

INFORME DE LA XIII VERSION FERIA INTERNACIONAL "EXPOSUR 2010"



EXPO
SUR 2010
BICENTENARIO



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:



**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. Luis Fernando Juárez
Ing. Fabiola Montenegro Ordoñez
Lic. María Julia Rocabado
Lic. Karen M. Zenteno Cazasola

INDICE

I.	INTRODUCCIÓN.....	1
II.	OBJETIVOS.....	3
1.	OBJETIVO GENERAL.....	3
2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3
III.	METODOLOGÍA.....	4
IV.	PERFIL: XIII VERSIÓN DE LA FERIA INTERNACIONAL EXPOSUR 2010.	9
1.	FICHA TÉCNICA	9
V.	VISITANTES	10
1.	CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES	10
1.1	Según Género.....	10
1.2	Estado Civil.....	10
1.3	Grupo Etario	11
1.4	Tabla 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	15
2.1	Motivo de Visita	15
2.2	Versiones de la Feria Visitadas En Años Anteriores.....	16
2.3	Medios de Comunicación	17
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 2010.....	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

VI.	EXPOSITORES.....	27
1.	CARACTERÍSTICAS GENERALES	27
1.1	Procedencia de las Empresas Expositoras	27
1.2	Clasificación de Las Empresas	27
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 2010.	31
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 de la Organización 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.	RESPECTO A LA 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
VII.	SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN	41
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.....	44
2.1	Participación de los Empresarios de Servicios de Alimentos en las Últimas Cinco Versiones de la EXPOSUR	44
2.2	Porcentaje de Empresas que Participaron por 1era. Vez en las Diferentes Versiones de la EXPOSUR	46
2.3	Costo de Alquiler del Sitio o Stand Pagado por la Empresa	46
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.....	49
2.4.1.1	Financiamiento Propio	49

2.4.1.2	Financiamiento Externo.....	50
2.5	Propiedad de los Trámites Necesarios para la Participación de las Empresas en la Feria EXPOSUR.....	50
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 Alimentación.....	52
2.8	Principales Motivos de participación en la Feria EXPOSUR 2010.....	54
2.8.1	Cumplimiento de Objetivos por Participación en la EXPOSUR 2010.....	54
2.9	Calificación de los Empresarios de Servicios de Alimentación a Diversos Aspectos de la EXPOSUR.....	55
3.	RECOMENDACIONES.....	56
VIII.	ARTISTAS	58
1.	CARACTERÍSTICAS DE LOS ARTISTAS.....	59
1.1	Procedencia de los Artistas.....	59
1.2	Elenco Artístico.....	59
1.3	Número de Presentaciones en la Feria.....	59
1.4	Cancelación de Honorarios a los Artistas.....	60
1.5	Visitas a Tarija para efectuar Presentaciones Artísticas.....	60
1.6	Aspectos Positivos Durante su Presentación Artística.....	61
1.7	Aspectos Negativos Durante las Presentaciones Artísticas.....	62
2.	CALIFICACIÓN A LOS SERVICIOS DE APOYO BRINDADOS POR LA ORGANIZACIÓN AL ARTISTA.....	62
3.	CALIFICACIÓN A LOS ESPECTÁCULOS ARTÍSTICOS PRESENTADOS EN LA EXPOSUR 2010.....	64
4.	CALIFICACIÓN A LA PARTICIPACIÓN DE ARTISTAS LOCALES, NACIONALES, DEPARTAMENTALES E INTERNACIONALES.....	64
5.	RECOMENDACIONES.....	65
IX.	ANEXOS	67
	Anexo N° 1: Cuestionario Para Visitantes.....	68
	Anexo N° 2: Cuestionario Para Expositores.....	70
	Anexo N° 3: Cuestionario Para Servicios de Alimentación.....	72
	Anexo N° 4: Cuestionario Para Artistas.....	74
	Anexo N° 5: Categoría Otras Ocupaciones.....	75
	Anexo N° 6: Otras Versiones de la Feria EXPOSUR Visitadas por las Personas.....	75
	Anexo N° 7: Medios de Comunicación Usados por las Personas.....	75
	Anexo N° 8: Categoría Otros de Mejor Stand.....	76
	Anexo N° 9: Calificación a los Servicios de Apoyo Brindados por la Organización....	76
	Anexo N° 10: Empresas de Servicios de Alimentación por Tipo de Servicio.....	77

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 es la exhibición multisectorial más importante del Departamento.

Este año fue denominada “**XIII Versión Feria Internacional EXPOSUR 2010**” y se llevó a cabo desde el 19 al 28 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*¹, cuya labor ha sido de gran valor para el desarrollo de la misma.

La Secretaría para desarrollar el sistema de información ferial, contrató al 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 brinda información referida a los visitantes, expositores, servicios de alimentación y artistas participantes 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 comercial.

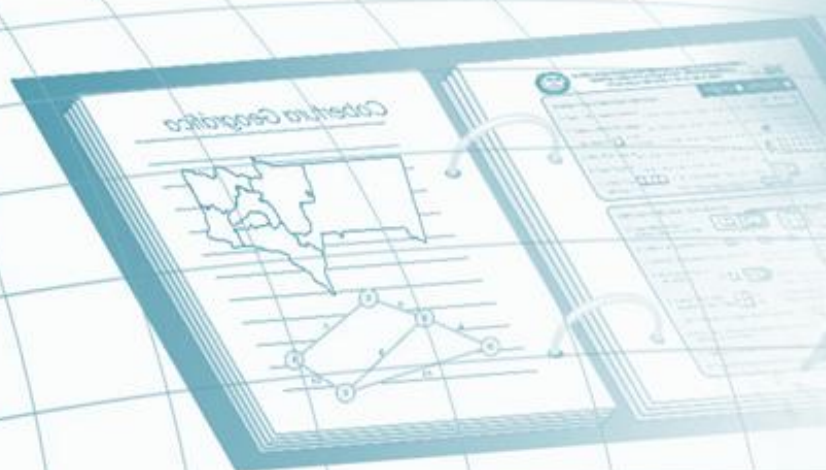
Las opiniones y resultados que se exponen a lo largo del trabajo, permitirán continuar con el proceso de mejora continua de la feria exposición por parte de la *Secretaría de Desarrollo Comunitario Campesino y Economía Plural*.

¹ Anteriormente, *Secretaría Departamental de Desarrollo Económico y Productivo*

ALCANCE

Y

METODOLOGÍA



II. OBJETIVOS

1. OBJETIVO GENERAL

Brindar información relacionada con los aspectos más importantes de la XIII Versión Feria Internacional EXPOSUR 2010, que permitirá 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 y conocer su opinión en torno a la organización, empresas expositoras, presentaciones artísticas, gastronomía y al resto de atractivos observados como actores directos en la feria.*
- ✓ *Detallar las características de las empresas expositoras y conocer su opinión en torno a la organización, a su participación y principalmente a las oportunidades que brinda el evento ferial al sector empresarial.*
- ✓ *Caracterizar los servicios de alimentos y conocer la opinión de los empresarios en torno a la organización y sobre su participación en la feria.*
- ✓ *Identificar las características de las artistas y conocer su opinión en torno a la organización y a su participación 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 Productivo de la Gobernación de Tarija
- ✓ 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°s 1– 4).
- ✓ Convocatoria, selección y contratación 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 por bloques de stands, sobre la base de planos del campo ferial, en parejas para cada recorrido.
 - **Servicios de Alimentos;** se organizó a un 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 las 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 PASW Statistics 18.
- ✓ El análisis e interpretación de los resultados se hizo en base a cuadros y gráficos resumen, utilizando tanto el programa de aplicación PASW Statistics 18 como el de Microsoft Excel.
- ✓ Finalmente en el documento final el CIEPLANE sólo presenta el análisis de los resultados de la información y opiniones vertidas por los actores involucrados.

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE MUESTRA

- **Definición del Tamaño de la Población**

Para evaluar el desarrollo de la XIII Versión de la Feria Internacional EXPOSUR 2010, se consideraron a 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 gastronómicos.
- ✓ En la población de los artistas se proyectó encuestar al 100% de los 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 2009, que ascendió a 115.000 personas².

- ✓ **Muestra**

El tamaño de la muestra para la población a estudiar fue determinado asumiendo en la fórmula 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. Por lo tanto 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 2009	$N = 115.000$
Probabilidad de ocurrencia	$p = 0.5$
Probabilidad de no ocurrencia	$q = 0.5$
Grado de confianza, 95%	$Z = 1.96$
Error de confianza	$r = 3,5\%$
Razón o cociente con intervalos de conf.	95%

Reemplazando los datos en la fórmula se tiene:

² Dato proporcionado por funcionarios de la Gobernación de la Ex-Secretaría de Desarrollo Productivo del departamento de Tarija)

$$n = \frac{(1.96)^2 (115.000)(0.5)(0.5)}{(99.999) (0.035)^2 + (1.96)^2 (0.5*0.5)}$$

n= 780 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, 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 2010 se fijaron en los rangos de 15 y 64 años de edad; para los cuales la proyección estimada por el INE 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	24.323	17,7
20-29	21.832	50,4	21.502	49,6	43.334	31,6
30-39	14.148	47,8	15.453	52,2	29.601	21,6
40-49	9.799	47,4	10.869	52,6	20.668	15,1
50-64	8.707	45,5	10.420	54,5	19.127	14,0
Total	66.260	48,3	70.793	51,7	137.053	100,0

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 XIII Versión Feria Internacional EXPOSUR 2010

Grupo Etario	Nro. Visitantes Sexo Masculino	Nro. Visitantes Sexo Femenino	Total Visitantes a Encuestar
15-19	67	71	138
20-29	125	122	247
30-39	80	88	168
40-49	56	62	118
50-64	50	59	109
Total	378	402	780

- **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 XIII Feria por ser los principales actores del evento ferial.

Para lo cual se levantó una muestra de 780 encuestas a visitantes y se realizó un censo en el caso de expositores, artistas y unidades de servicio de alimentación, tal como se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla N° 3: Levantamiento de Información en la EXPOSUR 2010

GRUPO DE INTERÉS	Nro. TOTAL DE ENCUESTAS	
Visitantes	780	MUESTRA
Expositores de diferentes rubros y Servicio de gastronomía	606	CENSO
Artistas	105	CENSO
Totales	1.491	

ANÁLISIS

DE

RESULTADOS



80

4

No
76%

24%

IV. PERFIL: XIII VERSIÓN DE LA FERIA INTERNACIONAL EXPOSUR 2010

1. FICHA TÉCNICA

✓ Nombre:	XIII Versión Feria Internacional EXPOSUR 2010
✓ 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:	19 al 28 de Noviembre
✓ Edición:	13 ^{ava}
✓ 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.
✓ Organizador:	Gobierno Autónomo del Departamento de Tarija, a través de la Secretaría Departamental de Desarrollo Económico y Productivo
✓ Tipo de visitantes:	Público en general
✓ Calificación de los visitantes:	57/100 (Servicios de apoyo de la organización calificados como buenos)
✓ Calificación de Expositores:	55/100 (Servicios de apoyo de la organización calificados como buenos)
✓ Calificación de Ss. de Alimentación:	49/100 (Servicios de apoyo de la organización calificados como buenos)
✓ Calificación de Artistas:	38/100 (Servicios de apoyo de la organización calificados como buenos)
✓ Principales rubros presentados:	Telecomunicaciones, industria, construcción, artesanías, agroindustria, gastronomía, bebidas, Turismo, cultura, 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 VIII versión de la Feria Internacional EXPOSUR 2010.

1. CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES

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

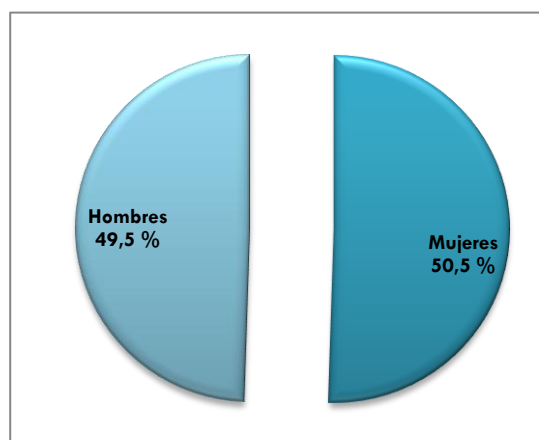
1.1 Según Género

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

El 50,5% de los visitantes fueron del sexo femenino y el 49,5 % del masculino.

Siendo este porcentaje similar al de versiones anteriores de la feria, tal el caso de las 8° y 9° versión de los años 2005 y 2006.

Gráfico N° 1: Visitantes a la EXPOSUR 2010, según Género (%)



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Visitantes";
CIEPLANE

1.2 Estado Civil

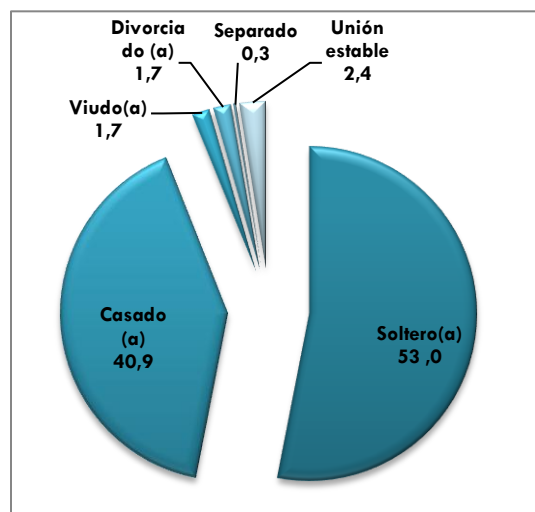
Más de la mitad de los visitantes (53%), fueron solteros y solteras. Las personas casadas fueron el 40,9%.

Los que viven en concubinato (o unión estable) visitaron la feria en un porcentaje del 2,4%, en el caso de los divorciados (as) y viudas (os) el porcentaje fue el mismo del 1,7%, del total de los visitantes.

Sólo el 0,3% de los encuestados declaró estar separado, es decir, que no vive con su esposa pero que no está divorciado.

Tal como se refleja el gráfico N°2.

Gráfico N°2: Visitantes a la EXPOSUR 2010, según Estado Civil (%)



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Visitantes";
CIEPLANE

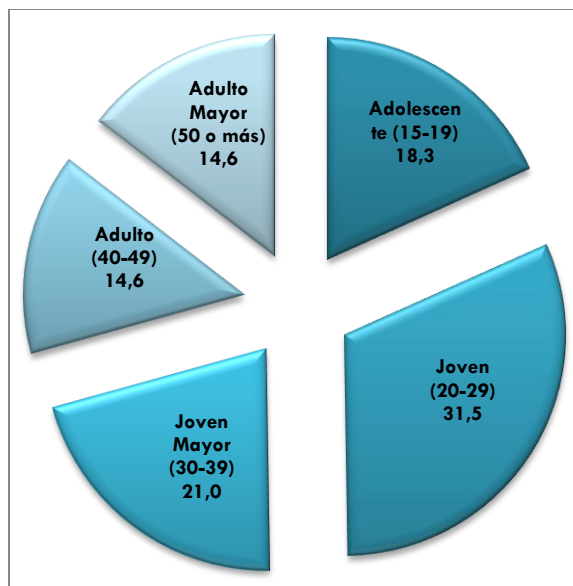
1.3 Grupo Etario

El 31,5% de los visitantes encuestados en la feria, manifestó tener entre 20 – 29 años de edad, siendo este el grupo etario el de mayor concurrencia, luego se encuentra el de jóvenes mayores (la oscilación de años es de 30-39) con el 21%.

Un dato que sobresale es la asistencia de adolescentes (de 15-19 años), este grupo etario alcanzó al 18,3% del total de visitantes.

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

Gráfico N° 3: Visitantes a la EXPOSUR 2010, según Grupo Etario (%)

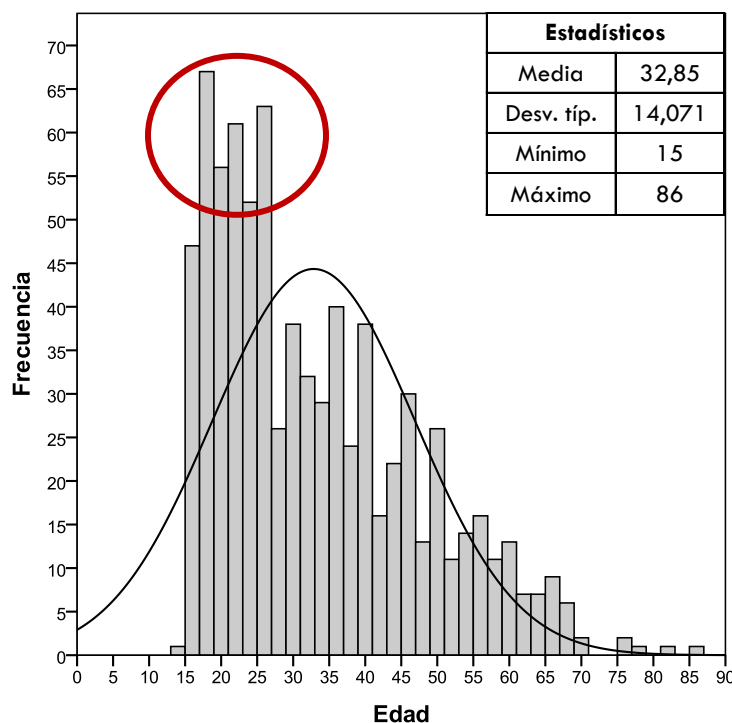


Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Visitantes"; CIEPLANE

Dentro de las características relevantes de la edad de los visitantes encuestados se tiene: que el visitante con mayor edad tenía 86 años y que el promedio de edad fue de 33 años.

En el gráfico de histogramas se destaca (con un círculo rojo), el grupo etario con mayor concurrencia a la feria (de 20 a 29 años).

Gráfico N° 4: Estadísticos de la Edad de los Visitantes de la EXPOSUR 2010



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Visitantes"; CIEPLANE

1.4 Tabla 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 26,4% de las mujeres que asistieron a la feria eran solteras y el 26,7% varones.

Tomado en cuenta el grupo etario (20 -29 años) del total, el 15,5% fueron mujeres y el 16% varones.

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

		Género				TOTAL	
		Femenino		Masculino		Nro.	%
		Nro.	%	Nro.	%		
Estado Civil	Soltero(a)	206	26,4	209	26,7	415	53,1
	Casado(a)	166	21,2	154	19,7	320	40,9
	Viudo(a)	8	1,0	5	0,7	13	1,7
	Divorciado(a)	6	0,8	7	0,9	13	1,7
	Separado	1	0,1	1	0,1	2	0,2
	Concubino (Unión estable)	8	1,0	11	1,4	19	2,4
	TOTAL	395	50,5	387	49,5	782	100
Grupo Etario	Adolescente (15 -19)	71	9,1	72	9,2	143	18,3
	Joven (20-29)	121	15,5	125	16,0	246	31,5
	Joven mayor (30-39)	87	11,0	77	9,9	164	20,9
	Adulto (40-49)	56	7,2	59	7,5	115	14,7
	Adulto mayor (50 o más)	60	7,7	54	6,9	114	14,6
	TOTAL	395	50,5	387	49,5	782	100

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Visitantes"; CIEPLANE

1.5 Ocupación de los Visitantes

Los principales visitantes fueron estudiantes, con un 37% respecto del total de personas encuestadas, 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 17,5% se destaca la presencia de profesionales de distintas áreas.

En tercer lugar se ubican con un importante 10,9%, señoras que tienen como ocupación principal el de "amas de casa".

Además aunque con porcentajes menos importantes se ubican en 4to. y quinto lugar, profesores y comerciantes, como así también se observa la presencia de funcionarios públicos, jubilados choferes y secretarias, los porcentajes de asistencia por categoría de ocupación los observamos en el Cuadro Nro. 2

Se debe hacer notar que sólo el 0,9% de los encuestados no quiso mencionar su ocupación actual al ser encuestados.

Cuadro N° 2: Ocupación Principal de los Visitantes, Feria EXPOSUR 2010

Ocupación		Nro.	%
1	Estudiante	289	37,0
2	Profesional ³	137	17,5
3	Ama de casa	85	10,9
4	Profesor(a)	38	4,9
5	Comerciante	28	3,6
6	Funcionario (a) público	24	3,0
7	Jubilado (a)	21	2,7
8	Chofer	18	2,3
9	Secretaria	13	1,7
10	Constructor	8	1,0
11	Mecánico	8	1,0
12	Electricista	7	0,9
13	Enfermera	7	0,9
14	Técnico (varias Especialidades)	7	0,9
15	Agricultor (a)	6	0,8
16	Empleado(a), Empresa privada	5	0,6
17	Artesano (a)	4	0,5
18	Empresario (a)	4	0,5
19	Ejecutivo(a) de ventas	4	0,5
20	Periodista, comunicador (a) social	4	0,5
21	Carpintero	3	0,4
22	Consultor	3	0,4
23	Diseñador(a) gráfico(a)	3	0,4
24	Obrero	3	0,4
25	Militar	3	0,4
26	Costurera	3	0,4
27	Metalúrgico	2	0,3
28	Peluquero (a)	2	0,3
29	Piloto	2	0,3
30	Chapista	2	0,3
31	Soldador	2	0,3
32	Trabajadora del hogar	2	0,3
33	Fotógrafo	2	0,3
34	Otras ocupaciones ⁴	26	3,3
35	NS/NR ⁵	7	0,9
TOTAL		782	100,0

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Visitantes"; CIEPLANE

1.6 Procedencia de los Visitantes

En cuanto a la procedencia de los visitantes, se determinó que el 81,7% fueron de municipios del departamento de Tarija, 15% del resto del país, 2,7% del extranjero y el restante 0,6% no respondió la pregunta.

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.

Se destaca que los visitantes procedieron de casi todos los municipios del departamento, con excepción de Yunchará y El Puente.

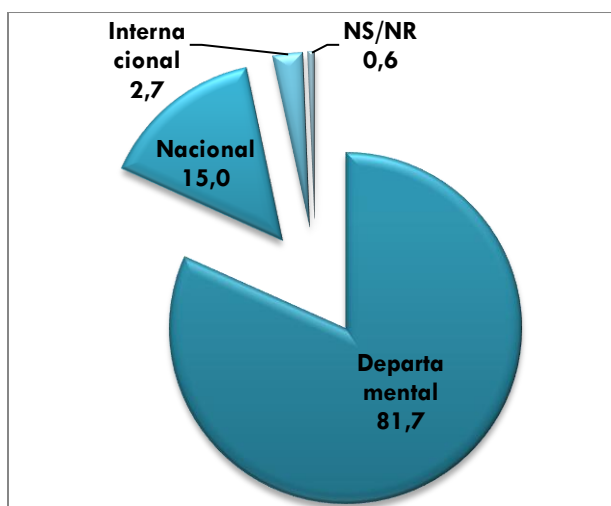
La mayor cantidad fueron del municipio de Cercado (capital Tarija) con el 72% del total, aspecto que no es de extrañar puesto que la feria se realiza en el municipio.

³ Varias profesiones: Abogado, administrador de empresas, médico, economista, arquitecto, auditor, contador, dentista, veterinario, psicólogo, farmacéutico, Ing. civil, Ing. ambiental, Ing. comercial, Ing. Industrial, Ing. informático, Ing. de sistemas, Ing. de alimentos, Ing. forestal, Ing. agrónomo y Lic. en idiomas, turismo y marketing

⁴ Para mejor detalle, ver Anexo Nro. 5

⁵ No sabe, no responde

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



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Visitantes"; CIEPLANE

En el caso de los visitantes nacionales, con excepción de Pando, hubo visitantes de todos los demás departamentos y el mayor porcentaje fue de los departamentos de Potosí, Santa Cruz y Chuquisaca.

También se tuvieron visitantes de países extranjeros como Argentina, Brasil y El Salvador.

Cuadro N° 3: Procedencia de los Visitantes

Procedencia		Personas	%
Departamental (81,7%)	Cercado (Tarija)	563	72,0
	Bermejo	23	2,9
	Yacuiba	17	2,2
	Entre Ríos	10	1,3
	Villa Montes	9	1,2
	Valle de la Concepción	7	0,9
	San Lorenzo	5	0,6
	Padcaya	4	0,5
	Caraparí	1	0,1
	Potosí	27	3,5
	Santa Cruz	27	3,5
Nacional (15,0%)	Chuquisaca	26	3,3
	La Paz	20	2,6
	Cochabamba	9	1,2
	Oruro	7	0,9
	Beni	1	0,1
	Argentina	19	2,4
	Brasil	1	0,1
Internacional (2,7%)	El Salvador	1	0,1
	NS/NR	5	0,6
TOTAL		782	100

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Visitantes"; CIEPLANE

2. ASPECTOS RELEVANTES DE LA FERIA

2.1 Motivo de Visita

Del total de encuestados, con el 41,7%, los espectáculos fueron el principal motivo de asistencia, le sigue en importancia con el 19,1%, la realización de compras, en tercer lugar con el 12,3% por la participación en actividades de negocios, finalmente con el 26,9% por otros motivos, indistintamente del género de sexo de que se trate.

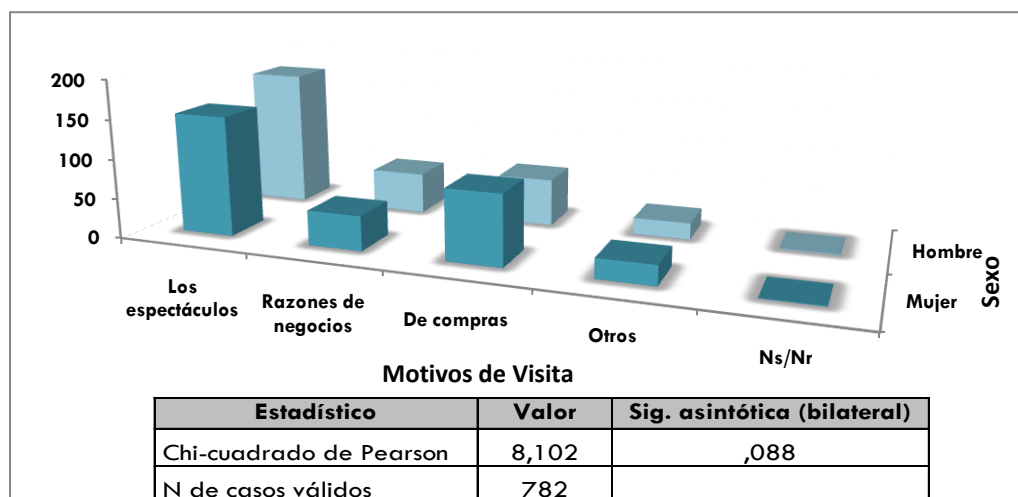
Cuadro N° 4: Motivos de Visita a la Feria EXPOSUR 2010

Motivo		Sexo		Total	%
		Mujer	Hombre		
Por los espectáculos		152	174	326	41,7
De compras		89	60	149	19,1
Por negocios		44	52	96	12,3
Otros 26,9%	Visitar y conocer la feria	52	41	93	11,9
	Por curiosidad	17	17	34	4,3
	Por entretenimiento, distracción y recreación	15	16	31	4,0
	Por trabajo	8	10	18	2,3
	Ver novedades	9	9	18	2,3
	Por turismo	7	6	13	1,7
	Ver a familiares participantes	1	1	2	0,2
Ns/Nr		1	1	2	0,2
TOTAL		395	387	782	100,0

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Visitantes"; CIEPLANE

El motivo de asistencia, no está significativamente afectado por el sexo de los visitantes esto nos indica la significación asintótica ($\chi^2=0,088$) 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 PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Visitantes"; CIEPLANE

EL gráfico Nro. 6, muestra igualmente las tendencias de los motivos de visita a la feria.

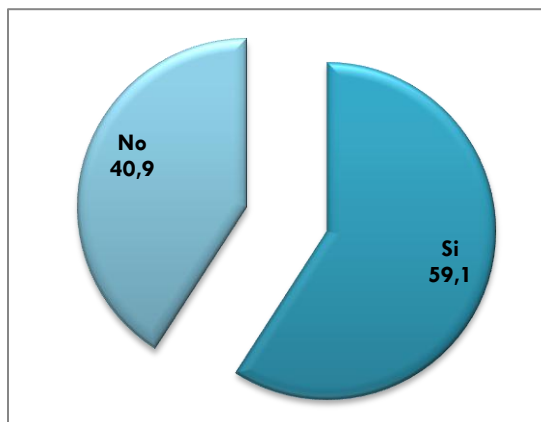
2.2 Versiones de la Feria Visitadas⁶ En Años Anteriores

Casi el sesenta por ciento de los visitantes encuestados (59,1%) en la EXPOSUR 2010, estuvieron presentes en las últimas cuatro versiones (2006-2009) de la misma.

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.

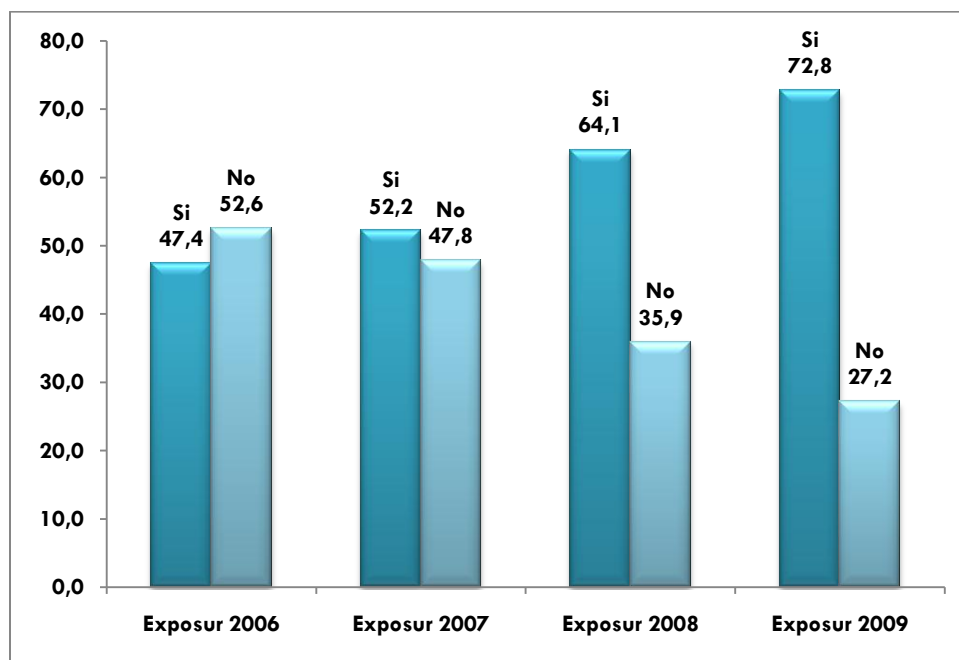
En mayor detalle y por año el gráfico inferior presenta los porcentajes de los visitantes de la feria 2010, que visitaron la EXPOSUR desde el año 2006 al 2009.

Gráfico N° 7: Personas que Visitaron las Últimas Cuatro Versiones de la EXPOSUR



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Visitantes"; CIEPLANE

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



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Visitantes"; CIEPLANE

⁶ Ver Anexo N° 2, para el detalle de valores absolutos y relativos

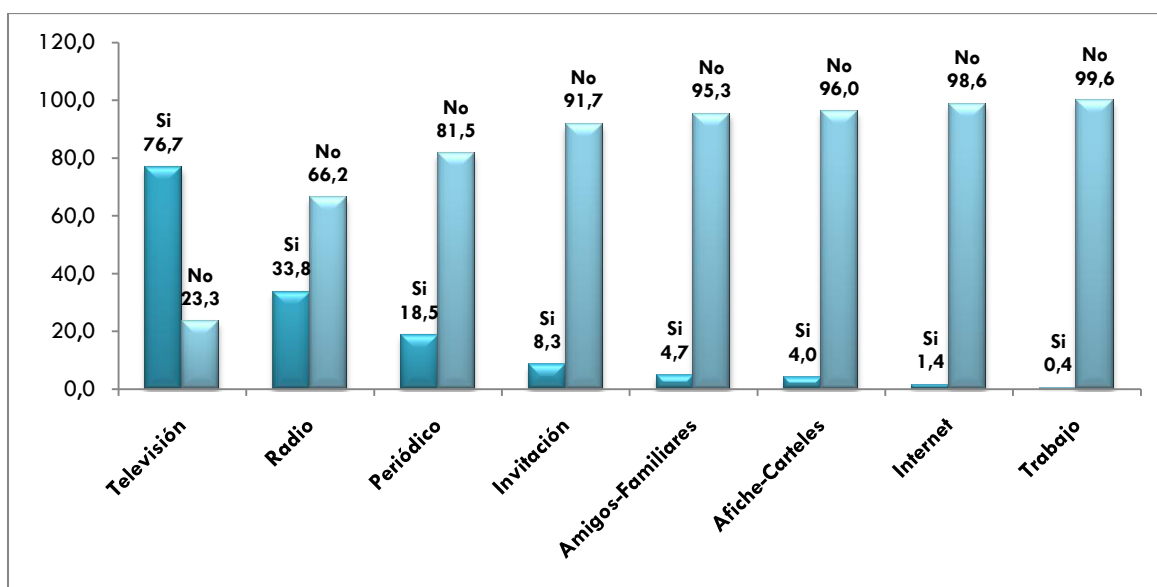
2.3 Medios de Comunicación⁷

El medio predominante de información sobre la realización de la feria fue la televisión, a través de este el 76% se enteraron de la realización del evento ferial, por radio el 33,8% y por periódico el 18,5% respecto al total de los visitantes encuestados.

Se informaron por afiches y carteles sólo el 4% de los visitantes y aunque la organización de la feria, lanzó propaganda vía internet en la página web perteneciente a la gobernación, se constató que sólo el 1,4% de los entrevistados dijo haberse enterado de la realización de la feria a través de este medio.

El resto de los porcentajes los vemos reflejados en el gráfico siguiente.

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



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Visitantes"; CIEPLANE

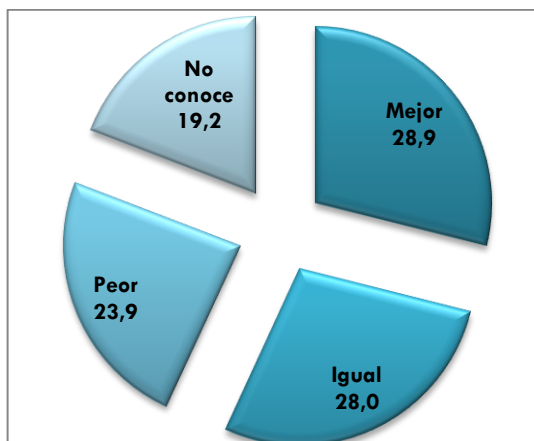
2.4 Calificación de los Visitantes

Como podemos observar en el Cuadro Nro. 5, el 28,9% de los visitantes calificaron la versión 2010 como mejor a las realizadas en años pasados; casi con el mismo porcentaje otro 28,0% la juzgaron como igual, un importante 23,9% como peor y el restante 19,2% dijo no saber o no conocer lo suficiente para calificar, porque son personas que la visitan por primera vez.

Las personas que la calificaron como mejor, expresaron que la organización de los stands, las decoraciones, la iluminación, la variedad y diversidad de atractivos y las novedades presentadas en la feria, hacían que sea mejor que en años pasados.

⁷ Ver Anexo N° 3, para el detalle de valores absolutos y relativos

Gráfico N° 10: Calificación de la EXPOSUR 2010 (En %)



Cuadro N° 5: Calificación a la EXPOSUR 2010

Calificación	Nro. visitantes	%
Mejor	226	28,9
Igual	219	28,0
Peor	187	23,9
No sabe, no conoce	150	19,2
TOTAL	782	100,0

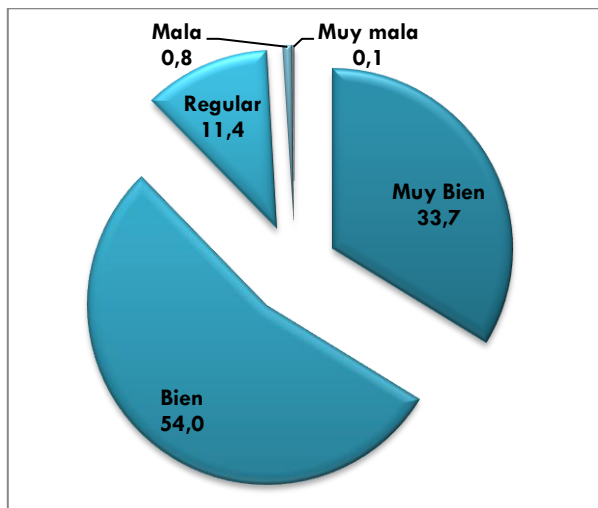
Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Visitantes"; CIEPLANE

En el caso de las opiniones que señalaban que la feria fue peor que otras versiones, se debió principalmente 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.

2.5 Calificación sobre la Atención al Público en los Stands

El 87,7% de los visitantes calificaron entre muy bien y bien la atención en los stands (33,7% muy bien, 54% bien), el 11,4% como regular, el 0,8% como mala y sólo el 0,1% de los visitantes de 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	264	33,7
Bien	422	54,0
Regular	89	11,4
Mala	6	0,8
Muy mala	1	0,1
TOTAL	782	100,0

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Visitantes"; CIEPLANE

Algunas observaciones realizadas hacían referencia a que: ...“las azafatas eran muy bonitas, pero poco preparadas para dar información”..., sugirieron mayor 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 prestado.

Un dato importante para las empresas es que las calificaciones de mala o muy mala fueron menores al 1%.

2.6 Adquisición de Productos en la Feria

El 50%, de los encuestados mencionaron haber realizado al menos una compra, habiendo personas que realizaron hasta tres compras.

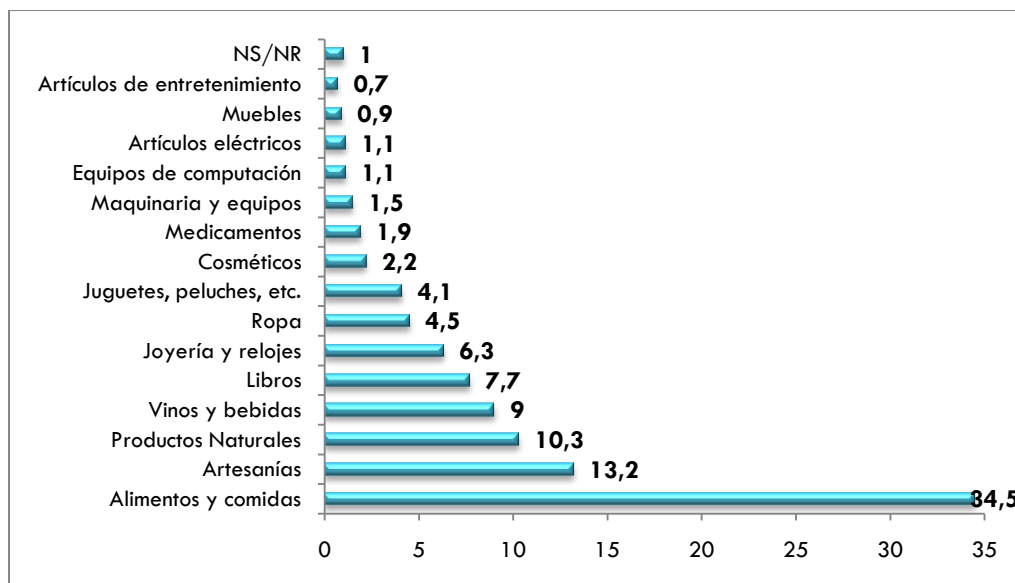
Los productos más demandados por los visitantes en la feria, fueron los alimentos y comidas en general, que alcanzaron casi al 35% del total, como se puede apreciar en el gráfico inferior.

Como segundo producto demandado estuvieron las artesanías con el 13% este es un dato importante que muestra el interés de los visitantes por adquirir objetos típicos de departamento y del país.

En el tercer puesto, los productos naturales y en cuarto lugar los vinos y bebidas ofertados.



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



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Visitantes"; CIEPLANE

En el quinto lugar se ubica con un 7,7% la adquisición de libros infantiles, de cocina diccionarios, enciclopedias y novelas entre otros.

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

Cuadro N° 7: Productos Adquiridos por los Visitantes

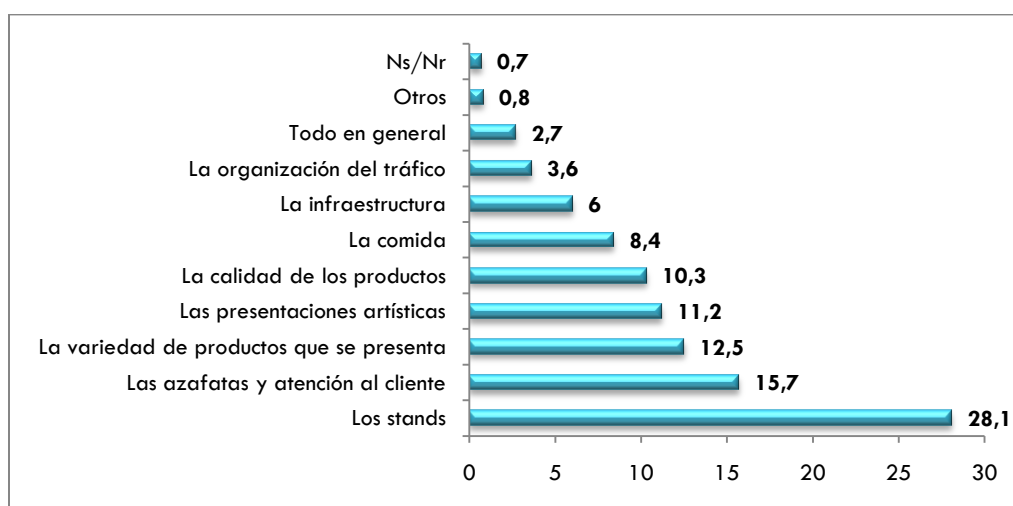
N°	Producto	Nro. Encuestados	Porcentaje
1	Alimentos y comidas	284	34,5
2	Artesanías	109	13,2
3	Productos naturales	85	10,3
4	Vinos y bebidas	74	9,0
5	Libros	63	7,7
6	Joyería y relojes	52	6,3
7	Ropa	37	4,5
8	Juguetes, peluches, etc.	34	4,1
9	Cosméticos	18	2,2
10	Medicamentos	16	1,9
11	Maquinaria y equipos	12	1,5
12	Equipos de computación	9	1,1
13	Artículos eléctricos	9	1,1
14	Muebles	7	0,9
15	Artículos de entretenimiento	6	0,7
16	NS/NR	8	1,0
TOTAL		823	100,0

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_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 azafatas y atención al cliente (15,7%) y la variedad de productos que se presentó (12,5%).

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



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_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

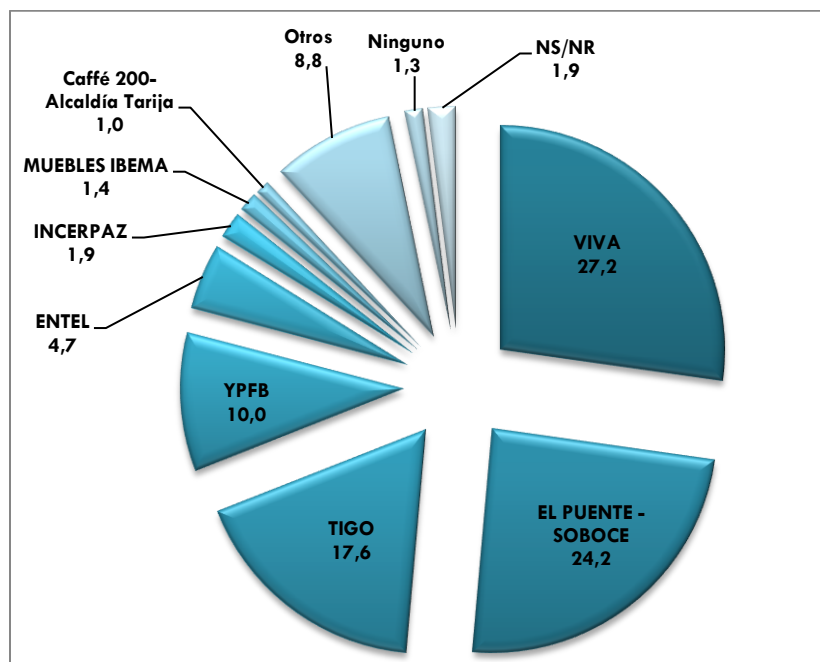
N°	Aspectos Agradables	Nro. Visitantes	Porcentaje
1	Los stands	592	28,1
2	Las azafatas y atención al cliente	331	15,7
3	La variedad de productos que se presenta	264	12,5
4	Las presentaciones artísticas	236	11,2
5	La calidad de los productos	217	10,3
6	La comida	177	8,4
7	La infraestructura	127	6,0
8	La organización del tráfico	76	3,6
9	Todo en general	56	2,7
10	Otros	17	0,8
11	Ns/Nr	14	0,7
TOTAL		2.107	100

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Visitantes"; CIEPLANE

2.8 Mejor Stand

En opinión de los encuestados los cuatro mejores stands en la feria, fueron de las empresas VIVA, SOBOCE - EL PUENTE, TIGO y YPFB.

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



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Visitantes"; CIEPLANE

El stand de VIVA recibió el apoyo del 27,2% de los encuestados como el mejor, esta empresa presentó innovaciones en la feria: sobre los servicios que presta, en la atención al cliente, en el decorado del mismo, en la entrega de souvenirs, además de constituirse en la única que presentó un sector para niños.

En el caso de la empresa EL PUENTE – SOBOCE que obtuvo el apoyo del 24,2% de los visitantes ofreció a la vista del público una innovadora infraestructura donde como atracción principal se exhibía una película en 3D de nuestro país, también entregó regalos o souvenirs por la visita al stand.

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

Cuadro N° 9: Mejor Stand de la EXPOSUR 2010

N°	Stand	Número Visitantes	Porcentaje
1	VIVA	213	27,2
2	EL PUENTE - SOBOCE	189	24,2
3	TIGO	138	17,6
4	YPFB	78	10,0
5	ENTEL	37	4,7
6	INCERPAZ	15	1,9
7	MUEBLES IBEMA	11	1,4
8	Caffé 200-Alcaldía Tarija	8	1,0
9	Otros ⁸	68	8,8
10	Ninguno	10	1,3
11	NS/NR	15	1,9
TOTAL		782	100,0

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Visitantes"; CIEPLANE

2.9 Aspectos Positivos y Negativos de la EXPOSUR 2010

2.9.1 Aspectos Positivos Percibidos por los Visitantes

Entre los aspectos positivos se destaca *..La mejora en la Organización..* con un 35,3% tanto en la infraestructura, la decoración, los horarios, la información brindada en el campo ferial, la seguridad, y los servicios básicos principalmente.

La decoración y presentación de los stands se ubica en segundo lugar con el 12%, en tercer lugar la atención a los clientes con el 9,5%, los productos y servicios ofertados por los expositores en cuarto lugar con el 8,8%; aunque un preocupante 7,8% indicó que no encontró ninguna mejora en relación al año anterior, se observa que en general los entrevistados manifestaron estar satisfechos con el evento ferial y su organización, indicando que existen mejoras.

Entre otros aspectos positivos de la feria se mencionaron: la contribución al movimiento económico y al desarrollo departamental, el apoyo y la apertura de mercados para las

⁸ Ver anexo N°8, para el desglose de la categoría.

empresas, la asistencia del público, la presentación de artistas, la generación de empleos y como lugar de recreación de niños.

El cuadro siguiente muestra los porcentajes de la indicado anteriormente, 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, etc.)	276	35,3
2	Decoración y presentación de los stands	94	12,0
3	Atención en los stands	74	9,5
4	Los productos y servicios ofertados por los expositores	69	8,8
5	Ninguno	61	7,8
6	Movimiento económico y desarrollo departamental	55	7,0
7	Apoyo intensivo y apertura de mercados a empresas	51	6,5
8	Asistencia del público	28	3,6
9	Artistas presentados	11	1,4
10	Generación de empleos	8	1,0
11	Lugar de recreación de niños	8	1,0
12	Otros	20	2,6
13	NS/NR	27	3,5
TOTAL		782	100

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Visitantes"; CIEPLANE

2.9.2 Aspectos Negativos de la Feria

A pesar de que el 35,3% de los entrevistados mencionó a la organización como un aspecto positivo, un importante 28,3% señaló que el principal aspecto negativo de la feria fue la organización, entre los aspectos citados se tiene 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 y hubo escasa o inadecuada información en el campo ferial.

Aunque es importante hacer notar que un 24% de los visitantes no encontró ningún aspecto negativo en la misma.

El tercer aspecto negativo mencionado, con un 21,7% 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 del transporte, alimentos y del boleto de entrada, consumo desmedido de bebidas alcohólicas, algunos días poca asistencia del público, hora de apertura y descuido en varios stands, mala atención y baja preparación de las azafatas, mucho tráfico vehicular y la carretera de acceso, participación reducida de sector empresarial, horario de inicio de la feria.

Los porcentajes de los aspectos negativos señalados líneas arriba se reflejan en el cuadro siguiente.

Cuadro N° 11: Aspectos Negativos de la Feria

N°	Aspecto positivo	Número	Porcentaje
1	La organización (infraestructura, decoración, publicidad, información, seguridad, etc.)	221	28,3
2	Ninguno	188	24,0
3	Cartelera y horarios de espectáculo de los artistas	170	21,7
4	Costos elevados del transporte, alimentos y boleto de entrada	39	5,0
5	Excesivo consumo de bebidas alcohólicas	31	4,0
6	Poca asistencia del público algunos días	26	3,3
7	Hora de apertura y descuido de algunos stands	20	2,6
8	Mala atención en los stands y baja preparación de las azafatas	17	2,2
9	Mucho tráfico y carretera de acceso	10	1,3
10	Participación reducida del sector empresarial	10	1,3
11	Horario de inicio de la feria	4	0,5
12	Otros	17	2,2
13	NS/NR	29	3,6
TOTAL		782	100,0

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Visitantes"; CIEPLANE

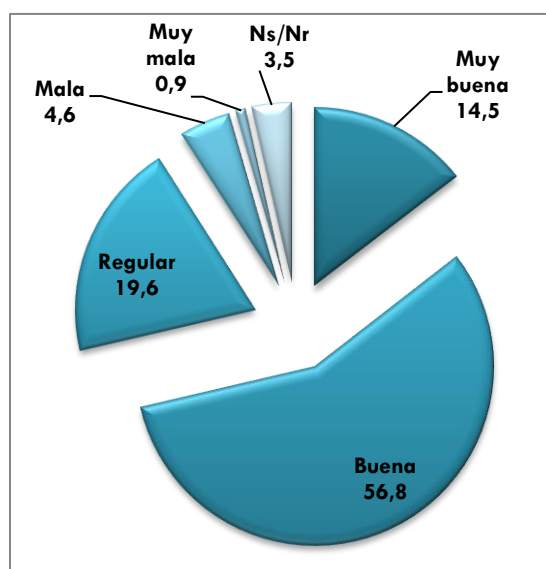
2.10 Calificación a los Servicios de Apoyo Brindados por la Organización de la EXPOSUR a los Visitantes

Los servicios de apoyo (Transporte, parqueo, iluminación, decoración, servicios básicos, seguridad, espacio público y ubicación de stands), fueron en general calificados por el 71,3% de los entrevistados como muy buena y buena.

Los que mencionaron que los servicios de apoyo fueron regulares alcanzaron al 19,6%, como mala el 4,6%, muy mala solo el 0,9% y el restante 3,6% de los entrevistados no quiso o no supo responder a esta pregunta.

El cuadro y gráficos siguientes muestran la calificación individual a los servicios de apoyo. Observándose que en su mayoría tienen una calificación de buena, sobrepasando el 50%, sólo en el caso de la ubicación de los stands la calificación es menor, con el 39,5%.

Gráfico N° 15: Calificación General a los Servicios de Apoyo Brindados por la Organización de la Feria (En %)



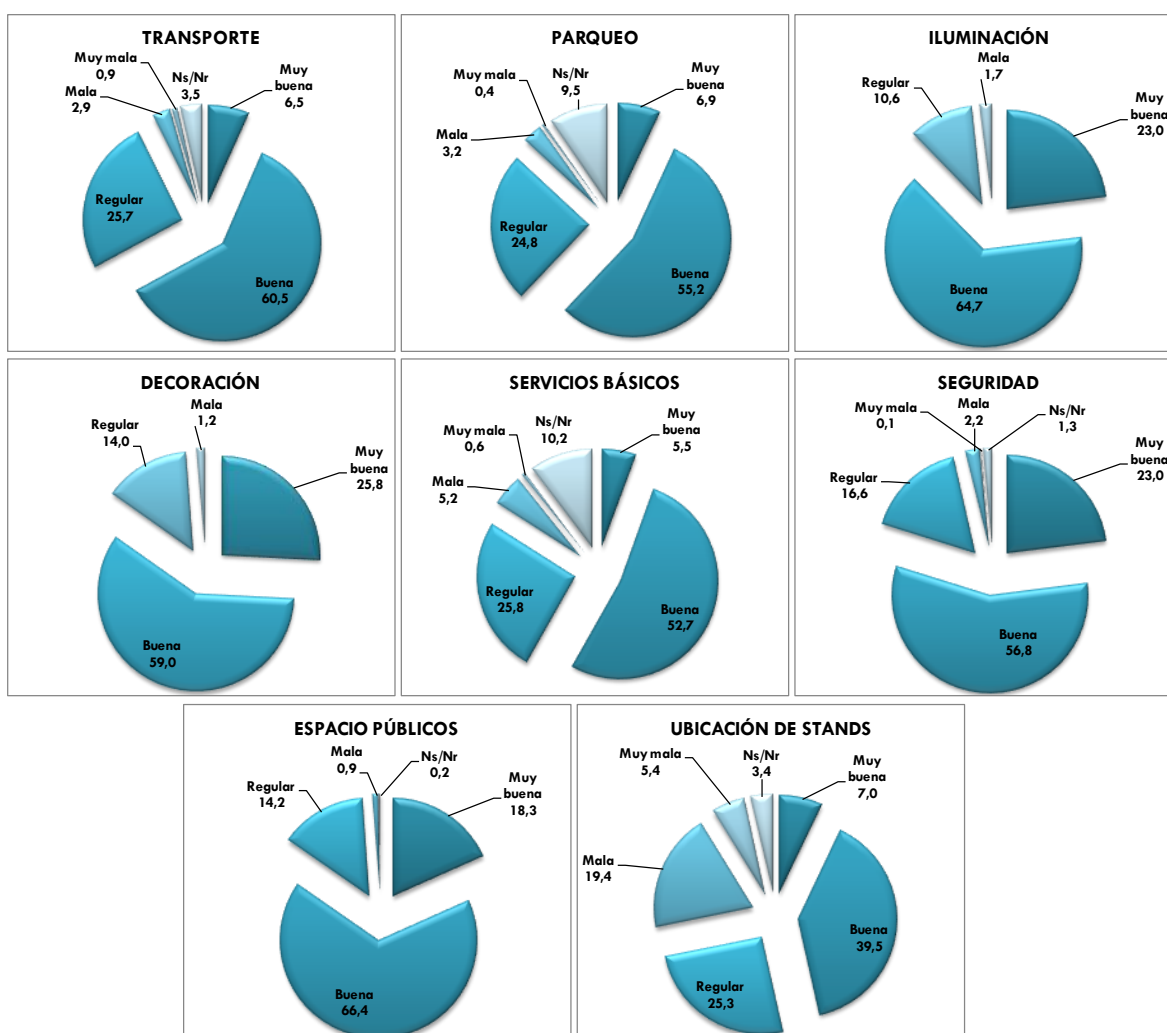
Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Visitantes"; CIEPLANE

Cuadro N° 12: Calificación a los Servicios de Apoyo Brindados en la Feria (En %)⁹

Servicio	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Muy mala	Ns/Nr	TOTAL
Transporte	6,5	60,5	25,7	2,9	0,9	3,5	100
Parqueo	6,9	55,2	24,8	3,2	0,4	9,5	100
Iluminación	23,0	64,7	10,6	1,7	-	-	100
Decoración	25,8	59,0	14,0	1,2	-	-	100
Servicios básicos	5,5	52,7	25,8	5,2	0,6	10,2	100
Seguridad	23,0	56,8	16,6	2,2	0,1	1,3	100
Espacio públicos	18,3	66,4	14,2	0,9	-	0,2	100
Ubicación de stands	7,0	39,5	25,3	19,4	5,4	3,4	100
Calificación General	14,5	56,8	19,6	4,6	0,9	3,5	100

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Visitantes"; CIEPLANE

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



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Visitantes"; CIEPLANE

⁹ Ver anexo N°9, en cual presenta información 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, con miras a que sean corregidas en las siguientes versiones de la feria: Así 16,5% de los encuestados recomiendan el cumplimiento de la cartelera, mejora en los espectáculos y apoyo a artistas, el 14,5% mejorar toda la organización en general, 10,8% mencionan que se debe abrir un centro de información ferial con el fin de que los visitantes tengan a quien acudir, para consultas.

El 8,2% de los encuestados opina que la publicidad y propaganda sobre la feria debe ser mayor, 7,7% que se deben mejorar los servicios básicos, colocar más basureros y realizar la limpieza continua del campo ferial; estos entre otros resultados tal cual se muestra en el detalle siguiente.

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

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

N°	Recomendación	Nro.	%
1	Cumplir la cartelera anunciada, mejorar los espectáculos y dar apoyo a los artistas	216	16,5
2	Mejorar toda la organización de la feria en general	190	14,5
3	Abrir un centro de información ferial	141	10,8
4	Hacer mayor publicidad del evento ferial	108	8,2
5	Mejorar los servicios básicos, basureros y limpieza del campo ferial	95	7,2
6	Mejorar el servicio de transporte y el tráfico	79	6,0
7	Ampliación y mejoramiento de pabellones, stands y del escenario	73	5,6
8	Invitar a más empresas y apoyar a las expositoras	65	5,0
9	Ampliar la infraestructura existente y mejorar la iluminación del campo ferial	63	4,8
10	Ampliar las áreas de parqueo	46	3,5
11	Cumplir los horarios establecidos para la apertura del campo ferial y de los stands	44	3,4
12	Mejorar la seguridad en el campo ferial y áreas de parqueo	40	3,1
13	Ampliar los espacios de recreación, áreas verdes y novedades	28	2,1
14	Todo está bien	25	1,9
15	Precio elevado de boletos de entrada, pasajes y stands	24	1,8
16	Mejorar la atención al cliente en los stands	18	1,4
17	Cambiar la fecha y lugar de la feria	9	0,7
18	NS/NR	9	0,7
19	Otros	38	2,8
TOTAL		1.311	100,0

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_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.

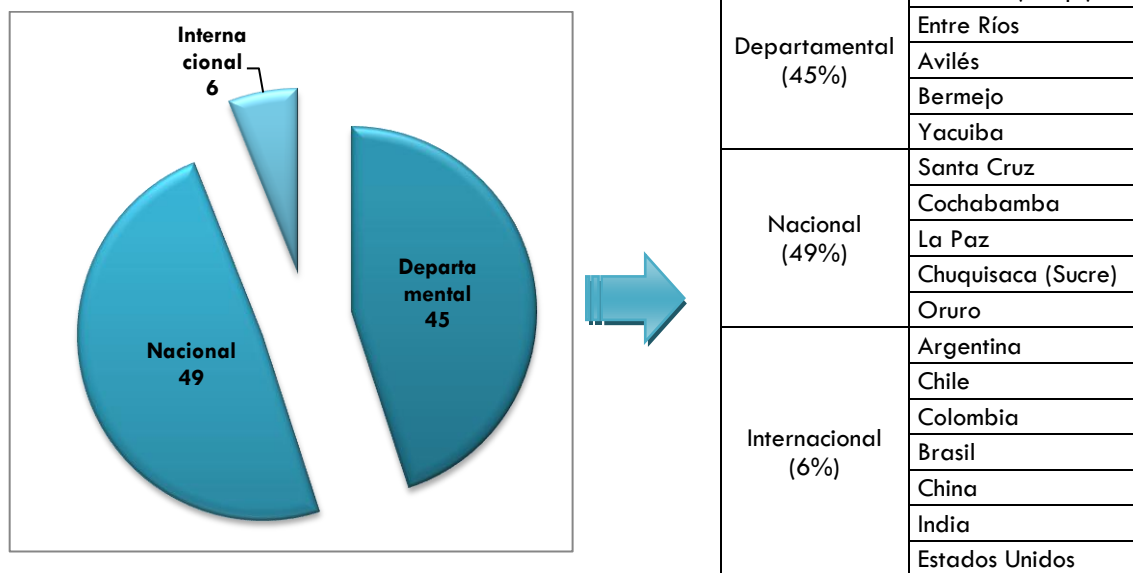
1. CARACTERÍSTICAS GENERALES

1.1 Procedencia de las Empresas Expositoras¹⁰

En la XIII versión de la Feria Internacional EXPOSUR 2010, hubieron más expositores nacionales, los que alcanzaron al 49% del total; estos provenían de los departamentos de Santa Cruz, Cochabamba, La Paz, Oruro y Chuquisaca, los expositores del departamento de Tarija alcanzaron sólo al 45%, los cuales eran de la ciudad de Tarija, y de los municipios de Entre Ríos, Avilés, Bermejo y Yacuiba.

Los expositores internacionales alcanzaron sólo al 6% del total y procedían de los países de Argentina, Chile, Colombia, Brasil, China, India y Estados Unidos.

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



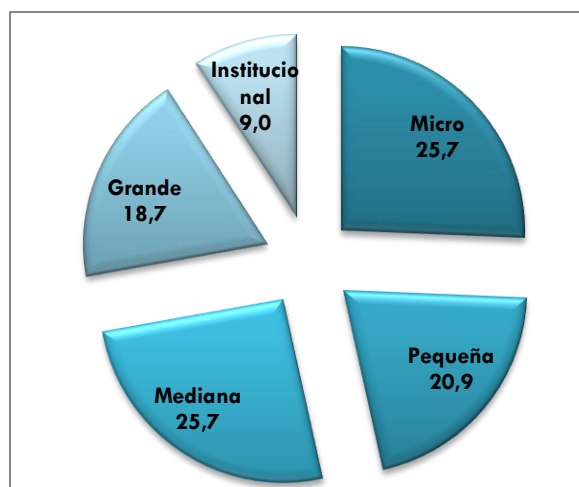
Fuente: Secretaría de Desarrollo Económico y Productivo_
Gobernación del Departamento de Tarija

1.2 Clasificación de Las Empresas

Del total de empresas que asistieron a la feria el 25,7% eran microempresas, otro 25,7% medianas, 20,9% pequeñas empresas, 18,7% empresas grandes, finalmente el 9% pertenecían a instituciones: municipales, gobernaciones y gubernamentales.

¹⁰ Datos proporcionados por la Secretaría de Desarrollo Económico y Productivo de la Gobernación del Departamento de Tarija.

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



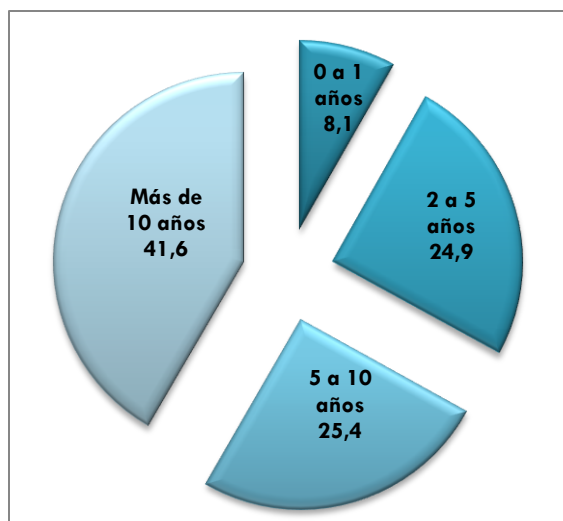
Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Expositores"; CIEPLANE

1.3 Antigüedad de las Empresas

En esta sección no analizaremos la antigüedad de las empresas e instituciones que participaron de versiones anteriores de la feria; sino sobre la antigüedad de las empresas participantes.

Así se determinó que el 41,6% de las empresas expositoras tenían más de 10 años de antigüedad, el 25,4% entre 5 a 10 años, El 24,9% de dos a cinco años y sólo el 8,1% eran de reciente creación o de un año de antigüedad.

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

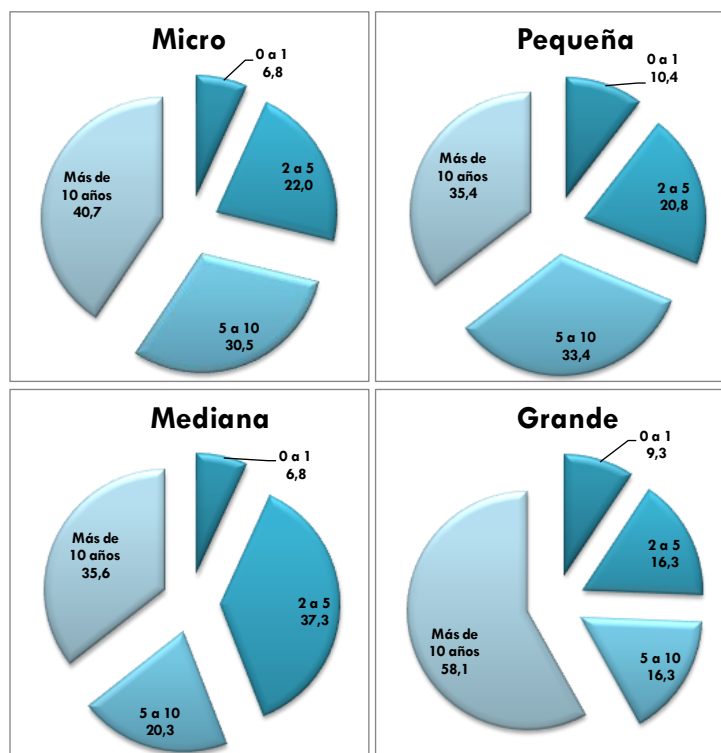


Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Expositores"; CIEPLANE

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

Entre las conclusiones más importantes tenemos; que en todos los tipos de empresas participantes (micro, pequeña, mediana y grande), la antigüedad de más de diez años es predominante.

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



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Expositores"; CIEPLANE

1.4 Relación Gerente – Propietario de las Empresas Expositoras

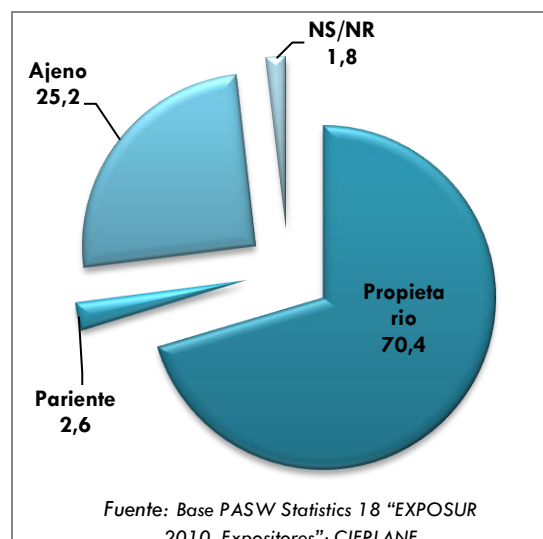
Tomando en cuenta todos los tipos de empresas: micro, pequeña, media y gran empresa, además de las instituciones participantes; en el 70,4% de los casos el gerente es al mismo tiempo el propietario, en el 25,2% es ajeno a la empresa y en el 2,6% de las entidades, son parientes, hijos, nietos o sobrinos.

El 1,8% no supieron o no quisieron responder a esta pregunta.

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

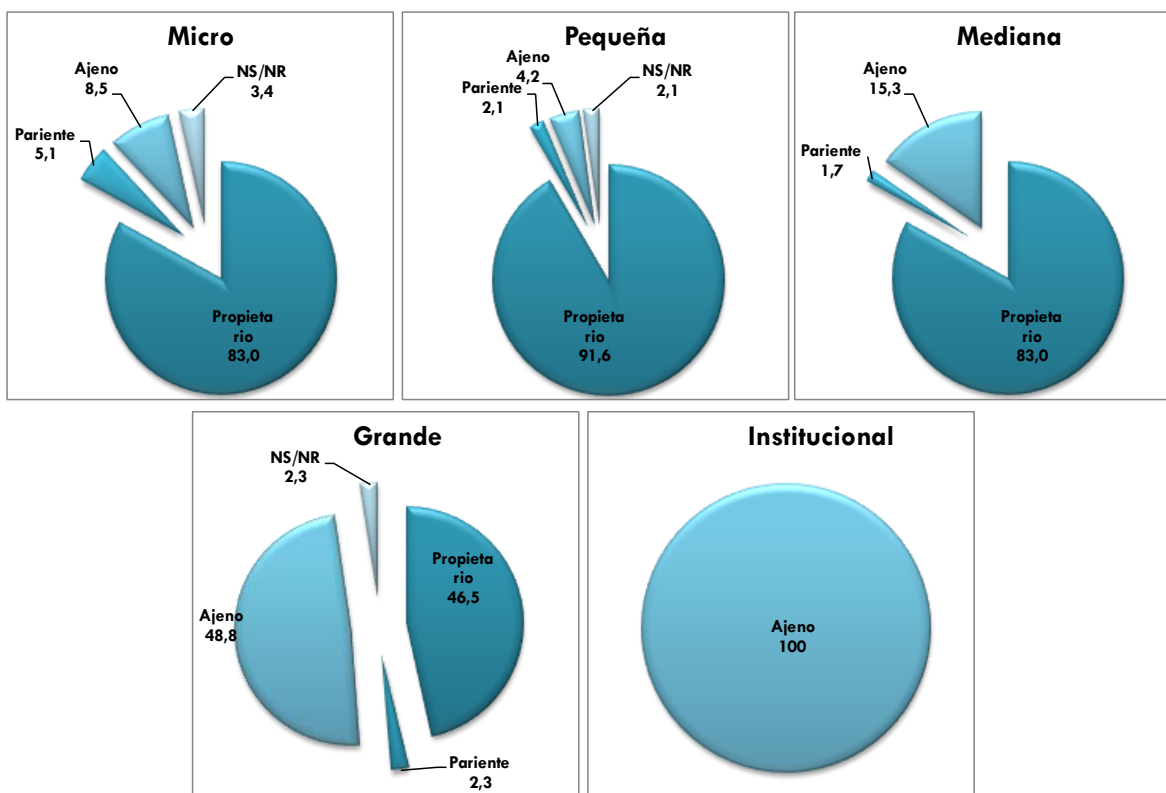
Entre las conclusiones más importantes tenemos; que en todos los tipos de empresas predominantemente el propietario es al mismo tiempo el gerente, aunque en el caso de las empresas grandes el porcentaje no es tan elevado, sólo en el caso de las instituciones el 100% son ajenos a la misma.

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



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Expositores"; CIEPLANE

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



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Expositores"; CIEPLANE

1.5 Personal de Atención al Cliente

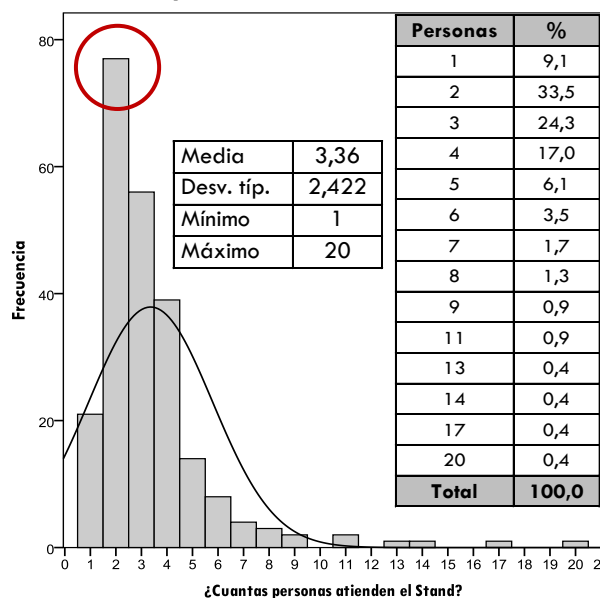
Alrededor de mil personas trabajaron en los stands de las empresas expositoras en la versión 2010.

En la mayoría de los stands (33,5%) habían dos personas que lo atendían, en el 24,35 tres, en el 17% cuatro y con el mismo porcentaje de 0,4% hubieron empresas con 13, 14, 17 y hasta 20 personas atendiendo el mismo.

Esto entre algunos resultados, tal como se refleja en el gráfico Nro. 23.

El promedio de personas de atención al cliente en esta versión, fue de 3 personas por stand.

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



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Expositores"; CIEPLANE

2. ASPECTOS RELEVANTES CON RESPECTO A LA FERIA

2.1 Participación de los Expositores en Versiones Anteriores a la EXPOSUR 2010.

En general del total de empresas expositoras en el año 2010, el 19,7% participó en las últimas cinco versiones de la EXPOSUR, (Versiones 2005 al 2009).

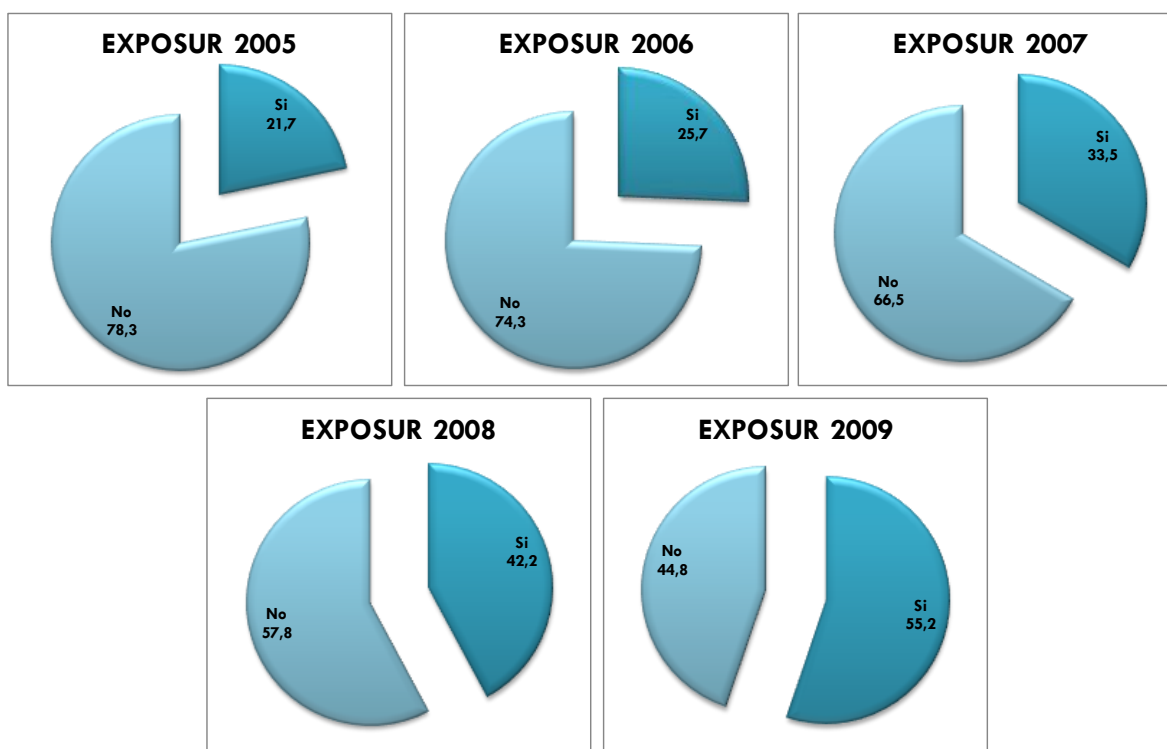
Sólo el 21,7%, participó en la versión 2005 y el 25,7% el año 2006.

El 33,5% de las empresas, en la versión 2007, el 42,2% el 2008 y el 55,2% en el año 2009.

Tal como se muestra en el gráfico N°24.



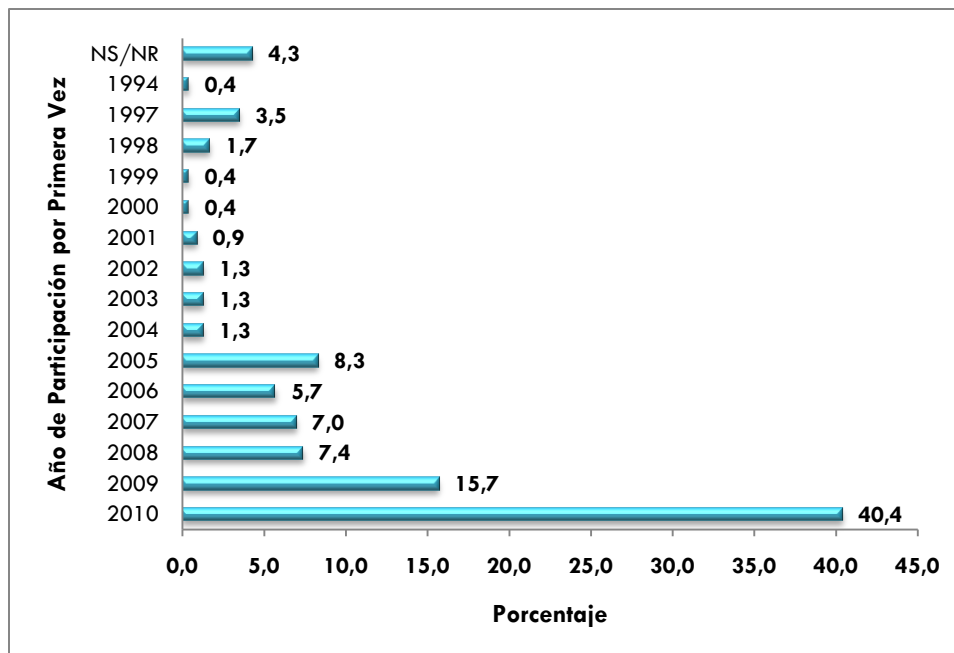
Gráfico N° 24: Participación de los Expositores en las Diferentes Versiones de la Feria EXPOSUR (En %)



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Expositores"; CIEPLANE

Para el 40.4% del total de empresas expositoras en la feria 2010, esta fue su primera participación, para el 15,7% el año 2009, para el 8,3% el año 2005, para el 7,4% el año 2008, entre otros resultados 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 PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Expositores"; CIEPLANE

2.2 Costo del Stand

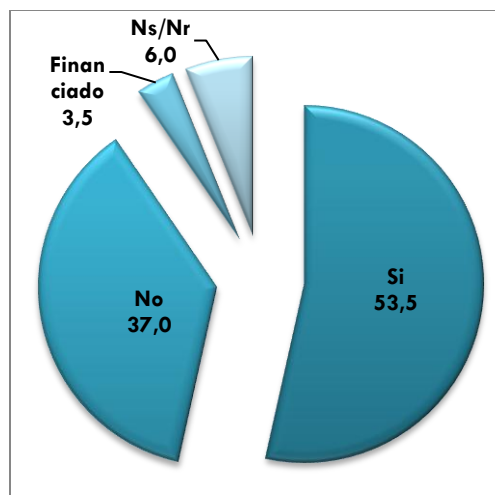
Más de la mitad (53,5%) de las empresas expositoras consideraron como justo el precio pagado por el espacio ocupado en los pabellones de la feria.

El 3,5% de las empresas mencionaron que su participación fue financiada por alguna institución, de ahí que ellos no supieron responder esta pregunta.

El 37,0% de las empresas opinaron que no es justo el precio pagado para ubicar el stand. Mencionaron que el precio es demasiado alto y el espacio reducido o compartido, que la organización de los stands en los pabellones era mala y que se hace mucha inversión, para poca venta.

Finalmente el 6% de las empresas, no supieron o no quisieron responder a esta pregunta.

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



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Expositores"; CIEPLANE

2.3 Inversión en la Instalación del Stand

El monto promedio de inversión en la instalación de un stand fue de \$us 1.314,8, el monto máximo registrado fue de \$us 35.612,5 y el mínimo de \$us 35.

El cuadro N°15 sobre la inversión según rango y tipo de empresa, nos muestra que el 55.1% de las microempresas invirtieron entre 250 a 1.000 Bs., que el 51.2% de las pequeñas empresas invirtieron entre 1.001 a 10.000 Bs. al igual que el 53,6% de las medianas, el 52,7% de las grandes y el 30% de las instituciones públicas, aspecto que se corrobora con el porcentaje del 49,5% a nivel global de las empresas.

Como otro dato relevante casi el 35% de las empresas invirtieron sólo entre 250 a 1.000 bolivianos.

Se observa también que sólo el 30% de las empresas públicas invirtieron entre 50.001 a 250.000 bolivianos.

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

Estadísticos	Bs.	\$us ¹¹ .
Media	9.229,6	1.314,8
Mediana	2.000,0	284,9
Moda	500,0	71,2
Mínimo	250,0	35,6
Máximo	250.000,0	35.612,5

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	
250 -1.000	55,1	41,5	26,8	16,7	20,0	34,9
1.001-10.000	44,9	51,2	53,6	52,7	30,0	49,5
10.001-50.000		7,3	17,9	22,2	20,0	12,0
50.001-100.000			1,7	2,8	10,0	1,6
100.001-250.000				5,6	20,0	2,0
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Expositores"; CIEPLANE

2.4 Financiamiento de la Participación Empresarial

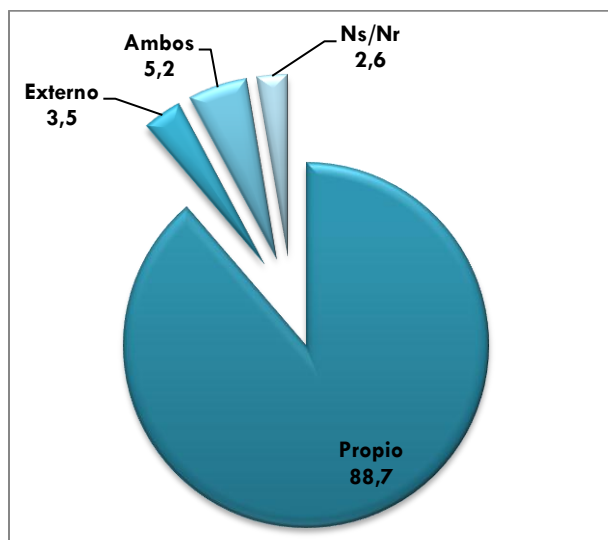
El 88,7% de las empresas expositoras cubrieron su participación con financiamiento propio, este incluyó el costo del alquiler del stand, la decoración y otros gastos menores. Mientras que sólo el 3,5% contó con financiamiento externo y el 5,2% mencionó que su participación fue financiada tanto con recursos propios como con externos.

El financiamiento externo provino de instituciones financieras, gobernaciones: de Tarija y Chuquisaca, sub gobernaciones, asociaciones y fundaciones.

Y el restante 2,6% de las empresas no sabía o no quisieron responder a la pregunta.

¹¹ Tipo de cambio, \$us 1 = Bs. 7,07

Gráfico N° 27: Financiamiento para la Participación de Empresas en la Feria EXPOSUR 2010 (En %)



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Expositores"; CIEPLANE

2.5 Trámites para la Participación de las Empresas en la Feria

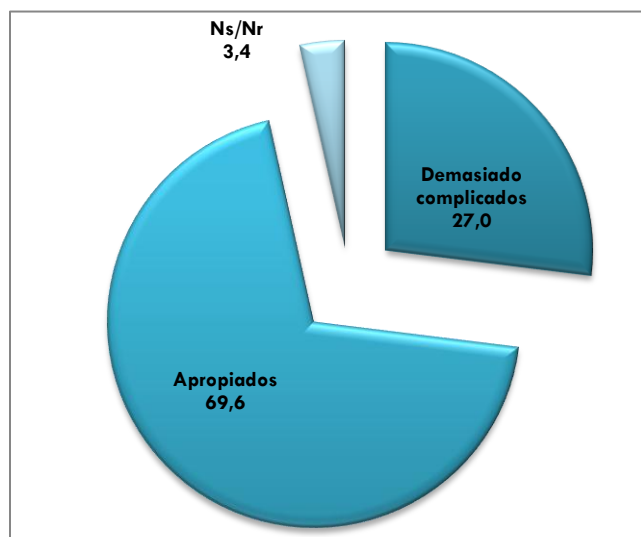
Las empresas, previo al evento ferial debían realizar algunos trámites para poder participar; al respecto el 69,6% manifestó que los mismos fueron apropiados y que no tuvieron ninguna dificultad al realizarlos.

Mientras que el 27,0% manifestó que fueron demasiado complicados y el restante 3,4% no supo o no quiso 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 81,0% de las instituciones los trámites fueron apropiados, al igual que para más del 66% de todos los tipos de empresas.

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



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_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	28,8	67,8	3,4	100
Pequeña	25,0	68,8	6,2	100
Mediana	32,2	66,1	1,7	100
Grande	25,6	72,1	2,3	100
Institucional	14,3	81,0	4,7	100
Total	27,0	69,6	3,4	100,0

2.6 Materiales y Métodos de Promoción

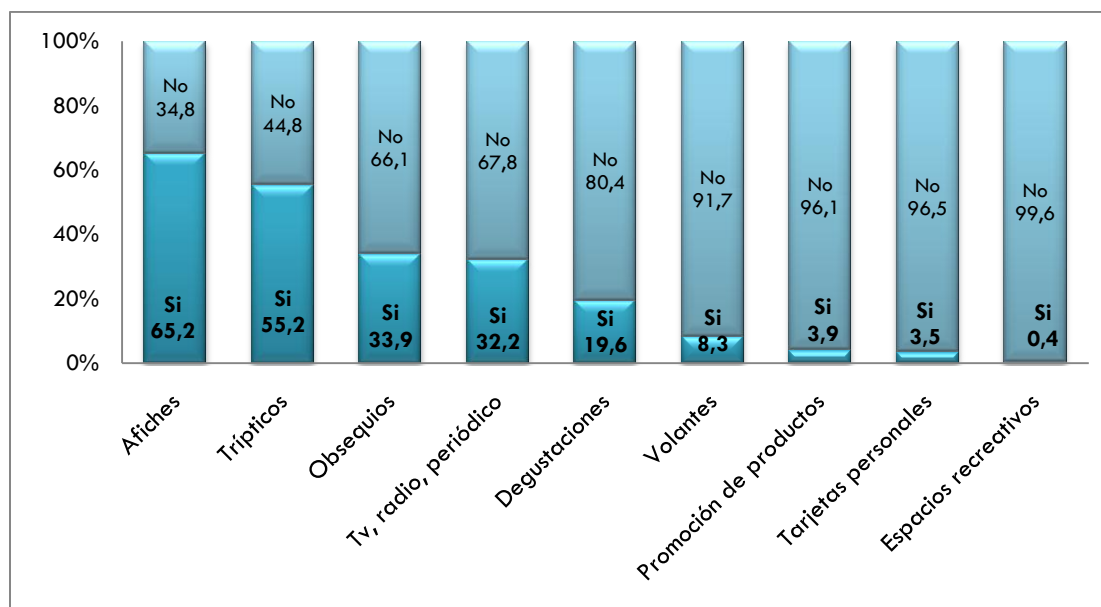
Los más utilizados por las empresas expositoras, durante la participación ferial fueron los afiches y trípticos con el 65,2% y 55,2% respectivamente, los obsequios con el 33,9% ocupan el tercer lugar, los medios masivos como televisión, radio y periódicos ocupan el cuarto lugar con el 32,2%.

Las degustaciones, volantes, promociones de productos, tarjetas de presentación, volantes y espacios recreativos, fueron los medios menos utilizados por las empresas.

Se debe hacer notar que cada uno de las materiales y métodos de promoción fue calculado respecto al total de expositores.

Algunas empresas utilizaron más de un material y método de promoción.

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



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Expositores"; CIEPLANE

2.7 Calificación a los Servicios de Apoyo de la Organización Brindados a los Expositores

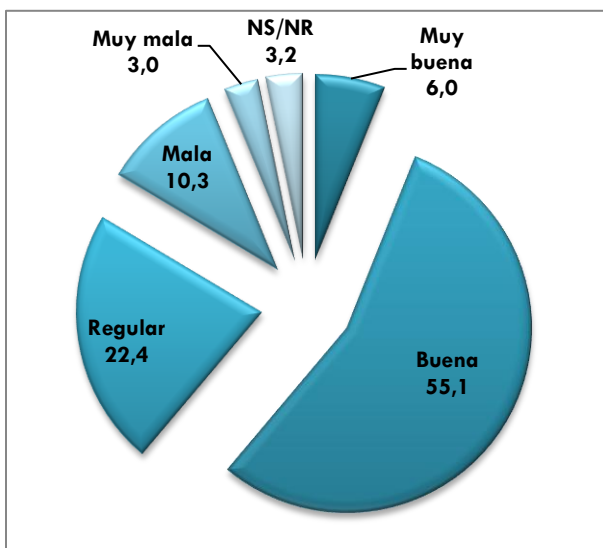
La calificación general de los expositores a la organización de la feria, por la prestación de los servicios de apoyo, fue de buena con un 55,1% y de muy buena sólo con el 6%.

Los que mencionaron que fueron regulares alcanzaron al 22,4%, mala el 10,3%, muy mala el 3% y el restante 3,2% de las empresas no quiso o no supo responder a la pregunta.

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

Solo los servicios de comunicación y de información sobre la ubicación de los stands ostentan calificaciones menores al 40%.

Gráfico N° 30: Calificación General a los Servicios de Apoyo Brindado a los Expositores por los Organizadores (En %)



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Visitantes"; 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)	5,2	59,6	25,7	7,4	1,7	0,4	100
Comunicación (Internet, teléfono, fax, etc.)	1,3	40,0	25,7	12,6	5,2	15,2	100
Iluminación	5,2	65,7	23,5	4,3	1,3	-	100
Decoración de los pabellones	7,0	52,2	31,7	6,1	1,7	1,3	100
Servicios básicos (servicios higiénicos)	3,5	56,1	22,6	10,0	4,8	3,0	100
Seguridad	15,7	61,7	15,3	4,3	3,0	-	100
Limpieza de los espacios públicos	7,0	67,0	17,7	5,7	1,7	0,9	100
Información sobre la ubicación de los stands	3,5	38,7	17,4	31,7	4,3	4,4	100
Calificación General	6,0	55,1	22,4	10,3	3,0	3,2	100

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Expositores"; CIEPLANE

2.8 Motivo de Participación en la Feria

Los principales motivos de participación de las empresas en la feria fueron: Primero, para comercializar su servicio o producto (40,9%, segundo, para promocionar o hacer conocer el producto (22,2%), tercero, para potenciar la marca en el departamento (15,2%) 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 en la feria según tipo de empresa.

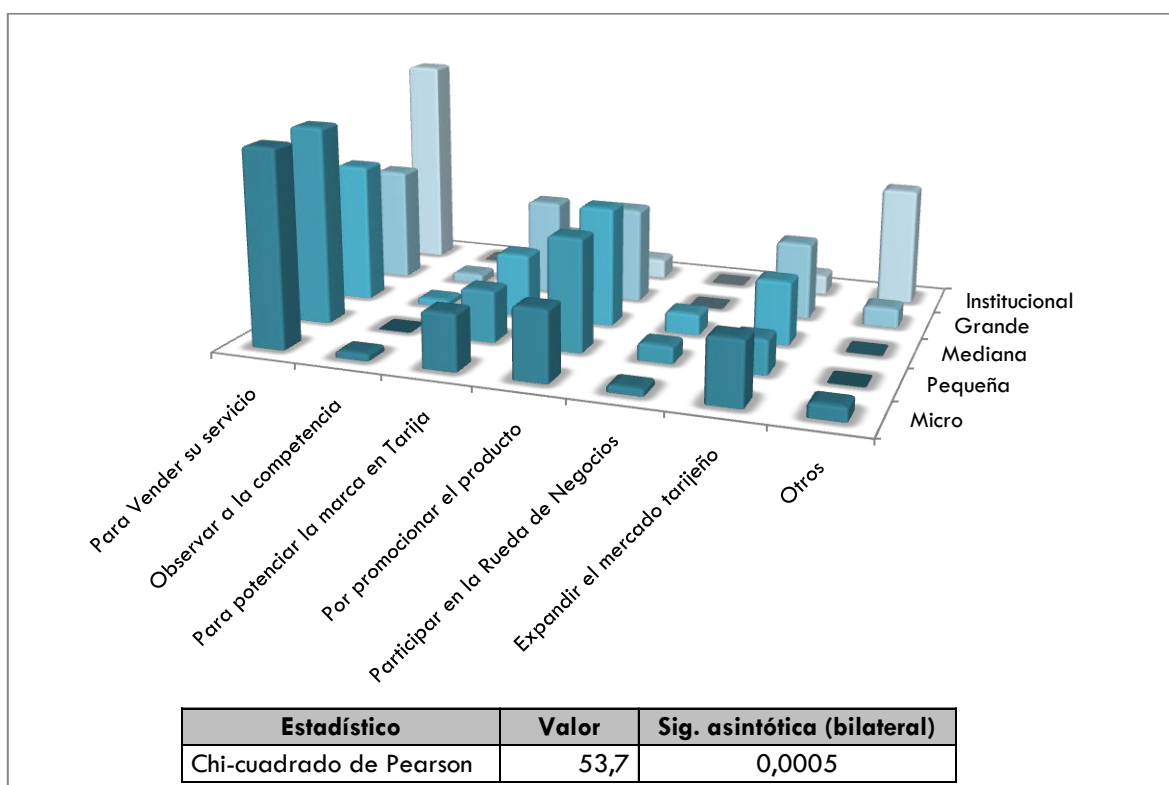
Cuadro N° 18: Motivo de Participación según Tipo de Empresa (En %)

Motivo de participación	Categoría de la Empresa					Total
	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Institucional	
Para vender su servicio y/o producto	47,5	47,9	33,9	27,9	52,4	40,9
Observar a la competencia	1,7	-	1,7	2,3	-	1,3
Para potenciar la marca en Tarija	13,6	12,5	15,3	23,3	9,5	15,2
Para promocionar el producto	16,9	27,1	28,7	23,3	4,8	22,2
Participar en la "Rueda de Negocios"	1,7	4,2	5,1	-	-	2,6
Expandir la venta de su producto en el mercado tarijeño	15,3	8,3	15,3	18,6	4,8	13,5
Otros	3,3	-	-	4,6	28,5	4,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Expositores"; CIEPLANE

El motivo de participación para las empresas expositoras, está significativamente afectado por el tipo de empresa ($\chi^2 = 0,0005$). Es decir que los motivos para participar son muy diferentes para las micro, pequeña, mediana, grande 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 PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_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 razones: la poca afluencia de público, poca venta, tardanza en la apertura del campo ferial y por tanto de los pabellones y el costo elevado de las entradas.



2.9 Aspectos Relacionados con el Desarrollo de LA EXPOSUR

Las empresas expositoras calificaron a catorce aspectos relacionados con el desarrollo de la feria. El desarrollo de sólo cinco fue calificado de **buena** con porcentajes de más del 50%, así la atención al público en los stands obtuvo un notable 72,2%, así como la participación de los expositores nacionales con 69,6%; aunque se debe considerar que son opiniones de las mismas empresas expositoras.

La calidad de los artistas con el 33,5% fue sólo calificada de regular y con un 49% de mala y muy mala, la organización general del evento por casi el 50% fue calificada como sólo regular, el resto de la calificación en porcentajes se muestra 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	13,0	51,7	25,2	2,2	-	7,9	100
Participación de expositores nacionales	8,3	69,6	19,6	-	0,4	2,1	100
Calidad de los artistas que se presenta	1,3	13,5	33,5	29,1	20,0	2,6	100
Organización general del evento	2,2	25,7	47,8	17,8	6,5	-	100
Atención al público en los stands	14,3	72,2	12,2	0,4	-	0,9	100
Orden en la disposición de los stands	3,5	64,8	20,0	9,1	1,7	0,9	100
Coordinación y apoyo para la puesta a punto del stand	3,5	47,0	25,2	17,4	3,0	3,9	100
Puntualidad en el inicio de las actividades	4,3	37,0	33,9	16,1	7,8	0,9	100
Tamaño del campo ferial	7,4	57,8	26,5	7,0	1,3	-	100
Espacios de parqueo	3,0	47,8	28,7	10,0	2,6	7,9	100
Publicidad y promoción del evento	2,6	20,0	38,7	28,3	8,7	1,7	100
Señalización dentro del campo ferial	3,0	47,4	33,9	10,4	2,2	3,1	100
Servicios de apoyo al expositor	2,2	31,7	35,7	24,8	3,0	2,6	100
Espacios de recreación y descanso	5,2	53,5	30,0	4,8	2,2	4,3	100

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Expositores"; CIEPLANE

3. RESPECTO A LA RUEDA DE NEGOCIOS

3.1 Antes de la Rueda de Negocios

Antes de la inauguración de la rueda de negocios las empresas expositoras realizaron 3.786 contactos comerciales, de los cuales se iniciaron 1.073 negocios y fueron cerrados 829.

Se debe mencionar que algunas empresas que participaron de la rueda no comercializaban ningún producto o servicios en la feria, sólo tenían como objetivo promocionar el producto o servicio que brindan.



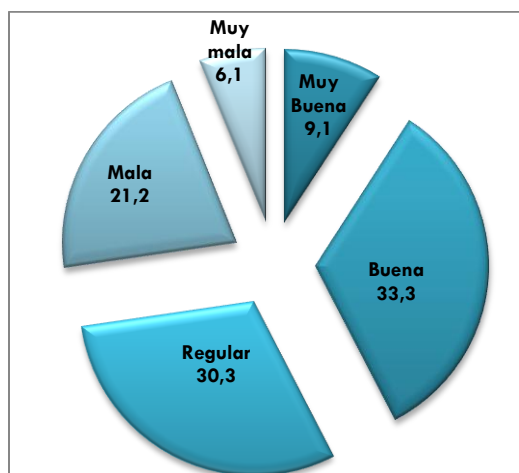
3.2 Participación en la Rueda de Negocios

Del total de empresas que participaron como expositoras en la feria, sólo el 14,3% participaron en la rueda de negocios patrocinada por la organización ferial.

De estas el 33,3% calificaron su participación en la rueda como buena, de muy buena el 9,1%, el 30,3% como regular, el 21,2% como mala y sólo el 6,1% de muy mala.



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



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Visitantes"; CIEPLANE

Los expositores participantes tanto de la feria como de la rueda de negocios, realizaron 171 contactos comerciales, de los cuales 67 negocios fueron iniciados y 27 cerraron negocios.



4. RECOMENDACIONES

Los expositores realizaron algunas recomendaciones y/o sugerencias, con miras a que sean corregidas en la siguiente versión de la feria: Así un 17% recomiendan mejorar la cartelera artística, 16,8% mejorar la organización en general, el 13,2% dar incentivos y mejores condiciones para su participación, tanto antes como en el transcurso de la feria, el 11,8% mejorar la publicidad y promoción y el 9,6% mejorar el campo ferial, tal como se puede observar en el cuadro siguiente.

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

N°	Recomendación	%
1	Mejorar la cartelera de artistas	17,0
2	Mejorar la organización de la feria en general	16,8
3	Dar incentivos a los expositores y mejorar las condiciones de participación	13,2
4	Hacer mayor y mejor publicidad y promoción de la feria	11,8
5	Mejorar el campo ferial, con ampliación de pabellones y stand, mayor iluminación e infraestructura	9,6
6	Puntualidad en: Apertura de campo ferial, pabellones, stands y resto de actividades	6,6
7	Fecha apropiada del evento	4,8
8	Brindar información a visitantes	4,2
9	Bajar el precio de entrada	3,8
10	Dotar de más servicios básicos (higiénicos y basureros) y mejorar la limpieza de los pabellones	2,8
11	Mejoramiento del parque vehicular y transporte	2,4
12	Colocar mayor seguridad en los pabellones	2,4
13	Otros	4,1
14	Ninguna	0,5
Total		100

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Visitantes"; CIEPLANE

VII. SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN

1. CARACTERÍSTICAS GENERALES

La feria EXPOSUR se ha convertido en un evento que se convierte en un punto de encuentro de las empresas que prestan servicios de alimentación entre los que podemos mencionar: comida rápida y variedad de platos nacionales e internacionales; por lo que en esta versión, nuevamente han demostrado lo importante que es para ellas estar presentes, estimuladas principalmente por el deseo de promocionar las comidas que ofertan (Ver anexo N°10), además del natural interés de obtener buenos ingresos.

De acuerdo a los datos obtenidos, el número total de empresas, asociaciones, instituciones y agrupaciones que brindaron servicios de alimentación fue de 31, las mismas que se detallan a continuación:

Cuadro N° 21: Empresas, Asociaciones, Instituciones y Agrupaciones de Servicios de Alimentación que participaron en el evento Ferial "EXPOSUR 2010"

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA	
Aladín	La Cabaña "Aranjuez"
Burguer Planet	Restaurante "Donde Ayer"
Centro Familiar	Restaurante "Doña Cris"
"Ta Contento"	Restaurante "El Hogar"
"Chingos"	Restaurante "Romina"
Churrasquería "Don Jacinto"	Snack "El Chato"
"Crocán Pollo"	Snack "Garfield"
"Estación"	Snak "Eybi"
"Fridosa"	"Sofía"
"Gringo Limón"	Stand municipio de San Lorenzo ¹²
Restaurante Guadalquivir	Stand municipio de San Lorenzo
Jumping Center Park	Stand municipio de San Lorenzo
"kiosco"	"Trébol"
La Chapaquita	"Vidi Vidi"
Las Brasas	Renovación Carismática Católica
"Cerro Morado" Asociación Tajzara	

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

Se hace necesario hacer notar que para el análisis de la información se clasificó a todas las prestadoras de servicios de acuerdo al número de empleados con los que operaron en sus respectivos negocios, como **"Empresas" de Servicio de alimentación micro, pequeña, mediana y grande**, para fines de diferenciación con las empresas de producción de bienes.

¹² Stand del municipio de "San Lorenzo" perteneciente a la provincia "Eustaquio Méndez" de apoyo al sector productivo de su región, donde tres participantes brindaron servicios de alimentación (Empresas familiares).

Las 31 empresas participaron en las encuestas realizadas y a partir de las mismas se procesaron los siguientes resultados:

1.1 Ubicación de la Empresa

El 90,3% de las empresas participantes prestan habitualmente sus servicios en la ciudad de Tarija y el 9,7% del Rincón de la Tablada, del municipio de San Lorenzo.

Cuadro N° 22: Ubicación de la Empresa

Municipio	Porcentaje
San Lorenzo	9,7
Cercado	90,3
Total	100,0

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

1.2 Antigüedad de la Empresa

Un aspecto relevante de las empresas que participaron en esta versión es que casi el 30% tenían una antigüedad menor a un año, incluso uno de los propietarios afirmó haber alquilado el local sólo para vender en la feria, no teniendo un local habitual de expendio de comidas, lo cual corrobora el deseo principalmente de promocionar el servicio de los empresarios.

En general casi el 55% de las empresas (54,8%), tenían una antigüedad menor a cinco años, el 22,6% de 5 a 10 años, el mismo porcentaje que las empresas con una antigüedad mayor a 10 años.

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

Años de Antigüedad	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
0 a 1	29,0	29,0
2 a 5	25,8	54,8
5 a 10	22,6	77,4
Más de 10 años	22,6	100,0
Total	100,0	

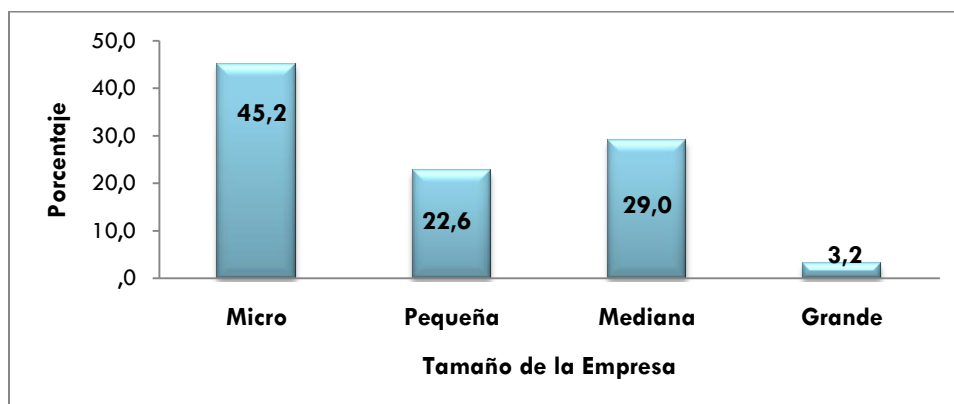
Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

1.3 Tamaño de la Empresa

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

Tamaño de la Empresa	N° Empleados Permanentes	Porcentaje
Servicios de Alimentación Micro	0 a 2	45,2
Servicios de Alimentación Pequeña	3 a 5	22,6
Servicios de Alimentación Mediana	6 a 10	29,0
Servicios de Alimentación Grande	mayor a 10	3,2

Gráfico N° 33: Porcentaje de Empresas que Brindaron Servicios de Alimentación según Tamaño (en %)



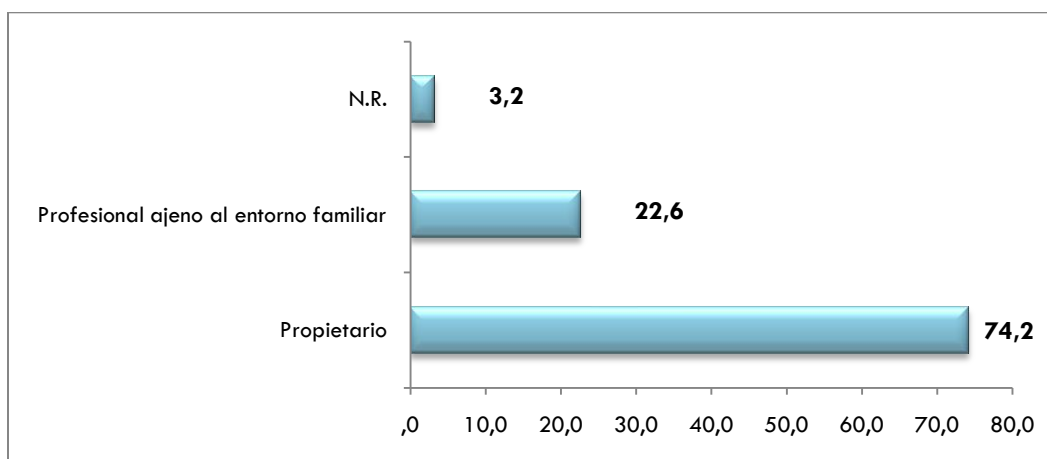
Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

En la gestión 2010 se observó una fuerte participación de micro empresas de Servicios de Alimentación con un 45,2%, las que tenían de 1 a 2 empleados permanentes, así como de las empresas medianas que ostentaban un 29%, en tanto que las empresas pequeñas sólo participaron en un 22,6% y las grandes sólo en un 3,2%.

En el 96,80% de los casos eran MYPIMES de servicios de alimentación que buscaban presentar y promocionar sus productos en el mercado tarijeño con su participación en la feria.

A la anterior aseveración se debe adicionar el que la mayoría de las empresas que participaron en el evento fueron emprendimientos familiares ya que los propietarios eran al mismo tiempo los gerentes, aspecto que se observó en más del 74% de los casos, sólo el 22,6% era personal profesional ajeno al entorno familiar.

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



N. R. = No responde

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

1.4 Personal de Atención al Cliente



Las empresas de servicios de alimentos en la EXPOSUR 2010 emplearon a un total de 155 personas entre personal eventual y permanente para la atención de clientes

Del total de empresas, se observa como dato relevante que el 52% empleó a cuatro empleados para la atención de clientes, pudiéndose también afirmar que el 80,6% de las empresas emplearon de 2 a 5 y sólo el 6.4% entre 14 y 18 empleados.

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

Nro. de personal	Nro. Empresas	Porcentaje	Total Empleados Permanentes y Eventuales
2	5	16,1	10,0
3	2	6,5	6,0
4	13	41,9	52,0
5	5	16,1	25,0
7	2	6,5	14,0
8	2	6,5	16,0
14	1	3,2	14,0
18	1	3,2	18,0
Total	31	100,0	155,0

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

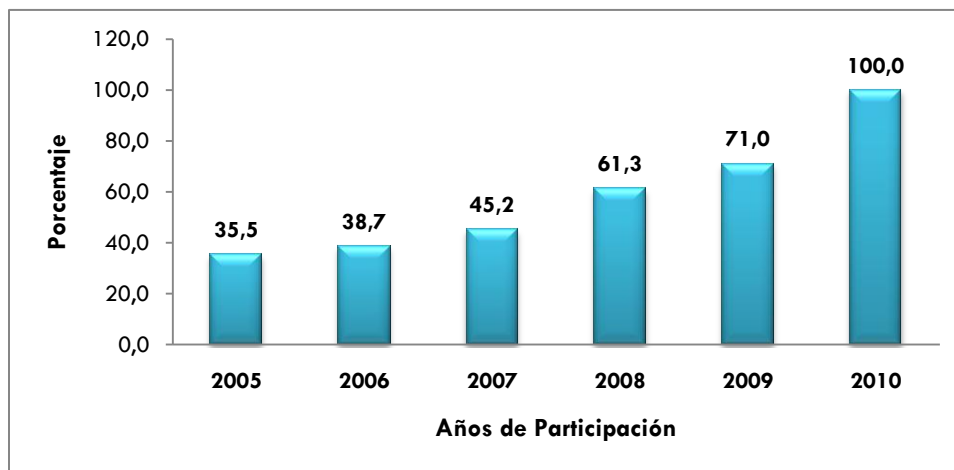
2. RESPECTO A LA FERIA

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

En esta versión sólo el 29% (9) de las empresas participaron por primera vez en la feria.

De las 31 empresas participantes en la gestión 2010, el 35,5% (11) participaron en las seis versiones que se efectuaron desde el año 2005; el 38,7% (12) en el 2006, el 45,2% (14) en el 2007, el 61,3% (19) en el 2008 y el 71% (19) en la versión 2009.

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



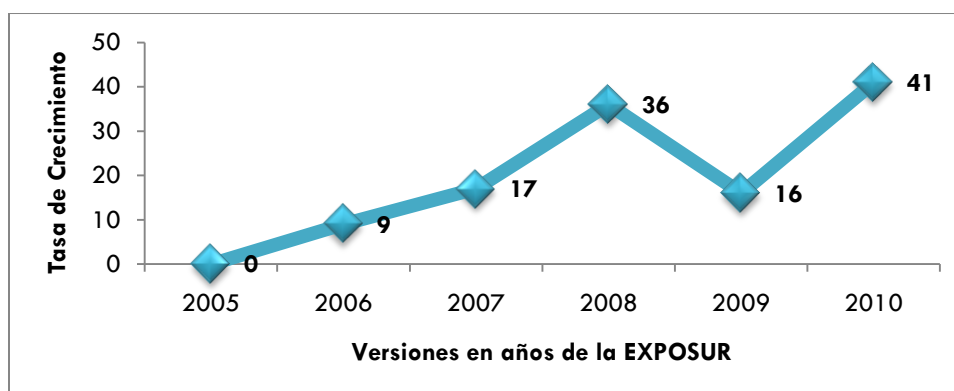
Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

Los porcentajes de participación por año nos muestran una tasa de crecimiento creciente de año a año por parte del 71% (22) de las empresas que participaron en el año 2010.

La tasa global de crecimiento (2005- 2010) de participación en la EXPOSUR, del 71% de las empresas fue del 180%.

La tasa anual de crecimiento de participación la vemos reflejada en el siguiente gráfico.

Gráfico N° 36: Tasa de Crecimiento Anual de Participación de las Empresas en las Diferentes Versiones de la EXPOSUR

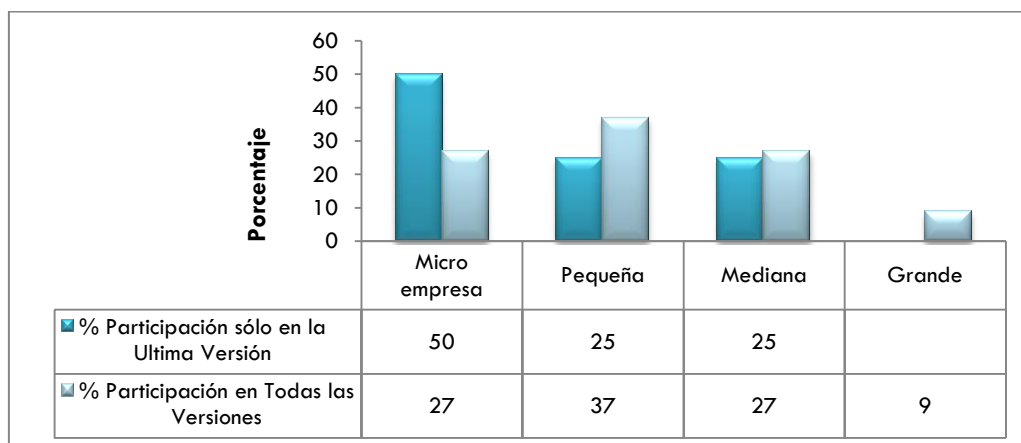


Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

Del total de empresas que participaron por primera vez, sólo en la última versión de la EXPOSUR el 50% eran microempresas mientras que otras en porcentajes iguales de 25% pertenecían a la categoría de pequeñas y medianas empresas.

En tanto que del total, que participaron en todas las versiones el 27% eran microempresas, el 37% pequeñas, el 27% medianas y finalmente el 9% pertenecían a la categoría de grandes empresas de servicios de alimentación, tal como vemos reflejado en el cuadro siguiente:

Gráfico N° 37: Porcentajes de Participación de las Empresas en la Última y en todas las Versiones de la EXPOSUR (en %)

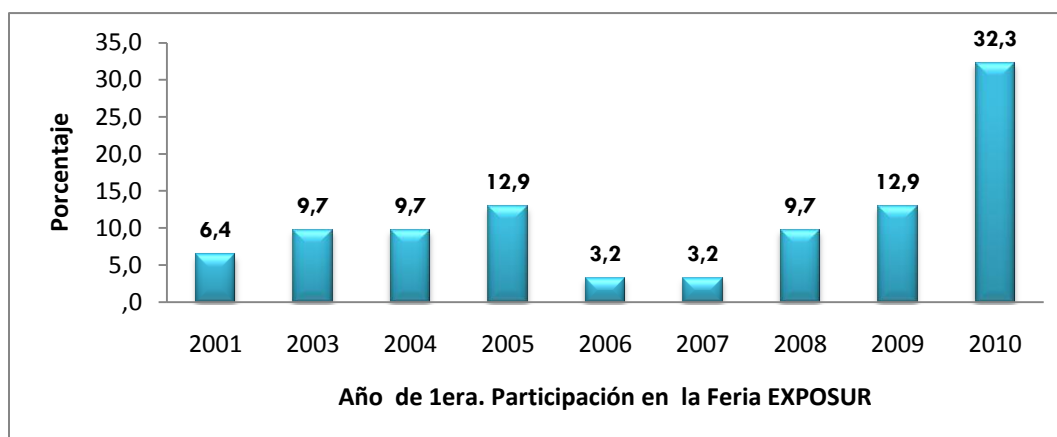


Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

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

En la gestión, del total de empresas participantes, sólo el 6,4%, indicó haber participado en la primera versión el año 2001, pero como se observa en el gráfico el incremento de participación de las mismas ha ido creciendo paulatinamente, el año 2010 se llegó al 32,3%.

Gráfico N° 38: Año 1era. Participación de la Empresas de Servicios de Alimentos en la Feria EXPOSUR (en %)

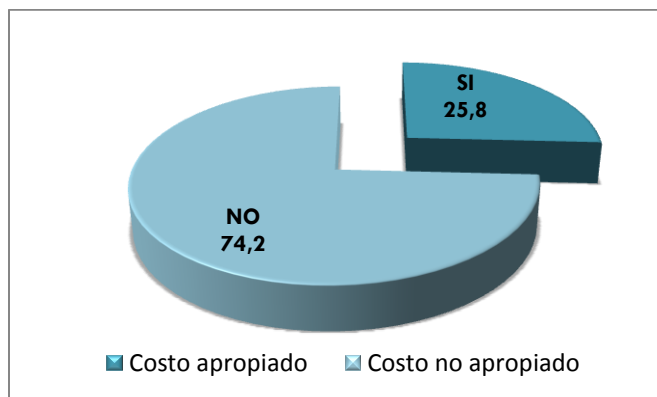


Fuente: Base PASW Statistics 18 "Exposur 2010_Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

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, el 25,8% opinó que si era apropiado mientras que el 74,2% 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 PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_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
Es un precio adecuado por el espacio, se encuentra dentro de lo normal	4	50
Porque son de la región, locales	2	25
Por las ventas que tienen es justificable el precio	2	25
Total	8	100

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

Así del 25,8% de los empresarios que opinaron estar de acuerdo con el precio pagado por el espacio ocupado en la feria, el 50% indicaron que era un precio dentro de lo normal, mientras que un 25% opinó que no era muy caro porque son de la región o locales y otro 25%, porque por las ventas o ingresos que se tenía en los días de duración de la feria, se justificaba el precio.

Cuadro N° 27: Opinión de las Empresas que No están de Acuerdo con el Precio Pagado por alquiler del Stand

Detalle	Nro.	Porcentaje
Precio muy alto o muy caro	12	52,17
Poca afluencia de gente, no hay muchas ventas	8	34,78
La organización no es la adecuada	1	4,35
No es el lugar apropiado para realizar la Feria	1	4,35
No existe una buena cartelera y no existe publicidad	1	4,35
Total	23	100,00

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

En tanto que del 74,2% de los empresarios que no estaban de acuerdo con el precio pagado por el espacio, el 52,17%, opinó que el precio era muy alto o caro para nuestro medio y el 34,78% que no se justificaba porque existía poca afluencia de gente, no había

mucha venta y en algunos casos no se recuperaba el capital invertido ni el esfuerzo realizado para participar, finalmente otros empresarios en porcentajes similares del 4,35%, opinaron no estar de acuerdo porque la organización no era la adecuada, el lugar no era el apropiado y no existía una buena cartelera de espectáculos y adecuada publicidad por parte de los organizadores.

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 3.310 bolivianos.

El gasto mínimo fue de 100 y el máximo de 18.000 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 cabañas bien instaladas, hasta modestos kioscos grandes y pequeños de venta.

El gasto aproximado total de las empresas de servicios de alimentos por las instalaciones fue de aproximadamente 102.600 bolivianos (14.512 \$us.¹³)

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

Media	3.310
Mediana	2.800
Mínimo	100
Máximo	18.000
Suma	102.600

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 %)

Rango en Bolivianos	Nro. Empresas	Porcentaje
100 - 2.700	16	51,6
2.700 - 5.300	8	25,8
5.300 - 7.900	5	16,2
7.900 - 10.500	1	3,2
10.500 - 18.300	1	3,2
Total	31	100,0

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

¹³ Al cambio de 1 \$us. = 7,07 bolivianos

Se observa como dato relevante que 51,6% de las empresas gastaron entre 100 a 2.700 bolivianos, en este rango algunas empresas realizaron gastos muy pequeños. Así mismo el 25,8% de empresas gastó entre 2.700 y 5.300, el 16,2% entre 5.300 y 7.900 bolivianos, mientras que con un mismo porcentaje el 3,2% gastaron entre 7.900 y 10.500 y 10.500 y 18.300 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	22	71
Sólo con Financiamiento externo	6	19
Con Financiamiento propio y Externo	3	10
Total	31	100

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

En el anterior cuadro observamos que el 71% de las empresas cubrió el 100% de los gastos con financiamiento propio, el 19% con financiamiento externo y sólo el 10% utilizaron ambas fuentes.

2.4.1.1 Financiamiento Propio

En relación al total de empresas con financiamiento propio, observamos, que el 80,6%, efectuó gastos de instalación con algún financiamiento propio, de estas el 88%, financió el 100% de todos sus gastos, el 8% el 50% y sólo el 4% el 70% de sus gastos.

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

Porcentajes con Financiamiento Propio	Nro. Empresas	Porcentaje de las Empresas
100	22	88
50	2	8
70	1	4
Total	25	100
%	80,6	

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

2.4.1.2 Financiamiento Externo

En relación al total de empresas con financiamiento externo, observamos en el detalle siguiente que el 29%, efectuó gastos de instalación con algún financiamiento externo, de estas el 67%, financió el 100% de todos los gastos, el 22% el 50% y sólo el 11% el 30% de gastos.

Cuadro N° 32: Porcentaje de Gastos de Instalación con Financiamiento Externo de las Empresas

Porcentajes con Financiamiento Externo	Nro. Empresas	Porcentaje de las Empresas
100	6	67
50	2	22
30	1	11
Total	9	100
%	29,0	

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

En lo referente al financiamiento externo el 44,5% de las empresas indicaron que fue proveído por instituciones financieras¹⁴, y con el mismo porcentaje del 11,1% por empresas auspiciantes, por conocidos, por miembros de la misma asociación por la misma institución y finalmente por socios de la misma empresa

Cuadro N° 33: Provisión del Financiamiento Externo

Detalle	Nro. Empresas	Porcentaje
Por instituciones financieras	4	44,5
Por una empresa auspiciante	1	11,1
Por conocidos	1	11,1
Por miembros del "Centro Familiar"	1	11,1
Por la "Renovación Carismática Católica"	1	11,1
Por el socio de la empresa	1	11,1
Total	9	100,0

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_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, el 67,7% indicó que eran las apropiadas, el 22,6% que eran demasiado complicados, mientras que un 9,7% no respondió.

¹⁴ En uno de los casos se nombró a la financiera PRODEM, fondo financiero Privado

Cuadro N° 34: Propiedad de los Trámites Necesarios para la Participación de las Empresas de Alimentos en la Feria

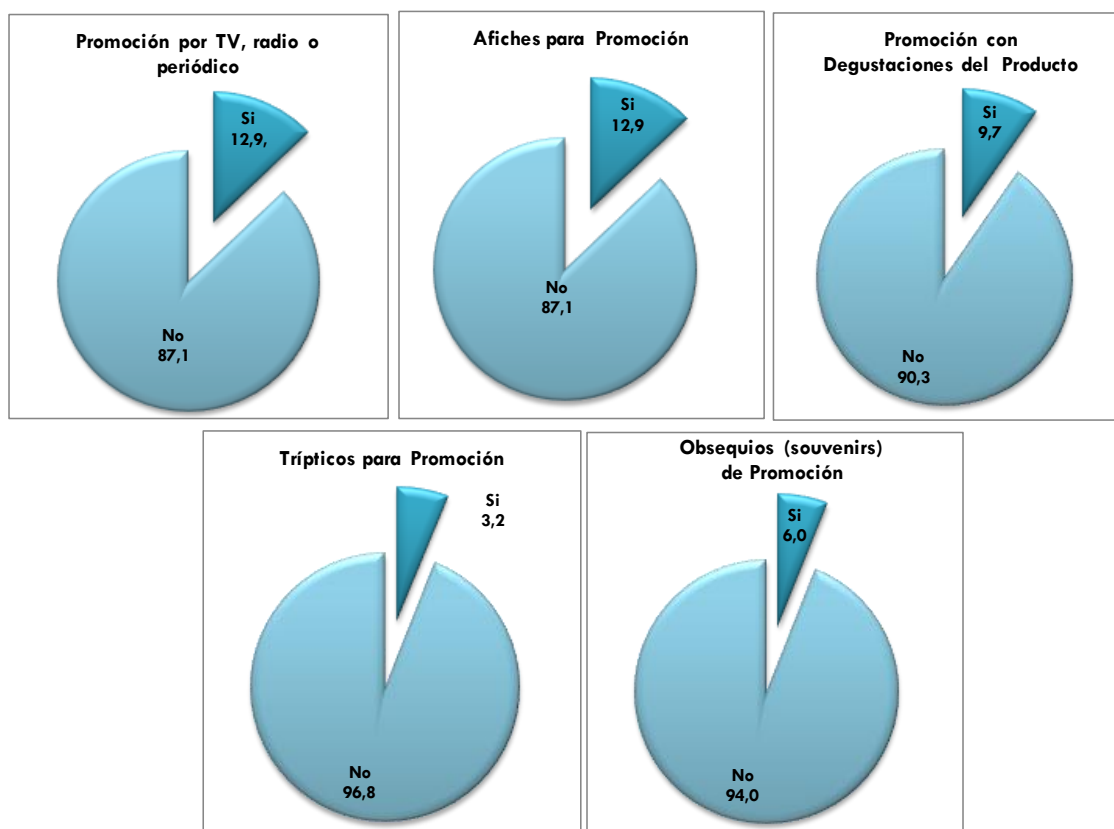
Detalle	Nro. Empresas	Porcentaje
Trámites apropiados	21	67,7
Demasiado complicados	7	22,6
Ns/Nr	3	9,7
Total	31	100,0

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

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

Del total de empresas, con un mismo porcentaje del 12,9%, utilizaron para la promoción de sus locales afiches y medios orales (TV, radio) y escritos (periódico), con un 3,2% trípticos, el 9,7% promocionó su oferta culinaria, con degustaciones y finalmente 6% con souvenirs¹⁵, tal como se observa en los gráficos siguientes.

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

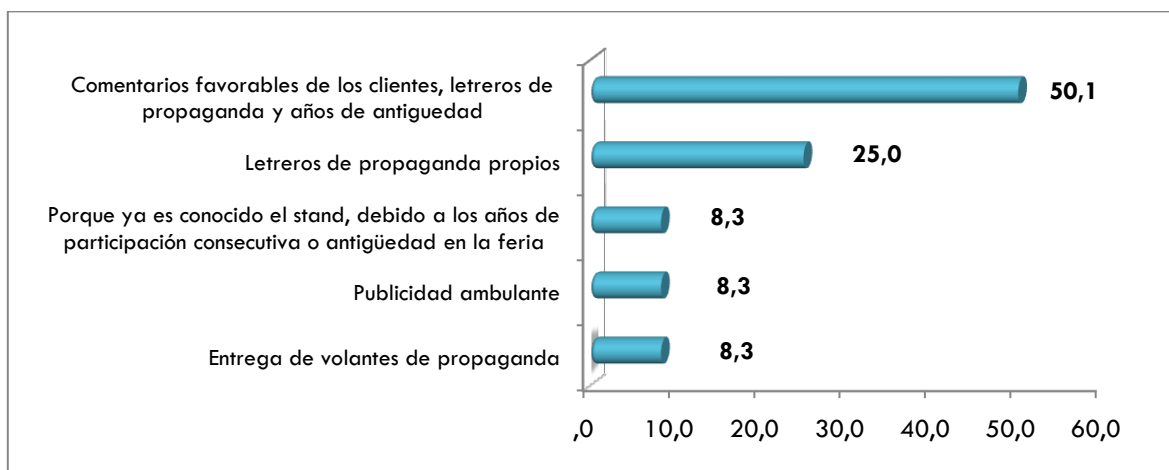


Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

¹⁵ Objeto que sirve como recuerdo de la visita a algún lugar determinado

A la consulta sobre otros métodos y materiales de promoción utilizados por los empresarios, se observan varias respuestas pero la más importante con un 50,1% hace referencia principalmente a comentarios favorables de los clientes que visitaron el local, combinada al uso de letreros de propaganda y años de antigüedad de participación en la feria, le sigue en importancia el uso de letreros de propaganda propios con un 25%; tal como se observa en el gráfico siguiente:

Gráfico N° 41: Otros Materiales y Métodos Utilizados por las Empresas de Alimentación para la Promoción de sus Servicios en la Feria EXPOSUR 2010 (en %)



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_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 Alimentación

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:

Cuadro N° 35: Calificación a los Servicios de Apoyo Brindados en la EXPOSUR 2010, por los Empresarios de Servicios de Alimentación (en %)

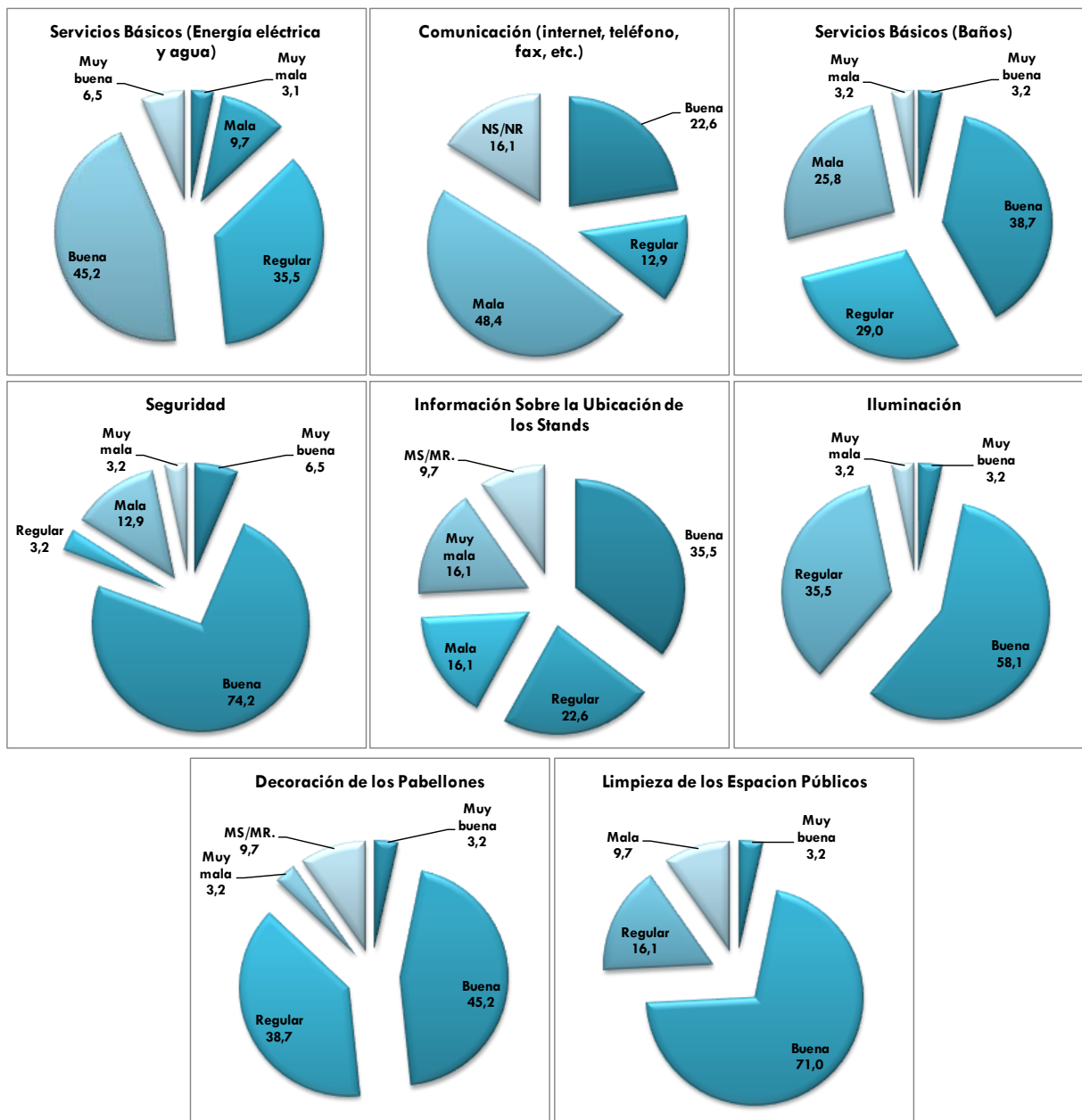
Detalle	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Muy mala	Ns/Nr	Total
Servicios básicos (Energía eléctrica y agua)	6,5	45,2	35,5	9,7	3,1		100,0
Servicios de medios de comunicación		22,6	12,9	48,4		16,1	100,0
Servicios higiénicos	3,2	38,8	29,0	25,8	3,2		100,0
Servicios de seguridad	6,5	74,2	3,2	12,9	3,2		100,0
Servicios de información sobre ubicación de stands		35,5	22,6	16,1	16,1	9,7	100,0
Servicios de iluminación	3,2	58,1	35,5		3,2		100,0
Decoración observada en los stands	3,2	45,2	38,7		3,2	9,7	100,0
Limpieza de los espacios públicos	3,2	71,0	16,1	9,7			100,0
Calificación General	3,2	48,8	24,2	15,3	4,0	4,4	

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

El anterior cuadro nos muestra de manera global que los empresarios calificaron con los mayores porcentajes, a siete de ocho servicios prestados (casi al 90%) con la calificación de **buena**, solamente la dotación de teléfonos, internet y fax (medios de comunicación) recibió una calificación en porcentajes de **mala**.

Se hace relevante hacer notar que los servicios de seguridad y de limpieza de los espacios públicos recibieron porcentajes de calificación superiores al 70% como buena, al igual que los servicios de iluminación con un 58,1%.

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

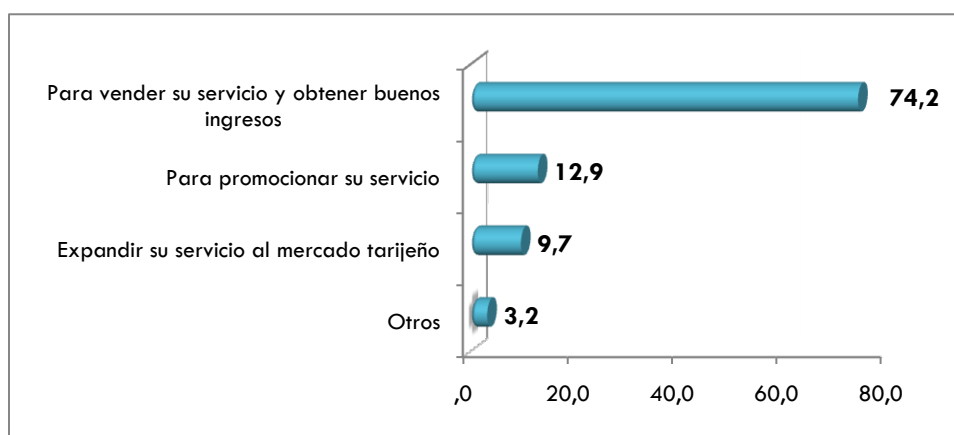


Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Servicios de Alimentación"; CIEPLANE

2.8 Principales Motivos de participación en la Feria EXPOSUR 2010

Las empresas de Servicios de Alimentación participantes, en un 74,2% lo hicieron motivadas por vender sus servicios y obtener buenos ingresos, aspecto que puede calificarse como el fundamental, en segundo lugar con 12,9% para promocionar y darse a conocer en el mercado tarijeño (principalmente las que tienen menos de un año de funcionamiento), en tercer lugar con un 9,7% las que desean expandir su mercado, haciendo conocer sus servicios a la mayor cantidad de visitantes, sabiendo que la feria recibe a más de 35.000 en promedio durante los días de su realización; finalmente con apenas 3,2% algunas hacen referencia a otros motivos.¹⁶

Gráfico N° 43: Principal Motivo de Participación de las Empresas de Servicios de Alimentación en la Feria EXPOSUR 2010 (En %)



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

2.8.1 Cumplimiento de Objetivos por Participación en la EXPOSUR 2010

Como se observa en el gráfico anterior las empresas participaron en el evento ferial motivadas por diferentes razones; a partir de estas respuestas se vio por conveniente preguntar si sus objetivos y/o metas se cumplieron de acuerdo a lo esperado.

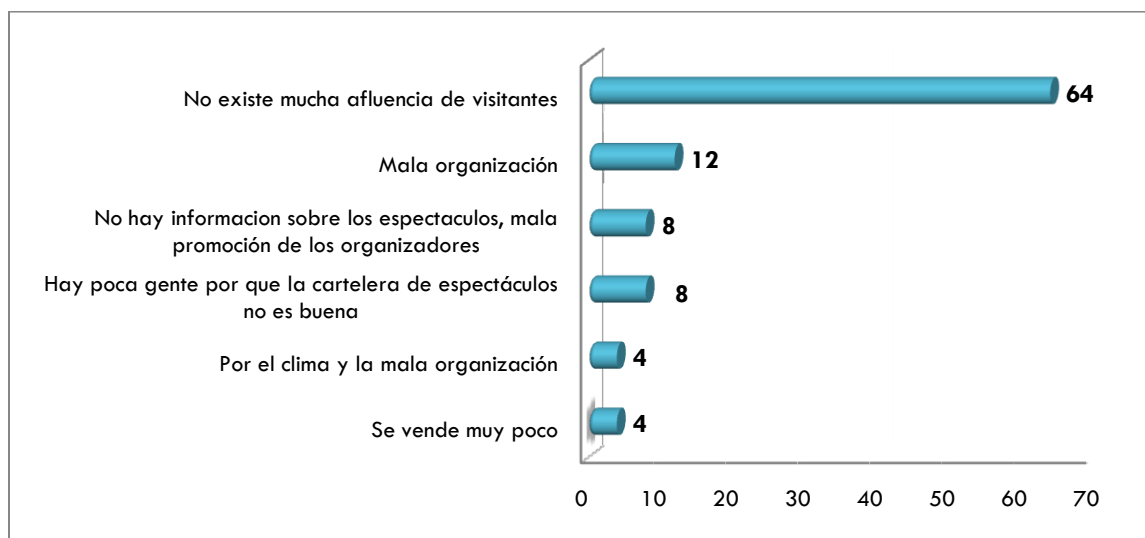
El 80,6% contestó que no los logró de manera satisfactoria mientras que el 19,4% si lo hizo.

Las que no cumplieron sus objetivos, adujeron las siguientes razones: 64% a que no existió la cantidad de visitantes que esperaban, 12% a la mala organización y con porcentajes similares del 8% a que no hubo la información adecuada sobre los espectáculos, a la mala promoción y porque la cartelera de espectáculos no era buena; finalmente con un 4% hicieron mención al clima y a la mala organización y otro 4% a que se vendió muy poco en la feria.



¹⁶ Principalmente para recaudar fondos para su organización

Gráfico N° 44: Razones para el No Cumplimiento de Objetivos de los Empresarios de Alimentación en la Feria EXPOSUR 2010 (En %)



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

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 muestra que las opiniones estuvieron bastante divididas entre valoraciones de buena, mala, regular, mala, muy mala, y los altos porcentajes en que no respondieron, tal vez en algunos casos debido a que por sus actividades no asistieron a los espectáculos y no tuvieron tiempo para visitar otros stands u otros lugares de la feria.

Así a nivel general los empresarios calificaron con los mayores porcentajes, de **muy mala** y **mala** la calidad de los artistas y de **muy mala** y **regular** la publicidad y promoción del evento.

Con una calificación de **mala** y **regular** a los: servicios de apoyo prestados al expositor.

Con los mayores porcentajes: la organización general de la feria y la coordinación y apoyo para la instalación del stand, la puntualidad, la publicidad y promoción del evento, así como la señalización dentro del campo ferial y los espacios de recreación y descanso, recibieron una calificación de apenas **regular**.

Finalmente fueron calificados sólo como **buenos** pero en algunos casos con porcentajes muy inferiores al 50%, la participación de los expositores internacionales y nacionales, la atención al público y el orden y la disposición de los stands, los espacios de parqueo y la coordinación y apoyo para instalación del stand.

En el cuadro se nota claramente como la calificación de muy buena fue muy poco utilizada, lo cual patentiza la percepción de que hubo aspectos negativos en esta versión de la feria.

Cuadro N° 36: Calificación a Diversos Aspectos de la EXPOSUR 2010, por los Empresarios de Servicios de Alimentación (En %)

Servicio	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Muy mala	Ns/Nr	TOTAL
Expositores internacionales	6,5	35,5	16,1	9,7	3,2	29,0	100
Expositores nacionales	3,2	45,2	16,1	3,2		32,3	100
Calidad de los artistas		6,5	16,0	35,5	35,5	6,5	100
Organización general de la feria		9,7	38,7	29	19,4	3,2	100
Atención al público en los stands	6,5	48,4	22,6	6,5		16,0	100
El orden en la disposición de los stands	3,2	35,6	29	16,1	3,2	12,9	100
Coordinación y apoyo p/instalación del stand	3,2	29	29	9,7	3,2	25,9	100
Puntualidad en el inicio de las actividades		19,4	41,9	25,8	12,9		100
Tamaño del campo ferial	3,2	29	32,3	35,5			100
Espacios de parqueo		38,6	32,3	19,4	3,2	6,5	100
Publicidad y promoción del evento		9,7	32,3	25,7	32,3		100
Señalización dentro del campo ferial		29	35,5	16,1	9,7	9,7	100
Servicios de apoyo al expositor		16,1	22,6	25,8	16,1	19,4	100
Espacios de recreación y descanso	6,5	19,3	25,8	19,4	6,5	22,5	100
Calificación General	2,3	26,5	27,9	19,8	10,4	13,1	100,0

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

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 del evento, puedan corregir errores y para que las empresas participantes puedan tener mejores resultados.

Así con el 25,8% se tiene como primera recomendación, que la organización 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.

Como segunda recomendación con un 22,6%, mejorar la organización de la feria en general, lo cual redundará en los ingresos por la venta de mayores entradas y en las ventas de las empresas participantes, se observó bastante improvisación en la versión 2010.

Como tercera recomendación con un 16,2%, que se haga más y mejor publicidad del evento y de la cartelera artística la cual no se debe improvisar, esto merma el número de visitantes en forma notoria.

Como cuarta recomendación con un 9,8%, mejorar la planificación del evento, se debe planear con mucha anticipación para no tener que improvisar.

Se presentan en el Cuadro Nro. 37 todas las recomendaciones e inquietudes emitidas, las que deben ser tomadas en cuenta por la organización, porque devienen de la experiencia y de los problemas que afrontan los empresarios.

Cuadro N° 37: Recomendaciones de los Empresarios de Servicios de Alimentos para Futuras Versiones de la EXPOSUR (En %)

Nro.	Detalle	Porcentaje
1	Que traigan buenos artistas, mejorar los espectáculos porque de eso depende el éxito de la feria	25,8
2	Mejorar la organización de la feria en general, para obtener un mejor ingreso	22,6
3	Que se haga más publicidad del evento y de la cartelera artística	16,2
4	Mejor planificación del evento, hacerlo con mucha anticipación	9,8
5	Abrir los días domingos, más temprano	3,2
6	Hay que ampliar el campo ferial	3,2
7	Mantener las fechas anteriores, porque en esta época empiezan las promociones de los colegios y por ende no hay muchos visitantes	3,2
8	Más apoyo a las empresas de gastronomía	3,2
8	Mayor compromiso de los organizadores con el pueblo, que no está vinculado a afanes políticos	3,2
10	Mejorar la predisposición de los organizadores, deben trabajar con mayor seriedad y compromiso	3,2
11	Que bajen los precios del alquiler de los stands	3,2
12	Que piensen más en los inversores	3,2
Total		100,0

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

VIII. ARTISTAS

En este capítulo de la Feria EXPOSUR 2010, se hizo un análisis a partir de encuestas, del elenco de artistas, 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, entre solistas, conjuntos, grupos, ballets y otras agrupaciones, de procedencia local, nacional e internacional.

Cuadro N° 38: Nómina de Artistas Participantes en La EXPOSUR 2010

Halcones del Chaco	Cintia Flores	La Copla	Miriam Wayar
Armadillo	Comando D	La Magia	Modelos Ultra
Armonía 4	Conjunto Encanto	La Vanqueta	Negro Palma
Abdón Rivera (Embajadores del Guadalquivir)	Cristian Castro	Las Voces del Pago	Octavia
Ayjuna	Cultura y Folclore del Chaco	Las Voces del Valle	Pablo Villegas
Ballet Compañía Latinoamericano	David Benítez Soruco	Leo Velasco	Peregrinos
Ballet Costumbre de mi Tierra	David Chalup	Lokotos	René Rengifo
Ballet Del Sueño a la Realidad	Dilmar Fernández	Los Arrieros	Ricardo López
Ballet el Monte	DJ Maxi	Los de Sama	Saises
Ballet Fortaleza	El Entrerriano	Los Hermanos Aguirre	Sangre Latina
Ballet Octavio Campero Echazú	Erick Claros	Los Mensajeros Chapacos	Sangre Nueva
Ballet Pasos de Fuego	Erick Ocampo	Los Montoneros de Méndez	Sapitos Cantores
Ballet Proyección	Ernesto Sapito Mealla	Lourdes Villa	Senda Extrema
Ballet Sangre Latina	Ester Marisol	Luchín Zeballos	Sentimiento
Ballet Sentir Tarijeño	Fa sostenido	Lucinda Yurquina	Sol Chaqueño
Ballet Sudamericano	Fifando monkey's	Luis Fernando Sánchez	Sparta
Ballet Tarija	Fonseca	Lumber Jack	The Black
Ballet Tarija Danza-Cuadro "200 años Libres"	Gallo Negro	Fabrizio Mendoza	Tony Fane
Ballet Libertad	Germán Cassal	Magneto 5	Toto Vaca
Ballet sin Frontera	Grupo Libertad	Maité	Tributo a Queen
Ballet Tradición en la Sangre	Weimar G. Burgos - Helsin	Mandala	Tributo a Soda Estéreo
Ballet Un paso al Arte	Hermanos Tapia	María Nélide	Víctor Tejerina
Beto Riera	Huáscar Aparicio	Mario Cuellar	Vidaleros
Canto 4	Imana	Mataco Aguilera	Vinitos
Cinthia Choque	Joel y su Banda	Miguel Ángel Gallo	Voces de la Frontera
Yalo Cuellar	Kamikaze	Milton Balanza	Xavier Cortés

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Artistas"; CIEPLANE

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

1. CARACTERÍSTICAS DE LOS ARTISTAS

1.1 Procedencia de los Artistas

Del total de artistas que se presentaron en el evento ferial, el 97% fueron nacionales y el 3% de procedencia internacional, lo que permite destacar que se dio mayor cobertura a los artistas locales y nacionales, promoviendo principalmente los valores artísticos del departamento y del país.

Gráfico N° 45: Procedencia de los Artistas (En %)



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Artistas"; CIEPLANE

1.2 Elenco Artístico

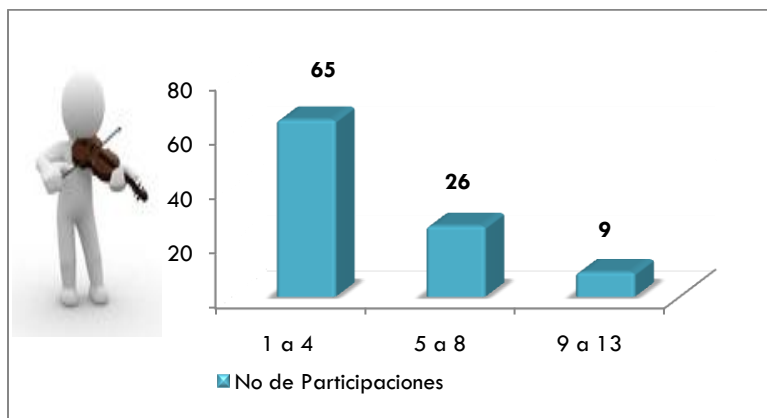
Las actuaciones de la variedad de agrupaciones, solistas y otras expresiones artísticas, representan uno de los principales atractivos de la feria para los visitantes.

Dentro del elenco artístico contratado por la organización de la EXPOSUR 2010, el 64% fueron agrupaciones musicales, en su mayoría locales y en menores números nacionales e internacionales, 17% solistas y 18% escuelas de ballets, el 1% fueron otro tipo de expresiones artísticas.

1.3 Número de Presentaciones en la Feria

El 65% de los artistas mencionaron que sólo realizaron de 1 a 4 actuaciones en todos los años de vigencia de la EXPOSUR, 26% tuvieron de 5 a 8 presentaciones y sólo 9% efectuó de 9 a 13 actuaciones; estos porcentajes indican que los organizadores renuevan la cartelera artística en lo referente a las agrupaciones, dando oportunidad a grupos de antigua y reciente creación a nivel local y departamental.

Gráfico N° 46: Número de Presentaciones del Elenco Artístico, en la EXPOSUR (En %)

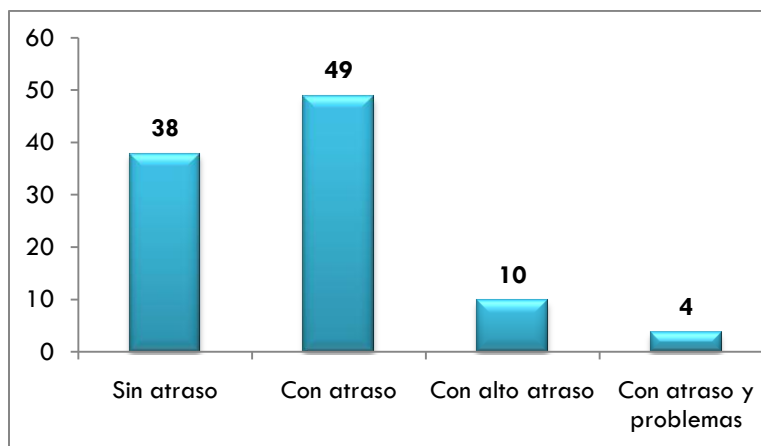


Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Artistas"; CIEPLANE

1.4 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 para actuar en la feria, sobre un total de 82 encuestados, se determinó que el 38% de los artistas fue cancelado sin ninguna demora, un 40% con cierto retraso, en tanto que el 8% tuvo mucha demora y el 3% además de la fuerte demora, afrontó problemas para ser pagado.

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



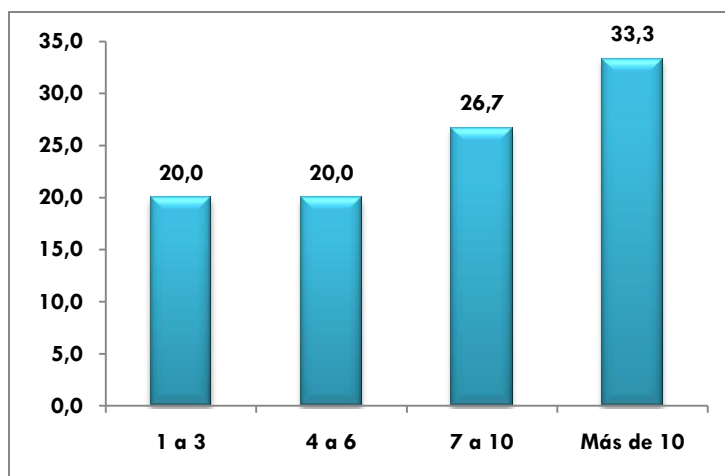
Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Artistas"; CIEPLANE

1.5 Visitas a Tarija para efectuar Presentaciones Artísticas

Acercas del número de visitas que realizan los artistas a la ciudad de Tarija por motivos de presentación artística en la feria, sobre un total de 15 encuestados foráneos: El 66,7% hizo de 1 a 10 visitas.

El 20% hizo de 1 a 3 visitas, con el mismo porcentaje 4 a 6 visitas y de 7 a 10 visitas hizo el 26,7% de los artistas. El resto de los artistas 33,3% hicieron más de diez visitas.

Gráfico N° 48: Frecuencia de Visitas a la Ciudad de Tarija para Presentaciones Artísticas (En %)

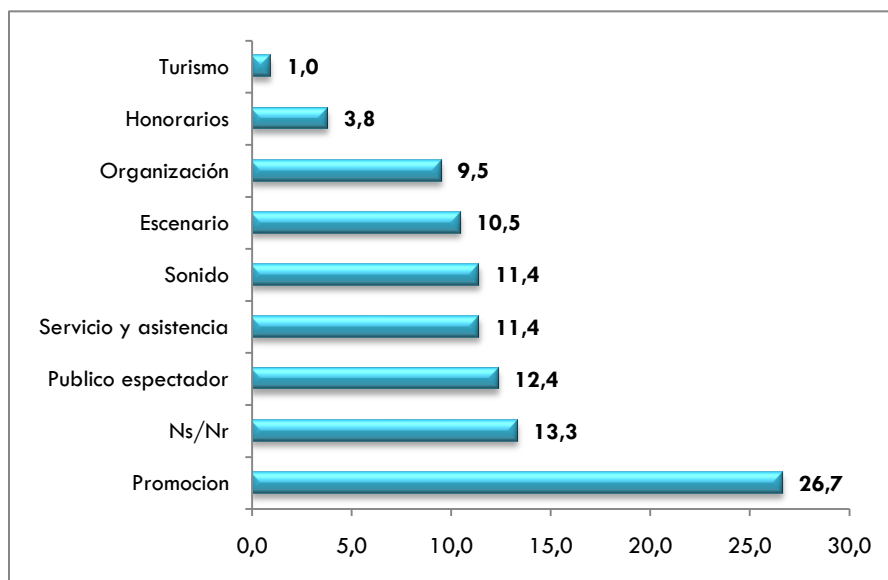


Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Artistas"; CIEPLANE

1.6 Aspectos Positivos Durante su Presentación Artística

Entre los aspectos positivos que destacaron los artistas participantes, el 26,7% opinó que la EXPOSUR es una oportunidad para promocionar nuevos talentos artísticos locales y nacionales, así como para la presentación de nuevos temas musicales de reciente creación., El 12,4% vio como positiva la calidad del público espectador, tanto por su concurrencia como por el apoyo brindado durante la actuación, el 11,4% a la calidad del sonido, los servicios y la asistencia técnica que se presta al artista, el 9,5% subrayó positivamente a la organización y al tipo de escenario que se preparó en esta versión, el 3,8% a los honorarios que fueron fijados y el 1% a la oportunidad de realizar turismo.

Gráfico N° 49: Aspectos Positivos para el artista (En %)



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Artistas"; CIEPLANE

1.7 Aspectos Negativos Durante las Presentaciones Artísticas

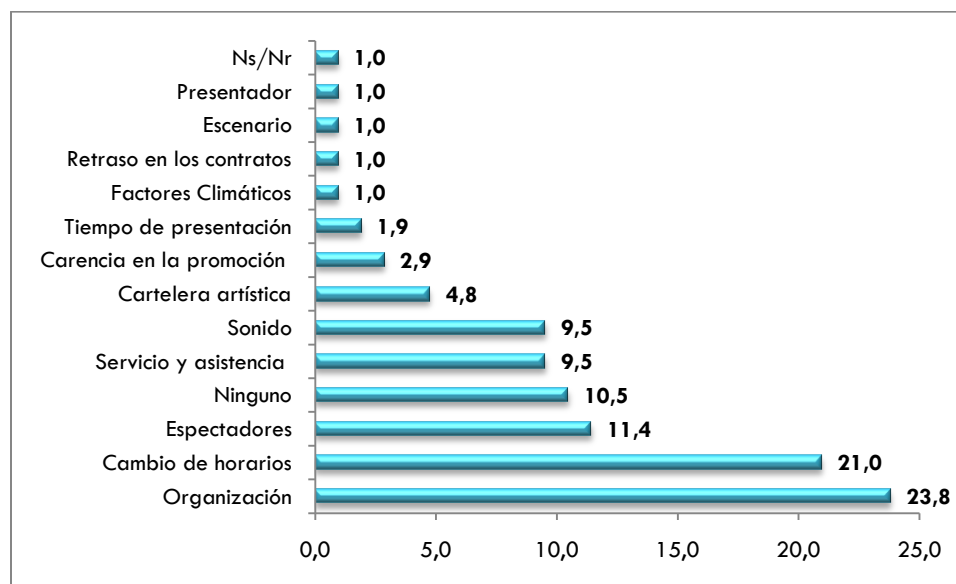
El 23,8% de los artistas que realizaron actuaciones en la EXPOSUR, destacaron como el aspecto más negativo a la falta de organización de la cartelera artística y el orden de ingreso de los artistas para sus presentaciones; el 21,0% descalificó los cambios de horarios de los espectáculos y los excesivos retrasos.

El 11,4% remarcó como negativa la ausencia y la falta de apoyo del público espectador durante su actuación, así como el no reconocimiento a su esfuerzo..

El 9,5% calificó como aspectos negativos la falta de pruebas de sonido antes del inicio de las presentaciones, otro 9,5% remarcó a la falta de asistencia y prestación de servicios por parte del personal de logística de la organización en el escenario.

Entre otros aspectos negativos que relievieron los artistas pero con menores porcentajes, se tiene: La cartelera artística escogida para esta versión, el poco tiempo de presentación, el escenario no adecuado, los retrasos para actuar y problemas en la firma de contratos, el factor climático (característico de la época), el presentador no era el profesional apropiado para un evento, la falta de promoción para los artistas locales, finalmente el 11,4% manifestó no haber tenido contratiempos para y durante su presentación.

Gráfico N° 50: Aspectos Negativos Observados por los Artistas en la EXPOSUR (En %)

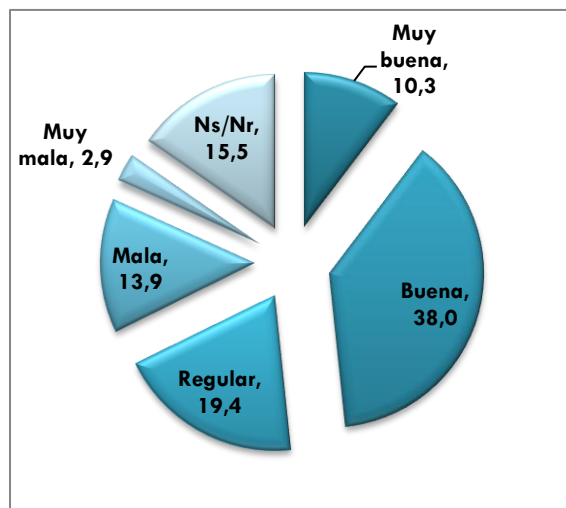


Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Artistas"; CIEPLANE

2. CALIFICACIÓN A LOS SERVICIOS DE APOYO BRINDADOS POR LA ORGANIZACIÓN AL ARTISTA

En relación a los servicios de apoyo que se brindó a los artistas en la EXPOSUR 2010, (Iluminación, escenario, sonido, horarios, servicios básicos, camarines, transporte, recepción, alojamiento, alimentación, ubicación del público y seguridad) el 38,0% calificó de **buena** esta prestación.

Gráfico N° 51: Calificación General a los Servicios de Apoyo Prestados por la Organización de la EXPOSUR (En %)



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Artistas"; CIEPLANE

Los artistas que los calificaron como regulares, alcanzaron al 19,4%, de malos el 13,9%, de muy malos sólo el 2,9% y el restante 15,5 % no quiso o no supo responder.

El cuadro Nro. 39, muestra la calificación individual que hicieron los artistas a los servicios de apoyo que recibieron, en la misma se evidencia que el 60% calificó de bueno el escenario, así como el 58,1% la ubicación del público, el 55,2% la seguridad y el 53,3% la iluminación.

El 30,5% calificó a los servicios básicos tanto de buenos como de malos.

Cuadro N° 39: Calificación a los Servicios de Apoyo Brindados al Artista (En %)

Servicio	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Muy mala	Ns/Nr	TOTAL
Iluminación	28,6	53,3	16,2	-	-	1,9	100
Escenario	21,9	60,0	13,3	3,8	-	1,0	100
Sonido	30,5	45,7	21,9	1,9	-	-	100
Horarios	5,7	31,4	30,5	25,7	6,7	-	100
Servicios básicos	1,9	30,5	21,0	30,5	4,8	11,3	100
Camarines	1,9	37,1	28,6	27,6	3,8	1,0	100
Transporte	1,9	21,9	21,0	20,0	10,5	24,7	100
Recepción	2,9	37,1	30,5	16,2	1,9	11,4	100
Alojamiento	1,9	8,6	3,8	2,9	-	82,8	100
Alimentación	-	17,1	5,7	24,8	4,8	47,6	100
Ubicación del público	9,5	58,1	23,8	5,7	1,9	1,0	100
Seguridad	17,1	55,2	17,1	7,6	1,0	2,0	100
Calificación General	10,3	38,0	19,4	13,9	2,9	15,5	100

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Artistas"; CIEPLANE

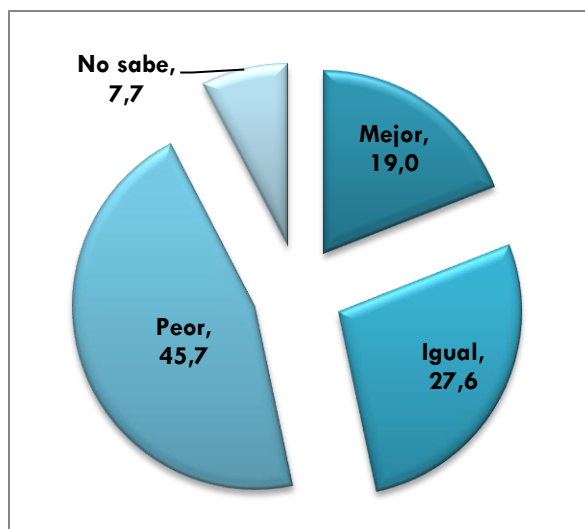
3. CALIFICACIÓN A LOS ESPECTÁCULOS ARTÍSTICOS PRESENTADOS EN LA EXPOSUR 2010

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

De acuerdo al criterio de los propios artistas el nivel de los espectáculos bajo en la versión 2010.

Así el 45,7 % consideró que fue peor y que disminuyó la calidad artística debido a la cartelera fijada por la organización, el 27,6% opinó que el nivel se mantuvo, en tanto que el 19.0% juzgó que fue mejor y estar satisfecho con los espectáculos que se pusieron a consideración del público espectador; sólo el 7.7% no respondió.

Gráfico N° 52: Calificación General del Nivel de Espectáculos Artísticos (En %)



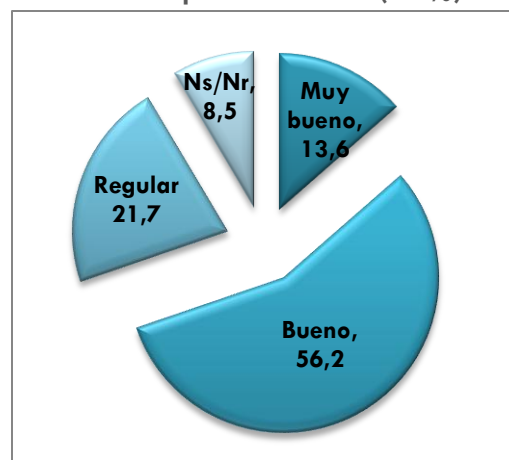
Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Artistas"; CIEPLANE

4. 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 69.8% de los casos, el 21.7% sólo como regular, en tanto que el 8,5% no supo responder a la pregunta.

El cuadro Nro. 40 proporciona información sobre la calificación particular que realizaron los propios artistas, así el 71,4% calificó de buenos a los provenientes de las provincias del departamento, al igual que el 59% a los locales y nacionales y sólo el 35,2% a los artistas internacionales, otro 35,2% los calificó de sólo regulares.

Gráfico N° 53: Calificación General a la Participación Artística (En %)



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Artistas"; CIEPLANE

Cuadro N° 40: Calificación a la Participación Artística (En %)

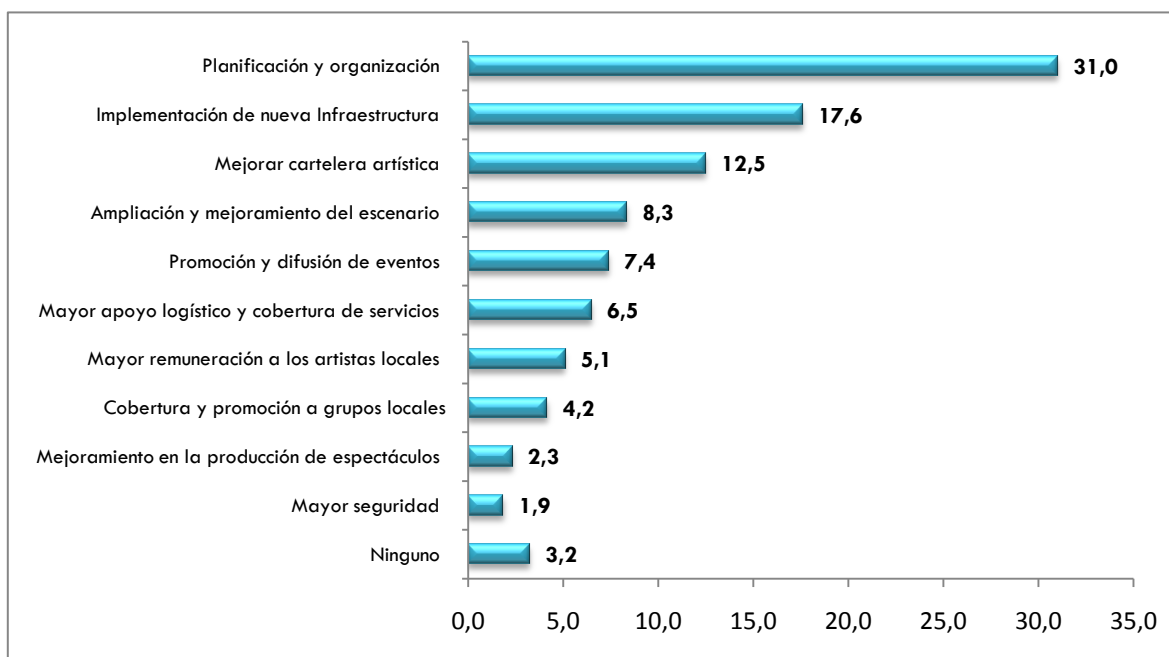
	Muy Bueno	Bueno	Regular	Ns/Nr	TOTAL
Calificación a los artistas locales (ciudad de Tarija)	20,0	59,0	18,1	2,9	100
Calificación a los artistas del resto del departamento	8,6	71,4	14,3	5,7	100
Calificación a los artistas nacionales	10,5	59,0	19,0	11,5	100
Calificación a los artistas internacionales	15,2	35,2	35,2	14,4	100
Calificación General	13,6	56,2	21,7	8,5	100

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Artistas"; CIEPLANE

5. RECOMENDACIONES

Con el propósito de mejorar el desarrollo y la calidad de los espectáculos de la EXPOSUR, los artistas hicieron las siguientes recomendaciones para la organización ferial.

Gráfico N° 54: Aspectos a Mejorar en Eventos FERIALES Posteriores (En %)



Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Artistas"; CIEPLANE

El 31,0% consideró que el aspecto que merece mayor atención es la mejor planificación de los eventos y de la organización en la feria, el 17,6% recomendó el mejoramiento e implementación de nueva Infraestructura en el campo ferial¹⁷, el 12,5% mejorar la cartelera artística, invitando a artistas nacionales e internacionales de renombre, aspecto

¹⁷ La construcción de un escenario definitivo, mejoramiento de camerinos, nueva y mayor infraestructura para servicios básicos e infraestructura que brinde mayor comodidad al público espectador tales como graderías, tinglados y mejor parqueo.

fundamental para atraer gran cantidad de visitantes y elevar el nivel del espectáculo artístico y el 8.3% la ampliación y mejoramiento del escenario.

En menor proporción, aunque no menos relevantes son las recomendaciones de aspectos tales como: mayor promoción y difusión de eventos artísticos de la feria (7.4%), mayor promoción de los eventos artísticos (6,5%), mayor remuneración principalmente a los artistas locales (5,1%), mayor cobertura y promoción de los artistas locales y de sus nuevas producciones musicales (4,2%), mejorar la puesta en escena de los espectáculos artísticos y de los equipos de sonido (2,3%) y finalmente dotar de mayor seguridad (1,9%).

Cuadro N° 41: Aspectos a Mejorar en Eventos FERIALES Posteriores (En%)

N°	Aspectos a Mejorar	Porcentaje
1	Perfeccionar la planificación de los eventos y mejorar la organización en la feria	31,0
2	Mejoramiento e implementación de nueva Infraestructura en el campo ferial	17,6
3	Mayor planificación y mejora de la cartelera artística	12,5
4	Ampliación y mejoramiento del escenario artístico	8,3
5	Mayor promoción y difusión de los eventos artísticos de la feria	7,4
6	Brindar mayor apoyo logístico y ampliar la cobertura de servicios al artista	6,5
7	Mayor remuneración a los artistas locales	5,1
8	Mayor cobertura y promoción a los grupos musicales locales	4,2
9	Mejoramiento en la producción de espectáculos artísticos y del equipo de sonido	2,3
10	Dotar de mayor seguridad	1,9
11	Ninguno	3,2
TOTAL		100

Fuente: Base PASW Statistics 18 "EXPOSUR 2010_Artistas"; CIEPLANE

A N E X O S

Anexo N° 5: Categoría Otras Ocupaciones

Ocupación		Nro. Visitantes	%
1	Auxiliar en enfermería	1	3,8
2	Camarógrafo	1	3,8
3	Chef	1	3,8
4	Colchonera	1	3,8
5	Decoración de interiores	1	3,8
6	Dentista (asistente)	1	3,8
7	Director técnico	1	3,8
8	Disk joker	1	3,8
9	Analista político	1	3,8
10	Escritor	1	3,8
11	Esteticista	1	3,8
12	Fisioterapeuta	1	3,8
13	Gastrónomo	1	3,8
14	Gerente	1	3,8
15	Mecánico (ayudante)	1	3,8
16	Minero	1	3,8
17	Misionero	1	3,8
18	Nutricionista	1	3,8
19	Pintor	1	3,8
20	Policía	1	3,8
21	Portero	1	3,8
22	Agente de seguros	1	3,8
23	Publicidad	1	3,8
24	Topógrafo	1	3,8
25	Tornero	1	3,8
26	Trabajador independiente	1	3,8
TOTAL		26	100,0

Anexo N° 6: Otras Versiones de la Feria EXPOSUR Visitadas por las Personas

Versiónes de la Feria	Si	%	No	%	TOTAL
EXPOSUR 2006	371	47,4	411	52,6	782
EXPOSUR 2007	408	52,2	374	47,8	782
EXPOSUR 2008	501	64,1	281	35,9	782
EXPOSUR 2009	569	72,8	213	27,2	782
Todas las Versiones	462	59,1	320	40,9	782

Anexo N° 7: Medios de Comunicación Usados por las Personas

Medios de Comunicación	Si	%	No	%	TOTAL
Televisión	600	76,7	182	23,3	782
Radio	264	33,8	518	66,2	782
Periódico	145	18,5	637	81,5	782
Invitación personal	65	8,3	717	91,7	782
Amigos-familiares	37	4,7	745	95,3	782
Afiches-carteles	31	4,0	751	96,0	782
Internet	11	1,4	771	98,6	782
En el trabajo	3	0,4	779	99,6	782

Anexo N° 8: Categoría Otros de Mejor Stand

N°	Stand (otros)	Nro.			
1	COSETT	5	21	Filtros de agua	1
2	Gobernación del Departamento de Tarija	5	22	HINDÚ	1
3	COCA COLA	4	23	IBM	1
4	Turismo Salta	4	24	IRPAC	1
5	Electrodomésticos	3	25	LUZAM	1
6	Jujuy	4	26	Máquinas Agroindustriales	1
7	MORININ (Cocinas)	3	27	MONDINO	1
8	AEROSUR	2	28	Muebles HAITÍ	1
9	ANIV	2	29	Pabellón Ganadero	1
10	Banco Ganadero	2	30	PETROBRAS	1
11	Salta - Argentina	2	31	Sector Argentino	1
12	TRANS SIERRA	2	32	SINTEPLAST	1
13	Argentina (hornos)	1	33	SONY	1
14	Club TUNNING	2	34	STHIL	1
15	Cerámica Argentina	1	35	Tarija TOURS	1
16	Cerámica Guadalquivir	1	36	Todos	1
17	CONCRETEC	1	37	Tractores FINNIG	1
18	Consulado Argentino	1	38	Vinos Aranjuez	2
19	EMTAGAS	1	39	Vinos Los Parrales	1
20	EZIKA	1	40	VINTAJE	1
			TOTAL		68

Anexo N° 9: 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	51	6,5	473	60,5	201	25,7	23	2,9	7	0,9	27	3,5	782	100
Parqueo	54	6,9	432	55,2	194	24,8	25	3,2	3	0,4	74	9,5	782	100
Iluminación	180	23,0	506	64,7	83	10,6	13	1,7	-	-	-	-	782	100
Decoración	202	25,8	461	59,0	110	14,0	9	1,2	-	-	-	-	782	100
Servicios básicos	43	5,5	412	52,7	202	25,8	41	5,2	5	0,6	79	10,2	782	100
Seguridad	180	23,0	444	56,8	130	16,6	17	2,2	1	0,1	10	1,3	782	100
Espacios públicos	143	18,3	519	66,4	111	14,2	7	0,9	-	-	2	0,2	782	100
Ubicación del stand	55	7,0	309	39,5	198	25,3	152	19,4	42	5,4	26	3,4	782	100
Calificación General	114	14,5	445	56,8	154	19,6	36	4,6	7	0,9	27	3,5	782	100

Anexo N° 10: Empresas de Servicios de Alimentación por Tipo de Servicio

EMPRESA	TIPO DE SERVICIO	EMPRESA	TIPO DE SERVICIO
Aladín	Comida rápida	La Chapaquita	Comida criolla y variada
Burger Planet	Comida rápida	Restaurant "Donde Ayer"	Variedad de platos comida criolla y tradicional
Centro familiar	Variedad de platos (Saice, milanesas)	Restaurant "Doña Cris"	Variedad de platos (Lomitos, milanesas)
"Cerro Morado" Asociación Tajzara	Comida rápida (Hamburguesas, sándwiches, salchipapas, lomitos)	Restaurant "El Hogar"	Variedad de platos (Lomitos, milanesas)
Chingos	Comida rápida, variedad de otros platos y parrilladas	Restaurant "Romina"	Variedad de platos (Lomitos, milanesas)
"Churrasquería "Don Jacinto"	Parrilladas	Snack "El Chato"	Comida rápida (Hamburguesas, salchipapas, lomitos)
Crocán Pollo	Comida rápida	Snack "Garfield"	Comida rápida (Hamburguesas, salchipapas, lomitos)
Estación	Comida rápida (Hot dogs)	Snak "Eybi"	Comida rápida (Hamburguesas, milanesas, lomitos)
Fridosa	Comida rápida (Hamburguesas)	Sofía	Comida rápida (Hamburguesas)
Gringo Limón	Parrilladas y variedad de platos de comida criolla y tradicional	Stand municipio de San Lorenzo (Tres micro empresas)	Comida criolla tradicional (Saice, sopa de maní, sopa de arroz, ranga ranga, picante de pollo)
Guadalquivir	Pescado, parrilladas y variedad de platos de comida criolla y tradicional	Ta Contento	Comida rápida (Variedad de sándwiches)
Jumping Center Park	Comida rápida (Hamburguesas)	Trébol	Comida rápida y variada (Lomitos, milanesas y hamburguesas)
kiosco	Comida rápida (Sándwiches, café, salchipapas)	Vidi Vidi	Comida rápida, (Hamburguesas, lomitos, nachos y hot dogs)
La Cabaña Aranjuez	Parrilladas y comida rápida	Las Brasas	Parrilladas
Renovación Carismática Católica		Brochetas de carne	

*"Hay que saber y conocer para
tomar decisiones acertadas y
mejorar"*

