

ANEXO No. 3 BRIEF DE SATISFACCIÓN

1. DATOS GENERALES								
Responsable de realización		Nombre del responsable de la supervisión del estudio:			Fecha de Realización			
Agencia Externa	X	Recurso Interno	MAYERLY RODRIGUEZ			DD 31	MM 10	AAAA 2024
Empresa responsable de la medición:				Persona contacto de la agencia:				

2. INFORMACIÓN DE LA MEDICIÓN DE SATISFACCIÓN										
Nombre de la feria o evento:		FERIAS/EVENTOS CORFERIAS			Cobertura de Medición:		NACIONAL			
Tipo de Medición:		Investigación Cuantitativa con uso de diferentes tipos de encuestas: personal, telefónica y en línea.								
2.1 Información general de la Feria o Evento										
Fechas de realización		Inicio		DD	MM	AAAA	Fin	DD	MM	AAAA
				27	03	2025		20	12	2025
Descripción General										
<p>Corferias, es una sociedad de carácter privado, que impulsa el desarrollo industrial, social, cultural y comercial en la Región Andina, Centroamérica y el Caribe con más de 70 años al servicio de los empresarios. Su principal accionista es la Cámara de Comercio de Bogotá, entidad que representa los intereses del sector empresarial y de la sociedad en general.</p> <p>Para el año 2025 tenemos alrededor de 23 ferias/eventos en Bogotá, 5 en Barranquilla y 2 en Medellín para un total de 30 ferias/eventos híbridos a evaluar durante el año; y a las cuáles les realizaremos medición de satisfacción del cliente tanto a los empresarios vinculados dentro de la muestra comercial en calidad de expositores u oferentes, cómo a los diversos tipos de visitantes asistentes presenciales dependiendo de las actividades que componen la feria/evento. Contamos con diferentes tipos de ferias/eventos: 1) Feria de tipo masiva (dirigido a consumidor masivo), 2) Feria especializada (dirigido a público de negocios en su sector nicho de mercado), 3) Feria mixta (atiende ambos públicos masivos y mixtos), 4) Confex es un evento académico que tiene asociada una pequeña muestra comercial de expositores o patrocinadores, 5) Evento propio, es un evento organizado por Corferias sólo o en asocio con otro operador o marca, en donde existe una actividad masiva y convoca público general como asistente. La naturaleza de estas ferias/eventos puede ser de asistencia presencial, virtual o hibrida (atiende público presencial y virtual al mismo tiempo).</p> <p>La ejecución de cada feria o evento varía según la necesidad de cada mercado, el público objetivo al que se enfocan, ciudad en donde se realizan las actividades presenciales y características de sus componentes principales, así como también varían los cronogramas de ejecución y horarios de atención.</p> <p>En este momento el proceso de satisfacción comienza con la entrega a la agencia del brief de satisfacción donde se determinan las áreas y momentos a evaluar, la entrega de la base de expositores con la identificación quienes de ellos son anclas y la entrega de las muestras requeridas; la agencia entrega el listado de encuestadores para aprobación, entrega los cuestionarios estructurados, realiza la capacitación a los encuestadores, genera informes diarios relacionando percepciones de los clientes y estado de la ejecución de encuestas. Cumple con la muestra propuesta basada en un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%.</p>										

Una vez cerrada la feria se genera un cuadro resumen que se entrega a la Jefatura de mercadeo en un tiempo máximo de 6 horas hábiles del siguiente día, y comienza el procesamiento de la información para la entrega del informe final con los resultados de las encuestas; en caso de ser requerido por parte de la Corporación, la agencia realiza los ajustes necesarios y modificaciones determinadas, para proceder a la presentación de los resultados.

El cuadro resumen se compone de los siguientes indicadores:

Cuadro resumen



Fuente: Estudio de satisfacción
Satisfacción cantidad (1) – Para
expositores se refiere a la cantidad de
los visitantes y para los visitantes a la
cantidad de los expositores
Satisfacción calidad (2) – Para
expositores se refiere a la calidad del
perfil de los visitantes y para los visitantes
a la calidad de los expositores.



	Expositores			Visitantes masivos			Visitantes especializados		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024
Satisfacción General	8,3	8,5	8,5	8,93	8,7	9,0	8,81	8,74	8,9
Recomendación	8,6	8,5	8,7	9,2	8,9	9,2	9,0	9,0	9,3
NPS (Net promoter Score)	51%	49%	52%	71%	61%	73% ↑	67%	66%	76%
Intención de asistencia próxima versión	8,8	9,0	8,7	9,1	8,8	9,3	9,1	9,1	9,3
Cumplimiento de objetivos	8,7	8,7	8,4	8,8	8,7	8,8	8,7	8,6	8,7
Satisfacción Cantidad (2)	8,5	8,4	8,0	8,4	8,3	8,6	8,3	8,3	8,4
Satisfacción Calidad (1)	8,4	8,3	8,2	8,5	8,8	9,2	8,7	8,6	8,9
Satisfacción Muestra comercial	8,6	8,6	8,6 ↓	8,7	8,8	9,0	8,7	8,6	8,8
Satisfacción Gestión Comercial	8,3	8,6	7,8	-	-	-	-	-	-
Rueda de negocios	6,5	8,1	8,1	-	-	-	-	-	-
Satisfacción Promoción y Publicidad	8,3	8,5	8,3	8,9	8,3	8,4	8,8	8,6	8,7
Satisfacción Agenda de actividades	9,0	8,7	8,6	8,9	8,9	9,1	9,0	9,1	8,8
Satisfacción General Servicios de Corferias	8,2	8,2	7,9	8,9	8,7	8,7	8,7	8,6	8,7
• Satisfacción Atención y Servicios Básicos	8,0	8,3	8,1	9,1	8,7	9,0	8,8	8,7	8,9
• Satisfacción Infraestructura y señalización	8,3	8,2	7,9 ↑	8,9	8,5	8,8 ↑	8,7	8,8	8,7
• Satisfacción Servicios Parquaderos	8,4	7,2	8,4	8,2	7,5	8,3	8,1	8,2	8,3
• Satisfacción Herramientas Virtuales	7,7	8,1	7,8	8,5	8,6	8,5	8,5	8,6	8,5
Satisfacción Servicios Plus	8,1	8,5	8,5	-	-	-	-	-	-
BASE	78	83	80	55	71	120	300	301	325

Para Corferias, es fundamental **continuar midiendo estos indicadores**. Sin embargo, se considera necesario implementar una nueva metodología que permita evaluar los momentos clave de manera más efectiva. Esta metodología deberá combinar encuestas presenciales y digitales, distribuyendo la medición a lo largo del tiempo para no concentrarla en un solo momento. De esta manera, se brindará una mejor experiencia a los encuestados y se fortalecerá el Programa de Voz del Cliente.

Es necesario disponer de estos indicadores discriminados por feria y consolidados por Corferias. Además, se debe entregar un informe con el análisis de los resultados, que permita tomar decisiones informadas para las próximas ediciones. Asimismo, es fundamental contar con una plataforma que permita consultar la información en tiempo real.

Una vez terminado el contrato los datos deben ser entregados a Corferias en un archivo plano.

A continuación, se presenta un breve resumen de las categorías de preguntas que componen el instrumento utilizado para las ferias. En general, todas las ferias comparten las mismas preguntas, adaptadas a las características específicas de cada evento. No obstante, pueden existir preguntas adicionales en algunas ferias, dependiendo de las necesidades particulares.

EXPOSITORES

Módulo

Descripción

Perfil del expositor	Categorización del expositor, información de productos
Cumplimiento de objetivos	Razones de participar en la feria y satisfacción con cada uno de ellos, así como satisfacción general con el cumplimiento de objetivos
Visitantes	Perfil del visitante que esperaba
	Calidad del perfil del visitante que le llegó
	Cantidad de visitantes que le llegó
Gestión Comercial	Cómo se enteró de la feria
	Indagación de satisfacción en ciertos atributos de la gestión comercial
	Satisfacción general gestión comercial
Muestra Comercial (Expositores de la feria)	Satisfacción general con ciertos atributos: cantidad de expositores, calidad, presencia de marcas, diseño de stands - Satisfacción general con muestra comercial
Servicios básicos	Satisfacción con atención y servicios generales: ingreso de mercancía, ingreso diario a la feria, supervisor de pabellón, aseo recinto, aseo baños, puntos de información, vigilancia, internet (contratado), parqueadero, zona de comida,
	Satisfacción infraestructura y señalización
	Si hay aplicación de la feria se pregunta
	Herramientas virtuales: satisfacción con página web, botón de pago, stand virtual, e-directory, Corferias conecta)
	Satisfacción general con todos los servicios generales prestados
Servicios PLUS (Servicios prestados al expositor en el punto de atención de la feria)	sí lo utiliza se pregunta: Satisfacción con agilidad, amabilidad de los asesores, rapidez
	Satisfacción general del servicio prestado
Comunicación Convocatoria	Recordación de la publicidad
	En que medio escuchó o vio publicidad (múltiple)
	Preguntas acerca de la campaña, motivación, creatividad, atractiva
	Satisfacción general con la publicidad
Contenido	Preguntas acerca de la agenda de actividades que se realizan, agenda académica, activaciones, rueda de negocios, otras.
	Localización: proyección, sonido, video, iluminación
	Preguntas acerca de la rueda de negocios: cumplimiento del agendamiento, calidad del perfil esperado, facilidades en la utilización de la herramienta, acompañamiento en la rueda de negocios.
Módulo de fidelización	Satisfacción general de la feria
	Recomendación de la feria
	Intención de participar en una próxima edición
Survey for action	Preguntas abiertas: Que debería hacer la feria para mejorar su experiencia, ¿qué fue lo que más le gustó de la feria y lo que menos le gustó?
Nota:	La BBDD se comparte marcada con quienes si utilizaron los servicios

VISITANTES

Hay un instrumento para el visitante masivo y otro para el profesional(especializado), este último se identifica porque tiene una escarapela con sus datos de registro en el caso de ser una feria mixta.

Módulo	Descripción
Perfil del Visitante	Categorización del visitante, ocupación, edad
Demográficos	Género, Ciudad de residencia, estrato, asistencia en grupo o solo a la feria
Cumplimiento de objetivos	Razones de asistir a la feria y satisfacción con cada uno de ellos así como satisfacción general con el cumplimiento de objetivos
Muestra comercial	Categorías de productos de interés
	Satisfacción con atención del expositor, cantidad de expositores, calidad de expositores, presencia de productos, empresas, diseño de stands
	Satisfacción general con la muestra comercial
Compras	realizó compras en la feria?
	Qué compró
	Razones de no compra
Pabellón de interés	En algunas ferias se pregunta cuál fue el pabellón de mayor interés y cuál le gustó más
Servicios básicos	Medio por el que adquirió la boleta (Taquilla, Boletería online, invitación o convenio)
	Satisfacción con ingreso a la feria, atención en la taquilla, aseo en pabellones, aseo de baños, atención en zona gastronómica, atención y disponibilidad personal de seguridad, servicio de parqueadero, atención puntos de información,
	Satisfacción con la infraestructura y señalización: señalización feria, de stands, infraestructura pabellones (tapetes, luz)
	APP de la feria si tiene la feria
	Satisfacción con las herramientas virtuales : boletería online, página web, stand virtual, e-directory
	Satisfacción general con los servicios generales prestados por la feria
Comunicación Convocatoria	Recordación de la publicidad
	En qué medios escuchó o vio publicidad (múltiple)
	Preguntas acerca de la campaña, motivación, creatividad, credibilidad, atractiva
	Satisfacción general con la publicidad
Contenido	Preguntas acerca de las actividades que se realizan, conocimiento de la programación, en qué actividades participó, cómo se enteró, cuál actividad le gustó más.
	Qué actividades propondría

	Localización: proyección, sonido, video, iluminación
Módulo de fidelización	Satisfacción general de la feria
	Recomendación de la feria
	Intención de asistir en una próxima edición
Survey for action	Preguntas abiertas: ¿Que debería hacer la feria para mejorar su experiencia, que fue lo que más le gustó de la feria y lo que menos le gustó?
*Nota:	La venta de boletería online se realiza en una tiquetera propia de Corferias y se tienen los datos en tiempo real de la compra sin embargo hoy todo se pregunta durante la feria.

FERIA	ENCUESTAS QUE SE REALIZAN
Masiva	Expositores-Visitantes masivos
Mixta	Expositores-Visitantes masivos-Visitantes Especializados
Especializada	Expositores-Visitantes especializados

Se espera que el proponente revise los instrumentos de medición y los distintos momentos de interacción de visitantes y expositores, para que con este insumo pueda establecer la metodología de medición y proponer el plan de trabajo de implementación del programa voz del cliente.

Nota: Se anexa el instrumento de medición utilizado actualmente para las encuestas, el cual despliega cada una de las categorías anteriormente mencionadas. Anexo 6. Instrumento de medición expositores; Anexo 7. Instrumento de medición Visitantes masivos; Anexo 8. Instrumento de medición Visitantes especializados.

Se anexa el mapa de interacciones tanto de expositores como visitantes durante su experiencia en la feria, señalando en color azul aquellas interacciones que actualmente se están midiendo en las encuestas, para tomarlo como referencia. Anexo 4. Journey de expositores Anexo 5. Journey de visitantes.

Corferias actualmente cuenta con un proveedor encargado del monitoreo y escucha de redes sociales, así como de la medición del sentimiento de cada una de las ferias. Por esta razón, **el análisis de redes sociales NO debe ser considerado en este proceso**. Sin embargo, si se desea ofrecer como valor agregado, Corferias podrá proporcionar acceso a esta información para fortalecer el programa de voz del cliente.

De igual manera, Corferias dispone de un sistema de PQRS. No obstante, para esta invitación, **NO** debe contemplarse su análisis. Al igual que en el caso anterior, Corferias podrá proporcionar acceso a esta información para robustecer el proceso de voz del cliente.

Listado de ferias 2025

A continuación, se relaciona el calendario proyectado de las ferias y eventos de 2025. Este calendario puede variar presentando cambios en fechas de ejecución o cambios debido a cancelación, aplazamiento o inclusión de nuevos eventos:

FERIA	FECHA (Tentativas)	CIUDAD
FILBO Feria Internacional del Libro	25 de abril al 10 de mayo	Bogotá

XIII Expoconstrucción y Diseño	20 de mayo al 25 de mayo	Bogotá
Createx	11 de junio al 13 de junio	Bogotá
Andigráfica	17 de junio al 20 de junio	Bogotá
FIMA	18 de junio al 20 de junio	Bogotá
VIMO Vitrina Inmobiliaria del Caribe	20 de junio al 22 de junio	Barranquilla
Comic Con Bogotá	27 de junio al 30 de junio	Bogotá
Agroexpo Bogotá	09 de julio al 20 de julio	Bogotá
Expopet	14 de agosto al 18 de agosto	Bogotá
Gran Salón Inmobiliario	21 de agosto al 25 de agosto	Bogotá
Sabor Barranquilla	21 de agosto al 24 de agosto	Barranquilla
Feria Internacional de Seguridad	27 de agosto al 29 de agosto	Bogotá
Edutechnia	27 de agosto al 29 de agosto	Bogotá
Nextcar	28 de agosto al 31 de agosto	Bogotá
Feria del Hogar	4 de septiembre al 21 de septiembre	Bogotá
Agrofuturo	10 de septiembre al 12 de septiembre	Medellín
FICA	17 de septiembre al 19 de septiembre	Barranquilla
Proflora	01 de octubre al 04 de octubre	Bogotá
Belleza y Salud	01 de octubre al 05 de octubre	Bogotá
Expodrinks	02 de octubre al 05 de octubre	Barranquilla
SOFA	09 de octubre al 13 de octubre	Bogotá
Expodefensa	20 de octubre al 22 de octubre	Bogotá
Andinapack	04 de noviembre al 07 de noviembre	Bogotá
Gran Salón Ferretero	06 de noviembre al 08 de noviembre	Bogotá
Salón del Automóvil Caribe	13 de noviembre al 16 de noviembre	Barranquilla
Chocoshow	28 de noviembre al 30 de noviembre	Bogotá
Expoartesánias	05 de diciembre al 18 de diciembre	Bogotá
Comic Con Medellín	12 de diciembre al 14 de diciembre	Medellín
Cafés de Colombia	Pendiente de fecha	Bogotá
Expo2Ruedas	Pendiente de fecha	Bogotá

Páginas web: <https://corferias.com/> - <https://econexia.com/>

2.2 Objetivos de la Investigación

Objetivo General:	Evaluar el nivel de satisfacción y el NPS (Net Promoter Score) de las ferias y eventos tanto entre los expositores como entre los visitantes, con el fin de obtener una percepción integral de los productos. Esta información permitirá generar datos relevantes que contribuirán a fortalecer y mejorar la experiencia de ambos públicos en futuras ediciones.	
Objetivos Específicos:	Visitantes:	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar el perfil y el comportamiento de los visitantes a la feria - Determinar el grado de satisfacción general, NPS y la intención de regresar a la feria del próximo año - Identificar y evaluar los principales motivadores de asistencia dentro de la Feria - Evaluar la experiencia con los servicios prestados por Corferias - Efectividad de los medios de comunicación utilizados para la convocatoria de visitantes - Evaluar la satisfacción con los componentes de modelo ferial 4.0 - Determinar las oportunidades de mejora para la próxima edición de la feria.
	Expositores:	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar el perfil de los expositores de la feria - Identificar y evaluar los principales motivadores de participación dentro de la feria - Determinar el grado de satisfacción general, NPS y la intención de regresar a la feria del próximo año - Evaluar la experiencia con los servicios prestados por Corferias - Identificar los momentos de verdad de relacionamiento con nuestros clientes expositores en los que se necesita mayor acompañamiento - Establecer la efectividad de los medios de comunicación y/o contacto para convocatoria y participación de expositores - Evaluar la satisfacción con los componentes de modelo ferial 4.0 - Determinar las oportunidades de mejora para la próxima edición de la feria.

2.3 Datos específicos de la investigación

Grupo Objetivo:	Visitantes:	<p>Hombres y Mujeres, mayores de edad, que participan en la feria y que han experimentado la feria en sus diferentes componentes dependiendo de la estructuración de la feria (esto será informado en el Brief personalizado de cada feria).</p> <p>La muestra y el tipo de visitante por encuestar depende de cada feria y se menciona en el espacio de universos para el cálculo de la muestra (Sin embargo, la definición de perfil del visitante y diseño de producto final se entregará en el brief específico de cada feria antes de su inicio). Se debe realizar una distribución de la muestra por días de feria según los flujos de visitante, y se debe asegurar recolección de datos después de una hora de que se abren las puertas al público y hasta la hora de cierre de la feria. Generalmente los horarios de atención al público van desde las 10 am hasta las 8pm, sin embargo, esto puede tener variaciones las cuales se especificarán en cada Brief de Feria individual.</p>
	Expositores:	<p>Empresas, entidades y asociaciones que aparecen como expositores facturables únicos (nombre del contacto comercial o responsable de la contratación del stand en Corferias). Base de datos entregada por Corferias con la información de los contactos, depende del cierre comercial de cada una de las ferias. En la base de</p>

		<p>datos entregada por Corferias se seleccionarán las empresas expositoras ANCLA¹, las cuales deben ser encuestadas obligatoriamente.</p> <p>La encuesta se realiza una vez haya pasado el 50% de ejecución de la feria como mínimo el cual puede variar según la feria.</p> <p>Tener en cuenta que la encuesta es respondida por el Encargado de Participación que aparece en el contrato y se relaciona en la BBDD que se comparte. En caso de que el encargado delegue otra persona se puede realizar la encuesta a la persona que indique.</p>				
¿Se entrega base de datos grupo objetivo?	SI	x	Observaciones:	Expositores participantes. Visitantes sólo en los casos en que la información esté disponible, en los que no será por interceptación en la feria según las condiciones especificadas en el Brief personalizado de la feria.		
	NO					
Universos para el cálculo de la muestra	<p>Se presenta una tabla con los universos estimados en cada feria y un cálculo de muestra sugerido que permite un error menor a 5 % y nivel de confianza de 95% en visitantes y expositores.</p> <p>Estos datos pueden variar dependiendo del cierre comercial final de cada evento o feria para lo cual la información para realización del estudio de cada feria se entregará en el Brief personalizado y se confirmará con la entrega de base de datos y/o mediante correo electrónico durante la ejecución de cada feria/evento.</p> <ul style="list-style-type: none"> Las muestras de visitantes presenciales, expositores presenciales, rueda de negocios y agenda académica presencial se deben recolectar durante la ejecución de la feria física, en las fechas indicadas en el calendario proyectado. Las ferias definidas para ejecución en la ciudad de Bogotá y la Plataforma Digital Econexia corresponden a la gestión de la CORPORACIÓN DE FERIAS Y EXPOSICIONES S.A. USUARIO OPERADOR DE ZONA FRANCA BENEFICIO E INTERÉS COLECTIVO Las ferias de ejecución en las ciudades de Barranquilla y Medellín corresponden a la gestión a través de la filial CORFERIAS INVERSIONES S.A.S Existe la posibilidad que dos o más eventos se realicen simultáneamente dentro del mismo recinto, sin embargo, se deben manejar proyectos y estudios aparte, con personal específico y dedicado para cada evento. 					
FERIAS BOGOTÁ						
Nombre	Tipo	Idioma	Número de visitantes proyectados	Número de Expositores proyectados	Muestra agenda académica o rueda de negocios presencial	Muestra actividades online
FILBo	Masiva	Español	600.000	540		Depende del Brief
Expoconstrucción y Diseño	Especializada	Español e inglés	50.000	500		Depende del Brief
Createx	Especializada	Español	10.000	160		Depende del Brief

¹ Expositor ANCLA: Se entiende como expositor ancla aquella empresa representativa dentro de un sector económico, ya sea por su tamaño, influencia o trayectoria en el mercado.

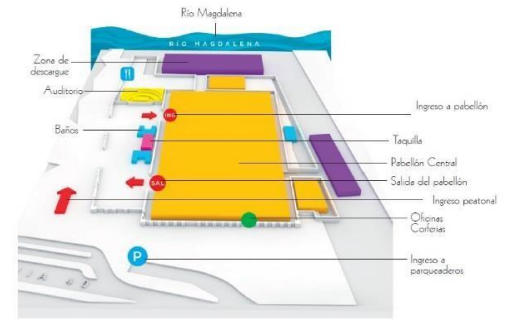
Se entregarán los planos de distribución general, y de la muestra comercial para realizar análisis de flujos de cada feria:

Geografía de la feria
(Descripción de pabellones)

Corferias Bogotá



Puerta de Oro Barranquilla



3.1 Definición de atributos y variables para el desarrollo de cuestionario

Expositores	Perfil Expositor:	SE DEFINIRÁ DE ACUERDO CON CADA UNA DE LAS FERIAS
	Beneficios para los expositores (Se deben manejar los atributos según la respuesta de la pregunta del público de interés)	Si su interés es el público general
		SE DEFINIRÁ DE ACUERDO CON CADA UNA DE LAS FERIAS ALREDEDOR DE 10 ATRIBUTOS
		Si su interés es el comprador profesional
		SE DEFINIRÁ DE ACUERDO CON CADA UNA DE LAS FERIAS ALREDEDOR DE 10 ATRIBUTOS
		Si su interés son ambos
		SE DEFINIRÁ DE ACUERDO CON CADA UNA DE LAS FERIAS ALREDEDOR DE 10 ATRIBUTOS
	Medios para la convocatoria de los expositores	SE DEFINIRÁ DE ACUERDO CON CADA UNA DE LAS FERIAS ALREDEDOR DE 12 ATRIBUTOS

	Servicios básicos	SE DEFINIRÁ DE ACUERDO CON CADA UNA DE LAS FERIAS. SE DIVIDE EN TRES GRANDES TEMAS: SERVICIOS GENERALES, INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS ADICIONALES.
	Servicios Plus	SE DEFINIRÁ DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE SERVICIOS OFRECIDO EN CADAUNA DE LAS FERIAS. SE ANALIZARÁ LA SATISFACCIÓN CON CADA UNO DE LOS SERVICIOS ALQUILADOS, ADEMÁS DE LA EXPERIENCIA DE SERVICIO DE CONTRATACIÓN Y PAGO. ALREDEDOR DE 10 ATRIBUTOS CON SUBCATEGORÍAS (PUEDE VARIAR)
	Agendamiento rueda de negocios	ESTE PUEDE SER UN MODULO ADICIONAL PARA INCLUIR EN EL CUESTIONARIO BASE ESTANDAR. SE DEFINIRÁ DE ACUERDO CON CADA FERIA.
	Agenda Académica	SE DEFINIRÁ DE ACUERDO CON CADA UNA DE LAS FERIAS. SE REALIZA UNA EVALUACIÓN BÁSE DE 5 ATRIBUTOS GENERALES DE LA AGENDA Y SU APORTE A LAFERIA.
Visitantes	Perfil del visitante	Masivo: SE DEFINIRA DE ACUERDO CON CADA FERIA
		Especializado: SE DEFINIRA DE ACUERDO CON CADA FERIA
	Beneficios para visitantes	Masivo: SE DEFINIRÁ DE ACUERDO CON CADA UNA DE LAS FERIAS ALREDEDOR DE 10ATRIBUTOS
		Especializado: SE DEFINIRÁ DE ACUERDO CON CADA UNA DE LAS FERIAS ALREDEDOR DE 10 ATRIBUTOS
	Servicios básicos visitantes	SE DEFINIRÁ DE ACUERDO CON CADA UNA DE LAS FERIAS. SE DIVIDE EN TRESGRANDES TEMAS: SERVICIOS GENERALES, INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS ADICIONALES. ALREDEDOR DE 27 ATRIBUTOS
	Medios de comunicación y convocatoria visitantes	SE DEFINIRÁ DE ACUERDO CON CADA UNA DE LAS FERIAS ALREDEDOR DE 12 ATRIBUTOS
	Actividades académicas	SE DEFINIRÁ DE ACUERDO CON CADA UNA DE LAS FERIAS. SE REALIZA UNA EVALUACIÓN BÁSE DE 5 ATRIBUTOS GENERALES DE LA AGENDA Y SU APORTE A LA FERIA. EN EL CASO QUE SE REQUIERA PROFUNDIZACIÓN, SE SOLICITARÁ EL CUESTIONARIO APARTE ADICIONAL DE AGENDA ACADÉMICA CON UNA MUESTRA ESPECIAL (VER LISTADO DE UNIVERSOS Y MUESTRAS DE CADA FERIA)
3.2 Preguntas adicionales solicitadas		
Expositor:	DEPENDIENDO DE LOS OBJETIVOS E HIPOTESIS FORMULADAS PARA CADA FERIA, SE SOLICITARÁ ADICIONAR PREGUNTAS O REALIZAR CRUCES Y ANÁLISIS ESPECIALES, QUEAYUDEN A RESOLVER LAS DUDAS EXISTENTES.	

4. Comentarios generales	
Usuarios finales de la información	<ul style="list-style-type: none"> • Analistas de Producto • Jefe de Proyectos • Área Comercial • Área de Servicios y Gestión del Riesgo • Área de Comunicaciones • Socios o Aliados de Corferias
Especificaciones técnicas adicionales	<ul style="list-style-type: none"> • El informe consolidado de la versión anterior correspondiente a cada feria será entregado por la Jefatura de mercadeo a la Agencia, de tal manera que se mantengan los comparativos en los indicadores principales y se puedan realizar los cruces de variables que haya lugar y se soliciten en el brief. • Se debe revisar los cuestionarios a aplicar para cada una de las tipologías de eventos, para que se entreguen los indicadores obligatorios para el sistema de evaluación de calidad de Corferias y que maximicen el tiempo de aplicación de la herramienta • No se debe contemplar la utilización de incentivos para lograr la encuesta • Las encuestas serán realizadas por medio digital (captura off line en tablets), con posibilidad de consulta diaria de resultados on-line (diferentes perfiles de consulta y aprobación) a través del dashboard contemplado en el contrato. La conexión Wifi la provee Corferias en un lugar fijo dentro del recinto ferial determinado por el área de tecnología para que puedan descargar y subir los resultados de las encuestas almacenadas en los dispositivos durante el día. • Las ferias que son de tipo mixtas y masivas incluyen fines de semana y festivos durante su ejecución. Se solicita que se realicen encuestas de manera regular durante todo el día de evento, es decir, tomar muestra desde la apertura hasta el cierre contando con el tiempo de duración mínima en el evento establecido en el filtro de la encuesta. • La presentación final del informe se dará de forma consolidada en donde en un mismo archivo se contemple un capítulo de resultados de expositores y uno de visitantes. • Adicionalmente para las ferias mixtas, los resultados deben ser presentados diferenciando cada los segmentos especializados y masivos. • La Agencia debe aceptar que puede disminuir o aumentar el número de ferias a evaluar durante el año 2025. • Se debe entregar un cuadro resumen o informe flash en power point de cada feria máximo 6 horas hábiles después de terminada la feria. Este informe debe incluir un resumen ejecutivo con los principales indicadores y el comparativo con las dos versiones anteriores de la feria. Además, debe presentar un análisis ejecutivo de lo sucedido con cada segmento analizado en el estudio. • En caso de que el campo no sea cerrado durante la feria presencial se debe presentar un cuadro resumen parcial de resultados máximo 6 horas hábiles después de terminada la feria, y entregar el cuadro resumen final máximo al día siguiente día hábil después de cerrado el campo. • Debe existir una aprobación escrita por parte de Corferias de todos los instrumentos (incluye programación de los aplicativos de captura), además de la distribución de la muestra donde se incluye la cuota diaria por encuestador, número de encuestadores y franjas horarias de trabajo. • El informe ejecutivo debe ser enviado a la Jefatura de Mercadeo máximo 8 días hábiles después del cierre de campo, y puede solicitarse o no la presentación formal de estos resultados. Durante esta revisión se analizará si se está cumpliendo con los objetivos del estudio y si se resuelven las hipótesis planteadas, para dar forma al informe final de presentación interna a las demás

áreas. Este informe debe contener las aperturas solicitadas, análisis especiales o cruces de variables, y la comparación de resultados con la versión anterior de la feria para establecer las variaciones.

- Los informes diarios de ejecución del campo se deben enviar durante las primeras horas del día calendario siguiente al campo.
- Se solicita prueba de la capacitación de los encuestadores contratados para cada estudio en el uso del aplicativo y el entendimiento del (los) cuestionario(s).
- Los listados de los encuestadores contratados para cada estudio deben ser enviados a Corferias mínimo dos días antes del inicio del estudio para la generación de las escarapelas que los identificarán dentro de las instalaciones.
- Los encuestadores deben contar con su carné de ARL, identificación de la agencia de investigación (chaleco o chaqueta) y deben portar su carné debidamente diligenciado con foto y plástico.
- Tener en cuenta que hay ferias donde se requiere la opción de cuestionarios en inglés, encuestadores bilingües (Certificado B2 inglés con excelente pronunciación) y/o entrega de informe traducido en inglés según la especificación entregada en el listado superior (columna IDIOMA). Es importante que tanto cuestionarios como informes sean traducidos de manera profesional para evitar problemas de redacción y no entendimiento de la pregunta/información entregada.
- La Agencia es responsable que el dashboard se actualice diariamente y entregue información completa en los mismos tiempos establecidos para la entrega de informe flash e informe final.
- La agencia es responsable de configurar los cuestionarios en la plataforma
- La entrega del informe consolidado de los resultados de servicios generales, servicios plus, infraestructura y señalización por cada ciudad, con el análisis integral de estas áreas de operación y logística, se debe realizar máximo en el mes de febrero del siguiente año (incluida presentación por cada ciudad).

Presupuesto Asignado en Planeación	\$	Confirmar valor de ejecución de contrato 2025	¿Se requiere una sobre-ejecución?	SI	NO	X	Valor adicional requerido:	\$	No Aplica
------------------------------------	----	---	-----------------------------------	----	----	---	----------------------------	----	-----------

		No Aplica
Firma del responsable de supervisión de la medición	Firma del Jefe de Inteligencia de Mercados	Firma del Jefe de Proyecto

4. INFORMACIÓN DE SEGUIMIENTO

Fecha de aprobación del Brief		
DD	MM	AAAA

Fecha de envío a agencia externa		
DD	MM	AAAA

Fecha de Aprobación de cuestionarios		
DD	MM	AAAA
N/A	N/A	N/A