



MINISTERIO DE DESARROLLO ECONOMICO
ARTESANIAS DE COLOMBIA S.A

ESTUDIO ESTRATEGICO DE VENTAS EN EXPOARTESANIAS 97
INFORME

presentado por la:
CORPORACION IBEROAMERICANA DE MULUISERVICIOS
CONSTANZA MONTENEGRO RAMIREZ
Directora Ejecutiva

Santafé de Bogotá D.C., enero 2 de 1997



ESTUDIO ESTRATEGICO DE VENTAS EN EXPOARTESANIAS 97

1. OBJETIVO:

Establecer el comportamiento de las ventas en Expoartesaniás 97 y efectuar un análisis comparativo con respecto a 1996 Y 1995

2. METODOLOGIA

Se realizó diariamente un recuento de ventas en los stands de la feria con la participación de un equipo de encuestadores experimentados en este tipo de eventos.

La información se revisó por parte del supervisor con el propósito de depurarla para su procesamiento.

Se elaboró un programa de computador acorde a las necesidades del trabajo a realizar.

Se digitaron los registros en el programa de computador y se verificó la información procesada.

Se elaboraron los cuadros de resultados y las gráficas respectivas.



3. DURACION

La ejecución del trabajo se hizo en un mes de la siguiente manera:

Una semana de planeación de actividades y capacitación del equipo de recolección.

Dos semanas de recolección, crítica, digitación y verificación de la información.

Se recorrieron diariamente los tres pabellones recolectando la información de 780 expositores.

En la semana final se efectuó el procesamiento de resultados y preparación del informe final

4. RESULTADOS

1. Valor de las existencias iniciales

El valor de las existencias iniciales que reportaron los expositores fueron de \$ 4.143.564.300 cifra cercana a la de 1996 de \$ 4.253.376.834. De este monto en 1997, \$ 2.045 millones correspondieron al pabellón 2, \$1.384 millones al pabellón 3 y \$714 millones al pabellón 8,. En 1996 las cifras fueron de \$ 2.487 millones, \$ 1.283 millones y \$ 483 millones, respectivamente.

2. Ventas

Las ventas en expoartesanas 97 fueron de \$ 2.536.413.688, con lo que se superó



en un 24% la cifra de \$2.031.893.229 en 1996 y representa un incremento del 150% frente a las ventas del año de 1995.

En el marco de la situación económica recesiva en que se desarrolló el país en 1997, es importante destacar este nivel de ventas, con lo cual se renueva una vez más el interés de los compradores en reafirmar la cultura artesanal.

3. Relación de las ventas diarias

El volumen de las ventas en los tres últimos años fué en ascenso en forma de olas de la siguiente manera: En los primeros días las ventas comienzan bajas y suben hasta llegar a un buen nivel en el primer domingo.

En la semana siguiente, las ventas descienden inicialmente para luego continuar en ascenso día a día hasta el segundo sábado y el domingo, cuando las ventas repuntan notablemente. En el último día aprovechan los compradores para adquirir los saldos de las existencias y los vendedores para disminuir la carga del viaje de regreso.

4. Ventas según oficios

El censo de ventas destaca los productos de madera que lideraron el mercado (19%). Los compradores llevaron, en esta línea muebles, cuadros, balcones, baúles, repisas, elementos de cocina, tallas, caballitos, rompecabezas y otros juegos para niños.

Esta situación contrasta con respecto a 1996 cuando lideraron los productos de arcilla como candelabros, vajillas, ollas, jarrones, alcancías, iglesias y miniaturas y que en esta oportunidad ocuparon un segundo lugar (17.8%)



En tercer lugar de liderazgo en las ventas (15%) se encuentran los tejidos, tales como tapetes, tapices, hamacas y mochilas. Estos habían ocupado el primer lugar en las ventas en 1995.

En cuarto y quinto lugar se ubicaron los productos internacionales (7%) y los elaborados con fibras naturales (6.4%). Cabe destacar que la artesanía Indígena mantiene un importante lugar en esta feria, con una participación del (5.3%) por encima de otros grupos.

En un segundo nivel de ventas se ubicaron las joyas (5%), los objetos navideños (4.7%), los productos de metal (4.6%), el vidrio (3.7%), y los juguetes con el (3.8%) respectivamente.

Los demás oficios tuvieron una participación inferior al 3%.