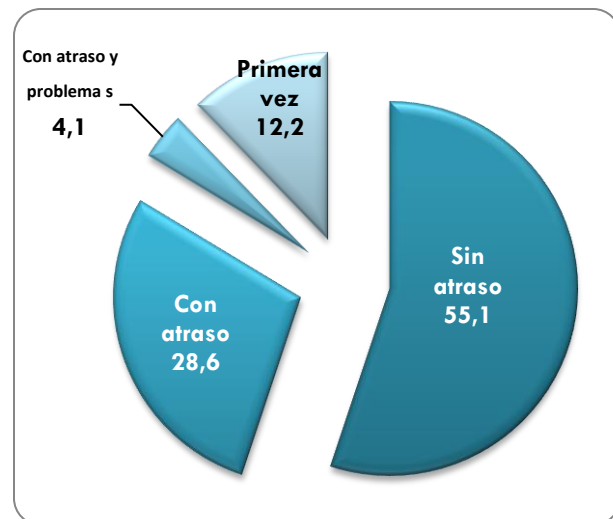
### 1.2 Cancelación de Honorarios a los Artistas

En el análisis acerca de la celeridad de la organización, para el pago de honorarios a los artistas contratados, sobre el total se determinó que el 55,1% fueron cancelados sin ninguna demora.

Para el 28,6% de los artistas su cancelación tuvo retrasos y el 4,1% mencionó, que no solo tuvo retrasos sino que además tuvieron problemas al momento del cobro.

El restante 12,2% de los artistas mencionaron que es la primera vez que participan en la feria.

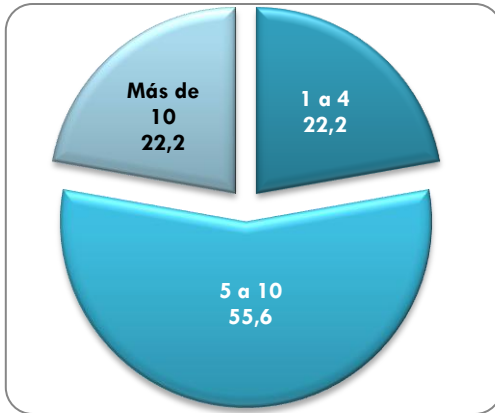
Gráfico N° 46: Cancelación de Honorarios (en %)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Artistas"; CIEPLANE

### 1.3 Visitas a Tarija para efectuar Presentaciones Artísticas

Gráfico N° 47: Cancelación de Honorarios (en %)



Acerca del número de visitas que realizan los artistas a la ciudad de Tarija por motivos de presentación artística en la feria, sobre el total de artistas foráneos se determinó que el 55,6% hizo de 5 a 10 visitas.

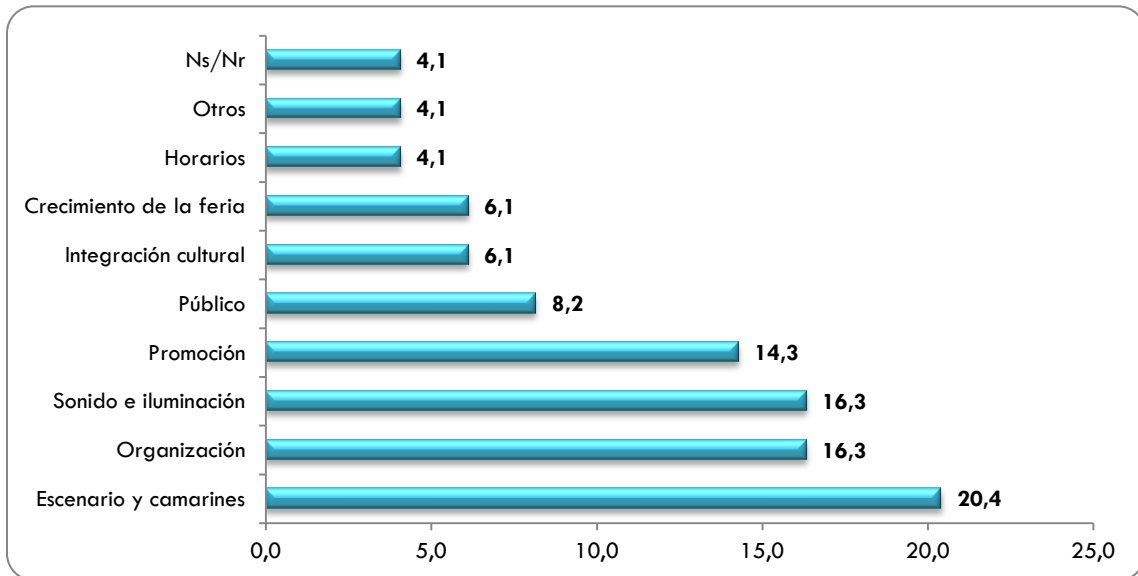
Con un mismo porcentaje del 22,2% algunos artistas visitaron nuestra ciudad de 1 a 4 veces y otros realizaron más de 10 visitas.

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Artistas"; CIEPLANE

## 2. ASPECTOS POSITIVOS - NEGATIVOS VALORADOS POR LOS ARTISTAS

### 2.1 Aspectos Positivos

Gráfico N° 48: Aspectos Positivos para el artista (en %)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Artistas"; CIEPLANE

Entre los aspectos positivos que destacaron los artistas contratados valorando diferentes aspectos que efectivizaron su presentación, fueron primero con el 20,4% los cambios y arreglos que se hicieron para esta feria en el escenario y los camarines, en segundo lugar y con un mismo porcentaje la organización, el sonido y la iluminación.

El 14,3% indicaron que la EXPOSUR es una oportunidad para promocionar nuevos talentos artísticos locales y nacionales, así como para la presentación en calidad de estreno de temas musicales de reciente creación.

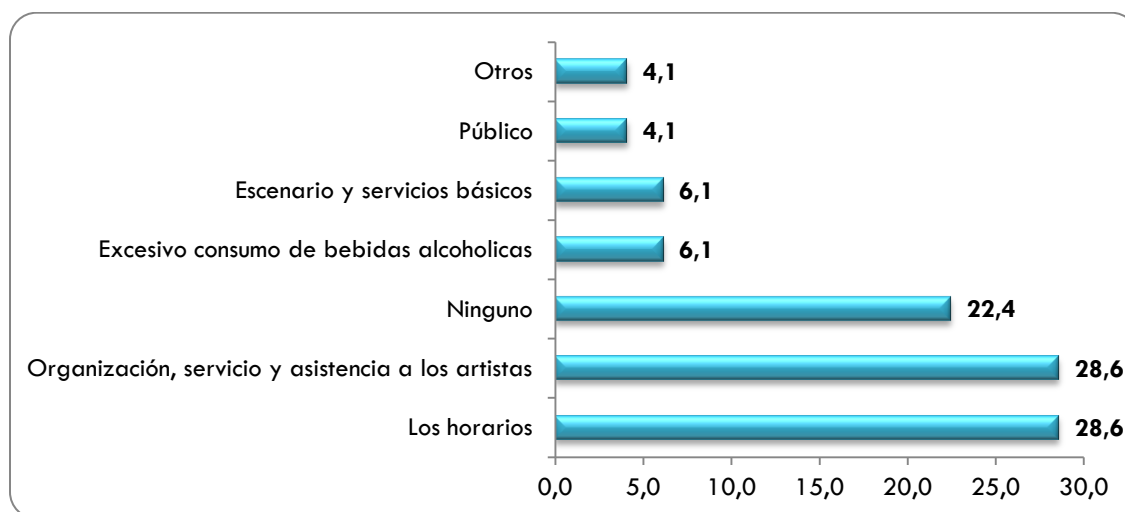
El 8,2% vio como positiva la acogida y calidez del público espectador, tanto por su concurrencia como por el apoyo observado durante la actuación, el 6,1% en porcentajes iguales tanto al crecimiento de la feria como la integración cultural. Otros aspectos positivos mencionados fueron: los horarios, y que se toman encuestas para verificar la calidad de la actuación y de los apoyos prestados a los artistas; y finalmente que se toman en cuenta los expositores que exponen sus productos.

## 2.2 Aspectos Negativos Durante las Presentaciones Artísticas

Con un porcentaje del 28,6% cada uno, los dos aspectos negativos mencionados por los artistas para realizar su presentación fueron el incumplimiento de los horarios, los horarios en general y los aspectos organizativos, el servicio y la asistencia o apoyo brindado.

Un notable 22,4% de los artistas entrevistados indicó que no observó ningún aspecto negativo para su presentación. Con un mismo porcentaje del 6,1% se señalaron el exceso en el consumo de bebidas alcohólicas, el escenario y los servicios básicos. Con el 4,1% las actitudes y la asistencia del público al escenario principal.

Gráfico N° 49: Aspectos Negativos Observados por los Artistas en la EXPOSUR (en %)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Artistas"; CIEPLANE

## 3. CALIFICACIÓN DE LOS ARTISTAS

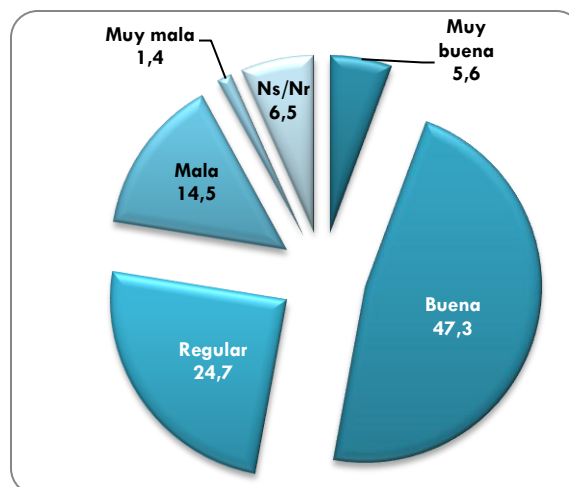
### 3.1 Servicios de Apoyo Brindados por la Organización

Con relación a los servicios de apoyo que se prestaron a los artistas en la EXPOSUR 2011, (Ver cuadro 38) el 52,9% los calificaron de **buena y muy buena** (47,3% y 5,6% respectivamente).

El 24,7% los calificaron como regulares, de malos el 14,5%, de muy malos sólo el 1,4% y el 6,5% restante no respondieron a la pregunta.

El cuadro inferior, muestra la calificación individual que hicieron los artistas a los servicios de apoyo que recibieron, en la misma se evidencia que los servicios de iluminación, escenario y ubicación al público obtuvieron una calificación mayor al 60% de buenos. En tanto que los camarines y seguridad tuvieron sólo una calificación mayor al 50% de buenos. Los servicios de sonido, horarios, servicios básicos, transporte, recepción y alojamiento tienen los mayores porcentajes en la calificación de buenos, aunque en porcentajes no mayores al 50%.

Gráfico N° 50: Calificación a los Servicios Prestados por la Organización (en %)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Artistas"; CIEPLANE

Cuadro N° 38: Calificación a los Servicios de Apoyo Brindados al Artista (en %)

Servicio	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Muy mala	Ns/Nr	TOTAL
Iluminación	12,2	61,2	22,4	-	-	4,2	100
Escenario	10,2	61,2	24,5	-	-	4,1	100
Sonido	14,3	49,0	22,4	12,2	-	2,1	100
Horarios	-	38,8	32,7	24,5	2,0	2,0	100
Servicios básicos	2,0	44,9	32,7	16,3	-	4,1	100
Camarines	-	57,1	32,7	4,1	4,1	2,0	100
Transporte	-	26,5	24,5	34,7	4,1	10,2	100
Recepción	2,0	49,0	34,7	8,2	2,0	4,1	100
Alojamiento	-	32,7	18,4	24,5	2,0	22,4	100
Alimentación	2,0	28,6	6,1	42,9	2,0	18,4	100
Ubicación del público	10,2	67,3	16,3	2,0	-	4,2	100
Seguridad	14,3	51,0	28,6	4,1	-	2,0	100
<b>Calificación General</b>	<b>5,6</b>	<b>47,3</b>	<b>24,7</b>	<b>14,5</b>	<b>1,4</b>	<b>6,5</b>	<b>100</b>

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Artistas"; CIEPLANE

Un aspecto relevante a tomar en cuenta por los organizadores fue que la alimentación y el transporte fueron los únicos servicios que obtuvieron una calificación mayoritaria de mala.

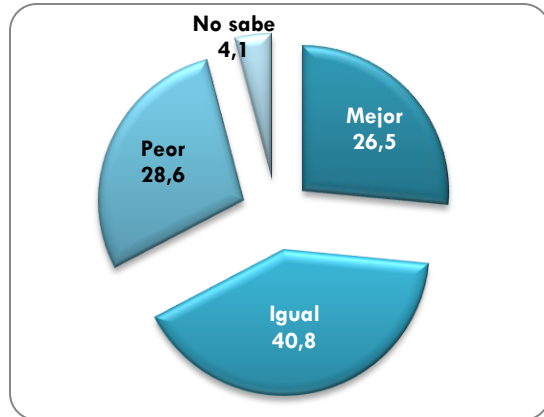
### 3.2 Calificación a los Espectáculos Artísticos Presentados en la EXPOSUR

El objetivo de los espectáculos artísticos es contribuir al atractivo de la feria para atraer al mayor número de visitantes.

Con un porcentaje del 40,8%, de acuerdo al criterio de los propios artistas el nivel de los espectáculos fue igual al de años anteriores, el 28,6% opinó que el nivel estuvo peor que versiones anterior, en tanto que el 26,5% juzgó que fue mejor y estar satisfechos con los espectáculos que se pusieron a consideración del público.

Sólo el 4,1% no respondió a la pregunta.

Gráfico N° 51: Calificación a los Espectáculos Artísticos Presentados (en %)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Artistas"; CIEPLANE

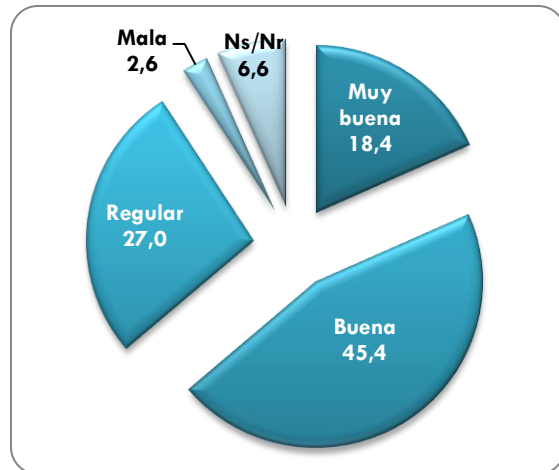
### 3.3 Calificación a la Participación de Artistas Locales, Nacionales, Departamentales e Internacionales

En general los artistas locales, nacionales e internacionales calificaron la participación

artística como muy buena y buena en un 63,8% de los casos, el 27% sólo como regular, en tanto que el 2,6% como mala y el 6,6% no supo responder a la pregunta.

El cuadro Nro. 39 proporciona información sobre la calificación particular que realizaron los propios artistas, así observamos en el mismo que el 53,1% calificó de buenos a los provenientes de otros departamentos, entre otros resultados.

Gráfico N° 52: Calificación General a la Participación Artística (en %)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Artistas"; CIEPLANE

Cuadro N° 39: Calificación a la Participación Artística (en %)

	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Ns/Nr	TOTAL
Calificación artistas locales	36,7	46,9	12,2	-	4,2	100
Calificación artistas del departamento	26,5	49,0	20,4	-	4,1	100
Calificación artistas nacionales	8,2	53,1	32,7	-	6,0	100
Calificación artistas internacionales	2,0	32,7	42,9	10,2	12,2	100
<b>Calificación General</b>	<b>18,4</b>	<b>45,4</b>	<b>27,0</b>	<b>2,6</b>	<b>6,6</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Artistas"; CIEPLANE

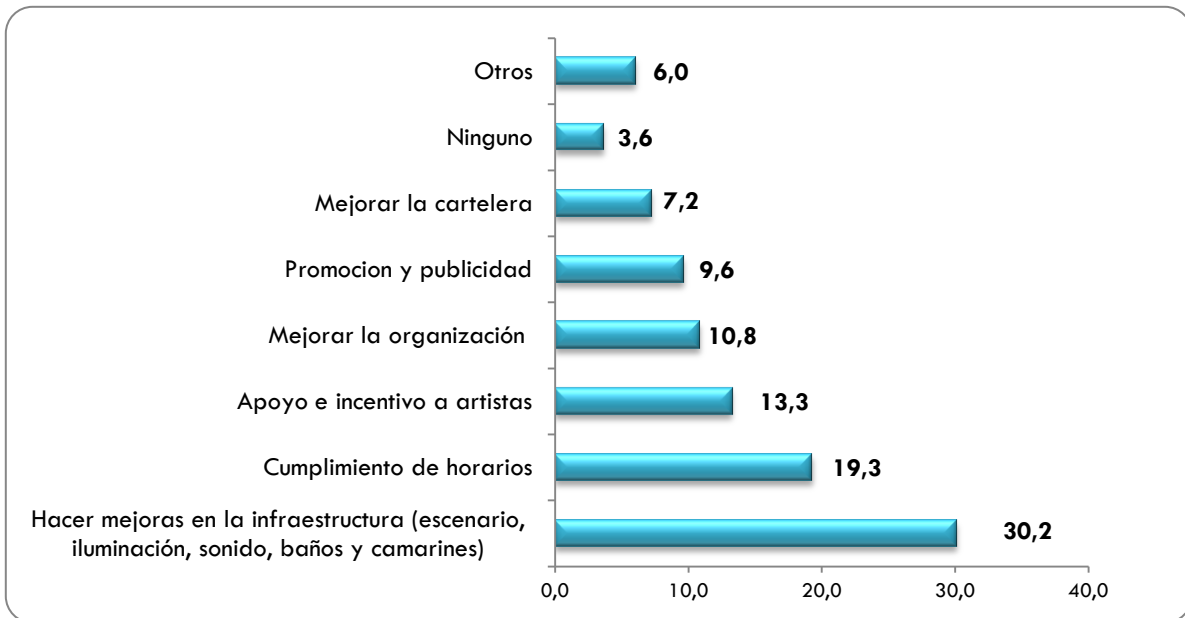
## 4. RECOMENDACIONES

Con el propósito de contribuir a mejorar el desarrollo y la calidad de los espectáculos de la EXPOSUR en futuras versiones, los artistas emitieron las siguientes recomendaciones para que sean tomadas en cuenta por la organización ferial.

El 30,2% consideró que el aspecto que merece mayor atención es mejorar la infraestructura: El escenario donde se realizan las presentaciones artísticas, la iluminación, el sonido, los baños y camarines de los artistas, el 19,3% recomendó el cumplimiento de los horarios y el 13,3% apoyar e incentivar a los artistas tanto locales como regionales.

El resto de las recomendaciones realizadas por los encuestados se reflejan en el gráfico siguiente:

Gráfico N° 53: Aspectos a Mejorar en Futuros Eventos FERIALES (en %)



Fuente: Base IBM SPSS Statistics 20 "EXPOSUR 2011\_ Artistas"; CIEPLANE

# **A N E X O S**

Anexo N° 1: Cuestionario para Visitantes



GOBIERNO DEPARTAMENTAL AUTÓNOMO DEL DEPARTAMENTO DE TARIJA  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA "JUAN MISAEL SARACHO"  
CENTRO DE INFORMACIÓN EMPRESARIAL Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA



XIV VERSIÓN FERIA INTERNACIONAL EXPOSUR 2011

**CUESTIONARIO PARA VISITANTES**

N° \_\_\_\_\_

La UAJMS y el CIEPLANE en coordinación con la Secretaría Departamental de Desarrollo Económico y Productivo del Departamento de Tarija está llevando a cabo un trabajo de investigación relativo a la Exposur 2011 para este efecto solicitamos a usted tenga la amabilidad de ayudarnos, proporcionándonos la

**MODULO 1: CARACTERÍSTICAS GENERALES**

1.- Sexo: F  M  2.- Edad  3.- Estado Civil    
 4.- Ocupación \_\_\_\_\_ 5.- Lugar de procedencia \_\_\_\_\_   
 1. Soltero(a) 4. Divorciado(a)   
 2. Casado(a) 5. Separado   
 3. Viudo(a) 6. Unión

**MODULO 2: RESPECTO A LA FERIA**

1. ¿Porque motivo ha venido a la EXPOSUR 2011?   
 a. Por los espectáculos    
 b. Por razones de Negocios    
 c. Para realizar compras    
 d. Otros \_\_\_\_\_

2.- ¿Que versiones de EXPOSUR ha visitado?   
 a. Versión 2007    
 b. Versión 2008    
 c. Versión 2009    
 d. Versión 2010

3.- ¿Por que medios se ha informado de la realización de EXPOSUR 2011?   
 a. Televisión    
 b. Radio    
 c. Periódico    
 d. Invitación    
 e. Otros \_\_\_\_\_

4.- ¿Como califica la EXPOSUR 2011 respecto a las anteriores versiones?   
 ¿Por qué?   
 a. Mejor  \_\_\_\_\_   
 b. Igual  \_\_\_\_\_   
 c. Peor  \_\_\_\_\_   
 d. No sabe  \_\_\_\_\_

5.- ¿Como califica la atención en los stands en general?   
 a. Muy Bien    
 b. Bien    
 c. Regular    
 d. Mala    
 e. Muy Mala

6.- ¿Adquirió Usted algún produc: Si  No    
 6.1.- Que tipo de productos (priorizar 3 de la siguiente lista):   
 a. Alimentos y comidas  i. Medicamentos    
 b. Artesanías  j. Eq. de computación    
 c. Juguetes, peluches, etc  k. Cosméticos    
 d. Productos naturales  l. Artículos eléctricos    
 e. Joyería y relojes  m. Libros    
 f. Vinos y bebidas  n. Muebles    
 g. Ropa  o. Maquinaria y equipos    
 h. Artículos de entretenimiento (Cd's, música, etc)  p. Otros \_\_\_\_\_

7.- ¿Que aspectos de la feria le agradan más? (priorizar 3 de la sgte. lista)   
 a. Los Stands  f. La calidad de los productos    
 b. Las azafatas y atención al cliente  g. La variedad de productos que se presenta    
 c. La comida  h. La organización del tráfico    
 d. Las presentaciones artísticas  i. Todo en general    
 e. La infraestructura  j. Otros \_\_\_\_\_



<b>8.- ¿Según su criterio cual fue el mejor stand ? (tomando en cuenta las grandes empresas)</b> R.- _____	<b>9.- ¿Según su criterio cual fue el mejor stand ? (sin tomar en cuenta las grandes empresas)</b> R.- _____
<b>10.- ¿Cuál es el principal aspecto positivo (+) negativo que encuentra en la EXPOSUR 2010 (-)</b>	(+) _____ (-) _____
<b>11.- ¿Como califica los servicios de apoyo brindados en EXPOSUR 2010, en los temas de:</b>  1.Muy Buena 2.Buena 3.Regular 4.Mala 5.Muy Mala	a. Transporte b. Áreas de parqueo c. Iluminación del campo ferial d. Decoración de pabellones e. Servicios básicos (baño, agua, etc.) f. Seguridad g. Limpieza de los espacios públicos h. Información sobre la ubicación de stands
<b>12.- ¿Que recomendaría a los organizadores para próxima EXPOSUR 2012 en los temas anteriores?</b> R.- a) _____ b) _____ c) _____	
<b>13.¿ Que show le gustaría presenciar en futuras versiones de la EXPOSUR?</b> R.- _____	

## Anexo N° 2: Cuestionario para Expositores



GOBIERNO DEPARTAMENTAL AUTÓNOMO DEL DEPARTAMENTO DE TARIJA  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA "JUAN MISAEL SARACHO"  
CENTRO DE INFORMACIÓN EMPRESARIAL Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

XIV VERSIÓN FERIA INTERNACIONAL EXPOSUR 2011

### CUESTIONARIO PARA EXPOSITORES

N° \_\_\_\_\_

La UAJMS y el CIEPLANE en coordinación con la Secretaría Departamental de Desarrollo Económico y Productivo del Departamento de Tarija está llevando a cabo un trabajo de investigación relativo a la Exposur 2011, para este efecto solicitamos a usted tenga la amabilidad de ayudarnos, proporcionándonos la siguiente información:

#### MODULO 1: CARACTERÍSTICAS GENERALES

- Nombre de la empresa: R.- \_\_\_\_\_
- ¿En qué ciudad está ubicada? R.- \_\_\_\_\_
- ¿Qué antigüedad tiene? De: 0 a 1  2 a 5  5 a 10  Más de 10 años
- Su empresa es: Micro  Pequeña  Mediana  Grande
- ¿Cuántos empleados permanentes tiene? 0 a 2  3 a 5  6 a 10  Más de 10
- ¿El Gerente de la Empresa, es: Propietario  Pariente  Ajeno
- ¿Cuántas personas atienden el stand?

#### MODULO 2: RESPECTO A LA FERIA

- En que versiones de EXPOSUR ha partici  
R.- 2006  2007  2008   
2009  2010
- ¿Cuándo participó por primera vez en la EXPOSUR?  
R.-    
¿Por qué?
- ¿Considera justo el precio que tuvo que pagar por el S  No  Si
- Aproximadamente cuánto gastó  
en la instalación del Stand:  
R.- Bs.
- El financiamiento para su presentación en es  
EXPOSUR fue: (de 100%) Propio  %  
Externo  %  
;Por quién:
- Los trámites que se deben realizar son: Demasiado Complicado  Apropriados
- Con que materiales de promoción cue  
para su participación en EXPOSUR 2011  
a. Promoción por TV, radio, periódico   
b. Afiches   
c. Trípticos   
d. Degustaciones   
e. Obsequios y сув enires   
f. Otros

**8. Como califica usted los servicios de apoyo que ha brindado los organizadores de la EXPOSUR 2011**

1. Muy Buena 2. Buena 3. Regular 4. Mala 5. Muy Mala

a. Servicios básicos (energía eléctrica, agua)  
b. Comunicación (Internet, teléfono, fax, etc)  
c. Iluminación del campo ferial  
d. Decoración de pabellones  
e. Servicios básicos (baño, agua, etc.)  
f. Seguridad  
g. Limpieza de los espacios públicos  
h. Información sobre la ubicación de stands

**9. ¿Por qué participa en la feria EXPOSUR 2011?**  
(Priorizar numéricamente tres de la siguiente lista)

a. Para vender su producto  
b. Observar a la competencia  
c. Potenciar la marca en Tarija  
e. Por promocionar el producto  
f. Participar en la rueda de negocios  
g. Expandir al mercado Tarijeño  
h. Otro \_\_\_\_\_

**10.- ¿Considera que esta cumpliendo su objetivo trazado para esta feria?**

¿Por qué?

No  Si

**11. ¿Cómo calificaría el desarrollo de los siguientes aspectos relacionados con la E**

1. Muy Buena 2. Buena 3. Regular 4. Mala 5. Muy Mala

1. Participación de expositores internacionales  
2. Participación de expositores nacionales  
3. Calidad de los artistas que presenta  
4. Organización general del evento  
5. Buena atención al público en los stands  
6. Orden en la disposición de los stands  
7. Coord. y apoyo en la puesta a punto del stand  
8. Puntualidad en el inicio de las actividades  
9. Tamaño del campo ferial  
10. Espacios de parqueo  
11. Publicidad y promoción del evento  
12. Señalización dentro del Campo ferial  
13. Servicios de apoyo al expositor  
14. Espacios de recreación y descanso

**12. ¿Qué recomendaría a los organizadores de EXPOSUR 2011, para futuras Ferias?**

R.- a) \_\_\_\_\_  
b) \_\_\_\_\_  
c) \_\_\_\_\_

**MODULO 3: RESPECTO A LA RUEDA DE NEGOCIOS**

**1. Antes de la Rueda de Negocios**

a. ¿Cuántos contactos comerciales logró en lo que va de esta feria?  
b. ¿Cuántos negocios inició en lo que va de esta feria?  
c. ¿Cuántos negocios logró cerrar en lo que va de esta feria?

**2.- ¿Participo usted de la Rueda de Negocios?**

No  Si

¿Cuál es su evaluación de Rueda de Negocios?

a. Muy Buena   
b. Buena   
c. Regular   
d. Mala   
e. Muy Mala

¿Por qué?

**3.- Referido, Rueda de Negocios**

a. ¿Cuántos contactos comerciales logró en la Rueda de Negocios?  
b. ¿Cuántos negocios inició en la Rueda de Negocios?  
c. ¿Cuántos negocios logró cerrar en la Rueda de Negocios?

### Anexo N° 3: Cuestionario para Servicios de Alimentación



**GOBIERNO DEPARTAMENTAL AUTÓNOMO DEL DEPARTAMENTO DE TARIJA**  
**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA "JUAN MISAEL SARACHO"**  
**CENTRO DE INFORMACIÓN EMPRESARIAL Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA**  
*XIV VERSIÓN FERIA INTERNACIONAL EXPOSUR 2011*

### CUESTIONARIO PARA SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN N° \_\_\_\_\_

La UAJMS y el CIEPLANE en coordinación con la Secretaría Departamental de Desarrollo Económico y Productivo del Departamento de Tarija está llevando a cabo un trabajo de investigación relativo a la Exposur 2011, para este efecto solicitamos a usted tenga la amabilidad de ayudarnos, proporcionándonos la siguiente información

#### MODULO 1: CARACTERÍSTICAS GENERALES

- Nombre de la empresa: R.- \_\_\_\_\_
- ¿En qué ciudad está ubicada? R.- \_\_\_\_\_
- ¿Qué antigüedad tiene? De: 0 a 1  2 a 5  5 a 10  Más de 10 años
- Su empresa es: Micro  Pequeña  Mediana  Grande
- ¿Cuántos empleados permanentes tiene? 0 a 2  3 a 5  6 a 10  Más de 10
- ¿El Gerente de la Empresa, es: Propietario  Pariente  Ajeno
- ¿Cuántas personas atienden el stand?

#### MODULO 2: RESPECTO A LA FERIA

- En que versiones de EXPOSUR ha participado?  
R. 2006  2007  2008   
2009  2010
- ¿Cuándo participó por primera vez en la Exposur?  
R.    
¿Por qué? \_\_\_\_\_
- ¿Considera justo el precio que tuvo que pagar por el Stand?  
No  Sí
- Aproximadamente cuánto gastó en la instalación del Stand:  
R. Bs.
- El financiamiento para su presentación en EXPOSUR fue: (de 100%)  
Propio   
Externo   
¿Por quién? \_\_\_\_\_
- Los trámites que se deben realizar son: Demasiado Complicado  Apropriados
- Con que materiales de promoción cuenta para su participación en la EXPOSUR 2011?  
a. Promoción por TV, radio, periódicos   
b. Afiches   
c. Trípticos   
d. Degustaciones   
e. Obsequios   
f. Otros

**8. Como califica usted los servicios de apoyo que ha brindado los organizadores de la Exposur 2011?**

1. Muy Buena 2. Buena 3. Regular 4. Mala 5. Muy Mala

a. Servicios básicos (energía eléctrica, agua, etc.)	<input type="checkbox"/>
b. Comunicación (Internet, teléfono, fax, etc.)	<input type="checkbox"/>
c. Iluminación del campo ferial	<input type="checkbox"/>
d. Decoración de pabellones	<input type="checkbox"/>
e. Servicios básicos (baño, agua, etc.)	<input type="checkbox"/>
f. Seguridad	<input type="checkbox"/>
g. Limpieza de los espacios públicos	<input type="checkbox"/>
h. Información sobre la ubicación de stands	<input type="checkbox"/>

**9. ¿Por qué está participando en esta feria Exposur 2011?**  
(Priorizar numéricamente tres de la siguiente lista)

a. Para vender su servicio <input type="checkbox"/>	d. Expandir su servicio al mercado Tarijeño <input type="checkbox"/>
b. Observar a la competencia <input type="checkbox"/>	e. Otro _____
c. Para promocionar su servicio <input type="checkbox"/>	

**10.- ¿Considera que esta cumpliendo su objetivo trazado para esta feria?**

¿Por qué? \_\_\_\_\_

No  Si

**11. ¿Cómo calificaría el desarrollo de los siguientes elementos relacionados con la feria?**

1. Muy Buena 2. Buena 3. Regular 4. Mala 5. Muy Mala

1. Participación de expositores internacionales <input type="checkbox"/>	8. Puntualidad en el inicio de las actividades <input type="checkbox"/>
2. Participación de expositores nacionales <input type="checkbox"/>	9. Tamaño del campo ferial <input type="checkbox"/>
3. Calidad de los artistas que presenta <input type="checkbox"/>	10. Espacios de parqueo <input type="checkbox"/>
4. Organización general del evento <input type="checkbox"/>	11. Publicidad y promoción del evento <input type="checkbox"/>
5. Buena atención al público en los stands <input type="checkbox"/>	12. Señalización dentro del Campo ferial <input type="checkbox"/>
6. Orden en la disposición de los stands <input type="checkbox"/>	13. Servicios de apoyo al expositor <input type="checkbox"/>
7. Coord. y apoyo en la puesta a punto del stand <input type="checkbox"/>	14. Espacios de recreación y descanso <input type="checkbox"/>

**12. Que recomendaría a los organizadores de EXPOSUR, para futuras Ferias?**

R.- a) \_\_\_\_\_

b) \_\_\_\_\_

c) \_\_\_\_\_

Anexo N° 4: Cuestionario para Artistas



GOBIERNO DEPARTAMENTAL AUTÓNOMO DEL DEPARTAMENTO DE TARIJA  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA "JUAN MISAEL SARACHO"  
CENTRO DE INFORMACIÓN EMPRESARIAL Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

XIV VERSIÓN FERIA INTERNACIONAL EXPOSUR 2011

CUESTIONARIO PARA ARTISTAS

N° \_\_\_\_\_

La UAJMS y el CIEPLANE en coordinación con la Secretaría Departamental de Desarrollo Económico y Productivo del Departamento de Tarija está llevando a cabo un trabajo de investigación relativo a la Exposur 2011, para este efecto solicitamos a usted tenga la amabilidad de ayudarnos, proporcionándonos la siguiente información:

1. Nombre (Del Artista o Agrupación) R.- \_\_\_\_\_

2. Si pertenece a un grupo cual es su Función dentro del grupo R.- \_\_\_\_\_

3. Cuantas veces participo en la EXPOSUR

3.1. Si ha participado anteriormente: ¿Cómo califica el tiempo de espera para recibir su pago?

4. Cuantas veces visito Tarija por razones de trabajo (sin incluir presen. en la EXPOSUR)

5.- Cite un aspecto positivo y negativo de la Exposur 2010 respecto a organización para su presentación (+) \_\_\_\_\_ (-) \_\_\_\_\_

6.- Como califica los servicios de apoyo que la organización de la EXPOSUR ha brinda para su presentación

1. Muy Buena 2. Buena 3. Regular 4. Mala 5. Muy Mala

Iluminación	<input type="text"/>	Servicios Basicos	<input type="text"/>	Alojamiento	<input type="text"/>
Escenario	<input type="text"/>	Camarines	<input type="text"/>	Alimentación	<input type="text"/>
Sonido	<input type="text"/>	Transporte	<input type="text"/>	Ubicación del público	<input type="text"/>
Horarios	<input type="text"/>	Recepcion	<input type="text"/>	Seguridad	<input type="text"/>

7. ¿Cómo califica el nivel de espectáculos artísticos de la Exposur 2011:

a. Mejor  c. Peor

b. Igual  d. No sabe

8.- ¿Cómo califica usted la participación de:

a. Artistas locales

b. Artistas departamentales

c. Artistas nacionales

d. Artistas internacionales

9. En qué aspectos cree Ud. que se deben mejorar en la EXPOSUR

R.- a. \_\_\_\_\_

b. \_\_\_\_\_

c. \_\_\_\_\_

**Anexo N° 5: Visitantes, Categoría “Otras Ocupaciones”**

	<b>Ocupación</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
1	Lic. en Economía	4	8,0
2	Abogado (a)	2	4,0
3	Agricultor	2	4,0
4	Arquitecto (a)	2	4,0
5	Artesano	2	4,0
6	Cajero (a)	2	4,0
7	Contador (a) público	2	4,0
8	Farmacéutico (a)	2	4,0
9	Ing. Petrolero	2	4,0
10	Metalúrgico	2	4,0
11	Trabajador privado	2	4,0
12	Veterinario (a)	2	4,0
13	Agrónomo	1	2,0
14	Área de finanzas	1	2,0
15	Asistente de enfermería	1	2,0
16	Asistente dental	1	2,0
17	Auxiliar administrativo	1	2,0
18	Bioquímica	1	2,0
19	Consultor independiente	1	2,0
20	Electricista	1	2,0
21	Empastador de libros	1	2,0
22	Fiscal de distrito	1	2,0
23	Fisioterapeuta	1	2,0
24	Futbolista	1	2,0
25	Imagenólogo	1	2,0
26	Ing. Forestal	1	2,0
27	Mecánica dental	1	2,0
28	Músico	1	2,0
29	Productor audiovisual	1	2,0
30	Psicóloga	1	2,0
31	Reportero	1	2,0
32	Empleado de seguridad	1	2,0
33	Tapicería	1	2,0
34	Técnico electrónico	1	2,0
35	Voluntaria social	1	2,0
36	Zapatero	1	2,0
	<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

### Anexo N° 6: Visitantes, Visita a Otras Versiones de la Feria EXPOSUR

Versiones de la Feria	Si	%	No	%	TOTAL
EXPOSUR 2007	157	40,7	229	59,3	386
EXPOSUR 2008	196	50,8	190	49,2	386
EXPOSUR 2009	239	61,9	147	38,1	386
EXPOSUR 2010	283	73,3	103	26,7	386
Todas las Versiones	219	56,7	167	43,3	386

### Anexo N° 7: Visitantes, Medios de Comunicación: Información sobre la Feria Exposur 2011

Medios de Comunicación	Si	%	No	%	TOTAL
Televisión	335	86,8	51	13,2	386
Radio	109	28,2	277	71,8	386
Periódico	71	18,4	315	81,6	386
Invitación	14	3,6	372	96,4	386
Amigos-Familiares	20	5,5	346	94,5	366
Afiche-Carteles	5	1,3	381	98,7	386

### Anexo N° 8: Visitantes, Categoría “Otros” de Mejor Stand

N°	Stand (otros)	Frecuencia	%
1	IBEMA	3	13,03
2	CENAVIT	2	8,69
3	Kohlberg	2	8,69
4	YPFB	2	8,69
5	Aero Sur	1	4,35
6	Andalucía	1	4,35
7	Banco Ganadero	1	4,35
8	Cerámica Guadalquivir	1	4,35
9	Fundación Puma	1	4,35
10	Maxi Confort	1	4,35
11	Morales Lazcano	1	4,35
12	Ninguna	1	4,35
13	Que Muebles	1	4,35
14	San Lorenzo	1	4,35
15	SIEMENS	1	4,35
16	TECNOSOFT	1	4,35
17	Tractores (VULTRA)	1	4,35
18	Tramontina	1	4,35
<b>TOTAL</b>		<b>23</b>	<b>100,00</b>



**Anexo N°9: Visitantes, Calificación a los Servicios de Apoyo Brindados por la Organización**

Servicio	Muy buena		Buena		Regular		Mala		Muy mala		Ns/Nr		TOTAL	
	Nro.	%	Nro.	%	Nro.	%	Nro.	%	Nro.	%	Nro.	%	Nro.	%
Transporte	14	3,6	265	68,7	87	22,5	18	4,7	2	0,5			<b>386</b>	<b>100</b>
Parqueo	9	2,3	281	72,8	77	19,9	15	3,9	4	1,1			<b>386</b>	<b>100</b>
Iluminación	19	4,9	288	74,6	67	17,4	6	1,6	1	0,3	5	1,2	<b>386</b>	<b>100</b>
Decoración	20	5,2	250	64,8	97	25,1	10	2,6	2	0,5	7	1,8	<b>386</b>	<b>100</b>
Servicios básicos	6	1,6	210	54,4	126	32,6	21	5,4	3	0,8	20	5,2	<b>386</b>	<b>100</b>
Seguridad	13	3,4	272	70,5	77	19,9	11	2,8	5	1,3	8	2,1	<b>386</b>	<b>100</b>
Espacios públicos	26	6,7	249	64,5	92	23,8	8	2,1	3	0,8	8	2,1	<b>386</b>	<b>100</b>
Ubicación del stand	7	1,8	240	62,2	97	25,0	30	7,8	6	1,6	6	1,6	<b>386</b>	<b>100</b>
<b>Calificación General</b>	<b>14</b>	<b>3,7</b>	<b>257</b>	<b>66,5</b>	<b>90</b>	<b>23,3</b>	<b>15</b>	<b>3,9</b>	<b>3</b>	<b>0,8</b>	<b>7</b>	<b>1,8</b>	<b>386</b>	<b>100</b>

*“Hay que saber y conocer  
para tomar decisiones  
acertadas y mejorar”*

