

PP 179/07



Relatório de Pesquisa
- Centro CAPE -
Comprador Internacional
Novembro/2007

SUMÁRIO

I - APRESENTAÇÃO	4
1 - Contexto	4
2- Objetivos.....	4
3 - Procedimentos Metodológicos.....	5
3.1 - Público alvo e amostra	5
3.2 - Questionários.....	5
3.3 - Coleta de dados	5
3.4 - Tratamento dos dados.....	5
4 - Notas para leitura dos resultados	6
II - XVIII FEIRA NACIONAL DE ARTESANATO.....	7
1 - QUANTAS VEZES PARTICIPOU	7
2 - MEIO DE INFORMAÇÃO SOBRE A FEIRA	7
3 - SITES CONSULTADOS	8
4 - CIRCUNSTÂNCIAS DA PERMANÊNCIA EM BH	9
4.1 - MEIO DE TRANSPORTE ATÉ BELO HORIZONTE	9
4.2 - TEMPO DE PERMANÊNCIA NA CIDADE.....	9
4.3 - HOSPEDAGEM.....	10
4.4 - ATIVIDADES EM BH, SIMULTÂNEAS À FEIRA.....	10
5 - EXPECTATIVA E AVALIAÇÕES	11
5.1 - EXPECTATIVA.....	11
5.2 - AVALIAÇÃO GERAL	12
5.3 - GRAU DE SATISFAÇÃO	13
5.4 - AVALIAÇÃO VERSUS EXPECTATIVA	14
5.5 - MOTIVOS PARA A AVALIAÇÃO ABAIXO DA EXPECTATIVA	14
5.6 - O QUE MAIS GOSTOU NA FEIRA	15
5.7 - O QUE DEVE MELHORAR	15
5.8 - SERVIÇO A SER OFERECIDO.....	16
5.9 - INTENÇÃO DE RETORNO	16

6 - PRODUTOS PROCURADOS.....	17
6.1 - TIPOS	17
6.2 - SUCESSO NO ENCONTRO DE PRODUTOS	18
6.3 - PRODUTOS NÃO ENCONTRADOS.....	18
6.4 - MATÉRIAS PRIMAS PROCURADAS.....	19
6.5 - SUCESSO NO ENCONTRO DE MATÉRIAS PRIMAS	19
7 - COMPRAS.....	20
7.1 - PRODUTOS MAIS COMPRADOS	20
7.2 - VALOR INVESTIDO	21
7.3 - DESTINO DOS PRODUTOS ADQUIRIDOS	21
III - AVALIAÇÃO SOBRE COMERCIALIZAÇÃO DE ARTESANATO BRASILEIRO.....	22
1 - DIFICULDADES PARA COMPRAR.....	22
2 - DIFICULDADES PARA IMPORTAR	22
3 - SUGESTÕES PARA FACILITAR RELAÇÃO COMERCIAL	23
IV - CARACTERÍSTICAS DOS IMPORTADORES	24
1 - TEMPO DE ATUAÇÃO NO COMÉRCIO DE ARTESANATO BRASILEIRO.....	24
2 - ÂMBITO INTERNACIONAL DE ATUAÇÃO	25
3 - MODO DE NEGOCIAÇÃO	26
3.1 - NEGOCIAÇÃO DIRETA OU INTERMEDIADA	26
3.2 - PRINCIPAL INCOTERM.....	26
4 - LOCAL DE RESIDÊNCIA.....	26
5 - CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA	27
5.1 - FUNÇÃO DO ENTREVISTADO	27
5.2 - PORTE DA EMPRESA.....	27
5.3 - TIPO DE ATUAÇÃO NO MERCADO.....	27

I - APRESENTAÇÃO

1 - Contexto

A Feira Nacional de Artesanato é um evento de periodicidade anual que reúne, em Belo Horizonte, grande e variada seleção de todas as formas de artesanato do País. Os trabalhos mostrados neste evento representam a produção não apenas de expositores presentes, mas de outros artesãos que, embora não comparecendo diretamente à mostra, para lá enviam seus trabalhos.

O artesanato tem uma importância crescente na recuperação e preservação da cultura popular e, também, no incentivo ao desenvolvimento econômico. Sob esta ótica, surgiu a necessidade de conhecer melhor os diferentes públicos envolvidos na feira e por isso foram realizadas cinco pesquisas:

- Artesãos
- Expositores
- Visitantes
- Compradores internacionais
- Lojistas



Neste relatório apresentaremos os resultados da pesquisa realizada com os compradores internacionais da XVIII Feira Nacional de Artesanato.

2 - Objetivos

Este trabalho teve como principal objetivo levantar informações, junto ao público pesquisado, que permitissem descrever suas características socioeconômicas e demográficas bem como obter uma avaliação do evento.

3 - Procedimentos Metodológicos

3.1 - Público alvo e amostra

Foram realizadas 13 entrevistas* com o público que freqüentou a XVIII FNA, entre os dias 20 e 25 de novembro de 2007.

A amostra foi selecionada através de sorteio aleatório por intervalo de fluxo em “central location”, proporcional entre os dias do evento.

3.2 - Questionários

Foram elaborados dois instrumentos de coleta de dados, desenvolvidos em conjunto com o cliente e de acordo com as suas necessidades:

Questionário A para os artesãos presentes na feira.

Questionário B para os artesãos ausentes, mas representados na feira.

3.3 - Coleta de dados

Os questionários foram aplicados pessoalmente, na Expominas. A coleta dos dados foi feita por 18 entrevistadores e supervisionada por 2 coordenadores, 1 chegador e uma analista de pesquisa sênior, durante o período de realização do evento.

3.4 - Tratamento dos dados

Os dados foram digitados e consistidos no Centro de Processamento de Dados da Vox Populi.

Para consolidar as informações coletadas, foram selecionados aleatoriamente alguns questionários para confirmar números de telefone, faturamento e, principalmente nomes de associações. Percebemos que alguns dos telefones são apenas para contato, por pertencerem à Igreja, Agências de Correio e vizinhos (principalmente fora dos grandes centros urbanos) e algumas associações, ainda que mencionadas e confirmadas, já não existem ou ainda não foram oficializadas. Optamos por deixar as informações das associações tal como foram mencionadas pelos entrevistados, mas salvuardamos, para a leitura dos dados, que existem estas duas situações.

* Foram previstas 100 entrevistas

4 - Notas para leitura dos resultados

- As tabelas, por vezes, poderão fechar em mais (ou menos) de 100% devido ao arredondamento dos números no processamento dos resultados.
- Categorias que apresentam 0% significam que o percentual de respostas é inferior a 0,5% do total de respostas da tabela.
- Categorias que apresentam “-“ (traço) são aquelas onde não houve nenhuma citação.
- **Nos cruzamentos devem ser consideradas para análise somente as colunas com número de casos maiores ou iguais a 30, pois percentuais para bases menores que 30 geram interpretações distorcidas dos resultados.**
- Sempre que pertinente, utilizaremos as seguintes medidas estatísticas:
 - **MÉDIA:** Valor obtido somando-se todos os elementos de um conjunto e dividindo-se a soma pelo número de elementos. Para o cálculo das médias em escalas foi sempre atribuído o maior valor para o conceito positivo e o menor para o negativo.
 - **MÉDIA APARADA:** A média aparada é obtida retirando-se 5% dos maiores valores citados e 5% dos menores valores. A seguir soma-se todos os valores restantes e divide-se a soma pelo número total deles. Sempre é atribuído o maior valor para o conceito positivo e o menor para o negativo no caso das escalas.
 - **LIMITE INFERIOR:** Valor mínimo que a média pode assumir.
 - **LIMITE SUPERIOR:** Valor máximo que a média pode assumir.

II - XVIII FEIRA NACIONAL DE ARTESANATO

1 - QUANTAS VEZES PARTICIPOU

O(A) sr(a) já veio a esta Feira antes ou esta é a primeira vez? (Se já veio) Quantas vezes o(a) sr(a) veio?

1	69%
2	15%
3	15%
TOTAL	100%
BASE	13
MÉDIA - PARTICIPAÇÃO	1,46
DESVIO PADRÃO	0,78
LIMITE INFERIOR	0,99
LIMITE SUPERIOR	1,93
Casos Válidos	n=13

2 - MEIO DE INFORMAÇÃO SOBRE A FEIRA

Qual foi o principal meio que o(a) sr(a) utilizou para se informar sobre a realização desta Feira?

Internet	62%
TV	8%
Recebeu/ganhou convite	8%
Mala direta/cartas e-mail	8%
Informativos (SEBRAE, associação de classe, etc)	8%
NR	8%
TOTAL	100%
BASE	13

3 - SITES CONSULTADOS

Em qual site?

Google	38%
brazilhandicraft.org.br	25%
Feira Nacional de Artesanato	13%
Mãos de Minas	13%
NS	13%
TOTAL	100%
BASE [†]	8

[†] Base: Entrevistados que disseram ter-se informado pela Internet.

4 - CIRCUNSTÂNCIAS DA PERMANÊNCIA EM BH

4.1 - MEIO DE TRANSPORTE ATÉ BELO HORIZONTE

Qual o principal meio de transporte o(a) sr(a) utilizou para vir para Belo Horizonte participar da Feira?

Avião	100%
TOTAL	100%
BASE [‡]	11



4.2 - TEMPO DE PERMANÊNCIA NA CIDADE

Nesta sua vinda a Belo Horizonte, quantos dias ao todo o(a) sr(a) vai ficar na cidade?

Dois dias	9%
Três dias	9%
Quatro dias	18%
De 5 a 7 dias	55%
NR	9%
TOTAL	100%
BASE [§]	11

[‡] Base: Entrevistados que não residem em BH.

[§] Base: Entrevistados que não residem em BH.

4.3 - HOSPEDAGEM

O(A) sr(a) está ou ficou hospedado em algum lugar? (Se sim) Onde? Em hotel, casa de parente ou amigo ou outro lugar?

Hotel	82%
Casa de parente ou amigo	18%
TOTAL	100%
BASE**	11



4.4 - ATIVIDADES EM BH, SIMULTÂNEAS À FEIRA

Durante o período que o(a) sr(a) irá permanecer em Belo Horizonte, o(a) sr(a) fez ou irá fazer algum passeio, alguma atividade de lazer?
(Se sim) Que atividade o(a) sr(a) fez ou irá fazer? Mais alguma?

Cidades históricas	27%
Restaurantes/bares	18%
Museus	18%
Feiras	18%
Não realizou passeios	36%
NS	9%
TOTAL	100%
BASE ††	11

** Base: Entrevistados que não residem em BH.

†† Base: Entrevistados que não residem em BH.

5 - EXPECTATIVA E AVALIAÇÕES

5.1 - EXPECTATIVA

Com relação expectativa, o(a) sr(a) diria que tinha uma expectativa:

Muito alta	8%
Alta	31%
Regular	62%
Baixa	-
Muito baixa	-
TOTAL	100%
BASE	13

TABELA AGREGADA

Alta	38%
Regular	62%
TOTAL	100%
BASE	13

5.2 - AVALIAÇÃO GERAL

Pensando na XVIII Feira Nacional de Artesanato, de uma maneira geral, o(a) sr(a) diria que ela está:
Ótima, boa, regular, ruim ou péssima?

Ótima	15%
Boa	46%
Regular positiva	31%
Regular negativa	8%
Ruim	-
Péssima	-
TOTAL	100%
BASE	13

TABELA AGREGADA

Positiva	62%
Regular	38%
TOTAL	100%
BASE	13

5.3 - GRAU DE SATISFAÇÃO

Em relação à XVIII Feira Nacional de Artesanato, de uma forma geral, você está:

Totalmente satisfeito	23%
Satisfeito	38%
Nem satisfeito nem insatisfeito	23%
Insatisfeito	15%
Muito insatisfeito	-
TOTAL	100%
BASE	13

TABELA AGREGADA

Satisfeito	62%
Neutro	23%
Insatisfeito	15%
TOTAL	100%
BASE	13

5.4 - AVALIAÇÃO VERSUS EXPECTATIVA

E pensando em suas expectativas em relação à Feira o(a) sr(a) diria, de uma forma geral, que a Feira está:

Acima de suas expectativas	23%
Dentro de suas expectativas	46%
Abaixo de suas expectativas	23%
NS/NR	8%
TOTAL	100%
BASE	13

5.5 - MOTIVOS PARA A AVALIAÇÃO ABAIXO DA EXPECTATIVA

Por que a Feira ficou abaixo de suas expectativas?

Não encontrou o produto desejado	33%
Excesso de produtos não artesanais/importados	33%
Baixa procura dos lojistas	33%
TOTAL	100%
BASE ⁷	3

⁷ Base: Entrevistados que avaliaram a Feira como abaixo da expectativa.

5.6 - O QUE MAIS GOSTOU NA FEIRA

O que esta Feira tem de melhor, o que o(a) sr(a) mais gostou?

Diversidade/variedade de produtos	46%
Organização/infra-estrutura	38%
Espaço físico da feira	31%
Organização do evento	8%
NS	15%
TOTAL	100%
BASE	13

5.7 - O QUE DEVE MELHORAR

E, o que tem de pior, o que precisa melhorar?

Organização/infra estrutura	38%
Banco 24 horas	8%
Melhorar a sinalização	8%
Melhorar qualidade dos banheiros	8%
Layout dos stands	8%
Falta tradutor/intérprete	8%
Pouca variedade de produtos	23%
Nada	15%
NS	23%
TOTAL	100%
BASE	13

5.8 - SERVIÇO A SER OFERECIDO

Na sua opinião, qual serviço poderia ser oferecido pela Feira e que ainda não é oferecido?

Melhoria na sinalização (stand's, produtos)	15%
Central de negociação	8%
Tradutor/intérprete	8%
Atendentes p/dar informações	8%
Banco 24 horas	8%
Aumentar número de banheiros	8%
Nenhum serviço	23%
NS	23%
TOTAL	100%
BASE	13

5.9 - INTENÇÃO DE RETORNO

No ano que vem o(a) sr(a) pretende voltar a esta Feira?

Sim	46%
Não	15%
Talvez	38%
TOTAL	100%
BASE	13

6 - PRODUTOS PROCURADOS

6.1 - TIPOS

Que tipo de produto o(a) sr(a) procurou, principalmente, na Feira?

Artigos para decoração	69%
Arranjos/Adornos	31%
Iluminação	23%
Quadros/painéis/placas	15%
Bijuterias/jóias	31%
Móveis	23%
Artigos utilitários	15%
Sala	8%
Mesa	8%
Brinquedos	15%
Artigos religiosos/místicos	8%
Artigos religiosos	8%
Roupas	8%
Mesa/cozinha	8%
Nenhum produto	8%
BASE⁸	13

⁸ Percentuais: Fecham em mais de 100%, pois cada entrevistado poderia dar até duas respostas.

6.2 - SUCESSO NO ENCONTRO DE PRODUTOS

O(A) sr(a) encontrou ou não os produtos que procurava?

Sim	50%
Não	50%
TOTAL	100%
BASE ⁹	12



6.3 - PRODUTOS NÃO ENCONTRADOS

Qual produto o(a) sr(a) não encontrou? Mais algum?

Artigos utilitários	83%
Uso pessoal	33%
Cozinha	17%
Sala	17%
Banho	17%
Artigos para decoração	67%
Iluminação	50%
Quadros/painéis/placas	17%
Móveis	17%
BASE ¹⁰	6

⁹ Base: Entrevistados que procuraram algum produto na Feira.

¹⁰ Base: entrevistados que não encontraram produtos que procuravam.

Percentuais: Fecham em mais de 100%, pois cada entrevistado poderia dar até duas respostas.

6.4 - MATÉRIAS PRIMAS PROCURADAS

O(A) sr(a) procurou alguma matéria prima especificamente? (Se sim) Qual?

Madeira	15%
Metais	8%
Material de origem animal	8%
Fibras	8%
Biscuit	8%
Papel	8%
Têxteis	8%
Nenhum	38%
TOTAL	100%
BASE	13

6.5 - SUCESSO NO ENCONTRO DE MATÉRIAS PRIMAS

O(A) sr(a) encontrou produtos com esta matéria prima?

Sim	50%
Não	38%
NR	13%
TOTAL	100%
BASE ¹¹	8

¹¹ Base: Entrevistados que procuraram alguma matéria prima.

7 - COMPRAS

7.1 - PRODUTOS MAIS COMPRADOS

Que tipo de produto o(a) sr(a) comprou em maior volume na Feira? E em segundo lugar?

Artigos religiosos/místicos	23%
Artigos religiosos	8%
Decoração de Natal	8%
Artigos Místicos	8%
Artigos utilitários	23%
Sala	8%
Mesa	8%
Uso pessoal	8%
Bijuterias/jóias	23%
Brinquedos/jogos	23%
Roupas	15%
Mesa/cozinha	8%
Cama/quarto	8%
Artigos para decoração	8%
Quadros/painéis/placas	8%
Não fez compras	31%
BASE¹²	13

¹² Percentuais: Fecham em mais de 100%, pois cada entrevistado poderia dar até duas respostas.

7.2 - VALOR INVESTIDO

Aproximadamente, quanto o(a) sr(a) investiu/gastou com a compra dos artesanatos para revender?

Até 2.000	31%
De 4.001 a 6.000	8%
De 10.001 a 20.000	8%
NS/NR	54%
TOTAL	100%
BASE	13
MÉDIA	5083,33
DESVIO PADRÃO	7472,73
LIMITE INFERIOR	-2758,81
LIMITE SUPERIOR	12925,48
Casos Válidos	n=6

7.3 - DESTINO DOS PRODUTOS ADQUIRIDOS

Em qual(is) país(es) o(a) sr(a) irá comercializar o artesanato adquirido aqui na Feira?

Europa	108%
Europa do Sul	77%
Outros países da Europa	31%
América	31%
América do Norte	31%
Ásia	8%
NR	15%
BASE ¹³	13

¹³ Percentuais: Fecham em mais de 100%, pois cada entrevistado poderia dar até três respostas.

III - AVALIAÇÃO SOBRE COMERCIALIZAÇÃO DE ARTESANATO BRASILEIRO

1 - DIFICULDADES PARA COMPRAR

Qual é a principal dificuldade que o(a) sr(a) encontra para comprar artesanato brasileiro?

Idioma	31%
Preço alto	15%
Quantidade de peças/estoques	15%
Transporte	8%
Falta de informações	8%
Nenhuma dificuldade	46%
TOTAL	100%
BASE	13

2 - DIFICULDADES PARA IMPORTAR

E qual é a principal dificuldade que o(a) sr(a) encontra para importar o artesanato brasileiro?

Condições para entrega (sem especificar)	15%
Excesso de documentação	15%
Alto custo (transporte/mercadoria)	15%
Nenhuma dificuldade	46%
NR	23%
TOTAL	100%
BASE	13

3 - SUGESTÕES PARA FACILITAR RELAÇÃO COMERCIAL

Na sua opinião, o que precisa ser feito para facilitar a relação comercial com o artesanato brasileiro?

Catálogos/informações sobre produtos	38%
Idioma	8%
Criação de sites	8%
Melhoria dos preços	8%
Nada	31%
NR	15%
TOTAL	100%
BASE	13

IV - CARACTERÍSTICAS DOS IMPORTADORES

1 - TEMPO DE ATUAÇÃO NO COMÉRCIO DE ARTESANATO BRASILEIRO

O(A) sr(a) já trabalhava/comercializava artesanato brasileiro ou esta é a primeira vez? (Se já trabalha) Há quanto tempo?

1	69%
3	8%
5	8%
8	8%
NS	8%
TOTAL	100%
BASE	13
MÉDIA - TEMPO DE ATUAÇÃO	2,08
DESVIO PADRÃO	2,23
LIMITE INFERIOR	0,66
LIMITE SUPERIOR	3,50
Casos Válidos	n=12

2 - ÂMBITO INTERNACIONAL DE ATUAÇÃO

De quais outros países são os artesanatos que o(a) sr(a) comercializa?

Ásia	100%
América	54%
América do Sul	38%
América do Norte	15%
Europa	38%
Europa do Sul	38%
África	8%
BASE¹⁴	13

¹⁴ Percentuais: Fecham em mais de 100%, pois cada entrevistado poderia dar várias respostas.

3 - MODO DE NEGOCIAÇÃO

3.1 - NEGOCIAÇÃO DIRETA OU INTERMEDIADA

Quando o(a) sr(a) importa produtos o(a) sr(a) negocia diretamente com os artesãos ou negocia através de representantes/distribuidores?

Diretamente com o artesão	69%
Através de representante/distribuidor	31%
TOTAL	100%
BASE	13

3.2 - PRINCIPAL INCOTERM

Qual é o principal Incoterm (Termo Internacional de Comércio) que o(a) sr(a) utiliza para negociar?

FOB (FREE ON BOARD)	23%
EXW (EX WORKS)	15%
DDP (DELIVERED DUTY PAID)	15%
CIF (COST, INSURANCE AND FREIGHT)	8%
Não utiliza Incoterm	8%
NS/NR	31%
TOTAL	100%
BASE	13

4 - LOCAL DE RESIDÊNCIA

O(A) sr(a) mora em Belo Horizonte?

Sim	15%
Não	85%
TOTAL	100%
BASE	13

5 - CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA

5.1 - FUNÇÃO DO ENTREVISTADO

Qual é a função que o(a) sr(a) ocupa em sua empresa/negócio?

Sócio/Proprietário	54%
Comprador	38%
Gerente	8%
TOTAL	100%
BASE	13

5.2 - PORTE DA EMPRESA

Quantos empregados tem a sua empresa/negócio, excluindo o(a) sr(a)?

Um empregado	23%
Dois a três empregados	23%
Quatro empregados	15%
Dez ou mais	31%
Não tem empregado	8%
TOTAL	100%
BASE	13

5.3 - TIPO DE ATUAÇÃO NO MERCADO

A sua empresa/negócio trabalha, principalmente, com vendas:

Varejo	54%
Atacado	23%
Mistas	23%
TOTAL	100%
BASE	13