

PP 179/07



**Relatório de Pesquisa**

**- Centro CAPE -**

**Expositor**

**Novembro/2007**

## SUMÁRIO

<b>I - APRESENTAÇÃO</b> .....	5
1 - Contexto .....	5
2 - Objetivos.....	5
3 - Procedimentos Metodológicos.....	6
3.1 - Público alvo e amostra .....	6
3.2 - Questionários.....	6
3.3 - Coleta de dados .....	6
3.4 - Tratamento dos dados.....	6
4 - Notas para leitura dos resultados .....	7
<b>II - CARACTERIZAÇÃO DOS EXPOSITORES</b> .....	8
1 - TAMANHO DO STAND .....	8
2 - ORIGEM DOS PRODUTOS .....	9
2.1 - MUNICÍPIOS.....	9
2.2 - ESTADOS.....	11
2.3 - PAÍSES.....	11
2.4 - BAIROS DE BELO HORIZONTE .....	12
3 - IDENTIDADE JURÍDICA .....	14
4 - RAMO DE ATIVIDADE.....	14
5 - PORTE DO ESTABELECIMENTO.....	15
6 - FATURAMENTO EM 2006 .....	16

III - XVIII FEIRA NACIONAL DE ARTESANATO .....	17
1 - QUANTAS VEZES PARTICIPOU .....	17
2 - MEIOS DE INFORMAÇÃO .....	18
2.1 - PRINCIPAL MEIO DE INFORMAÇÃO .....	18
2.2 - TELEVISÃO .....	20
2.3 - RÁDIO .....	20
2.4 - JORNAL .....	20
2.5 - REVISTA .....	21
2.6 - SITE (INTERNET) .....	21
2.7 - AVALIAÇÃO DA CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO .....	22
2.8 - SUGESTÕES PARA A COMUNICAÇÃO .....	23
3 - CIRCUNSTÂNCIAS DA PERMANÊNCIA EM BH .....	25
3.1 - MEIO DE TRANSPORTE ATÉ BELO HORIZONTE .....	25
3.2 - TEMPO DE PERMANÊNCIA NA CIDADE .....	26
3.3 - HOSPEDAGEM .....	27
3.4 - ATIVIDADES EM BH, SIMULTÂNEAS À FEIRA .....	28

<b>4 - EXPECTATIVA E AVALIAÇÕES .....</b>	<b>30</b>
4.1 - EXPECTATIVA.....	30
4.2 - PRINCIPAL MOTIVO PARA PARTICIPAR DA FEIRA.....	31
4.3 - AVALIAÇÃO GERAL .....	32
4.4 - AVALIAÇÃO DE ITENS ESPECÍFICOS .....	33
4.5 - GRAU DE SATISFAÇÃO .....	42
4.6 - AVALIAÇÃO VERSUS EXPECTATIVA .....	43
4.7 - MOTIVOS PARA A AVALIAÇÃO ABAIXO DA EXPECTATIVA .....	44
4.8 - O QUE MAIS GOSTOU NA FEIRA .....	46
4.9 - O QUE DEVE MELHORAR .....	48
4.10 - SERVIÇO A SER OFERECIDO.....	50
4.11 - INTENÇÃO DE RETORNO .....	52
<b>5 - VENDAS REALIZADAS .....</b>	<b>53</b>
5.1 - PRODUTOS OFERECIDOS .....	53
5.2 - PRODUTOS MAIS VENDIDOS .....	56
5.3 - FATURAMENTO DURANTE A FEIRA.....	59
5.4 - FORMAS DE RECEBIMENTO .....	61
<b>IV - CARACTERÍSTICAS DOS ENTREVISTADOS .....</b>	<b>62</b>

## 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 expositores 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 332 entrevistas<sup>1</sup> com o público que freqüentou a XVIII FNA, entre os dias 21 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.

A margem de erro estimada, em um intervalo de confiança de 95%, é de 3,1%.

#### **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 salvaguardamos, para a leitura dos dados, que existem estas duas situações.

---

<sup>1</sup> Foram previstas 300 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 - CARACTERIZAÇÃO DOS EXPOSITORES

### 1 - TAMANHO DO STAND

Até 5m <sup>2</sup>	31%
Mais de 5m <sup>2</sup> até 10m <sup>2</sup>	39%
Mais de 10m <sup>2</sup>	31%
TOTAL	100%
BASE	332

## 2 - ORIGEM DOS PRODUTOS

### 2.1 - MUNICÍPIOS

De qual município vem a maioria dos trabalhos que estão expostos neste stand?

MINAS GERAIS		Areado	0%	Patrocínio	0%	Praia Grande	0%
Belo Horizonte	35%	Pará de Minas	0%	Ribeirão das Neves	0%	São Bernardo do Campo	0%
Contagem	4%	Ipatinga	0%	Conselheiro Lafaiete	0%	Piracicaba	0%
Betim	3%	Mariana	0%	Lagoa Santa	0%	Ribeirão Preto	0%
Varginha	1%	Santa Luzia	0%	Formiga	0%	Araraquara	0%
Sete Lagoas	1%	Caeté	0%	Barroso	0%	Americana	0%
Muzambinho	1%	Nova Lima (Macacos)	0%	Araçuaí	0%	RIO DEJANEIRO	
Sabará	1%	Resende Costa	0%	São Gonçalo do Pará	0%	Rio de Janeiro	1%
São João Del Rey	1%	Monte Verde	0%	Felixlândia	0%	ESPIRITO SANTO	
Carmo do Rio Claro	1%	São Domingos do Prata	0%	Cristina	0%	Vitória	0%
Juiz de Fora	1%	Inconfidentes	0%	Santa Rita do Sapucaí	0%	PARANÁ	
Tiradentes	1%	Santos Dumont	0%	Nova Serrana	0%	Curitiba	1%
Conceição do Mato Dentro	1%	Santa Rita de Ouro Preto	0%	Ubá	0%	São José dos Pinhais	1%
Ouro Preto	1%	Jacutinga	0%	Água Boa	0%	Apucarana	0%
São Lourenço	1%	Martinho Campos	0%	Gurinhata	0%	Colombo	0%
Piedade das Gerais	1%	Congonhas	0%	Açucena	0%	Londrina	0%
Uberaba	1%	Uberlândia	0%	Carmésia	0%	SANTA CATARINA	
Ouro Branco	1%	Itabira	0%	Raposos	0%	Blumenau	0%
Divinópolis	1%	Conceição da Barra de Minas	0%	Três Corações	0%	RIO GRANDE DO SUL	
Diamantina	1%	Teófilo Otoni	0%	São João Nepomuceno	0%	Viamão	0%
Pedralva	1%	Virginópolis	0%	Couto de Magalhães de Minas	0%	Erechim	0%
Lagoa Dourada	1%	Almenara	0%	Santa Maria de Itabira	0%	BAHIA	
Oliveiras	1%	Maria da Fé	0%	Igarapé	0%	Salvador	0%
Campo Belo	1%	Governador Valadares	0%	Itanhandú	0%	Paulo Afonso	0%
Barra Longa	1%	Matias Barbosa	0%	SÃO PAULO		CEARÁ	
Itatiaiuçu	1%	Muriae	0%	São Paulo	1%	Fortaleza	1%
Araguari	1%	Poços de Caldas	0%	Santo Antônio de Posse	1%	ALAGOAS	
Gouvêias	1%	Itaúna	0%	Barueri	0%	Maceió	0%
Barbacena	0%	Ibirité	0%	Ibitinga	0%	Marechal Teodoro	0%

(Continua)

<b>PARAÍBA</b>		<b>MATO GROSSO DO SUL</b>	
Campina Grande	0%	Campo Grande	0%
Pedra Branca	0%	<b>MATO GROSSO</b>	
Boqueirão	0%	Colider	0%
Ingá	0%		
<b>PERNAMBUCO</b>		<b>PERU</b>	
Recife	1%	Cuzco	0%
<b>MARANHÃO</b>		Lima	0%
São José de Ribamar	0%		
Santa Rita	0%	<b>BOLÍVIA</b>	
<b>RIO GRANDE DO NORTE</b>		La Paz	0%
Caicó	1%		
<b>SERGIPE</b>		<b>PAQUISTÃO</b>	
Própria	0%	Karnachi	0%
<b>PIAUI</b>			
Teresina	0%	<b>TURQUIA</b>	
<b>PARA</b>		Istambul	0%
Belém	1%		
Ilha de Marajá	0%	NR	1%
<b>AMAZONAS</b>		TOTAL	100%
Manaus	1%	BASE	332
<b>AMAPÁ</b>			
Macapá	0%		
<b>RORAIMA</b>			
Boa Vista	0%		
<b>DISTRITO FEDERAL</b>			
Brasília	1%		
<b>GOIAS</b>			
Goiânia	0%		

## 2.2 - ESTADOS

Estado			
MG	78%	DF	1%
SP	5%	AP	0%
PR	3%	MA	0%
CE	1%	SE	0%
PB	1%	ES	0%
PA	1%	GO	0%
RJ	1%	MS	0%
PE	1%	MT	0%
BA	1%	PI	0%
AM	1%	TO	0%
RS	1%	RO	0%
SC	1%	O país não tem estado	2%
AL	1%	TOTAL	100%
RN	1%	BASE	332

## 2.3 - PAÍSES

País	
Brasil	98%
Peru	1%
Paquistão	1%
Bolívia	0%
Turquia	0%
TOTAL	100%
BASE	332

## 2.4 - BAIROS DE BELO HORIZONTE

<b>REGIÃO CENTRO-SUL</b>		<b>Salgado Filho</b>	1%
Centro	4%	<b>Vista Alegre</b>	1%
Anchieta	3%	<b>Grajaú</b>	1%
Santo Antônio	2%	<b>Prado</b>	1%
Funcionários	2%	<b>Gutierrez</b>	1%
Serra	1%	<b>Nova Granada</b>	1%
São Pedro	2%	<b>Marajó</b>	1%
Mangabeiras	1%	<b>Nova Suíça</b>	1%
Sion	1%	<b>Buritis</b>	1%
Savassi	1%	<b>Gameleira</b>	1%
Belvedere	1%	<b>REGIÃO NOROESTE</b>	
Carmo	1%	<b>Glória</b>	3%
Cruzeiro	1%	<b>João Pinheiro</b>	3%
<b>REGIÃO NORTE</b>		<b>Carlos Prates</b>	2%
Floramar	2%	<b>Alípio de Melo</b>	2%
Minaslândia	1%	<b>Aparecida</b>	1%
<b>REGIÃO NORDESTE</b>		<b>Frei Eustáquio</b>	1%
Cidade Nova	3%	<b>Padre Eustáquio</b>	1%
Concórdia	1%	<b>PAMPULHA</b>	
Califórnia	1%	<b>Itapoã</b>	3%
Belmont	1%	<b>Santa Amélia</b>	2%
<b>REGIÃO LESTE</b>		<b>Serrano</b>	2%
Sagrada Família	4%	<b>Jardim Alvorada</b>	2%
Santa Efigênia	4%	<b>Bandeirantes</b>	1%
São Lucas	3%	<b>Santa Branca</b>	1%
Floresta	2%	<b>Braúnas</b>	1%
Santa Inês	1%	<b>Alvorada</b>	1%
Pompéia	1%	<b>Ouro Preto</b>	1%
Vera Cruz	1%	<b>Jaraguá</b>	1%
Saudade	1%	<b>Santa Rosa</b>	1%
<b>REGIÃO OESTE</b>			
Jardim América	1%		

(Continua)

BARREIRO	
Santa Cruz	3%
Milionários	2%
Barreiro	2%
Tirol	1%
Mangueiras	1%
VENDA NOVA	
Candelária	1%
Santa Mônica	1%
Lagoa	1%
Recusa	7%
TOTAL	100%
BASE <sup>2</sup>	115

<sup>2</sup> Base: Expositores de estabelecimentos sediados em Belo Horizonte.

### 3 - IDENTIDADE JURÍDICA

O seu stand é de:

Pessoa física	59%
Empresa privada nacional	18%
Cooperativas/associações	15%
ONG/Terceiro Setor	4%
Governo/órgão público	4%
TOTAL	100%
BASE	332



### 4 - RAMO DE ATIVIDADE

Qual é o seu ramo de atividade:

Comércio	76%
Artesão	6%
Indústria	6%
Serviço	5%
ONG/Terceiro Setor	4%
Governo/órgão público	2%
Agricultura	1%
NR	0%
TOTAL	100%
BASE	332

## 5 - PORTE DO ESTABELECIMENTO

Quantos empregados tem esta empresa/loja/ONG excluindo o(a) sr(a)?

De 1 a 5	35%
De 6 a 10	11%
De 11 a 30	14%
31 ou mais	10%
Não tem empregados	26%
NS/NR	4%
TOTAL	100%
BASE	332
<hr/>	
MÉDIA - EMPREGADOS	28,39
DESVIO PADRÃO	100,52
LIMITE INFERIOR	15,43
LIMITE SUPERIOR	41,35
Casos Válidos	n=233

## 6 - FATURAMENTO EM 2006

Aproximadamente, quanto o(a) sr(a)/sua loja/ONG faturou/recebeu no ano passado (2006) com a venda dos artesanatos?

Até 2.000,00	4%
De 2.001 a 4.000,00	3%
De 4.001 a 6.000	5%
De 6.001 a 8.000,00	4%
De 8.001,00 a 10.000,00	6%
De 10.001 a 20.000	11%
De 20.001 a 30.000	6%
De 30.001 a 50.000,00	6%
De 50.001 a 60.000,00	3%
De 70.001 a 95.000,00	2%
Acima de 100.000	8%
Não teve faturamento	1%
NS/NR	42%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>332</b>
<b>MÉDIA - FATURAMENTO</b>	<b>52595,60</b>
<b>DESVIO PADRÃO</b>	<b>118215,18</b>
<b>LIMITE INFERIOR</b>	<b>35600,87</b>
<b>LIMITE SUPERIOR</b>	<b>69590,33</b>
<b>Casos Válidos</b>	<b>n=188</b>

### III - XVIII FEIRA NACIONAL DE ARTESANATO

#### 1 - QUANTAS VEZES PARTICIPOU

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

Primeira vez	33%
Duas vezes	24%
Três vezes	13%
Quatro vezes	8%
Cinco vezes ou mais	22%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>332</b>
<b>MÉDIA - PARTICIPAÇÃO</b>	
	<b>3,76</b>
<b>DESVIO PADRÃO</b>	
	<b>4,28</b>
<b>LIMITE INFERIOR</b>	
	<b>3,30</b>
<b>LIMITE SUPERIOR</b>	
	<b>4,22</b>
<b>Casos Válidos</b>	<b>n=332</b>

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Primeira vez	25%	37%	35%	30%	36%	30%	25%	24%	32%	37%	-	41%	30%	29%	33%
Duas vezes	30%	22%	27%	27%	23%	22%	15%	20%	23%	27%	-	31%	23%	20%	24%
Três vezes	12%	13%	18%	9%	11%	15%	12%	10%	12%	14%	-	7%	14%	16%	13%
Quatro vezes	10%	7%	9%	7%	10%	5%	-	10%	11%	4%	-	4%	7%	16%	8%
Cinco vezes ou mais	23%	22%	12%	26%	19%	28%	48%	36%	22%	19%	100%	17%	26%	20%	22%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>108</b>	<b>224</b>	<b>54</b>	<b>85</b>	<b>106</b>	<b>81</b>	<b>6</b>	<b>47</b>	<b>130</b>	<b>154</b>	<b>1</b>	<b>85</b>	<b>182</b>	<b>65</b>	<b>332</b>
<b>MÉDIA DE PARTICIPAÇÃO</b>	<b>3,93</b>	<b>3,68</b>	<b>3,29</b>	<b>3,92</b>	<b>3,54</b>	<b>4,19</b>	<b>3,79</b>	<b>4,61</b>	<b>3,51</b>	<b>3,69</b>	<b>6,00</b>	<b>3,63</b>	<b>4,01</b>	<b>3,23</b>	<b>3,76</b>

## 2 - MEIOS DE INFORMAÇÃO

### 2.1 - PRINCIPAL MEIO DE INFORMAÇÃO

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

Conversa com amigos/parentes	25%
Mãos de Minas	24%
Recebeu/ganhou convite	16%
Internet	14%
Mala direta/cartas	6%
TV	5%
Informativos (Sebrae, associações, fundações, etc)	2%
CentroCap	2%
Panfletos	1%
Jornal	1%
Rádio	1%
Outdoor	1%
Outros com menos de 0,5% de citação	1%
NS/NR	2%
TOTAL	100%
BASE	332

**Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social**

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Conversa com amigos/parentes</b>	20%	27%	22%	22%	30%	22%	15%	36%	23%	23%	-	26%	23%	26%	25%
<b>Mãos de Minas</b>	19%	26%	17%	21%	25%	32%	-	25%	24%	24%	-	22%	23%	28%	24%
<b>Recebeu/ganhou convite</b>	25%	12%	19%	20%	15%	13%	25%	9%	21%	14%	100%	14%	17%	18%	16%
<b>Internet</b>	13%	14%	27%	16%	7%	13%	-	2%	13%	18%	-	17%	13%	11%	14%
<b>Mala direta/cartas</b>	8%	5%	8%	5%	3%	10%	-	10%	6%	5%	-	3%	7%	8%	6%
<b>TV</b>	1%	7%	-	7%	9%	2%	12%	10%	4%	5%	-	5%	6%	4%	5%
<b>Informativos (Sebrae, assoc., fund., etc)</b>	2%	2%	2%	1%	4%	-	-	-	2%	3%	-	5%	1%	-	2%
<b>CentroCap</b>	1%	2%	-	1%	2%	1%	20%	3%	1%	2%	-	1%	2%	-	2%
<b>Panfletos</b>	1%	2%	-	1%	1%	3%	15%	-	2%	1%	-	3%	1%	2%	1%
<b>Jornal</b>	1%	1%	1%	-	1%	-	-	-	1%	1%	-	2%	-	1%	1%
<b>Rádio</b>	2%	-	2%	-	1%	-	-	-	1%	1%	-	-	1%	-	1%
<b>Outdoor</b>	-	1%	-	-	1%	1%	-	-	-	1%	-	2%	-	-	1%
<b>Outros com menos de 0,5% de citacao</b>	1%	1%	-	-	-	3%	-	-	1%	1%	-	-	1%	-	1%
<b>NS/NR</b>	6%	1%	2%	5%	2%	-	12%	7%	2%	2%	-	-	4%	2%	2%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

## 2.2 - TELEVISÃO

Em qual emissora?

Globo	83%
SBT/TV Alterosa	5%
NS	12%
TOTAL	100%
BASE <sup>3</sup>	17

## 2.3 - RÁDIO

Em qual emissora?

Itatiaia (95.7 FM/ 610 AM)	50%
CBN (106.1 FM)	50%
TOTAL	100%
BASE <sup>4</sup>	2

## 2.4 - JORNAL

Em qual jornal?

Estado de Minas	100%
TOTAL	100%
BASE <sup>5</sup>	2

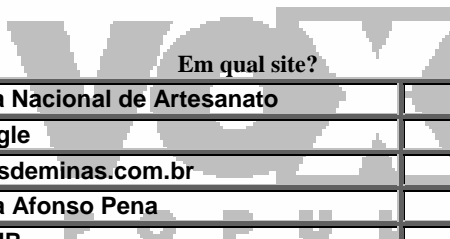
<sup>3</sup> Base: Entrevistados que citaram TV como principal meio de informação sobre a Feira.

<sup>4</sup> Base: Entrevistados que citaram Rádio como principal meio de informação sobre a Feira.

<sup>5</sup> Base: Entrevistados que citaram Jornal como principal meio de informação sobre a Feira.

## 2.5 - REVISTA<sup>6</sup>

## 2.6 - SITE (INTERNET)



Em qual site?

Feira Nacional de Artesanato	49%
Google	21%
maosdeminas.com.br	20%
Feira Afonso Pena	3%
NS/NR	7%
TOTAL	100%
BASE <sup>7</sup>	46

<sup>6</sup> Dados insuficientes para análise.

<sup>7</sup> Base: Entrevistados que citaram Internet como principal meio de informação sobre a Feira.

## 2.7 - AVALIAÇÃO DA CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO

De maneira geral, como o(a) sr(a) avalia a campanha de comunicação que foi feita para divulgar a Feira, na sua opinião ela foi:  
Ótima, boa, regular, ruim ou péssima?

Ótima	15%
Boa	47%
Regular positiva	17%
Regular negativa	3%
Ruim	7%
Péssima	4%
NS/NR	6%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>332</b>

TABELA AGREGADA

Positiva	62%
Regular	21%
Negativa	12%
NS/NR	6%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>332</b>

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Positiva</b>	64%	61%	59%	65%	64%	61%	40%	53%	63%	65%	-	63%	64%	57%	62%
<b>Regular</b>	19%	21%	21%	15%	18%	27%	40%	20%	19%	22%	100%	20%	19%	25%	21%
<b>Negativa</b>	7%	14%	16%	10%	11%	10%	20%	17%	12%	9%	-	12%	12%	11%	12%
<b>NS/NR</b>	10%	4%	4%	11%	6%	1%	-	10%	6%	4%	-	5%	5%	7%	6%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

## 2.8 - SUGESTÕES PARA A COMUNICAÇÃO

Pensando na divulgação da Feira, o(a) sr(a) teria alguma sugestão a fazer aos organizadores da Feira ou não? (Se sim) Qual(is)?

Aumentar divulgação pela televisão	14%
Aumentar o prazo de divulgação	9%
Expandir a divulgação a todos meios de comunicação	8%
Maior divulgação por Outdoor/Busdoor	7%
Aumentar divulgação por Mala Direta/Folders	4%
Aumentar a divulgação através de rádio/carro de som	3%
Divulgação mais clara/detalhada	2%
Divulgação em outros estados	2%
Contato direto com lojistas/CDL	1%
Divulgação pela Internet	1%
Divulgação nas escolas/faculdades	1%
Distribuição de ingressos gratuitos	1%
Aumentar a divulgação através de jornais/revistas	1%
Outros com menos de 0,5% de citação	1%
Nenhuma	55%
NR	1%
BASE <sup>8</sup>	332

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

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Aumentar divulgação pela televisão	14%	14%	10%	17%	11%	15%	57%	17%	14%	13%	100%	18%	11%	17%	14%
Aumentar o prazo de divulgação	10%	9%	17%	10%	7%	7%	-	9%	11%	8%	-	5%	10%	11%	9%
Expandir a divulgação a todos meios de comunicação	5%	9%	10%	8%	5%	10%	-	6%	5%	11%	-	13%	6%	6%	8%
Maior divulgação por Outdoor/Busdoor	7%	7%	4%	5%	8%	10%	-	12%	6%	6%	-	8%	6%	9%	7%
Aumentar divulgação por Mala Direta/Folders	2%	4%	4%	2%	6%	3%	-	9%	1%	4%	-	3%	2%	7%	4%
Aumentar a divulgação através de rádio/carro de som	1%	4%	4%	2%	2%	2%	20%	4%	4%	1%	-	2%	4%	2%	3%
Divulgação mais clara/detalhada	2%	2%	2%	1%	4%	2%	-	8%	1%	2%	-	1%	2%	5%	2%
Divulgação em outros estados	2%	1%	2%	4%	-	2%	-	-	1%	3%	-	2%	2%	-	2%
Contato direto com lojistas/CDL	2%	1%	4%	3%	-	-	-	-	1%	2%	-	2%	1%	2%	1%
Divulgação pela Internet	1%	1%	3%	1%	1%	-	-	-	1%	1%	-	2%	-	2%	1%
Divulgação nas escolas/faculdades	-	1%	1%	1%	1%	-	-	-	-	2%	-	1%	1%	-	1%
Distribuição de ingressos gratuitos	1%	1%	2%	-	1%	-	-	-	2%	-	-	-	1%	-	1%
Aumentar a divulgação através de jornais/revistas	-	1%	-	1%	1%	-	12%	-	2%	-	-	1%	1%	-	1%
Outros com menos de 0,5% de citação	1%	1%	-	2%	2%	-	-	-	2%	1%	-	1%	1%	-	1%
Nenhuma	61%	52%	49%	52%	61%	56%	30%	52%	58%	53%	-	49%	59%	49%	55%
NR	-	2%	-	2%	1%	3%	-	-	1%	3%	-	5%	0%	-	1%
BASE <sup>9</sup>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

<sup>9</sup> Percentuais: Fecham em mais de 100%, pois cada entrevistado poderia dar até duas respostas.

### 3 - CIRCUNSTÂNCIAS DA PERMANÊNCIA EM BH

#### 3.1 - MEIO DE TRANSPORTE ATÉ BELO HORIZONTE

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

Carro	52%
Ônibus/Van	30%
Avião	14%
Caminhão da Prefeitura	2%
Outros	0%
NR	1%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
<b>BASE<sup>10</sup></b>	<b>208</b>

VOX POPULI

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Carro</b>	52%	53%	55%	58%	47%	54%	-	54%	49%	54%	-	52%	58%	38%	52%
<b>Ônibus/Van</b>	25%	33%	30%	22%	36%	29%	44%	35%	36%	23%	-	25%	24%	49%	30%
<b>Avião</b>	17%	13%	12%	15%	15%	13%	32%	9%	10%	20%	-	21%	14%	9%	14%
<b>Caminhão da Prefeitura</b>	4%	1%	-	2%	-	3%	24%	3%	3%	1%	-	2%	2%	2%	2%
<b>Outros</b>	1%	-	-	2%	-	-	-	-	1%	-	-	-	-	2%	0%
<b>NR</b>	1%	1%	3%	1%	1%	-	-	-	1%	2%	-	-	2%	-	1%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	-	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	80	128	31	59	65	49	4	35	81	92	-	48	113	47	208

<sup>10</sup> Base: Entrevistados que não residem em BH.

### 3.2 - TEMPO DE PERMANÊNCIA NA CIDADE

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

Um dia	12%
Dois dias	1%
Três dias	1%
De cinco a sete dias	42%
Oito dias ou mais	41%
NR	4%
TOTAL	100%
BASE <sup>11</sup>	208
<b>MÉDIA - PERMANÊNCIA</b>	<b>6,93</b>
DESVIO PADRÃO	2,81
LIMITE INFERIOR	6,54
LIMITE SUPERIOR	7,32
Casos Válidos	n=200

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Um dia	5%	16%	7%	11%	17%	11%	-	8%	12%	13%	-	6%	12%	15%	12%
Dois dias	2%	-	-	2%	-	-	-	4%	-	-	-	-	-	3%	1%
Três dias	1%	1%	4%	-	1%	-	-	-	2%	1%	-	2%	-	3%	1%
De cinco a sete dias	36%	45%	58%	40%	35%	40%	76%	35%	41%	46%	-	62%	34%	40%	42%
Oito dias ou mais	53%	34%	28%	41%	44%	48%	24%	47%	43%	37%	-	30%	47%	39%	41%
NR	2%	5%	3%	7%	3%	2%	-	7%	2%	4%	-	-	7%	-	4%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	-	100%	100%	100%	100%
BASE	80	128	31	59	65	49	4	35	81	92	-	48	113	47	208
<b>MÉDIA - PERMANÊNCIA</b>	<b>7,58</b>	<b>6,52</b>	<b>7,08</b>	<b>6,98</b>	<b>6,68</b>	<b>7,10</b>	<b>7,29</b>	<b>7,20</b>	<b>6,88</b>	<b>6,88</b>	-	<b>6,93</b>	<b>7,12</b>	<b>6,52</b>	<b>6,93</b>

<sup>11</sup> Base: Entrevistados que não residem em BH.

### 3.3 - 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	37%
Casa de parente/amigo	34%
Casa própria/Alugou apartamento	2%
Albergue	1%
Outros	1%
Não está hospedado	22%
NR	2%
TOTAL	100%
BASE <sup>12</sup>	208

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Hotel	43%	33%	32%	40%	35%	37%	56%	34%	37%	38%	-	38%	36%	39%	37%
Casa de parente/amigo	36%	33%	34%	29%	38%	34%	44%	44%	34%	31%	-	43%	30%	36%	34%
Casa própria/Alugou apartamento	1%	2%	-	3%	-	4%	-	-	2%	2%	-	-	4%	-	2%
Albergue	1%	1%	5%	-	1%	-	-	-	1%	2%	-	2%	1%	2%	1%
Não está hospedado	14%	27%	26%	26%	22%	16%	-	18%	24%	23%	-	15%	25%	23%	22%
Outros	2%	-	-	-	-	4%	-	-	1%	1%	-	-	2%	-	1%
NR	2%	3%	3%	1%	3%	4%	-	5%	1%	3%	-	2%	4%	-	2%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	-	100%	100%	100%	100%
BASE	80	128	31	59	65	49	4	35	81	92	-	48	113	47	208

<sup>12</sup> Base: Entrevistados que não residem em BH.

### 3.4 - 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?

Mercado Central	8%
Feiras	5%
Shoppings	3%
Lagoa da Pampulha	3%
Cidades históricas	2%
Museus	2%
Praças/Parques	2%
Restaurantes/bares	2%
Casas de Shows/Discotecas	1%
Estádios de Futebol	0%
Não realizou passeios	77%
NS/NR	3%
BASE <sup>13</sup>	208

<sup>13</sup> Base: Entrevistados que não residem em BH.

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

**Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social**

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Mercado Central</b>	6%	8%	4%	8%	9%	8%	-	9%	7%	8%	-	15%	6%	3%	8%
<b>Feiras</b>	1%	8%	8%	5%	5%	5%	-	5%	5%	5%	-	10%	3%	5%	5%
<b>Shoppings</b>	6%	1%	7%	1%	2%	4%	-	4%	3%	2%	-	-	3%	6%	3%
<b>Lagoa da Pampulha</b>	1%	4%	8%	-	4%	2%	-	-	5%	2%	-	2%	1%	9%	3%
<b>Cidades históricas</b>	3%	2%	3%	2%	3%	3%	-	3%	3%	2%	-	2%	4%	-	2%
<b>Museus</b>	2%	3%	12%	2%	-	-	-	-	3%	3%	-	5%	1%	3%	2%
<b>Praças/Parques</b>	4%	1%	3%	2%	3%	-	-	-	-	4%	-	5%	1%	-	2%
<b>Restaurantes/bares</b>	2%	2%	-	4%	2%	-	-	-	2%	2%	-	3%	1%	2%	2%
<b>Casas de Shows/Discootecas</b>	-	2%	-	2%	3%	-	-	-	-	3%	-	5%	1%	-	1%
<b>Estádios de Futebol</b>	-	1%	-	-	-	2%	-	-	1%	-	-	-	-	2%	0%
<b>Não realizou passeios</b>	79%	75%	67%	77%	78%	80%	100%	82%	79%	73%	-	71%	79%	78%	77%
<b>NS/NR</b>	2%	3%	3%	5%	1%	2%	-	3%	1%	4%	-	-	4%	2%	3%
<b>BASE<sup>14</sup></b>	80	128	31	59	65	49	4	35	81	92	-	48	113	47	208

<sup>14</sup> Base: Entrevistados que não residem em BH.

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

## 4 - EXPECTATIVA E AVALIAÇÕES

### 4.1 - EXPECTATIVA

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

Muito alta	18%
Alta	57%
Regular	18%
Baixa	5%
Muito baixa	1%
TOTAL	100%
BASE	332

TABELA AGREGADA

Alta	76%
Regular	18%
Baixa	6%
TOTAL	100%
BASE	332

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Alta</b>	76%	75%	85%	76%	73%	71%	100%	62%	78%	77%	100%	77%	74%	78%	76%
<b>Regular</b>	18%	18%	8%	20%	20%	22%	-	30%	17%	16%	-	15%	20%	19%	18%
<b>Baixa</b>	6%	6%	7%	4%	7%	8%	-	8%	5%	6%	-	8%	7%	2%	6%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

## 4.2 - PRINCIPAL MOTIVO PARA PARTICIPAR DA FEIRA

Qual foi o principal motivo para o(a) sr(a) participar desta Feira?

Divulgar/vender produtos	89%
Convite	4%
Hábito/Costume	3%
Qualidade da feira	2%
NS/NR	3%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>332</b>

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Divulgar/vender produtos</b>	89%	89%	85%	93%	89%	88%	72%	83%	92%	87%	100%	89%	89%	87%	89%
<b>Convite</b>	5%	3%	5%	4%	3%	4%	12%	6%	2%	5%	-	7%	2%	4%	4%
<b>Hábito/Costume</b>	2%	3%	2%	-	2%	6%	-	5%	3%	1%	-	2%	3%	2%	3%
<b>Qualidade da feira</b>	1%	2%	6%	-	1%	2%	-	2%	1%	3%	-	1%	3%	1%	2%
<b>NS/NR</b>	3%	3%	1%	3%	5%	1%	15%	5%	2%	4%	-	1%	3%	6%	3%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

### 4.3 - 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	9%
Boa	40%
Regular positiva	25%
Regular negativa	10%
Ruim	8%
Péssima	7%
NS	0%
TOTAL	100%
BASE	332

TABELA AGREGADA

Positiva	49%
Regular	35%
Negativa	15%
NS	0%
TOTAL	100%
BASE	332

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Positiva	55%	46%	45%	51%	52%	49%	12%	40%	54%	47%	100%	46%	50%	50%	49%
Regular	35%	35%	42%	33%	33%	33%	67%	38%	34%	36%	-	37%	37%	29%	35%
Negativa	9%	18%	13%	15%	15%	17%	20%	22%	12%	16%	-	16%	13%	21%	15%
NS	1%	-	-	-	-	2%	-	-	-	1%	-	2%	-	-	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

Cruzamento por expectativa

	Com relação à expectativa diria que tinha uma expectativa:			Total
	Alta	Regular	Baixa	
Positiva	53%	41%	21%	49%
Regular	32%	42%	59%	35%
Negativa	14%	18%	20%	15%
NS	1%	-	-	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%
BASE	251	61	20	332

#### 4.4 - AVALIAÇÃO DE ITENS ESPECÍFICOS

Gostaria que o(a) sr(a) avaliasse \_\_\_\_\_. Para o(a) sr(a) foi ótimo(a), bom(a), regular, ruim ou péssimo(a)?

	Ótimo(a)	Bom(a)	Regular positivo(a)	Regular negativo(a)	Ruim	Péssimo(a)	NS/NR	BASE	TOTAL
A organização da feira de uma forma geral	21%	52%	15%	5%	4%	2%	-	332	100%
O deslocamento para a feira	16%	64%	11%	3%	3%	3%	-	332	100%
A estrutura da feira	32%	54%	10%	2%	0%	2%	-	332	100%
O local do evento (Expominas)	48%	47%	3%	0%	1%	-	0%	332	100%
No estacionamento oferecido na feira	26%	42%	6%	3%	6%	2%	16%	332	100%
Na recepção da feira	26%	60%	8%	2%	1%	1%	3%	332	100%
Nas informações fornecidas por funcionários da feira	22%	52%	13%	5%	3%	2%	3%	332	100%
Na alimentação/praca de alimentação da feira	8%	36%	18%	13%	13%	9%	4%	332	100%
Na estrutura de receb. dos produtos/logística oferecida pela feira	16%	56%	13%	3%	6%	2%	4%	332	100%
Na sinalização/placas indicativas presentes na feira	25%	62%	7%	2%	2%	2%	0%	332	100%
Na climatização (temperatura dos pavilhões da feira)	30%	58%	7%	2%	2%	1%	-	332	100%
Nos banheiros/instalações sanitárias da feira	18%	53%	9%	7%	8%	5%	0%	332	100%
No atendimento/suporte ao expositor fornecido pela feira	17%	57%	15%	3%	3%	3%	1%	332	100%
Na qualidade dos stands	23%	67%	7%	2%	1%	-	-	332	100%
A variedade de produtos oferecidos	40%	47%	9%	2%	2%	0%	0%	332	100%
A qualidade dos produtos	34%	52%	9%	1%	1%	0%	3%	332	100%
As condições de pagamento	13%	57%	11%	4%	3%	3%	9%	332	100%
As novidades/lançamentos de produtos	25%	47%	15%	3%	3%	1%	8%	332	100%
O preço dos produtos	7%	49%	25%	5%	6%	2%	7%	332	100%

TABELA AGREGADA

	Positiva	Regular	Negativa	NS/NR	BASE	TOTAL
A organização da feira de uma forma geral	73%	20%	6%	-	332	100%
O deslocamento para a feira	80%	14%	6%	-	332	100%
A estrutura da feira	86%	12%	2%	-	332	100%
O local do evento (Expominas)	95%	4%	1%	0%	332	100%
No estacionamento oferecido na feira	68%	8%	8%	16%	332	100%
Na recepção da feira	85%	10%	2%	3%	332	100%
Nas informações fornecidas por funcionários da feira	75%	18%	4%	3%	332	100%
Na alimentação/praca de alimentação da feira	44%	31%	21%	4%	332	100%
Na estrutura de recebimento dos produtos/logística oferecida pela feira	72%	16%	8%	4%	332	100%
Na sinalização/placas indicativas presentes na feira	87%	9%	4%	0%	332	100%
Na climatização (temperatura dos pavilhões da feira)	87%	10%	3%	-	332	100%
Nos banheiros/instalações sanitárias da feira	71%	16%	13%	0%	332	100%
No atendimento/suporte ao expositor fornecido pela feira	75%	18%	6%	1%	332	100%
Na qualidade dos stands	90%	9%	1%	-	332	100%
A variedade de produtos oferecidos	87%	11%	2%	0%	332	100%
A qualidade dos produtos	86%	10%	1%	3%	332	100%
As condições de pagamento	70%	15%	6%	9%	332	100%
As novidades/lançamentos de produtos	71%	17%	4%	8%	332	100%
O preço dos produtos	55%	30%	8%	7%	332	100%

CRUZAMENTO POR GÊNERO, FAIXA ETÁRIA, ESCOLARIDADE E CLASSE SOCIAL

**ORGANIZAÇÃO DA FEIRA**

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Positiva</b>	76%	72%	72%	74%	73%	72%	100%	72%	80%	69%	100%	75%	73%	73%	73%
<b>Regular</b>	17%	22%	20%	21%	18%	23%	-	19%	16%	24%	-	21%	20%	19%	20%
<b>Negativa</b>	8%	6%	7%	5%	8%	6%	-	8%	4%	8%	-	4%	7%	8%	6%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

**DESLOCAMENTO PARA A FEIRA**

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Positiva</b>	75%	82%	78%	77%	79%	85%	80%	78%	84%	77%	100%	81%	79%	80%	80%
<b>Regular</b>	20%	11%	18%	15%	13%	11%	-	16%	9%	17%	-	10%	14%	18%	14%
<b>Negativa</b>	5%	7%	4%	8%	8%	4%	20%	6%	7%	7%	-	9%	7%	2%	6%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

**A ESTRUTURA DA FEIRA**

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Positiva</b>	88%	85%	88%	89%	85%	83%	100%	84%	86%	87%	100%	82%	86%	92%	86%
<b>Regular</b>	10%	13%	11%	10%	11%	16%	-	13%	12%	11%	-	14%	12%	8%	12%
<b>Negativa</b>	2%	2%	1%	1%	4%	1%	-	3%	2%	2%	-	4%	2%	-	2%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

CRUZAMENTO POR GÊNERO, FAIXA ETÁRIA, ESCOLARIDADE E CLASSE SOCIAL

**LOCAL EXPOMINAS**

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Positiva</b>	98%	94%	93%	99%	96%	94%	67%	91%	99%	94%	-	94%	95%	98%	95%
<b>Regular</b>	2%	5%	6%	1%	2%	5%	33%	9%	-	4%	100%	4%	4%	2%	4%
<b>Negativa</b>	-	1%	1%	-	1%	2%	-	-	1%	1%	-	2%	1%	-	1%
<b>NS/NR</b>	-	0%	-	-	1%	-	-	-	-	1%	-	1%	-	-	0%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

**ESTACIONAMENTO OFERECIDO NA FEIRA**

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Positiva</b>	77%	64%	72%	65%	67%	73%	40%	69%	72%	65%	100%	69%	68%	69%	68%
<b>Regular</b>	8%	9%	7%	11%	7%	8%	20%	7%	11%	7%	-	6%	9%	9%	8%
<b>Negativa</b>	5%	9%	4%	14%	7%	4%	12%	5%	4%	11%	-	11%	7%	4%	8%
<b>NS/NR</b>	11%	18%	16%	11%	18%	16%	28%	18%	12%	18%	-	14%	16%	18%	16%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

**RECEPÇÃO DA FEIRA**

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Positiva</b>	90%	83%	78%	87%	87%	86%	88%	89%	85%	84%	100%	85%	86%	85%	85%
<b>Regular</b>	7%	11%	17%	9%	7%	11%	-	8%	9%	11%	-	10%	9%	13%	10%
<b>Negativa</b>	1%	3%	-	1%	3%	3%	12%	3%	4%	1%	-	2%	2%	2%	2%
<b>NS/NR</b>	2%	3%	5%	3%	3%	1%	-	-	2%	4%	-	3%	3%	-	3%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

CRUZAMENTO POR GÊNERO, FAIXA ETÁRIA, ESCOLARIDADE E CLASSE SOCIAL

**INFORMAÇÕES FORNECIDAS POR FUNCIONÁRIOS DA FEIRA**

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Positiva</b>	74%	75%	75%	79%	74%	74%	43%	86%	78%	69%	-	71%	76%	77%	75%
<b>Regular</b>	20%	17%	18%	15%	20%	18%	33%	10%	16%	22%	100%	17%	19%	20%	18%
<b>Negativa</b>	3%	5%	4%	4%	4%	4%	12%	2%	4%	6%	-	9%	3%	2%	4%
<b>NS/NR</b>	3%	3%	3%	2%	2%	4%	12%	3%	2%	4%	-	3%	3%	1%	3%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

**ALIMENTAÇÃO/PRAÇA DE ALIMENTAÇÃO DA FEIRA**

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Positiva</b>	43%	44%	54%	41%	38%	48%	33%	48%	48%	39%	-	43%	41%	53%	44%
<b>Regular</b>	35%	30%	28%	29%	32%	33%	55%	33%	31%	31%	100%	30%	31%	32%	31%
<b>Negativa</b>	20%	22%	17%	25%	28%	13%	12%	15%	18%	27%	-	23%	24%	12%	21%
<b>NS/NR</b>	3%	4%	-	5%	3%	6%	-	4%	3%	4%	-	4%	4%	3%	4%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

**NA ESTRUTURA DE RECEBIMENTO DOS PRODUTOS/LOGÍSTICA OFERECIDA PELA FEIRA**

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Positiva</b>	73%	72%	71%	69%	77%	71%	72%	77%	70%	74%	-	70%	73%	73%	72%
<b>Regular</b>	15%	16%	19%	18%	13%	16%	12%	14%	19%	13%	100%	13%	16%	19%	16%
<b>Negativa</b>	8%	8%	4%	10%	6%	12%	-	5%	6%	10%	-	13%	7%	4%	8%
<b>NS/NR</b>	4%	4%	6%	3%	4%	1%	15%	4%	5%	2%	-	3%	4%	4%	4%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

CRUZAMENTO POR GÊNERO, FAIXA ETÁRIA, ESCOLARIDADE E CLASSE SOCIAL

**SINALIZAÇÃO/PLACAS INDICATIVAS PRESENTES NA FEIRA**

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Positiva</b>	90%	86%	84%	88%	89%	87%	67%	91%	90%	84%	-	85%	88%	89%	87%
<b>Regular</b>	10%	8%	14%	10%	7%	6%	12%	2%	7%	12%	100%	10%	8%	8%	9%
<b>Negativa</b>	-	5%	2%	2%	3%	6%	20%	7%	3%	3%	-	5%	3%	3%	4%
<b>NS/NR</b>	-	1%	-	-	1%	-	-	-	-	1%	-	-	1%	-	0%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

**CLIMATIZAÇÃO (TEMPERATURA DOS PAVILHÕES DA FEIRA)**

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Positiva</b>	89%	86%	82%	87%	92%	86%	75%	89%	90%	85%	-	89%	85%	90%	87%
<b>Regular</b>	8%	11%	14%	12%	6%	8%	25%	11%	7%	11%	100%	7%	11%	8%	10%
<b>Negativa</b>	3%	3%	4%	1%	2%	6%	-	-	3%	3%	-	4%	3%	2%	3%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

**BANHEIROS/INSTALAÇÕES SANITÁRIAS DA FEIRA**

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Positiva</b>	82%	65%	68%	67%	72%	72%	100%	78%	76%	64%	100%	62%	71%	80%	71%
<b>Regular</b>	14%	17%	17%	22%	14%	14%	-	19%	12%	18%	-	20%	15%	14%	16%
<b>Negativa</b>	3%	18%	15%	10%	14%	14%	-	3%	11%	17%	-	17%	13%	6%	13%
<b>NS/NR</b>	-	0%	-	1%	-	-	-	-	1%	-	-	-	1%	-	0%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

CRUZAMENTO POR GÊNERO, FAIXA ETÁRIA, ESCOLARIDADE E CLASSE SOCIAL

**ATENDIMENTO QUE RECEBEU DOS EXPOSITORES**

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Positiva</b>	83%	71%	69%	75%	75%	78%	63%	83%	80%	68%	-	73%	73%	81%	75%
<b>Regular</b>	13%	21%	20%	21%	18%	14%	12%	12%	15%	22%	100%	18%	19%	16%	18%
<b>Negativa</b>	4%	7%	11%	3%	6%	7%	12%	3%	4%	9%	-	9%	7%	2%	6%
<b>NS/NR</b>	-	1%	-	-	1%	1%	12%	2%	1%	1%	-	-	1%	1%	1%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

**QUALIDADE DOS STANDS**

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Positiva</b>	88%	90%	86%	95%	85%	92%	100%	97%	90%	87%	100%	89%	90%	91%	90%
<b>Regular</b>	10%	8%	12%	5%	13%	5%	-	3%	7%	12%	-	9%	9%	9%	9%
<b>Negativa</b>	2%	1%	2%	-	2%	3%	-	-	2%	1%	-	2%	2%	-	1%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

**VARIEDADE DE PRODUTOS OFERECIDOS**

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Positiva</b>	87%	87%	93%	84%	82%	93%	88%	86%	91%	84%	100%	86%	87%	88%	87%
<b>Regular</b>	11%	10%	6%	13%	15%	6%	12%	13%	9%	12%	-	11%	10%	12%	11%
<b>Negativa</b>	1%	2%	1%	3%	4%	-	-	-	-	4%	-	3%	2%	-	2%
<b>NS/NR</b>	-	0%	-	-	-	1%	-	2%	-	-	-	-	0%	-	0%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

CRUZAMENTO POR GÊNERO, FAIXA ETÁRIA, ESCOLARIDADE E CLASSE SOCIAL

**QUALIDADE DOS PRODUTOS**

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Positiva</b>	88%	85%	81%	88%	81%	92%	100%	93%	93%	78%	100%	81%	85%	94%	86%
<b>Regular</b>	9%	11%	13%	7%	13%	8%	-	5%	5%	16%	-	15%	10%	4%	10%
<b>Negativa</b>	1%	1%	1%	3%	1%	-	-	-	-	3%	-	2%	1%	-	1%
<b>NS/NR</b>	2%	3%	5%	2%	5%	-	-	2%	2%	4%	-	2%	4%	2%	3%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

P O P U L I

**CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Positiva</b>	71%	70%	79%	72%	64%	70%	75%	78%	69%	68%	100%	70%	71%	69%	70%
<b>Regular</b>	9%	19%	13%	10%	18%	20%	12%	12%	18%	14%	-	12%	16%	19%	15%
<b>Negativa</b>	3%	7%	5%	8%	6%	2%	12%	-	5%	8%	-	11%	2%	7%	6%
<b>NS/NR</b>	17%	5%	3%	10%	12%	8%	-	10%	8%	9%	-	7%	11%	6%	9%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

CRUZAMENTO POR GÊNERO, FAIXA ETÁRIA, ESCOLARIDADE E CLASSE SOCIAL

**NOVIDADES/LANÇAMENTOS DE PRODUTOS**

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Positiva</b>	68%	73%	64%	69%	68%	82%	88%	85%	77%	63%	-	66%	72%	76%	71%
<b>Regular</b>	21%	15%	23%	18%	19%	11%	12%	6%	17%	20%	100%	23%	15%	15%	17%
<b>Negativa</b>	4%	4%	5%	5%	4%	1%	-	4%	1%	6%	-	3%	5%	2%	4%
<b>NS/NR</b>	7%	8%	8%	7%	9%	6%	-	6%	4%	11%	-	8%	8%	7%	8%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

**PREÇO DOS PRODUTOS**

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Positiva</b>	55%	56%	58%	52%	54%	60%	45%	52%	58%	55%	100%	61%	55%	50%	55%
<b>Regular</b>	28%	31%	35%	29%	29%	30%	28%	23%	32%	30%	-	23%	31%	37%	30%
<b>Negativa</b>	5%	9%	6%	9%	10%	6%	-	13%	7%	7%	-	13%	6%	5%	8%
<b>NS/NR</b>	11%	5%	2%	10%	7%	5%	28%	12%	3%	8%	-	3%	8%	8%	7%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

## 4.5 - GRAU DE SATISFAÇÃO

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

Totalmente satisfeito	5%
Satisfeito	55%
Nem satisfeito nem insatisfeito	24%
Insatisfeito	15%
Muito insatisfeito	1%
NS/NR	1%
TOTAL	100%
BASE	332

TABELA AGREGADA

Satisfeito	59%
Neutro	24%
Insatisfeito	17%
NS/NR	1%
TOTAL	100%
BASE	332

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Satisfeito</b>	73%	52%	53%	56%	60%	66%	30%	49%	69%	54%	-	52%	63%	57%	59%
<b>Neutro</b>	15%	27%	26%	21%	29%	16%	25%	28%	18%	27%	-	31%	21%	22%	24%
<b>Insatisfeito</b>	11%	19%	19%	22%	10%	15%	45%	23%	13%	17%	100%	15%	16%	21%	17%
<b>NS/NR</b>	1%	1%	1%	-	-	2%	-	-	-	2%	-	2%	0%	-	1%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

Cruzamento por expectativa

	Com relação à expectativa diria que tinha uma expectativa:			Total
	Alta	Regular	Baixa	
<b>Satisfeito</b>	59%	67%	35%	59%
<b>Neutro</b>	23%	23%	36%	24%
<b>Insatisfeito</b>	17%	11%	25%	17%
<b>NS/NR</b>	1%	-	4%	1%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	251	61	20	332

#### 4.6 - 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	5%
Dentro de suas expectativas	44%
Abaixo de suas expectativas	51%
NS/NR	1%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>332</b>

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Acima de suas expectativas</b>	6%	4%	1%	4%	3%	9%	-	7%	6%	3%	-	8%	3%	4%	5%
<b>Dentro de suas expectativas</b>	58%	37%	45%	42%	51%	36%	43%	28%	50%	43%	100%	42%	44%	45%	44%
<b>Abaixo de suas expectativas</b>	36%	58%	54%	54%	45%	52%	57%	65%	43%	53%	-	49%	52%	51%	51%
<b>NS/NR</b>	-	1%	-	-	-	2%	-	-	1%	1%	-	1%	1%	-	1%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

Cruzamento por grau de satisfação

	Expectativas em relação à feira				Total
	Acima de suas expectativas	Dentro de suas expectativas	Abaixo de suas expectativas	NS/NR	
<b>Satisfeito</b>	95%	88%	31%	50%	59%
<b>Neutro</b>	5%	10%	38%	-	24%
<b>Insatisfeito</b>	-	3%	30%	50%	17%
<b>NS/NR</b>	-	-	2%	-	1%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	15	146	169	2	332

#### 4.7 - MOTIVOS PARA A AVALIAÇÃO ABAIXO DA EXPECTATIVA

Por que a Feira ficou abaixo de suas expectativas?

Redução de vendas/baixa procura	81%
Excesso de produtos não artesanais/importados	3%
Faltam novidades/variedades de produtos	1%
Falta de logística na feira	1%
Layout dos stand's (estrutura, localização)	1%
Alto custo dos produtos	1%
NS/NR	12%
TOTAL	100%
BASE <sup>15</sup>	169

<sup>15</sup> Base: Entrevistados que avaliaram a Feira como abaixo da expectativa

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Redução de vendas/baixa procura	82%	81%	86%	85%	78%	77%	78%	81%	86%	77%	-	75%	81%	90%	81%
Excesso de prod. não artesanais/importados	8%	2%	4%	5%	2%	2%	-	-	3%	4%	-	5%	3%	-	3%
Faltam novidades/variedades de produtos	-	2%	-	2%	-	3%	-	-	4%	-	-	-	2%	-	1%
Falta de logística na feira	-	2%	-	2%	2%	-	-	-	-	2%	-	-	1%	3%	1%
Layout dos stand's (estrutura, localização)	-	1%	-	2%	-	2%	-	3%	-	1%	-	-	-	5%	1%
Alto custo dos produtos	-	1%	-	-	2%	-	-	-	2%	-	-	-	1%	-	1%
NS/NR	10%	12%	9%	4%	16%	16%	22%	17%	5%	15%	-	20%	11%	2%	12%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	-	100%	100%	100%	100%
BASE <sup>16</sup>	39	130	29	46	48	42	4	31	57	82	-	42	94	33	169

<sup>16</sup> Base: Entrevistados que avaliaram a Feira como abaixo da expectativa

#### 4.8 - O QUE MAIS GOSTOU NA FEIRA

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

<b>Diversidade/variedade de produtos</b>	<b>31%</b>
<b>Organização/infra-estrutura</b>	<b>28%</b>
Espaço físico da feira	11%
Organização do evento	7%
Estrutura	4%
Layout dos stand's	3%
Localização	2%
Tranquilidade do ambiente	1%
Estacionamento	0%
<b>Público do evento</b>	<b>8%</b>
<b>Integração cultural</b>	<b>7%</b>
<b>Qualidade dos produtos</b>	<b>4%</b>
<b>Integração com outros artistas/lojistas</b>	<b>2%</b>
<b>Educação dos expositores</b>	<b>2%</b>
<b>Tudo</b>	<b>1%</b>
<b>NS/NR</b>	<b>16%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>332</b>

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Diversidade/variedade de produtos</b>	<b>26%</b>	<b>34%</b>	<b>25%</b>	<b>41%</b>	<b>23%</b>	<b>34%</b>	<b>52%</b>	<b>30%</b>	<b>30%</b>	<b>32%</b>	<b>100%</b>	<b>35%</b>	<b>29%</b>	<b>33%</b>	<b>31%</b>
<b>Organização/infra-estrutura</b>	<b>39%</b>	<b>23%</b>	<b>29%</b>	<b>33%</b>	<b>31%</b>	<b>21%</b>	<b>15%</b>	<b>31%</b>	<b>25%</b>	<b>31%</b>	<b>-</b>	<b>25%</b>	<b>32%</b>	<b>22%</b>	<b>28%</b>
Espaço físico da feira	15%	9%	7%	13%	15%	8%	-	9%	9%	13%	-	12%	11%	10%	11%
Organização do evento	11%	5%	5%	9%	6%	7%	-	8%	7%	6%	-	5%	9%	1%	7%
Estrutura	9%	1%	11%	4%	2%	2%	-	-	4%	5%	-	3%	5%	2%	4%
Layout dos stand's	4%	3%	1%	5%	4%	2%	15%	7%	2%	4%	-	2%	3%	5%	3%
Localização	1%	3%	-	3%	4%	1%	-	6%	2%	1%	-	2%	2%	3%	2%
Tranquilidade do ambiente	-	1%	1%	-	1%	1%	-	-	-	2%	-	-	1%	1%	1%
Estacionamento	-	1%	3%	-	-	-	-	2%	-	1%	-	1%	0%	-	0%
<b>Público do evento</b>	<b>16%</b>	<b>4%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>11%</b>	<b>8%</b>	<b>-</b>	<b>7%</b>	<b>11%</b>	<b>6%</b>	<b>-</b>	<b>9%</b>	<b>8%</b>	<b>5%</b>	<b>8%</b>
<b>Integração cultural</b>	<b>5%</b>	<b>9%</b>	<b>14%</b>	<b>4%</b>	<b>9%</b>	<b>5%</b>	<b>-</b>	<b>4%</b>	<b>8%</b>	<b>8%</b>	<b>-</b>	<b>8%</b>	<b>7%</b>	<b>7%</b>	<b>7%</b>
<b>Qualidade dos produtos</b>	<b>2%</b>	<b>5%</b>	<b>2%</b>	<b>5%</b>	<b>3%</b>	<b>6%</b>	<b>-</b>	<b>7%</b>	<b>4%</b>	<b>3%</b>	<b>-</b>	<b>3%</b>	<b>4%</b>	<b>4%</b>	<b>4%</b>
<b>Integração com outros art./loj.</b>	<b>1%</b>	<b>2%</b>	<b>-</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>4%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>	<b>-</b>	<b>3%</b>	<b>1%</b>	<b>3%</b>	<b>2%</b>
<b>Educação dos expositores</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>	<b>3%</b>	<b>3%</b>	<b>-</b>	<b>4%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>4%</b>	<b>2%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>3%</b>	<b>4%</b>	<b>2%</b>
<b>Tudo</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>3%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2%</b>	<b>-</b>	<b>2%</b>	<b>1%</b>	<b>-</b>	<b>1%</b>
<b>NS/NR</b>	<b>8%</b>	<b>20%</b>	<b>21%</b>	<b>6%</b>	<b>22%</b>	<b>15%</b>	<b>33%</b>	<b>21%</b>	<b>17%</b>	<b>14%</b>	<b>-</b>	<b>16%</b>	<b>14%</b>	<b>21%</b>	<b>16%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>108</b>	<b>224</b>	<b>54</b>	<b>85</b>	<b>106</b>	<b>81</b>	<b>6</b>	<b>47</b>	<b>130</b>	<b>154</b>	<b>1</b>	<b>85</b>	<b>182</b>	<b>65</b>	<b>332</b>

#### 4.9 - O QUE DEVE MELHORAR

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

<b>Organização/infra-estrutura física</b>	<b>50%</b>
Informações deficientes/funcionários despreparados	16%
Oferecer Banco 24 horas	12%
Melhorar qualidade dos banheiros	7%
Layout dos stands	4%
Estacionamento (Preço/falta infra estrutura)	4%
Horários curtos/reduzidos	3%
Melhorar segurança/sinalização	1%
Ar condicionado muito frio/anti-ecológico	1%
Data do evento	1%
Falta da escola de samba	1%
Faltam assentos para visitantes	0%
Faltam carrinhos para carregar mercadorias	0%
Localização da feira	0%
Outras c/ menos de 0,5% de citação	2%
<b>Praça de alimentação (qualidade, variedade, preço, etc)</b>	<b>12%</b>
<b>Pouca variedade de produtos</b>	<b>9%</b>
<b>Preço/ condições de pagamento dos produtos</b>	<b>5%</b>
<b>Outros com menos de 0,5% de citação</b>	<b>1%</b>
<b>Nada</b>	<b>7%</b>
<b>NS/NR</b>	<b>16%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>332</b>

**Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social**

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Organização/infra-estrutura física</b>	<b>47%</b>	<b>52%</b>	<b>60%</b>	<b>47%</b>	<b>53%</b>	<b>45%</b>	<b>37%</b>	<b>41%</b>	<b>43%</b>	<b>59%</b>	<b>100%</b>	<b>52%</b>	<b>50%</b>	<b>49%</b>	<b>50%</b>
Informações deficientes/funcionários despreparados	15%	16%	19%	11%	19%	15%	12%	21%	12%	18%	-	14%	17%	16%	16%
Oferecer Banco 24 horas	13%	11%	14%	14%	11%	9%	-	8%	13%	12%	-	11%	12%	12%	12%
Melhorar qualidade dos banheiros	3%	8%	4%	6%	5%	10%	12%	-	8%	7%	100%	11%	6%	4%	7%
Layout dos stands	4%	4%	4%	5%	5%	2%	-	5%	2%	5%	-	2%	4%	6%	4%
Estacionamento (Preço/falta infra estrutura)	3%	4%	5%	5%	4%	1%	-	6%	3%	4%	-	3%	3%	5%	4%
Horários curtos/reduzidos	2%	4%	5%	3%	2%	2%	12%	-	3%	4%	-	4%	2%	4%	3%
Melhorar segurança/sinalização	1%	0%	-	-	2%	-	-	2%	-	1%	-	-	1%	-	1%
Ar condicionado muito frio/anti-ecológico	-	1%	-	-	1%	1%	-	-	1%	1%	-	-	1%	2%	1%
Data do evento	-	1%	1%	1%	-	1%	-	-	-	2%	-	1%	1%	-	1%
Falta da escola de samba	1%	0%	2%	-	1%	-	-	-	-	1%	-	2%	1%	-	1%
Faltam assentos para visitantes	1%	-	-	-	-	2%	-	-	-	1%	-	2%	-	-	0%
Faltam carrinhos para carregar mercadorias	1%	-	2%	-	-	-	-	-	-	1%	-	-	1%	-	0%
Localização da feira	1%	0%	1%	-	1%	-	-	-	-	1%	-	-	1%	-	0%
Outras c/ menos de 0,5% de citação	2%	1%	2%	2%	1%	1%	-	-	1%	2%	-	3%	2%	-	2%
<b>Praça de aliment. (qual., var., preço, etc)</b>	<b>13%</b>	<b>11%</b>	<b>10%</b>	<b>16%</b>	<b>9%</b>	<b>12%</b>	<b>15%</b>	<b>4%</b>	<b>15%</b>	<b>12%</b>	<b>-</b>	<b>13%</b>	<b>12%</b>	<b>11%</b>	<b>12%</b>
<b>Pouca variedade de produtos</b>	<b>10%</b>	<b>8%</b>	<b>2%</b>	<b>8%</b>	<b>8%</b>	<b>12%</b>	<b>48%</b>	<b>12%</b>	<b>5%</b>	<b>11%</b>	<b>-</b>	<b>13%</b>	<b>6%</b>	<b>10%</b>	<b>9%</b>
<b>Preço/ cond. De pagamento dos produtos</b>	<b>4%</b>	<b>5%</b>	<b>6%</b>	<b>6%</b>	<b>6%</b>	<b>1%</b>	<b>-</b>	<b>11%</b>	<b>5%</b>	<b>2%</b>	<b>-</b>	<b>4%</b>	<b>6%</b>	<b>1%</b>	<b>5%</b>
<b>Outros com menos de 0,5% de citação</b>	<b>-</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>	<b>-</b>	<b>2%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2%</b>	<b>1%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1%</b>	<b>0%</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>
<b>Nada</b>	<b>9%</b>	<b>6%</b>	<b>6%</b>	<b>4%</b>	<b>9%</b>	<b>10%</b>	<b>-</b>	<b>8%</b>	<b>7%</b>	<b>7%</b>	<b>-</b>	<b>6%</b>	<b>8%</b>	<b>6%</b>	<b>7%</b>
<b>NS/NR</b>	<b>17%</b>	<b>16%</b>	<b>14%</b>	<b>19%</b>	<b>14%</b>	<b>20%</b>	<b>-</b>	<b>22%</b>	<b>23%</b>	<b>9%</b>	<b>-</b>	<b>10%</b>	<b>17%</b>	<b>22%</b>	<b>16%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>108</b>	<b>224</b>	<b>54</b>	<b>85</b>	<b>106</b>	<b>81</b>	<b>6</b>	<b>47</b>	<b>130</b>	<b>154</b>	<b>1</b>	<b>85</b>	<b>182</b>	<b>65</b>	<b>332</b>

#### 4.10 - SERVIÇO A SER OFERECIDO

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

Banco 24 horas	45%
Restaurante com mais variedade	6%
Melhoria na sinalização (stands, produtos)	3%
Pagamentos realizados com cartões	2%
Internet	2%
Investir em seminários/cursos para expositores	2%
Melhoria da qualidade dos banheiros	1%
Estacionamento mais acessível/fácil acesso	1%
Layout dos stands (estrutura, organização, limpeza, etc)	1%
Redução do aluguel do stand	1%
Limpeza constante nos stands	1%
Ingressos gratuitos para o evento	1%
Traslados para a feira (aeroporto, rodoviária e hotéis)	1%
Guarda volume/depósito	1%
Atendentes para dar informações	1%
Estrutura para crianças (carrinhos e playground)	1%
Telefone público e venda de cartões telefônicos	1%
Enviar convites e crachás para os domicílios	1%
Carregadores/carrinhos de mercadorias	0%
Outros com menos de 0,5% de citação	3%
Nenhum serviço	16%
NS/NR	10%
TOTAL	100%
BASE	332

**Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social**

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Banco 24 horas	45%	44%	46%	54%	41%	38%	45%	39%	43%	47%	100%	40%	49%	37%	45%
Restaurante com mais variedade	4%	7%	4%	6%	5%	9%	-	2%	7%	6%	-	5%	5%	10%	6%
Melhoria na sinalização (stands, produtos)	3%	3%	4%	2%	3%	2%	15%	2%	4%	2%	-	1%	5%	2%	3%
Pagamentos realizados com cartões	3%	2%	1%	1%	4%	1%	-	2%	1%	3%	-	2%	2%	3%	2%
Internet	1%	2%	2%	-	2%	3%	-	-	2%	2%	-	2%	1%	4%	2%
Investir em seminários/cursos para expositores	1%	2%	2%	-	2%	3%	-	2%	2%	1%	-	-	2%	2%	2%
Melhoria da qualidade dos banheiros	-	2%	-	1%	1%	4%	-	-	2%	1%	-	4%	0%	1%	1%
Estacionamento mais acessível/fácil acesso	2%	1%	2%	2%	1%	1%	-	2%	1%	1%	-	2%	2%	1%	1%
Layout dos stands (estrutura, org., limpeza, etc)	2%	1%	2%	3%	-	1%	-	2%	-	2%	-	3%	1%	1%	1%
Redução do aluguel do stand	1%	2%	-	1%	1%	3%	-	-	2%	1%	-	3%	1%	-	1%
Limpeza constante nos stands	1%	1%	3%	-	1%	1%	-	2%	1%	1%	-	1%	1%	2%	1%
Ingressos gratuitos para o evento	-	2%	-	1%	3%	-	-	2%	1%	1%	-	-	2%	1%	1%
Traslados para a feira (era., rodoviária e hotéis)	1%	1%	4%	-	1%	-	-	-	1%	1%	-	-	1%	2%	1%
Guarda volume/depósito	2%	0%	2%	-	2%	-	-	4%	-	1%	-	2%	0%	-	1%
Atendentes para dar informações	1%	1%	-	2%	1%	-	-	-	2%	-	-	-	1%	2%	1%
Est. para crianças (carrinhos e playground)	-	1%	-	1%	1%	-	-	-	1%	1%	-	-	1%	-	1%
Telefone público e venda de cartões telefônicos	1%	0%	-	1%	-	1%	-	-	1%	1%	-	2%	-	-	1%
Enviar convites e crachás para os domicílios	1%	0%	-	1%	1%	-	-	2%	-	1%	-	-	1%	1%	1%
Carregadores/carrinhos de mercadorias	1%	0%	1%	-	1%	-	-	-	-	1%	-	-	1%	-	0%
Outros com menos de 0,5% de citação	5%	1%	1%	1%	5%	2%	-	3%	3%	2%	-	4%	2%	4%	3%
Nenhum serviço	16%	16%	13%	15%	13%	20%	40%	23%	16%	14%	-	13%	19%	11%	16%
NS/NR	9%	10%	11%	9%	12%	10%	-	15%	11%	8%	-	16%	5%	17%	10%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>108</b>	<b>224</b>	<b>54</b>	<b>85</b>	<b>106</b>	<b>81</b>	<b>6</b>	<b>47</b>	<b>130</b>	<b>154</b>	<b>1</b>	<b>85</b>	<b>182</b>	<b>65</b>	<b>332</b>

#### 4.11 - INTENÇÃO DE RETORNO

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

Sim	64%
Não	11%
Talvez	25%
NR	0%
TOTAL	100%
BASE	332

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Sim</b>	76%	58%	60%	61%	68%	64%	75%	66%	69%	59%	100%	58%	67%	63%	64%
<b>Não</b>	7%	13%	11%	14%	9%	12%	-	11%	10%	12%	-	15%	8%	16%	11%
<b>Talvez</b>	17%	28%	28%	26%	22%	25%	25%	23%	20%	29%	-	27%	25%	21%	25%
<b>NR</b>	-	0%	-	-	1%	-	-	-	1%	-	-	-	0%	-	0%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

Cruzamento por grau de satisfação

	Pretende voltar no ano que vema				Total
	Sim	Não	Talvez	NR	
<b>Satisfeito</b>	75%	23%	34%	100%	59%
<b>Neutro</b>	17%	24%	41%	-	24%
<b>Insatisfeito</b>	8%	47%	25%	-	17%
<b>NS/NR</b>	-	7%	-	-	1%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	212	37	82	1	332

## 5 - VENDAS REALIZADAS

### 5.1 - PRODUTOS OFERECIDOS

Qual é a maioria dos produtos comercializados aqui neste seu stand? E em segundo lugar? E em terceiro?

<b>Roupas</b>	<b>41%</b>
Roupas	33%
Mesa/cozinha	19%
Cama/quarto	14%
Banho	5%
Cortinas/Capas	2%
Enxoval para bebe	1%
<b>Artigos para decoração</b>	<b>38%</b>
Arranjos/Adornos	20%
Quadros/painéis/placas	12%
Iluminação	8%
Animais	6%
Maquetes/esculturas/miniaturas	6%
<b>Artigos utilitários</b>	<b>29%</b>
Uso pessoal	19%
Mesa	8%
Cozinha	5%
Sala	3%
Banho	2%

<b>Brinquedos/jogos</b>	<b>15%</b>
<b>Artigos religiosos/místicos</b>	<b>13%</b>
Artigos religiosos	8%
Decoração de Natal	5%
Artigos Místicos	3%
<b>Bijuterias</b>	<b>13%</b>
<b>Tapetes</b>	<b>6%</b>
<b>Produtos gastronômicos</b>	<b>3%</b>
<b>Calçados</b>	<b>3%</b>
<b>Móveis</b>	<b>3%</b>
<b>Papelaria</b>	<b>3%</b>
<b>Bebidas</b>	<b>2%</b>
<b>Cosméticos</b>	<b>1%</b>
<b>NR</b>	<b>0%</b>
<b>BASE<sup>17</sup></b>	<b>332</b>

<sup>17</sup> Percentuais: Fecham em mais de 100%, pois cada entrevistado poderia dar até três respostas.

**Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social**

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Roupas</b>	<b>29%</b>	<b>47%</b>	<b>35%</b>	<b>33%</b>	<b>41%</b>	<b>55%</b>	<b>28%</b>	<b>59%</b>	<b>38%</b>	<b>39%</b>	<b>-</b>	<b>45%</b>	<b>38%</b>	<b>45%</b>	<b>41%</b>
Roupas	22%	38%	29%	21%	38%	45%	-	49%	29%	31%	-	38%	33%	27%	33%
Mesa/cozinha	14%	22%	14%	12%	22%	27%	12%	30%	20%	16%	-	17%	17%	30%	19%
Cama/quarto	9%	17%	17%	11%	14%	17%	15%	21%	10%	16%	-	16%	13%	16%	14%
Banho	3%	6%	4%	3%	7%	5%	-	4%	5%	5%	-	3%	6%	5%	5%
Cortinas/Capas	2%	2%	2%	2%	1%	3%	-	8%	1%	2%	-	3%	1%	4%	2%
Enxoval para bebe	-	2%	1%	-	1%	3%	-	2%	2%	1%	-	1%	2%	-	1%
<b>Artigos para decoração</b>	<b>47%</b>	<b>34%</b>	<b>24%</b>	<b>47%</b>	<b>34%</b>	<b>38%</b>	<b>88%</b>	<b>31%</b>	<b>39%</b>	<b>39%</b>	<b>100%</b>	<b>34%</b>	<b>38%</b>	<b>42%</b>	<b>38%</b>
Arranjos/Adornos	22%	19%	15%	25%	15%	22%	40%	18%	15%	24%	100%	14%	19%	29%	20%
Quadros/painéis/placas	22%	7%	2%	15%	11%	15%	52%	6%	14%	12%	100%	15%	11%	13%	12%
Iluminação	14%	6%	4%	9%	11%	9%	-	4%	11%	8%	-	9%	9%	6%	8%
Animais	5%	6%	5%	8%	7%	3%	-	4%	7%	5%	-	6%	8%	1%	6%
Maquetes/esculturas/miniaturas	7%	5%	4%	8%	6%	2%	20%	3%	9%	4%	-	2%	6%	8%	6%
<b>Artigos utilitários</b>	<b>24%</b>	<b>31%</b>	<b>30%</b>	<b>34%</b>	<b>27%</b>	<b>23%</b>	<b>60%</b>	<b>23%</b>	<b>30%</b>	<b>30%</b>	<b>100%</b>	<b>26%</b>	<b>30%</b>	<b>29%</b>	<b>29%</b>
Uso pessoal	13%	22%	26%	26%	18%	9%	15%	19%	18%	20%	-	14%	19%	25%	19%
Mesa	6%	9%	7%	5%	10%	12%	-	5%	12%	6%	-	11%	8%	5%	8%
Cozinha	8%	3%	4%	7%	4%	4%	-	2%	5%	5%	-	6%	5%	2%	5%
Sala	2%	4%	-	7%	2%	3%	12%	2%	4%	3%	100%	2%	5%	3%	3%
Banho	2%	3%	1%	3%	2%	2%	33%	6%	2%	2%	-	1%	2%	5%	2%

(Continua)

**Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social**

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Brinquedos/jogos</b>	12%	16%	14%	16%	13%	14%	28%	13%	13%	16%	-	19%	14%	11%	15%
<b>Artigos religiosos/místicos</b>	11%	14%	16%	13%	12%	13%	12%	7%	12%	16%	-	11%	14%	13%	13%
Artigos religiosos	5%	10%	6%	8%	10%	9%	-	6%	8%	9%	-	3%	9%	12%	8%
Decoração de Natal	8%	4%	7%	6%	3%	5%	12%	-	6%	6%	-	9%	4%	1%	5%
Artigos Místicos	3%	3%	6%	4%	2%	1%	-	2%	1%	4%	-	4%	3%	1%	3%
<b>Bijuterias</b>	13%	13%	19%	13%	14%	7%	20%	11%	12%	14%	-	15%	14%	8%	13%
<b>Produtos gastronômicos</b>	6%	2%	4%	3%	5%	2%	-	2%	3%	4%	-	4%	4%	-	3%
<b>Bebidas</b>	5%	1%	6%	3%	1%	1%	-	3%	2%	3%	-	2%	2%	2%	2%
<b>Tapetes</b>	6%	5%	5%	9%	4%	5%	-	13%	5%	4%	-	5%	5%	8%	6%
<b>Calçados</b>	3%	3%	9%	2%	2%	2%	-	4%	5%	1%	-	1%	2%	7%	3%
<b>Móveis</b>	3%	3%	2%	4%	3%	2%	-	2%	1%	4%	-	2%	3%	3%	3%
<b>Papelaria</b>	3%	3%	1%	-	5%	5%	-	-	5%	2%	-	5%	3%	1%	3%
<b>Cosméticos</b>	-	1%	1%	-	1%	1%	-	-	1%	1%	-	1%	1%	-	1%
<b>NR</b>	1%	-	-	-	-	1%	-	-	-	1%	-	1%	-	-	0%
<b>BASE<sup>18</sup></b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

<sup>18</sup> Percentuais: Fecham em mais de 100%, pois cada entrevistado poderia dar até três respostas.

## 5.2 - PRODUTOS MAIS VENDIDOS

Que tipo de produto o(a) sr(a) vendeu/espera vender em maior volume na feira? E em segundo lugar?

<b>Roupas</b>	<b>34%</b>
Roupas	21%
Mesa/cozinha	13%
Cama/quarto	10%
Banho	3%
Cortinas, Capas	2%
Enxoval para bebe	1%
<b>Artigos para decoração</b>	<b>27%</b>
Arranjos/Adornos	11%
Quadros/painéis/placas	8%
Iluminação	4%
Animais	4%
Maquetes/esculturas/miniaturas	4%
<b>Artigos utilitários</b>	<b>20%</b>
Uso pessoal	8%
Mesa	6%
Cozinha	4%
Sala	3%
Banho	2%

<b>Brinquedos/jogos</b>	<b>11%</b>
<b>Bijuterias</b>	<b>11%</b>
<b>Artigos religiosos/místicos</b>	<b>9%</b>
Artigos religiosos	4%
Decoração de Natal	3%
Artigos Místicos	2%
<b>Tapetes</b>	<b>5%</b>
<b>Papelaria</b>	<b>3%</b>
<b>Produtos gastronômicos</b>	<b>2%</b>
<b>Bebidas</b>	<b>2%</b>
<b>Calçados</b>	<b>2%</b>
<b>Móveis</b>	<b>2%</b>
<b>Cosméticos</b>	<b>1%</b>
<b>NS</b>	<b>2%</b>
<b>BASE<sup>19</sup></b>	<b>332</b>

<sup>19</sup> Percentuais: Fecham em mais de 100%, pois cada entrevistado poderia dar até duas respostas

**Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social**

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Roupas</b>	<b>23%</b>	<b>39%</b>	<b>28%</b>	<b>23%</b>	<b>35%</b>	<b>49%</b>	-	<b>51%</b>	<b>30%</b>	<b>31%</b>	-	<b>37%</b>	<b>30%</b>	<b>39%</b>	<b>34%</b>
Roupas	14%	24%	19%	13%	24%	28%	-	34%	19%	18%	-	25%	21%	15%	21%
Mesa/cozinha	10%	14%	8%	3%	18%	19%	-	15%	12%	12%	-	12%	10%	21%	13%
Cama/quarto	6%	12%	12%	13%	4%	13%	-	17%	6%	10%	-	11%	8%	13%	10%
Banho	2%	3%	2%	-	6%	2%	-	4%	1%	4%	-	2%	2%	4%	3%
Cortinas, Capas	2%	2%	2%	1%	1%	3%	-	3%	2%	1%	-	1%	1%	3%	2%
Enxoval para bebe	-	1%	1%	-	-	3%	-	2%	2%	-	-	-	2%	-	1%
<b>Artigos para decoração</b>	<b>32%</b>	<b>25%</b>	<b>22%</b>	<b>41%</b>	<b>24%</b>	<b>19%</b>	<b>67%</b>	<b>12%</b>	<b>29%</b>	<b>31%</b>	<b>100%</b>	<b>28%</b>	<b>28%</b>	<b>23%</b>	<b>27%</b>
Arranjos/Adornos	9%	12%	9%	15%	8%	10%	40%	6%	8%	14%	100%	9%	11%	13%	11%
Quadros/painéis/placas	13%	6%	4%	13%	5%	6%	52%	6%	8%	8%	100%	11%	7%	8%	8%
Iluminação	7%	3%	4%	8%	4%	1%	-	2%	5%	4%	-	5%	5%	2%	4%
Animais	4%	4%	5%	7%	6%	-	-	-	6%	4%	-	4%	6%	1%	4%
Maquetes/esculturas/miniaturas	6%	3%	-	7%	6%	2%	-	-	6%	4%	-	2%	5%	6%	4%
<b>Artigos utilitários</b>	<b>13%</b>	<b>24%</b>	<b>13%</b>	<b>22%</b>	<b>21%</b>	<b>21%</b>	<b>35%</b>	<b>23%</b>	<b>20%</b>	<b>20%</b>	-	<b>20%</b>	<b>20%</b>	<b>22%</b>	<b>20%</b>
Uso pessoal	3%	11%	11%	10%	10%	3%	15%	9%	4%	12%	-	8%	7%	12%	8%
Mesa	5%	7%	-	2%	10%	11%	-	2%	11%	4%	-	6%	6%	6%	6%
Cozinha	6%	3%	3%	4%	3%	5%	-	2%	4%	4%	-	5%	3%	4%	4%
Sala	1%	4%	-	7%	2%	2%	-	5%	3%	2%	-	3%	4%	2%	3%
Banho	1%	3%	-	4%	1%	3%	20%	8%	3%	1%	-	-	3%	4%	2%

(Continua)

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Brinquedos/jogos</b>	8%	13%	12%	12%	10%	10%	28%	13%	9%	12%	-	13%	10%	12%	11%
<b>Bijuterias</b>	10%	12%	16%	12%	12%	6%	20%	11%	12%	11%	-	12%	13%	8%	11%
<b>Artigos religiosos/místicos</b>	10%	9%	12%	8%	7%	11%	12%	7%	10%	10%	-	7%	11%	7%	9%
Artigos religiosos	3%	4%	6%	5%	4%	3%	-	3%	5%	4%	-	-	5%	6%	4%
Decoração de Natal	5%	2%	2%	1%	1%	8%	12%	-	5%	3%	-	5%	4%	-	3%
Artigos Místicos	2%	3%	4%	4%	2%	1%	-	4%	1%	3%	-	3%	2%	2%	2%
<b>Tapetes</b>	4%	5%	7%	7%	3%	4%	-	14%	3%	4%	-	2%	4%	10%	5%
<b>Papelaria</b>	2%	3%	3%	3%	2%	5%	-	-	4%	3%	-	5%	3%	2%	3%
<b>Produtos gastronômicos</b>	4%	1%	-	1%	4%	2%	-	2%	2%	2%	-	2%	3%	-	2%
<b>Bebidas</b>	6%	-	6%	3%	-	1%	-	3%	2%	2%	-	2%	2%	1%	2%
<b>Calçados</b>	2%	2%	6%	2%	1%	1%	-	4%	3%	1%	-	1%	2%	4%	2%
<b>Móveis</b>	3%	1%	2%	-	2%	3%	-	-	1%	2%	-	2%	2%	-	2%
<b>Cosméticos</b>	1%	1%	1%	-	2%	-	-	-	2%	1%	-	1%	1%	-	1%
<b>NS</b>	3%	2%	1%	-	4%	2%	-	-	3%	2%	-	2%	2%	4%	2%
<b>BASE<sup>20</sup></b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332

<sup>20</sup> Percentuais: Fecham em mais de 100%, pois cada entrevistado poderia dar até duas respostas

### 5.3 - FATURAMENTO DURANTE A FEIRA

Aproximadamente, quanto o(a) sr(a) espera faturar com a venda dos artesanatos nesta feira?

Até 2.000,00	11%
De 2.001 a 4.000,00	13%
De 4.001 a 6.000	16%
De 6.001 a 8.000,00	6%
De 8.001,00 a 10.000,00	9%
De 10.001 a 20.000	17%
De 20.001 a 30.000	4%
Acima de 30.001	2%
Acima de 100.000	0%
NS/NR	21%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>332</b>
<b>MÉDIA - FATURAMENTO</b>	
	<b>11461,06</b>
<b>DESVIO PADRÃO</b>	25532,23
<b>LIMITE INFERIOR</b>	8364,08
<b>LIMITE SUPERIOR</b>	14558,04
<b>Casos Válidos</b>	n=264

**Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social**

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
<b>Até 2.000,00</b>	8%	13%	10%	13%	7%	15%	33%	19%	6%	13%	-	14%	11%	9%	11%
<b>De 2.001 a 4.000,00</b>	12%	14%	15%	10%	13%	16%	12%	12%	13%	14%	-	17%	10%	17%	13%
<b>De 4.001 a 6.000</b>	13%	17%	15%	16%	18%	15%	-	14%	17%	15%	-	11%	20%	12%	16%
<b>De 6.001 a 8.000,00</b>	4%	6%	6%	6%	2%	8%	28%	4%	6%	6%	-	4%	7%	5%	6%
<b>De 8.001,00 a 10.000,00</b>	5%	11%	11%	6%	11%	10%	-	3%	12%	8%	-	7%	11%	8%	9%
<b>De 10.001 a 20.000</b>	16%	18%	21%	22%	17%	11%	15%	26%	13%	19%	-	20%	16%	18%	17%
<b>De 20.001 a 30.000</b>	4%	4%	2%	4%	7%	3%	-	-	6%	4%	-	6%	4%	4%	4%
<b>Acima de 30.001</b>	5%	1%	-	1%	5%	1%	-	4%	1%	2%	-	3%	2%	2%	2%
<b>Acima de 100.000</b>	-	1%	-	2%	-	-	-	-	-	1%	-	2%	-	-	0%
<b>NS/NR</b>	32%	15%	20%	21%	20%	21%	12%	18%	25%	18%	100%	16%	21%	25%	21%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	108	224	54	85	106	81	6	47	130	154	1	85	182	65	332
<b>MÉDIA - FATURAMENTO</b>	11287,05	11528,64	8809,87	15949,37	12156,94	8086,73	6107,02	9754,56	9947,74	13148,38	-	17087,28	9371,95	9405,17	11461,06

## 5.4 - FORMAS DE RECEBIMENTO

Qual foi a principal forma que o(a) sr(a) utilizou para receber o pagamento de suas vendas?

Dinheiro	59%
Cartões de credito/debito	23%
Cheque pré-datado	11%
Cheque à vista	6%
Crediário/financiamento	0%
NR	1%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>332</b>

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade					Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	De 15 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	NR	Até a 8ª série do ens. fund.	Ensino médio	Superior	NR	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Dinheiro	57%	59%	49%	56%	59%	66%	85%	69%	62%	52%	100%	55%	56%	71%	59%
Cartões de credito/debito	21%	24%	31%	24%	18%	23%	15%	17%	22%	26%	-	21%	28%	13%	23%
Cheque pré-datado	10%	12%	12%	17%	13%	4%	-	9%	9%	15%	-	13%	12%	9%	11%
Cheque à vista	9%	4%	9%	3%	7%	6%	-	5%	6%	6%	-	9%	5%	6%	6%
Crediário/financiamento	-	0%	-	-	1%	-	-	-	-	1%	-	1%	-	-	0%
NR	3%	-	-	-	2%	1%	-	-	1%	1%	-	1%	1%	1%	1%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>108</b>	<b>224</b>	<b>54</b>	<b>85</b>	<b>106</b>	<b>81</b>	<b>6</b>	<b>47</b>	<b>130</b>	<b>154</b>	<b>1</b>	<b>85</b>	<b>182</b>	<b>65</b>	<b>332</b>

#### IV - CARACTERÍSTICAS DOS ENTREVISTADOS

##### Município de residência

MINAS GERAIS		Itanhandú	0%	Lagoa Santa	0%	Rio de Janeiro	1%
Belo Horizonte	37%	Ipatinga	0%	Formiga	0%	<b>ESPIRITO SANTO</b>	
Contagem	4%	Mariana	0%	Barroso	0%	Conceição da Barra	0%
Betim	3%	Santa Luzia	0%	Araçuaí	0%	<b>PARANÁ</b>	
Varginha	1%	Caeté	0%	São Gonçalo do Pará	0%	Curitiba	1%
Sete Lagoas	1%	Nova Lima (Macacos)	0%	Felixlândia	0%	São José dos Pinhais	1%
Muzambinho	1%	Monte Verde	0%	Cristina	0%	Apucarana	0%
Sabará	1%	São Domingos do Prata	0%	Santa Rita do Sapucaí	0%	Colombo	0%
Pedralva	1%	Inconfidentes	0%	Nova Serrana	0%	Londrina	0%
São João Del Rey	1%	Santos Dumont	0%	Ubá	0%	<b>SANTA CATARINA</b>	
Ouro Preto	1%	Santa Rita de Ouro Preto	0%	Água Boa	0%	Blumenau	0%
Carmo do Rio Claro	1%	Barra Longa	0%	Gurinhata	0%	Itajaí	0%
Juiz de Fora	1%	Jacutinga	0%	Açucena	0%	<b>RIO GRANDE DO SUL</b>	
Lagoa Dourada	1%	Congonhas	0%	Carmésia	0%	Viamão	0%
Tiradentes	1%	Conceição da Barra de Minas	0%	Raposos	0%	Erechim – RS	0%
Oliveiras	1%	Teófilo Otoni	0%	Couto de Magalhães de Minas	0%	<b>BAHIA</b>	
Campo Belo	1%	Virginópolis	0%	Santa Maria de Itabira	0%	Salvador	0%
Itatiaiuçu	1%	Almenara	0%	Igarapé	0%	Paulo Afonso	0%
Conceição do Mato Dentro	1%	Maria da Fé	0%	<b>SÃO PAULO</b>		<b>CEARÁ</b>	
São Lourenço	1%	Poços de Caldas	0%	São Paulo	1%	Fortaleza	1%
Araguari	1%	Santa Cruz de Minas	0%	Santo Antônio de Posse	1%	<b>ALAGOAS</b>	
Piedade das Gerais	1%	Governador Valadares	0%	Barueri	0%	Maceió	0%
Uberaba	1%	Matias Barbosa	0%	Ibitinga	0%	Marechal Teodoro	0%
Ouro Branco	1%	Muriae	0%	Praia Grande	0%	<b>PARAÍBA</b>	
Gouvêias	1%	Itaúna	0%	São Bernardo do Campo	0%	Campina Grande	0%
Diamantina	1%	Ibirité	0%	Piracicaba	0%	Pedra Branca	0%
Barbacena	0%	Patrocínio	0%	Ribeirão Preto	0%	Paraíba	0%
Resende Costa	0%	Divinópolis	0%	Araraquara	0%	Ingá	0%
Areão	0%	Ribeirão das Neves	0%	Americana	0%	<b>PERNAMBUCO</b>	
Pará de Minas	0%	Conselheiro Lafaiete	0%	<b>RIO DE JANEIRO</b>		Recife	1%

(Continua)

<b>Cont. PERNAMBUCO</b>		<b>PERU</b>	
Caruaru	0%	Cuzco	0%
<b>MARANHÃO</b>		Lima	0%
São José de Ribamar	0%		
Santa Rita	0%	<b>BOLÍVIA</b>	
<b>RIO GRANDE DO NORTE</b>		La Paz	0%
Caicó	1%		
<b>SERGIPE</b>		<b>PAQUISTÃO</b>	
Propriá	0%	Karnachi	0%
<b>PIAUI</b>			
Teresina	0%	<b>TURQUIA</b>	
<b>PARA</b>		Istambul	0%
Belém	1%		
<b>AMAZONAS</b>		<b>TOTAL</b>	100%
Manaus	1%	<b>BASE</b>	332
<b>AMAPÁ</b>			
Macapá	0%		
<b>RORAIMA</b>			
Boa Vista	0%		
<b>TOCANTINS</b>			
Palmas - TO	0%		
<b>DISTRITO FEDERAL</b>			
Brasília	1%		
<b>GOIAS</b>			
Goiânia	0%		
<b>MATO GROSSO DO SUL</b>			
Campo Grande	0%		
<b>MATO GROSSO</b>			
Colider	0%		

**Estado de residência**

<b>MG</b>	75%	<b>RN</b>	1%
<b>AC</b>	4%	<b>AP</b>	0%
<b>SP</b>	4%	<b>MA</b>	0%
<b>PR</b>	3%	<b>SE</b>	0%
<b>PB</b>	1%	<b>ES</b>	0%
<b>CE</b>	1%	<b>GO</b>	0%
<b>RJ</b>	1%	<b>MS</b>	0%
<b>PE</b>	1%	<b>MT</b>	0%
<b>BA</b>	1%	<b>PI</b>	0%
<b>AM</b>	1%	<b>TO</b>	0%
<b>PA</b>	1%	<b>RO</b>	0%
<b>RS</b>	1%	<b>O país não tem estado</b>	2%
<b>SC</b>	1%	<b>TOTAL</b>	100%
<b>AL</b>	1%	<b>BASE</b>	332
<b>DF</b>	1%		

**País de residência**

<b>Brasil</b>	98%
<b>Peru</b>	1%
<b>Paquistão</b>	0%
<b>Bolívia</b>	0%
<b>Turquia</b>	0%
<b>TOTAL</b>	100%
<b>BASE</b>	332

Bairro de residência em BH

<b>REGIÃO CENTRO-SUL</b>		Jardim América	1%
Serra	4%	Salgado Filho	1%
Funcionários	3%	Vista Alegre	1%
São Pedro	3%	Grajaú	1%
Anchieta	2%	Gutierrez	1%
Santo Antônio	1%	Nova Granada	1%
Mangabeiras	1%	Marajó	1%
Sion	1%	Nova Suíça	1%
Centro	1%	Gameleira	1%
Savassi	1%	<b>REGIÃO NOROESTE</b>	
Belvedere	1%	João Pinheiro	2%
Carmo	1%	Glória	2%
Lagoinha	1%	Carlos Prates	2%
Luxemburgo	1%	Alípio de Melo	2%
Cruzeiro	1%	Água Branca	1%
Santa Maria	1%	Padre Eustáquio	1%
<b>REGIÃO NORTE</b>		Caçara	1%
Floramari	2%	Aparecida	1%
Minaslândia	1%	Frei Eustáquio	1%
<b>REGIÃO NORDESTE</b>		<b>PAMPULHA</b>	
Cidade Nova	4%	Itapoã	3%
Belmont	1%	Santa Amélia	2%
Concórdia	1%	Serrano	2%
Califórnia	1%	Jardim Alvorada	2%
Cachoeirinha	1%	Bandeirantes	1%
<b>REGIÃO LESTE</b>		Santa Branca	1%
Sagrada Família	6%	Pampulha	1%
Santa Efigênia	4%	Braúnas	1%
São Lucas	2%	Alvorada	1%
Floresta	2%	Ouro Preto	1%
Santa Inês	1%	Jaraguá	1%
Pompéia	1%	Dona Clara	1%
Vera Cruz	1%	Santa Rosa	1%
Saudade	1%		
<b>REGIÃO OESTE</b>			
Buritis	1%		

BARREIRO	
Milionários	3%
Santa Cruz	2%
Barreiro	1%
Tirol	1%
Mangueiras	1%
VENDA NOVA	
Venda Nova	2%
Candelária	1%
Santa Mônica	1%
São João Batista	1%
Lagoa	1%
Recusa	2%
TOTAL	100%
BASE <sup>21</sup>	124

<sup>21</sup> Base: Entrevistados residentes em Belo Horizonte.

**Faixa etária**

De 15 a 30 anos	16%
De 31 a 40 anos	25%
De 41 a 50 anos	32%
Mais de 50 anos	24%
NR	2%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>332</b>

**Gênero**

Masculino	33%
Feminino	67%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>332</b>

**Escolaridade**

Analfabeto	0%
Até 4ª série do ensino fundamental	4%
De 5ª à 8ª série do ensino fundamental	10%
Ensino médio	39%
Superior incompleto	11%
Superior completo	30%
Pós-graduação	6%
NR	0%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>332</b>

**Classe social**

Classe A1	6%
Classe A2	20%
Classe B1	29%
Classe B2	26%
Classe C1	11%
Classe C2	4%
Classe D	2%
Recusa	3%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>332</b>

**TABELA AGREGADA**

Até a 8ª série do ensino fundamental	14%
Ensino médio	39%
Superior	46%
NR	0%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>332</b>

**TABELA AGREGADA**

Classe A	26%
Classe B	55%
Outras Classes	19%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>332</b>