

Centro de Información Empresarial y
Planificación Estratégica CIEPLANE



U.A.J.M.S.

Informe de Feria

EXPOsur 2005

8ª Exposición
Internacional

Tarija

Del 29 de julio al 7 de agosto



Con el Apoyo de SNV



Prefectura de Tarija

Centro de Información Empresarial y Planificación Estratégica CIEPLANE



U.A.J.M.S.

Informe de Feria

EXPOSUR 2005

8^a Exposición
Internacional

Este informe ha sido realizado por el Centro de Información Empresarial de la Universidad Autónoma Juan Misael saracho (en implementación), con el asesoramiento del Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo SNV.

INDICE DE CONTENIDO

1. INTRODUCCION	6
2. METODOLOGIA	7
2.1 Determinación de la población y tamaño de muestra.....	7
2.1.1 Definición de la población.....	8
2.1.2 Tamaño de muestra.....	8
3. PERFIL DE LA FERIA EXPOSUR 2005	8
3.1 Valoración del evento en su conjunto.....	8
3.2 Ficha Técnica	8
4. CARACTERISTICAS DE LOS VISITANTES	10
4.1 Información de los visitantes	10
4.1.1 Sexo.....	10
4.1.2 Edad	11
4.1.3 Procedencia.....	12
4.2 Recurrencia de los visitantes a diferentes versiones de Exposur	13
4.3 Medios de comunicación mas percibidos por los visitantes	13
4.4 Principales motivos de asistencia a Exposur 2005.....	14
4.4.1 Análisis: Motivo de visita vs. Sexo de los visitantes	15
4.4.2 Análisis: Motivo de visita vs. Edad de los visitantes	16
4.5 Benchmarking Exposur 2005 versus versiones anteriores.....	17
4.6 Percepción de los visitantes sobre la atención en los stands.....	17
4.7 Adquisición de productos durante la feria por los visitantes.....	17
4.8 Tipo de producto que adquieren los visitantes	18
4.9 Benchmarking Tipos de producto adquiridos en diferentes versiones de Exposur	19
4.10 Análisis de los factores de agrado de Exposur 2005, percibidos por los visitantes	19
4.10.1 Factores de mayor agrado de Exposur 2005.....	19
4.10.2 Análisis: factores de mayor agrado vs. Sexo de los visitantes	20
4.10.3 Análisis: factores de mayor agrado vs. Edad de los visitantes	20
4.10.4 Análisis: factores de mayor agrado vs. Procedencia de los visitantes	21
4.11 Los 10 mejores stand de Exposur 2005	21
4.12 Principales aspectos negativos	22

4.13	Principales aspectos positivos.....	22
4.14	Calificación de los servicios de apoyo a visitantes.....	23
4.14.1	Servicios de transporte.....	24
4.14.2	Servicios de parqueo.....	24
4.14.3	Servicios de iluminación del campo ferial.....	25
4.14.4	Servicios de decoración de pabellones.....	25
4.14.5	Servicios básicos.....	26
4.14.6	Servicios de seguridad.....	26
4.14.7	Servicios de limpieza de los espacios públicos.....	27
4.15	Recomendaciones de los visitantes a los organizadores de Exposur 2005.....	27
4.15.1	Apreciaciones sobre la organización.....	28
4.15.2	Apreciaciones sobre los stands.....	29
4.15.3	Apreciaciones sobre los espectáculos.....	29
4.16	Fecha recomendable para próximas versiones de Exposur.....	30
5.	CARACTERISTICAS DE LOS EXPOSITORES.....	31
5.1	País de origen de las empresas expositoras.....	31
5.2	Procedencia de los productos de las empresas expositoras.....	32
5.3	Principales rubros de participación.....	33
5.4	Benchmarking; Principales rubros participantes en diferentes versiones de Exposur ..	33
5.5	Tamaño de las empresas expositoras.....	34
5.6	Antigüedad de las empresas expositoras.....	34
5.7	Nivel de formación de los trabajadores en las empresas expositoras.....	35
5.8	Propiedad de las empresas expositoras.....	36
5.9	Participación de los expositores en diferentes versiones de Exposur.....	36
5.10	Capacitación del personal en participación ferial.....	37
5.11	Número de personas dedicadas a la atención de stands.....	37
5.12	Inversión en instalación de stands.....	39
5.13	Material de promoción utilizado por los expositores.....	40
5.14	Objetivos de participación en Exposur 2005.....	41
5.15	Cumplimiento de objetivos.....	43
5.16	Mercados de destino de las empresas participantes.....	43
5.17	Financiamiento de la participación en Exposur 2005.....	44
5.18	Calificación a los servicios de apoyo a expositores.....	45
5.18.1	Calificación a los servicios básicos.....	46

5.18.2	Calificación a los servicios de comunicación.....	47
5.18.3	Calificación a los servicios de seguridad.....	48
5.18.4	Calificación a los servicios de limpieza.....	49
5.18.5	Calificación a los servicios de información.....	50
5.19	Apreciaciones sobre el costo de los stands.....	51
5.20	Apreciaciones sobre los trámites de inscripción.....	52
5.21	Apreciaciones sobre la administración de Exposur.....	52
6.	ANEXOS.....	53
6.1	Análisis: Diagrama Espina de Pescado para Visitantes:.....	53

EXPOSUR 2005

INFORME FERIA EXPOSUR 2005

1. INTRODUCCION

El evento ferial Exposur, se lleva a cabo de forma anual en el campo ferial de San Jacinto ubicado a 7 km. de la ciudad de Tarija. Este año se la ha denominado como “**Feria Internacional EXPOSUR 2005**” y es la exposición multisectorial más importante del Departamento. En la presente edición se han incorporado salones especializados en microempresas y PyMEs, servicios y se ha implementado un centro de información ferial.

La organización de la feria esta a cargo de la Prefectura del departamento de Tarija, con sede en esta ciudad. El Manager de esta feria es Jorge Rivas, cuya labor junto con la de sus colaboradores de la Dirección de Desarrollo Productivo, han sido de gran valor para la organización de la 8ª versión. Con el fin de implementar un sistema de información ferial, se ha contado con el apoyo oficial de la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho y el asesoramiento del Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo SNV.

Considerando el calendario Boliviano de ferias, **EXPOSUR** se disputa el 3º lugar en cuanto a importancia de eventos feriales, junto con la **FIPAZ** de la ciudad de La Paz. Las principales ferias internacionales del país son **EXPOCRUZ** en la ciudad de Santa Cruz y **FEICOBOL** en Cochabamba.

El presente informe es el resultado de un análisis de los datos almacenados en la base de datos de Exposur y pretende brindar información referida a los visitantes y expositores. Este conocimiento permitirá comprender las características de desempeño y satisfacción de la feria a fin de dar inicio a un proceso de mejora continua.

Objetivos

Los objetivos del presente informe son:

- ✚ *Describir las características de los visitantes y conocer su opinión en torno a su participación como actores directos en la feria Exposur 2005.*
- ✚ *Describir las características de las empresas expositoras y conocer su opinión sobre diferentes aspectos organizativos y oportunidades que brinda el evento ferial.*
- ✚ *Determinar los aspectos positivos y negativos de la organización y desarrollo de la feria.*
- ✚ *Indagar en torno a la transferencia de Exposur al sector privado.*

2. METODOLOGIA

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

- ✚ Definición de los actores participantes en el evento ferial (visitantes / expositores) y determinación de tamaño de muestra.
- ✚ Diseño de los cuestionarios a aplicarse, tanto a visitantes como a expositores, prueba de los mismos y elaboración de cuestionarios definitivos (ANEXO).
- ✚ Capacitación al equipo de encuestadores.
- ✚ Trabajo de campo, caracterizado por la aplicación de las encuestas:
 - Visitantes; Se realizó la encuesta aleatoria a lo largo del evento ferial, en diferentes ubicaciones y horarios.
 - Expositores; los encuestadores fueron distribuidos por bloques de stands, sobre la base de los planos del campo ferial, en grupos de dos para cada recorrido.
- ✚ Carga de los datos a partir de las encuestas a un sistema de “**Registro de Encuestas**”.
- ✚ Limpieza y almacenamiento de la información en una base de datos diseñada en la aplicación **Access 2003**.
- ✚ Para el análisis e interpretación de los resultados se utilizó la herramienta **OLAP¹ de Access 2003** y el programa de aplicación **SPSS versión 12.0**.
- ✚ En el presente análisis, no se pretende llegar a conclusiones y recomendaciones, se lo considera más bien como un insumo que promoverá su discusión y definición participativa.

2.1 Determinación de la población y tamaño de muestra

Para evaluar una feria de características internacionales, se consideran 4 factores; visitantes, expositores, volúmenes de negocio presente y futuro, además de la organización. En el presente estudio se ha considerado solamente las variables relacionadas con visitantes y expositores:

- ✚ Visitantes; En la población no se consideran a los niños (<12 años).
- ✚ Expositores; Se pretendía encuestar al 100% de los expositores (excepto a los del pabellón de microempresas).

Para obtener la información de los visitantes se recurrió a la técnica denominada Muestreo Aleatorio Simple.

¹ OLAP; On line analytical process – Procesamiento analítico en línea.

2.1.1 Definición de la población

Para definir la población de visitantes y proceder a calcular el tamaño de muestra, se ha tomado como referencia el total de Visitantes que concurrió la feria en su versión 2003, que asciende a 80.000 personas. Se han realizado encuestas a personas cuyas edades estaban comprendidas entre los 12 y los 79 años.

Para los expositores se consideró a los 266 que concurrieron durante la versión mencionada, asumiendo que probablemente un número similar acudiría durante la versión 2005.

2.1.2 Tamaño de muestra

Las muestras determinadas para las poblaciones en estudio son:

- ✚ 679 encuestas realizadas a visitantes.
- ✚ 126 encuestas realizadas a expositores.

3. PERFIL DE LA FERIA EXPOSUR 2005

3.1 Valoración del evento en su conjunto

Feria bien estructurada, con algunas debilidades relacionadas con el liderazgo de los organizadores y problemas organizativos relacionados principalmente con la indefinición del evento ferial (hasta 30 días antes, no se tenía claro si se realizaba o no la feria). La presente versión fue la 8ª que se realiza en el departamento de Tarija, no habiéndose efectuado durante el año 2004.

El evento tiene un carácter internacional y multisectorial, por razones de indefinición de los organizadores entre otras, no se ha podido contar con la participación internacional esperada, el componente multisectorial ha logrado plenamente las expectativas involucrando a la mayoría de los sectores productivos del departamento y del país.

El recinto donde tuvo lugar era de un tamaño apropiado para el evento contando con todas las comodidades para la realización del acto ferial, así como de actividades paralelas como la rueda de negocios, conferencias y espectáculos, sin embargo se sugieren algunas modificaciones para las próximas versiones de la feria.

Se observó una presencia importante de público, durante todo el evento ferial y principalmente los fines de semana y para los espectáculos. Se destaca la participación del sector MiPyME departamental y nacional, así como de diferentes municipios de Argentina y Chile además de las empresas petroleras que operan en el departamento. (Ramiro Corrales Asesor SNV).

3.2 Ficha Técnica

- ✚ Nombre: EXPOSUR 2005
- ✚ Objetivo: Exhibir y demostrar el nivel de competitividad alcanzado por la industria regional en el ámbito

	nacional e internacional, con miras que este evento sea un acceso a los mercados internacionales
✚ Ámbito:	Internacional
✚ Fecha de celebración:	29 de julio al 7 de agosto
✚ Edición:	8ª
✚ Frecuencia:	Anual (no se realizó el año 2004)
✚ Lugar de celebración:	Campo Ferial de San Jacinto a 7 km. de la ciudad de Tarija, adyacente al embalse de San Jacinto
✚ Horario:	Lunes a viernes 17:00 – 24:00, sábados domingos y feriados 10:00 – 24:00
✚ Precio de la entrada:	1,25 \$us
✚ Medios de transporte:	Taxi y Bus hasta la entrada del recinto ferial.
✚ Organizador:	Prefectura del Departamento de Tarija
✚ Superficie:	Total 11 ha, habilitadas 5 ha
✚ Tipo de visitantes:	Público en general
✚ Precios del espacio:	Precio por metro cuadrado para el exhibidor,
○ Descubierto	3 \$us/m ²
○ Módulos cubiertos	6 y 15 \$us/m ²
○ Pabellón Tarija	15 \$us/m ² (predecorado)
○ Pabellón Bolivia	25 \$us/m ² (predecorado)
○ Pabellón Internacional	60 \$us/m ² (predecorado)
✚ Numero de visitantes:	50.000
✚ Número de expositores:	300
○ Internacionales:	10
○ Nacionales:	50
○ Tarija:	240
✚ Características de los expositores:	
○ MiPyMEs	70%
○ Instituciones	20% (públicas y privadas)
○ Gran Empresa	10% (y transnacionales)
✚ Inversión promedio para la preparación de stands:	456 Dólares EEUU
✚ Calificación de los visitantes:	71% (servicios de apoyo)
✚ Calificación de los expositores:	57% (servicios de apoyo)
✚ Principales rubros:	Artesanía, agroindustria, construcción, gastronomía y bebidas, sector público, alimentos, libros, metalmecánica, carpintería, juguetería e hidrocarburos.

4. CARACTERISTICAS DE LOS VISITANTES

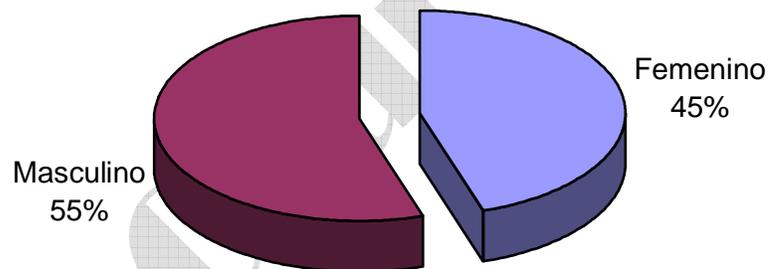
A continuación se presentan los análisis a los datos extraídos de la base de datos de Exposur. El número total de visitantes se estima en 50.000 disminuyó aproximadamente en un 35%, respecto al año 2003, la participación local fue de 75%, muy significativamente superior a la participación nacional 21%. La participación de extranjera fue de 4%.

4.1 Información de los visitantes

Para la caracterización de los visitantes, se han definido las siguientes variables; sexo, edad y procedencia.

4.1.1 Sexo

Gráfico 1: Clasificación de los visitantes por sexo



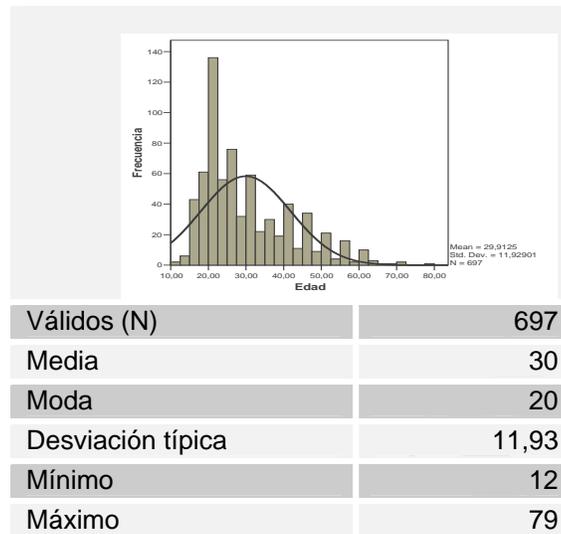
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

La feria Exposur 2005, fue visitada en proporciones similares tanto por personas del sexo femenino como del masculino

El 45 % de los visitantes fueron del sexo femenino y el 55 % masculino.

4.1.2 Edad

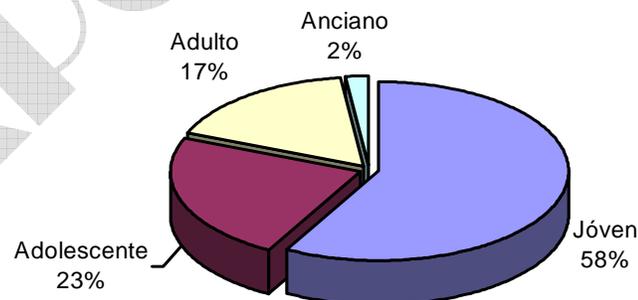
Gráfico 2: Histograma de frecuencias y estadísticas de los visitantes



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

El promedio de edad de los visitantes a la Exposur 2005, es de 30 años, con una desviación estándar de 11,93. La edad que mas se repite (moda), es de 20 años.

Gráfico 3: Clasificación por edades de los visitantes



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

La mayor parte de los visitantes, esta conformada por grupos de adolescentes y jóvenes, cuyas edades están comprendidas entre los 12 y los 35 años. Ambos grupos, se constituyen en el 81% del total de visitantes a la feria.

El 19% restante de los visitantes, se constituye por los grupos adulto-anciano (17% y 2% respectivamente), cuyas edades están comprendidas entre los 35 y los 79 años.

4.1.3 Procedencia

Cuadro 1: Localidad de procedencia de los visitantes

Localidad	Frecuencia	Porcentaje
Tarija	526	75,5
La Paz	35	5,0
Exterior	31	4,4
Potosí	30	4,3
Sucre	29	4,2
Santa Cruz	21	3,0
Cochabamba	9	1,3
Oruro	9	1,3
Beni	2	0,3
Chuquisaca	2	0,3
Bermejo	1	0,1
Pando	1	0,1
Yacuiba	1	0,1
Total	697	100

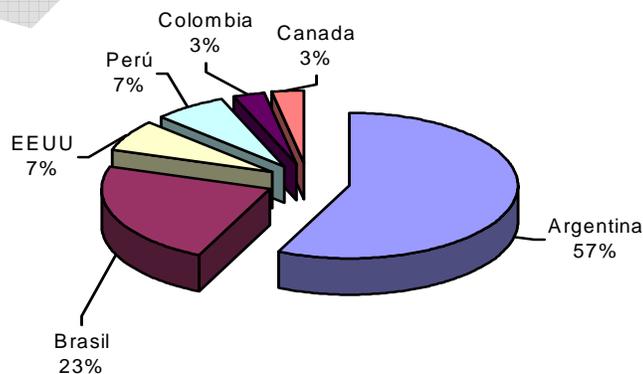
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

La localidad de mayor procedencia de visitantes, fue el departamento de Tarija (75%).

El 25% restante esta compuesto por visitantes de La Paz(5%), otros países(4%), Potosí y Sucre cada uno 4%, Santa Cruz (3%) y otras localidades cuyo porcentaje es igual o menor a 1%.

No se ha preguntado si su presencia en Tarija se debe exclusivamente a la feria, o es que estando de paso por esta ciudad han visitado el campo ferial.

Gráfico 4: Procedencia de los visitantes del exterior



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

Del total de visitantes el 4% corresponde a procedencia extranjera, cuya participación por países ha sido; Argentina con 57%, Brasil con un 23%, el resto de los visitantes procede de países como los Estados Unidos, el Perú, Colombia y Canadá.

4.2 Recurrencia de los visitantes a diferentes versiones de Exposur

Cuadro 2: Versiones de Exposur visitadas

Exposur	Frecuencia	Porcentaje %
Mas de una versión	341	49
Todas las versiones	214	31
Primera visita	142	20
Total	697	100

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

El 80% de los visitantes ha visitado más de una versión de Exposur. (49% mas de una versión; 31% todas las versiones)

El 20% ha visitado por primera vez la Exposur. Esto significa que existe una alta recurrencia de visitantes a las diferentes versiones de la feria.

4.3 Medios de comunicación mas percibidos por los visitantes

Cuadro 3: Medios de Comunicación percibidos por los visitantes

Medio	Frecuencia	Porcentaje %
TV	256	36,7
Radio	52	7,5
Invitación	44	6,3
Otros medios	31	4,4
Periódico	24	3,4
Personal	9	1,3
Carteles y Afiches	3	0,4
Mas de uno	370	38,7

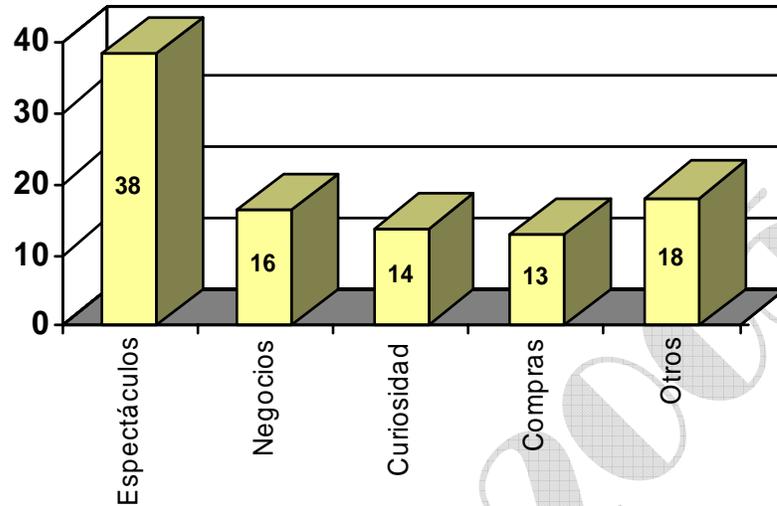
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

Los medios de comunicación más asequibles por los visitantes, respecto del evento ferial son: Televisión 37%, Radio 7,5%, Invitación directa 6,3%, Periódico 3,4%. La comunicación personal y los carteles – afiches, son medios menos efectivos para la difusión del evento ferial.

El 38,7% de los visitantes se ha informado respecto de Exposur por más de un medio de comunicación.

4.4 Principales motivos de asistencia a Exposur 2005

Gráfico 5: Motivos por los que asistieron los visitantes (%)



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

Cuadro 4: Motivos por los que asistieron los visitantes

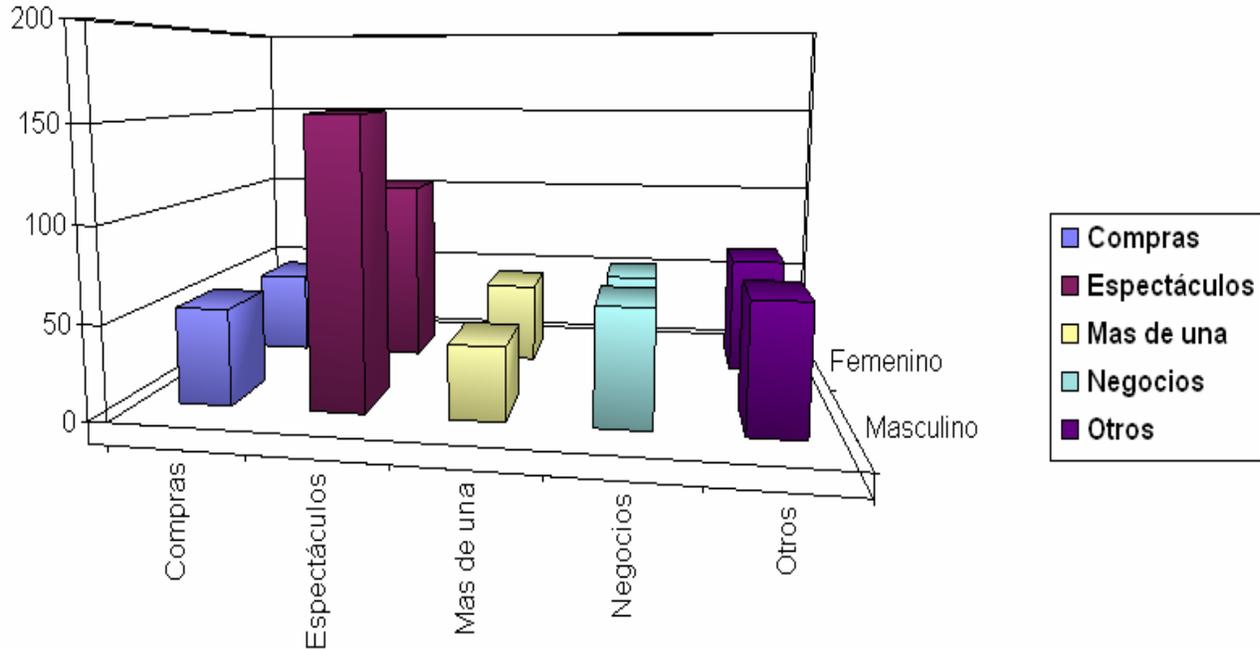
Motivo	Frecuencia	Porcentaje %
Espectáculos	244	38,3
Negocios	104	16,3
Compras	81	12,8
Curiosidad	87	13,7
Otros	115	18,1

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

Los espectáculos fueron el principal motivo de asistencia a Exposur 2005 (38%), le sigue en importancia la participación en actividades de negocios 16,3%. La realización de compras, es también un motivo importante, además de otros (18,1%).

4.4.1 Análisis: Motivo de visita vs. Sexo de los visitantes

Gráfico 6: Motivo de visita vs. sexo de los visitantes



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005 "

Estadístico	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	17,071(a)	15	,315
N de casos válidos	697		

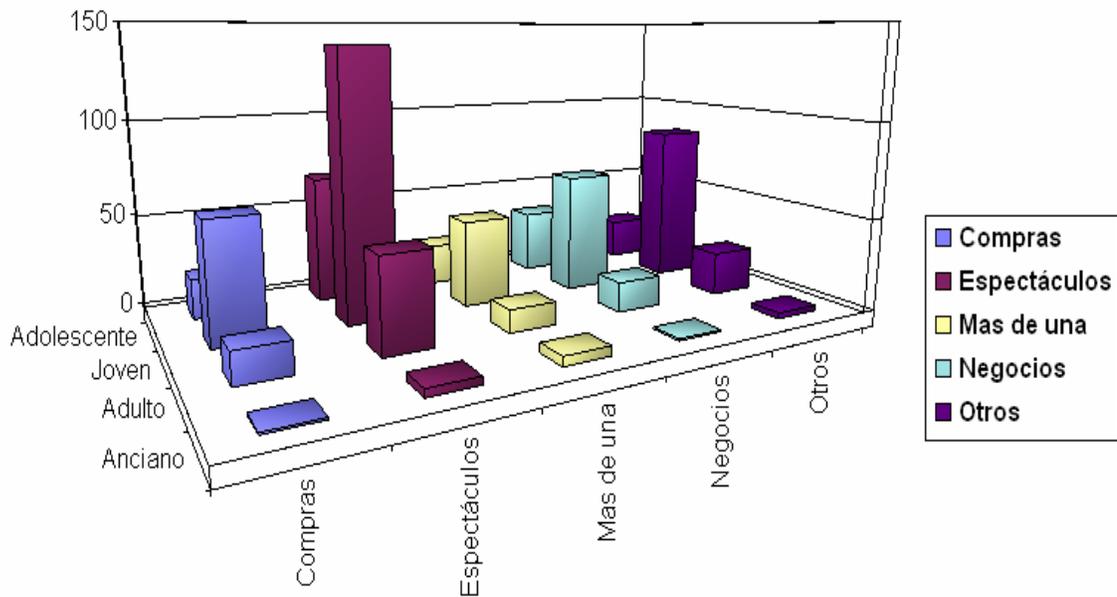
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005 "

El motivo de asistencia a Exposur 2005, no está significativamente afectada por el sexo de los visitantes ($\chi^2 = 0,315$). Es decir que los motivos de visita a Exposur 2005 son los mismos tanto para varones como para mujeres.

EL gráfico 6, muestra las tendencias de motivo de visita a Exposur 2005, estas son similares tanto para varones como para mujeres, excepto para el motivo denominado "espectáculos", donde existe una marcada diferencia a favor de los visitantes del sexo masculino.

4.4.2 Análisis: Motivo de visita vs. Edad de los visitantes

Gráfico 7: Motivo de visita vs. edad de los visitantes



Estadístico	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	19,318(a)	15	,200
N de casos válidos	697		

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

El motivo de asistencia a Exposur 2005 en los visitantes, no está significativamente afectada por la edad de los mismos ($\chi^2 = 0,200$). Es decir que los motivos de asistencia son los mismos para los Adolescentes, Jóvenes, Adultos y Ancianos.

Las tendencias de motivo de visita a Exposur 2005, son similares, en todas las categorías de edades de los visitantes, excepto para el motivo denominado "**espectáculos**", donde existe una marcada diferencia de motivo de visita en los adolescentes, jóvenes y adultos.

También se puede observar que los jóvenes son los que marcaron la diferencia en asistencia a Exposur 2005, porque fueron por (Compras, Espectáculos, Negocios) además por otros motivos (gráfico 7).

4.5 Benchmarking² Exposur 2005 versus versiones anteriores

Cuadro 5: Calificación Exposur 2005 versus anteriores versiones

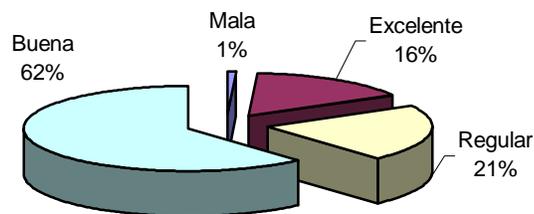
Calificación	Frecuencia	Porcentaje %
Mejor	316	45,3
Igual	197	28,3
No Conoce	118	16,9
Peor	59	8,5
No opina	7	1,0
Total	697	100.0

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005 "

El 45.3% de los encuestados calificaron la versión Exposur 2005 como mejor en relación a las versiones anteriores, 28.3% igual, 16.9% No conoce, 8.5% peor, y el 1% no opina.

4.6 Percepción de los visitantes sobre la atención en los stands

Grafico 8: Calificación atención en Stands



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005 "

El 78% de los visitantes califica entre buena y excelente la atención en los stands (62% buena, 16% excelente), el 21% califica como regular, y el 1% califica como mala.

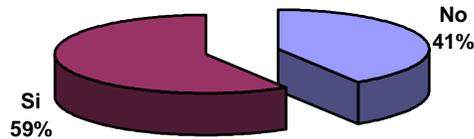
Algunas observaciones están referidas a; "las azafatas son muy bonitas, pero poco preparadas para dar información", sugieren mayor puntualidad en la apertura de stands y la presencia de azafatas tanto mujeres como varones, así como información sobre su ubicación. Destacan la creatividad en la decoración de stands.

4.7 Adquisición de productos durante la feria por los visitantes

El gráfico 9 muestra que el 59% de los visitantes han adquirido algún producto de Exposur 2005, mientras que el 41% no adquirió ningún producto.

² Benchmarking; Retroalimentación vs Exposur 2003

Grafico 9: Porcentaje de visitantes que realizan compras



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

4.8 Tipo de producto que adquieren los visitantes

Cuadro 6: Productos que adquieren los visitantes

Tipo de producto	Frecuencia	Porcentaje %
Alimentos y comidas	239	34,3
Artesanías	66	9,5
Vinos y bebidas	31	4,4
Productos naturales	21	3,0
Juguetes	9	1,3
Joyería y relojes	8	1,1
Libros	6	0,9
Computación	6	0,9
Medicamentos	4	0,6
Muebles	4	0,6
Artículos eléctricos	3	0,4
Ropa	3	0,4
Maquinaria y equipo	3	0,4
Cosméticos	1	0,1
Varios	293	42,0
Total	697	100,0

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

Los 5 principales productos adquiridos por los visitantes a Exposur 2005 son: alimentos y comidas 34,3%, artesanías 9,5%, Vinos y bebidas 4,4%, productos naturales 3% y juguetes 1,3%.

Vale destacar que el 42% de los compradores, adquiere más de un producto.

4.9 Benchmarkig Tipos de producto adquiridos en diferentes versiones de Exposur

Cuadro 7: Productos que adquieren los visitantes

Año 2000		Año 2001		Año 2003		Año 2005	
Producto	Cantidad	Producto	%	Producto	%	Producto	%
Alimentos	95	Alimento, bebida	50	Alimento, comida	44	Alimento y comida	34,3
Artesanías	54	Artesanías	31	Artesanías	27	Artesanías	9,5
Mermeladas	43	Juguetes	6	Juguetes	8	Vinos y bebidas	4,4
Dulces	35	Utensilios hogar	3	Producto natural	4	Producto natural	3
Juguetería	32	Ropa, Zapatos	3	Joyería y relojes	3	Juguetes	1,3
Adornos	22	Joyas	1	Vinos y bebidas	2	Joyería y relojes	1,1
Carnes Frías	20	Cuentos	1	Ropa y gafas	3	Libros	0,9
Sombreros	19	Otros	6	Medicamentos	2	Computación	0,9

Fuente: Elaboración propia

4.10 Análisis de los factores de agrado de Exposur 2005, percibidos por los visitantes

Se realizó un análisis para la población de visitantes en general, contrastando los factores de agrado con respecto a las variables; sexo, edad y procedencia de los visitantes.

4.10.1 Factores de mayor agrado de Exposur 2005

Cuadro 8: Aspectos de Mayor Agrado para los visitantes

Aspecto de agrado	Frecuencia	Porcentaje
Decoración stands	317	45,5
Presentaciones artísticas	99	14,2
Todo en general	95	13,6
Azafatas y atención	86	12,3
Calidad de productos	36	5,2
Infraestructura	25	3,6
La comida	21	3,0
Organización del tráfico	11	1,6
Otros	7	1,0
Total	697	100

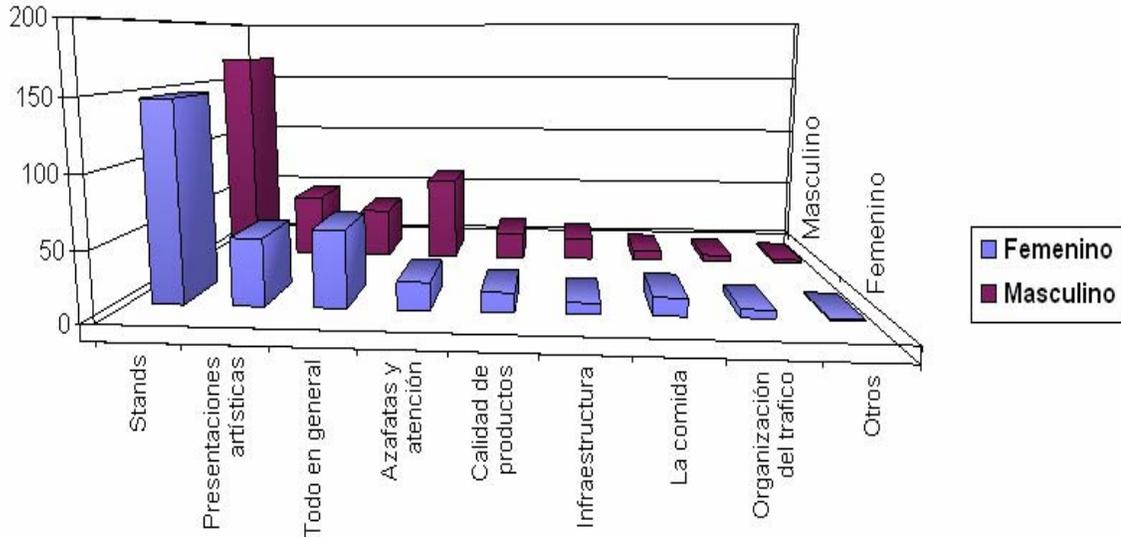
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

Al 45% de los visitantes le ha gustado la decoración los stands, el 14% destaca las presentaciones artísticas, el 12% la atención de las azafatas y el 12% indica que le agrado todo en general.

También se mencionan como aspectos interesantes, la calidad de los productos y la infraestructura, además de la comida.

4.10.2 Análisis: factores de mayor agrado vs. Sexo de los visitantes

Gráfico 10: Aspectos de agrado vs sexo de los visitantes



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

Estadístico	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	44,359(a)	27	,019
N de casos válidos	637		

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

La prueba de Chi²-Pearson ($\text{Chi}^2 = 0,019$), permite afirmar que la percepción de agrado de los visitantes es significativamente diferente entre varones y mujeres.

Las tendencias de agrado respecto a los diferentes factores definidos, son similares para varones y mujeres, excepto para el factor denominado "azafatas y atención al cliente", donde existe una marcada diferencia a favor de los visitantes del sexo masculino (gráfico 10).

4.10.3 Análisis: factores de mayor agrado vs. Edad de los visitantes

Estadístico	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	508,449(a)	495	,328
N de casos válidos	697		

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

La percepción de agrado de los visitantes a Exposur 2005, no esta significativamente afectada por la edad de los visitantes ($\chi^2 = 0,328$). Es decir que el agrado con los diferentes factores es el mismo para personas de diferentes edades.

4.10.4 Análisis: factores de mayor agrado vs. Procedencia de los visitantes

Estadístico	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	66,119(a)	108	,999
N de casos válidos	697		

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

La percepción de agrado de los visitantes a Exposur 2005, no esta significativamente afectada por la procedencia de los visitantes ($\chi^2 = 0,999$). Es decir que el agrado con los diferentes factores ha sido el mismo para personas que proceden de diferentes ciudades.

4.11 Los 10 mejores stand de Exposur 2005

Cuadro 9: Calificación del Mejor Stand en la Exposur 2005

Nº	Institución	Frecuencia	Porcentaje %
1	Repsol	182	26,1
2	Petrobrás	105	15,1
3	Stand Artesanías	44	6,3
4	Cosett	34	4,9
5	ENTEL	27	3,9
6	IABSA	21	3,0
7	Gladymar	15	2,2
8	Mueblerías	13	1,9
9	ANIV	10	1,4
10	Otros	179	25,7

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

Los mejores stands en Exposur 2005, han sido los de las empresas petroleras (REPSOL 26% y PETROBRAS 15%), quienes han realizado inversiones mayores a los 40,000 Bolivianos en infraestructura y decoración. Es destacable la participación de los stands de artesanías (6%) conformadas por asociaciones de productores, micro y pequeñas empresas.

Le siguen los stands de telecomunicaciones (COSETT 5% y ENTEL 4%), posteriormente han sido calificados los stands de IABSA (3%), GLADYMAR (2,2%), algunas empresas de muebles (2%) y ANIV (1,4%).

4.12 Principales aspectos negativos

Cuadro 10: Principales aspectos negativos de Exposur 2005

Nº	Aspecto Negativo	Frecuencia	Porcentaje %
1	Mala organización	278	39,9
2	Ningún aspecto negativo	52	7,5
3	Mucho consumo de alcohol	44	6,3
4	Poca información ferial	24	3,4
5	Impuntualidad espectáculos	21	3,0
6	Fecha inapropiada	21	3,0
7	Alto precio entradas	17	2,4
8	Azafatas poco preparadas	14	2,0
9	Trafico desorganizado	13	1,9
10	Poca innovación, nada nuevo	11	1,6
11	Pocos expositores	11	1,6
12	Pocos visitantes	10	1,4
13	Criterios varios	181	26,0
	Total	697	100,0

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

Entre los aspectos negativos que mencionaron los visitantes en la Exposur 2005 se destaca las debilidades en la organización (39,9%), el 26% de los visitantes menciona que existe más de un factor negativo.

Se destaca también como aspectos negativos el excesivo consumo de bebidas alcohólicas (6,3%), la poca información ferial, la impuntualidad en el inicio de los espectáculos y la fecha inapropiada para el evento ferial. (Cuadro 10)

4.13 Principales aspectos positivos

Entre los principales aspectos positivos se destaca la decoración de los stands y la atención al cliente por parte de los expositores. (21,7%). El 35% de los entrevistados manifestó estar satisfecho con el evento ferial y su organización observando una mejora continua.

El 11.8% menciona la limpieza e iluminación, el 5.6% indica que la feria genera economía y desarrollo empresarial, el 5% destaca la variedad y calidad de productos. También se resalta la participación de empresas nacionales e internacionales, la asistencia masiva de visitantes y la buena organización del tráfico en el campo ferial.

Cuadro 11: Principales aspectos positivos de Exposur 2005

Nº	Aspecto Positivo	Frecuencia	Porcentaje %
1	Decoración stands, atención al cliente	151	21,7
2	Todo esta bien, hay una mejora continua	146	20,9
3	Buena organización	98	14,1
4	Infraestructura, Limpieza, iluminación	82	11,8
5	Espectáculos	61	8,8
6	Genera desarrollo empresarial	39	5,6
7	Variedad y calidad productos	34	4,9
8	Participación nacional e internacional, expositores	24	3,4
9	Asistencia visitantes	23	3,3
10	Organización del trafico, ubicación feria	20	2,9
11	Promoción producto local	19	2,7
	Total	697	100,0

4.14 Calificación de los servicios de apoyo a visitantes

Cuadro 12: Principales aspectos positivos de Exposur 2005

Servicio	Bien	Regular	Mal	Total
Limpieza feria	84	13	2	100,0
Iluminación	83	16	1	100,0
Decoración pabellones	81	18	1	100,0
Parqueo	68	25	7	100,0
Transporte	65	30	5	100,0
Seguridad	65	29	6	100,0
Servicios básicos	50	40	10	100,0

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

La encuesta de valoración llevada a cabo por la UAJMS entre los visitantes, arrojó resultados positivos en cuanto a la calidad de los servicios de apoyo.

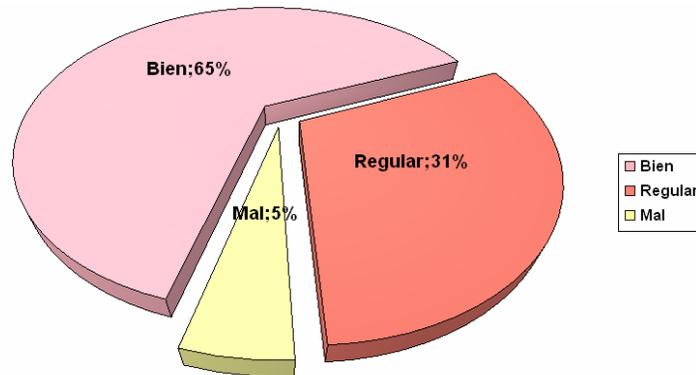
Los mejor calificados han sido los servicios de limpieza, iluminación y decoración de pabellones con 84%, 83% y 81% respectivamente.

Los servicios medianamente satisfactorios han sido, parqueo, transporte y seguridad con 68%, 65% y 65% respectivamente. El servicio peor calificado por los visitantes han sido los servicios básicos (baños, agua potable, etc.).

En términos generales, se obtuvo una valoración media de 71%.

4.14.1 Servicios de transporte

Grafico 11: Calificación de Servicios de Transporte



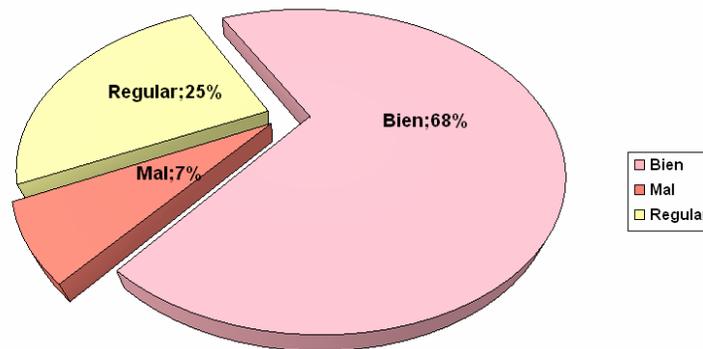
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

El 65% de los visitantes encuestados calificó los servicios de transporte como buenos, el 31% los calificó de regular y el 5% de los calificó como malos.

Algunas observaciones a este servicio son: parada de buses demasiado alejada de la entrada, se requieren mayores puntos de partida y llegada de buses al campo ferial, desorganización en los horarios de salida de los vehículos.

4.14.2 Servicios de parqueo

Grafico 12: Calificación de Servicios de Parqueo



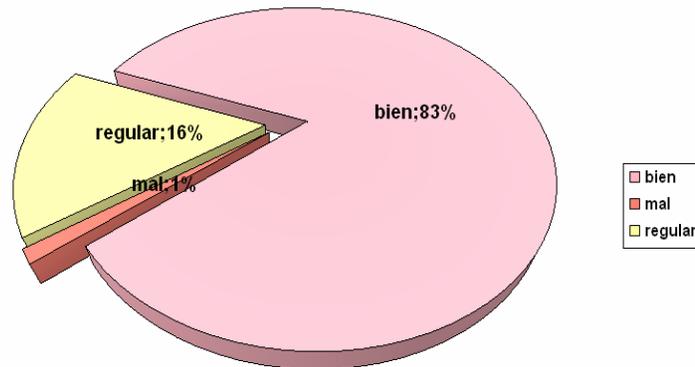
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

El 68% de los visitantes encuestados calificó bueno los servicios de parqueo, el 25% los calificó de regular y el 7% los calificó mal.

Algunas observaciones a este servicio, están relacionadas con la poca seguridad en el área de parqueo y la circulación de vehículos al interior del campo ferial en horarios poco apropiados.

4.14.3 Servicios de iluminación del campo ferial

Grafico 13: Calificación de Servicios de Iluminación del Campo Ferial



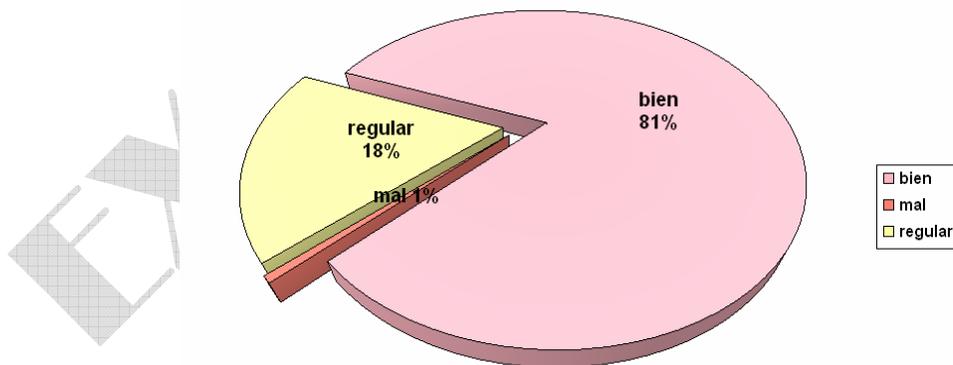
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

El 83% de los visitantes encuestados calificó los servicios de Iluminación como buenos, el 16% los calificó de regular y el 1% de los visitantes calificó mal.

Las principales observaciones son: escenario poco iluminado, poca iluminación en el área de parqueo y fuera del campo ferial, también se menciona que la carretera de acceso no cuenta con buena iluminación.

4.14.4 Servicios de decoración de pabellones

Grafico 14: Calificación de Servicios de Decoración de Pabellones



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

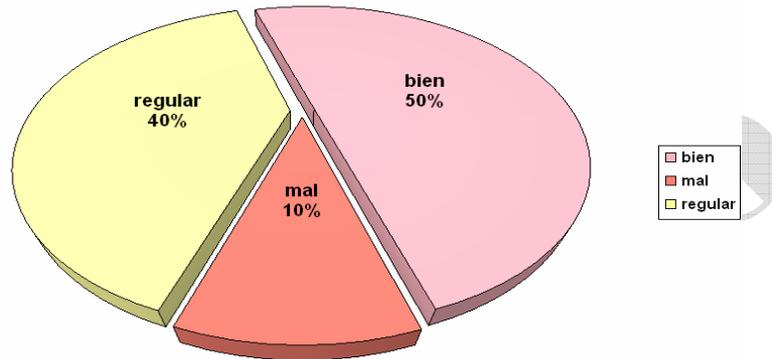
El 81% de los visitantes encuestados calificó los servicios de decoración de pabellones como buenos, el 18% los calificó de regular y el 1% de los visitantes los calificó como malos.

Las principales observaciones son: la organización improvisada y con muy poco tiempo de preparación, falta de pabellones internacionales, falta de pabellones agropecuarios, descuido del pabellón artesanal, poca presencia del pabellón Tarija.

Se sugiere definir rutas de circulación en los pabellones y mayor señalización, además de mejoras en las áreas de circulación. También se sugiere la ampliación de pabellones, principalmente artesanales y el pabellón Tarija.

4.14.5 Servicios básicos

Grafico 15: Calificación de Servicios Básicos



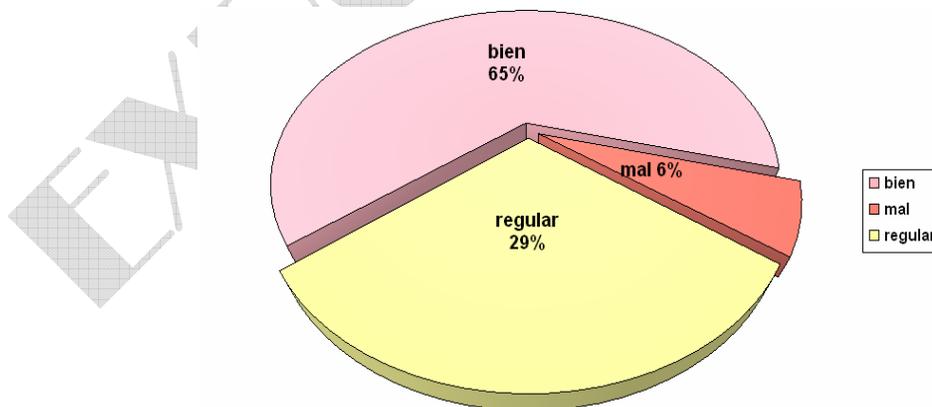
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

Los servicios básicos se refieren a la disponibilidad de letrinas y lavamanos. Al respecto El 50% de los visitantes encuestados los calificó de buenos, el 40% calificó Regular y el 10% calificó malos los servicios Básicos brindados en la Exposur 2005.

Algunas observaciones están relacionadas con la poca higiene y limpieza de los baños, asimismo se sugiere que el acceso a los baños no tenga costos adicionales para el visitante.

4.14.6 Servicios de seguridad

Grafico 16: Calificación de los Servicios de Seguridad



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

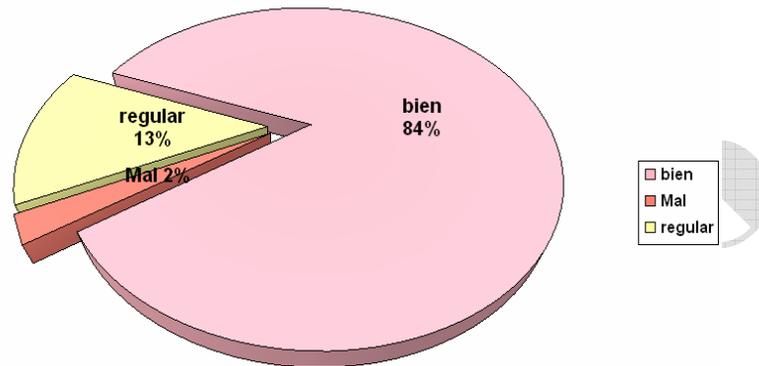
El 65% de los visitantes encuestados calificó los servicios de seguridad brindados como buenos, el 29% los calificó de regular y el 6% los calificó mal.

Algunas observaciones son: "después de los espectáculos se han registrado algunas peleas", sugieren ajustar los horarios de expendio de bebidas alcohólicas, por otro lado solicitan mayor

seguridad en las áreas de parqueo y fuera de la feria, además de un mejor control de tráfico vehicular en inmediaciones del campo ferial.

4.14.7 Servicios de limpieza de los espacios públicos

Grafico 17: Calificación de Servicios de Limpieza de los Espacios Públicos



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005 "

El 84% de los visitantes encuestados calificó los servicios de limpieza de los espacios públicos como buenos, el 13% los calificó de regular y el 2% los calificó como malos.

Algunas sugerencias son: mayor limpieza en el área de comidas, mucha polvareda en las áreas de parqueo, algunos visitantes poco higiénicos ensucian áreas públicas.

4.15 Recomendaciones de los visitantes a los organizadores de Exposur 2005

Cuadro 13: Principales recomendaciones de los visitantes

Recomendación	Total
Organización	31,6%
Infraestructura	10,1%
Servicios básicos y sanitarios	9,0%
Espectáculo	8,8%
Publicidad a nivel nacional e internacional	8,6%
Participación de empresas nacionales e internacionales	8,4%
Fecha apropiada	7,6%
Stands	7,0%
Ingreso a Exposur	5,3%
Seguridad	3,5%

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005 "

Los visitantes de Exposur 2005 realizan algunas observaciones y sugerencias, con miras a corregirlas para la siguiente versión de la feria: Un 31% de los encuestados recomiendan una

Mejor organización, 10% recomienda mejor Infraestructura, 9% recomienda mejorar los Espectáculos comenzando con la puntualidad y cumplimiento del programa establecido, contratar artistas de renombre y que estén de moda.

Otro 9% recomienda invitar a Empresas Nacionales e Internacionales para que tengan conocimiento de la economía Boliviana-regional, 9% recomienda mayor publicidad, 9% mejorar los servicios básicos y Sanitarios incrementando el número de baños, bajando el costo de los servicios e incrementar la limpieza de los mismos.

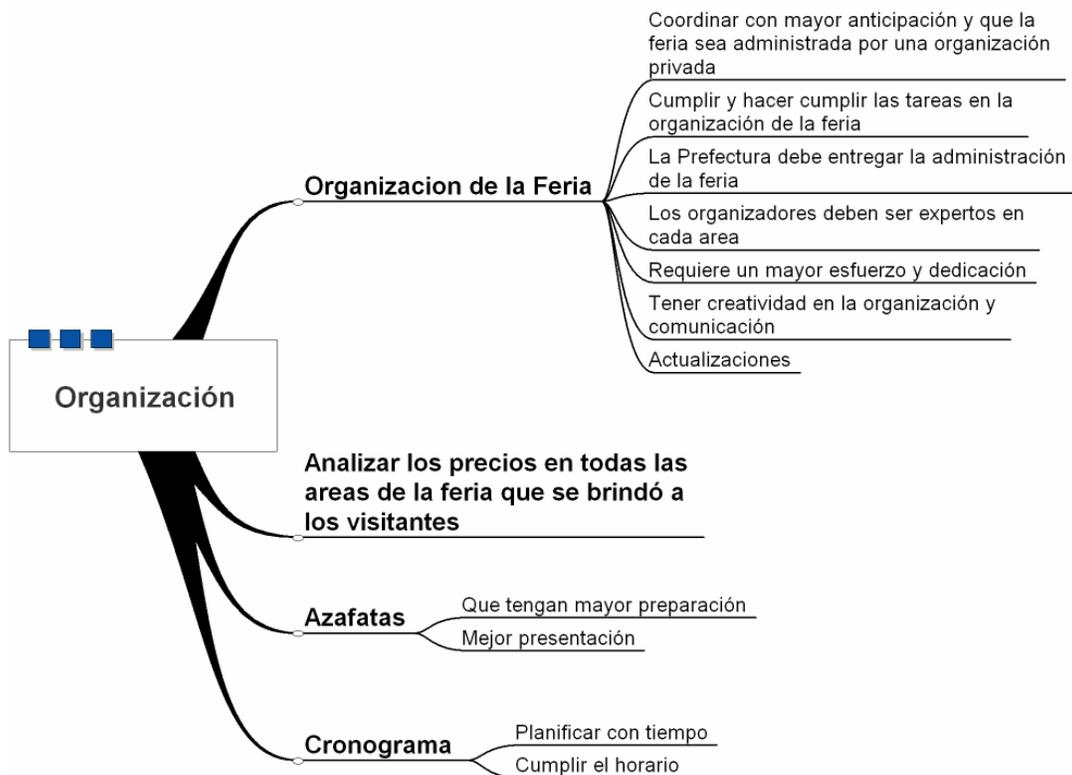
El 8% recomienda cambiar a una fecha mas apropiada con un mejor clima, 7% mejorar los stands, 5% favorecer el ingreso a Exposur bajando los precios de las entradas y ampliando de horario de visita, el 4% recomienda una mejor seguridad incrementado el personal dedicado a esta actividad.

4.15.1 Apreciaciones sobre la organización

Los visitantes recomiendan en un 31% una mejor organización para próximas versiones de Exposur.

Los visitantes opinan sobre la organización, que esta actividad requiere un mayor esfuerzo para su desarrollo y culminación exitosa, coordinando los preparativos con mayor tiempo de anticipación, cumpliendo y haciendo cumplir las tareas establecidas en el cronograma de trabajo.

Cuadro 14: Apreciaciones sobre la organización



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

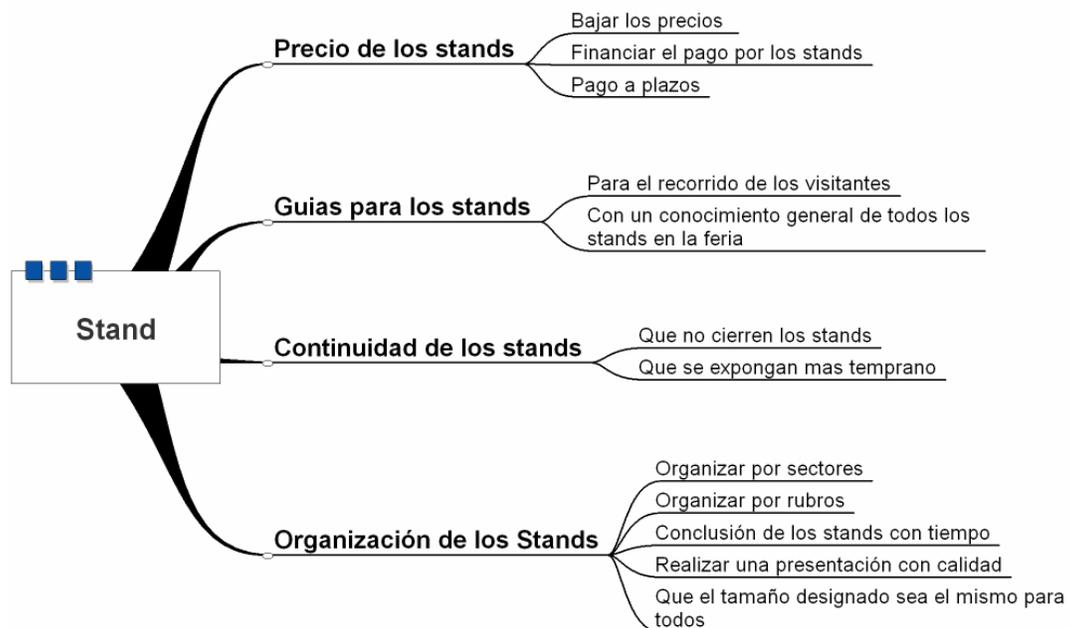
4.15.2 Apreciaciones sobre los stands

Los visitantes recomiendan en un 7% una mejor presentación de los Stands para próximas versiones de Exposur.

Los visitantes opinan que los costos de adquirir, decorar y presentar un stand son elevados, sugiriendo rebajar los mismos y buscar alternativas de pago para promover una mayor participación de expositores. También observaron la necesidad de contar con catálogos guía u otra información sobre la ubicación de los diferentes stands para facilitar su recorrido.

Sugieren también que los stands deben ser abiertos durante todo el tiempo que se estipula en el programa, es decir que se respeten los horarios de la feria y no estén cerrados durante una visita.

Cuadro 15: Apreciaciones sobre los Stand



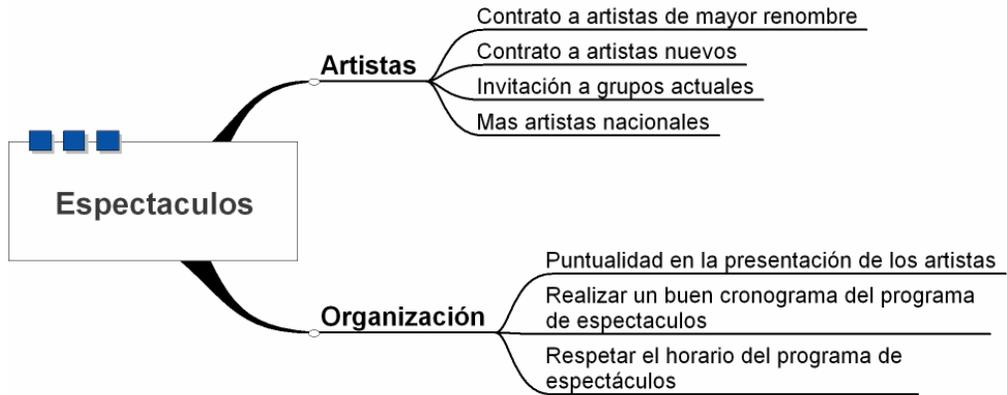
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

4.15.3 Apreciaciones sobre los espectáculos

Los visitantes recomiendan en un 9% mejorar la presentación del Espectáculo para próximas versiones de Exposur.

Los visitantes opinan que gran parte de los artistas eran conocidos o que ya habían hecho presentaciones en la ciudad o en anteriores versiones de Exposur por esto recomiendan contratar artistas nuevos y muy especiales, priorizando los nacionales e invitando también a internacionales.

Cuadro 16: Apreciaciones sobre los espectáculos

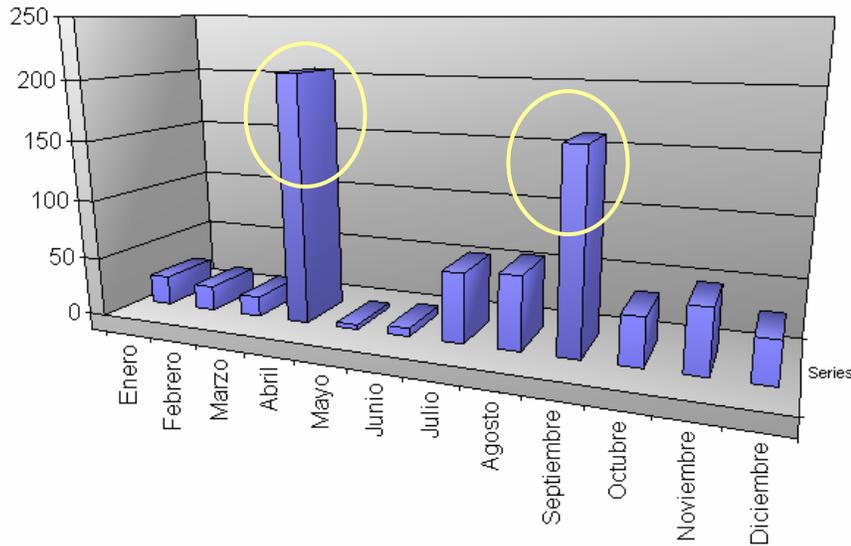


Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005 "

Las apreciaciones sobre las demás variables observadas por los visitantes, están detalladas en los anexos al presente documento.

4.16 Fecha recomendable para próximas versiones de Exposur

Grafico 18: Fecha recomendable para Exposur



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005 "

Cuadro 17: Recomendación de la fecha para próximas Exposur

Mes	Frecuencia	Porcentaje %
Abril	207	29,7
Septiembre	163	23,4
Agosto	61	8,8
Julio	58	8,3
Noviembre	53	7,6
Octubre	40	5,7
Diciembre	35	5,0
Enero	25	3,6
Febrero	21	3,0
Marzo	17	2,4
Junio	7	1,0
Mayo	4	0,6
Total	697	100

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

Los visitantes recomiendan que el mes apropiado para la realización de la Exposur es Abril (29%), como segunda opción se sugiere el mes de septiembre (23,4%). Los demás meses son de menor importancia cuantitativa.

5. CARACTERISTICAS DE LOS EXPOSITORES

El número total de expositores aumentó aproximadamente en un 10%, respecto del año 2003, registrándose aproximadamente 300 empresas expositoras (se incluyen a las microempresas y clubes de madres que han tenido su pabellón específico).

Vale destacar que las microempresarias no forman parte de los análisis del presente informe, simplemente es considerada su número.

5.1 País de origen de las empresas expositoras

Se estima que el porcentaje de expositores extranjeros se ha reducido, hasta aproximadamente el 5% del total de expositores, no se tienen datos precisos para realizar la comparación con anteriores versiones. Los expositores extranjeros están caracterizados por instituciones municipales tanto de Argentina como de Chile y por la industria petrolera (Repsol, Petrobrás, etc.).

Por zonas geográficas, cabe destacar la fuerte presencia de Tarija con el 67,5% de las empresas expositoras y un 28,5% de empresas de otros departamentos de Bolivia, principalmente La Paz, Santa Cruz y Cochabamba.

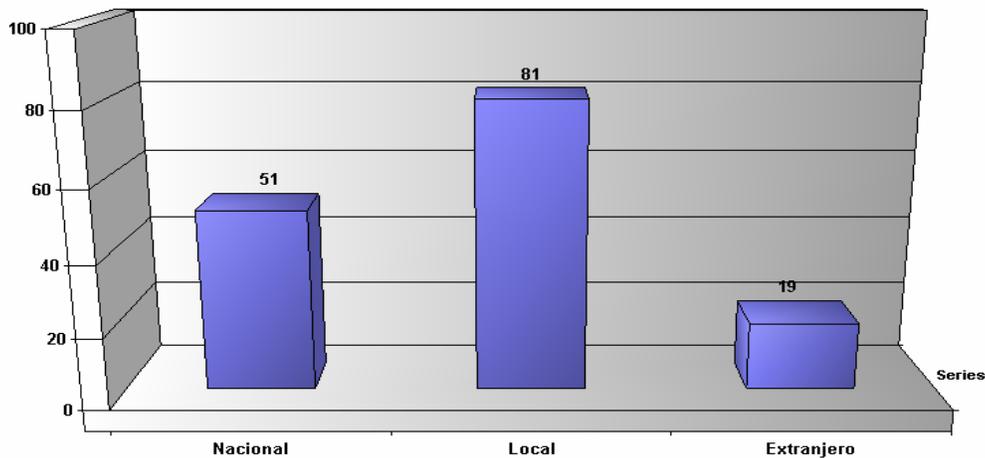
Cuadro 18: Lugar de procedencia de las empresas expositoras

País	Departamento	Total
Argentina	Salta	1,32%
	Chaco	0,66%
Total Argentina		1,99%
Bolivia	Tarija	67,55%
	Santa Cruz	5,96%
	Potosí	0,66%
	Oruro	1,32%
	La Paz	10,60%
	Cochabamba	5,96%
	Chuquisaca	3,97%
Total Bolivia		96,03%
Brasil	Santa Cruz	0,66%
Total Brasil		0,66%
Chile	Iquique	0,66%
Total Chile		0,66%
España	Santa Cruz	0,66%
Total España		0,66%
Total general		100,00%

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

5.2 Procedencia de los productos de las empresas expositoras

Grafico 19: Procedencia de los productos expuestos (ponderado a 100)

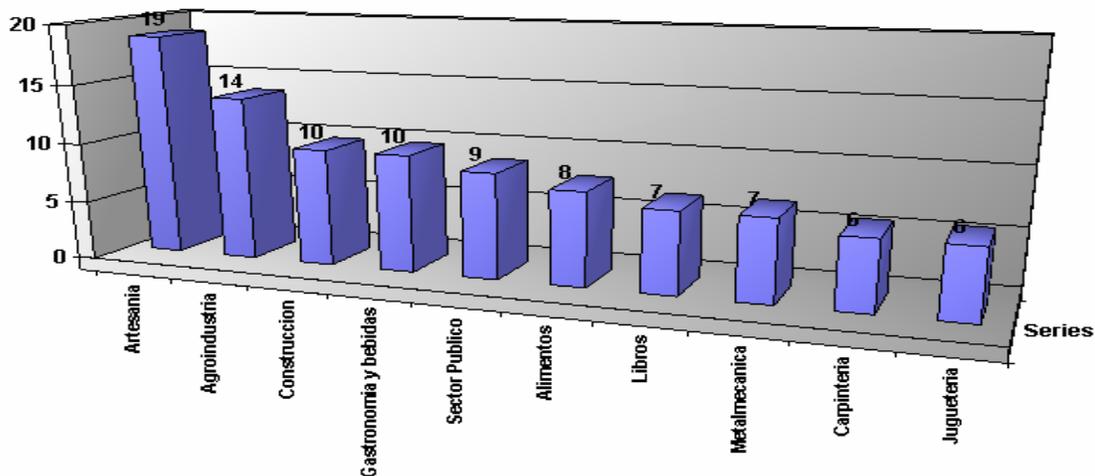


Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

El 54% de los productos expuestos en la feria proceden de empresas locales (Tarija), el 34% de empresas nacionales y el 13% son de procedencia extranjera. En muchos casos estos productos son redistribuidos por empresas locales.

5.3 Principales rubros de participación

Grafico 20: Los 10 principales rubros participantes (datos en porcentaje)



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

Se destacan los rubros de artesanía (19%), agroindustria (14%), construcción (10%) y gastronomía - bebidas (10%).

Las instituciones del sector público como ser municipios y oficinas del gobierno tienen una presencia importante (9%).

Participan también los rubros de alimentos, libros, metalmeccánica, carpintería y juguetes, entre otros de menor importancia.

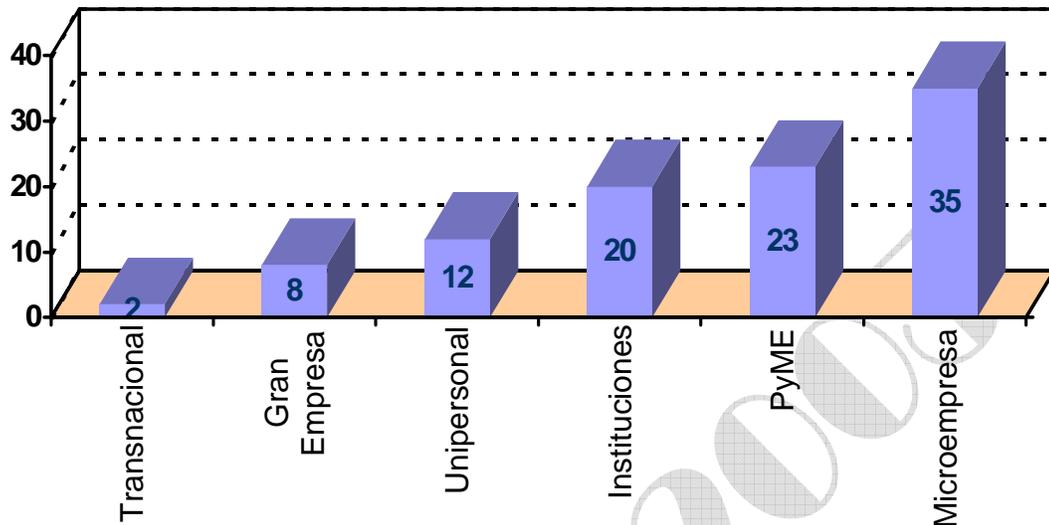
5.4 Benchmarking; Principales rubros participantes en diferentes versiones de Exposur

Cuadro 19: Rubros y sectores participantes

Año 2000		Año 2001		Año 2003		Año 2005	
Rubros	%	Rubros	%	Producto	%	Producto	%
Artesanos	12	Alimentos	21	Artesanos	19	Artesanos	19
Alimentos Naturales	10	Peletería y marroquinería	11	Alimentos	7	Agroindustria	14
Muebles	10	Joyería	9	Muebles	5	Construcción	10
		Construcción	8	Otros	32	Gastronomía y bebidas	10
						Sector público	9

5.5 Tamaño de las empresas expositoras

Grafico 21: Tamaño de las empresas (datos en porcentaje)



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

Considerando el número de empleados que trabajan en las diferentes empresas participantes de Exposur 2005, se ha determinado que:

- El 70% son empresas unipersonales y MiPyMEs³ (Empresas unipersonales 12%, microempresas 35% y PyMEs 23%).
- El 20% son Instituciones tanto públicas como privadas
- El 10% son grandes empresas y transnacionales (8% y 2% respectivamente)

5.6 Antigüedad de las empresas expositoras

Para el análisis de antigüedad de las empresas participantes, se ha utilizado la aplicación de multigráficos del paquete Access, los resultados son:

El 100% de las empresas transnacionales y la gran empresa participantes en Exposur tienen más de 5 años de trayectoria empresarial.

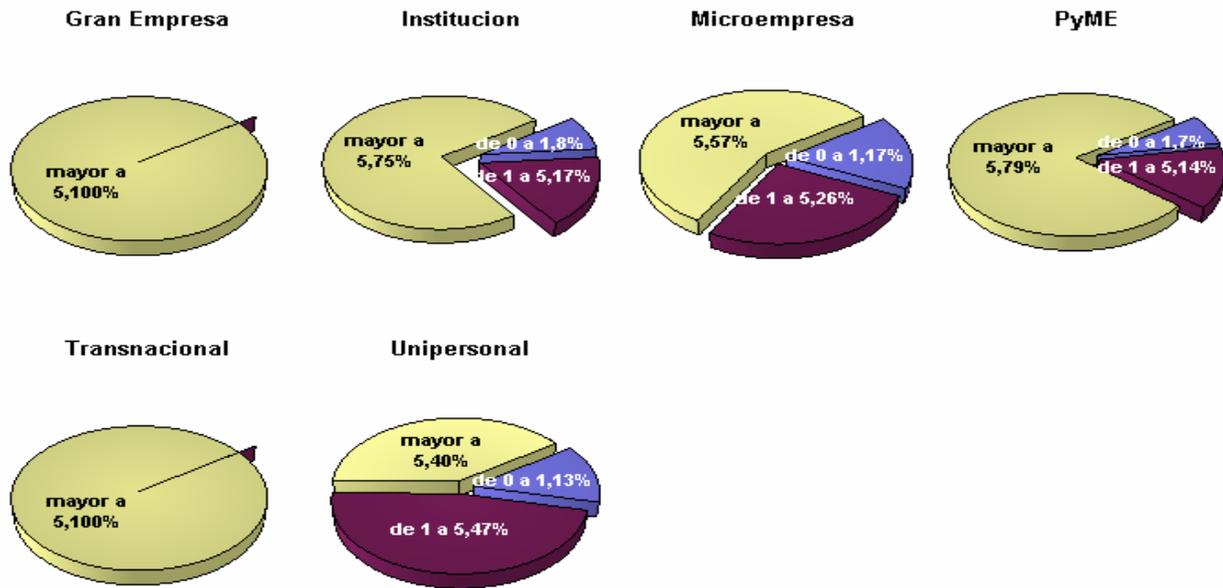
Respecto a las instituciones, el 75% tiene más de 5 años de vida, el 17% entre 1 y 5 años y el 8% menos de un año de vida.

El 79% de las PyMEs tienen más de 5 años de vida, el 14% entre 1 y 5 años de vida y el 7% menos de 1 año de vida

De las microempresas, el 57% tiene más de 5 años de vida, el 26% entre 1 y 5 años de vida y el 17% menos de un año de vida.

³ MiPyME; Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Grafico 22: Antigüedad de las empresas (datos en porcentaje)



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

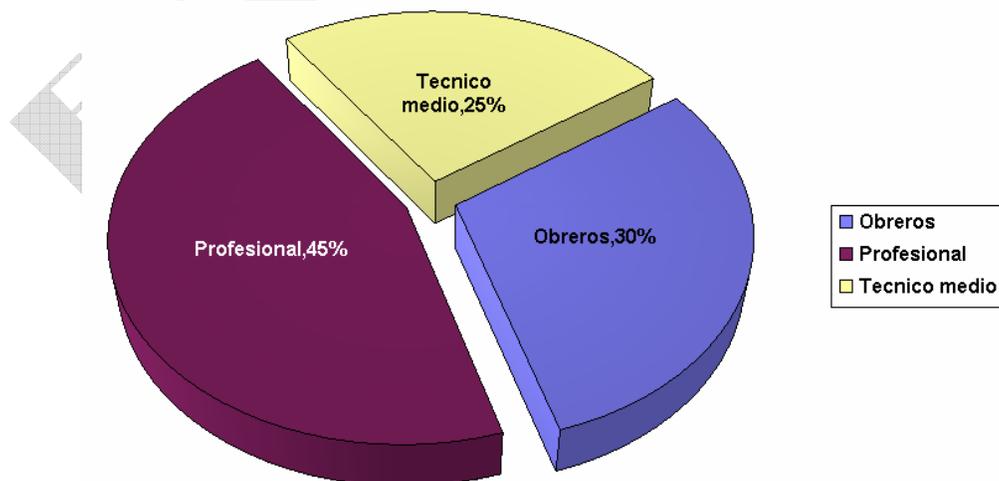
Finalmente las empresas unipersonales, de las cuales el 40% tiene mas de 5 años, el 47% entre 1 y 5 años y e 13% menos de un año de vida.

En conclusión podemos destacar que gran parte de las empresas unipersonales y las microempresas participantes en Exposur, son empresas de reciente creación, que han sido fundadas hace menos de 5 años.

Las empresas transnacionales y la gran empresa tienen una trayectoria empresarial de muchos años.

5.7 Nivel de formación de los trabajadores en las empresas expositoras

Grafico 23: Nivel de formación (datos en porcentaje)



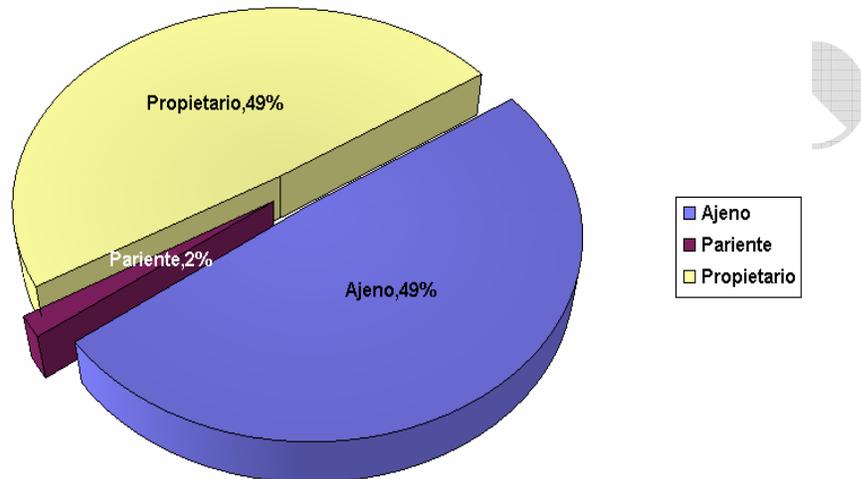
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

Existe un alto nivel de profesionalización en el personal de las empresas expositoras, el 75% esta compuesta por técnicos medios y de nivel superior (25% y 45% respectivamente).

Solamente el 25% no cuenta con capacitación media o universitaria.

5.8 Propiedad de las empresas expositoras

Grafico 24: Propiedad de las empresas participantes (datos en porcentaje)

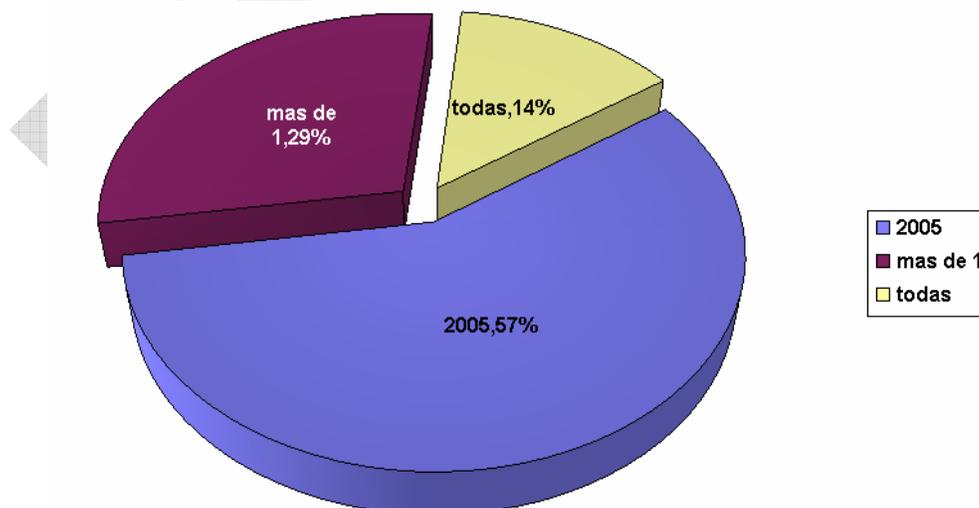


Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

Podemos apreciar que el 49% de los expositores es propietario de la empresa, el 49% es ajeno y pariente el 2%.

5.9 Participación de los expositores en diferentes versiones de Exposur

Grafico 25: Participación en diferentes versiones (datos en porcentaje)

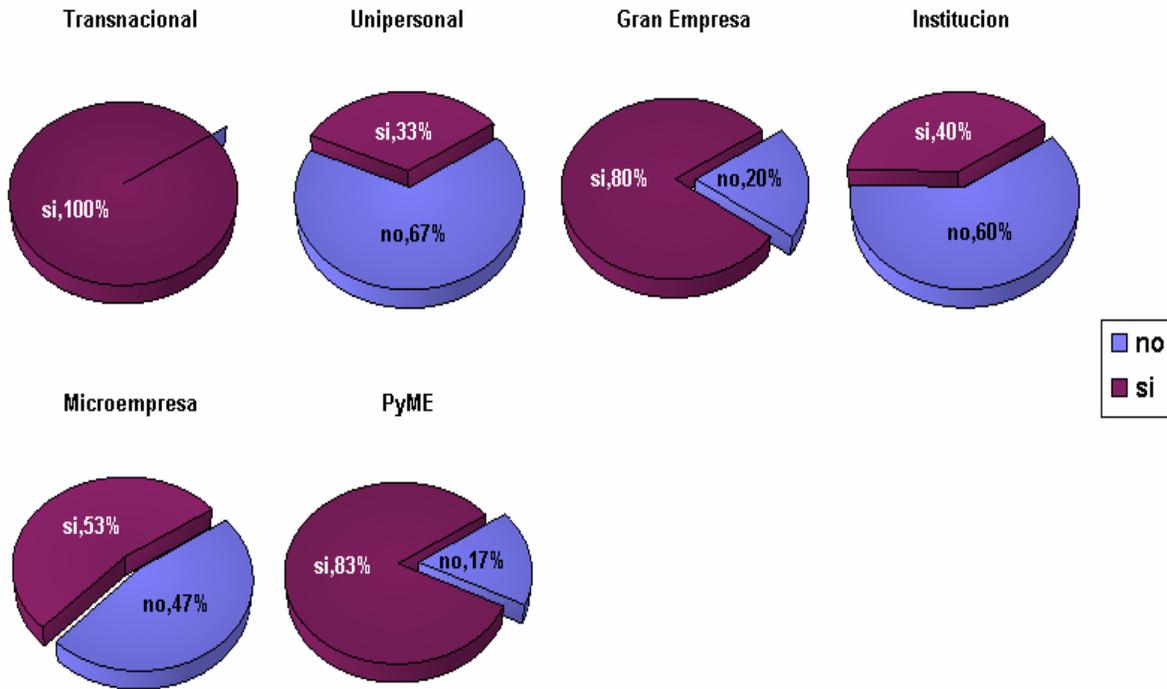


Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

El 57% de las empresas participa por primera vez de este evento ferial, el 43% de las empresas, ha participado en mas de una versión de Exposur (14% en todas las versiones y 29% en mas de una versión).

5.10 Capacitación del personal en participación ferial

Grafico 26: Capacitación al personal (datos en porcentaje)



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005 "

Las empresas que más capacitan a su personal de ferias en técnicas de participación ferial, son las transnacionales, la gran empresa y las PyMES (100%, 80% y 83% respectivamente).

Los que menos capacitan son las empresas unipersonales, las instituciones y la microempresa (33%, 40% y 53%).

5.11 Número de personas dedicadas a la atención de stands

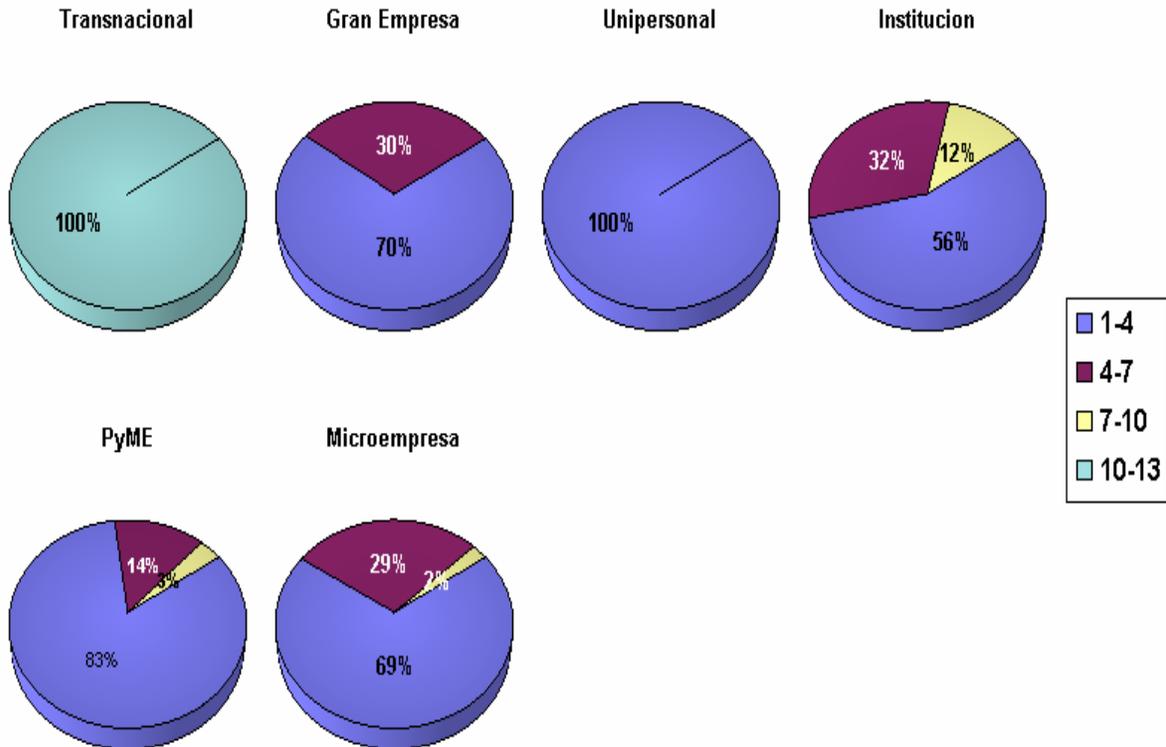
Cuadro 20: Personas dedicadas a la atención de stands

Estadístico	Valor
Media	3,3
Moda	2,0
Mínimo	1,0
Máximo	30,0

En promedio se ocupan 3 personas para la atención de los stands, el valor que mas se repite (moda), es de 2 personas. El mínimo de personal destinado para la atención es de 1 y el máximo de 30 personas.

Las características disgregadas por tipo de empresa se presentan a continuación:

Grafico 27: N° de personas dedicadas al stand (%) por tipo de empresa



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

- El 100% de las transnacionales ocupan entre 10 a 13 personas para la atención de su stand. Un 70% de la Gran Empresa utiliza entre 1 a 4 personas, un 30 % entre 4 a 7 personas.
- Un 56% de las Instituciones utiliza entre 1 a 4 personas, un 32% entre 4 a 7 personas y un 12% entre 7 a 10 personas, para la atención de sus stands.
- Un 83% de la PyME utiliza entre 1 a 4 personas, un 14% entre 4 a 7 personas y un 3% entre 7 a 10 personas, para la atención de sus stands. Un 69% de las Microempresas utilizan entre 1 a 4 personas, un 29% entre 4 a 7 personas y 2% entre 7 a 10 personas, para la atención de sus stands.
- El 100% de las empresas unipersonales ocupan menos de 4 personas.

5.12 Inversión en instalación de stands

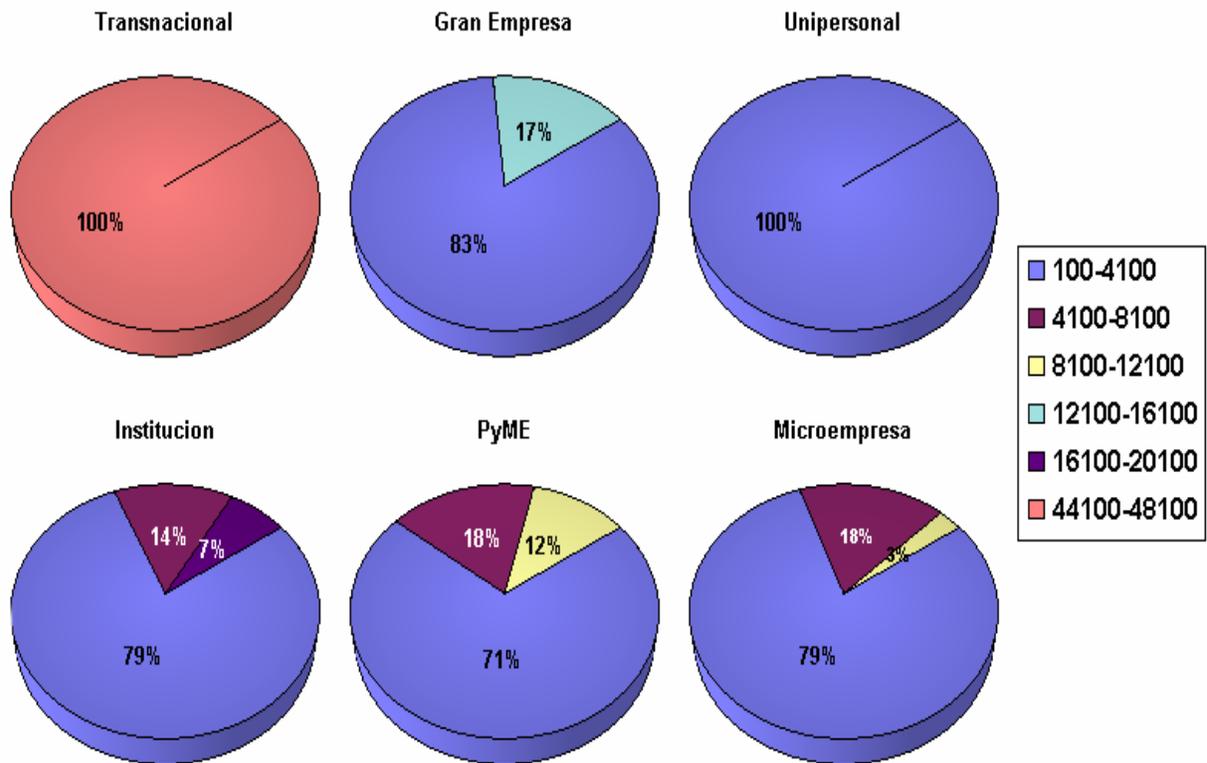
Cuadro 21: Inversiones en instalación del Stand (Bs.)

Estadístico		Valor Bs.	Valor \$us.
Media		3.645,7	456
Mediana		2.000,0	250
Moda		1.000,0	125
Mínimo		100,0	13
Máximo		48.000,0	6.000
Percentiles	25	800,0	100
	50	2.000,0	250
	75	4.000,0	500

El promedio de inversiones en la instalación del stand es de 456 \$us EEUU, el mínimo registrado es de 13 \$us (posiblemente no se han incluido todos los ítems de costo o se ha recibido financiamiento de alguna institución), el máximo es de 6.000 dólares.

Las empresas del cuartil 1, invierten 100 \$us en la instalación de su stand, las del cuartil 2 invierten 250 \$us, finalmente las empresas del cuartil 3 invierten en promedio 500 \$us.

Grafico 28: Gastos en preparación del Stand

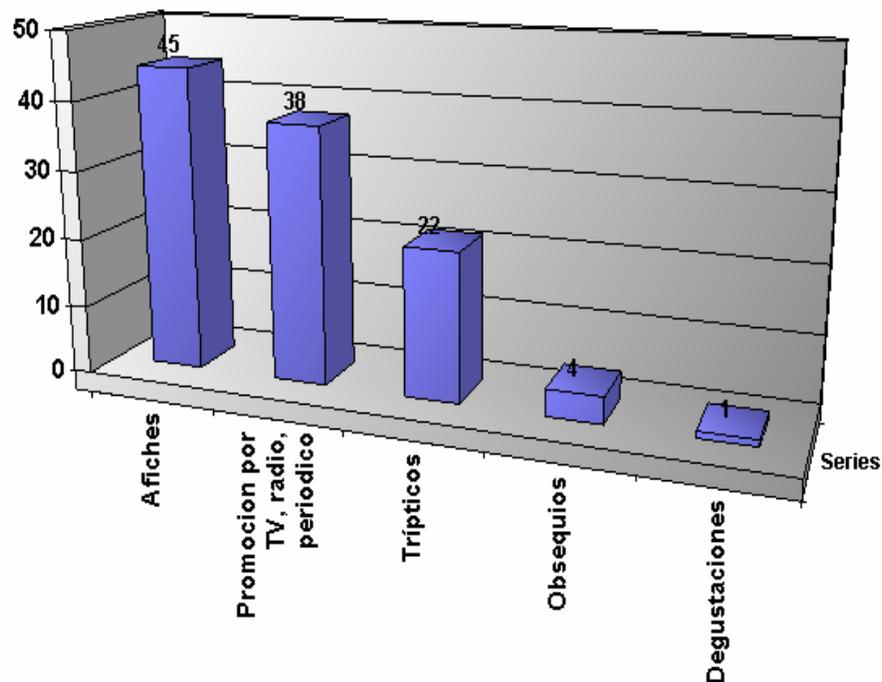


Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

- ✚ El 100% de las empresas **Transnacionales** invierten más de 44,000 Bs. en la decoración de su stand. El 83% de la **Gran Empresa** gasta entre 100 a 4,100 Bs. y un 17% gastan entre 12,100 a 16,100 Bs.
- ✚ Un 79% de las **Instituciones** gastan entre 100 a 4,100 Bs., un 14% gastan entre 4,100 a 8,100 Bs. y 7% 16,100 a 20,100 Bs.
- ✚ Un 71% de las **PyMEs** gastan entre 100 a 4,100 Bs. un 18% 4,100 a 8,100 Bs. y un 12% 8,00 a 12,100 Bs. Un 79% de las **Microempresas** gastan entre 100 a 4,100 Bs., un 18% gastan entre 4,100 a 8,100 Bs. y un 3% gastan entre 8,100 a 12,100 Bs.
- ✚ El 100% de las **Empresas Unipersonales** invierten menos de 4,000 Bs. en la decoración de su stand.

5.13 Material de promoción utilizado por los expositores

Grafico 29: Material de promoción utilizado (%)



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

El material de promoción más utilizado por la empresas expositoras, durante su participación ferial han sido los afiches y trípticos (45% y 22% respectivamente), la promoción por medios masivos como televisión, radio y periódicos ocupa el segundo lugar (38%).

Los obsequios y degustaciones son el medio de promoción menos utilizado por las empresas durante su participación en la feria (5%).

5.14 Objetivos de participación en Exposur 2005

Cuadro 22: Objetivos de participación (datos en %)

Objetivo	Primero (%)	Segundo (%)	Tercero (%)	Ponderado
Promocionar	26,1	30,1	9,4	65,5
Vender	33,6	14,6	7,1	55,3
Abrir Mercado	11,8	16,5	22,3	50,6
Expandir	8,4	11,6	25,9	45,9
Potenciar la marca	11,8	17,6	2,3	31,7
Rueda Negocios	0	4,8	21,2	26,0
Otros	8,4	4,8	11,8	25,0
Total	100	100	100	300,0

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

Los principales objetivos de participación de las empresas en Exposur 2005 han sido la comercialización de productos (33,6%), la promoción de productos (26,1%) y la apertura del mercado así como el potenciamiento de la marca en el mercado Tarijeño (23,6%). Otros motivos están relacionados con el conocimiento del mercado con miras a una posible incursión.

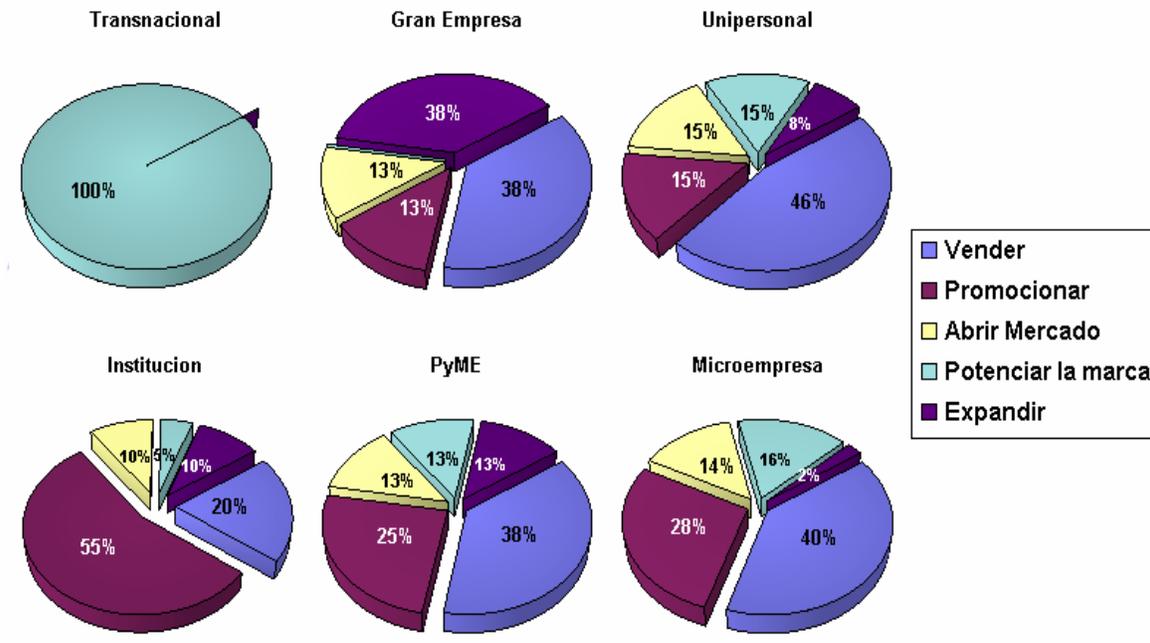
El motivo ponderado, es decir considerando el motivo principal, mas los motivos secundario y terciario que tienen las empresas para participar en este evento ferial, destaca la promoción de productos como principal (65,5%), seguida de la venta (55,3%) y la apertura del mercado Tarijeño (50,6%).

La rueda de negocios no es motivo principal de participación en Exposur, pero sí se constituye en un motivo secundario y terciario muy importante.

Existen también otros motivos como ser la identificación de contactos, la observación a los competidores, de sus diseños y productos y la búsqueda de información respecto a diversos temas.

Los motivos de participación por tipo de empresa, se muestran a continuación:

Grafico 30: Objetivos de participación por tipo de empresa (datos en %)

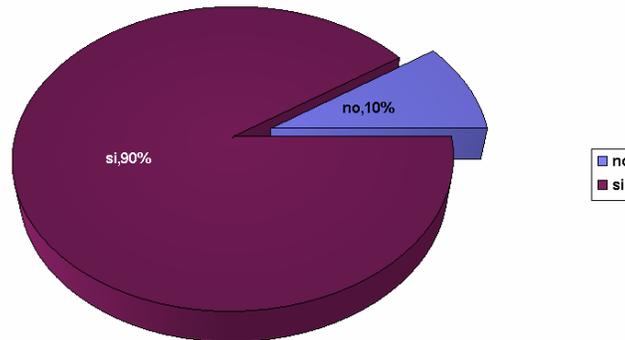


Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

- El 100% de las empresas **Transnacionales** participan en la feria con el objetivo de potenciar su marca e imagen institucional. La **Gran Empresa** un 38% es Vender, un 38% es expandirse a nuevos mercados, un 13% es Promocionar sus productos y un 13% es abrir mercado.
- Las **Instituciones** un 55% es promocionar, un 20% es vender, un 10% es abrir mercado y un 5% es potenciar la marca.
- La **PyMES** un 38% es vender, un 25% es promocionar, un 13% es abrir mercado, un 13% es potenciar la marca y un 13% es expandirse a nuevos mercados. Las **Microempresas** un 40% es vender, un 28% es promocionar, un 14% es abrir mercado, un 16% es potenciar la marca y 2% expandirse a nuevos mercados.
- Las empresas **Unipersonales** un 46% participa para vender sus productos, un 15% promocionar, un 15% abrir mercado, un 15% potenciar la marca y 9% para expandirse al mercado tarijeño.

5.15 Cumplimiento de objetivos

Grafico 31: Cumplimiento de objetivos de participación en Exposur 2005



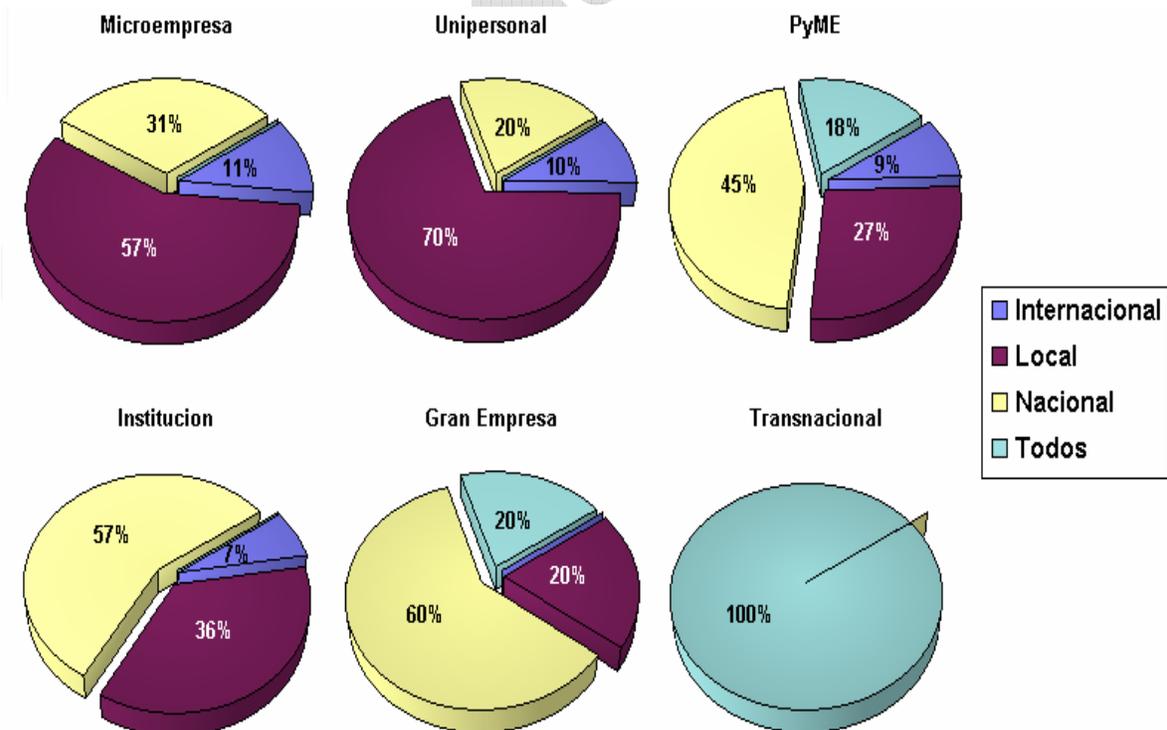
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

A nivel general el 90% de las empresas participantes en Exposur 2005, cumplieron sus objetivos de participación.

Existe un alto nivel de cumplimiento de objetivos por parte de las empresas.

5.16 Mercados de destino de las empresas participantes

Grafico 32: Mercados de destino de las empresas (datos en porcentaje)

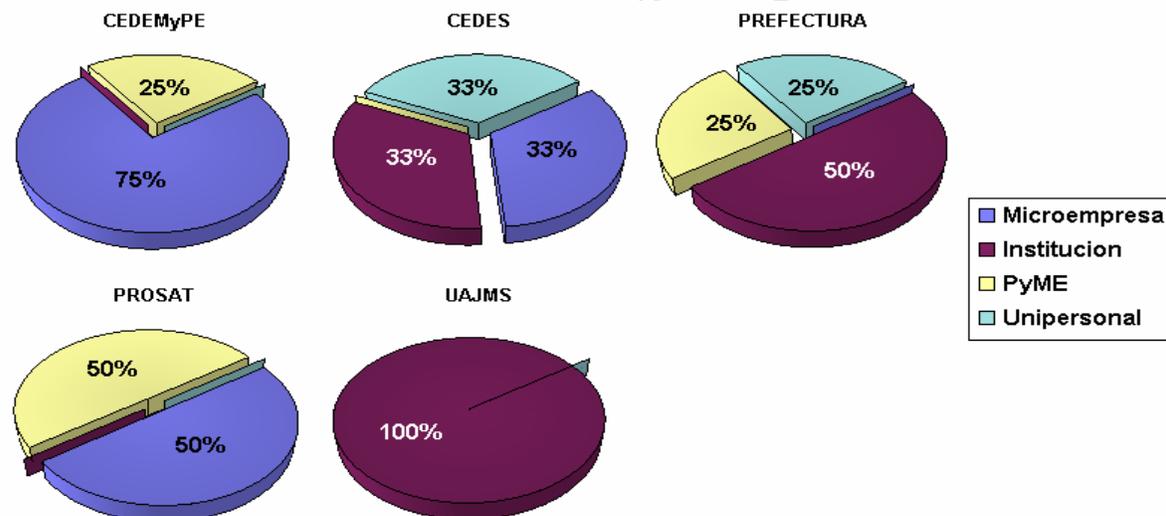


Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

- ✚ El 100% de las Empresas Transnacionales tiene la capacidad de acceder tanto a mercados locales, nacionales e internacionales.
- ✚ El 60% de mercado de la Gran Empresa esta orientado a nivel nacional, un 20% esta orientado al mercado local, un 20% esta orientado a todos los mercados.
- ✚ Las Instituciones, un 57% tiene alcance nacional, un 36% alcance local y un 7% a nivel internacional.
- ✚ La PyMES un 45% de su mercado esta orientado a nivel nacional, un 27% esta orientado al mercado local, un 18% esta orientado a todos los mercados, un 9% exclusivamente al mercado internacional.
- ✚ Las Microempresas un 57% esta orientado al mercado local, un 31% esta orientado la mercado nacional, un 11% esta orientado al mercado internacional.
- ✚ Las Unipersonales un 70% esta orientado al mercado local, un 20% esta orientado la mercado nacional, un 10% esta orientado al mercado internacional.

5.17 Financiamiento de la participación en Exposur 2005

Grafico 33: Financiamiento de participación a las empresas (datos en porcentaje)

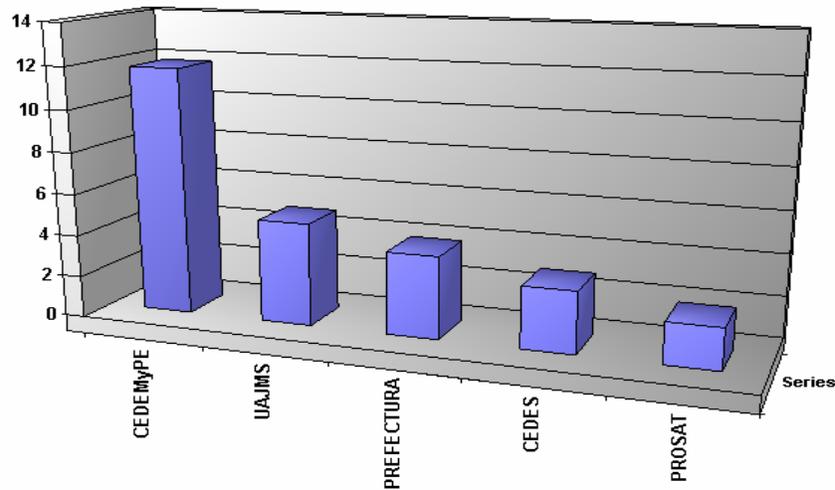


Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

- ✚ Las empresas Transnacionales y la Gran Empresa autofinancian su participación en la feria (100%).
- ✚ CEDEMyPE; financia principalmente la participación de microempresas y PyMES (75 y 25 por ciento respectivamente).
- ✚ CEDES; financia en 33% a las empresas Unipersonales, un 33% a Instituciones, y un 33% a la microempresa.
- ✚ PREFECTURA; financia un 50% a Instituciones, un 25% a las PyMES, y 25% a Unipersonales.
- ✚ PROSAT; financia a PyMES y microempresas rurales (50% a ambas)

- UAJMS; el 100% de su financiamiento es para la participación de sus diferentes unidades académicas o entidades universitarias.

Grafico 34: Los 5 primeros financiadores.



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

5.18 Calificación a los servicios de apoyo a expositores

Cuadro 23: Calificación de los servicios de apoyo (datos en porcentaje)

Servicio	Bien	Regular	Mal	Total
Servicios Básicos	77,0	5,7	17,2	100,0
Información	76,5	2,5	21,0	100,0
Limpieza	64,7	11,8	23,5	100,0
Seguridad	34,2	27,9	37,8	100,0
Comunicación	30,3	31,1	38,7	100,0

La encuesta de valoración llevada a cabo por la UAJMS entre las empresas expositoras en Exposur 2005, arrojó resultados positivos en cuanto a la calidad de los servicios de apoyo.

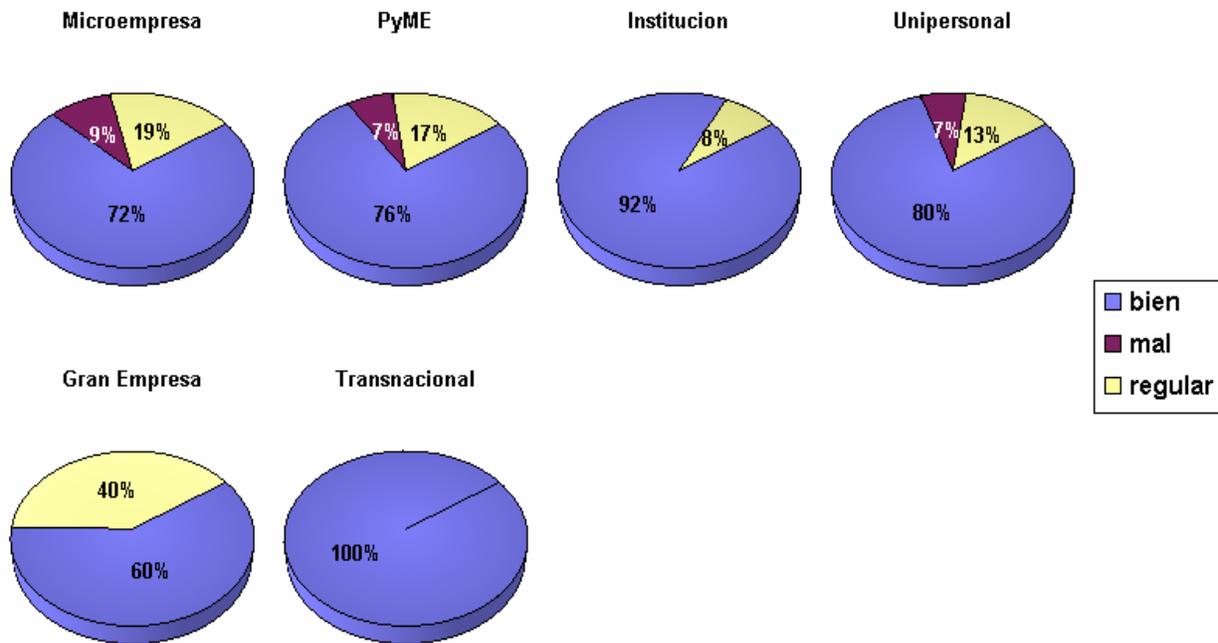
Los mejor calificados han sido los servicios básicos (letrinas, lavamanos, agua potable, etc.), los servicios de información y limpieza con 77%, 76,5% y 64,7% respectivamente.

Tanto los servicios de seguridad, como de comunicación, han tenido una menor calificación (34,2% seguridad y 30,3% comunicación).

En términos generales, se obtuvo una valoración media de 57%.

5.18.1 Calificación a los servicios básicos

Grafico 35: Calificación de los servicios básicos (datos en %)

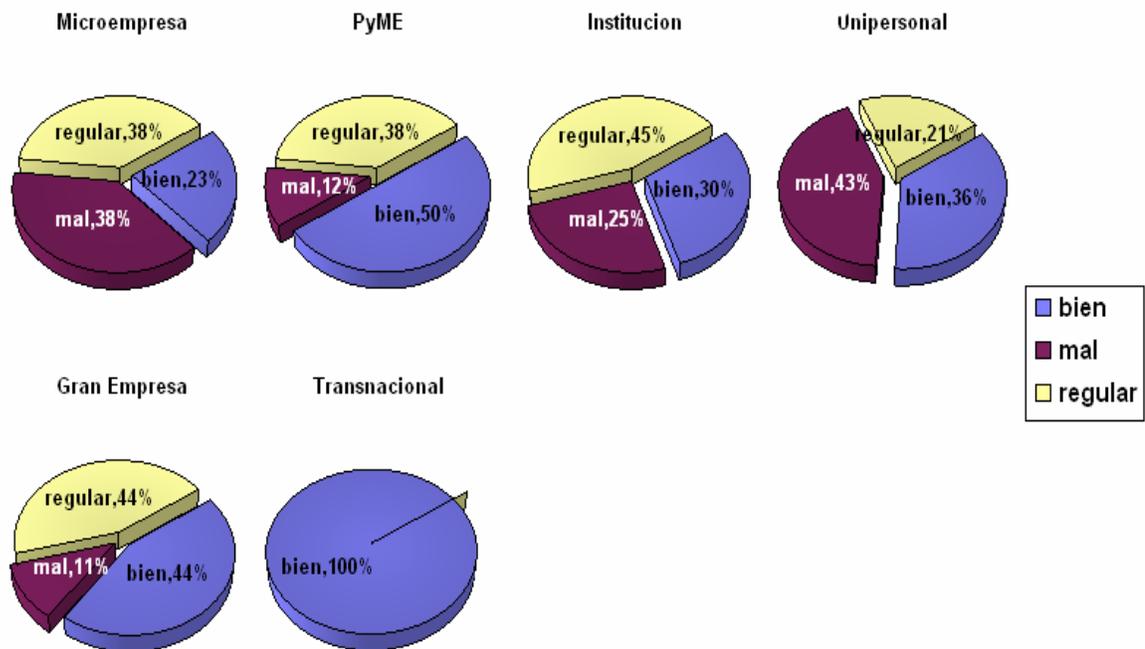


Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

- ✚ El 100% de las empresas Transnacionales califican de buenos los servicios básicos brindados en la Exposur 2005.
- ✚ El 60% de las grandes empresas califican de buenos los servicios básicos brindados en la Feria, el 40% califica regular.
- ✚ El 92 % de las instituciones califican de buenos los servicios básicos brindados, el 8% califica regular.
- ✚ El 76% de las PyMes califican de buenos los servicios básicos brindados, el 17% califica regular y el 7% califica como malos.
- ✚ El 72% de las Microempresas califican de buenos los servicios básicos brindados, el 19% califica regular y el 9% califica como malos.
- ✚ El 80% de las Microempresas califican de buenos los servicios básicos brindados, el 13% califica regular y el 7% califica como malos.

5.18.2 Calificación a los servicios de comunicación

Grafico 36: Calificación de los servicios de comunicación (datos en porcentaje)

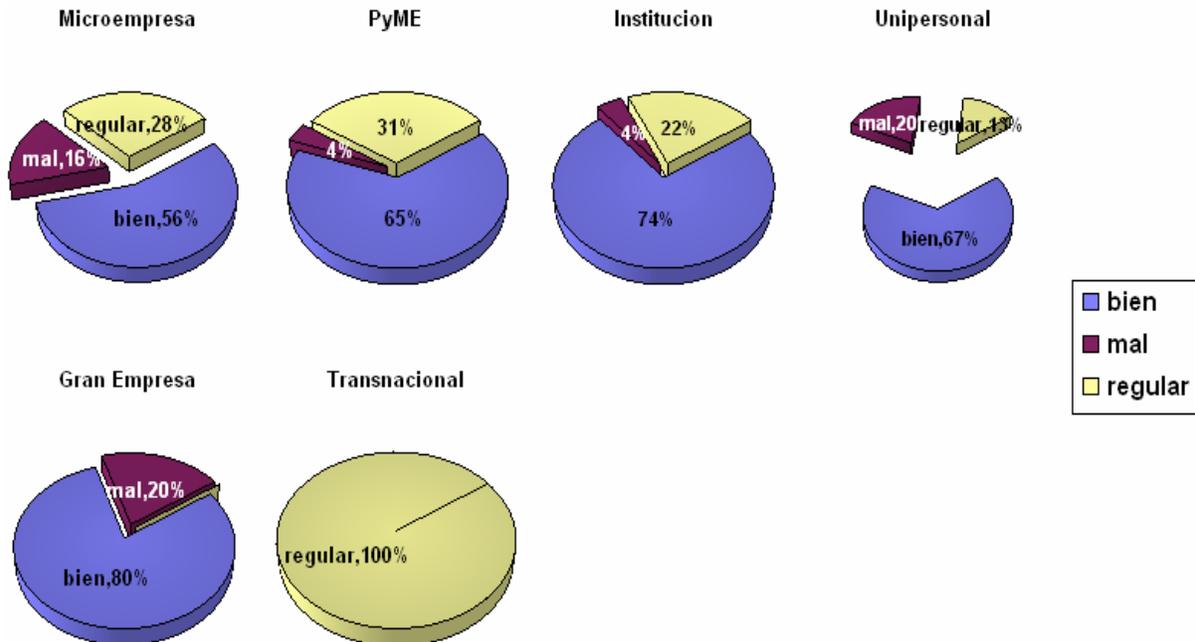


Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

- El 100% de las Empresas Transnacionales califican bien los servicios de comunicación brindados en la Exposur 2005.
- El 44% de las grandes empresas los califican como buenos, el 44% los califica de regular.
- El 30 % de las instituciones califican como buenos, el 45% califica de regulares los servicios de comunicación y el 25% califican como malos.
- El 50% de las PyMEs califica como buenos los servicios de comunicación brindados, el 38% los califica de regular y el 12% califica como malos.
- El 23% de las Microempresas califica como buenos, el 38% califica regular y el 12% califica como malos.
- El 36% de las empresas unipersonales califican bien los servicios de comunicación, el 21% califica regular y el 43% califica como malos.

5.18.3 Calificación a los servicios de seguridad

Grafico 37: Calificación de los servicios de seguridad (datos en porcentaje)

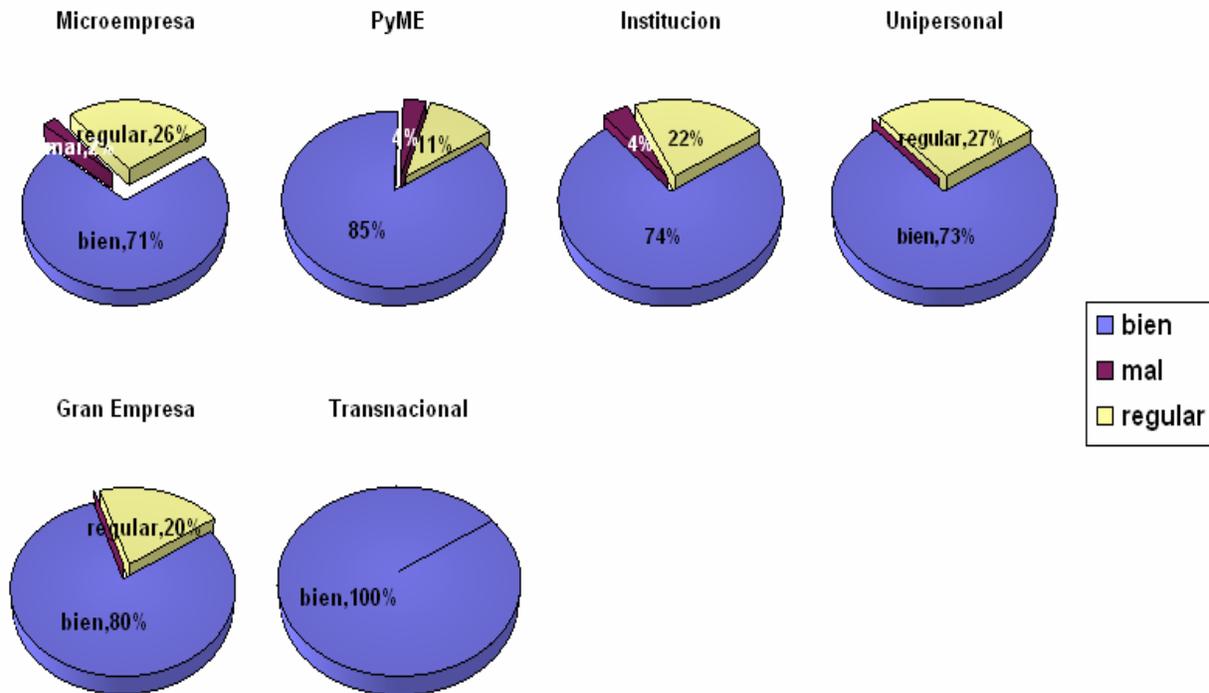


Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

- El 100% de las Empresas Transnacionales califican de regular los servicios de seguridad brindados en la Exposur 2005.
- El 80% de las grandes empresas califican de buenos los servicios de seguridad, el 20% califica como malos servicios.
- El 74% de las instituciones califican de buenos los servicios de seguridad brindados, el 22% califica de regular y el 4% califican como malos.
- El 65% de las PyMes califican de buenos los servicios de seguridad brindados, el 31% califica de regular y el 4% califica como malos.
- El 56% de las Microempresas califican de buenos los servicios de seguridad brindados, el 28% califica de regular y el 16% califica como malos.
- El 67% de las Unipersonales califican de buenos los servicios de seguridad brindados, el 13% califica regular y el 20% califica como malos.

5.18.4 Calificación a los servicios de limpieza

Grafico 38: Calificación de los servicios de limpieza (datos en porcentaje)

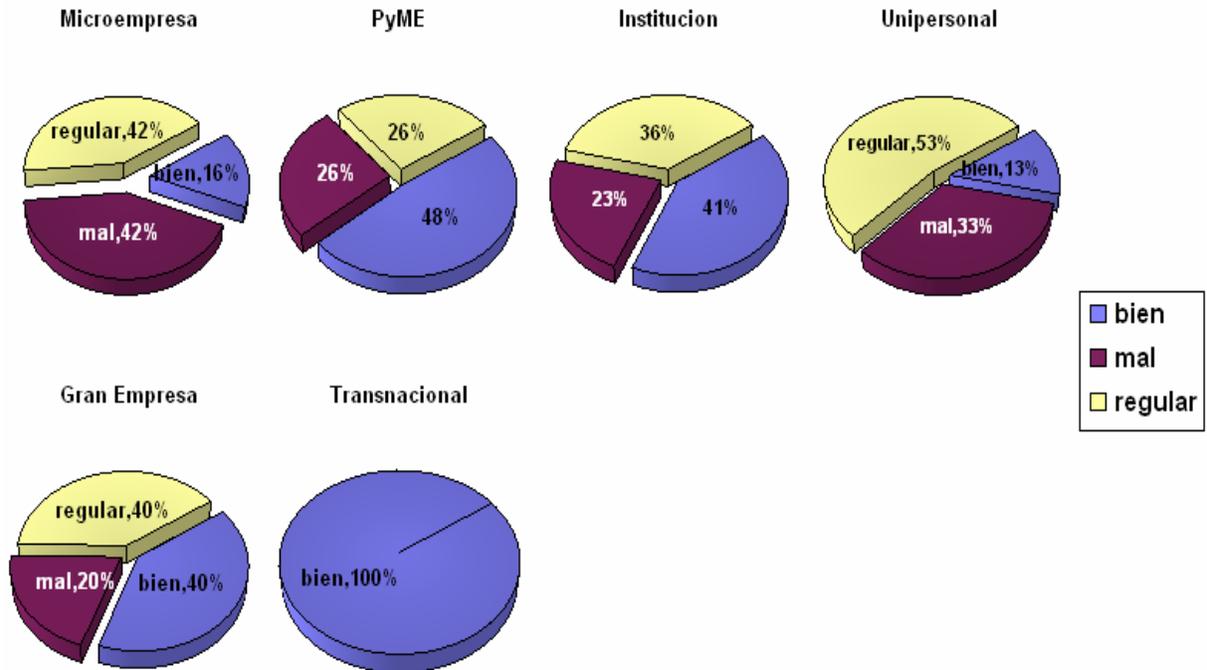


Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

- El 100% de las Empresas Transnacionales califican bien los servicios de limpieza brindados en la Exposur 2005.
- El 80% de las grandes empresas califican buenos los servicios de limpieza brindados en la Feria, el 20% califica regular.
- El 74% de las instituciones califican buenos los servicios de limpieza brindados, el 22% califica regular y el 4% califican como malos.
- El 85% de las PyMes califican de buenos los servicios de limpieza brindados, el 11% califica regular y el 4% califica como malos.
- El 71% de las Microempresas califican de buenos los servicios de limpieza brindados, el 26% califica regular y el 3% califica como malos.
- El 73% de las Unipersonales califican de buenos los servicios de limpieza brindados, el 27% califica regular los servicios de limpieza brindados.

5.18.5 Calificación a los servicios de información

Grafico 39: Calificación de los servicios de información (datos en porcentaje)

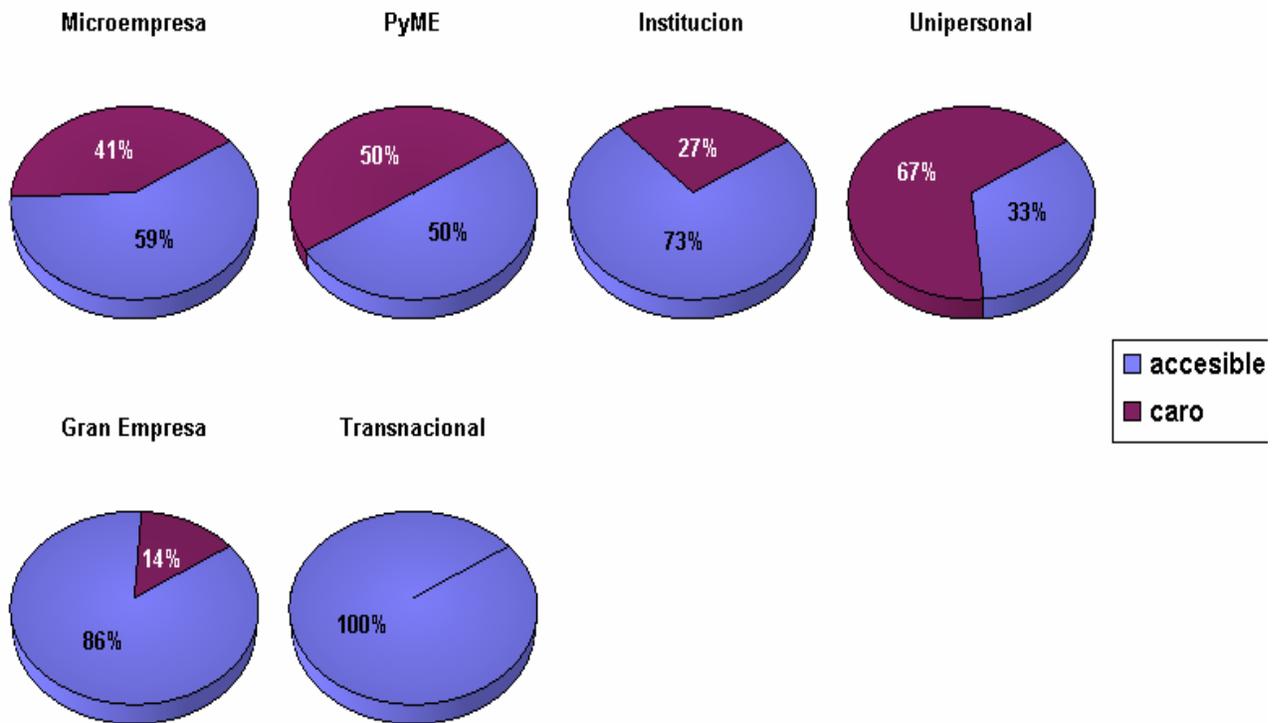


Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

- ✚ El 100% de las Empresas Transnacionales califican regular los servicios de información brindados en la Exposur 2005.
- ✚ El 40% de las grandes empresas califican de buenos los servicios de información brindados en la Feria, el 40% califica regular y un 20% califica como malos.
- ✚ El 41% de las instituciones califican de buenos los servicios de información brindados, el 36% califica regular y el 4% califican como malos.
- ✚ El 48% de las PyMes califican de buenos los servicios de información brindados, el 26% califica regular y el 26% califica como malos.
- ✚ El 16% de las Microempresas califican de buenos los servicios de información brindados, el 42% califica regular y el 42% califica como malos.
- ✚ El 13% de las Unipersonales califican de buenos los servicios de información brindados, el 53% califica regular y el 33% califica como malos.

5.19 Apreciaciones sobre el costo de los stands

Grafico 40: Apreciaciones sobre el costo de stands (datos en porcentaje)

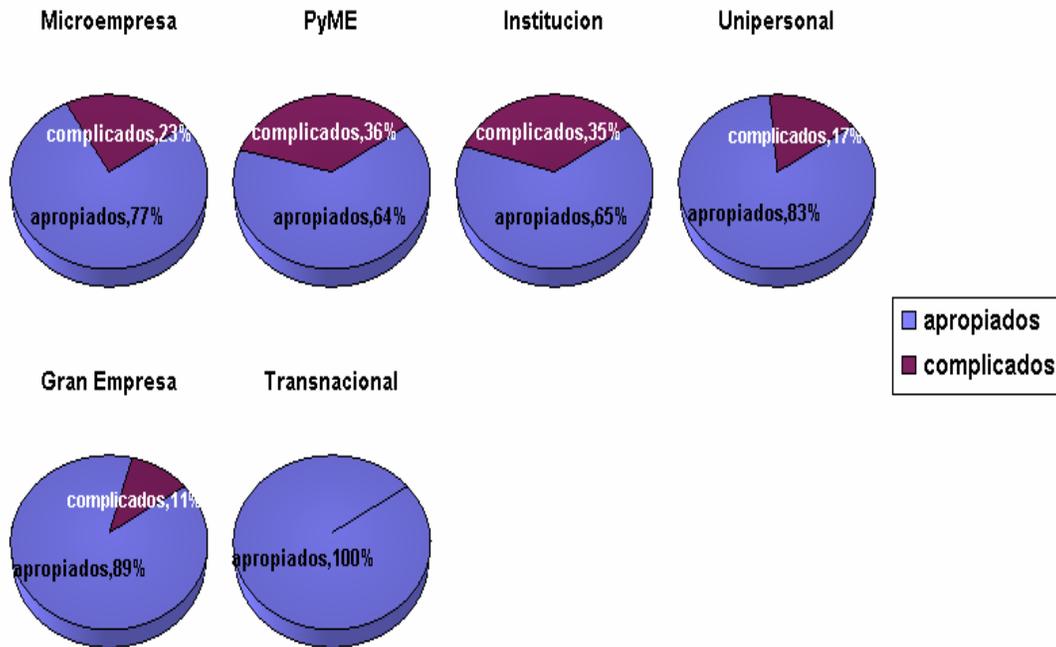


Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

- ✚ El 100% de las Empresas transnacionales mencionan que el costo de un stand es accesible.
- ✚ La Gran Empresa un 86%, que el precio es accesible, para un stand. un 14% que el precio es caro, para un stand.
- ✚ Las Instituciones un 73%, que el precio es accesible, para un stand. un 27% que el precio es caro, para un stand.
- ✚ La PyME un 59%, que el precio es accesible, para un stand. un 50% que el precio es caro, para un stand.
- ✚ Las Microempresas un 59%, que el precio es accesible, para un stand. un 41% que el precio es caro, para un stand.
- ✚ Las Unipersonales un 33%, que el precio es accesible, para un stand. un 67% que el precio es caro, para un stand.

5.20 Apreciaciones sobre los trámites de inscripción

Grafico 41: Apreciación del tramite (datos en porcentaje)

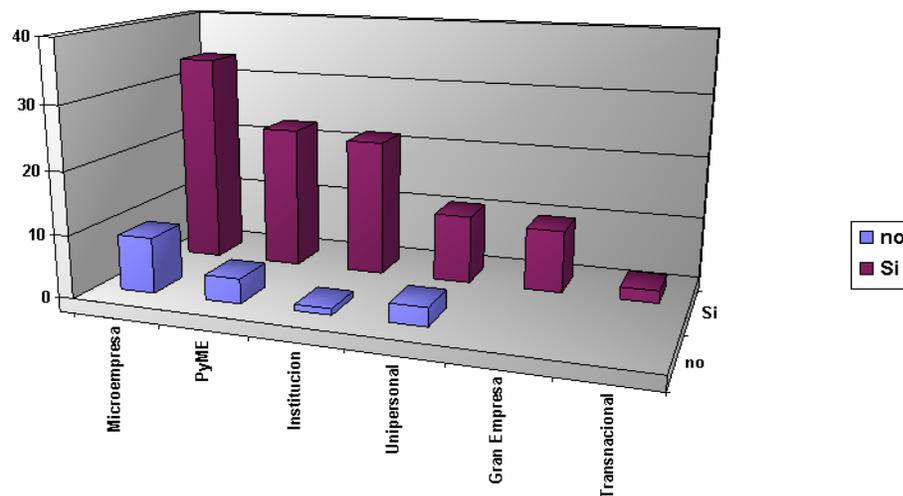


Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

El 80% de los participantes califican de apropiados los formularios y condiciones de inscripción en Exposur. Las MiPyMEs y las Instituciones, son las que más observaciones tienen respecto de los trámites de inscripción.

5.21 Apreciaciones sobre la administración de Exposur

Grafico 42: Esta usted de acuerdo con que Exposur sea administrada por una fundación?



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005"

6. ANEXOS

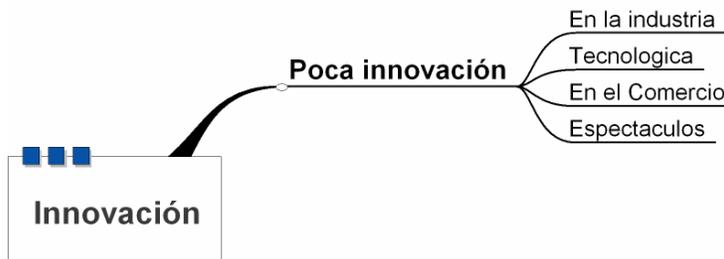
6.1 Análisis: Diagrama Espina de Pescado para Visitantes:

1. Como Califica la ExpoSur (2005 vs. Las anteriores 2003, 2001, 2000), Igual, mejor, peor, no conoce Porque?

Sugerencias respecto al número de expositores: (extraído del datawarehouse Exposur)



Apreciaciones sobre la innovación en Exposur 2005:



Apreciaciones sobre la actividad comercial y de negocios:

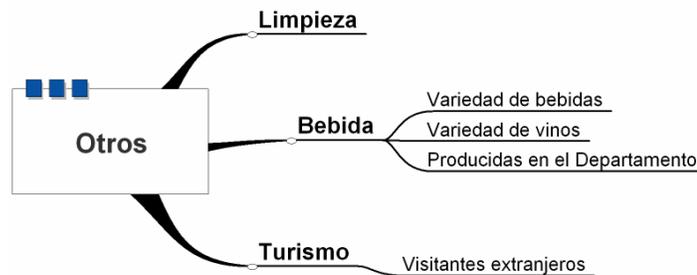


Apreciaciones sobre la actividad comercial y de negocios:



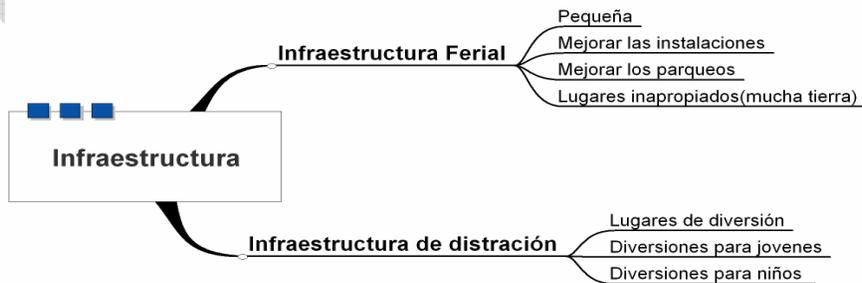
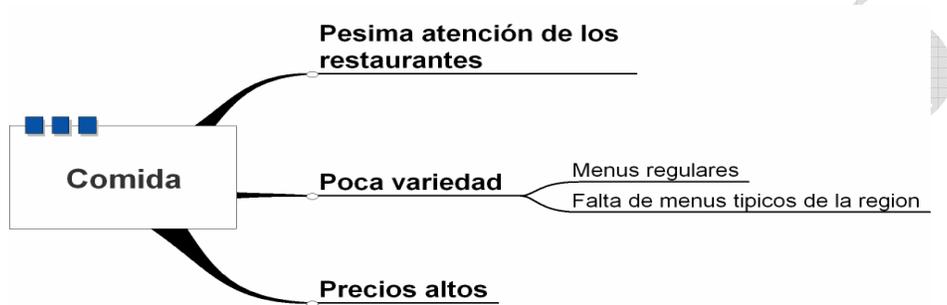
2. Que aspectos de la feria le agradan mayormente?

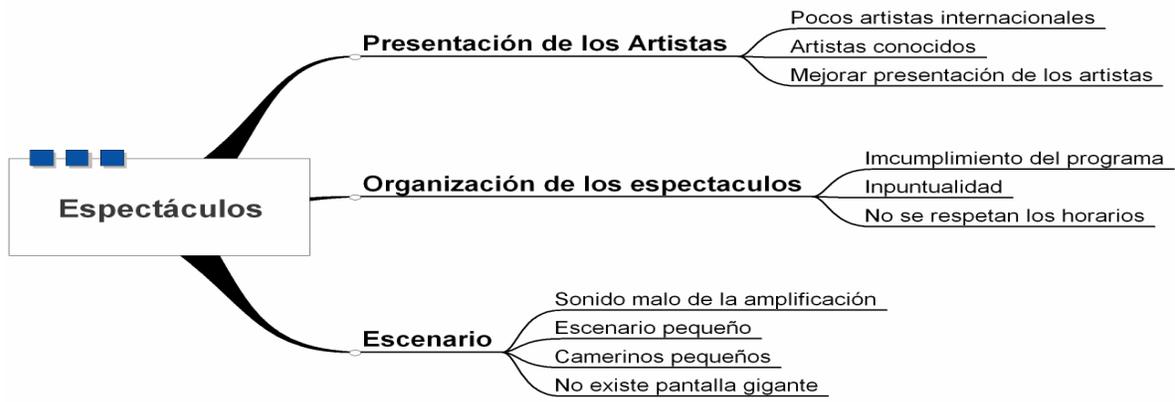
Otros aspectos de EXPOSur que han sido del agrado de los visitantes.

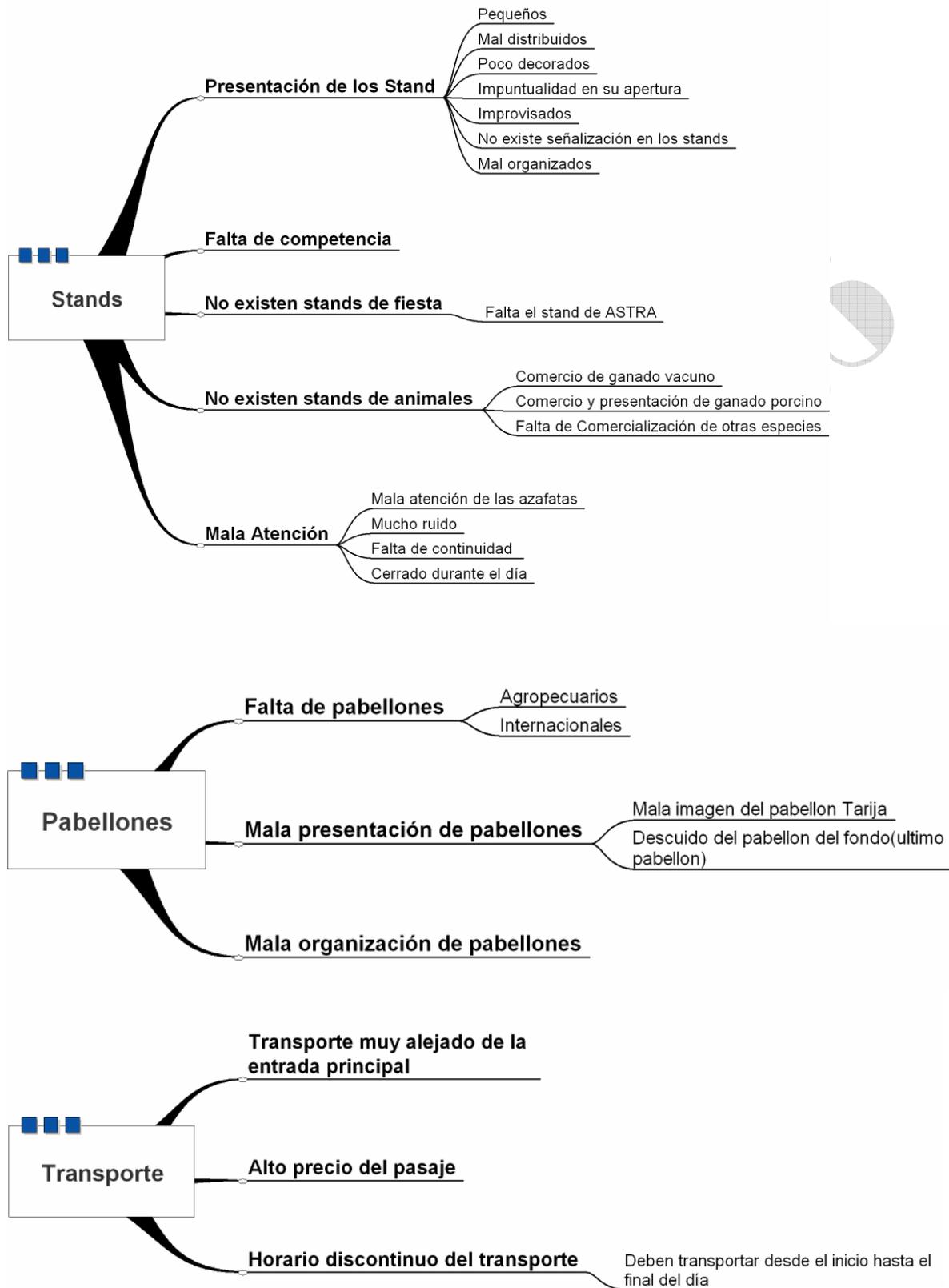


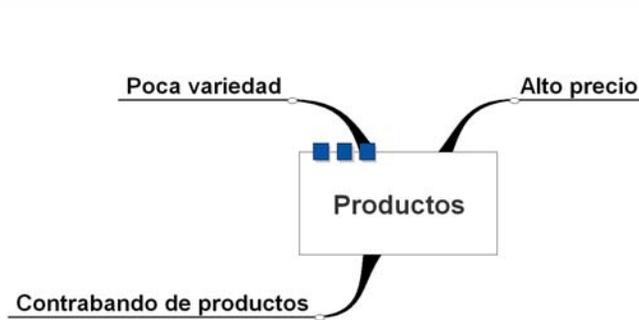
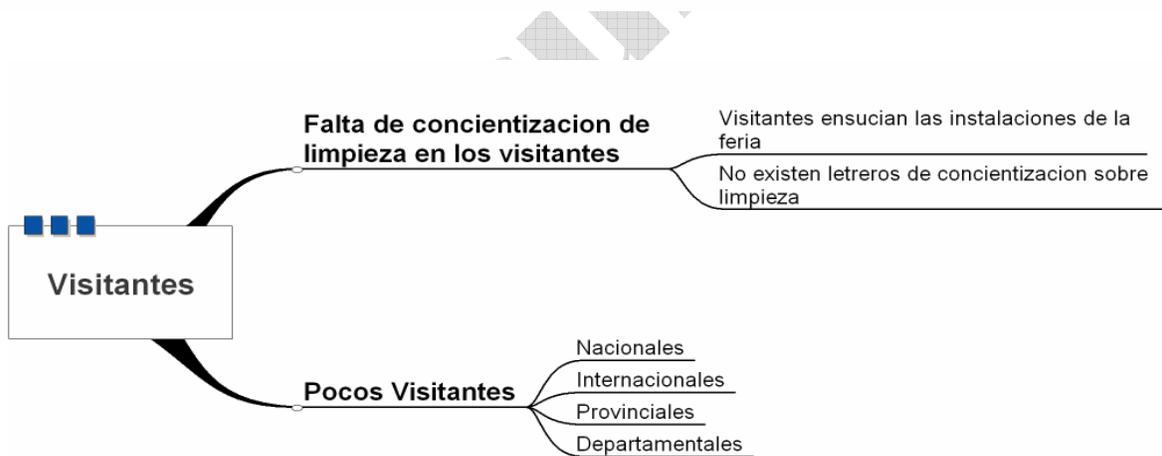
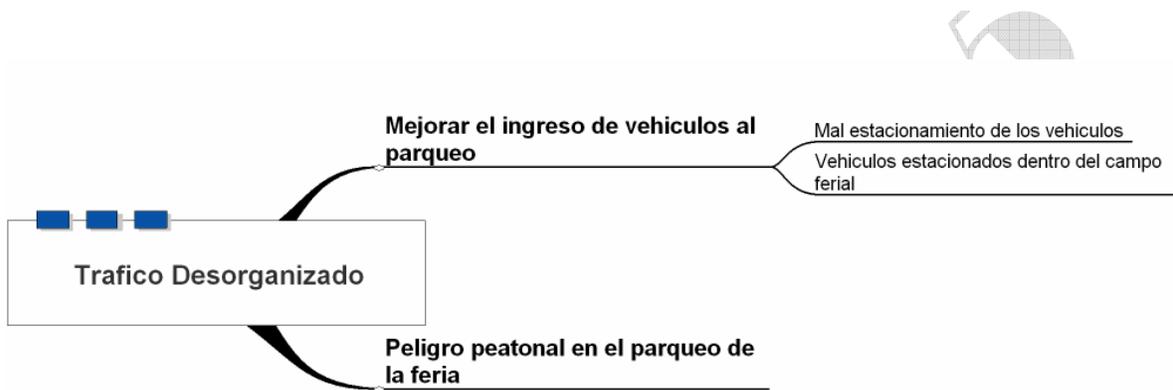
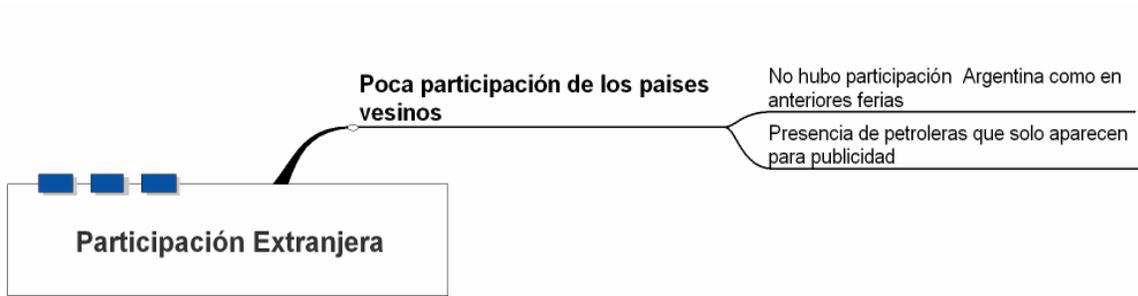
3.- Aspectos Negativos que encuentra en la Exposur 2005

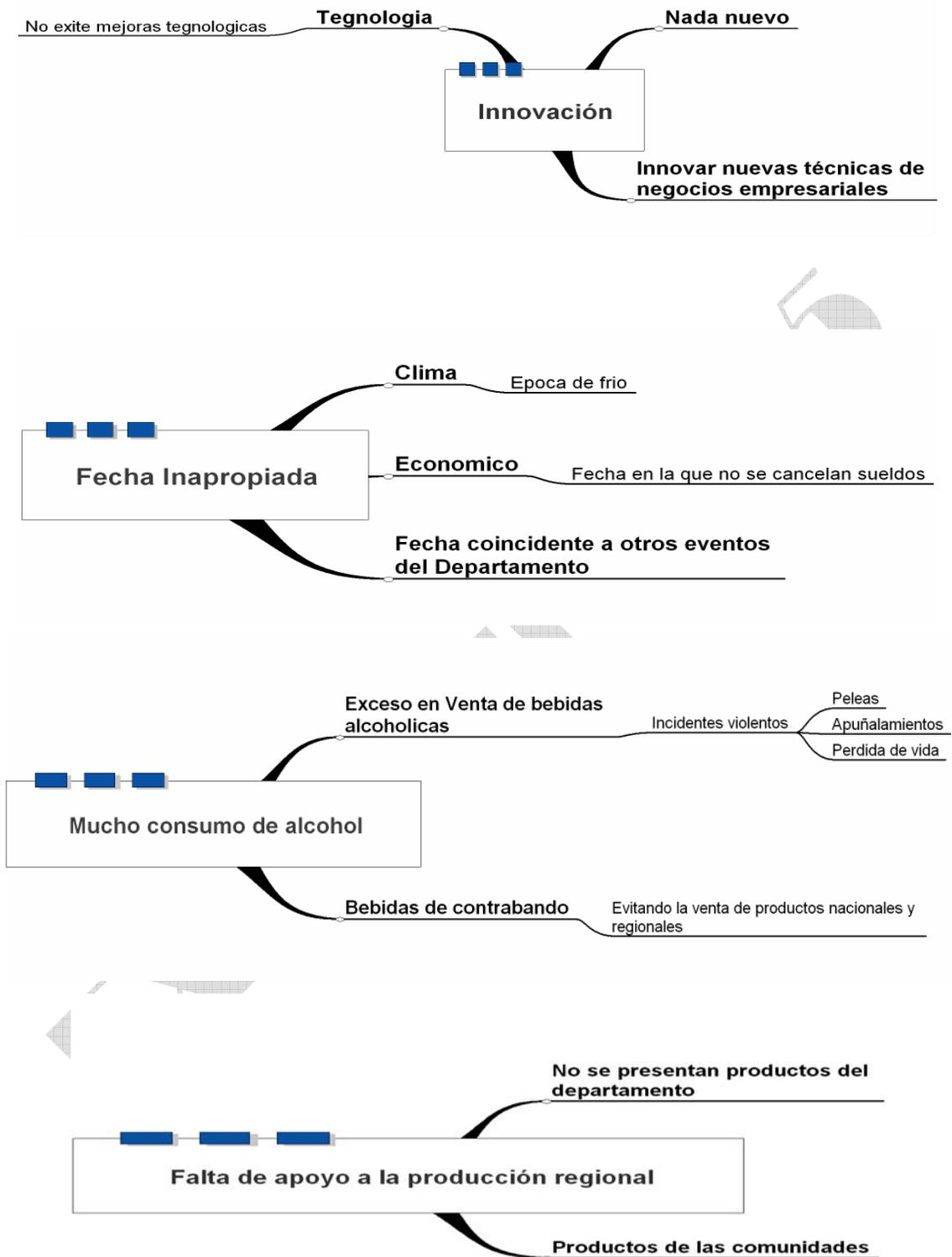






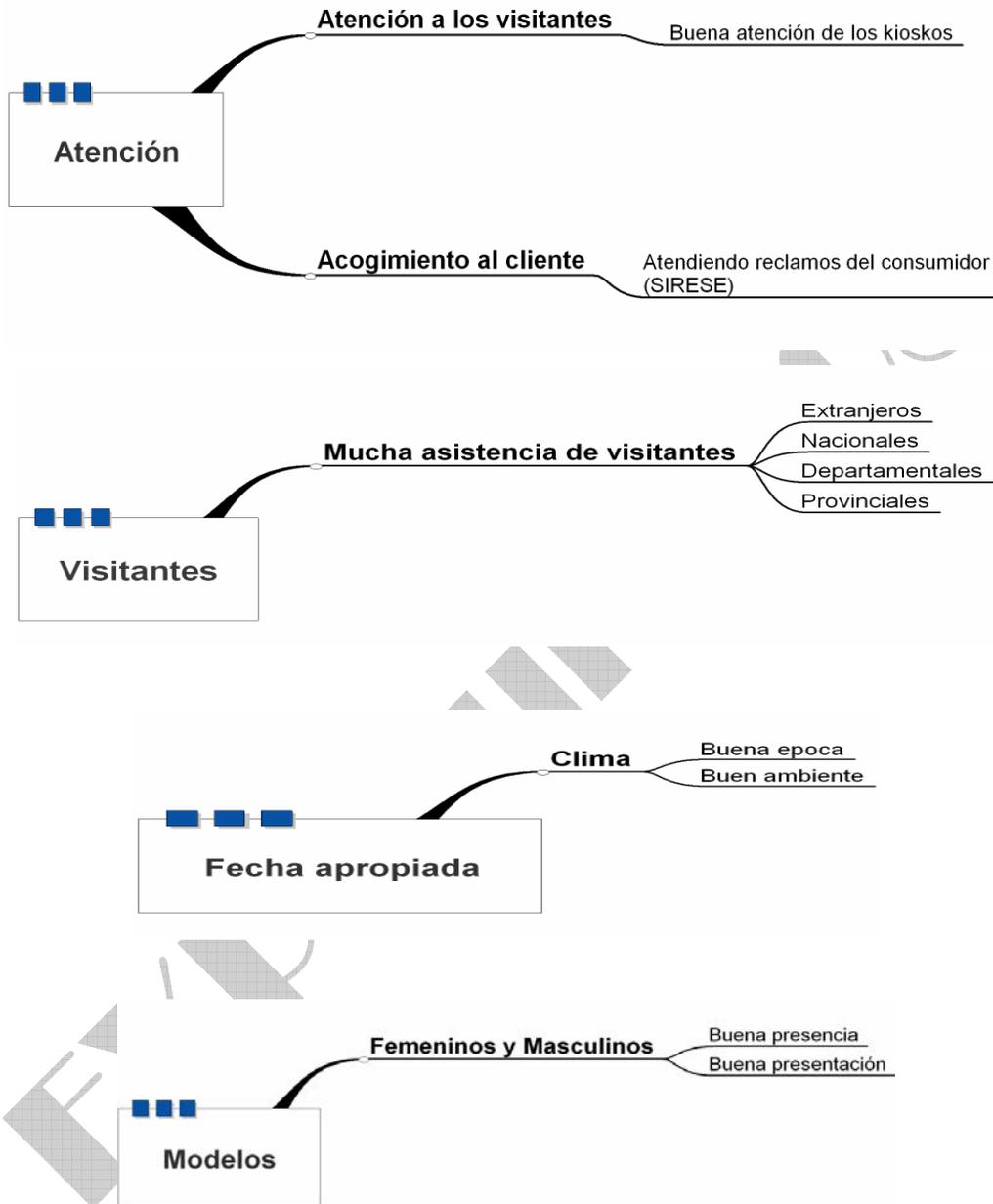


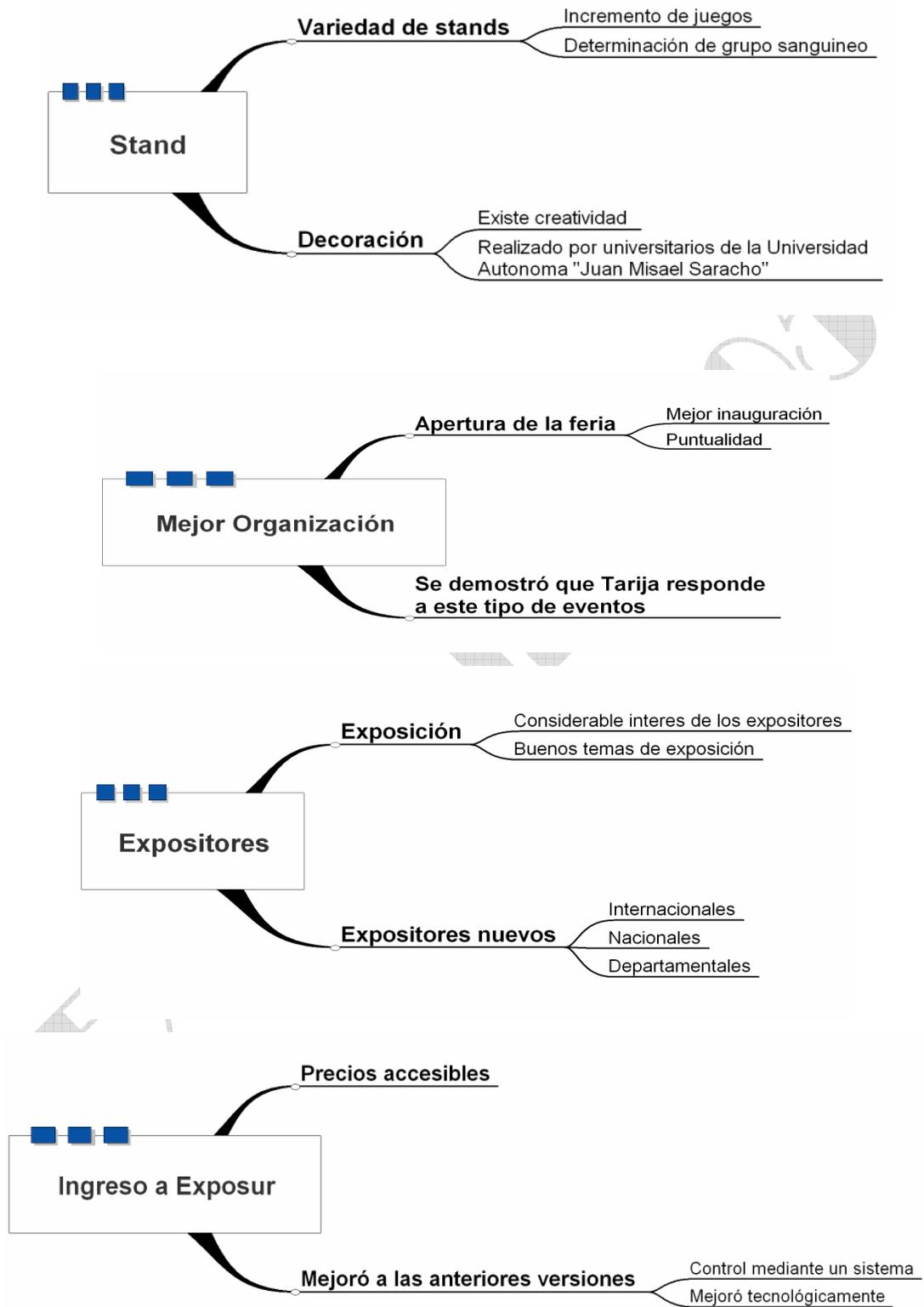




Fuente: Base de Datos en Access "Exposur2005"

4.- Aspectos Positivos que encuentra en la Exposur 2005



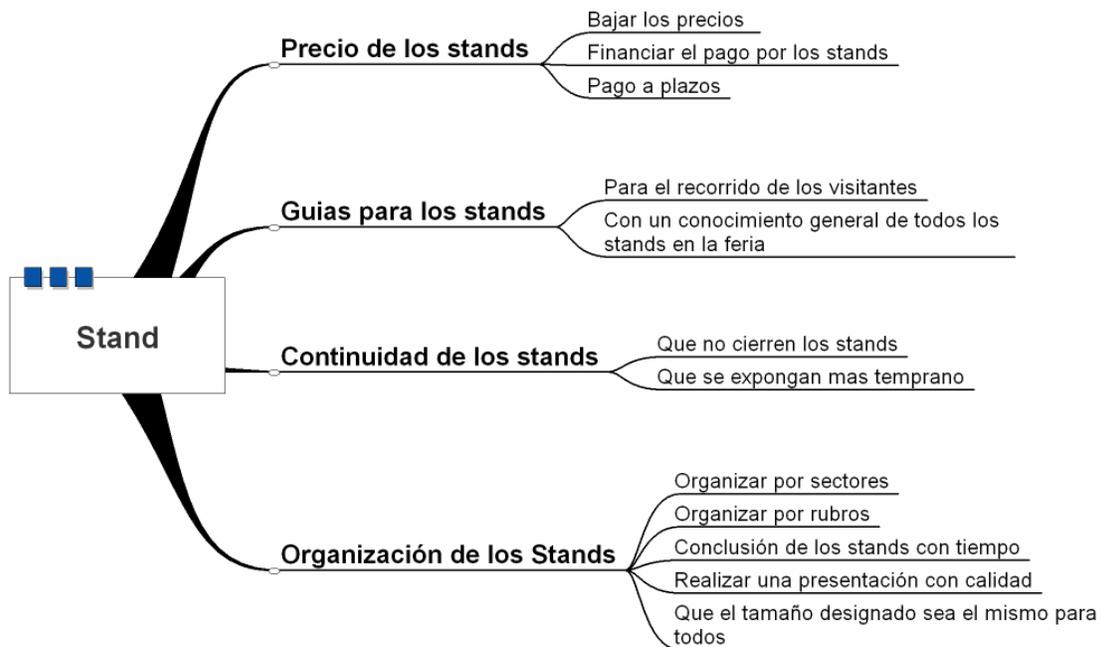


Fuente: Base de Datos en Access "Exposur2005"

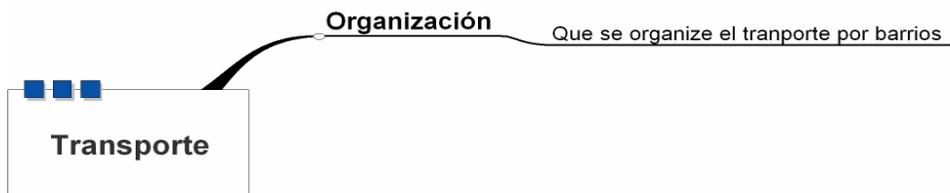
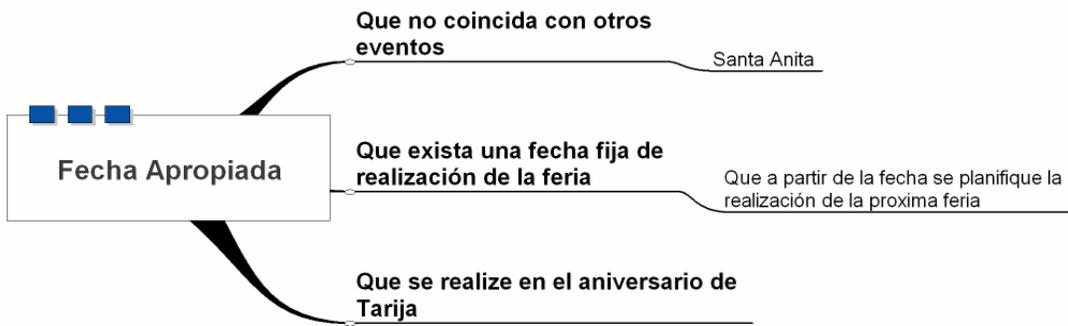
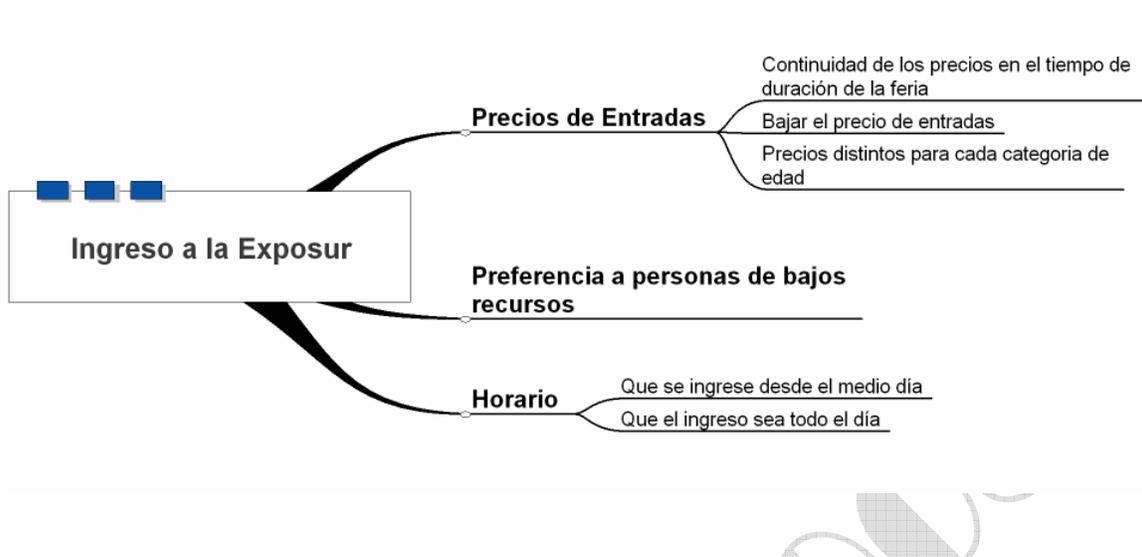
5.- ¿Que recomendaría a los organizadores para próxima Exposur 2006 en los temas anteriores? (los que considere prioritarios)

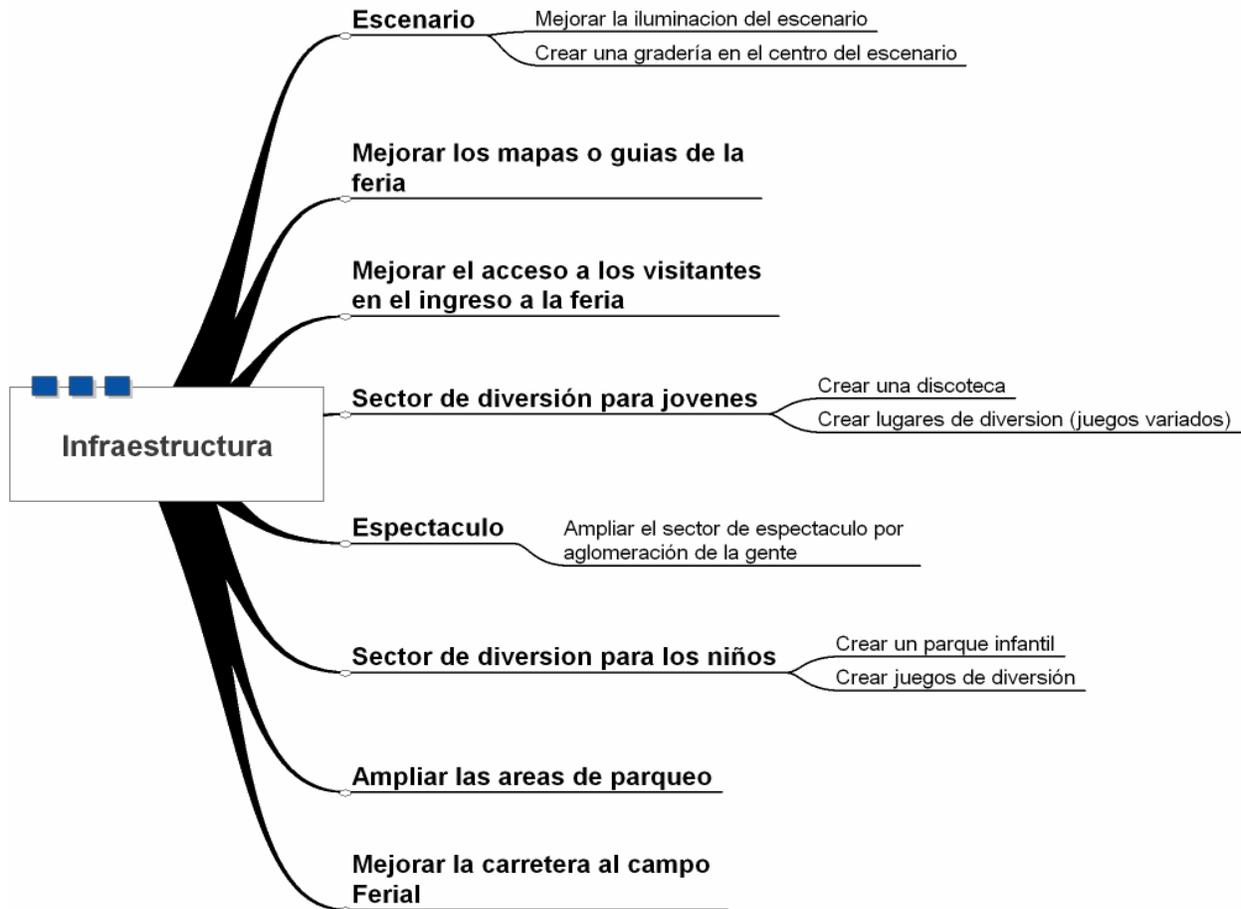
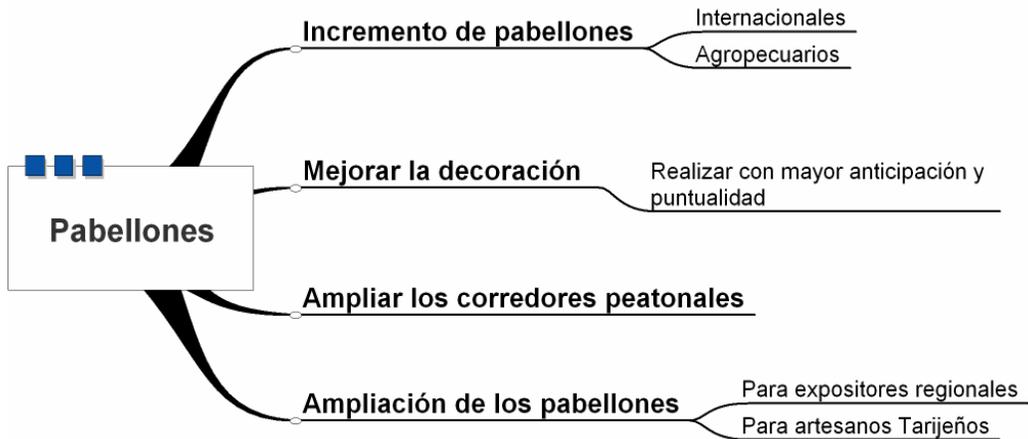


Fuente: Base de Datos en Access "Exposur2005"



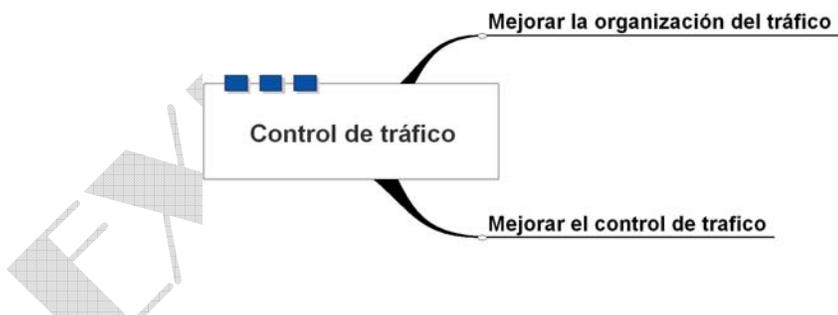
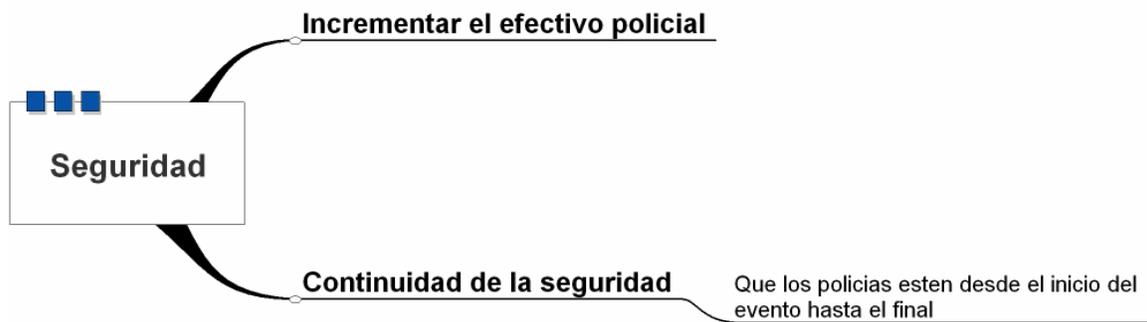
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur2005"

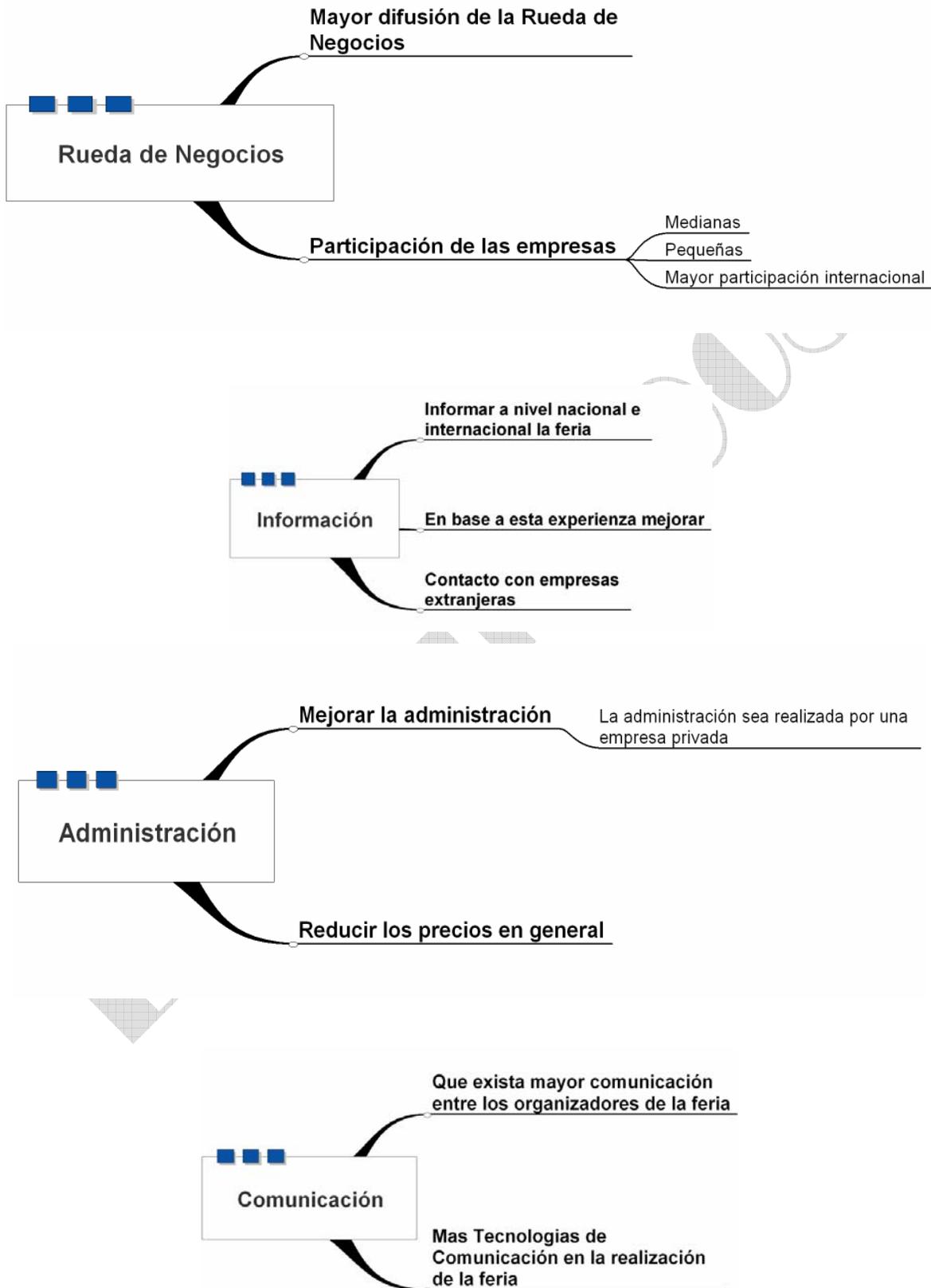


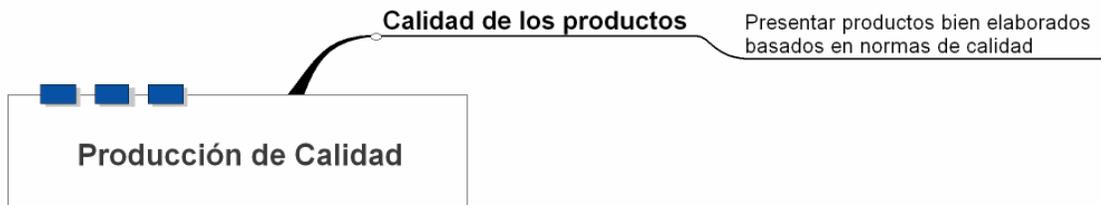
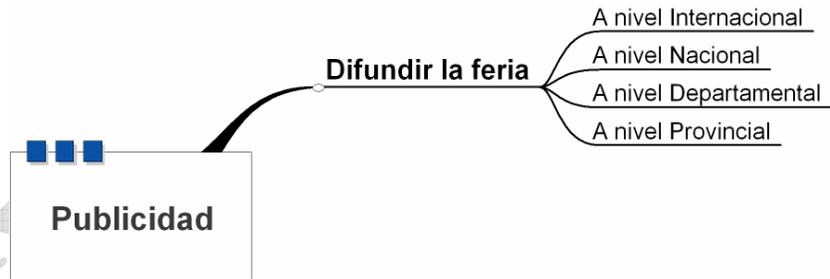
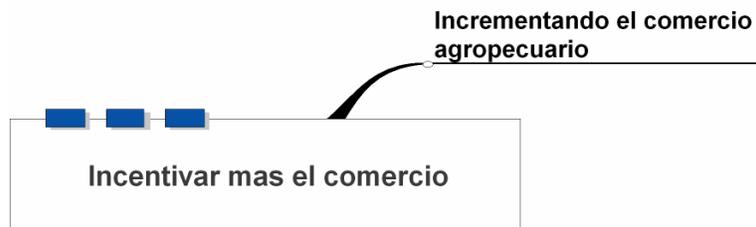


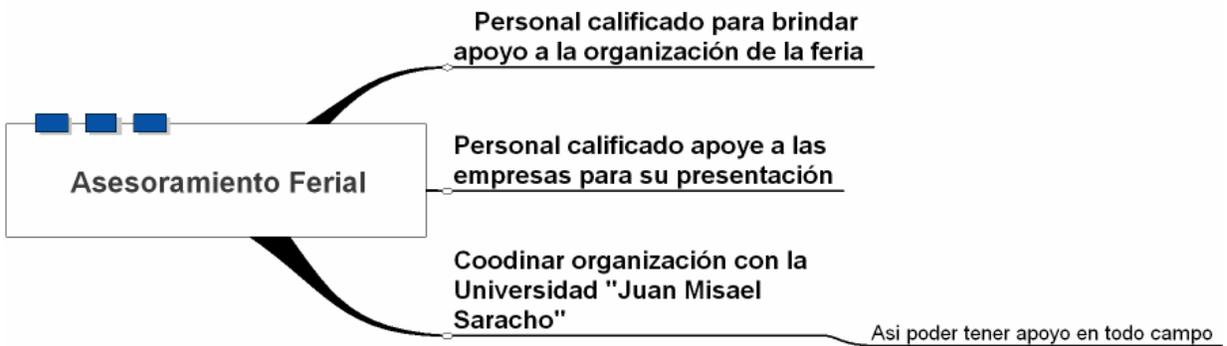
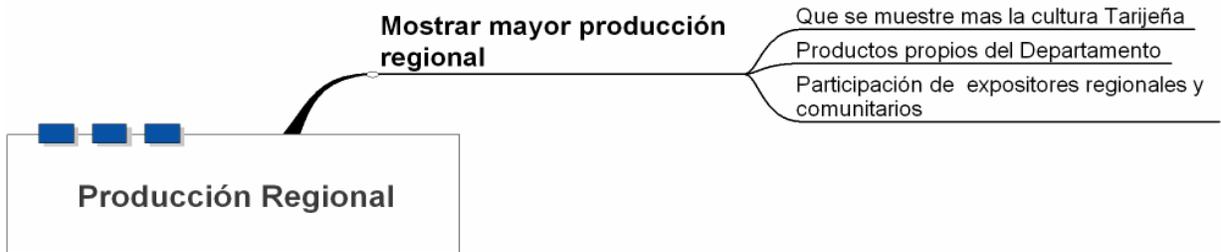
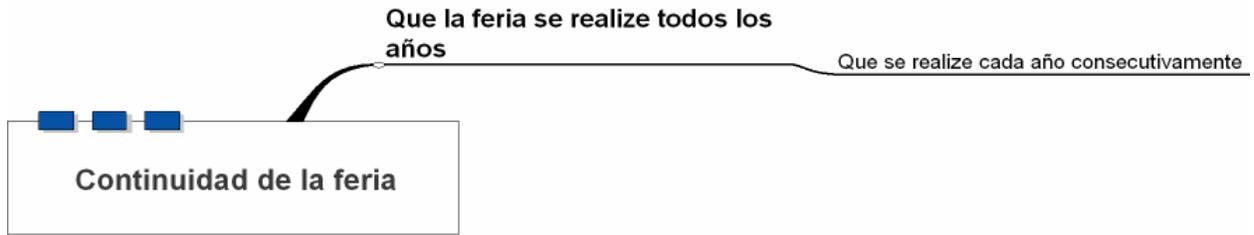


Fuente: Base de Datos en Access "Exposur2005"









Fuente: Base de Datos en Access " Exposur 2005 "