Centro de Información Empresarial y Planificación Estratégica CIEPLANE

U.A.J.M.S.

Informe de Feria

EXPOsur 2006

9ª Exposición Internacional

Tarija

Del 20 al 29 de octubre

Prefectura de Tarija

Centro de Información Empresarial y Planificación Estratégica CIEPLANE

U.A.J.M.S.

Informe de Feria

EXPOsur 2006

9ª Exposición Internacional

Este informe ha sido realizado por el Centro de Información Empresarial y Planificación Estratégica de la Universidad Autónoma "Juan Misael Saracho".

La información ha sido almacenada en una Base de Datos, en el paquete Access 2003, denominada "Datawarehouse Exposur", la que ha sido mejorada y estará disponible para su carga en la versión 2007.

INDICE DE CONTENIDO

1. INTRODUCCION 7

2. METODOLOGIA 8

2.1 Determinación de la población y tamaño de muestra 9

2.1.1 Definición de la población 10

2.1.2 Tamaño de muestra 10

3. PERFIL DE LA FERIA EXPOSUR 2006 10

3.1 Valoración del evento en su conjunto 10

3.2 Ficha Técnica 11

4. CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES 14

4.1 Información de los visitantes 14

4.1.1 Sexo 14

4.1.2 Edad 15

4.1.3 Procedencia 18

4.2 Recurrencia de los visitantes a diferentes versiones de Exposur 19

4.3 Medios de comunicación mas percibidos por los visitantes 21

4.4 Principales motivos de asistencia a Exposur 2005 21

4.4.1 Análisis: Motivo de visita vs. Sexo de los visitantes 23

4.4.2 Análisis: Motivo de visita vs. Edad de los visitantes 24

4.5 Benchmarking Exposur 2006 versus versiones anteriores 25

4.6 Percepción de los visitantes sobre la atención en los stands 26

4.7 Adquisición de productos durante la feria por los visitantes 27

4.8 Tipo de producto que adquieren los visitantes 28

4.9 Benchmarkig Tipos de producto adquiridos en diferentes versiones de Exposur 29

4.10 Análisis de los factores de agrado de Exposur 2006, percibidos por los visitantes 30

4.10.1 Factores de mayor agrado de Exposur 2006 30

4.10.2 Análisis: factores de mayor agrado vs. Sexo de los visitantes 31

4.11 Los 10 mejores stand de Exposur 2006 (Tomando en cuenta Empresas consideradas Grandes) 32

4.12 Los 10 mejores stand de Exposur 2006 (sin tomar en cuenta Empresas consideradas Grandes) 33
4.13 Principales aspectos negativos 34
4.14 Principales aspectos positivos 35
4.15 Calificación de los servicios de apoyo a visitantes 37
4.15.1 Servicios de transporte 37
4.15.2 Servicios de parqueo 38
4.15.3 Servicios de iluminación del campo ferial 39
4.15.4 Servicios de decoración de pabellones 39
4.15.5 Servicios básicos 40
4.15.6 Servicios de seguridad 41
4.15.7 Servicios de limpieza de los espacios públicos 41
4.16 Recomendaciones de los visitantes a los organizadores de Exposur 2005 42
4.16.1 Apreciaciones sobre la organización 43
4.16.2 Apreciaciones sobre los stands 44
4.16.3 Apreciaciones sobre los espectáculos 45
4.17 Fecha recomendable para próximas versiones de Exposur 46
5. CARACTERÍSTICAS DE LOS EXPOSITORES 47
5.1 País de origen de las empresas expositoras 47
5.2 Tamaño de las empresas expositoras 48
5.3 Antigüedad de las empresas expositoras 49
5.4 Nivel de formación de los trabajadores en las empresas expositoras 50
5.5 Gerente de las empresas expositoras 50
5.6 Participación de los expositores en diferentes versiones de Exposur 51
5.7 Capacitación del personal en participación ferial 51
5.8 Número de personas dedicadas a la atención de stands 52
5.9 Inversión en instalación de stands 54
5.10 Material de promoción utilizado por los expositores 56
5.11 Objetivos de participación en Exposur 2006 56
5.12 Cumplimiento de objetivos 58
5.13 Mercados de destino de las empresas participantes 59
5.14 Financiamiento de la participación en Exposur 2006 60
5.15 Calificación a los servicios de apoyo de la EXPOSUR a expositores 62
5.15.1 Calificación a los servicios básicos (energía eléctrica) 63
5.15.2 Calificación a los servicios de comunicación 64

5.15.3 Calificación a los servicios de seguridad 65
5.15.4 Calificación a los servicios de limpieza 66
5.15.5 Calificación a los servicios de Iluminación del campo 67
5.15.6 Calificación a los servicios de decoración de los Pabellones 68
5.15.7 Calificación a los servicios básicos (baños, etc.) 69
5.16 Apreciaciones sobre el costo de los stands 70
5.17 Apreciaciones sobre los trámites de inscripción 71
5.18 Apreciaciones sobre la administración de EXPOSUR 72
6. ALIMENTOS 74
6.1 Total de empresas según tamaño 75
6.2 Antigüedad de las empresas de servicios de alimentación participantes 76
6.3 Participación de los expositores en diferentes versiones de Exposur 77
6.4 Principales motivos de asistencia a Exposur 2005 79
6.5 Gasto en instalación de puestos de venta de Alimentos 80
6.6 Ocupación mano de obra en el sector "Servicios de Alimentación" 81
6.7 Principales alimentos vendidos en la Feria Internacional Exposur 2006 82
6.8 Percepción de los expositores de servicios de alimentación: aspectos Logísticos y organizacionales de la feria 84
6.9 Aspectos positivos de la Feria Exposición del sur 2006 según la percepción de expositores del sector alimentos 88
6.10 Aspectos negativos de la feria Exposición del sur 2006 según la percepción de expositores del sector alimentos 89
6.11 Apreciación de expositores de servicios de alimentación sobre precio de alquiler de los puestos de venta 90
6.12 Apreciación de expositores de servicios de alimentación sobre trámites para participar en el evento ferial 91
6.13 Apreciación de expositores de servicios de alimentación sobre la administración de Exposur 92
6.14 Cumplimiento de objetivos de participación en Exposur 2005 93
6.15 Recomendaciones 93
7. ARTISTAS 96
7.1 Características de los artistas que participaron en la feria internacional Exposur 2006 97
7.1.1 Lugar de procedencia de los artistas 97
7.1.2 Calificación a los servicios de apoyo a artistas 98

7.1.3 Aspectos positivos de la Exposur 2006 respecto a las presentaciones de los artistas 102

7.1.4 Aspectos negativos de la Exposur 2006 respecto a las presentaciones de los artistas 103

7.1.5 Recomendaciones generales para la realización de eventos posteriores 103

8. ANEXOS 106

8.1 Análisis: Diagrama Espina de Pescado para Visitantes: 106

8.2 Análisis: Diagrama Espina de Pescado para Expositores: 111

8.3 Cuestionarios EXPOSUR 2006 113

INFORME FERIA EXPOSUR 2006

1. INTRODUCCION

El evento FERIA EXPOSICION DEL SUR, se lleva a cabo de forma anual en el campo ferial de San Jacinto que está ubicado a 7 km. de la ciudad de Tarija. Este año se la ha denominado "***9na. Feria Internacional EXPOSUR 2006***" y es la exposición multisectorial más importante del Departamento.

La organización de la feria como los años precedentes estuvo a cargo de la PREFECTURA DEL DEPARTAMENTO DE TARIJA, con sede en esta ciudad. El Manager de esta feria fue el Lic. Martín Callejas, cuya labor junto con la de sus colaboradores dependientes de la Dirección de Desarrollo Productivo, han sido de gran valor para la organización de la 9ª versión. Con el fin de implementar un sistema de información ferial, se ha contado con el apoyo oficial de la Universidad Autónoma "Juan Misael Saracho" a través del Centro de Información Empresarial y Planificación Estratégica "CIEPLANE".

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

El presente informe elaborado por "CIEPLANE" es el resultado del análisis de los datos almacenados en la base de datos EXPOSUR y pretende brindar información referida a los Visitantes, Expositores, Servicios de Alimentación y Artistas. Este conocimiento permitirá determinar las características del desempeño de los organizadores, la satisfacción de expositores de productos, servicios y alimentos, así como la percepción de los artistas; a fin de continuar con el proceso de mejora continua de la feria exposición.

Objetivos

Los objetivos del presente informe son:

- *Describir las características de los visitantes* y conocer su opinión en torno a su participación como actores directos en la feria Exposur 2006.
- *Determinar los aspectos positivos y negativos de la organización* y desarrollo de la feria.

- *Describir las características de las empresas expositoras* y conocer su opinión sobre diferentes aspectos organizativos y oportunidades que brinda el evento ferial.
- *Describir las características de los servicios de alimentos* y conocer la opinión de los empresarios en torno a su participación en la feria Exposur 2006.
- *Identificar las características y opiniones de las artistas* participantes de la feria Exposur 2006 y conocer su opinión en torno a su participación.
- *Indagar en torno a la posibilidad de transferencia de la Exposur al sector privado*.

2. METODOLOGIA

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

- Definición de los actores participantes en el evento ferial

  Visitantes
  Expositores
  Servicios de alimentos
  Artistas
- Determinación del tamaño de la muestra.
- Diseño de los cuestionarios, tanto para visitantes, expositores, servicios de alimentos y artistas, validación de los mismos y elaboración de los cuestionarios definitivos (Ver ANEXO).
- Capacitación al equipo de encuestadores.
- Trabajo de campo, para la aplicación de las encuestas a:
  - Visitantes; Se realizó la encuesta aleatoria a lo largo del evento ferial, en diferentes ubicaciones y horarios.
  - Expositores; los encuestadores fueron distribuidos por bloques de stands, sobre la base de los planos del campo ferial, en grupos de dos para cada recorrido.

- Servicios de Alimentos; se organizó a un grupo de encuestadores (de a dos personas), para poder cubrir todos los servicios de expendio de alimentos que se encontraban en el campo ferial.
- Artistas; en este caso se realizaron en promedio 8 encuestas por día a los artistas, entre las cuales están incluidos artistas locales, nacionales e internacionales.

- Carga de los datos a partir de las encuestas a un sistema denominado **"Registro de Encuestas"**.
- Limpieza y almacenamiento de la información en una base de datos diseñada en la aplicación **Access 2003**.
- Para el análisis e interpretación de los resultados se utilizó la herramienta **OLAP[1] de Access 2003** y el programa de aplicación **SPSS versión 12.0**.
- En el presente análisis, no se pretende llegar a conclusiones y recomendaciones, por parte de CIEPLANE, sino más bien se mencionará aquellas consideradas relevantes por parte de los encuestados.

2.1 Determinación de la población y tamaño de muestra

Para evaluar una feria de características internacionales, se deben considerar 4 factores; La Organización, Visitantes, Expositores y Volúmenes de negocios presentes y futuros. Al respecto debemos hacer notar que en el presente estudio se han considerado solamente las variables relacionadas con los visitantes y expositores, incluyendo los servicios de alimentos, y opinión de los artistas.

- Visitantes; En la población no se consideran a los niños (<16 años).
- Expositores; Se pretendía encuestar al 100% de los expositores, (se tomaron en cuenta la totalidad de los stands).
- Servicios de Alimentos: Se cubrió en su totalidad a los servicios de alimentos.
- Artistas; Se pretendía realizar ocho encuestas cada día (encuestas a los artistas locales, nacionales e internacionales).

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

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

2.1.1 Definición de la población

Para definir la población de visitantes y proceder a calcular el tamaño de muestra, se tomó como referencia el total de Visitantes que concurrió a la feria el año 2005, que ascendía aproximadamente a 50.000 personas.

Se encuestó a personas cuyas edades estaban comprendidas entre los 16 y 65 años.

Para los expositores se consideró a los 300 que concurrieron durante la versión 2005, asumiendo que probablemente un número similar acudiría durante la versión 2006.

2.1.2 Tamaño de muestra

Las muestras determinadas para las poblaciones en estudio fueron:

- 1000 encuestas a los visitantes.
- 176 encuestas a los expositores.
- 30 encuestas a los servicios de alimentación.
- 78 encuestas a los artistas.

3. PERFIL DE LA FERIA EXPOSUR 2006

3.1 Valoración del evento en su conjunto

El evento Ferial EXPOSUR 2006 fue un evento mejor estructurado, pero continúa con ciertas debilidades a nivel organizativo.

La presente versión fue la 9ª que se realiza en el departamento de Tarija, no habiéndose efectuado durante el año 2004.

El evento tiene carácter internacional y multisectorial, aunque la participación internacional continúa siendo menor a la esperada, el componente multisectorial ha logrado cubrir en cierta medida las expectativas; involucrando a la mayoría de los sectores productivos del departamento y algunas del resto del país.

El recinto donde tuvo lugar la feria es del tamaño apropiado, dotado de varias comodidades para su realización, la organización programó actividades paralelas como ser la rueda de negocios, conferencias y espectáculos, sin embargo se sugieren algunas recomendaciones para las próximas versiones de la feria.

Se observó una presencia importante de público, durante el evento ferial, pero principalmente los fines de semana, cuando en espectáculos se contó con artistas de reconocida trayectoria internacional.

Se destaca la participación departamental y nacional de las MiPyME y grandes empresas, así como de diferentes municipios de Argentina, uno de Chile además de la presencia de una empresa del Paraguay; finalmente se contó con la participación de tres empresas petroleras que operan en el departamento.

3.2 Ficha Técnica

- Nombre: EXPOSUR 2006
- Objetivo: Exhibir y demostrar el nivel de competitividad alcanzado por la Industria regional en el ámbito nacional e internacional, con miras a que este evento sea un acceso a los mercados internacionales
- Ámbito: Departamental, Nacional e Internacional
- Fecha de celebración: 20 al 29 de octubre
- Edición: 9ª
- Frecuencia: Anual (no se realizó el año 2004)
- Lugar de celebración: Campo Ferial de San Jacinto a 7 km. de la ciudad de Tarija, adyacente al embalse de San Jacinto
- Horario: De Lunes a viernes Hs. 17:00 – 24:00, sábados y domingos Hs. 10:00 – 24:00
- Precio de la entrada: 2 $us.

- Medios de transporte: Taxi y Bus hasta la entrada del recinto ferial.
- Organizador: Prefectura del Departamento de Tarija
- Superficie: Total superficie 11 ha., habilitadas 5 ha.
- Tipo de visitantes: Público en general
- Precios del espacio: Precio por metro cuadrado para el expositor:
    - Descubierto 3 $us/m^2
    - Módulos cubiertos 6 y 15 $us/m^2
    - Pabellón Tarija 15 $us/m^2 (predecorado)
    - Pabellón Bolivia 25 $us/m^2 (predecorado)
    - Pabellón Internacional 60 $us/m^2 (predecorado)
- Numero de visitantes: 50.000
- Número de expositores: 400
    - Internacionales: 20
    - Nacionales: 102
    - Tarija: 277
- Características de los expositores:
    - MiPyMEs 62%
    - Instituciones 24% (públicas y privadas)
    - Gran Empresa 14% (y transnacionales)
- Inversión promedio para la preparación de stands: 935 Dólares EEUU
- Calificación de los visitantes: 63/100 (servicios de apoyo calificados buenos)
- Calificación de los expositores: 57/100 (servicios de apoyo calificados buenos)
- Calificación de Servicios de Alimentación: sólo el 43/100 (Servicios de apoyo calificados como buenos)
- Calificación de Artistas: 53/100 (Servicios de apoyo calificados como buenos)

- Principales rubros participantes: Sector público, turismo, joyería, artesanías, agroindustria, construcción, gastronomía y bebidas, comunicación, computación, libros, metalmecánica, carpintería, juguetería e hidrocarburos, textiles.

4. CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES

A continuación se presenta el análisis de los datos extraídos de la base de datos creada para la EXPOSUR. El número total de visitantes para la versión 2006 se estima en 50.000 no disminuyó nada, respecto al año 2005, la participación local fue de 78%, significativamente superior a la participación nacional que fue de 19 %. La participación extranjera fue de sólo el 3%.

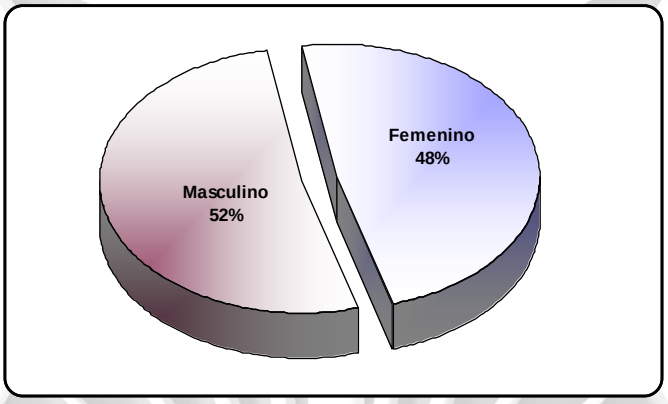
4.1 Información de los visitantes

Para la caracterización de las personas que visitaron la feria, se han definido las siguientes variables: sexo, edad y procedencia.

4.1.1 Sexo

Gráfico Nro 1

CLASIFICACIÓN DE LOS VISITANTES POR SEXO



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

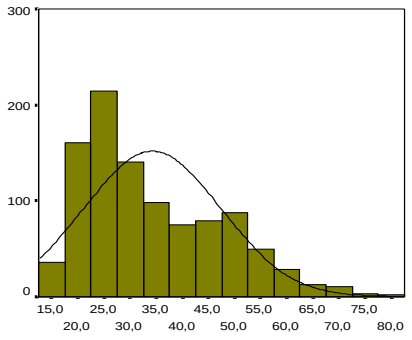
La 9ª versión de la EXPOSUR 2006, fue visitada en proporciones casi similares por personas del sexo femenino y del masculino según se observa en el gráfico 1, el 48% de los visitantes fueron del sexo femenino y el sexo 52 % masculino. Siendo este porcentaje similar al de versiones anteriores de la feria.

4.1.2 Edad

Gráfico Nro 2

HISTOGRAMA DE FRECUENCIAS Y ESTADÍSTICOS

DE LOS VISITANTES



Válidos (N)	1000
Media	22
Moda	30
Desviación típica	13.11
Mínimo	16
Máximo	80

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

La edad promedio de los visitantes a la EXPOSUR 2006 fue de 22 años, presentando una desviación típica de 13,11 años, de igual forma podemos observar que hubo mayor afluencia de personas cuya edad era de 30 años (moda).

Comparación de Resultados con la Versión Anterior

EXPOSUR 2006	
Válidos (N)	1000
Media	22
Moda	30
Desviación típica	13,11

EXPOSUR 2005	
Válidos (N)	697
Media	30
Moda	20
Desviación típica	11,93

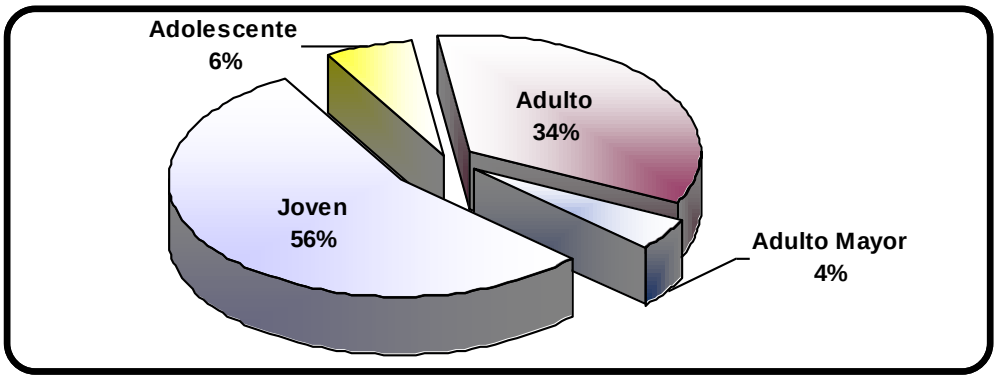
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005 – 2006"; CIEPLANE

Para la versión 2006 el tamaño de la muestra fue de 1000 personas, con un aumentó de más del 30% con respecto ala versión 2005, lo cual constituye un incremento significativo para el presente análisis de resultados. Se observa una reducción en el promedio de edad de los visitantes, la dispersión en edades aumentó y la edad que mas se repite, es decir la moda, aumentó a 30 años en la EXPOSUR 2006

Este tipo de resultados en los visitantes de la EXPOSUR 2006, puede haberse dado debido a los espectáculos que se ofrecieron en mencionado evento.

Gráfico Nro 3

CLASIFICACIÓN POR EDAD DE LOS VISITANTES



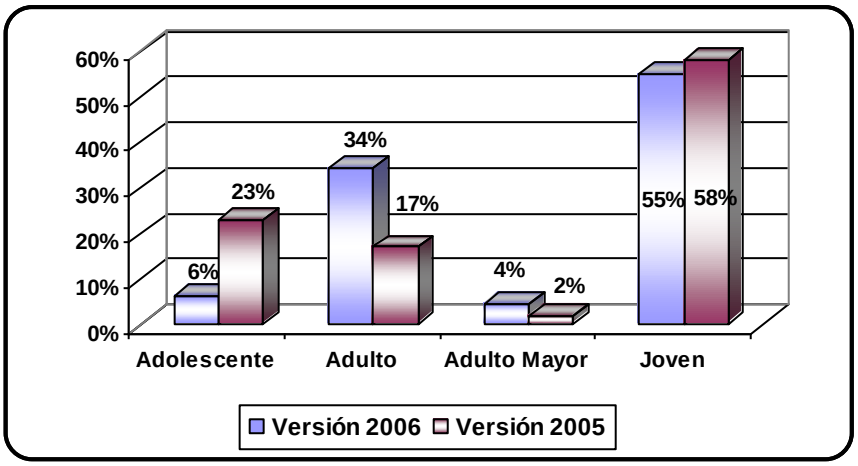
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Observando el en gráfico Nro. 3 la mayor parte de los visitantes, esta conformada por grupos de adolescentes y jóvenes, cuyas edades están comprendidas entre los 16 y los 35 años. Ambos grupos, se constituyen en el 62% del total de visitantes a la feria.

El 38% restante de los visitantes, está constituida por los grupos adulto – adulto mayor, cuyas edades están comprendidas entre los 35 y los 80 años.

Gráfico Nro 4

Comparación de Resultados con la Versión Anterior



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005 – 2006"; CIEPLANE

Comparando los datos de la feria EXPOSUR 2006 con 2005, podemos notar que la afluencia de público joven y adulto mayor varió en más del 3 y en menos del 2% respectivamente, es decir que en la primera se redujo y en la segunda aumentó, pero no en forma significativa.

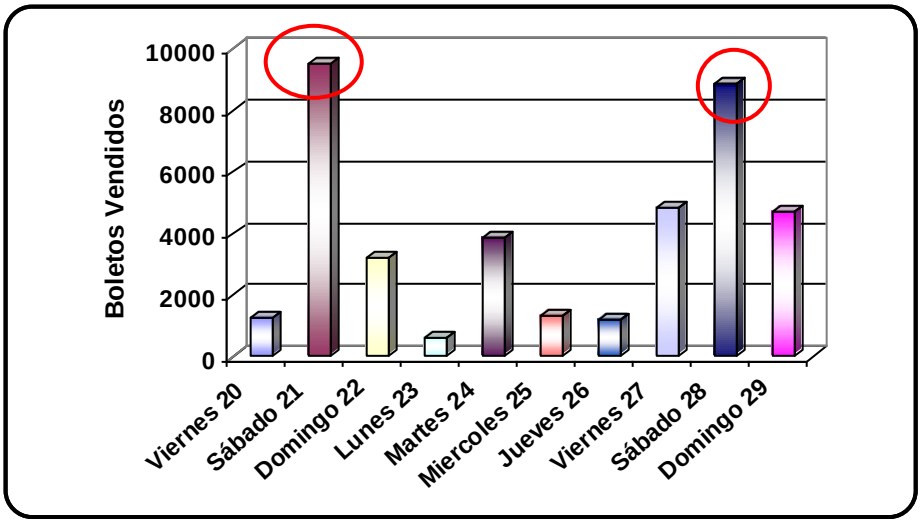
Lo que si habría que destacar, es en la asistencia del público adolescente y adulto que varió en forma significativa, ya que el primero se redujo en un 17%, y el de adultos aumentó en un porcentaje similar del 17%.

Este resultado puedo haberse dado por los artistas que estuvieron en escenario, artistas como Cristian Castro, Soledad, y otros, que influyen en este tipo de público.

El siguiente gráfico nos muestra la cuantía de personas que asistieron al campo ferial durante todo el evento.

Gráfico Nro 5

Número de Boletos Vendidos/Día



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005 – 2006"; CIEPLANE

Los días de mayor afluencia del público fueron los días que estuvieron en escena los artistas Cristian Castro y Soledad, artistas que tienen mucha influencia en el público joven y adulto, situación que también influyó en el aumento en promedio de edades y el valor del desviación estándar como se muestra en el gráfico 2.

4.1.3 Procedencia

Cuadro Nro 1

LOCALIDAD DE PROCEDENCIA DE LOS VISITANTES

Localidad	Frecuencia	Porcentaje
Tarija	688	68,80
Potosí	61	6,10
La Paz	40	4,00
Bermejo	40	4,00
Exterior	29	2,90
Santa Cruz	28	2,80
Yacuiba	22	2,20
Oruro	18	1,80
Sucre	17	1,70
Cochabamba	15	1,50
Chuquisaca	9	0,90
Beni	5	0,50
Otras Localidades de Tarija	28	2,80
Total	**1000**	**100**

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

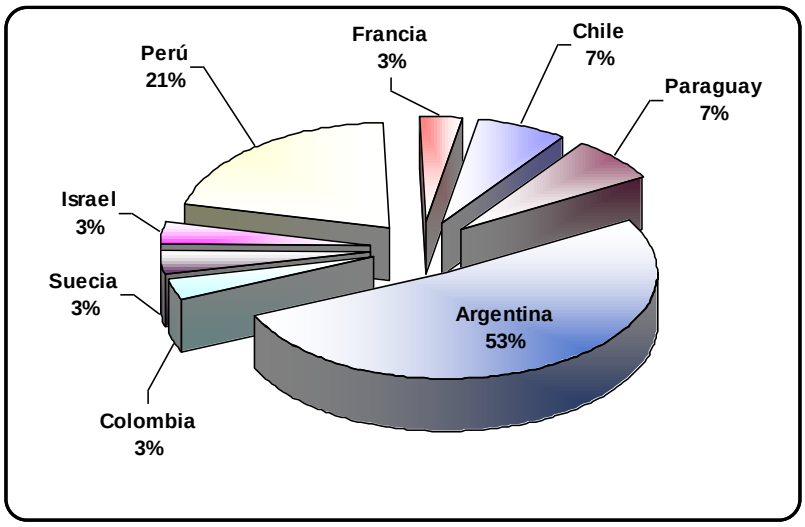
La localidad de mayor procedencia de visitantes, fue la ciudad de Tarija (69%).

El 31% restante esta compuesto por visitantes de Potosí (6%), La Paz y Bermejo cada uno con (4%), otros Países y Santa Cruz cada uno con (3%), Yacuiba (2%) y Oruro, Sucre, Cochabamba, Chuquisaca y Beni con el 6% y otras localidades del departamento de Tarija con un 3%. Estas localidades son: Villamontes, Camiri, Carapari, Concepción, Entre Ríos, Padcaya, Iscayachi, La Victoria, Río Negro, San Andrés, San Lorenzo, Sella, Tajzara, Tolomosita, Tomatas Grande y Turumayo.

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

Gráfico Nro 6

PROCEDENCIA DE LOS VISITANTES DEL EXTERIOR



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Del total de visitantes el 3% corresponde a procedencia extranjera, cuya participación por países ha sido; Argentina con 53%, Perú con 21%, Chile y Paraguay cada uno con 7%, el resto de los visitantes procede de países como los Colombia, Francia, Suecia e Israel.

En esta versión de la feria hubo visitantes de otros países en comparación con la versión anterior de la feria, tales como Paraguay, Chile, Francia, Israel y Suecia.

4.2 Recurrencia de los visitantes a diferentes versiones de Exposur

Cuadro Nro 2

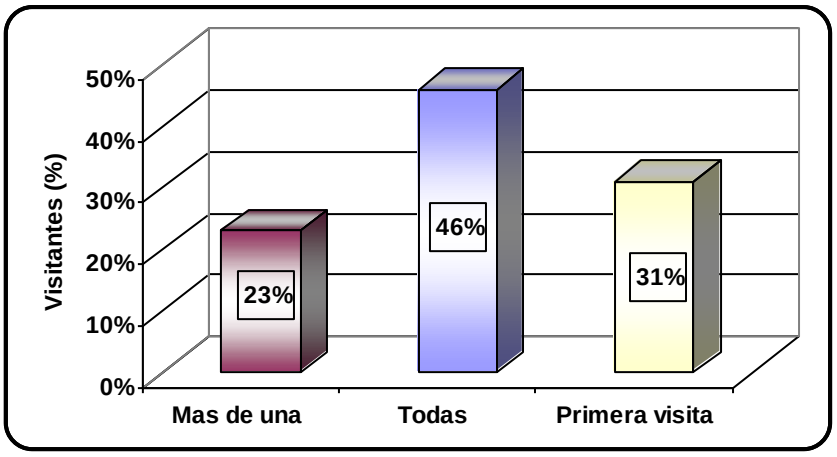
VERSIONES DE EXPOSUR VISITADAS

EXPOSUR	Frecuencia	Porcentaje %
Mas de una versión	232	23,2
Todas las versiones	456	45,6
Primera visita	312	31,2
Total	**1000**	**100**

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Gráfico Nro 7

VERSIONES DE EXPOSUR VISITADAS



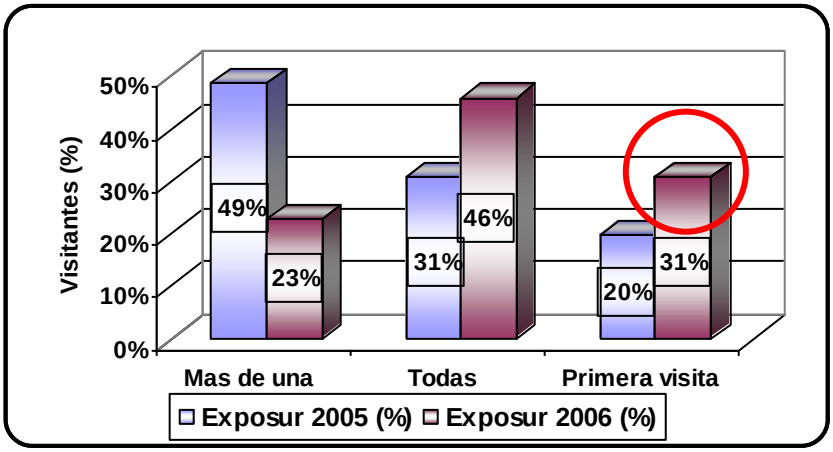
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

El 69% de los visitantes ha visitado más de una versión de Exposur. (23% mas de una versión; 46% todas las versiones), el 31% ha visitado por primera vez la Exposur. Esto significa que existe una alta recurrencia de visitantes a las diferentes versiones de la feria.

Según datos de la feria anterior se tuvo 20% de visitantes nuevos, es decir, que en esta versión se tuvo un 11% mas de visitantes nuevos en comparación con la feria del pasado año, este es un dato muy importante, puesto que se podría que la Feria año a año tiene mayor trascendencia, tanto a nivel Regional, Departamental, Nacional e internacional.

Gráfico Nro 8

Comparación de Resultados con la Versión Anterior



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005 – 2006"; CIEPLANE

4.3 Medios de comunicación mas percibidos por los visitantes

Cuadro Nro 3
MEDIOS DE COMUNICACIÓN PERCIBIDOS
POR LOS VISITANTES

Medio	Frecuencia	Porcentaje (%)
TV	402	40,2
Mas de uno	372	37,2
Otros Medios	76	7,6
Invitación	71	7,1
Radio	43	4,3
Periódico	22	2,2
Internet	3	0,3
Todos los medios	11	1,1

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Los medios de comunicación por los que los visitantes se informaron respecto del evento ferial en orden de importancia son: Televisión con un 40,2%, Otros medios 7,6% (es decir, Afiches, carteles, comunicación personal, etc.), Radio 4,3%, Periódico 2,2%, Invitación de las empresas 7,1%, siendo el medio menos efectivo el Internet con un 0,3%, sólo el 1,1% declara haberse enterado por todos los medios.

Aunque el 37,2% de los visitantes se ha informado del evento por más de un medio de comunicación, el medio de comunicación más efectivo es el de la TV.

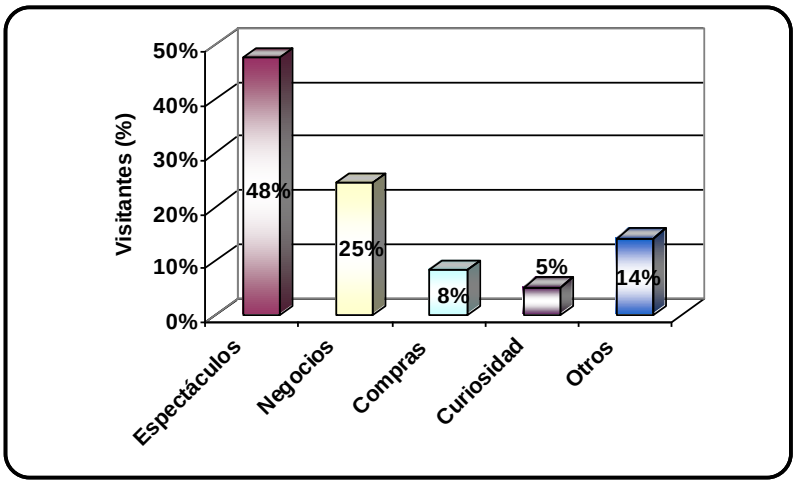
4.4 Principales motivos de asistencia a Exposur 2005

Cuadro Nro 4
MOTIVOS POR LOS QUE ASISTIERON
LOS VISITANTES

Motivo	Frecuencia	Porcentaje %
Espectáculos	476	47,6
Negocios	246	24,6
Compras	84	8,4
Curiosidad	52	5,2
Otros	142	14,2

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Gráfico Nro 9
MOTIVOS POR LOS QUE ASISTIERON
LOS VISITANTES (en %)

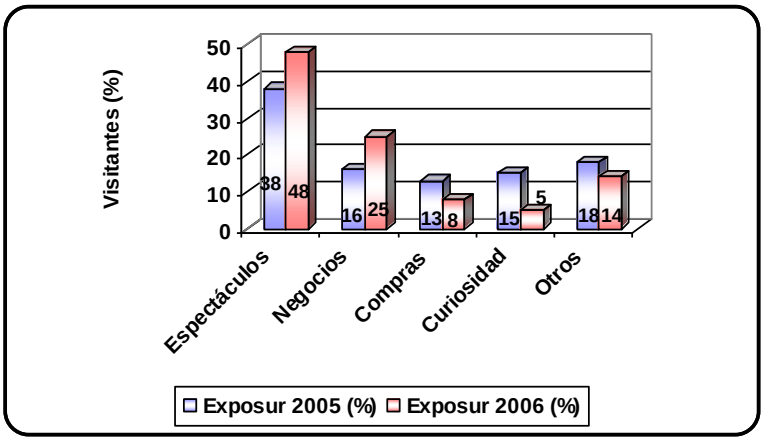


Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Los espectáculos fueron el principal motivo de asistencia a la Exposur 2006 (48%), le sigue en importancia la participación en actividades de negocios 25%. La realización de compras y visitas por curiosidad es de sólo el 13%, un 14% alude otros motivos como distracción, diversión, etc.

En importante mencionar que espectáculos fue el aspecto mas valorado por el público para asistir a la feria, ya que se observa que la calidad de artistas que se presentaron en escena, tales como Cristian Castro, Marciano, Soledad y otros grupos de renombre influyeron para la asistencia del público.

Gráfico Nro 10
Comparación de Resultados con la Versión Anterior



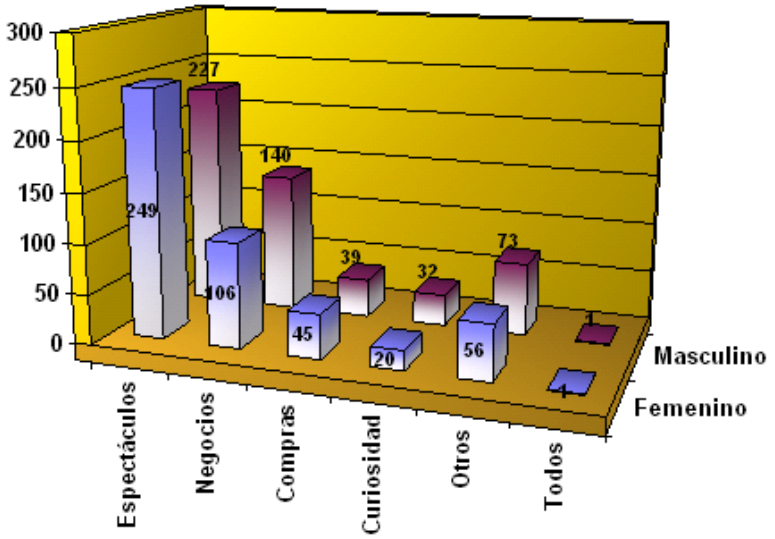
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005 – 2006"; CIEPLANE

Es por eso que se nota un incremento del 10% en comparación a la feria del pasado año. También hubo un incremento de los visitantes que fueron por negocios en un 9%, este es un indicador muy importante puesto que nos sugiere que la gente no solo va por diversión a la Feria sino va en busca de Negocios.

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

Gráfico Nro 11

MOTIVO DE VISITA VS. SEXO DE LOS VISITANTES



Estadístico	Valor	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	-2,086	,037
N de casos válidos	1000	

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

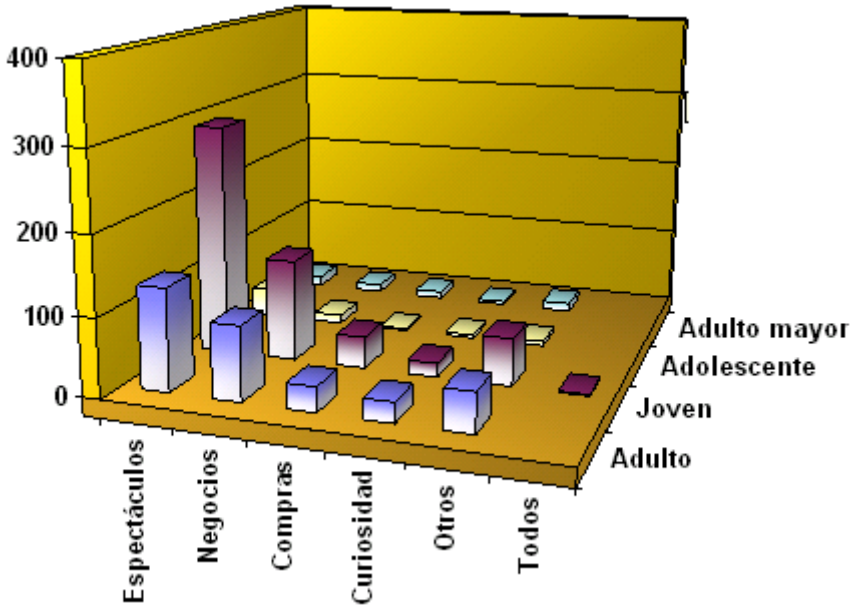
El motivo de asistencia a la Exposur 2006, no está significativamente afectado por el sexo de los visitantes (Chi^2 = 0,037). Es decir que los motivos de visita a la feria Exposur 2006 son los mismos tanto para varones como para mujeres.

EL gráfico 6, muestra las tendencias de motivo de visita a Exposur 2006, estas son casi similares tanto para varones como para mujeres, excepto para el motivo denominado *"negocios"*, donde existe una marcada diferencia a favor de los visitantes del sexo masculino.

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

Gráfico Nro 12

MOTIVO DE VISITA VS. EDAD DE LOS VISITANTES



Estadístico	Valor	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	70,801	,075
N de casos válidos	1000	

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

El motivo de asistencia a Exposur 2006 en los visitantes, no está significativamente afectada por la edad de los mismos (Chi^2 = 0,200). Es decir que los motivos de asistencia son los mismos para los Adolescentes, Jóvenes, Adultos y Ancianos.

Las tendencias de motivo de visita a Exposur 2006, son similares, en todas las categorías de edades de los visitantes, excepto para el motivo denominado ***"espectáculos"***, donde existe una marcada diferencia de motivo de visita en los adolescentes y jóvenes.

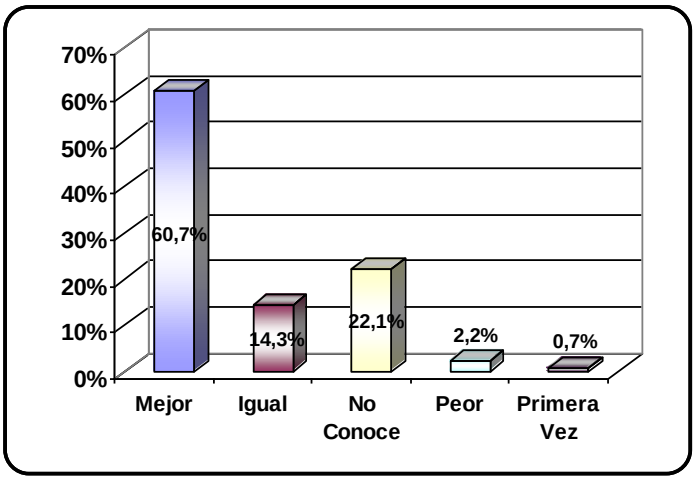
También se puede observar que los jóvenes son los que marcan la diferencia cuantitativa en asistencia a Exposur 2006. Sus motivos de participación son diversos: compras; espectáculos, negocios, además de otros (Gráfico 12).

4.5 Benchmarking[2] Exposur 2006 versus versiones anteriores

Gráfico Nro 13

CALIFICACIÓN EXPOSUR 2006

VERSUS ANTERIORES VERSIONES



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Cuadro Nro 5

CALIFICACIÓN EXPOSUR 2006 VERSUS ANTERIORES VERSIONES

Calificación	Frecuencia	Porcentaje %
Mejor	607	60,7
Igual	143	14,3
No Conoce	221	22,1
Peor	22	2,2
No Opina	7	0,7
Total	**1000**	**100.0**

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

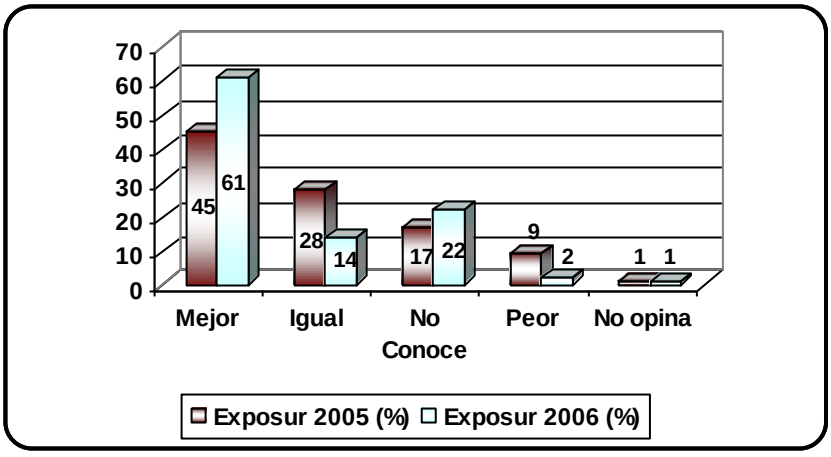
Como podemos observar el 60,7% de los visitantes encuestados calificaron la versión Exposur 2006 como mejor en relación a las versiones anteriores, el 14,3% con una calificación de igual a las versiones pasadas de la Feria, un 22,1% No conoce es decir, que son personas que visitan la Feria por primera vez, sólo el 2,2% como peor, y el 0,7% no opina.

[2] *Benchmarking; Retroalimentación vs. Exposur 2006*

Estos resultados en comparación con versiones pasadas son muy favorables en cuanto a mejora se refiere, este fenómeno puede estar asociado a una mejora continua en la parte organizativa de la feria, y las novedades que se presentaron.

Gráfico Nro 14

Comparación de Resultados con la Versión Anterior



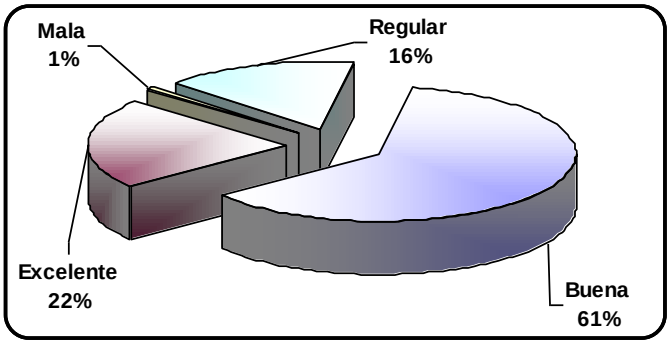
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005 – 2006"; CIEPLANE

Para esta versión de la feria Exposur, los visitantes percibieron la mejora en la parte organizativa aspecto muy relevante para los organizadores de evento. El aspecto en la parte de mejora continua se refleja en el cuadro 12 "Principales aspectos positivos de la Feria EXPOSUR 2006", en cual se refleja que la organización mejoró porcentualmente en comparación al pasado año.

4.6 Percepción de los visitantes sobre la atención en los stands

Gráfico Nro 15

CALIFICACIÓN ATENCIÓN EN STANDS



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

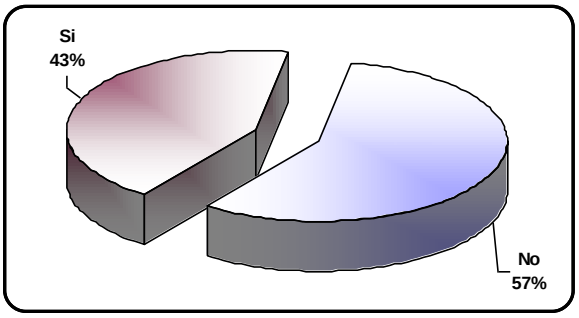
El 83% de los visitantes califica entre buena y excelente la atención en los stands (61% buena, 22% excelente), el 16% califica como regular, y el 1% la califica como mala.

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

Esta versión de la EXPOSUR tuvo una mejora importante, esto es notorio al observar en el aumento del porcentaje de la calificación excelente y se refleja además en una reducción de la calificación regular en comparación con los datos de la feria del pasado año.

4.7 Adquisición de productos durante la feria por los visitantes

Gráfico Nro 16
PORCENTAJE DE VISITANTES
QUE REALIZAN COMPRAS



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Las personas que realizaron al menos una compra en la feria EXPOSUR 2006 alcanzan a un 43% del total de encuestados, y un 57% declara que no adquirió ningún producto.

Se tuvo un descenso del 8% en relación al pasado año en las personas que adquirieron algún producto.

4.8 Tipo de producto que adquieren los visitantes

Cuadro Nro 6

PRODUCTOS QUE ADQUIEREN LOS VISITANTES

Tipo de producto	Frecuencia	Porcentaje %
Alimentos y comida	234	54,42
Artesanías	61	14,19
Vinos y bebidas	37	8,60
Productos naturales	27	6,28
Libros	19	4,42
Ropa	18	4,19
Medicamentos	6	1,40
Computación	5	1,16
Joyería y relojes	5	1,16
Juguetes	4	0,93
Maquinaria y equipos	4	0,93
Muebles	3	0,70
Artículos Eléctricos	2	0,47
Cerámicas	1	0,23
Varios	4	0,93
Total	**430**	**100**

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Los 6 principales productos demandados por los visitantes a Exposur 2006 son: alimentos y comidas 54,4%, artesanías 14,2%, Vinos y bebidas 8,6%, productos naturales 6,2%, libros 4,4% y ropa 4,2%.

Vale destacar que el 50% de los compradores, adquiere más de un producto, esto puede estar relacionado a las diferentes promociones que ofrecían los expositores.

4.9 Benchmarkig Tipos de producto adquiridos en diferentes versiones de Exposur

Cuadro Nro 7

PRODUCTOS QUE ADQUIEREN LOS VISITANTES

Año 2001		Año 2002		Año 2005		Año 2006	
Producto	**%**	**Producto**	**%**	**Producto**	**%**	**Producto**	**%**
Alimento, bebida	50	Alimento, comida	44	Alimento y comida	34,3	Alimentos y comida	54,4
Artesanías	31	Artesanías	27	Artesanías	9,5	Artesanías	14,2
Juguetes	6	Juguetes	8	Juguetes	1,3		
		Vinos y bebidas	2	Vinos y bebidas	4,4	Vinos y bebidas	8,6
		Producto natural	4	Producto natural	3	Productos naturales	6,3
Joyas	1	Joyería y relojes	3	Joyería y relojes	1,1		
Ropa, Zapatos	3	Ropa y gafas	3			Ropa	4,2
		Medicamentos	2			Medicamentos	1,4
Cuentos	1			Libros	0,9	Libros	4,4
				Computación	0,9	Computación	1,2

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005 – 2006"; CIEPLANE

Los 6 principales productos adquiridos por los visitantes a Exposur 2006 son: alimentos y comidas 54,4%, artesanías 14,2%, Vinos y bebidas 8,6%, productos naturales 6,2%, libros 4,4% y ropa 4,2%.

Vale destacar que el 50% de los compradores, adquiere más de un producto, esto puede estar referido a las diferentes promociones que ofrecían los expositores.

4.10 Análisis de los factores de agrado de Exposur 2006, percibidos por los visitantes

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

4.10.1 Factores de mayor agrado de Exposur 2006

Cuadro 8:

ASPECTOS DE MAYOR AGRADO PARA LOS VISITANTES

Aspecto de mayor Agrado	Frecuencia	Porcentaje
Los Stands	374	37,40
Presentaciones artísticas	186	18,60
Azafatas y atención	165	16,50
Todo en general	98	9,80
Infraestructura	73	7,30
Calidad de Productos	52	5,20
La comida	25	2,50
Organización del tráfico	13	1,30
Libros	1	0,10
Otros	2	0,20
No responde	11	1,10
Total	**1000**	**100**

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

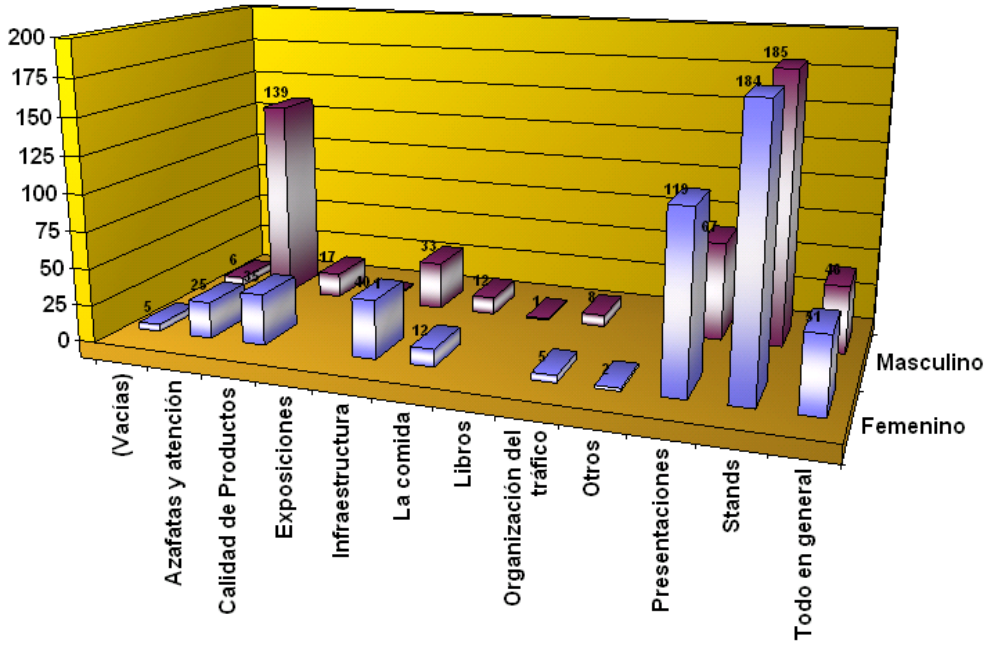
Al 37,4% de los visitantes gustó la decoración de los stands, el 18% destaca las presentaciones artísticas, el 16% la atención de las azafatas, el 9% indica que le agradó todo en general y el 7% menciona que la infraestructura.

También se mencionan como aspectos interesantes, la calidad de los productos y la comida. En otros factores de agrado también se mencionan la limpieza y la variedad de bebidas producidas en el departamento.

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

Gráfico Nro 17

ASPECTOS DE AGRADO VS SEXO DE LOS VISITANTES



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

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

La prueba de Chi^2-Pearson (Chi ^{2} = 0,019), permite afirmar que la percepción de agrado de los visitantes no es significativamente diferente entre varones y mujeres.

Debido a que las tendencias de agrado respecto a los diferentes factores definidos, son casi similares tanto para varones y mujeres, excepto para el factor denominado *"azafatas y atención al cliente"*, donde existe una marcada diferencia a favor de los visitantes del sexo masculino (gráfico 10), notándose otra tendencia importante a favor de las damas en el factor espectáculos.

4.11 Los 10 mejores stand de Exposur 2006 (Tomando en cuenta Empresas consideradas Grandes)

Cuadro Nro 8

Calificación del Mejor Stand en la Exposur 2006

Nº	Institución	Frecuencia	Porcentaje %
1	REPSOL	301	30,1
2	PETROBRÁS	240	24,0
3	IABSA	70	7,0
4	BG BOLIVIA	38	3,8
5	COSETT	34	3,4
6	VIVA	34	3,4
7	ENTEL	43	4,3
8	INCERPAZ	15	1,5
9	SEDECA	10	1,0
10	No Responde	124	12,4
11	Otros	91	9,1
	Total	**1000**	**100**

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Los mejores stands en opinión de los encuestados, han sido los de las empresas petroleras (REPSOL 30%, PETROBRAS 24%), quienes han realizado inversiones elevadas en infraestructura y decoración. Se destaca la participación del stand de IABSA con un 7% de opinión favorable de los visitantes. Le siguen los stands de telecomunicaciones (ENTEL 4,3%, con un porcentaje superior, COSETT 3,4%, y VIVA 3,4%), aunque la petrolera BG Bolivia obtuvo también un 3,8% de aprobación, posteriormente han sido calificados los stands de INCERPAZ (2%), SEDECA (1%), y las personas que se rehusaron a responder 12%.

4.12 Los 10 mejores stand de Exposur 2006 (sin tomar en cuenta Empresas consideradas Grandes)

Cuadro Nro 9

Calificación del Mejor Stand en la Exposur 2006

Nº	Institución	Frecuencia	Porcentaje %
1	Artesanías tajzara	51	5,1
2	Fautapo	31	3,1
3	Gladymar	27	2,7
4	Incerpaz	26	2,6
5	Casa Grande	24	2,4
6	La Casa Vieja	19	1,9
7	Cadepia	18	1,8
8	Cosett	18	1,8
9	Vinos ANIV	13	1,3
10	Tecnosoft	13	1,3
11	Varios	305	30,5
12	No responde	455	45,5
	Total	**1000**	**100%**

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE"

Los visitantes encuestados en un porcentaje relevante del 30,5%, indicaron que fueron varios, los stands que merecieron su aprobación, sin decidirse a dar un nombre sobre la mejor empresa o institución.

Por lo que el mejor stand sin tomar en cuenta a las empresas grandes, en opinión de los encuestados, ha sido el de la Asociación de Artesanos de Tajzara con un 5,1%, siguiéndole en importancia FAUTAPO con un 3,1%, habiéndose obtenido una opinión muy dispersa respecto al resto de las empresas. Llamando la atención el hecho de que los encuestados en el mayor de los casos se abstuvieron de responder esta pregunta esto se refleja el 45,5% del cuadro anterior de personas que no respondieron.

4.13 Principales aspectos negativos

Cuadro Nro 10
PRINCIPALES ASPECTOS NEGATIVOS
DE EXPOSUR 2006

Nº	Aspecto Negativo	Frecuencia	Porcentaje %
1	Ninguno	312	31,2
2	Organización	147	14,7
6	Infraestructura Ferial	84	8,4
10	Stands	70	7,0
8	Trafico Desorganizado	68	6,8
7	Espectáculos	64	6,4
16	Bebidas Alcohólicas	49	4,9
15	Fecha Inapropiada	48	4,8
5	Ingreso a la EXPOSUR	43	4,3
3	Servicios Básicos	33	3,3
12	Transporte	19	1,9
11	Seguridad	15	1,5
4	Comida	14	1,4
14	Visitantes	9	0,9
13	Comunicación	4	0,4
9	Innovación	2	0,2
17	No responde	19	1,9
	TOTAL	**1000**	**100**

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Es importante hacer notar que un 31,2% de los visitantes de la EXPOSUR 2006 no encontraron ningún aspecto negativo en la misma. Entre los aspectos negativos que mencionaron los visitantes se destaca las debilidades en la organización (14,7%), el 8,4% la infraestructura ferial, el 7% de los visitantes menciona la decoración de los stands, el 6,4 el tráfico desorganizado, el 6,4% los espectáculos, el 4,9% el excesivo consumo de bebidas alcohólicas, el 4,8% la fecha inapropiada de realización, el 3,3% el ingreso, referidas al costo de de las mismas, a las incómodas colas que deben hacerse para comprar boletos y a la decoración que se observa al ingresar y el 3,3% la falta de servicios básicos; entre los aspectos consideramos importantes de aspectos negativos .

Cuadro Nro 11

Comparación de los principales Aspectos Negativos con la Versión Anterior

Nº	Aspecto Negativo 2006	Porcentaje %	Aspecto Negativo 2005	Porcentaje %
1	Organización	14,7	Mala organización	39,9
2	Ningún aspecto negativo	31,2	Ningún aspecto negativo	7,5
3	Fecha Inapropiada	4,8	Fecha inapropiada	3
4	Bebidas Alcohólicas	4,9	Mucho consumo de alcohol	6,3

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

El aspecto más relevante al comparar ambas versiones es que sólo el 14,7% de los entrevistados considera que existió mala organización, frente al casi 40% de la versión anterior, igualmente el 31,2% de los encuestados no encontraron ningún aspecto negativo a la EXPOSUR 2006, esto se ve reflejado en la disminución en la parte organizativa mencionada anteriormente puesto que se redujo en más de 25% con referencia al pasado año.

4.14 Principales aspectos positivos

Cuadro Nro 12

PRINCIPALES ASPECTOS POSITIVOS DE EXPOSUR 2006

Nº	Aspecto Positivo	Frecuencia	Porcentaje %
1	Mejor Organización	420	42,0
2	Espectáculos	149	14,9
3	Stands	95	9,5
4	Todo en General	87	8,7
5	Expositores	70	7,0
6	Atención	50	5,0
7	Mayor # De Visitantes	37	3,7
8	Desarrollo	44	4,4
9	Ingreso a Exposur	5	0,5
10	Fecha Apropiada	1	0,1
11	Ninguno	18	1,8
12	No Responde	24	2,4
	Total	**1000**	**100**

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Entre los principales aspectos positivos se destaca una mejora en la Organización con un 42%, los espectáculos 15%, decoración de los stands 9,5%, y todo en general 8,7%. Los

entrevistados manifestaron estar satisfechos con el evento ferial y su organización observando una mejora continua.

El restante 25% de los visitantes encuestados menciono aspectos como los expositores, la atención, un mayor numero de visitantes, el desarrollo que trae consigo este tipo de eventos a la región, el ingreso a la EXPOSUR, la fecha apropiada, también hubieron personas que no encontraron ningún aspecto positivo y además personas que se abstuvieron de responder esta pregunta.

Cuadro Nro 13

Comparación de los principales Aspectos Positivos con la Versión Anterior

Nº	Aspecto Positivo 2006	Porcentaje %	Aspecto Positivo 2005	Porcentaje %
1	Mejor Organización	42	Buena organización	14,1
2	Espectáculos	14,9	Espectáculos	8,8
3	Stands	9,5	Decoración stands, atención al cliente	21,7
4	Todo en General	8,7	Todo esta bien, hay una mejora continua	20,9

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2005 – 2006"; CIEPLANE

Como se puede observar en el cuadro el aspecto más relevante a mencionar es la mejora en la organización que alcanzó al 42%, en comparación del pasado año tuvo un incremento del 28%, este es un indicador muy importante puesto que las recomendaciones que se dieron para el evento organizado el 2005, fue tomado en cuenta por los organizadores del evento EXPOSUR 2006.

Los espectáculos tuvieron un ascenso en cuanto a calificación como aspecto positivo se refiere, puesto que ascendió a un segundo lugar en la preferencia con 15%, que en comparación con el pasado año tuvo un incremento del 5%. A pesar de ser uno de los aspectos mas destacados como aspectos positivos, es bueno mencionar que los espectáculos como aspecto negativo alcanzan a un 6.4%[3], lo que nos lleva a deducir que un porcentaje del público aun no está conforme con los espectáculos presentados en esta versión, otro aspecto a relevar es que sólo el 9.5% de los visitantes califica a los stands como aspecto positivo, contra el 21,7% de la versión 2005.

[3] Este porcentaje mencionado, el lector podrá encontrarlo en el cuadro 10, Principales Aspectos Negativos de la Feria EXPOSUR 2006.

4.15 Calificación de los servicios de apoyo a visitantes

Cuadro Nro 14

PRINCIPALES ASPECTOS POSITIVOS DE EXPOSUR 2006

Servicio	Bien	Regular	Mal	No Responde	Total
Iluminación	81%	16%	2%	2%	100%
Limpieza feria	78%	16%	3%	3%	100%
Decoración pabellones	77%	20%	1%	2%	100%
Seguridad	57%	31%	9%	3%	100%
Parqueo	50%	30%	10%	10%	100%
Transporte	51%	35%	9%	5%	100%
Servicios básicos	47%	34%	9%	10%	100%

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"

Los mejor calificados han sido los servicios de iluminación, limpieza y decoración de los pabellones con el 81%, 78% y 77% respectivamente.

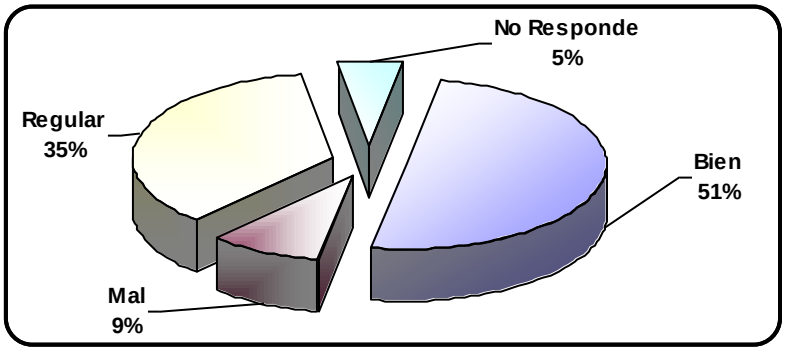
Los servicios medianamente satisfactorios han sido, seguridad, parqueo y transporte con 57% (9% mal), 51% (9% mal) y 50% (9% mal) respectivamente. El servicio peor calificado por los visitantes han sido los servicios básicos (baños, agua potable, etc.) con un 47% (9% mal).

En términos generales, se obtuvo una valoración media de 63%. Este resultado tuvo un descenso de 8% en comparación a la pasada gestión, este resultado pudo haberse dado por que la calificación de los servicios en general disminuyó.

4.15.1 Servicios de transporte

Gráfico Nro 18

Calificación de Servicios de Transporte



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

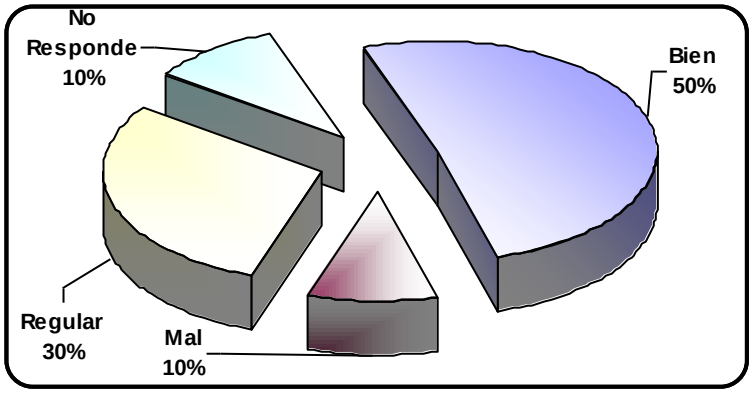
El 51% de los visitantes encuestados calificó los servicios de transporte como buenos, el 35% los calificó de regular, el 9% de los calificó como malos y el restante 5% no quisieron responder a la pregunta.

Algunas observaciones a este servicio por los visitantes son: parada de buses demasiado alejada de la entrada, se requieren mayores puntos de partida y llegada de buses al campo ferial, desorganización en los horarios de salida de los vehículos, monopolio por parte del sindicato de transporte, y especialmente muchas unidades de transporte para ir al campo ferial y pocas unidades para retornar del campo ferial.

4.15.2 Servicios de parqueo

Gráfico Nro 19

Calificación de Servicios de Parqueo



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

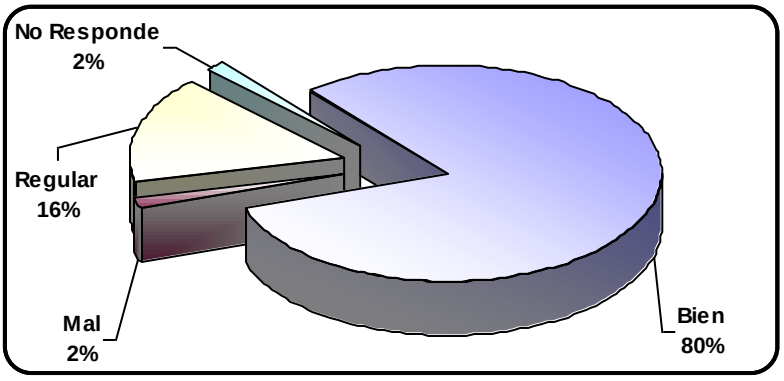
El 50% de los visitantes encuestados calificó como bueno los servicios de parqueo, el 30% los calificó de regular, el 10% los calificó mal y el restante 10% no respondió a la pregunta.

Algunas observaciones a este servicio, están relacionadas con la poca seguridad en el área de parqueo, la circulación de vehículos al interior del campo ferial en horarios poco apropiados y que al realizar el cobro del parqueo no daban ningún tipo de recibos y no se conocía a la empresa responsable de este cobro. (si es que la hubo).

4.15.3 Servicios de iluminación del campo ferial

Gráfico Nro 20

CALIFICACIÓN DE SERVICIOS DE ILUMINACIÓN DEL CAMPO FERIAL



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

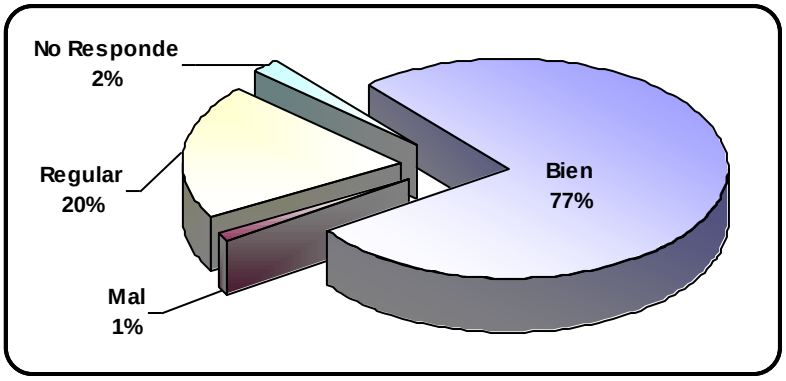
El 80% de los visitantes encuestados calificó los servicios de Iluminación como buenos, el 16% los calificó de regular, el 2% de los visitantes calificó mal y el restante 16% no respondió a la pregunta.

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

4.15.4 Servicios de decoración de pabellones

Gráfico Nro 21

CALIFICACIÓN DE SERVICIOS DE DECORACIÓN DE PABELLONES



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

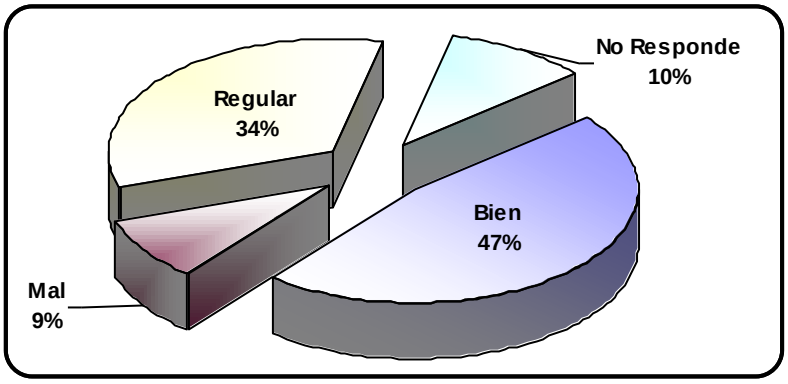
El 77% de los visitantes encuestados calificó los servicios de decoración de pabellones como buenos, el 20% los calificó de regular, el 1% de los visitantes los calificó como malos y el restante 2% no respondió a la pregunta.

Las principales observaciones son: la falta de pabellones internacionales, falta de pabellones agropecuarios, y especialmente descuido del pabellón artesanal.

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

4.15.5 Servicios básicos

Gráfico Nro 22
CALIFICACIÓN DE SERVICIOS BÁSICOS



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

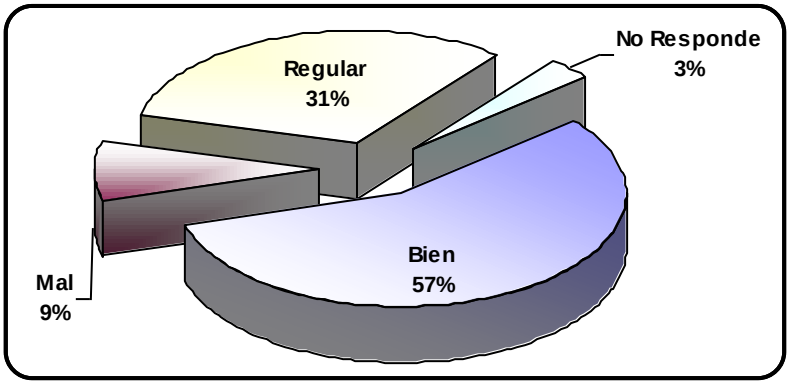
Los servicios básicos se refieren a la disponibilidad de letrinas y lavamanos. Al respecto sólo el 47% de los visitantes encuestados los calificó de buenos, el 34% calificó de regular, el 9% calificó como malos los servicios básicos brindados en la Exposur 2006 y el restante 10% no respondió a la pregunta.

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

4.15.6 Servicios de seguridad

Gráfico Nro 23

CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS DE SEGURIDAD



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

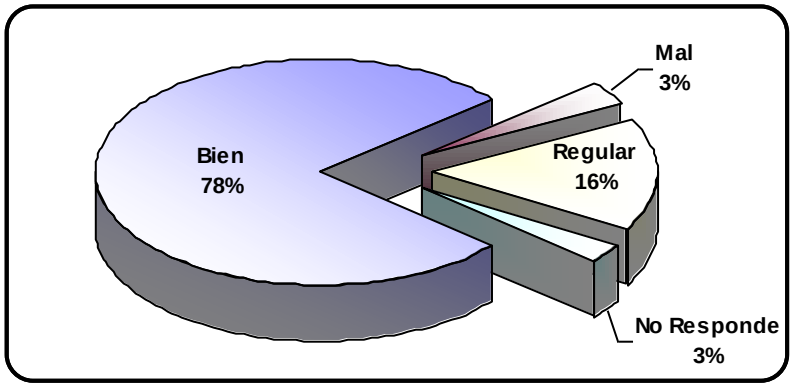
El 57% de los visitantes encuestados calificó los servicios de seguridad brindados como buenos, el 31% los calificó de regular, el 9% los calificó mal y el restante 3% no respondió a la pregunta.

Algunas observaciones son de: fijar rigurosamente los horarios de expendio de bebidas alcohólicas, por otro lado solicitan mayor seguridad en las áreas de parqueo y fuera de la feria, además de un mejor control de tráfico vehicular en inmediaciones del campo ferial.

4.15.7 Servicios de limpieza de los espacios públicos

Gráfico Nro 24

CALIFICACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA
DE LOS ESPACIOS PÚBLICOS



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

El 78% de los visitantes encuestados calificó los servicios de limpieza de los espacios públicos como buenos, el 16% los calificó de regular, el 3% los calificó como malos y el restante 3% no respondió a la pregunta.

Algunas sugerencias son: mayor limpieza en el área de comidas, algunos visitantes poco educados ensucian las áreas públicas, los que deben ser aseados con mayor celeridad.

4.16 Recomendaciones de los visitantes a los organizadores de Exposur 2005

Cuadro Nro 15

Principales recomendaciones de los visitantes

Nro	Recomendaciones	Frecuencia	Porcentaje %
1	Organización	365	36,5%
2	Infraestructura	227	22,7%
4	Espectáculos	98	9,8%
5	Participación de empresas nacionales e internacionales	74	7,4%
9	Seguridad	72	7,2%
7	Stands	65	6,5%
3	Servicios básicos y sanitarios	31	3,1%
8	Ingreso a Exposur	26	2,6%
6	Fecha apropiada	10	1,0%
10	Todo Bien	4	0,4%
11	No Responde	28	2,8%
	TOTAL	**1000**	**100%**

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Los visitantes de Exposur 2006 realizan algunas observaciones y sugerencias, con miras a que sean corregidas en la siguiente versión de la feria: Un 36,5% de los encuestados recomiendan una Mejor Organización, 23% recomienda mejorar la Infraestructura, 9% recomienda mejorar los Espectáculos comenzando con la puntualidad y cumplimiento del programa establecido, contratar más artistas de renombre y que estén de moda.

Otro 7% recomienda invitar a Empresas Nacionales e Internacionales para que tengan conocimiento de la economía Boliviana-regional, 7% recomiendan mayor seguridad, 6% mejorar la decoración de los stands, 3% mejorar los servicios básicos y Sanitarios incrementando el número de baños, bajando el costo de los servicios y mejorando la limpieza de los mismos.

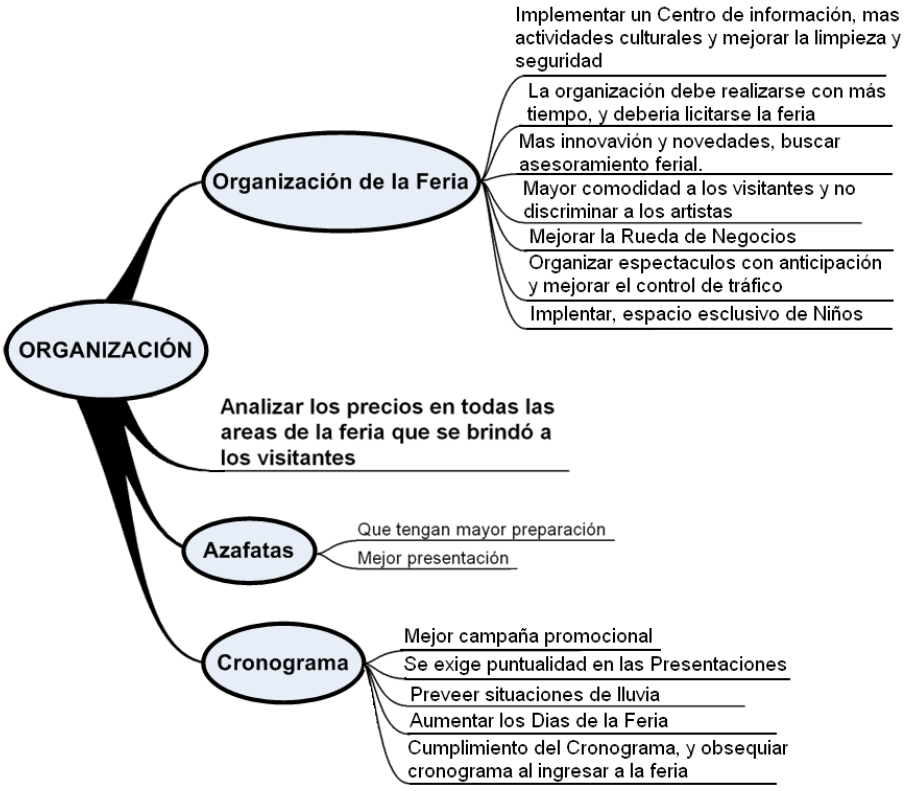
El 4% recomienda mejorar el ingreso de la EXPOSUR y cambiar a una fecha mas apropiada.

4.16.1 Apreciaciones sobre la organización[4]

Los visitantes recomiendan en un 36,5% una mejor organización para próximas versiones de Exposur.

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

Cuadro Nro 16
APRECIACIONES SOBRE LA ORGANIZACIÓN



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

[4] El diagrama que se presenta a continuación, resalta los aspectos más relevan en cuanto a recomendaciones se refiere, y es semejante al que se encuentra en el informe EXPOSUR 2005.

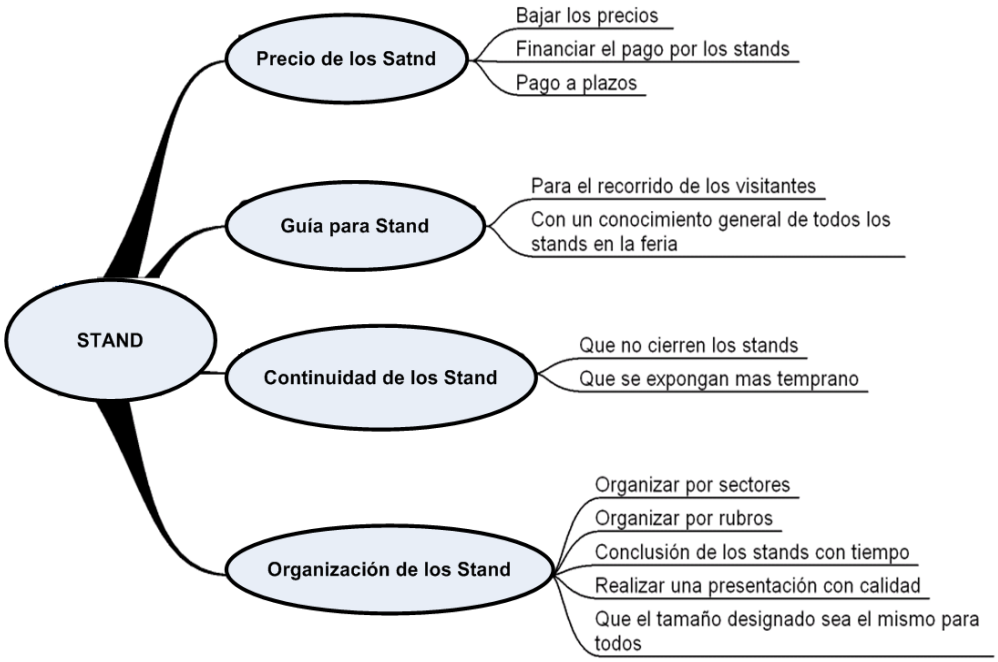
4.16.2 Apreciaciones sobre los stands[5]

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

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

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

Cuadro Nro 17
APRECIACIONES SOBRE LOS STAND



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

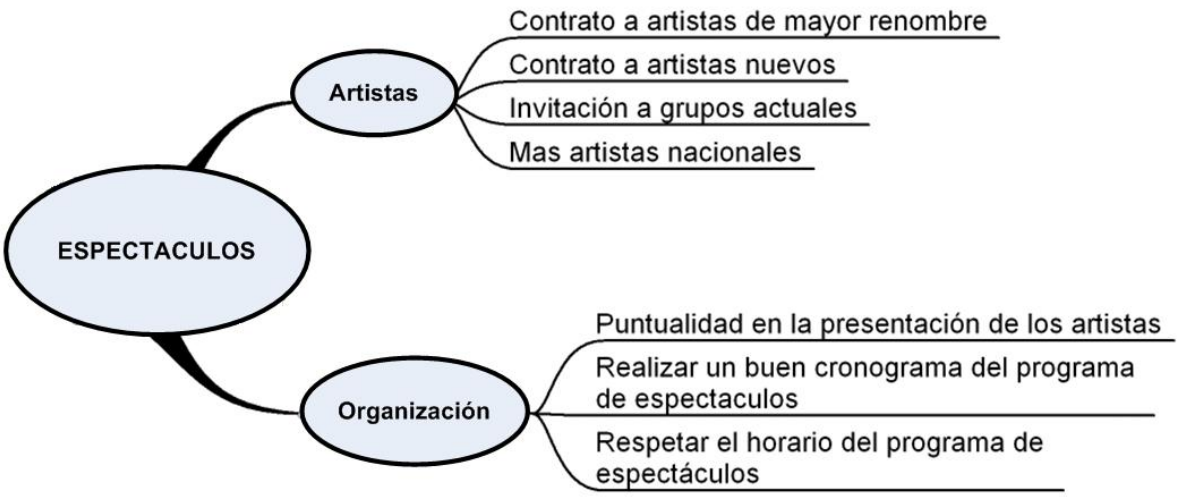
[5] El diagrama que se presenta a continuación, resalta los aspectos más relevan en cuanto a recomendaciones se refiere, y es semejante al que se encuentra en el informe EXPOSUR 2005.

4.16.3 Apreciaciones sobre los espectáculos[6]

Los visitantes recomiendan en un 9,8% mejorar la presentación del Espectáculo para próximas versiones de Exposur.

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

Cuadro Nro 18
APRECIACIONES SOBRE LOS ESPECTÁCULOS



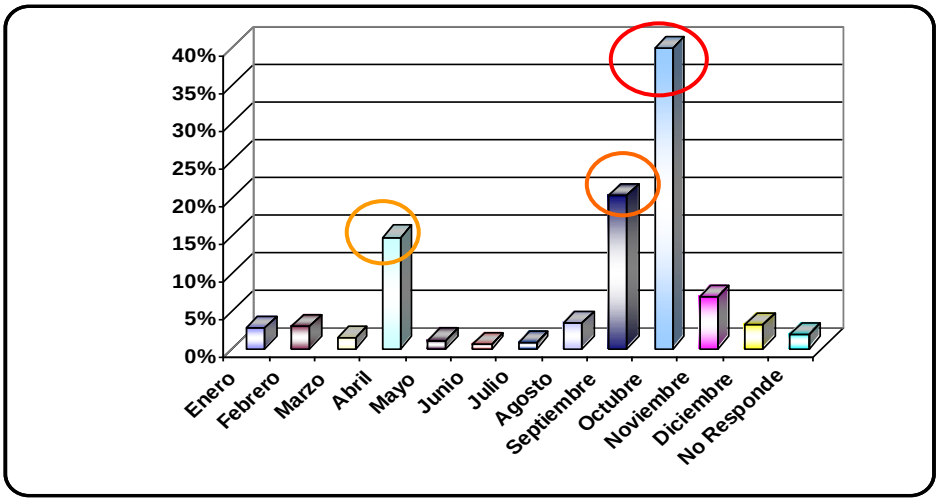
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

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

[6] El diagrama que se presenta a continuación, resalta los aspectos más relevan en cuanto a recomendaciones se refiere, y es semejante al que se encuentra en el informe EXPOSUR 2005.

4.17 Fecha recomendable para próximas versiones de Exposur

Gráfico Nro 25
FECHA RECOMENDABLE PARA EXPOSUR



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Cuadro Nro 19

Recomendación de la fecha para próximas Exposur

Mes	Frecuencia	Porcentaje %
Octubre	399	39,9
Septiembre	204	20,4
Abril	148	14,8
Noviembre	69	6,9
Agosto	33	3,3
Diciembre	32	3,2
Febrero	30	3,0
Enero	27	2,7
Marzo	15	1,5
Mayo	11	1,1
Julio	7	0,7
Junio	6	0,6
No Responde	19	1,9
Total	**1000**	**100**

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Los visitantes recomiendan que el mes apropiado para la realización de la Exposur es Octubre (40%), como segunda opción se sugiere el mes de septiembre (20,4%) y como tercera opción Abril 14,8%. Los demás meses son de menor importancia cuantitativa.

Se puede decir que las personas estuvieron de acuerdo con el mes realizado del evento (octubre), puesto que este mes tiene el porcentaje más alto en la pregunta realizada.

5. CARACTERÍSTICAS DE LOS EXPOSITORES

El número total de expositores encuestados en esta versión de la feria EXPOSUR 2006 aumentó aproximadamente en un 40%, respecto del año 2005, encuestándose a 176 empresas expositoras.

5.1 País de origen de las empresas expositoras

Cuadro Nro 20

LUGAR DE PROCEDENCIA DE LAS EMPRESAS EXPOSITORAS

País	Departamento o Provincia	Total
Argentina	Salta	0,57%
	Chaco	0,57%
	Santiago del estero	0,57%
Total Argentina		***1,70%***
Bolivia	Tarija	69,31%
	Santa Cruz	7,95%
	Oruro	0,57%
	La Paz	5,68%
	Cochabamba	7,39%
	Chuquisaca	3,98%
Total Bolivia		***94,88%***
Brasil	Santa Cruz[7]	0,57%
Total Brasil		***0,57%***
España	Santa Cruz[1]	0,57%
Total España		***0,57%***
Reino Unido	Santa Cruz[1]	0,57%
Total Reino Unido		***0,57%***
Chile	Iquique	0,57%
	Antofagasta	0,57%
Total Chile		***1,14%***
Paraguay		0,57%
Total Paraguay		***0,57%***
Total general		**100%**

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Se estima que el porcentaje de expositores extranjeros aumentó, aproximadamente un 1,5%[8] del total de expositores en comparación con la versión anterior de la EXPOSUR, Los

[7] Empresas Extranjeras, cuyas oficinas en Bolivia se encuentran en Santa Cruz

[8] Este dato fue una comparación de los datos de la Exposur 2006, con el informe de la Exposur 2005.

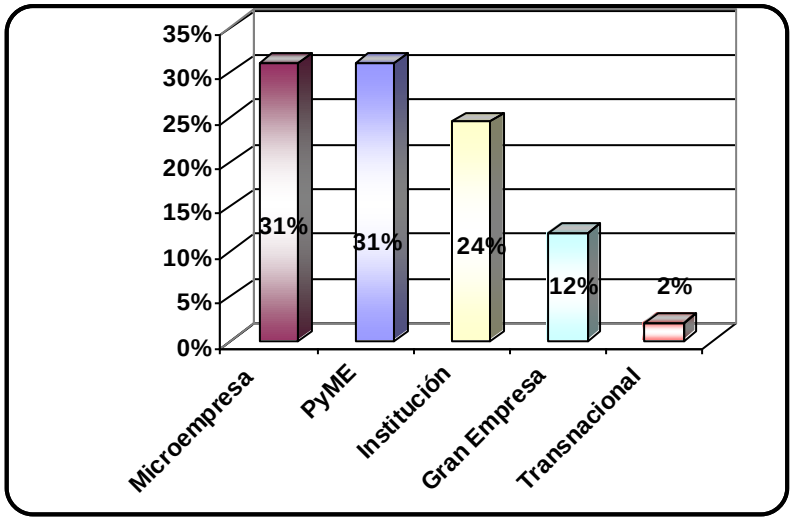
expositores extranjeros corresponden a instituciones Municipales de Argentina, Paraguay y Chile y por la industria petrolera (REPSOL, PETROBRÁS, BG Bolivia).

Por zonas geográficas, cabe destacar la fuerte presencia de Tarija con el 69,31 de las empresas expositoras y un 25,57% de empresas de otros departamentos de Bolivia, principalmente La Paz, Santa Cruz y Cochabamba, en menores porcentajes Chuquisaca y Oruro.

5.2 Tamaño de las empresas expositoras

Gráfico Nro 26

TAMAÑO DE LAS EMPRESAS



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Considerando el número de empleados que trabajan en las diferentes empresas participantes de Exposur 2006, se ha determinado que:

- El 62% son empresas MiPyMEs[9] (Microempresas 31% y PyMEs 31%).
- El 24% son Instituciones tanto públicas como privadas.
- El 14% son grandes empresas y transnacionales (12% y 2% respectivamente).

En la EXPOSUR 2006, en comparación con los datos de la versión anterior, los expositores MiPyMEs se redujeron en un 8%, la participación de Instituciones tanto Públicas como privadas

[9] MiPyME; Micro, Pequeña y Mediana Empresa

aumentaron en 4% y la Empresas grandes y Transnacionales incrementaron su participación en 4%[10].

5.3 Antigüedad de las empresas expositoras

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

El 100% de las empresas transnacionales en la EXPOSUR 2006 tienen más de 10 años de trayectoria empresarial.

Respecto a las Grandes Empresas, el 59% tiene más de 10 años de antigüedad, 23% de 6 a 10 años de antigüedad y el 18% entre 1 a 5 años de antigüedad.

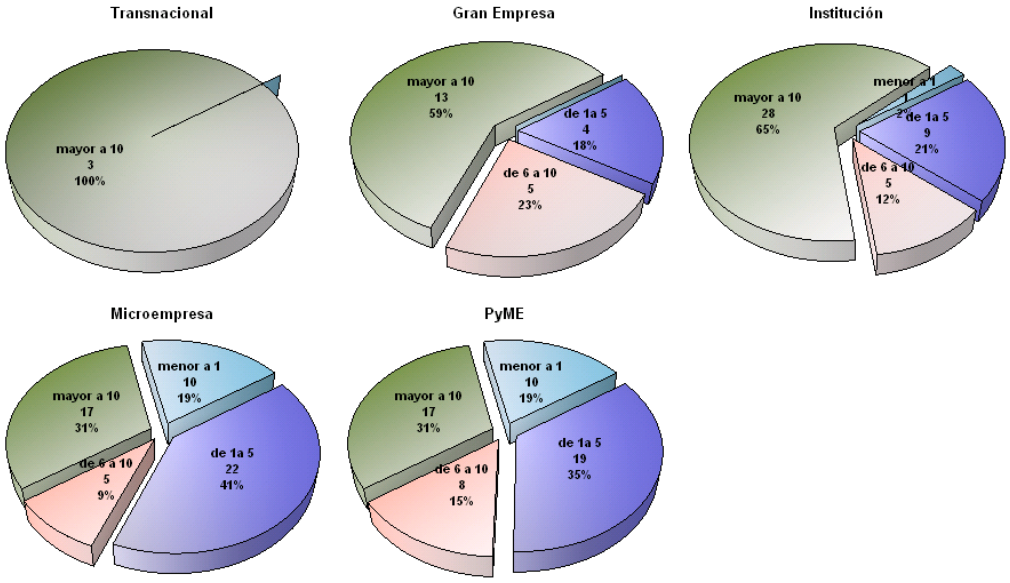
De las Instituciones participantes, el 65% tiene más de 10 años de vida, el 21% entre 1 a 5 años, el 12% entre 6 a 10 años y el 2% menos de un año de antigüedad.

Del 79% de las PyMEs, el 31% tiene más de 10 años de antigüedad, el 15% entre 6 a 10 años, el 35% entre 1 a 5 años y el 19% menos de un año de antigüedad.

De las microempresas el 31% tienen más de 10 años de vida, el 9% entre 6 a 10 años, el 41% entre 1 a 5 años y el 19% menos a un año de antigüedad.

Gráfico Nro 27

ANTIGÜEDAD DE LAS EMPRESAS



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

[10] Estos datos de comparación fueron sacados del Informe EXPOSUR 2005.

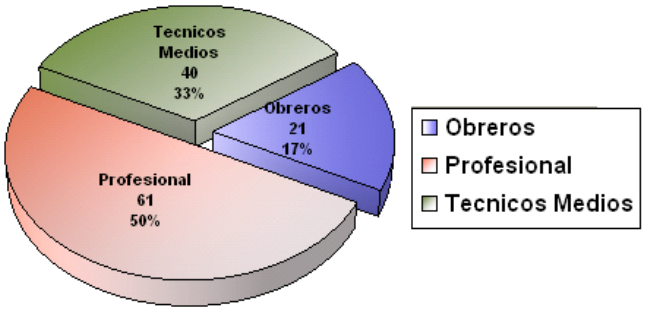
Se puede destaca que gran parte de las microempresas y las PyMEs participantes en Exposur 2006, son empresas de reciente creación, que han sido fundadas hace menos de 5 años.

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

5.4 Nivel de formación de los trabajadores en las empresas expositoras

Gráfico Nro 28

NIVEL DE FORMACIÓN



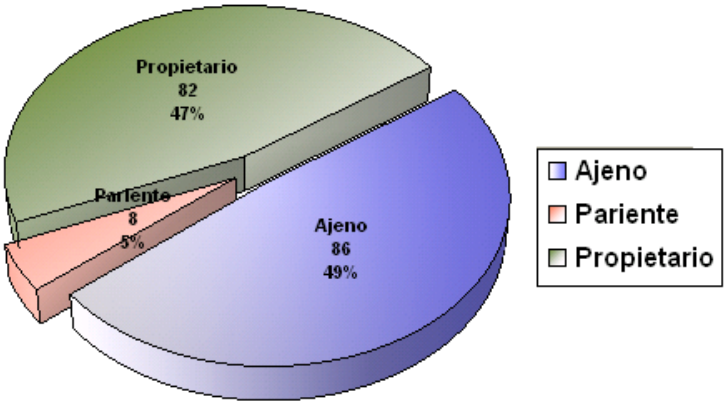
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Existe un alto nivel de profesionalización en el personal de las empresas expositoras, el 83% esta compuesta por técnicos medios y profesionales (33% y 50% respectivamente). Solamente el 17% no cuenta con capacitación media o universitaria.

5.5 Gerente de las empresas expositoras

Gráfico Nro 29

GERENTE DE LAS EMPRESAS PARTICIPANTES



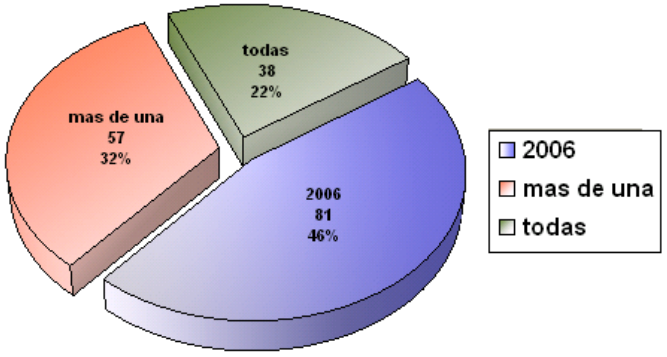
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

En el 47% de los casos el Gerente es el propietario de la empresa expositora, en el 5% es familiar del propietario y en el 49% el Gerente es ajeno a la familia del propietario.

5.6 Participación de los expositores en diferentes versiones de Exposur

Gráfico Nro 30

PARTICIPACIÓN EN DIFERENTES VERSIONES



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

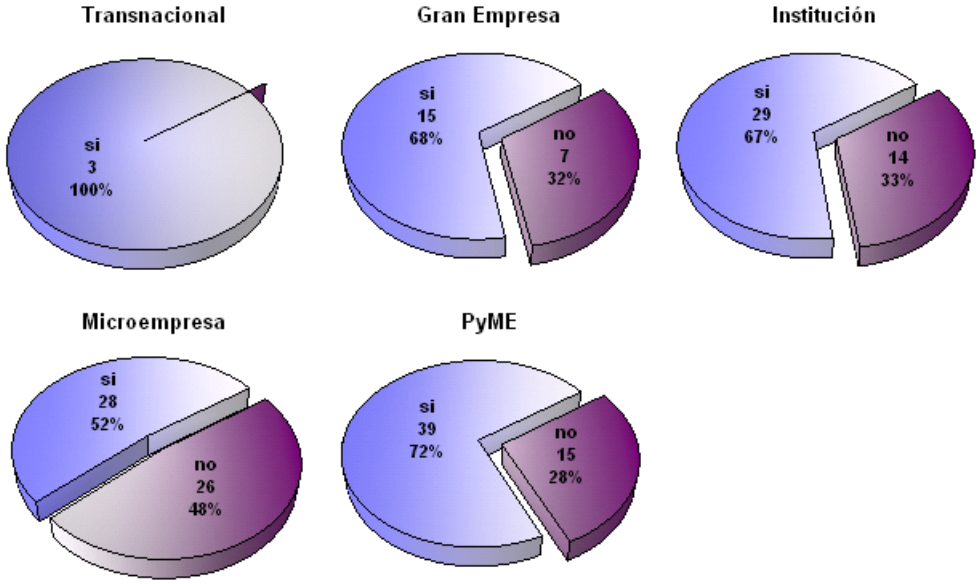
El 46% de las empresas participa por primera vez de este evento ferial, el 54% de las empresas, ha participado en mas de una versión de Exposur (22% en todas las versiones y 32% en mas de una versión).

Es notable la participación de las nuevas empresas que participaron de esta nueva versión EXPOSUR 2006, puesto que este es un dato muy relevante para los organizadores.

5.7 Capacitación del personal en participación ferial

Gráfico Nro 31

CAPACITACIÓN AL PERSONAL



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Es notable ver que las Transnacionales capacitan a todo su personal es decir que el 100% de sus empleados fueron capacitados para el evento EXPOSUR 2006, la Gran empresa capacita al 68% y no capacita el 32% de su personal, las Instituciones tanto públicas como privadas capacitan al 67% de su personal y no capacitan al 33%, las PyMEs capacitan al 72% de su personal y no capacitan al 28% y las Microempresas capacitan al 52% de su personal y no capacitan al 48% del personal que se encuentra en la feria EXPOSUR 2006.

El aspecto más resaltante en el gráfico anterior es que el porcentaje del personal capacitado en mas alto que el personal no capacitado en todas los tipos se empresas.

5.8 Número de personas dedicadas a la atención de stands

Cuadro Nro 21

PERSONAS DEDICADAS A LA ATENCIÓN DE STANDS

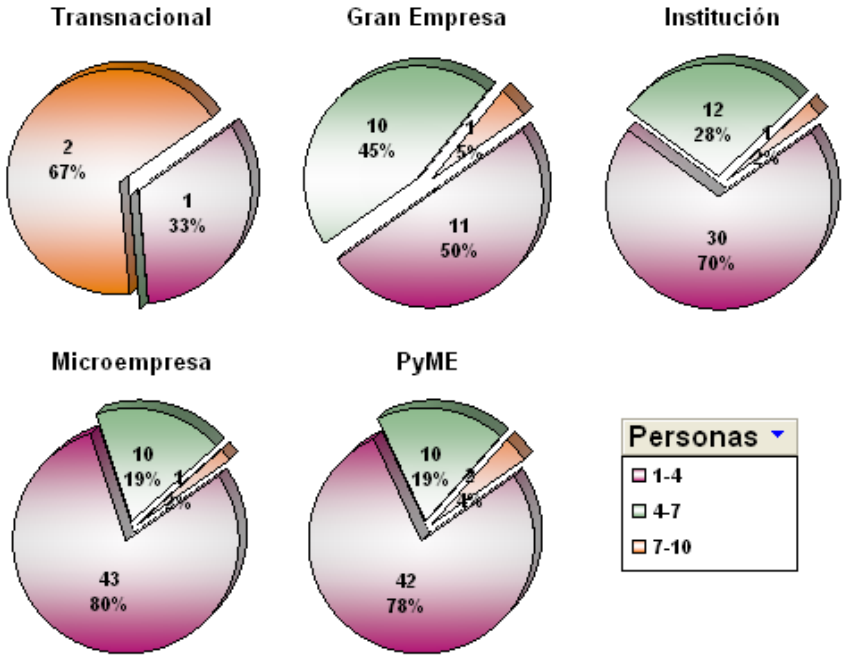
Estadístico	Valor
N	176
Media	3
Moda	2
Desv. típ.	1,5
Mínimo	1
Máximo	8

En promedio se ocupan 3 personas para la atención de los stands, el valor que mas se repite (moda), es de 2 personas. El mínimo de personal destinado para la atención es de 1 y el máximo de 8 personas.

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

Gráfico Nro 32

Nº DE PERSONAS DEDICADAS AL STAND (%) POR TIPO DE EMPRESA



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

- El 67% de las transnacionales ocupan entre 7 a 10 personas para la atención de su stand y un 33% ocupa entre 4 a 7 personas. El 50% de La Gran Empresa ocupan entre 1 a 4 personas, un 45 % entre 4 a 7 personas y solo el 5% ocupa entre 7 a a10 personas para la atención de su stand.
- Un 70% de las Instituciones tanto públicas como privadas utiliza entre 1 a 4 personas, un 28% entre 4 a 7 personas y un 2% entre 7 a 10 personas, para la atención de sus stands.
- Un 78% de la PyME utiliza entre 1 a 4 personas, un 19% entre 4 a 7 personas y un 3% entre 7 a 10 personas, para la atención de sus stands. Un 80% de las Microempresas utilizan entre 1 a 4 personas, un 19% entre 4 a 7 personas y 1% entre 7 a 10 personas, para la atención de sus stands.

En la mayor parte de las empresas se tiene entre 1 a 4 personas atendiendo en los stands.

5.9 Inversión en instalación de stands

Cuadro Nro 22

INVERSIONES EN INSTALACIÓN DEL STAND

N	**Válidos**	**142**	
	Perdidos	34	
Estadístico		**Valor Bs.**	**Valor $us.**
Media		7524	935
Mediana		3000	373
Moda		2000	248
Desv. típ.		13975	1736
Mínimo		250	31
Máximo		112000	13913
Percentiles	25	1500	186
	50	3000	373
	75	8000	994

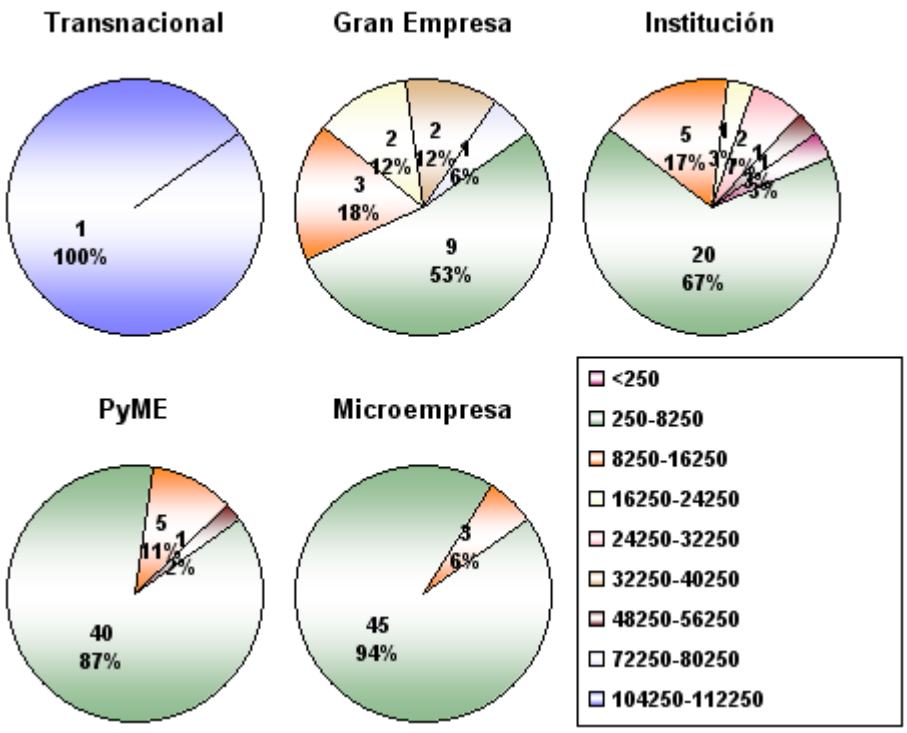
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

El promedio de inversiones en la instalación del stand es de 935 $us, el mínimo registrado es de 31 $us, el máximo costo en la inversión es de 13.913 dólares.

Las empresas del primer cuartil, invierten 186 $us en la instalación de su stand, las del segundo cuartel, invierten 373 $us, finalmente las empresas del tercer cuartel invierten en promedio 994 $us.

Gráfico Nro 33

GASTOS EN PREPARACIÓN DEL STAND



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

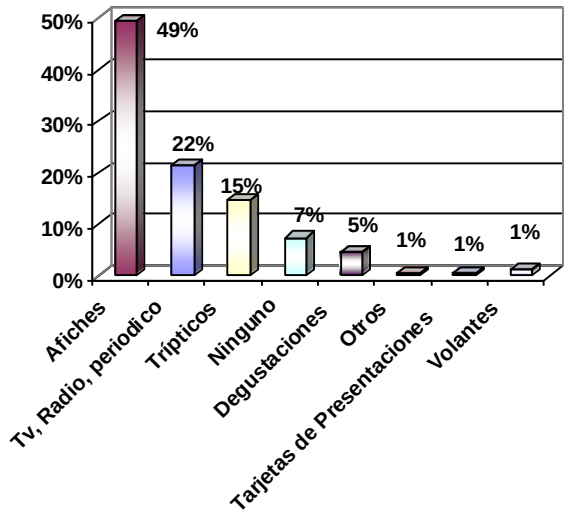
- El 100% de las empresas **Transnacionales** invierten más de 100.000 Bs. en la decoración de su stand. El 59% de la **Gran Empresa** gasta entre 250 a 8.250 Bs. y un 18% gastan entre 8.250 a 16.250 Bs., entre los datos más relevantes en estas categorías.

- Un 67% de las **Instituciones tanto Públicas como Privadas** gastan entre 250 a 8.250 Bs., un 17% gastan entre 8.250 a 16.250 Bs., y el restante 16% gasta menos en proporciones diferentes.

- Un 94% de las **PyMEs** gastan entre 250 a 8.250 Bs., un 6% 8.250 a 16.250 Bs. Un 87% de las **Microempresas** gastan entre 250 a 8.250 Bs., un 11% gastan entre 8.250 a 16.250 Bs. y un 2% gastan entre 48.250 a 56.250 Bs.

5.10 Material de promoción utilizado por los expositores

Gráfico Nro 34
MATERIAL DE PROMOCIÓN UTILIZADO (%)



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

El material de promoción más utilizado por la empresas expositoras, durante su participación ferial han sido los afiches y trípticos (49% y 15% respectivamente), la promoción por medios masivos como televisión, radio y periódicos ocupa el segundo lugar (22%).

Las degustaciones, Tarjetas de Presentación, volantes y otros, son el medio de promoción menos utilizado por las empresas durante su participación en la feria de (7%) a porcentajes menores.

5.11 Objetivos de participación en Exposur 2006

Cuadro Nro 23
OBJETIVOS DE PARTICIPACIÓN

	Primero (%)	Segundo (%)	Tercero (%)	Ponderado
Promocionar	33,5	25,0	10,8	69
Vender su Producto	22,2	22,7	12,5	57
Otros motivos	14,8	0,6	0,0	15
Potenciar la marca	14,2	14,2	6,3	35
Expandir Mercado	11,9	13,1	27,3	52
Rueda de Negocios	3,4	4,0	6,8	14
Observar a la competencia	0,0	2,8	5,1	8
Ninguno	0,0	17,6	31,3	49
Total	**100**	**100**	**100**	**300**

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Los principales objetivos de participación de las empresas en la feria Exposur 2006 han sido la promoción de sus productos (33,5%), la comercialización (22,2%) y otros (14,8%) así como el potenciamiento de la marca con un 14,2%. Otros motivos están relacionados con el conocimiento del mercado con miras a una posible incursión, el estar presentes en la feria y hacer conocer los beneficios sociales que prestan ciertas empresas e instituciones.

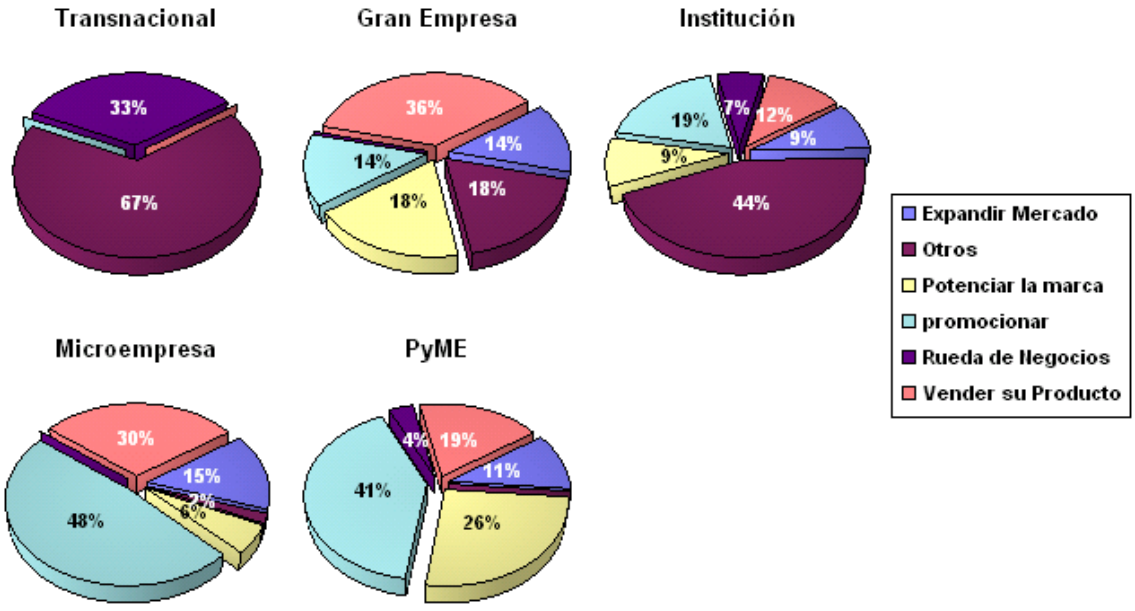
El motivo ponderado, es decir considerando el motivo principal, mas los motivos secundario y terciario que tienen las empresas para participar en este evento ferial, destacan la promoción de productos como principal motivo (69%), seguida de la venta (57%) y expandir su mercado (52%).

Cabe hacer notar que la rueda de negocios no es motivo principal de participación de los expositores en Exposur.

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

Gráfico Nro 35

OBJETIVOS DE PARTICIPACIÓN POR TIPO DE EMPRESA



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

- El 67% de las empresas **Transnacionales** participan en la feria con el objetivo de hacer conocer los beneficios que brindan estas empresas en nuestro país y el 33% participa con el objetivo de participar en la Rueda de negocios. De la **Gran Empresa** un 36%

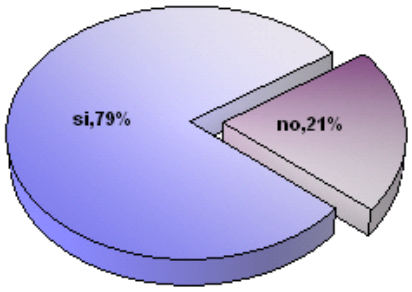
busca como objetivo vender su producto, un 18% potenciar la marca, y con un 18% hacer conocer los beneficios sociales que brindan.

- Para las **Instituciones** como principal objetivos tienen en el entorno social que esta representado con un 44%, un 19% es promocionarse, un 12% es vender, un 9% es expandir su mercado y potenciar la marca y un 7% participar en la rueda de negocios.
- Las **PyMES** en un 41% busca promocionar su producto, un 26% es potenciar la marca, un 19% vender, un 11% expandir su mercado y solo el 4% de participar en la rueda de negocios. Las **Microempresas** un 48% busca promocionar su producto, un 30% vender su producto, un 15% expandir su mercado, un 6% es potenciar la marca y el 2% tiene otros objetivos.

5.12 Cumplimiento de objetivos

Gráfico Nro 36

CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS DE PARTICIPACIÓN EN EXPOSUR 2006



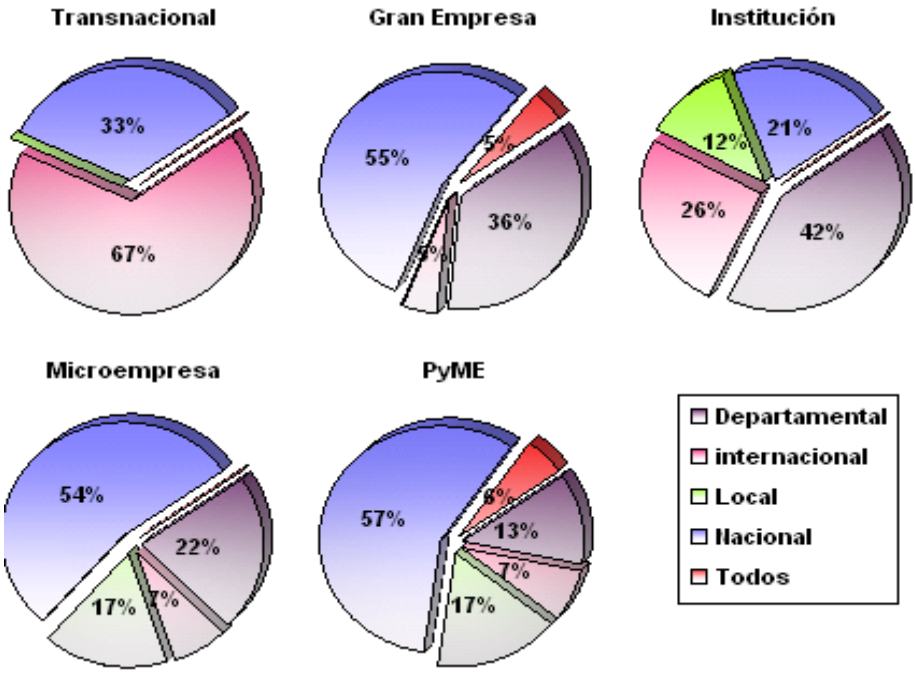
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

El 79% de las empresas participantes en EXPOSUR 2006, cumplieron sus objetivos de participación, el restante 21% no cumplieron sus objetivos de participación. Puede por tanto destacarse que existe un alto grado de cumplimiento de objetivos por parte de las empresas que participaron en la Feria.

5.13 Mercados de destino de las empresas participantes

Gráfico Nro 37

MERCADOS DE DESTINO DE LAS EMPRESAS



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

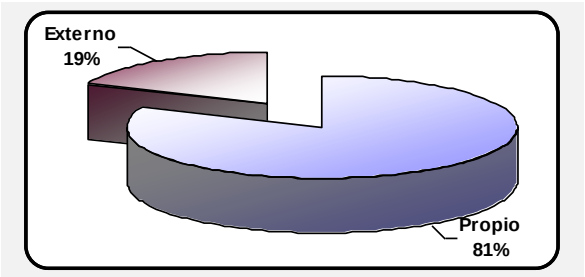
- El 100% de las Empresas Transnacionales tiene la capacidad de acceder tanto a, mercados nacionales e internacionales.
- El 55% de mercado de la Gran Empresa está orientado al mercado Nacional, un 36% está orientado al mercado Departamental, el 5% orientado al Internacional y un 4% está orientado a todos los mercados.
- Las Instituciones, un 42% tiene alcance departamental, el 26% a nivel internacional, el 21% nacional y un 12% alcance a nivel local.
- La PyMES un 57% de su mercado esta orientado a nivel nacional, un 17% esta orientado al mercado local, un 13% al mercado departamental, un 7% exclusivamente al mercado internacional y un 6% esta orientado a todos los mercados.
- Las Microempresas un 54% esta orientado al mercado nacional, un 22% esta orientado la mercado departamental, el 17% a nivel local y un 7% esta orientado al mercado internacional.

5.14 Financiamiento de la participación en Exposur 2006

Gráfico Nro 38

FINANCIAMIENTO PARA SU PARTICIPACIÓN

EN LA EXPOSUR 2006



	Frecuencia	Porcentaje
Propio	143	81%
Externo	33	19%
Total	**176**	**100%**

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

El 81% de las empresas expositoras se autofinancian y el 19% de las empresas tienen un apoyo externo de financiamiento.

El siguiente cuadro muestra las empresas e instituciones financiadoras de empresas expositoras de la EXPOSUR 2006.

Cuadro Nro 24

FINANCIADORES DE PARTICIPACIÓN A EMPRESAS EXPOSITORAS

Institución	Clasificación				
	Gran Empresa	Microempresa	Institución	PyME	**Total general**
Prefectura Tarija		1	3		**4**
Prefectura Chuquisaca				3	**3**
Municipio Yacuiba				3	**3**
PROSAT		3			**3**
AGRO 21		2			**2**
Instituciones Privadas	1		1		**2**
ONG		1	1		**2**
BG Bolivia				2	**2**
Alcaldía San Lorenzo				1	**1**
Alcaldía San Lucas			1		**1**
CAPIA				1	**1**
ECAM			1		**1**
Empresas Privadas			1		**1**
Estudiantes			1		**1**
OTN/OEA			1		**1**
Privados				1	**1**
PRODEM				1	**1**
Programa de Apoyo a la Cadena Uva, Vinos y Singanis				1	**1**
Programa Niño Jesús, Chapaquito Feliz afiliado a CCF				1	**1**
Sub-prefectura Monteagudo				1	**1**
Total general	**1**	**7**	**10**	**15**	**33**

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

El anterior detalle nos indica que efectivamente sólo 33 empresas recibieron financiamiento de distintos tipos de Empresas, ONGs e Instituciones, siendo la Prefectura de Tarija, la que en mayor número financió: a 3 instituciones y a una microempresa.

5.15 Calificación a los servicios de apoyo de la EXPOSUR a expositores

Cuadro Nro 25

CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS DE APOYO (datos en %)

Servicio	Bien	Regular	Mal	Total
Servicios Básicos (energía eléctrica)	67	29	4	**100**
Decoración de Pabellones	64	29	7	**100**
Iluminación del campo ferial	63	34	3	**100**
Seguridad	62	26	12	**100**
Limpieza	60	31	9	**100**
Comunicación	43	33	24	**100**
Servicios Básicos (baños, etc.)	42	46	12	**100**

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Los datos que se presentan en el cuadro anterior son promedios entre todas las clasificaciones de las empresas en cada una de sus porcentajes.

Los mejor calificados han sido los servicios básicos (energía eléctrica) con un 67%, los servicios de Decoración de Pabellones 64%, los servicios de iluminación con un 63%, servicios de seguridad 62% y los servicios de limpieza 60%.

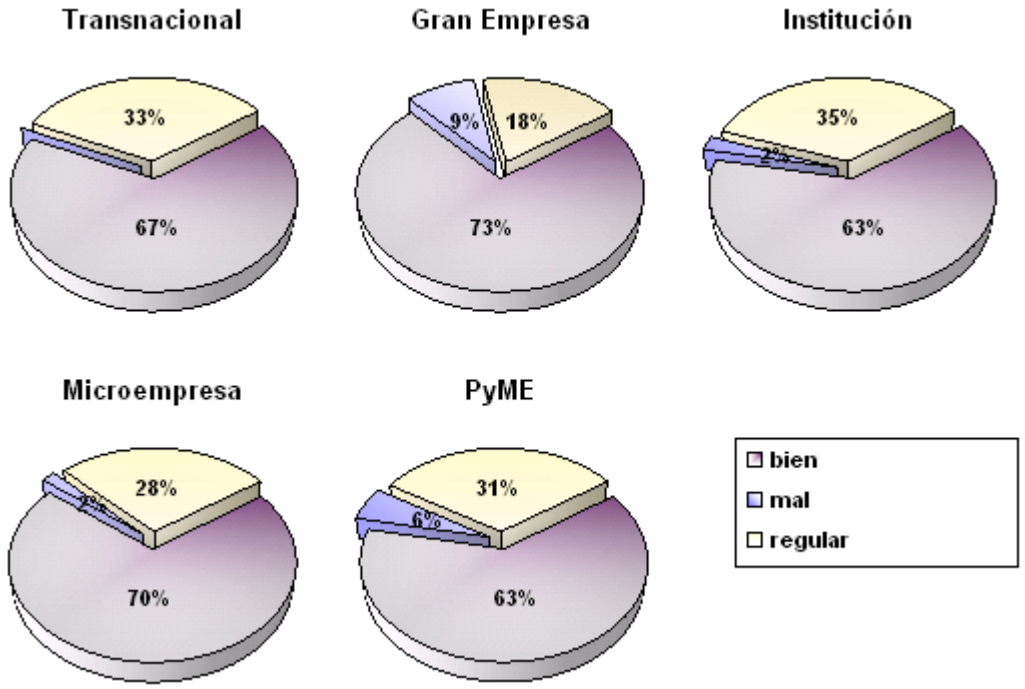
Tanto los servicios de comunicación (teléfono, Internet, fax, etc.) como de servicios básicos (baño, etc.), han tenido una menor calificación (43% y 42%).

En términos generales, se obtuvo una valoración media de 57,3%, de los servicios prestados por la organización a los expositores, aunque hay que hacer notar los porcentajes del 12,13, y 24% (seguridad, baños y comunicación) que calificaron como mal a la prestación de estos servicios

5.15.1 Calificación a los servicios básicos (energía eléctrica)

Gráfico Nro 39

CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS BÁSICOS



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

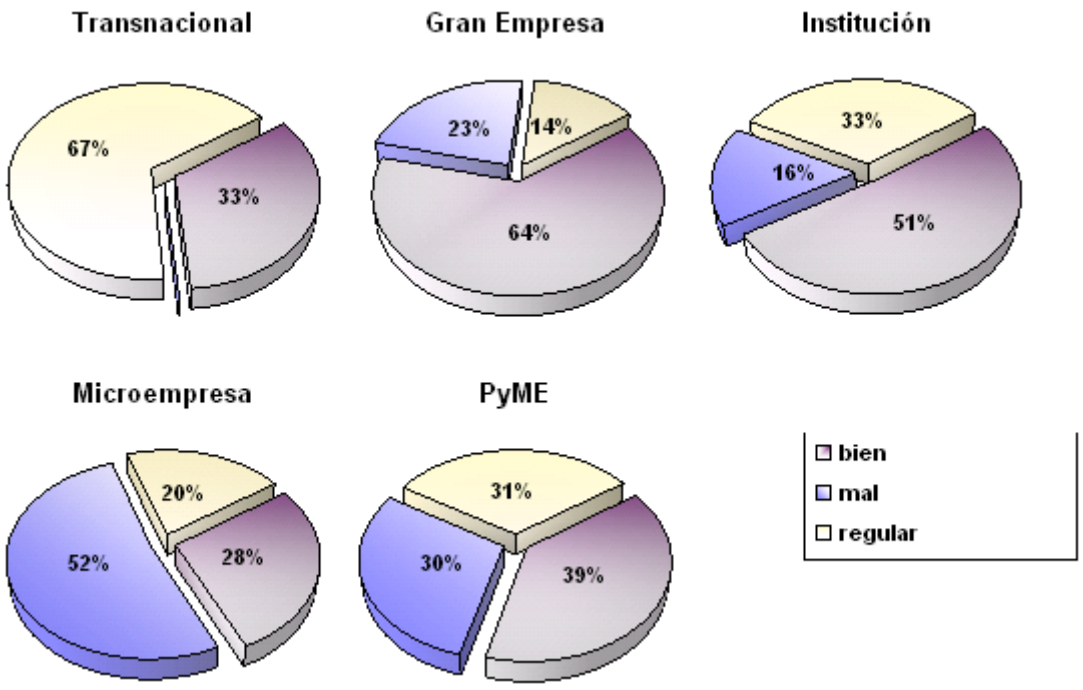
Los servicios básicos están referidos a la disponibilidad de la energía eléctrica, durante el evento ferial:

- El 67% de las empresas Transnacionales califican de buenos los servicios de energía eléctrica y 33% califican como regular los servicios prestados de energía eléctrica brindados en la Exposur 2006.
- El 73% de las grandes empresas califican de buenos los servicios eléctricos brindados en la Feria, el 18% los califica como regular y el 9% califican como malos los servicios de energía eléctrica.
- El 63% de las instituciones califican de buenos los servicios de energía eléctrica brindados, el 35% califica regular y el 2% como malos.
- El 63% de las PyMes califican de buenos los servicios de energía eléctrica brindados, el 31% califica regular y el 6% califica como malos.
- El 70% de las Microempresas califican de buenos los servicios de energía eléctrica brindados, el 28% califica regular y el 2% califica como malos.

5.15.2 Calificación a los servicios de comunicación

Gráfico Nro 40

CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Los servicios de comunicación están referidos a la disponibilidad de medios de comunicación como teléfono, fax, Internet, durante el evento ferial:

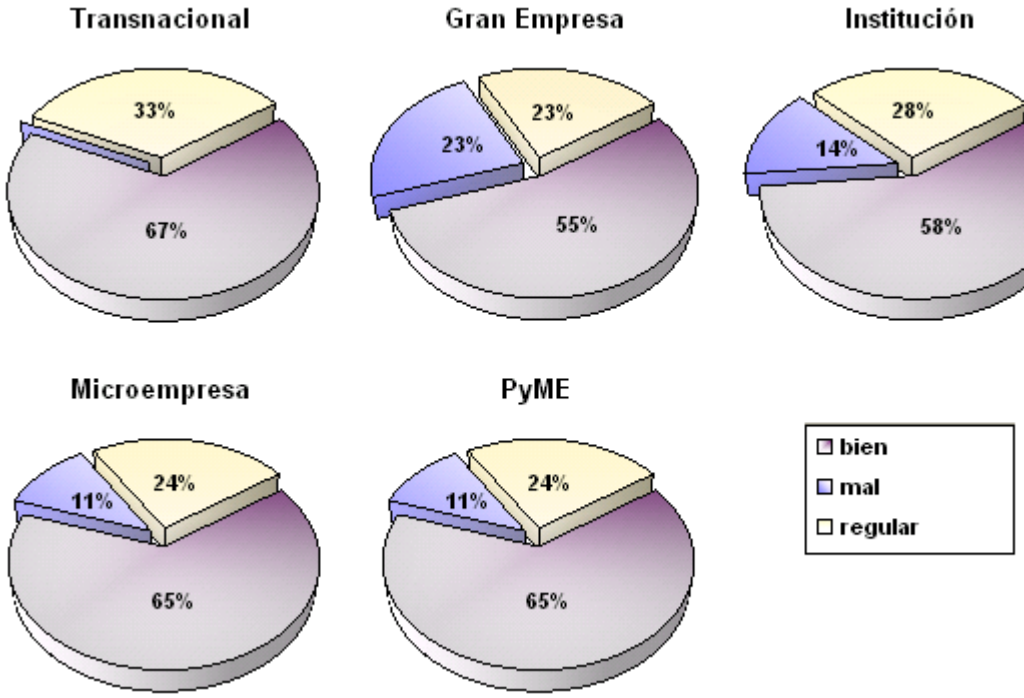
- El 67% de las Empresas Transnacionales califican como regulares los servicios de comunicación y el 33% está satisfecho con los servicios brindados en la EXPOSUR 2006, los califican de buenos.
- El 64% de las Grandes Empresas los califican como buenos a los servicios de comunicación, el 14% los califica de regular y el 23% los califica de malos.
- El 51% de las instituciones califican como buenos a los servicios de comunicación en el campo ferial, el 33% los califica de regulares, y el 16% los califican como malos.
- El 39% de las PyMEs califica como buenos los servicios de comunicación brindados, el 31% los califica de regular y el 30% califica como malos a los servicios de comunicación brindados.

- Finalmente sólo el 28% de las Microempresas los califica como buenos, el 20% califica de regular y el 52% califica como malos a los servicios de comunicación brindados en el evento ferial.

5.15.3 Calificación a los servicios de seguridad

Gráfico Nro 41

CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS DE SEGURIDAD



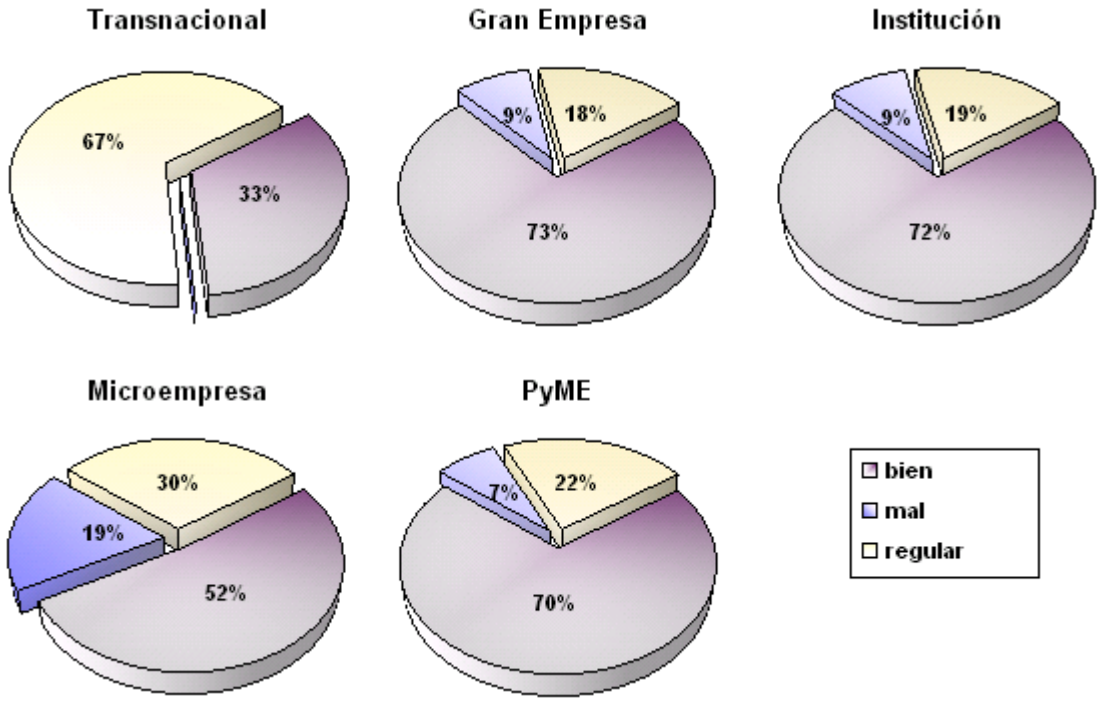
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

- El 67% de las Empresas Transnacionales califican como regulares a los servicios de seguridad y el 33% los califica como buenos.
- El 55% de las Grandes Empresas los califican como buenos, el 23% los califica de regular y el 22% lo califica de malos a los servicios de seguridad.
- El 58% de las instituciones califican como buenos a los servicios de seguridad brindados en el campo ferial, el 28% califica de regulares, y el 14% los califican como malos.
- El 65% de las PyMEs califica como buenos los servicios de seguridad brindados, el 24% los califica de regular y el 11% los califica como malos.
- El 65% de las Microempresas los califica como buenos, el 24% califica regular y el 11% califica como malos a los servicios de seguridad brindados en la Exposur 2006..

5.15.4 Calificación a los servicios de limpieza

Gráfico Nro 42

CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS DE LIMPIEZA



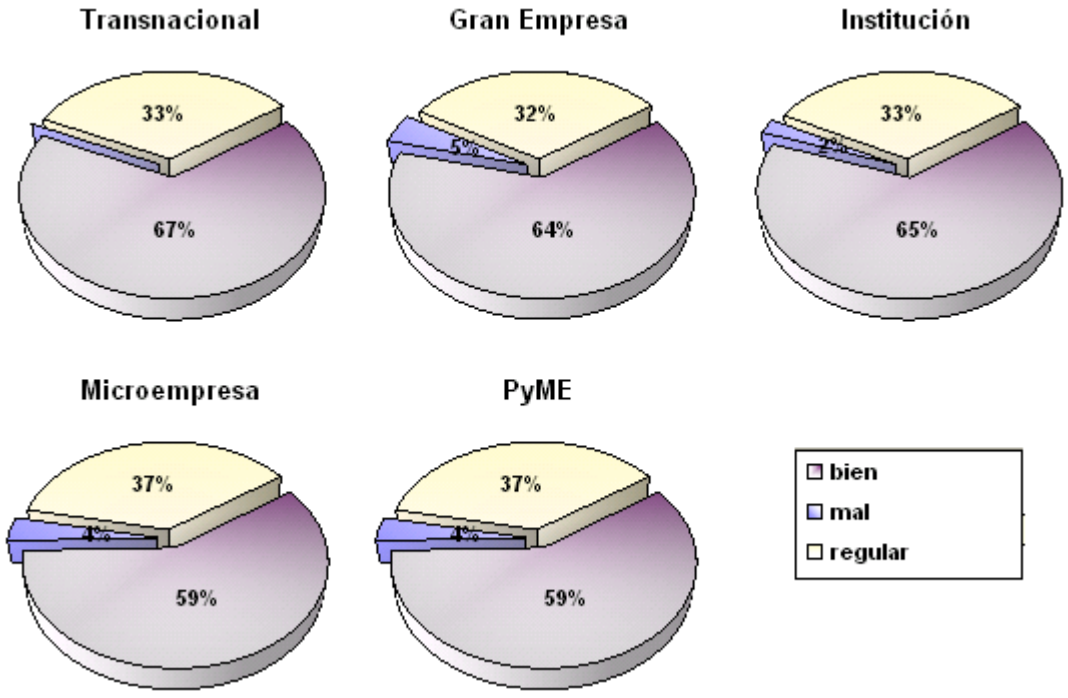
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

- El 67% de las Empresas Transnacionales califican bien los servicios de limpieza brindados en la Exposur 2006 y el 33% los califican como regulares a los servicios de limpieza brindados.
- El 73% de las grandes empresas califican buenos los servicios de limpieza brindados en la Feria, el 18% califica regular y restante 9% los califica como malos a los servicios de limpieza brindados en la feria.
- El 72% de las instituciones califican buenos los servicios de limpieza brindados, el 19% califica regular y el 6% califican como malos a los servicios de limpieza brindados en la feria.
- El 70% de las PyMES califican de buenos los servicios de limpieza brindados, el 22% califica regular y el restante 8% los califica como malos a los servicios de limpieza brindados.
- El 52% de las Microempresas califican de buenos los servicios de limpieza brindados, el 30% califica regular y el 18% califica como malos a los servicios de limpieza brindados.

5.15.5 Calificación a los servicios de Iluminación del campo

Gráfico Nro 43

CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS ILUMINACIÓN



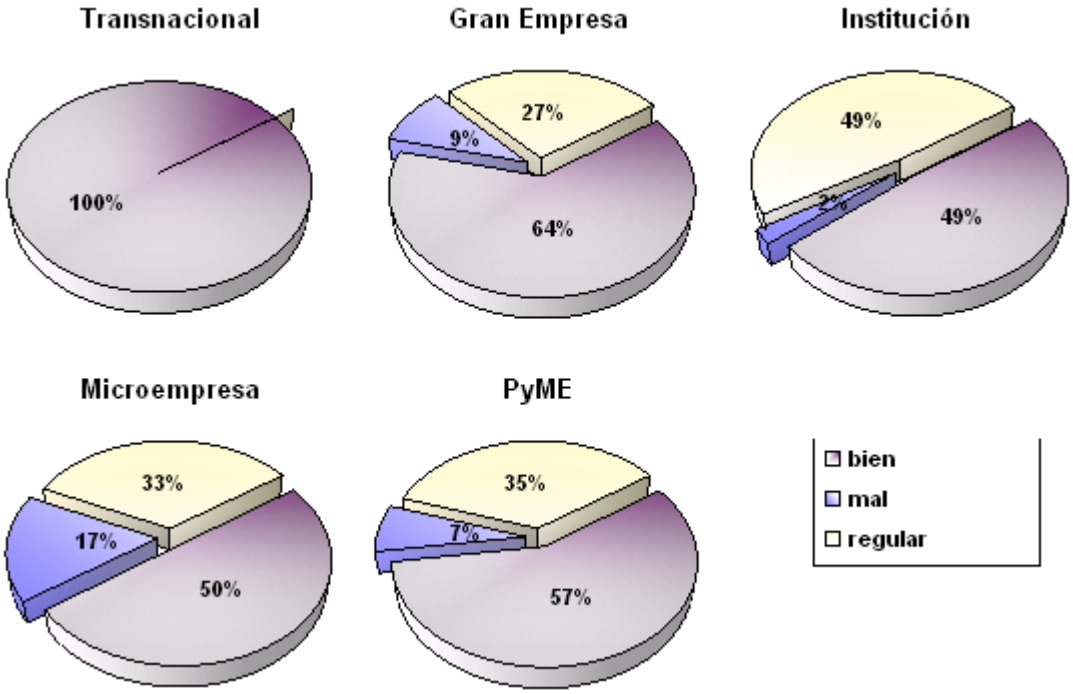
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

- El 67% de las Empresas Transnacionales califican con un bien los servicios de iluminación brindados y el 33% los califican como regulares.
- El 64% de las grandes empresas califican de buenos los servicios de iluminación del campo ferial, el 32% califica regular y restante 4% califica como malos a los servicios de iluminación del campo ferial.
- El 65% de las instituciones califican como buenos los servicios, el 33% los califica de regular y el 2% califican como malos a los servicios de iluminación del campo ferial.
- El 59% de las PyMES califican de buenos los servicios de iluminación del campo ferial, el 37% califica como regular y el restante 4% los califica como malos.
- El 59% de las Microempresas califican de buenos los servicios, el 37% califica como regular y el restante 4% califica como malos a los servicios de iluminación del campo ferial.

5.15.6 Calificación a los servicios de decoración de los Pabellones

Gráfico Nro 44

CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS DE DECORACIÓN DE PABELLONES



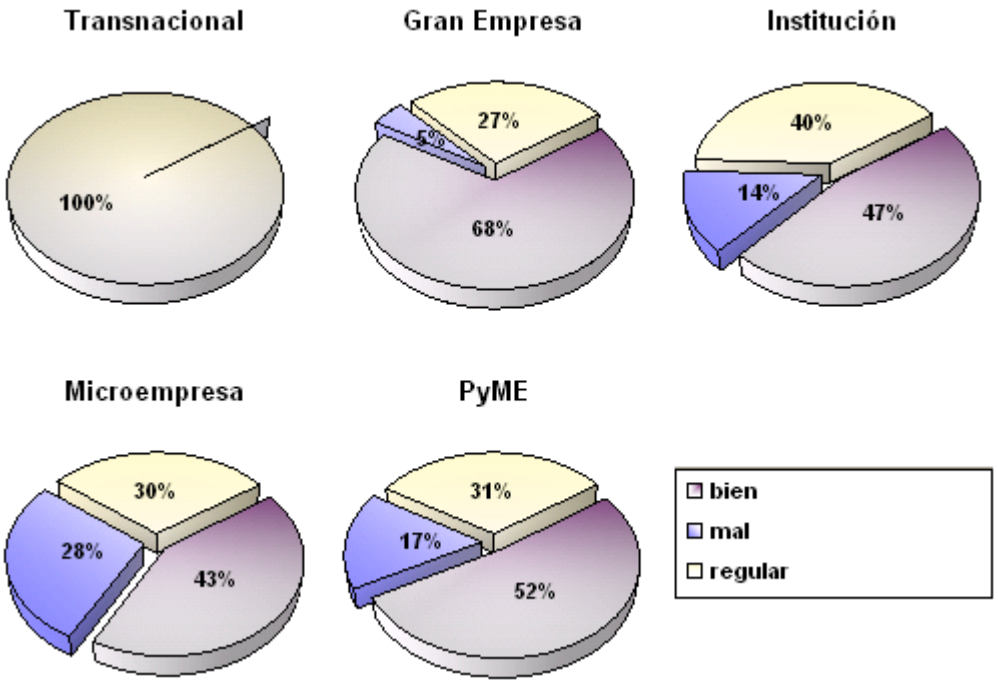
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

- El 100% de las empresas Transnacionales califican de buenos los servicios de decoración en los pabellones brindados en la Exposur 2006.
- El 64% de las grandes empresas califican como buenos los servicios de decoración en los pabellones, el 27% califica regular y restante 9% los califica como malos.
- El 49% de las Instituciones califican de buenos y regulares los servicios de decoración y el 2% los califican como malos.
- El 57% de las PyMES califican de buenos los servicios de decoración en los pabellones, el 35% califica de regular y el restante 7% los califica como malos.
- El 50% de las Microempresas califican de buenos los servicios de decoración en los pabellones, el 33% califica regular y el restante 17% califica como malos a los servicios.

5.15.7 Calificación a los servicios básicos (baños, etc.)

Gráfico Nro 45

CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS BÁSICOS (baños, etc.)



5.15.8

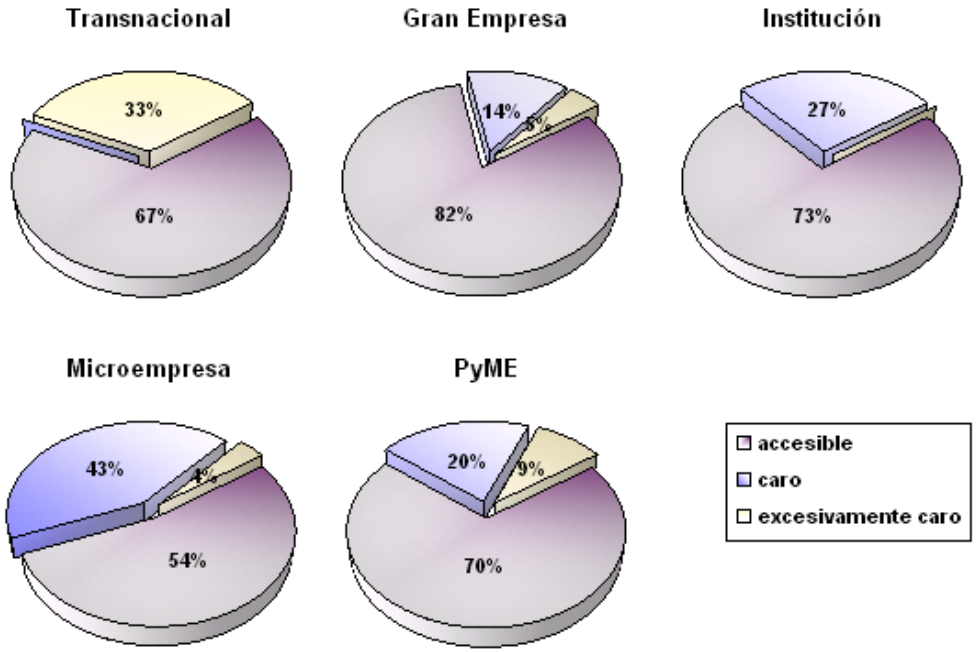
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

- El 100% de las empresas Transnacionales califican como regulares los servicios básicos (baños, etc.) brindados en la Exposur 2006.
- El 68% de las grandes empresas califican como buenos los servicios básicos (baños, etc.), el 27% califica regular y restante 5% los califica como malos.
- El 47% de las Instituciones califican de buenos los servicios básicos (baños, etc.) brindados en el campo ferial, el 40% califica regular y el 13% los califican como malos.
- El 52% de las PyMES califican de buenos los servicios básicos (baños, etc.) brindados en el campo ferial, el 31% califica regular y el restante 17% los califica como malos.
- El 43% de las Microempresas califican de buenos los servicios básicos (baños, etc.) brindados en el campo ferial, el 30% los califica de regular y el restante 27% califica como malos a los servicios.

5.16 Apreciaciones sobre el costo de los stands

Gráfico Nro 46

APRECIACIONES SOBRE EL COSTO DE STANDS



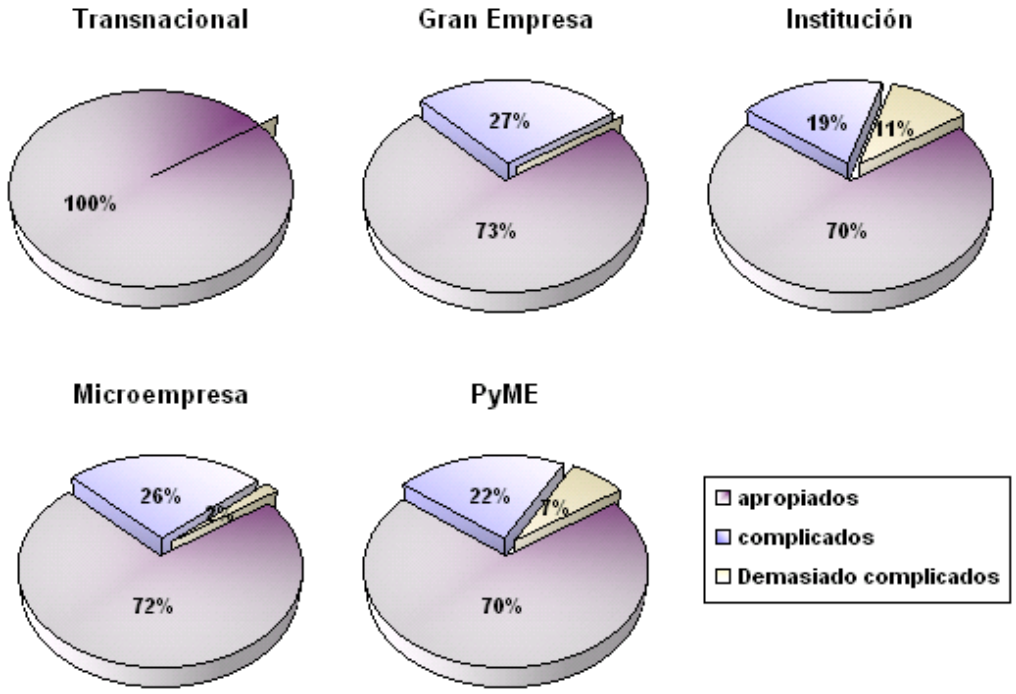
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

- El 67% de las Empresas transnacionales mencionan que el costo de un stand es accesible y el 33% que son excesivamente caros.
- La Gran Empresa opina en un 82%, que el precio es accesible, un 14% que el precio es caro y un 6% menciona que excesivamente caro.
- Las Instituciones mencionan en un 73%, que el precio es accesible, un 27% que el precio es caro.
- La PyME en un 70% opina, que el precio es accesible, un 20% que el precio es caro y el 10% que los precios son excesivamente caros.
- Las Microempresas indican en un 54%, que el precio es accesible, un 43% dice que el precio es caro y el 3% que los precios son excesivamente caros.

5.17 Apreciaciones sobre los trámites de inscripción

Gráfico Nro 47

APRECIACIÓN DEL TRÁMITE



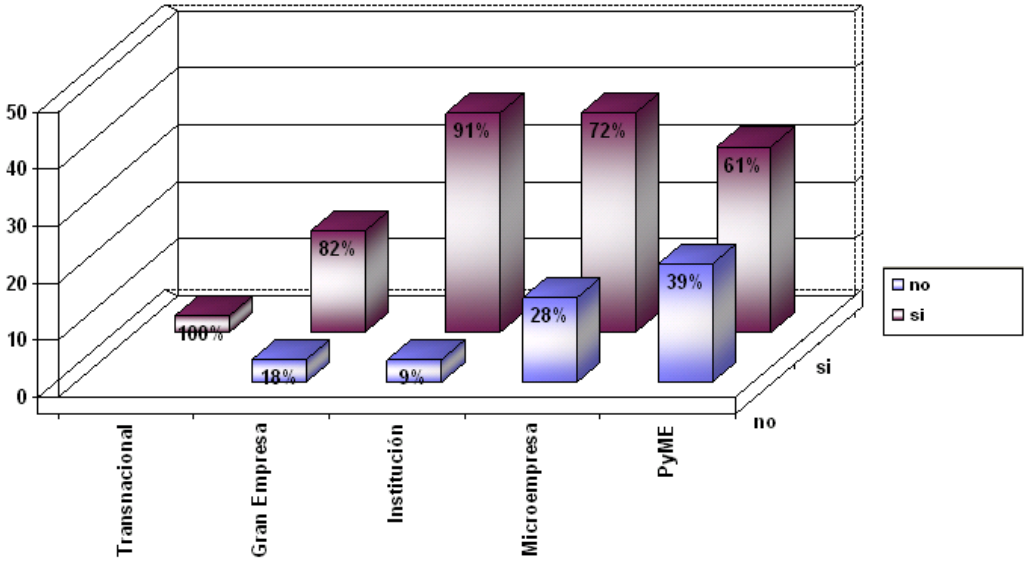
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

- El 100% de las Empresas transnacionales mencionan que los trámites que realizan para su participación son apropiados.
- Para la Gran Empresa el 73% menciona que los trámites para su participación en la feria son los apropiados y un 27 que los trámites son complicados.
- De las Instituciones el 70% opina, que los trámites para su participación en la feria son los apropiados, el 19% que los trámites son complicados y un 11% que los trámites son demasiado complicados.
- Las PyMEs opinan en un 70%, que los trámites para su participación en la feria son los apropiados, el 22% que los trámites son complicados y un 8% que los trámites son demasiado complicados.
- Las Microempresas indican en un 72%, que los trámites para su participación en la feria son los apropiados, el 26% que los trámites son complicados y un 2% que los trámites son demasiado complicados.

5.18 Apreciaciones sobre la administración de EXPOSUR

Gráfico Nro 48

ESTA USTED DE ACUERDO CON QUE EXPOSUR SEA ADMINISTRADA POR UNA FUNDACIÓN



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

En todos los casos (en altos porcentajes) las empresas están de acuerdo que las futuras versiones de la EXPOSUR sean administradas por una fundación (Directorio formado por la Universidad, Sector Privado y la Prefectura).

Cuadro Nro 26

PRINCIPALES RECOMENDACIONES DE LOS EXPOSITORES

Recomendaciones	Frecuencia	Porcentaje
Organización	74	42,0
Servicios	28	15,9
Stand, Pabellones	24	13,6
Seguridad	19	10,8
Expositores	12	6,8
Infraestructura	8	4,5
Rueda de Negocios	3	1,7
Ninguna	7	4,0
Sin Comentarios	1	0,6
Total	**176**	**100**

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Los expositores de la Exposur 2006 realizan algunas observaciones y sugerencias, con miras a que sean corregidas en la siguiente versión de la feria: Un 42% de los encuestados recomiendan una Mejor Organización, 16% recomienda mejorar los Servicios brindados en la feria, el 13,6% recomienda mejorar los Stands y pabellones, el 10,8% exige mayor seguridad.

Otro 4,5% recomienda mejorar la infraestructura, el 1,7% recomiendan dinamizar la rueda de Negocios, el 4% no recomienda nada y el 0,6% no vierte opinión.

6. ALIMENTOS

Como ya se ha reseñado hay que destacar la presencia cada vez más importante de algunos de los principales productos presentados por los expositores Tarijeños entre ellos subrayamos la presencia del rubro de alimentación dentro de la Feria Internacional EXPOSUR 2006. Nuevamente, las empresas expositoras han demostrado lo importante que es para ellas estar presentes en esta feria, incitados por la presencia de sus competidores y el deseo de promocionar sus alimentos.

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta denominada EXPOSUR 2006 (Servicios de Alimentos) El número total de Empresas que brindaron servicios de alimentación en la Feria fue de 36 empresas.

Se hace necesario hacer notar que para el análisis de los datos se clasificó a las empresas de acuerdo al número de empleados con los que operan en sus respectivos negocios y calificándolas de ***Empresas de Servicio de alimentación micro, pequeña, mediana y grande*** para fines de diferenciación con las empresas de producción de bienes. Las empresas que participaron de la encuesta fueron sólo 30, las que se detallan a continuación:

Cuadro Nro 27

LISTA DE EMPRESAS DE SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN PARTICIPANTES EN EL EVENTO FERIAL EXPOSUR 2006

Bar Rock	Frial S/N
Cababs	Homeros
Cababs de Bravo	Krusty
Cababs Víctor	La Chapaquita
Cabaña Aranjuez	La Comadre
Chingos	La Vendetta
Churrasquería Don Jacinto	Las Brasas
Churrasquería Tutito	Mac Ronald
Club Restaurante Royal Obrero	Play Bar
Copacabana	Restaurante Guadalquivir
Creps Suizo	Rincón el Cachurrin
Crocan Pollo	Rincón Vallegrandino
Don Matías	S/n
El Camaleón	Toro Burguer
El Olivo	El Pueblerino

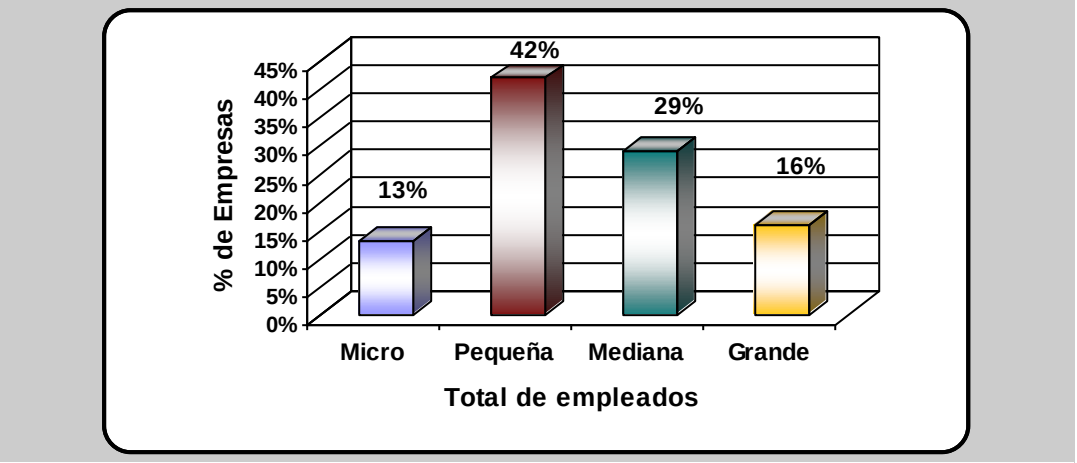
Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

A partir de las encuestas realizadas se obtuvo los siguientes resultados:

6.1 Total de empresas según tamaño

Gráfico Nro 49

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE BRINDAN SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN SEGÚN TAMAÑO



CLASIFICACIÓN	TOTAL DE EMPLEADOS	PORCENTAJE
Servicios de Alimentación Micro	0 a 2	13
Servicios de Alimentación Pequeña	3 a 5	42
Servicios de Alimentación Mediana	6 a 10	29
Servicios de Alimentación Grande	mayor a 10	16

Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

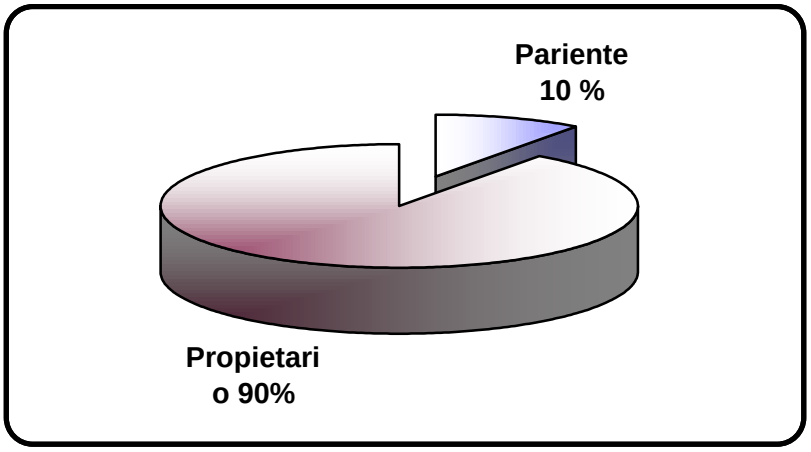
La feria EXPOSUR 2006 se ha convertido en un evento que supone un punto de encuentro entre empresarios de varios servicios de alimentación entre los que podemos mencionar: comida rápida, variedad de platos nacionales e internacionales, de empresas que están presentes en las principales zonas de nuestra Ciudad.

Este año de igual manera que en anteriores se ha mantenido el "Patio --Exposición de servicios de alimentación" por las particularidades del servicio y las necesidades básicas que requieren es que se las agrupa en un área determinada.

Para la gestión 2006 se observa una fuerte participación de empresas de Servicios de Alimentación pequeñas y medianas conformando un 42% y 29% respectivamente del total de empresas que participaron en el evento ferial, las grandes empresas ocuparon un 16% y finalmente notamos la participación de las micro empresas sólo en un 13%.

Gráfico Nro 50

RELACION DEL PROPIETARIO CON EL GERENTE DE LA EMPRESA



Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

A la anterior conclusión podemos sumar que la mayoría de las empresas que participaron en el evento fueron emprendimientos familiares ya que los propietarios son al mismo tiempo gerentes de las empresas en el 90% de los casos; el restante 10% son parientes del dueño los encargados de los negocios de esta manera se corrobora una ves más que la Feria Internacional EXPOSUR esta ayudando al surgimiento de las MYPIMES de Servicios de Alimentación para que estos puedan potenciar sus productos en el mercado Tarijeño.

6.2 Antigüedad de las empresas de servicios de alimentación participantes

Cuadro Nro 28

ANTIGÜEDAD DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN

AÑOS DE ANTIGÜEDAD	PORCENTAJE
Menos de 1	23
1 a 4	32
5 a 10	16
Más de 10	29
TOTAL	100

Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Otra de las características que se pudo percibir a partir de la encuesta realizada es que el 32% de las empresas que participaron en el evento ferial cuentan entre 1 y 4 años de antigüedad, el

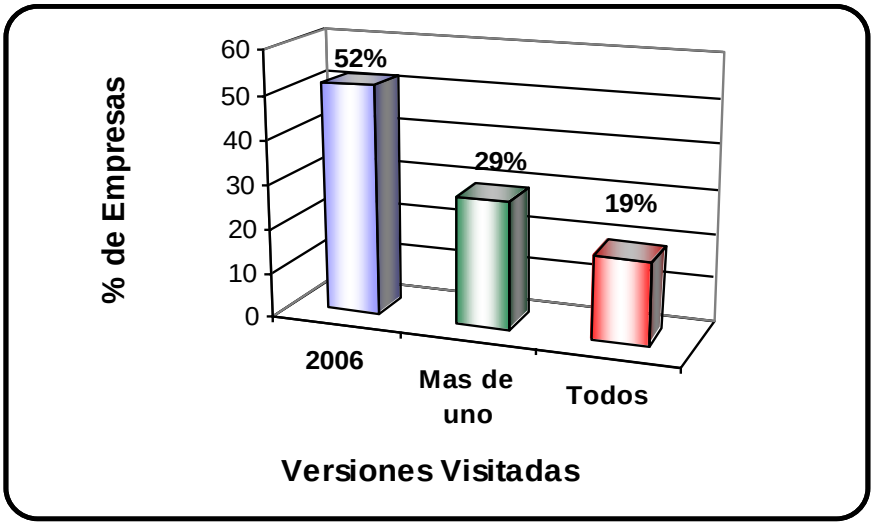
29% son empresas de servicios de alimentación con mas de 10 años de experiencia, un significativo 23% son empresas que no tienen ni un año de antigüedad es decir empresas que se conformaron recientemente, finalmente el 16% restante son empresas con una experiencia entre 5 y 10 años.

A partir de estos datos se puede afirmar que el 55% son empresas de servicios de alimentación con menos de 4 años que ven en la EXPOSUR una manera de promocionar sus productos y ampliar su clientela.

6.3 Participación de los expositores en diferentes versiones de Exposur

Gráfico Nro 51

PARTICIPACION DE LOS EXPOSITORES DE SERVICIOS DE ALIMENTOS EN DIFERENTES VERSIONES DE EXPOSUR



Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Observando el gráfico Nro 51 podemos indicar que el 52% de las empresas de servicios de alimentación participaron en la EXPOSUR 2006 por primera vez lo cual indica que de alguna forma el evento ferial atrajo un buen porcentaje de empresas encargadas de brindar servicios de alimentación en este año.

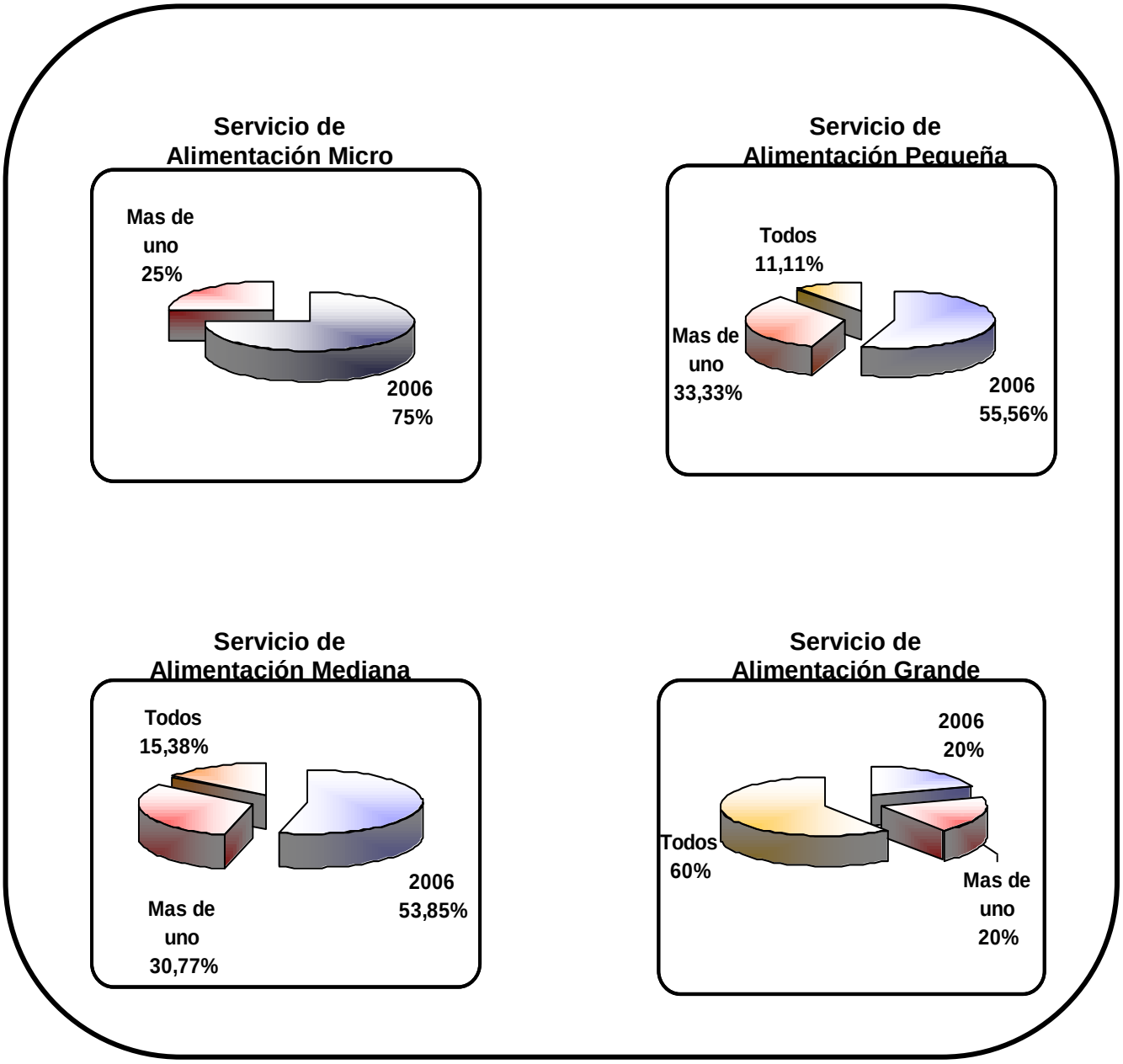
El 29% de empresas que brindan servicios de alimentación participó dice haber participado en más de un evento ferial y un 19% se hizo presente en todas las versiones de la EXPOSUR.

Considerando que el porcentaje de empresas que realizaron su participación por primera vez en el evento ferial es mayor al 50% de total de las empresas participantes se vio por conveniente realizar un estudio mas profundo para evaluar que tipo de empresas fueron las que

incursionaron recientemente en la en la 9na versión de la EXPOSUR. Para lo cual se obtuvo los siguientes resultados:

Gráfico Nro 52

PARTICIPACION DE LOS EXPOSITORES DE SERVICIOS DE ALIMENTOS EN DIFERENTES VERSIONES DE EXPOSUR SEGÚN TIPO DE EMEPRESA



Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Claramente se puede observar que tanto las micro, pequeñas y medianas empresas que brindan servicios de alimentación fueron quienes incursionaron por primera vez en mayor

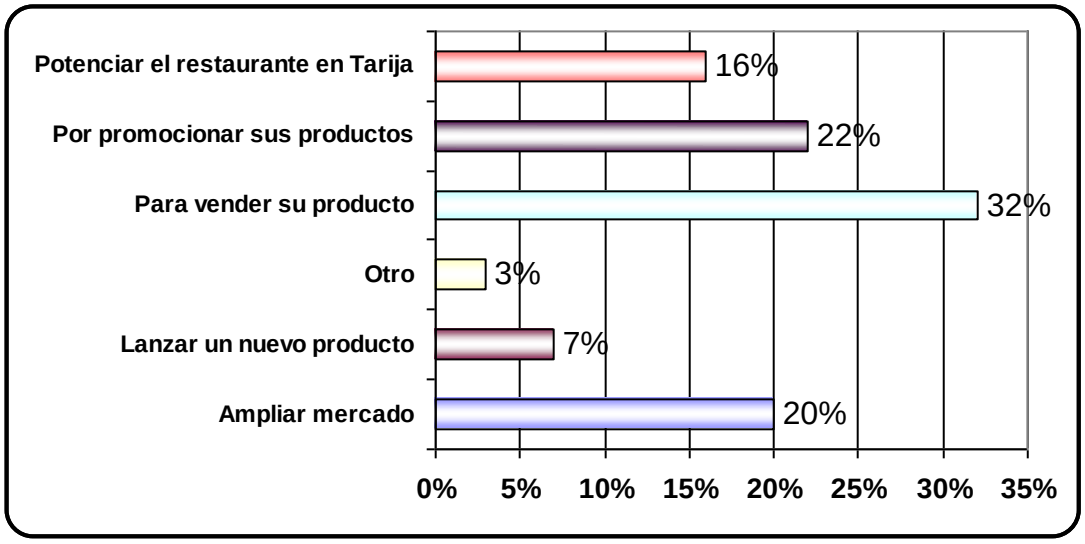
proporción en el evento ferial EXPOSUR 2006 con un 75%, 55,5 y 53,8%, en tanto que las empresas grandes mantienen su participación a través de los años en las diferentes versiones de la feria (con un 80%).

6.4 Principales motivos de asistencia a Exposur 2005

La intervención de las empresas que brindan Servicios de Alimentación en la 9na. versión de la EXPOSUR 2006 se vieron motivadas en primera instancia por los ingresos extras que le significa su participación en el evento ferial en el 32% de los casos, en segundo lugar en vista de que la feria reúne a una gran proporción visitantes las empresas ven por conveniente participar en la EXPOSUR para poder promocionar sus productos y darse a conocer en el mercado especialmente Tarijeño idea compartida por un 22% de los expositores de "Servicios de Alimentación" en tercer lugar con un 20% según se observa en el grafico Nro 53 las empresas de Servicios de Alimentación desean ampliar su mercado y llegar a una mayor cantidad de personas durante la realización de la Feria que por sus antecedentes convoca a aproximadamente 50000 visitantes en promedio durante su realización .

Gráfico Nro 53

PRINCIPAL MOTIVO DE PARTICIPACION EN LA EXPOSUR



Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

6.5 Gasto en instalación de puestos de venta de Alimentos

Cuadro Nro 29
ESTADISTICOS PARA EL GASTO EN INSTALACION
(Expresado en $us)

Media	500
Moda	250
Mínimo	100
Máximo	2,000

Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Los gastos en instalación hacen referencia a aquellos gastos en los que incurrieron los expositores de servicios de alimentación para instalar sus puestos de venta (decoración, instalación de equipos, etc.) excluyendo el gasto de alquiler.

De acuerdo a los estadísticos que muestra el cuadro Nro 28 podemos indicar que el gasto promedio para la instalación de los puestos de venta de servicios de alimentación fue de 500 $us. El gasto más común es de 250 $us, de igual forma se registró como gasto mínimo 100 dólares y como gasto máximo 2000 $us la diferencia entre el gasto mínimo y máximo se explica por la diferencia entre los locales como se pudo observar dentro de la feria, ya que se podía encontrar desde cabañas hasta kioscos grandes y pequeños de venta.

Para un mejor detalle el siguiente cuadro nos muestra el porcentaje de empresas según gasto en instalación del cual se obtienen los siguientes resultados

Cuadro Nro 30
PORCENTAJE DE EMPRESAS SEGÚN GASTO EN INSTALACION

GASTO EN DOLARES ($US)	PORCENTAJE
100	6
200	9
250	19
300 - 450	10
500	26
600	10
850	3
900	7
1,000 – 2000	10
TOTAL	**100**

Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Entre los datos más resaltantes podemos observar que un 26% de las empresas gastaron 500$us para su instalación dentro de la EXPOSUR 2006, un 19% de los empresarios gastaron aproximadamente 250$us, el 10% tuvo un gasto que varia entre 300 y 450$us, 600$us y otro 10% entre 1000 y 2000 $us.

De igual forma hubo gastos muy pequeños en instalación tal es el caso de empresas que invirtieron 100$us y que conforman el 6% del total de las empresas que brindan servicios de alimentación

6.6 Ocupación mano de obra en el sector "Servicios de Alimentación"

Durante la realización del evento ferial EXPOSUR 2006, el sector servicios de alimentación, para la preparación de sus alimentos y la atención de los stands, ocupó a 161 empleados, de los cuales además de varios que no se han cuantificado, pueden ser definidos como nuevas fuentes de empleo eventuales.

Cuadro Nro 31
ESTADÍSTICOS PARA EL TOTAL DE
EMPLEADOS DE LA EMPRESAS DE SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN
(Expresado en Empleados)

Media	6
Mínimo	1
Máximo	12
Suma	161

Fuente: Base de datos en Access "EXPOSUR 2006"; CIEPLANE

Según los estadísticos se observa que los stands de servicios de alimentación contaron en promedio con 6 personas, registrándose puestos con un solo empleado, el máximo de empleados registrado fue de 12. Vale destacar que el presente análisis considera solamente a los empleados, los dueños o empleadores no fueron tomados en cuenta.

Finalmente podemos indicar que el Sector "Servicios de alimentación" ocupó a 161 empleados durante la realización del evento ferial realizado el 20 al 29 de octubre.

Cuadro Nro 32
PORCENTAJE DE EMPRESAS SEGÚN NÚMERO DE EMPLEADOS

TOTAL DE EMPLEADOS	PORCENTAJE
1- 2	13
3	13
4	13
5	19
6	19
7	10
8 - 12	13
TOTAL	**100**

Fuente: Base de datos en Access "EXPOSUR 2006"; CIEPLANE

Para un mayor detalle el cuadro Nro 31 indica el porcentaje de empresas según el número de empleados; podemos observar que el 13% de las empresas ocupo entre 1 y 2 empleados, porcentaje igual a las empresas que ocuparon 3 y 4 empleados respectivamente, un 19% de las empresas que brindan servicios de alimentación tuvo 5 empleados porcentaje similar a las empresas que contaron con 6 empleados; el 10% de las empresas contó con 7 empleados y finalmente un 13% ocupo entre 8 y 12 empleados.

6.7 Principales alimentos vendidos en la Feria Internacional Exposur 2006

Para un mejor análisis se ha divido al sector de servicios de alimentación según el tipo de alimento que brindaron durante el evento en Platos preparados y Comida Rápida.

Las principales categorías de productos expuestos durante la feria -según la clasificación aparecen a continuación:

Cuadro Nro 33

TIPO DE ALIMENTOS EXPUESTOS DURANTE LA EXPOSUR 2006

TIPO DE ALIMENTO	PORCENTAJE
Ambos	42
Platos	36
Comida Rápida	22
TOTAL	**100**

Fuente: Base de datos en Access "EXPOSUR 2006"; CIEPLANE

El 42% de las empresas vendió tanto platos preparados como comida rápida llegando al gusto de una mayor cantidad de personas, un 36% solo platos preparados y finalmente sólo un 22% vendió comida rápida.

Los principales platillos pedidos por el público fueron:

Cuadro Nro 34

VARIEDADES DE ALIMENTOS MAS DEMANDADOS POR EL PUBLICO

VARIEDAD	PORCENTAJE
Parrillada	23%
Hamburguesa	16%
Cababs	13%
Lomito	13%
Pollo	10%
Chancho	10%
Milanesa	3%
Panchitos	3%
Choripan	3%
Creps Suizo	3%
Pizza	3%
TOTAL	**100%**

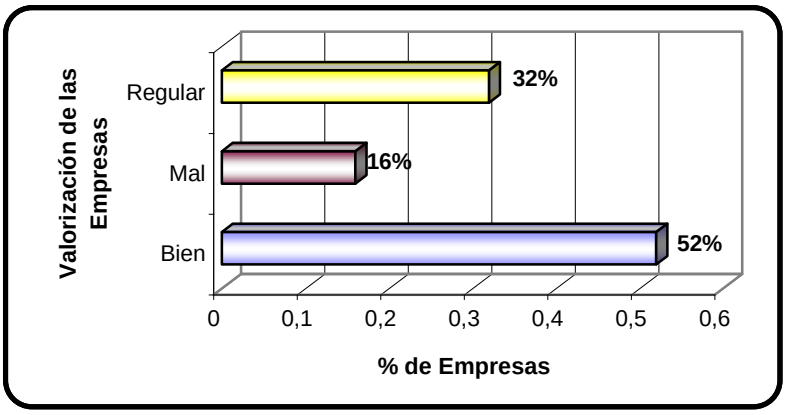
Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Entre los principales alimentos que fueron expedidos durante la feria a pedido del publico visitante tenemos a la parrillada, fue el plato que en el 23% de las empresas se pidió con mayor frecuencia, seguido de ello tenemos las hamburguesas con un 16%, los lomitos y los cababs con un porcentaje similar del 13% y finalmente entre los platos mas apetecidos por el publico tenemos los platos preparados con Pollo y Chancho.

6.8 Percepción de los expositores de servicios de alimentación: aspectos Logísticos y organizacionales de la feria

Gráfico Nro 54

CALIFICACIÓN A LOS SERVICIOS ENERGÍA

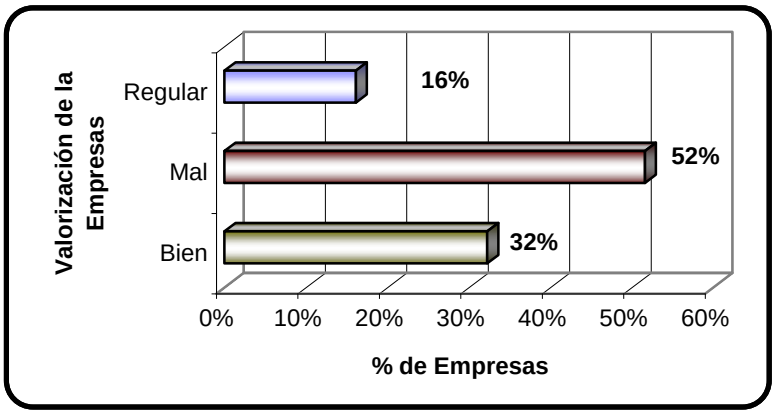


Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Las empresas que brindan servicios de Alimentación participantes en la 9na feria Internacional EXPOSUR realizaron apreciaciones respecto al Servicio de Energía Eléctrica y Agua que ofrecieron los encargados de organizar el evento ferial Según el cuadro de valorización se observa que el 52% califica a este servicio como bueno y un 32% como regular lo cual significa que se general se ha brindado un buen servicio de energía eléctrica y Agua.

Gráfico Nro 55

CALIFICACIÓN A LOS SERVICIOS COMUNICACIÓN

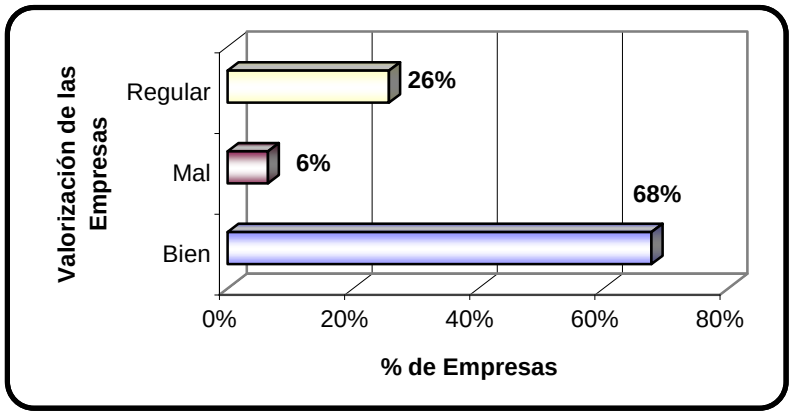


Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

El grafico Nro 55 nos muestra la gran debilidad que se presentó durante la feria en cuanto al servicio de comunicación debido a la falta de teléfonos públicos e Internet de fácil acceso para los ofertantes de servicios de alimentación es por ello que el 52% de las empresas catalogaron como malo el servicio de comunicación y de regular el 16%.

Gráfico Nro 56

CALIFICACIÓN A LOS SERVICIOS ILUMINACION

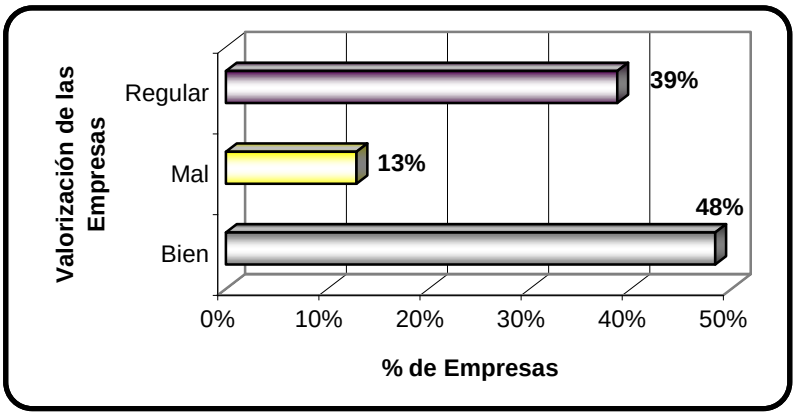


Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

La iluminación fue uno de los aspectos que mayor satisfacción brindó a los empresarios encargados de servicio de alimentación puesto que el 68% de los mismos lo valoriza como bueno, el 26% como regular y finalmente solo un 6% lo cataloga como malo.

Gráfico Nro 57

CALIFICACIÓN DECORACION

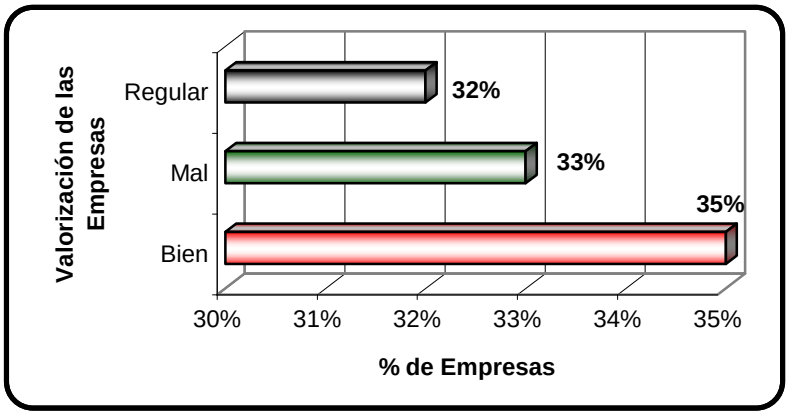


Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

La decoración de la EXPOSUR en su conjunto según la apreciación de las empresas que brindan servicios de alimentación en un 48% lo califica como bueno y un 39% como regular el restante 13% no estaba conforme.

Gráfico Nro 58

CALIFICACIÓN A LOS SERVICIOS BAÑOS PUBLICOS

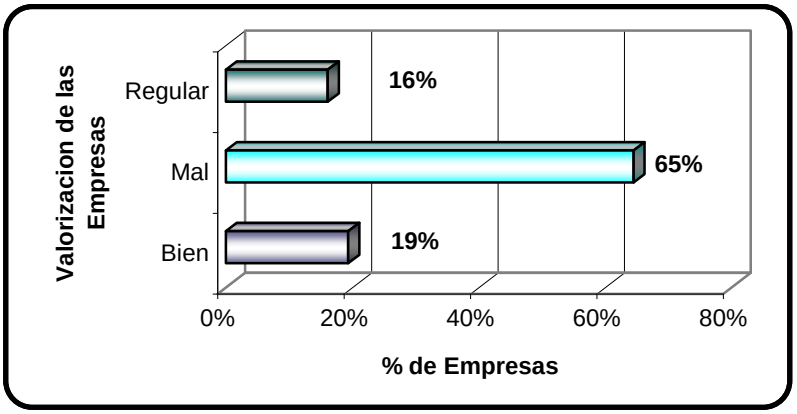


Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

De acuerdo a los datos sobre la apreciación de los baños se observa que la valorización fue muy pareja en cuanto a que este servicio era bueno, regular o malo si bien un importante 35% de las empresas quedo conforme con el servicio de baño, un 33% cree que este fue malo mientras que un 32% lo valoriza como regular, o sea un 65% no está muy conforme con este servicio.

Gráfico Nro 59

CALIFICACIÓN A LOS SERVICIOS DE SEGURIDAD



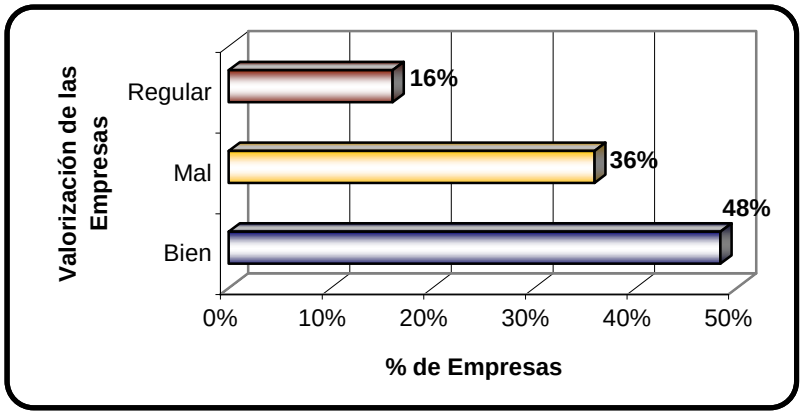
Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

En vista de que la Feria EXPOSUR al convocar a miles de personas durante su ejecución sea en calidad de visitante o expositores se considera que la seguridad de los mismos es primordial para evitar posibles problemas entre ellos podemos mencionar los robos, peleas, etc.

De acuerdo a lo anterior las empresas en un notable 65% cree que la seguridad que se brindó durante el evento ferial fue mala, un 19% lo califica como bueno y finalmente un 16% califica a este servicio como regular, por tanto existe disconformidad por el servicio en casi el 81%.

Gráfico Nro 60

CALIFICACIÓN A LOS SERVICIOS DE LIMPIEZA



Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Para las empresas de servicios de Alimentación uno de los aspectos que más cuidado se debe tener es la limpieza tanto en sus puntos de venta como en su entorno, en este aspecto un 48%

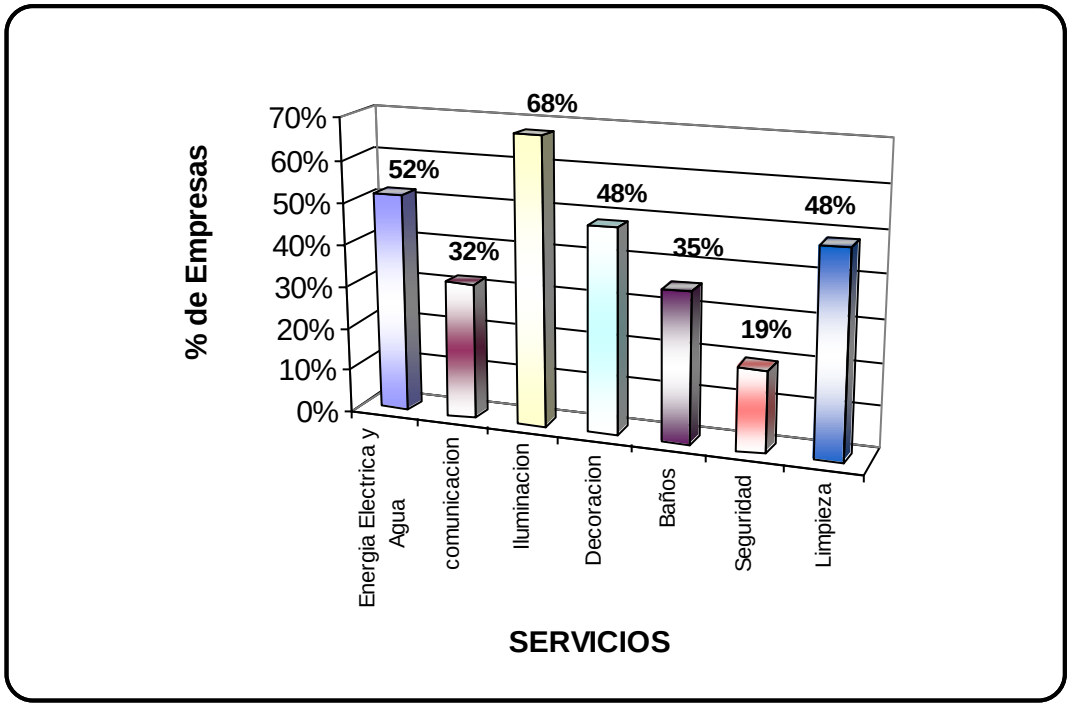
califica como bueno el servicio de limpieza que brindaron los organizadores de la feria un significativo 36% no estaba conforme y lo clasifica como malo, finalmente un 16% cree que el servicio brindado era regular, por tanto la disconformidad con el servicio es de aproximadamente 52%.

6.9 Aspectos positivos de la Feria Exposición del sur 2006 según la percepción de expositores del sector alimentos

El grafico Nro 61 no es más que un resumen de todos los aspectos positivos respecto a los servicios que prestaron los encargados de la Administración de EXPOSUR 2006 según la calificación de los empresarios que brindaron servicios de alimentación el aspecto que mayor aceptación tuvo durante el evento Ferial es la Iluminación ya que el 68% de los expositores de alimentos catalogaron como buena en segundo lugar los servicios de Agua y Energía Eléctrica y en tercer lugar tenemos a la decoración y limpieza con menos del 50%.

Gráfico Nro 61

PORCENTAJE DE ACEPTACION DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN SOBRE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LOS ORGANIZADORES DEL EVENTO FERIAL



Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

6.10 Aspectos negativos de la feria Exposición del sur 2006 según la percepción de expositores del sector alimentos

Mientras que el Gráfico Nro 62 podemos observar que las mayores deficiencias se encontraron en los siguientes servicios:

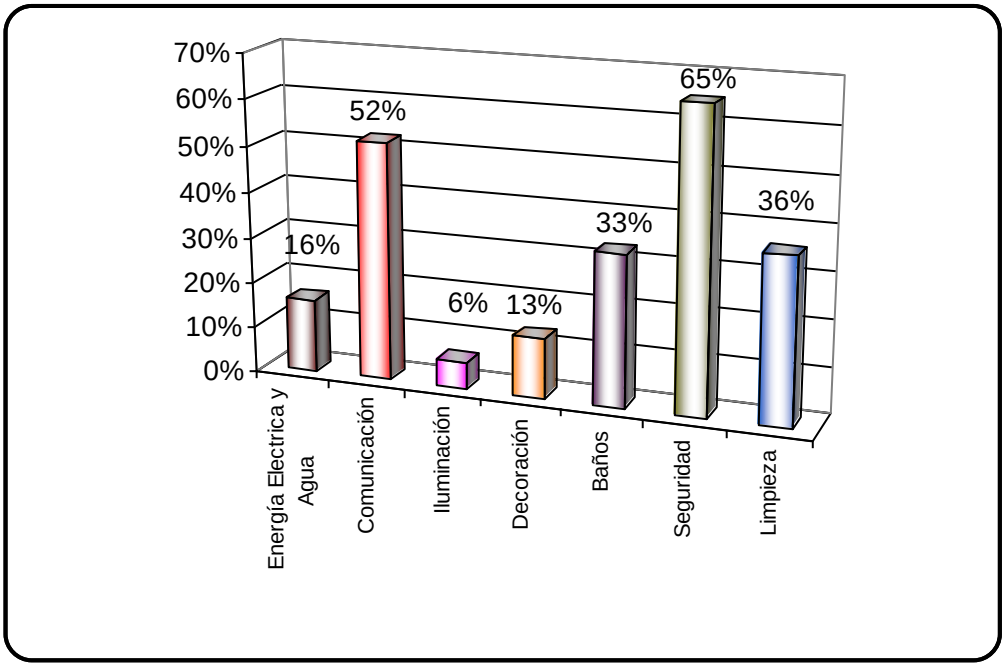
El 65% de los expositores de servicios de alimentación calificó de malo el servicio de seguridad, entre sus observaciones se encontraban de que no había personal de seguridad suficiente en el recinto ferial, para resguardar al seguridad de los visitantes y de los expositores en general.

En segundo lugar la comunicación (52%) no fue accesible para los expositores de servicios de alimentación debido a que los medios no estaban al alcance inmediato de los mismos, la falta de una mayor cantidad de cabinas telefónicas e Internet exclusivo para expositores fue una de las falencias de la Administración encargada del evento ferial.

En tercer y cuarto lugar tenemos la limpieza y el servicio de baños, aspectos de suma importancia para este sector debido a son los aspectos que más deben primar.

Gráfico Nro 62

PORCENTAJE DE DESAPROBACION DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN SOBRE SERVICIOS OFRECIDOS POR LOS ORGANIZADORES DEL EVENTO FERIAL



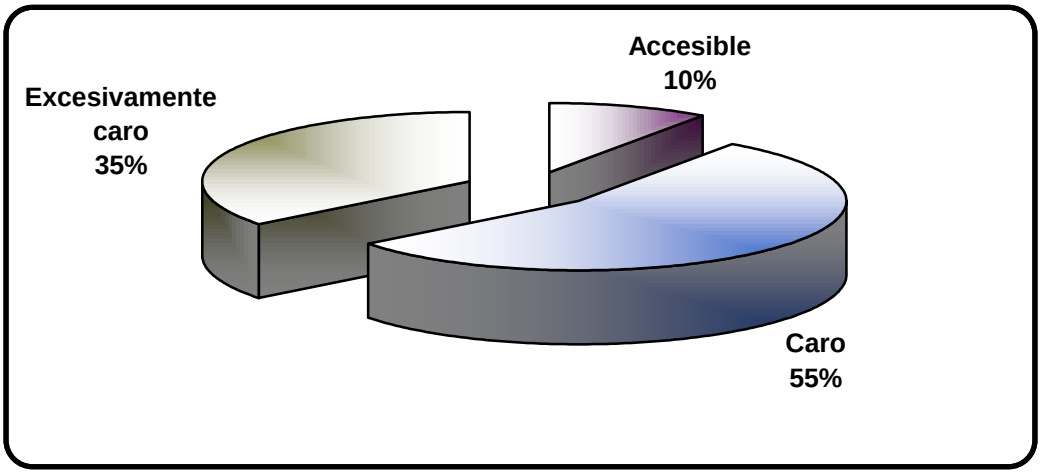
Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

6.11 Apreciación de expositores de servicios de alimentación sobre precio de alquiler de los puestos de venta

De acuerdo a las encuestas realizadas se pudo obtener información acerca de cual es la apreciación de los empresarios respecto al precio del alquiler de los puestos de venta de acuerdo al gráfico Nro 63 podemos afirmar que el 55% de los mismos consideran que los precios de alquiler son caros y un 35% creen que estos son excesivamente caros la explicación de estas respuestas puede deberse a que el 55% de las empresas que brindan servicios de alimentación son micro y pequeñas empresas, sólo un 10% lo consideran accesible.

Gráfico Nro 63

APRECIACION SOBRE EL PRECIO DE ALQUILER DE LOS PUESTOS DE VENTA



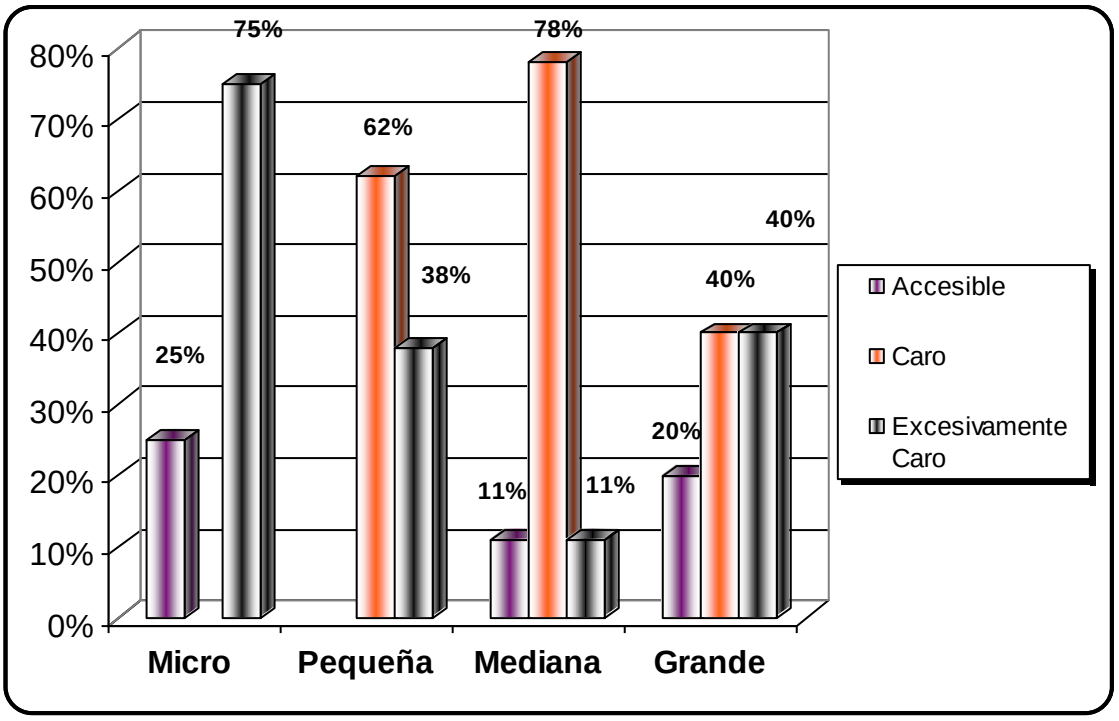
Fuente: Base de datos en Access "EXPOSUR 2006"; CIEPLANE

Para un mejor análisis se obtuvo el grafico Nro 64 que nos muestra las apreciaciones sobre el precio de alquiler según tipo de empresas.

La opinión vertida en el cuadro nos indica que las micro, pequeñas y grandes empresas que brindan servicios de alimentación en porcentajes de 75%, 38% y 40% respectivamente consideran que el precio de alquiler es excesivamente caro mientras que en el caso de las medianas solo un 11% de los mismos cree que los precios de alquiler de los puestas de venta son excesivamente caros.

Gráfico Nro 64

APRECIACION SOBRE EL PRECIO DE ALQUILER DE PUESTOS DE VENTA DE ALIMENTOS SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA



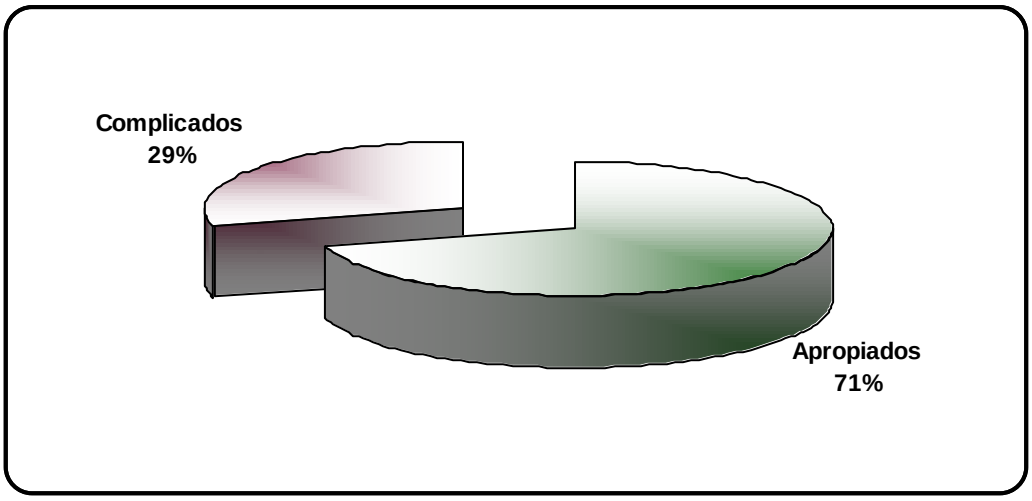
Fuente: Base de datos en Access "EXPOSUR 2006"; CIEPLANE

6.12 Apreciación de expositores de servicios de alimentación sobre trámites para participar en el evento ferial

De acuerdo al total de los empresarios de servicios de alimentación que participaron en la EXPOSUR 2006 el 71% de los mismos calificó como apropiados los tramites para formar parte del evento ferial, solo un 29% cree que los mismos son complicados.

Gráfico Nro 65

APRECIACION SOBRE LOS TRÁMITES NECESARIOS PARA PARTICIPAR EN EL EVENTO FERIAL

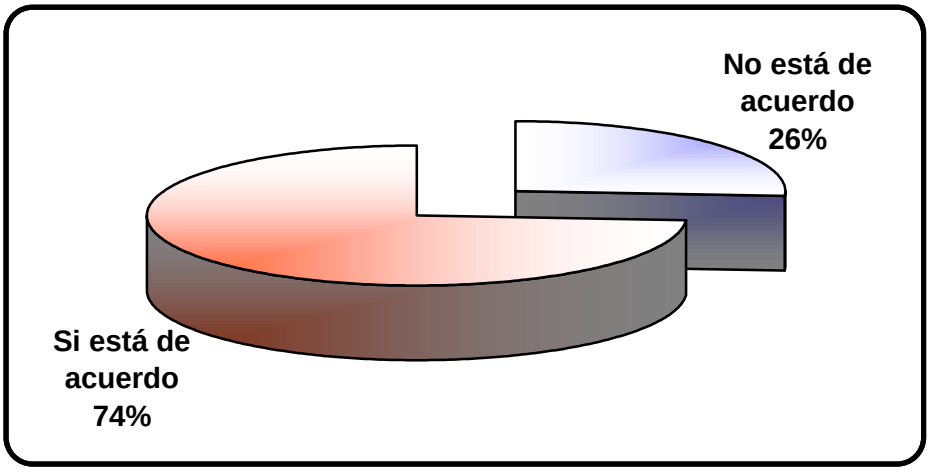


Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

6.13 Apreciación de expositores de servicios de alimentación sobre la administración de Exposur

Gráfico Nro 66

APRECIACION SOBRE LA ADMINISTRACION DE EXPOSUR



Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

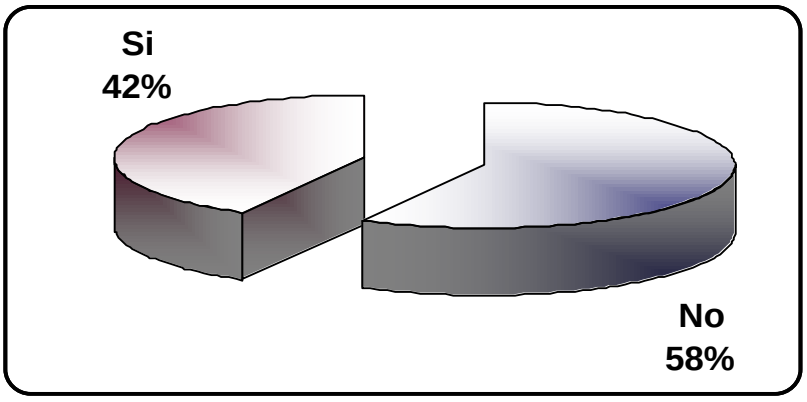
El 74% de las empresas que prestan servicios de alimentación están totalmente de acuerdo con que el evento ferial EXPOSUR sea administrado por una Fundación (con Directorio conformado por Prefectura del Departamento, Sector Privado y Universidad) mientras que sólo un 26%

desea que la organización se siga llevando de la manera en que se ha manejado en anteriores versiones de la Feria.

6.14 Cumplimiento de objetivos de participación en Exposur 2005

Gráfico Nro 67

CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN PARTICIPANTES EN EL EVENTO FERIAL



Fuente: Base de datos en Access "EXPOSUR 2006"; CIEPLANE

Como se observo en el gráfico Nro 53 las empresas participaron en el evento ferial motivadas por diferentes razones a partir de ello se ve por conveniente preguntar si sus objetivos y/o metas se cumplieron de acuerdo a lo esperado, según nos muestra el grafico Nro 67 el 58% de las empresas que brindan servicios de alimentación no cumplió con sus objetivos y/o metas de manera satisfactoria mientras que el 42% restante ve positivamente su participación el la feria EXPOSUR 2006 debido a que cumplieron con sus objetivos y metas trazadas inicialmente.

6.15 Recomendaciones

Los empresarios de servicios de alimentación ponen a consideración de los encargados de administrar la Feria Internacional del Sur las siguientes recomendaciones para poder mejorar el evento ferial en futuras versiones.

Cuadro Nro 35

RECOMENDACIONES GENERALES PARA LA REALIZACION DE EVENTOS POSTERIORES

RECOMEDACIONES	PORCENTAJE
Mejorar la Infraestructura y Ubicación	37
Mayor Seguridad	18
Mejorar Servicios Básicos	14
Mejorar la Organización del Evento Ferial	11
Costos de Alquiler más Accesibles	5
Mejor Atención a Expositores	5
Implementar mayor cantidad de Cabinas Telefónicas	5
Mejorar la Limpieza	5
TOTAL	**100**

Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

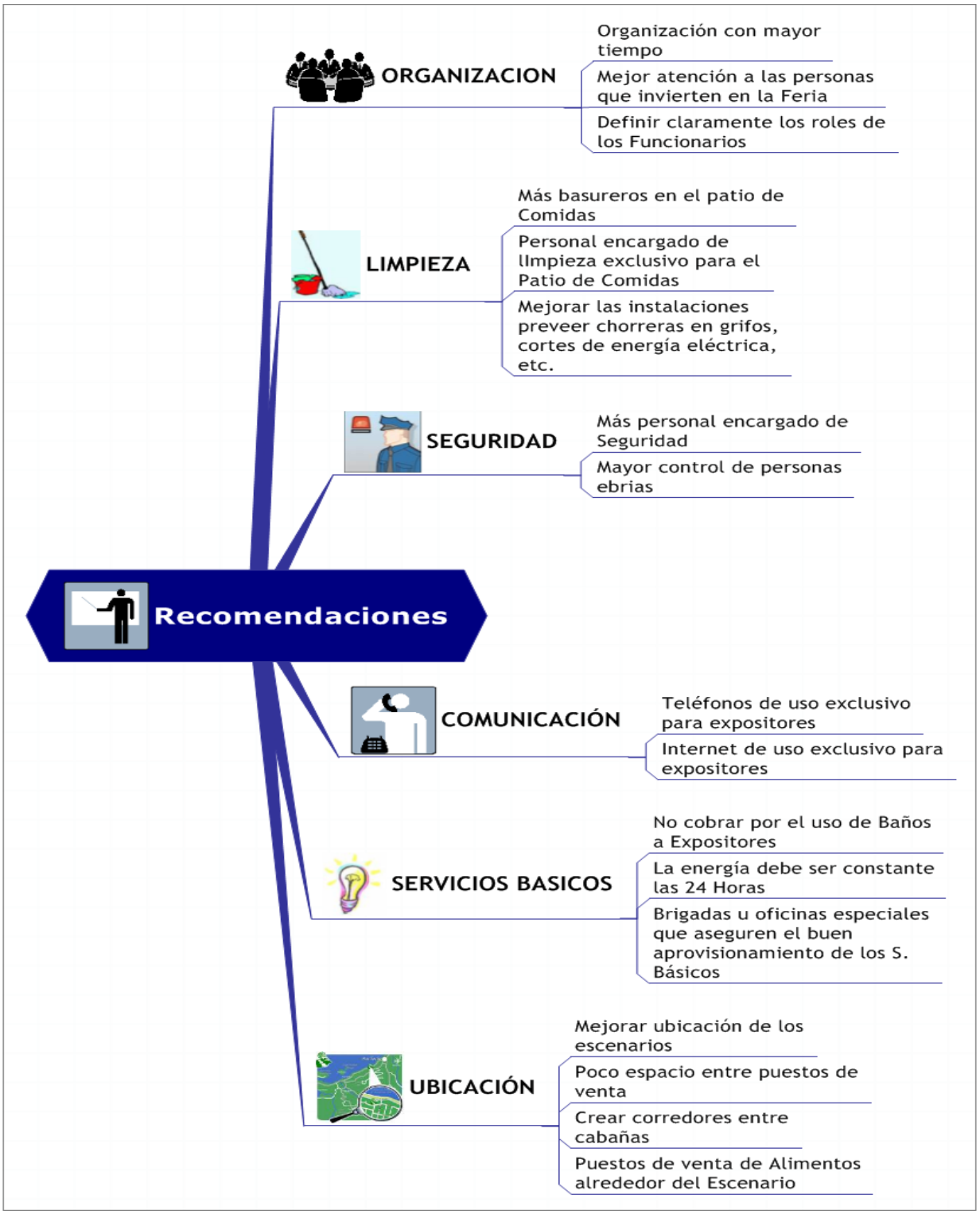
Entre las principales recomendaciones, se tiene en primera instancia que deberá mejorarse la Infraestructura y Ubicación de los puestos de venta ya que según sus apreciaciones se encuentran muy hacinados con espacios reducidos para que los visitantes puedan transitar con mayor comodidad, dicha recomendación acapara el 37%, en segundo lugar se ratifica que la seguridad (con un 18%) es una gran debilidad se necesita mayor personal de seguridad para el evento en general, en tercer lugar si bien los servicios básicos brindados durante la Feria Exposición del Sur fueron catalogados como buenos es necesario poner mayor énfasis en los mismos para asegurar que las empresas de servicios de alimentación operen en perfectas condiciones.

De igual forma el 5% de las empresas de servicios de alimentación tiene a bien poner a consideración de los organizadores de la EXPOSUR un costo de alquiler más accesible al bolsillo de los mismos, en porcentaje similar creen que la atención a los expositores deberá mejorar, la implementación de una mayor cantidad de cabinas telefónicas y finalmente la limpieza.

Las principales recomendación están desglosadas en el grafico Nro 68 a través de un diagrama de pescado el cual nos permite determinar acciones concretas para cada recomendación.

Gráfico Nro 68

RECOMENDACIONES



Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

7. ARTISTAS

Dentro del estudio denominado Informe EXPOSUR 2006 se realizó una encuesta a los Artistas participantes con el fin de detectar posibles deficiencias en las presentaciones desde la perspectiva de los artistas; este análisis permitirá a los organizadores mejorar la calidad de las presentaciones.

En el siguiente cuadro se observa el total de artistas que fueron entrevistadas, en el caso de los Grupos se tomó al azar un integrante del mismo, obteniendo finalmente en registros a 80 personas encuestadas tanto del ámbito artístico nacional como internacional.

Cuadro Nro 36

LISTA DE ARTISTAS Y GRUPOS ENCUESTADOS

Ariel Acuña	Escuela De Teatro Artístico Popular	Miriam Wayar	Dúo Tango
Ballet Fortaleza	Fundación Cultural Monte Cielo	Modelos Publimage	Embajadores Del Guadalquivir
Ballet Libertad	German Casal	Negro Palma	Erick Galván
Ballet Sentir Tarijeño	Gilberto Mealla Castillo	Negro Salvatierra	Maria Nelida
Ballet Tacuare	Gisela Santa Cruz	Paúl Huanca	Mariachis Del Sur
Ballet Tarija	Herencia	Proventas	Mario Cuellar
Ballet Monte Cielo	Hermanos Aguirre	Roque Andanzas	Ximena Rosales
Ballet Proyección	Hermanos Portillo	Rulamerla	Yalo Cuellar
Ballet Sin Frontera	Huáscar Aparicio	S'parta	Domingo Ortega
Bohemia	Javier Carrasco	Sangre Latina	Magneto 5
Cantares	Joel Mercado	Sangre Nueva	Pk-Dos
Carpe Dien	José Roberto "Toto" Vaca	Sin Fronteras	Derroche
Choclitos Tiernos	Juan Manuel	Surazo	Diego Rojas
Cirolestares	Kutimuy	Tamara Castro	Los De Sama
Contraste	La Flor Chaqueña	Taricanto	Los Vidaleros
Costumbres	La Mira	The Black	Voces De La Frontera
Daniel García	Libertad	Vale Cuatro	Voces Del Pago
Darwin Olmos	Los Changos	Veneno	

Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

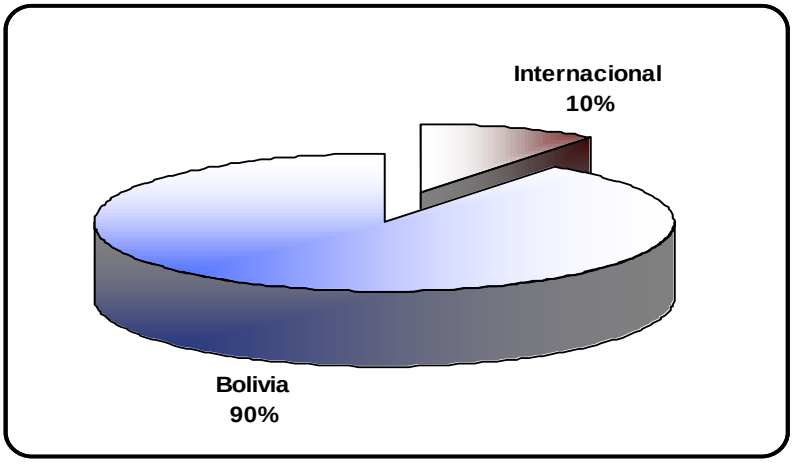
Entre las principales características de los Personajes del Ámbito Artístico participantes del evento ferial tenemos:

7.1 Características de los artistas que participaron en la feria internacional Exposur 2006

7.1.1 Lugar de procedencia de los artistas

De acuerdo a los datos se observa que del total de artistas que realizaron sus presentaciones en el evento ferial EXPOSUR 2006 el 90% de los mismos son de procedencia Boliviana y un importante 10% de procedencia Internacional lo cual nos permite reconocer que el evento ferial año tras año diversifica sus presentaciones dando mayor calidad y llegando al gusto de una mayor cantidad de personas que visitan la feria.

Gráfico Nro 69
PROCEDENCIA DE LOS ARTISTAS

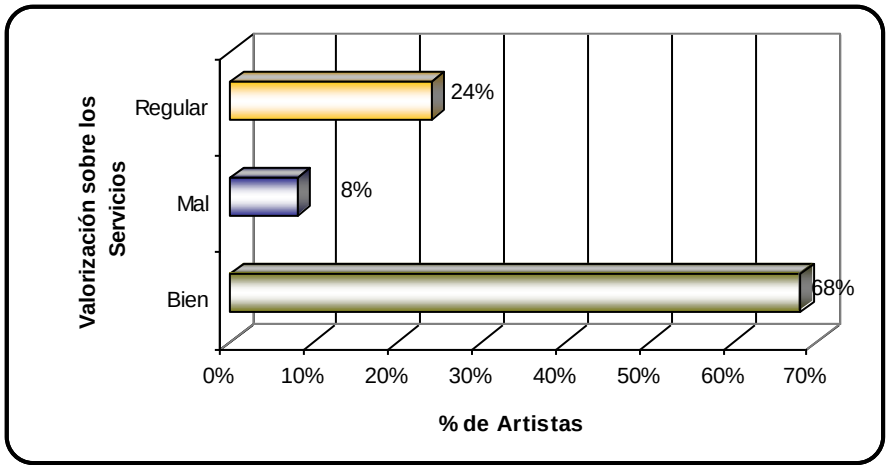


Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

7.1.2 Calificación a los servicios de apoyo a artistas

Gráfico Nro 70

CALIFICACIÓN ILUMINACION

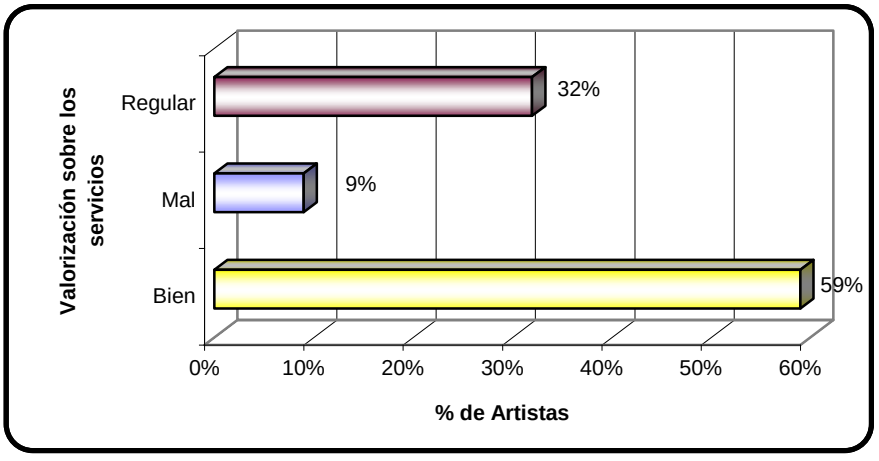


Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

El 68% de los Grupos y Artistas participantes en el evento ferial consideraron que la iluminación del escenario era la adecuada para sus presentaciones, un 24% consideran al servicio regular y finalmente un 8% considera que la iluminación fue mala.

Gráfico Nro 71

CALIFICACIÓN ESCENARIO



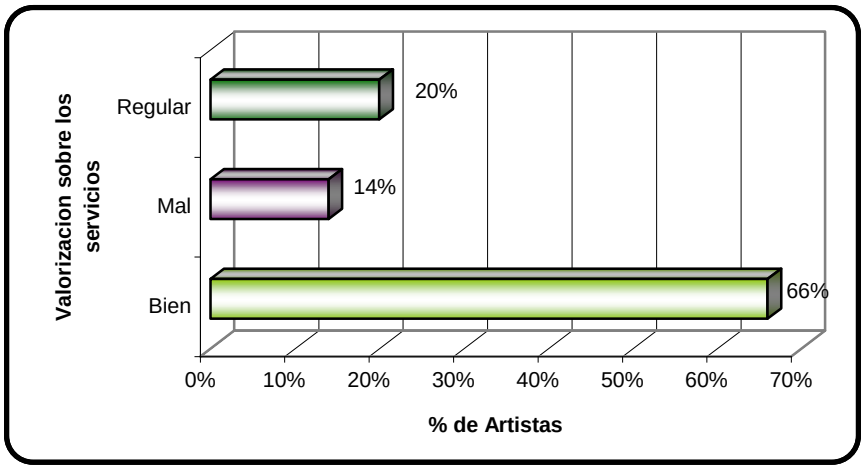
Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

En el caso del escenario se suscitó cierta diferencia en el caso de los grupos y artistas que actuaron en el escenario nacional; no tenían la misma percepción de aquellos que actuaron en el escenario internacional.

En general se califico de la siguiente manera el 59% de los artistas y grupos calificó como bueno al escenario, el 32% de regular, y finalmente un 9% consideró que el escenario mostraba deficiencias que le restaban calidad a sus presentaciones.

Gráfico Nro 72

CALIFICACIÓN SONIDO

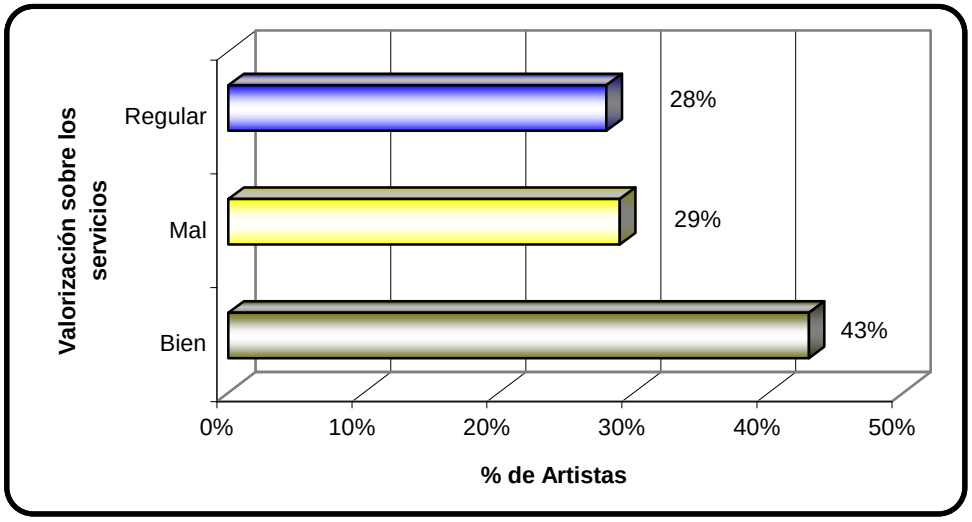


Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Respecto al sonido un importante 66% calificó como bueno el equipamiento de sonido utilizado para sus presentaciones, un 20% lo calificó como regular y finalmente un 14% lo calificó como malo ya que se encontró con ciertos problemas durante sus presentaciones.

Gráfico Nro 73

CALIFICACIÓN HORARIO



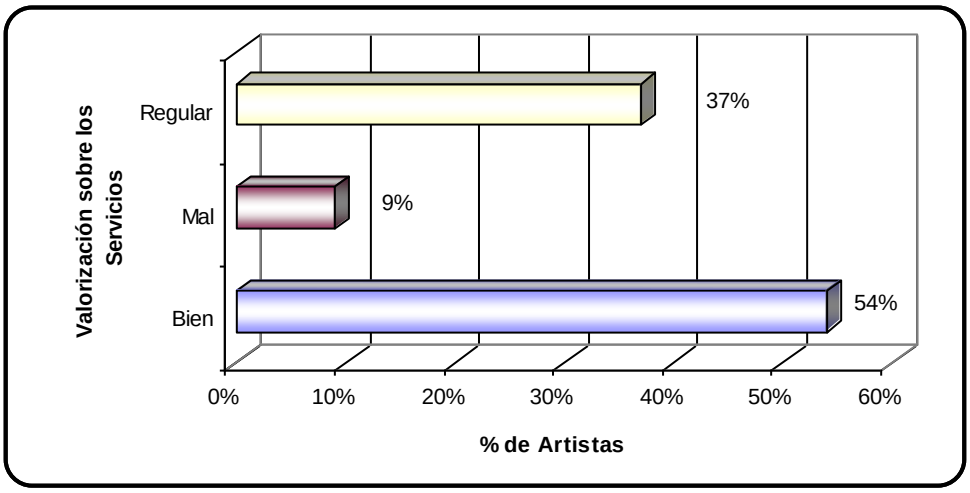
Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Los horarios son muy importantes en cuanto a presentaciones se refiere ya que la impuntualidad provoca reacción en el público y en los artistas en caso de que este inconveniente se suscite por problemas de la organización.

De acuerdo a los resultados obtenidos se observa que el 43% está conforme con los horarios designados a sus presentaciones y la puntualidad del mismo, el 28% de los artistas considera como regular el tema de horarios y finalmente el 29% no estaba de acuerdo con sus horarios y cataloga de impuntuales a los organizadores del evento.

Gráfico Nro 74

CALIFICACIÓN SERVICIOS BASICOS

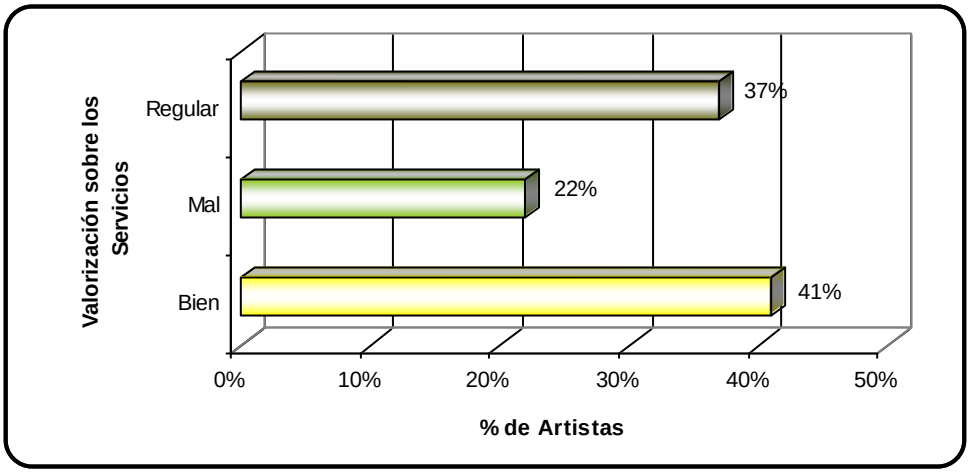


Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Los servicios básicos en primera instancia hacen referencia a los baños se observa que el 54% de los artistas y grupos participantes del evento ferial califican como buenos a los servicios básicos, el 37% creen que fueron regulares y finalmente un 9% los considera malos.

Gráfico Nro 75

CALIFICACIÓN de CAMERINOS

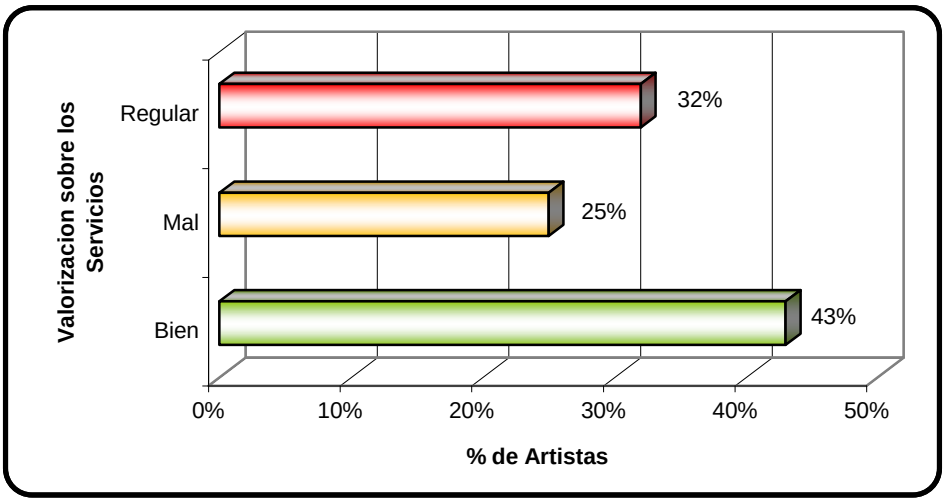


Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Como es norma los artistas o grupos deben contar con la comodidad de un camerino para poder realizar ciertos arreglos previos a su presentación; según las encuestas se puede observar que sólo el 41% de los artistas considera que los camerinos son buenos, el 37% considera que son regulares y finalmente un 22% cree que los camerinos no están acorde a sus necesidades.

Gráfico Nro 76

CALIFICACIÓN TRANSPORTE



Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

El transporte designado para trasladar al grupo o artista hasta instalaciones del evento ferial fue calificado de la siguiente manera, sólo el 43% considera al servicio de transporte como bueno un 32% cree que este fue regular y finalmente el 25% restante cree que es malo ya sea por la incomodidad, la impuntualidad a la hora de recogerlos, etc.

7.1.3 Aspectos positivos de la Exposur 2006 respecto a las presentaciones de los artistas

Cuadro Nro 37

ASPECTOS POSITIVOS DE LOS ORGANIZADORES DEL EVENTO FERIAL PARA LA PRESENTACION DE LOS ESPECTACULOS

	PORCENTAJE
Organización	35,00
Atención en General	17,50
Implementación Nuevo Escenario	12,50
Ninguno	11,25
Sonido	10,00
Puntualidad	6,25
Iluminación	5,00
Personal especializado en Espectáculos	1,25
Efectos Especiales	1,25
TOTAL	100,00

Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Entre los principales aspectos positivos que fueron calificados por los artistas participantes del evento ferial EXPOSUR 2006 podemos indicar que el 35% cree que la organización de los encargados del evento y en especial de las presentaciones fue el mejor aspecto del evento, el 17,5% considera que la atención tanto de organizadores como del público que se dio cita en las presentaciones fue uno de los aspectos mas relevantes de la feria, en tercer lugar tenemos a la implementación del escenario internacional con un 12,5%; el 11,25% no identifica ningún aspecto positivo, el 10% cree que el sonido fue de calidad ya que permitió darle calidad a sus presentaciones, en porcentajes menores de igual forma tenemos la puntualidad, la iluminación, el personal especializado en eventos, equipos, luces, etc. y los efectos especiales utilizados para las presentaciones.

7.1.4 Aspectos negativos de la Exposur 2006 respecto a las presentaciones de los artistas

Cuadro Nro 38

ASPECTOS NEGACTIVOSDE LOS ORGANIZADORES DEL EVENTO FERIAL PARA LA PRESENTACION DE LOS ESPECTACULOS

	PORCENTAJE
Ninguno	35,00
Malas Fechas y Horarios de Presentaciones	17,25
División de Artistas en diferentes Escenarios	17,00
Mala Infraestructura escenario local	17,00
Mala Organización	12,25
Seguridad	1,50
TOTAL	**100,00**

Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Entre los aspectos negativos podemos resaltar que el 35% de los artistas no consideró ningún aspecto negativo quedando satisfechos con todo lo que se le brindó durante su actuación, el 17,25% cree que las fechas de las presentaciones y los horarios no eran adecuados, un 17% cree que un aspecto negativo fue el dividir las presentaciones de los artista en dos escenarios en algunos casos los artistas expresan que se sienten marginados por no actuar en el escenario internacional, en un porcentaje similar al anterior creen que la mala infraestructura del escenario local fue un aspecto muy perjudicial para los artistas que actuaron en el mismo, el 12,25% cree que la organización fue mala, finalmente un 1,50% cree que hubo deficiencias en la seguridad.

7.1.5 Recomendaciones generales para la realización de eventos posteriores

Los artistas consideraron las siguientes recomendaciones para los organizadores del evento ferial para futuras versiones del mismo en calidad de que estos puedan servir para mejorar las presentaciones y la calidad de las actuaciones.

Cuadro Nro 39

RECOMENDACIONES GENERALES PARA FUTUROS EVENTOS

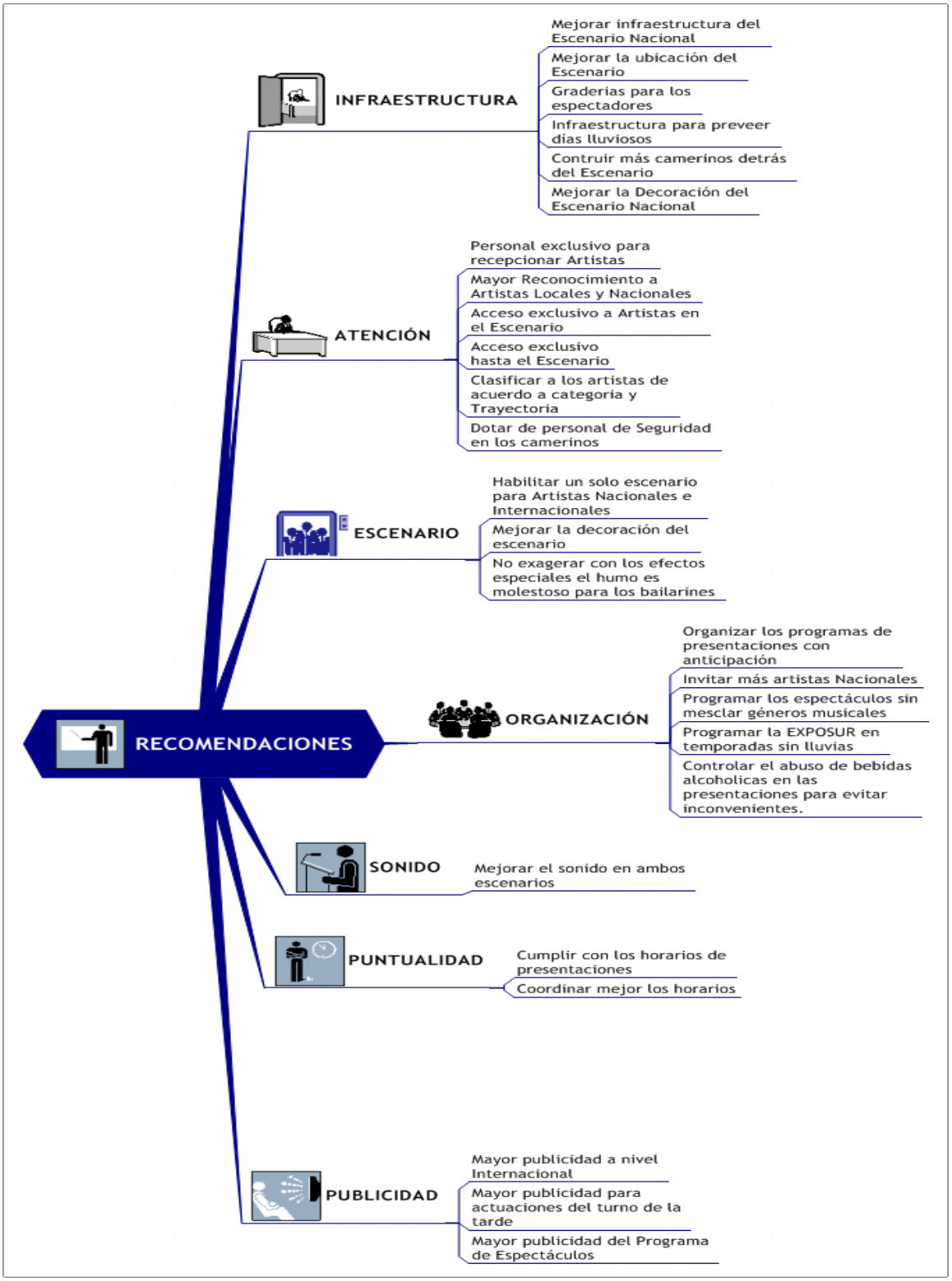
	PORCENTAJE
Implementar un solo Escenario	28,75
Mejorar Infraestructura	20,00
Mejor Organización	15,00
Organizar Horarios y fechas	10,00
Ninguno	10,00
Mas Publicidad	7,50
Mas Seguridad	5,00
Mejor Atención	3,75
TOTAL	**100,00**

Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

Respecto a las recomendaciones de acuerdo a la tabla Nro 38 podemos observar que el 28,75% de los artistas desean que se habilite un solo escenario tanto para artistas locales, nacionales e internacionales sin discriminación, en segundo lugar los artistas que realizaron su espectáculo en el escenario nacional piden que este mejore su infraestructura para poder mejorar la calidad de sus presentaciones, en tercer lugar con un 15% los artistas consideran que la organización tiene muchas debilidades y estas deberán mejorarse en futuros eventos, en porcentajes similares de 10% tenemos la organización de las fechas y horarios para evitar retrasos al igual que Ninguno con un 10% es decir los artistas consideran que en general satisfecho con todo referente a la EXPOSUR 2006 y su presentación, un 7,5% considera que se debe poner mayor énfasis en la Publicidad de las carteleras artistas, y no solo a nivel local y nacional sino también a nivel internacional puesto que estos anuncios deberán hacerse con anticipación, en porcentajes menores pero sin dejar de ser significativos se observa que el 5% pide mayor seguridad para a los artistas especialmente en los camerinos y un 3,75% cree que deberá mejorar la atención de los organizadores con los artistas y grupos que participan en los espectáculos de la EXPOSUR 2006.

Gráfico Nro 77

RECOMENDACIONES



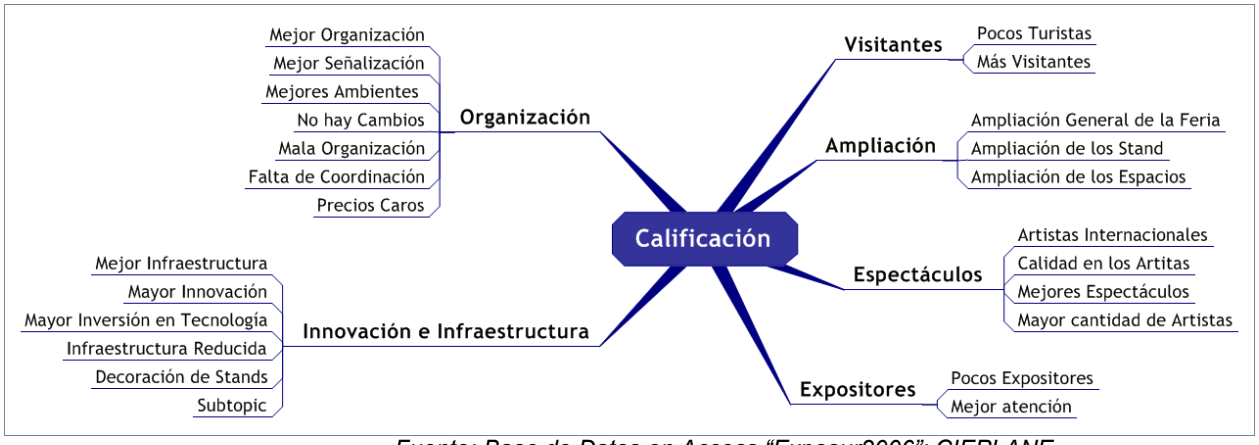
Fuente: Base de datos en Access "Exposur 2006"; CIEPLANE

8. ANEXOS

8.1 Análisis: Diagrama Espina de Pescado para Visitantes:

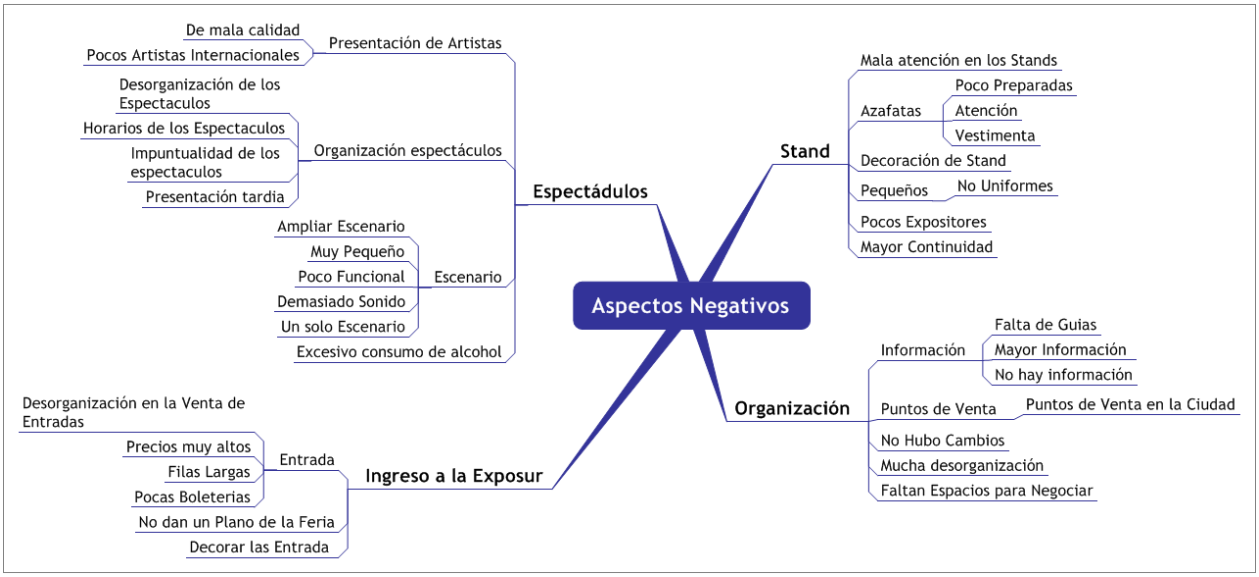
En el presente análisis se han clasificado las observaciones y sugerencias de los visitantes agrupándolas en el diagrama espina de pescado, de acuerdo a las siguientes preguntas:

1. Como Califica la ExpoSur (2006 vs. Las anteriores 2003, 2001, 2000), Igual, mejor, peor, no conoce Porque?

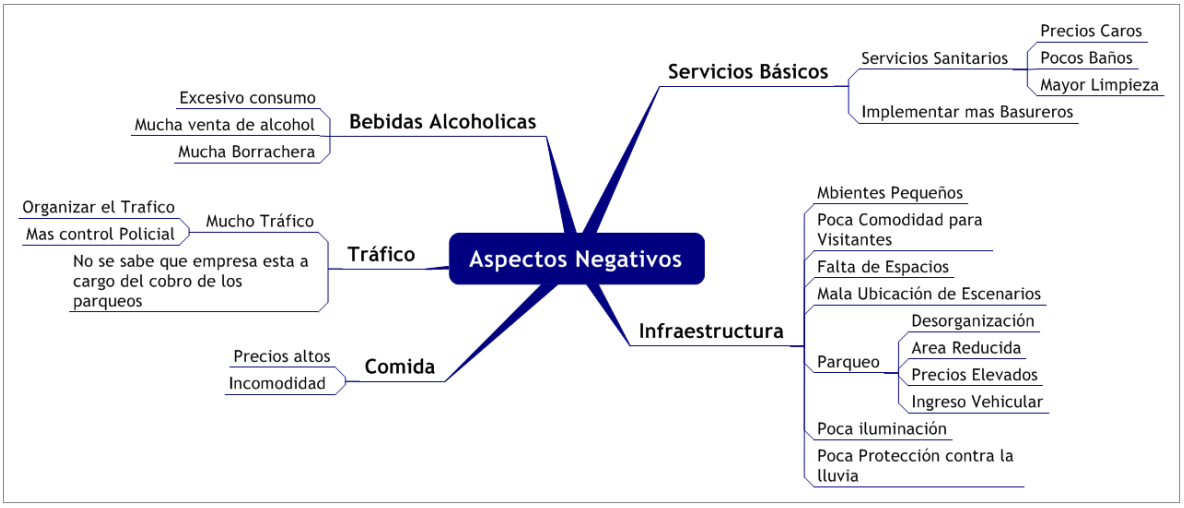


Fuente: Base de Datos en Access "Exposur2006"; CIEPLANE

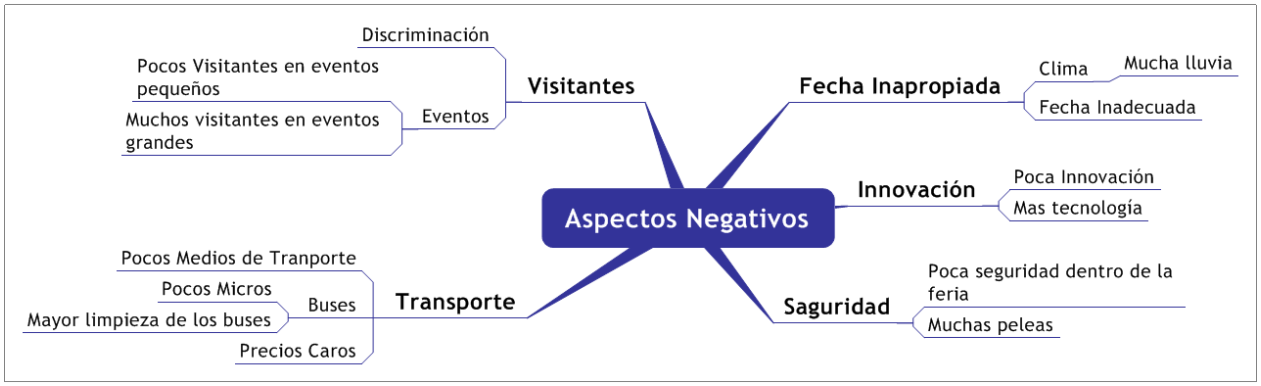
3.- Aspectos Negativos que encuentra en la Exposur 2006



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur2006"; CIEPLANE

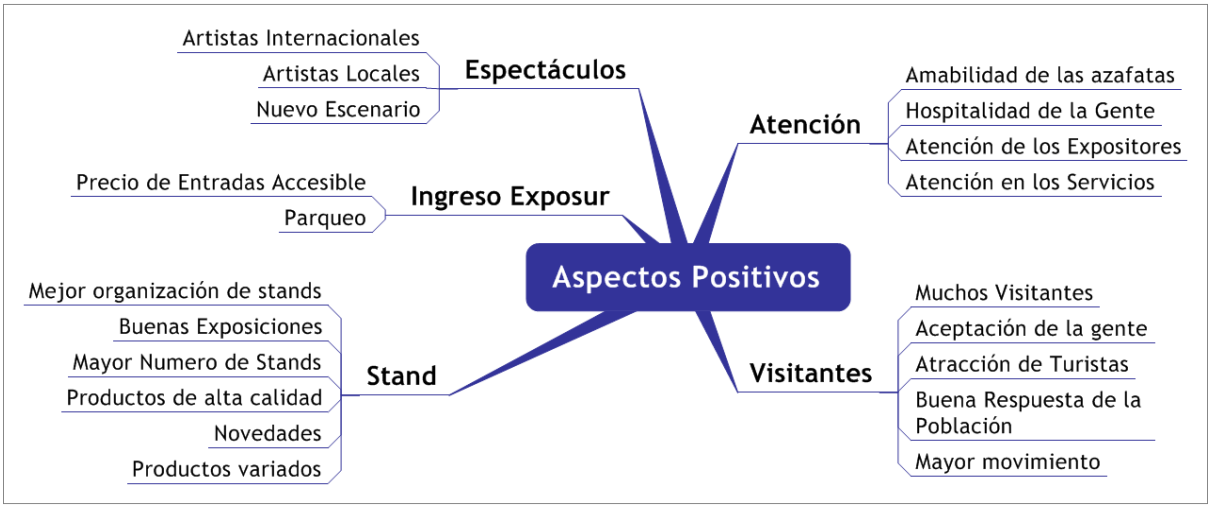


Fuente: Base de Datos en Access "Exposur2006"; CIEPLANE



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur2006"; CIEPLANE

4.- Aspectos Positivos que encuentra en la Exposur 2006

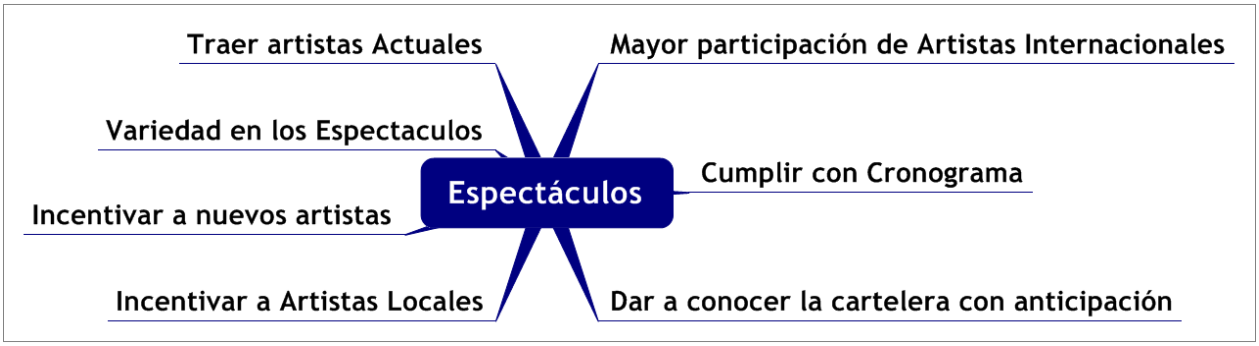


Fuente: Base de Datos en Access "Exposur2006"; CIEPLANE

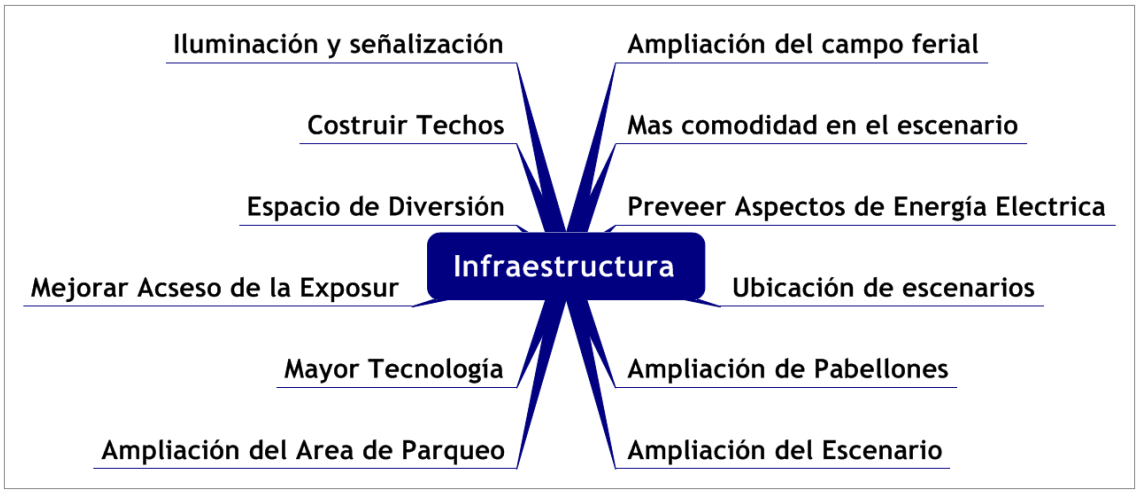
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur2006"; CIEPLANE

5.- ¿Que recomendaría a los organizadores para próxima Exposur 2007 en los temas anteriores? (los que considere prioritarios)

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur2006"; CIEPLANE

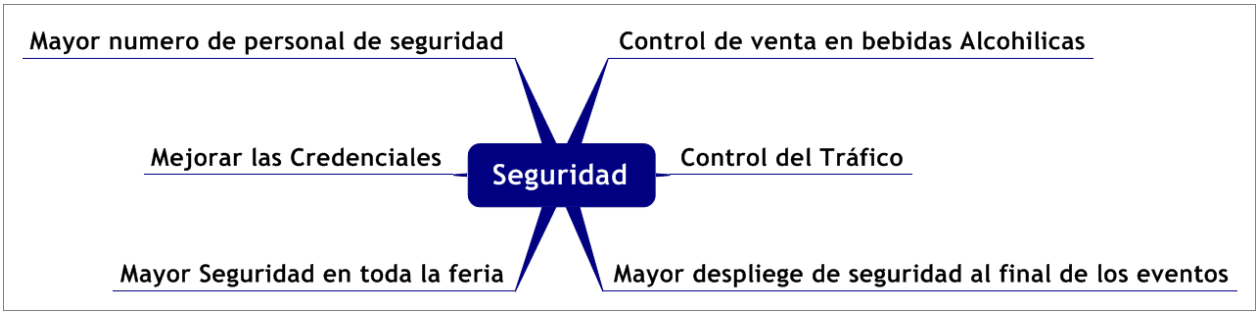


Fuente: Base de Datos en Access "Exposur2006"; CIEPLANE



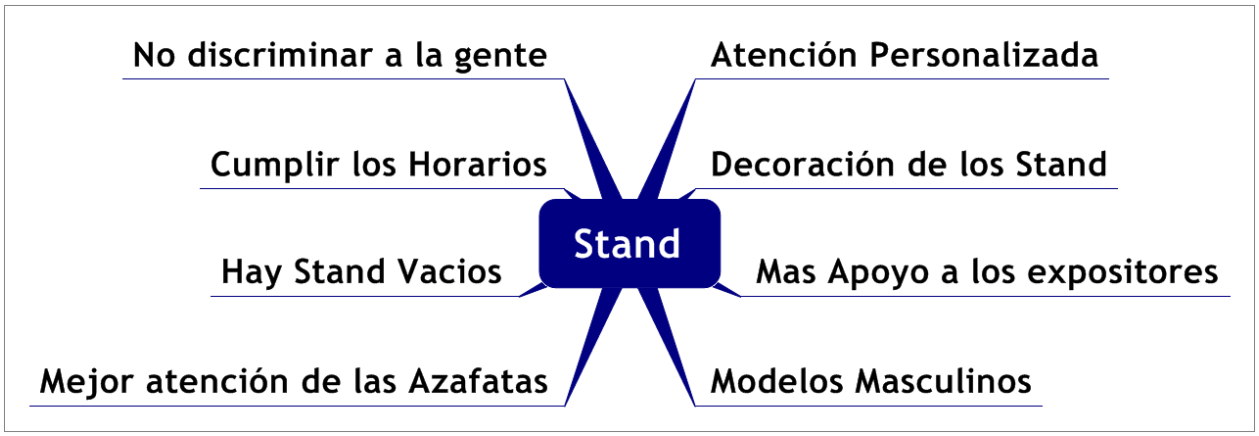
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur2006"; CIEPLANE

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur2006"; CIEPLANE

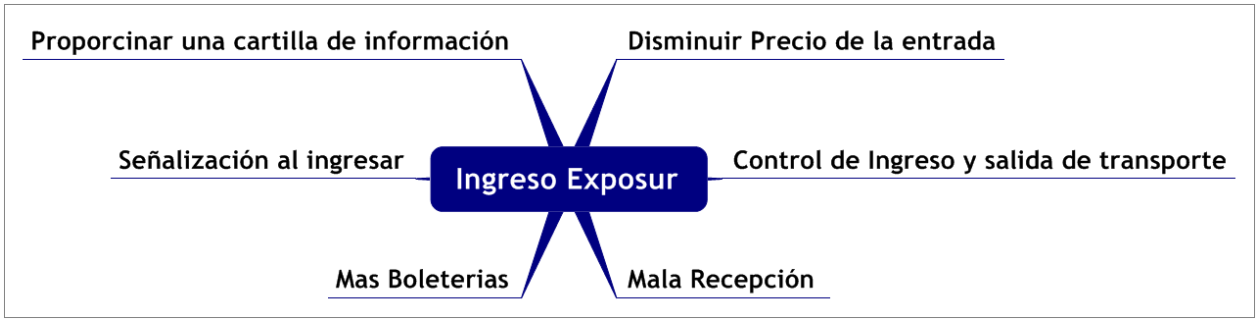


Fuente: Base de Datos en Access "Exposur2006"; CIEPLANE

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur2006"; CIEPLANE



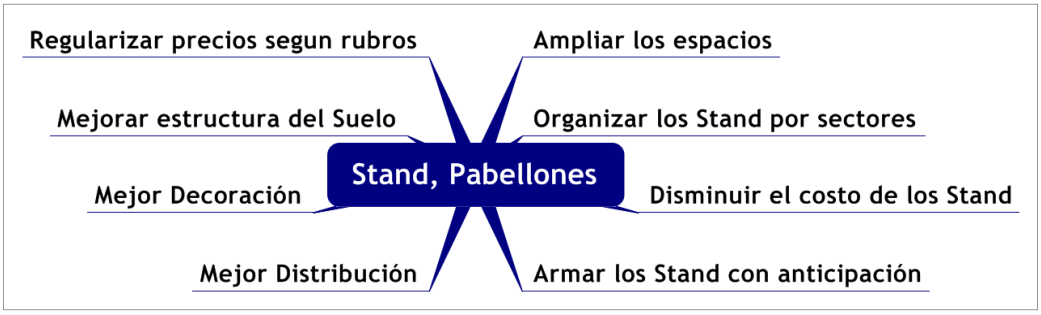
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur2006"; CIEPLANE



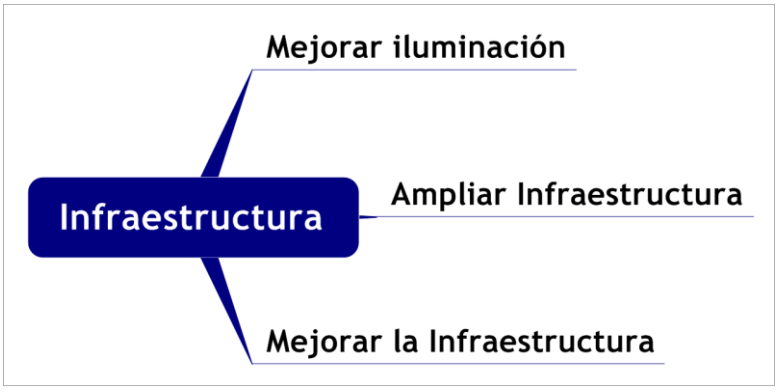
Fuente: Base de Datos en Access "Exposur2006"; CIEPLANE

8.2 Análisis: Diagrama Espina de Pescado para Expositores:

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur2006"; CIEPLANE

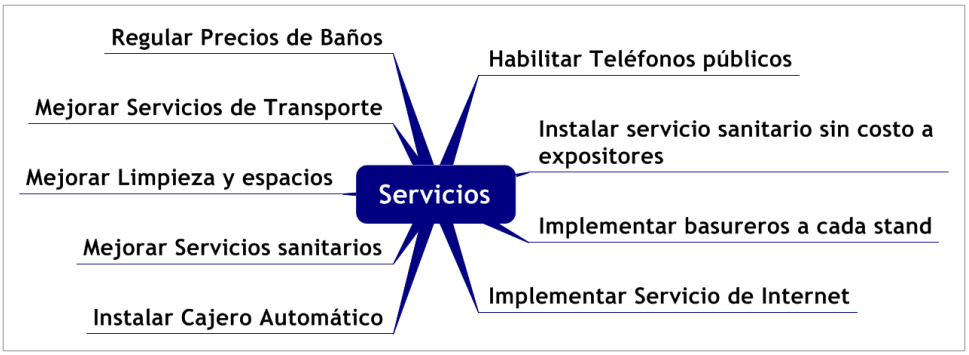


Fuente: Base de Datos en Access "Exposur2006"; CIEPLANE



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur2006"; CIEPLANE

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur2006"; CIEPLANE



Fuente: Base de Datos en Access "Exposur2006"; CIEPLANE

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur2006"; CIEPLANE

Fuente: Base de Datos en Access "Exposur2006"; CIEPLANE

8.3 Cuestionario EXPOSUR 2006