CUADRO VII

PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES POR CIERTOS ARTICULOS, AL REALIZAR SUS COMPRAS

lipo de artículos	Porcentaje
Prendas de vestir	13.39
Artesanía y curiosidades	30.20
Productos de línea blanca	0.60
Artículos de cocina	15.93
Artículos de belleza	1.05
Productos alimenticios	15.78
Muebles para el hogar	2.82
Artículos industriales	5.35
Otros	14.88
Total	100.00

comparativamente e los locales, sin embergo, existe la posibilidad de que la comparación la havan electuado en relación a los precios
de los producios similares existentes en ouros lugares del área Metropolitana, y no con los precios de su lugar de origen. De cualquier forma, se observa en el Cuadro VIII que el 50 porquento de lo
visitantes extranjeros ominaron que los precios eran iguales e los de
la calle, lo qual dado el alto porcentale que representan perere ses
más significativo, y en cierta médida confirman la poemitidad de qua
la comparación baya sido hecha con productos similarse de la local;

contraba entre los visitantes, de acmerdo a su procedencia. Así tene mos que de los asistentes del Area Metropolitane el 35.4 porciento e fectuaron compras, del resto de Muevo León 43.6 porciento, del resto de la República 22.7 porciento, y del extranjero el 16 porciento (Cue dro V).

Los datos anteriores inclinan a sugerir el incremento de la publicidad del evento nacia los pobladores del resto del Estado, sin olvidar por ello a los del Area Metropolitana, si es que se quiere ampliar el mercado escotivo que enfrentan los expositores.

Los compradores en general, según los datos observados, pre futeron los attículos de artesanía y curtosidades (30.2 porciento), los que mostraron su preferencia por artículos de cocina constituyeron el 15.93 porciento, en productos alimenticios representaron el 15.78 por ciento, y en las prendes de vestir 13.38 porciento (Guadro VII). Lo-anterior puede tener su explicación en la novedad que representa para un crecido número de la población el poder conocer el proceso de ela boración, y el producto mismo de la industria artesanal con la cual están poco familiarizades, dedo el requítico desarrollo de "industrias" de esta naturaleza en la región. Respecto a los otros tipos de artículos es explicable el porcentaje que obtuviaron, dado que representan artículos de primera necesidad, que tienen por su naturaleza una demanda generalmente alta y estable.

PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES POR CIERTOS ARTICULOS

Tipo de artículos	Porcentaje
Prendas de vestir	13.39
Artesanía y curlosidades	30.20
Productos de línea blanca	03,0
Artículos de cocina	15.93
Artículos de belleza	1.05
Productos alimenticios	15.78
Muebles para et hogar	2,82
Artfculos industriales	5.35
Otros	14.88
Total	100,00

4. Opiniones con respecto a precio y calidad

Las opiniones con respecto a precio y calidad que externaron los asistentes de los diversos lugares de la República y extran
jeros fueron las siguientes: el 37.5 porciento de los asistentes procedentes del Area Metropolitana, opinaron que los productos eran
más baratos que en "la calle".

La opinión de que los precios eran más altos que en "la ca lle" fue la menos frecuente entre el total de asistentes, exceptuando los que provenían del extranjero, pues un 33.3 porciento de ellos opinó que eran mayores, (Cuadro VIII) lo anterior parecer ser paradóji co, dado que la mayoría de los extranjeros provenían del Sur del ve cino país del Norte, donde por lo general los precios son más altos comparativamente a los locales, sin embargo, existe la posibilidad de que la comparación la hayan efectuado en relación a los precios de los productos similares existentes en otros lugares del Area Metropolitana, y no con los precios de su lugar de origen. De cualquier forma, se observa en el Cuadro VIII que el 50 porciento de los visitantes extranjeros opinaron que los precios eran iguales a los de la calle, lo cual dado el alto porcentaje que representan, parece ser más significativo, y en cierta medida confirman la posibilidad de que la comparación haya sido hecha con productos similares de la locali dad.

Collicions con respecto a granto y dalidad

Las opiniones don respectu a precio y calided que externaron los asistentes de los diversos lugeres de la República y extrán ;
jeros fueron las siguientes: el 37.5 porciento de los asistentes procedentes del Area Metropolitana, opinaron que los productos eran
más baretos que on "la celte";

La opinión de que los precios eran más altos que en "la os ille" fue la menos frecuente entre el total de asistentes, exceptuando los que provenían del extranjero, pues un 33.3 porciento de ellas opinó que eran mayores, (Cuadro VIII) lo anterior parecer ser paradópi co, dado que la meyoría de los extranjeros provenían del Sur del vecino país del Morte, donde por lo general los precios son más altos comparativamente a los locales, sin embargo, existe la postivilidad de que la compáración la hayan efectuado en relación a los precion de los productos similares existentes en otros lugares del Area Metropolitana, y no con los precios de su lugar de origen. De cualquier forma, se observa en el Cuadro VIII que el 50 porciento de los visitantes extranjeros opinaron que los precios eran iguales a los de la calle, lo cual dado el sito porcentaje que representan parece ser nás significativo, y en cierta medida confirman la posibilidad de que nás significativo, y en cierta medida confirman la posibilidad de que la comparación haya sido necha con productos similares de la localida comparación haya sido necha con productos similares de la localida comparación haya sido necha con productos similares de la localida comparación haya sido necha con productos similares de la localida comparación haya sido necha con productos similares de la localida comparación haya sido necha con productos similares de la localida comparación haya sido necha con productos similares de la localida comparación haya sido necha con productos similares de la localida comparación haya sido necha con productos similares de la localida comparación haya sido necha con productos similares de la localida comparación haya sido necha con productos similares de la localida comparación haya sido necha con productos similares de la localidad comparación haya sido necha con productos similares de la localidad con localidad de localida

CUADRO VIII

OPINION DE LOS CONSUMIDORES CON RESPECTO A PRECIOS (según su procedencia)

Was	Opinión Iguales que Mayores que Más bajos Sin dato en la calle en la calle que en la	Mayores que en la calle	Más bajos que en la	Sin dato	Porcentaje total
Lugar Area Metropolitana	36.4	22.2	37.5	3.9	100.0
Resto de Nuevo León	40.2	17.3	36.5	0.9	100.0
Resto de México	35.3	25.3	29.3	10.1	100.0
Extranjero	50.0	33.3	16.7		100.0

MELIOTECA UNIVERSITARIA
"ALFONSO REVES"
Lado. 1625 EDUTERDIV. EPONS

heh

Respecto a la calidad de los productos, de las personas procedentes del Area Metropolitana 63.22 porciento opinaron que era igual a la de los artículos de "la calle", esta opinión coincidió con la mayoría de los visitantes foráneos, exceptuando los extranjeros que opinaron en mayoría, que la calidad de los productos de la Expo 67 era mejor que la de los productos de "la calle" (Cuadro IX).

5. Permanencia en el evento por actividad económica de los expositores

Si se analizan los días de permanencia en el evento por ramas de actividad, se observa que la mayoría de stands en las distintas ramas permanecieron entre 20 y 30 días, es decir hasta la ter minación de la Exposición, solamente los stands dedicados al comercio tuvieron un alto "índice de deserción" (35.2 porciento) en los primeros 9 días del período (Cuadro X).

Este último porcentaje puede resultar desconcertante, pues el interés evidente de cualquier miembro de la rama comercial es realizar ventas, y es muy posible que el índice promedio de éstas fue

primeros 9 días del pedicido (Cluadro X).

CUADRO IX

DEL CONSUMIDOR RESPECTO A CALIDAD (según la procedencia de éstos) OPINIONES

Opinión	Iguales que	Iguales que Mayores que Más bajos Sin dato Porcenta	Más bajos	Sin dato	Porcenta
Lugar	en 1a calle	ell la carre	calle		
Area Metropolitana	63.22	31.90	2.04	2.84	100.0
Resto de Nuevo León	56.25	40.00	•	3.75	100.0
Resto de la República	59.41	28.71	1.98	9.90	100.0
Extranjero	16.67	33.33	16.67	33,33	100.0
		The state of the s			

					1 1 8
		Y 10			
					1 54
					100
					28
				7500	
	ties			2	
					1 8 E
	16.61				4 56
	-				
					dens.
					100
					STI SO
					Times .
					1 M 681
					8 8
	ATTORNAL MANAGEMENT		America de Company		discourant the
					sup a
					BIR HE
			Cu		
					CONTRACTOR OF THE PARTY OF THE
			52		
3	0)				
	9				
	8.8				
	16.6	5.8.4	36.		
	16.6				
	16.6				
	3.31				etameonof otab mis soted asht suprassored suprastagi
	36.6				
	3.81.				
	16.6				
	3,81				
	36.6	69	. 56		
	76.6	69	. 56		
	76.6	69	. 56		
	36.6	69	. 56	63	
	36.8	69	. 56	63	
	76.8	69	. 86	63	
	9.01	69	. 86	63	
	16.81	69	. 86	63	
	116.6	69	. 86	63	
	8,80	69	. 86	63	
	9,81	69	. 86	63	
	a.ar.	69	. 86	63	
	a.ar.	69	. 32 mosi overW	63	
	a.ar.	69	. 32 mosi overW	63	
	a.ar.	69	. 32 mosi overW	63	
	a.ar.	69	. 32 mosi overW	63	
	a.ar.	de la República 59.	as Museus Legal 56.	63	Objurge
	a.ar.	de la República 59.	as Museus Legal 56.		Objurge
	a.ar.	de la República 59.	as Museus Legal 56.	Metropolitane 63.	ODIUTOU
	a.ar.	de la República 59.	as Museus Legal 56.	Metropolitane 63.	ODIUTOU
	a.ar.	de la República 59.	as Museus Legal 56.	Metropolitane 63.	Objeton
	a.ar.	de la República 59.	as Museus Legal 56.	Metropolitane 63.	Objetou
	Extranjero .	69	as Museus Legal 56.	63	Objeton
	a.ar.	de la República 59.	. 32 mosi overW	Metropolitane 63.	Objetou
	a.ar.	de la República 59.	as Museus Legal 56.	Metropolitane 63.	Objetou

ORIMIONES DEL CONBUMINON SESPECIO À CALDAD

DUNDRO DE

CUADRO X

DURACION DE LOS STANDS POR RAMA DE ACTIVIDAD

Porcenta je tota l	100.0	100.0	100.0	100.0
20 - 30	97.9	41.7	56.1	60.8
10 - 19	2.1	23.1	15.9	26.5
6 - 0	•	35.2	28.0	12.7
Días de permanencia Rama de actividad	Industria	Comercio	Industria artesanal	Servicios

CUADRO XI

PARTICIPACION EN DIVERSIONES POR RANGO DE EDADES

Porcenta je tota l	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
No	39.8	53.5	8.89	71.3	74.3
Sí	60.2	46.5	31.2	28.7	25.7
Participó Edad	14 - 19	20 - 29	30 - 39	40 - 49	50 y más

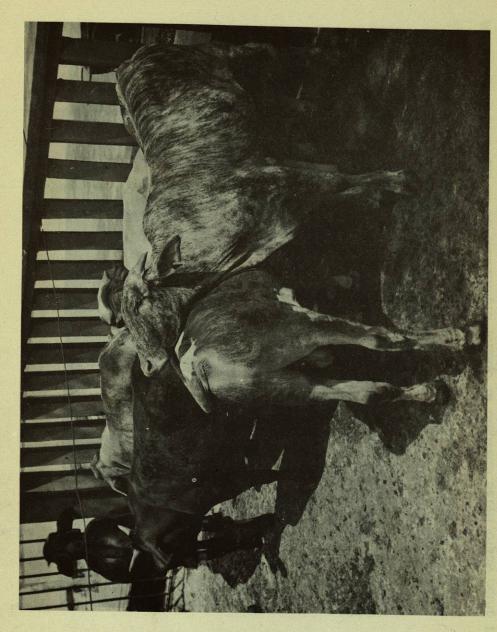
					Porcenta ja
0		-			
	Victor Officers				
la l					
	-				
					131
					1 39 1
			CIL		*
					1
THE RESIDENCE					
	DESIGNATION OF THE PARTY OF THE				
	42				
		2 8 7 7 7			1
127	CO				1 5 1
			F2.90		
					A 10
					\ distribution
10.					
				(6)	
	100			To the second	
				-	1
			1		18 \1
	1 5 A A A A A A A A A A A A A A A A A A	The same of			
10		0			IS V
		100			
					A COLUMN

SYMBOLISM OF DISTRIBUTES SON NYMBO DE EDWINE

DA ONDADIC

	32 857 VISTORY			
	0,000	0.001	0.00	Sinecards lated
		-		
				TI OCI
	Seek.	41.7	(10)	8
	200	Book .		8
			-	
2.3%		See S		2
		, CO		
				10 -
		- I was		
			THE RESTREE	
				(C)
		1		0
		en en		
		\$2.50		
		36.8		6 - 0
		36.3		
		35.		
		35.		
		35.		
		3.5.		- 0
	28.	2.58	ı	- 0
	28.	3.5.8	1	- 0
	2.83			- 0
	283	200		- 0
	26.1	3.5.		- 0
	7,805	18 a		- 0
	200	2 - 2 E	1	- 0
	285	186		- 0
	587			- 0
	2870	-6-8		- 0
	26.0	£ 8		- 0
	188	8.65		- 0
		8.48		- 0
		8.65		Cattwelled of
		8.48		Cattwelled of
		\$ - table		Cattwelled of
		8.48		Cattwelled of
		- tar		Cattwelled of
		3.6.8		Cattwelled of
		to the second se		Cattwelled of
		- to		Cattwelled of
		** to **		Cattwelled of
Se Control of the Con		- to		Cattwelled of
Se Control of the Con				Cattwelled of
Se Control of the Con				Cattwelled of
Se Control of the Con				Cattwelled of
Se Control of the Con				Cattwelled of
Se Control of the Con				Cattwelled of
Se Control of the Con				Cattwelled of
Se Control of the Con				Cattwelled of
Se Control of the Con				Cattwelled of
Se Control of the Con				Cattwelled of
Se Control of the Con				Cattwelled of
	Lineagens arranged	Comercia 35.2	- shripphini	- 0
Se Control of the Con				Cattwelled of
Se Control of the Con				Cattwelled of
Se Control of the Con				Cattwelled of

DIBECTON DE L'OR SANDE SON SYNDE DE POLIMIDAT



Durante el período que duró la Exposición se engordaron treinta becerros que se rifaron el último día entre todo el público asistente.