

PP 179/07



Relatório de Pesquisa

- Centro CAPE -

Lojistas

Novembro/2007

SUMÁRIO

I - APRESENTAÇÃO	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
II - XVIII FEIRA NACIONAL DE ARTESANATO.....	8
1 - QUANTAS VEZES PARTICIPOU	8
2 - MEIOS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO.....	9
2.1 - PRINCIPAL MEIO DE INFORMAÇÃO.....	9
2.2 - TELEVISÃO.....	11
2.3 - RÁDIO	11
2.4 - JORNAL	12
2.5 - REVISTA	12
2.6 - SITE (INTERNET).....	13
2.7 - AVALIAÇÃO DA CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO	14
2.8 - SUGESTÕES PARA A COMUNICAÇÃO	15

3 - CIRCUNSTÂNCIAS DA PERMANÊNCIA EM BH	17
3.1 - MEIO DE TRANSPORTE ATÉ BELO HORIZONTE	17
3.2 - TEMPO DE PERMANÊNCIA NA CIDADE.....	18
3.3 - HOSPEDAGEM.....	19
3.4 - ATIVIDADES EM BH, SIMULTÂNEAS À FEIRA.....	20
4 - EXPECTATIVA E AVALIAÇÕES	22
4.1 - EXPECTATIVA.....	22
4.2 - PRINCIPAL MOTIVO PARA PARTICIPAR DA FEIRA.....	23
4.3 - AVALIAÇÃO GERAL	24
4.4 - AVALIAÇÃO DE ITENS ESPECÍFICOS	25
4.5 - GRAU DE SATISFAÇÃO	33
4.6 - AVALIAÇÃO VERSUS EXPECTATIVA.....	34
4.7 - MOTIVOS PARA A AVALIAÇÃO ABAIXO DA EXPECTATIVA	35
4.8 - O QUE MAIS GOSTOU NA FEIRA	36
4.9 - O QUE DEVE MELHORAR	38
4.10 - SERVIÇO A SER OFERECIDO.....	40
4.11 - INTENÇÃO DE RETORNO	42
5 - COMPRAS REALIZADAS.....	43
5.1 - PRODUTOS PROCURADOS.....	43
5.2 - SUCESSO NO ENCONTRO DE PRODUTOS	46
5.3 - PRODUTOS NÃO ENCONTRADOS.....	49
5.4 - PRODUTOS COMPRADOS	50
5.5 - VALOR INVESTIDO	53
5.6 - PRINCIPAL FORMA DE PAGAMENTO	55

III - CARACTERIZAÇÃO DOS LOJISTAS.....	56
1 - PORTE DAS EMPRESAS.....	56
2 - TIPO DE ATUAÇÃO NO MERCADO.....	56
3 - LOCAIS DE COMERCIALIZAÇÃO.....	57
3.1 - MUNICÍPIOS.....	57
3.2 - ESTADOS.....	59
3.3 - BAIRROS DE BELO HORIZONTE.....	60
4 - FATURAMENTO.....	61
5 - CARACTERÍSTICAS DOS ENTREVISTADOS.....	63



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 lojistas 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 266 entrevistas¹ com o público que frequentou 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 dias do evento.

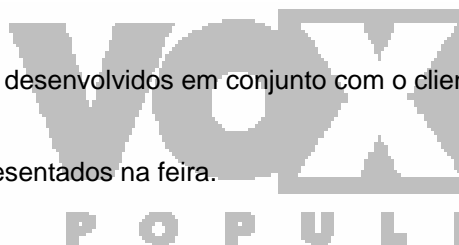
A margem de erro estimada, em um intervalo de confiança de 95%, é de 6,0%.

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.

¹ 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 - 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 vez	35%
2 vezes	21%
3 vezes	10%
4 vezes	8%
Cinco vezes ou mais	25%
NR	1%
TOTAL	100%
BASE	266
MÉDIA - PARTICIPAÇÃO	3,84
DESVIO PADRÃO	4,24
LIMITE INFERIOR	3,32
LIMITE SUPERIOR	4,35
Casos Válidos	n=264

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens. fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
1 vez	30%	37%	41%	44%	33%	27%	29%	33%	38%	35%	36%	34%	37%	35%
2 vezes	26%	19%	18%	16%	21%	27%	29%	20%	19%	21%	18%	25%	17%	21%
3 vezes	14%	9%	12%	9%	10%	11%	-	13%	12%	10%	12%	9%	9%	10%
4 vezes	10%	8%	18%	12%	5%	4%	-	7%	7%	9%	12%	5%	3%	8%
Cinco vezes ou mais	21%	26%	12%	18%	30%	32%	43%	27%	23%	25%	21%	26%	34%	25%
NR	-	1%	-	1%	1%	-	-	-	1%	1%	1%	1%	-	1%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266
MÉDIA - PARTICIPAÇÃO	3,67	3,90	3,03	2,92	4,70	4,23	5,43	3,93	3,76	3,79	3,68	3,74	4,69	3,84

2 - MEIOS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

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?

Internet	31%
Conversa com amigos/parentes	26%
TV	15%
Recebeu/Ganhou convite	6%
Outdoor	6%
Informativos (SEBRAE, associação de classe, etc)	5%
Jornal	3%
Mala direta/cartas	3%
Fornecedor	2%
Rádio	2%
Revista	1%
Mãos de Minas	1%
TOTAL	100%
BASE	266

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Internet	34%	30%	26%	42%	28%	27%	14%	13%	23%	37%	40%	25%	23%	31%
Conversa com amigos/parentes	29%	24%	32%	18%	29%	27%	29%	47%	28%	23%	19%	28%	40%	26%
TV	18%	14%	18%	12%	14%	19%	29%	20%	23%	11%	12%	18%	14%	15%
Recebeu/Ganhou convite	5%	7%	-	9%	8%	5%	-	13%	7%	6%	9%	5%	-	6%
Outdoor	3%	8%	18%	3%	5%	7%	29%	-	4%	7%	5%	6%	11%	6%
Informativos (SEBRAE, etc)	1%	6%	3%	4%	6%	5%	-	7%	7%	4%	6%	4%	6%	5%
Jornal	1%	3%	-	1%	3%	5%	-	-	-	4%	2%	4%	3%	3%
Mala direta/cartas	1%	3%	3%	3%	4%	1%	-	-	-	4%	2%	4%	-	3%
Fornecedor	3%	2%	-	3%	3%	3%	-	-	3%	2%	2%	3%	-	2%
Rádio	3%	1%	-	1%	3%	1%	-	-	4%	1%	2%	1%	3%	2%
Revista	-	1%	-	3%	-	-	-	-	-	1%	1%	1%	-	1%
Mãos de Minas	1%	1%	-	3%	-	-	-	-	-	1%	-	2%	-	1%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

2.2 - TELEVISÃO

Em qual emissora?

Globo	85%
Rede Record	5%
SBT/TV Alterosa	3%
Rede Minas	3%
Band	3%
NS	3%
TOTAL	100%
BASE ²	40



2.3 - RÁDIO

Em qual emissora?

CBN (106.1 FM)	50%
Itatiaia (95.7 FM/ 610 AM)	25%
NS	25%
TOTAL	100%
BASE ³	4

² Base: Entrevistados que citaram TV como principal meio de informação sobre a Feira.

³ Base: Entrevistados que citaram Rádio como principal meio de informação sobre a Feira.

2.4 - JORNAL

Em qual jornal?

Estado de Minas	71%
O Globo	14%
NS	14%
TOTAL	100%
BASE ⁴	7



2.5 - REVISTA

Em qual revista?

NS	100%
TOTAL	100%
BASE ⁵	2

⁴ Base: Entrevistados que citaram Jornal como principal meio de informação sobre a Feira.

⁵ Base: Entrevistados que citaram Revista como principal meio de informação sobre a Feira.

2.6 - SITE (INTERNET)

Em qual site?

Feira Nacional de Artesanato	41%
Mãos de Minas	20%
Google	17%
E-mail	10%
Centro CAPE	2%
Expominas	1%
NS/NR	8%
TOTAL	100%
BASE⁶	83

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Feira Nacional de Artesanato	40%	41%	56%	31%	36%	55%	-	50%	50%	39%	42%	44%	25%	41%
Mãos de Minas	16%	22%	22%	25%	23%	10%	100%	-	6%	23%	17%	22%	38%	20%
Google	28%	12%	22%	22%	18%	5%	-	-	25%	16%	21%	15%	-	17%
E-mail	4%	12%	-	13%	-	20%	-	-	6%	11%	8%	7%	25%	10%
Centro CAPE	-	3%	-	3%	5%	-	-	-	6%	2%	-	7%	-	2%
Expominas	-	2%	-	-	5%	-	-	-	-	2%	2%	-	-	1%
NS/NR	12%	7%	-	6%	14%	10%	-	50%	6%	8%	10%	4%	13%	8%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	25	58	9	32	22	20	1	2	16	64	48	27	8	83

⁶ 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	20%
Boa	53%
Regular positiva	12%
Regular negativa	3%
Ruim	5%
Péssima	2%
NS	5%
TOTAL	100%
BASE	266

TABELA AGREGADA

Positiva	73%
Regular	15%
Negativa	7%
NS	5%
TOTAL	100%
BASE	266

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Positiva	73%	74%	74%	74%	78%	68%	43%	87%	74%	73%	69%	78%	74%	73%
Regular	14%	16%	21%	17%	11%	15%	29%	7%	14%	15%	18%	14%	9%	15%
Negativa	7%	7%	6%	6%	3%	12%	14%	7%	7%	6%	8%	5%	6%	7%
NS	7%	4%	-	3%	9%	5%	14%	-	4%	5%	5%	3%	11%	5%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

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	15%
Aumentar divulgação por Mala Direta/Folders	5%
Maior divulgação por Outdoor/Busdoor	3%
Distribuição gratuita de ingressos	3%
Expandir a divulgação a todos meios de comunicação	3%
Divulgação em outros estados	3%
Aumentar o prazo de divulgação	3%
Divulgação mais clara/detalhada	3%
Aumentar a divulgação através de rádio	2%
Divulgação pela Internet	2%
Aumentar a divulgação através de jornais/revistas	2%
Aumentar parcerias com SEBRAE/Empresas	1%
Divulgação nas escolas	1%
Outros com menos de 0,5% de citação	0%
Nenhuma	59%
NR	2%
BASE ⁷	266

⁷ 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.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Aumentar divulgação pela televisão	15%	15%	12%	14%	15%	16%	29%	27%	13%	14%	13%	16%	14%	15%
Aumentar divulgação por Mala Direta/Folders	4%	5%	9%	6%	3%	3%	-	-	7%	4%	7%	3%	3%	5%
Maior divulgação por Outdoor/Busdoor	1%	4%	9%	3%	3%	3%	29%	-	1%	3%	3%	1%	11%	3%
Distribuição gratuita de ingressos	-	4%	6%	3%	3%	3%	-	-	6%	2%	3%	4%	-	3%
Expandir a divulgação a todos meios de comunicação	4%	2%	3%	1%	4%	3%	14%	-	1%	3%	3%	2%	3%	3%
Divulgação em outros estados	3%	3%	-	3%	5%	1%	-	-	6%	2%	2%	4%	-	3%
Aumentar o prazo de divulgação	3%	3%	9%	1%	-	4%	-	-	3%	3%	2%	4%	3%	3%
Divulgação mais clara/detalhada	1%	3%	-	5%	1%	3%	-	-	3%	3%	2%	5%	-	3%
Aumentar a divulgação através de rádio	1%	3%	-	1%	1%	5%	14%	7%	1%	2%	2%	2%	3%	2%
Divulgação pela Internet	-	3%	3%	3%	3%	-	-	-	-	3%	2%	2%	3%	2%
Aumentar a divulgação através de jornais/revistas	1%	2%	-	1%	3%	3%	-	-	1%	2%	2%	2%	-	2%
Aumentar parcerias com SEBRAE/Empresas	3%	1%	-	-	3%	1%	-	-	3%	1%	2%	1%	-	1%
Divulgação nas escolas	1%	1%	-	-	1%	1%	-	-	-	1%	1%	1%	-	1%
Outros com menos de 0,5% de citação	-	1%	-	-	-	1%	-	-	1%	-	1%	-	-	0%
Nenhuma	63%	58%	56%	61%	60%	59%	43%	67%	59%	59%	61%	58%	57%	59%
NR	1%	3%	-	1%	4%	3%	-	-	1%	3%	1%	3%	6%	2%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

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	55%
Avião	23%
Ônibus/Van	21%
NR	1%
TOTAL	100%
BASE ⁸	174

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Carro	67%	50%	60%	53%	59%	53%	-	55%	59%	55%	63%	52%	32%	55%
Avião	22%	24%	20%	37%	20%	12%	-	9%	18%	26%	20%	29%	16%	23%
Ônibus/Van	10%	25%	20%	11%	20%	31%	100%	36%	23%	17%	16%	17%	53%	21%
NR	2%	1%	-	-	-	3%	-	-	-	2%	1%	1%	-	1%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	51	123	10	57	49	58	3	11	39	121	86	69	19	174

⁸ 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	30%
Dois dias	22%
Três dias	9%
Quatro dias	9%
De cinco a sete dias	17%
Oito dias ou mais	5%
NR	9%
TOTAL	100%
BASE⁹	174
MÉDIA - PERMANÊNCIA	
DESVIO PADRÃO	2,72
LIMITE INFERIOR	2,70
LIMITE SUPERIOR	3,55
Casos Válidos	n=159

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Um dia	22%	34%	10%	33%	29%	33%	67%	55%	21%	31%	33%	26%	37%	30%
Dois dias	20%	23%	30%	18%	16%	29%	-	18%	21%	23%	23%	23%	11%	22%
Três dias	10%	8%	-	12%	12%	3%	33%	-	8%	9%	8%	9%	11%	9%
Quatro dias	12%	7%	20%	5%	14%	5%	-	27%	8%	7%	7%	10%	11%	9%
De cinco a sete dias	24%	15%	10%	19%	18%	16%	-	-	21%	18%	17%	19%	11%	17%
Oito dias ou mais	4%	5%	20%	2%	4%	5%	-	-	8%	4%	3%	6%	5%	5%
NR	10%	8%	10%	11%	6%	9%	-	-	15%	7%	8%	7%	16%	9%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	51	123	10	57	49	58	3	11	39	121	86	69	19	174
MÉDIA - PERMANÊNCIA	3,59	2,94	4,33	2,86	3,50	2,85	1,67	2,00	3,73	3,10	2,87	3,55	2,69	3,13

⁹ 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	47%
Casa de parente/amigo	16%
Casa própria	2%
Não está hospedado	33%
NR	2%
TOTAL	100%
BASE ¹⁰	174

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Hotel	57%	43%	60%	51%	49%	40%	-	45%	33%	53%	51%	49%	21%	47%
Casa de parente/amigo	20%	15%	20%	12%	12%	22%	33%	-	26%	14%	13%	16%	32%	16%
Casa própria	2%	2%	-	2%	4%	-	-	-	3%	2%	2%	1%	-	2%
Não está hospedado	20%	38%	20%	35%	31%	34%	67%	55%	38%	28%	30%	32%	47%	33%
NR	2%	2%	-	-	4%	3%	-	-	-	3%	3%	1%	-	2%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	51	123	10	57	49	58	3	11	39	121	86	69	19	174

¹⁰ 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?

Restaurantes/bares	9%
Feiras	6%
Museus	5%
Mercado Central	5%
Lagoa da Pampulha	4%
Praças/Parques	4%
Cidades históricas	4%
Estádios de Futebol	3%
Casas de Shows/Disotecas	2%
Shopping	2%
Teatros	1%
Não realizou passeios	61%
Outros	1%
NS/NR	6%
BASE ¹¹	174

¹¹ 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.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Restaurantes/bares	20%	5%	10%	9%	14%	5%	-	-	8%	11%	12%	7%	5%	9%
Feiras	8%	5%	-	5%	6%	7%	-	-	8%	6%	6%	6%	5%	6%
Museus	2%	7%	20%	4%	8%	2%	-	-	5%	6%	7%	4%	-	5%
Mercado Central	6%	4%	-	5%	2%	7%	-	18%	3%	4%	3%	6%	5%	5%
Lagoa da Pampulha	-	6%	10%	5%	2%	3%	-	-	5%	4%	3%	6%	-	4%
Praças/Parques	4%	4%	20%	-	4%	5%	-	18%	5%	2%	1%	6%	11%	4%
Cidades históricas	6%	3%	-	11%	2%	-	-	-	5%	4%	5%	4%	-	4%
Estádios de Futebol	-	4%	10%	-	2%	5%	-	9%	3%	2%	3%	3%	-	3%
Casas de Shows/Disotecas	4%	2%	10%	2%	2%	2%	-	-	-	3%	3%	1%	-	2%
Shopping	2%	2%	-	-	-	5%	-	-	-	2%	2%	1%	-	2%
Teatros	2%	1%	-	2%	-	2%	-	-	-	2%	1%	1%	-	1%
Não realizou passeios	53%	65%	50%	61%	61%	64%	100%	64%	59%	61%	62%	59%	68%	61%
Outros	4%	-	-	-	2%	2%	-	-	5%	-	-	3%	-	1%
NS/NR	4%	7%	-	4%	8%	7%	-	-	5%	7%	7%	4%	5%	6%
BASE ¹²	51	123	10	57	49	58	3	11	39	121	86	69	19	174

¹² 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 XVIII Feira de Artesanato o(a) sr(a) diria que tinha uma expectativa:

Muito alta	27%
Alta	52%
Regular	20%
Baixa	0%
Muito baixa	-
TOTAL	100%
BASE	266

TABELA AGREGADA

Alta	79%
Regular	20%
Baixa	0%
TOTAL	100%
BASE	266

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Alta	73%	82%	85%	69%	80%	87%	86%	80%	74%	81%	77%	80%	86%	79%
Regular	27%	18%	15%	30%	20%	13%	14%	20%	25%	19%	22%	20%	14%	20%
Baixa	-	1%	-	1%	-	-	-	-	1%	-	1%	-	-	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

4.2 - PRINCIPAL MOTIVO PARA PARTICIPAR DA FEIRA

O(A) sr(a) veio a esta Feira, principalmente, por qual motivo?

Realizar compras	38%
Variedade de produtos	31%
Visitação (sem especificar)	17%
Divulgar os trabalhos	10%
Fechar bons negócios/Preços	2%
NS/NR	2%
TOTAL	100%
BASE	266

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Realizar compras	40%	37%	29%	43%	34%	41%	43%	47%	33%	39%	43%	34%	34%	38%
Variedade de produtos	32%	31%	32%	30%	38%	25%	43%	33%	29%	31%	31%	29%	37%	31%
Visitação (sem especificar)	10%	20%	29%	9%	13%	24%	14%	-	25%	15%	9%	23%	26%	17%
Divulgar os trabalhos	12%	9%	3%	16%	14%	4%	-	20%	12%	9%	13%	10%	-	10%
Fechar bons negócios/Preços	4%	1%	6%	1%	1%	1%	-	-	-	3%	2%	2%	-	2%
NS/NR	3%	2%	-	1%	1%	4%	-	-	1%	2%	1%	3%	3%	2%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

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?

Ótimo(a)	34%
Bom(a)	49%
Regular positivo(a)	12%
Regular negativo(a)	3%
Ruim	1%
Péssimo(a)	1%
TOTAL	100%
BASE	266

TABELA AGREGADA

Positiva	83%
Regular	15%
Negativa	2%
TOTAL	100%
BASE	266

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Positiva	71%	88%	100%	79%	79%	85%	71%	87%	78%	86%	81%	85%	86%	83%
Regular	25%	11%	-	18%	20%	13%	29%	7%	19%	14%	17%	13%	14%	15%
Negativa	4%	1%	-	3%	1%	1%	-	7%	3%	1%	2%	2%	-	2%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

Cruzamento por expectativa

	Qual a expectativa com relação à XVIII feira de artesanato			Total
	Alta	Regular	Baixa	
Positiva	88%	67%	-	83%
Regular	11%	31%	-	15%
Negativa	1%	2%	100%	2%
TOTAL	100%	100%	100%	100%
BASE	211	54	1	266

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	Bom	Regular positivo	Regular negativo	Ruim	Péssimo	NS/NR	BASE	TOTAL
A organização da feira de uma forma geral	45%	41%	8%	4%	2%	1%	-	266	100%
O deslocamento para a feira	34%	53%	7%	2%	3%	1%	-	266	100%
A estrutura da feira	48%	45%	5%	1%	2%	-	-	266	100%
O local do evento (Expominas)	61%	38%	1%	-	-	-	-	266	100%
No estacionamento oferecido na feira	33%	46%	8%	0%	1%	1%	11%	266	100%
Na recepção da feira	33%	45%	8%	3%	7%	3%	0%	266	100%
Nas informações fornecidas por funcionários da feira	32%	45%	10%	2%	5%	1%	6%	266	100%
Na alimentação/prça de alimentação da feira	18%	37%	11%	8%	8%	6%	14%	266	100%
Na sinalização/placas indicativas presentes na feira	35%	52%	6%	2%	4%	2%	0%	266	100%
Na climatização (temperatura dos pavilhões da feira)	44%	48%	6%	1%	1%	0%	-	266	100%
Nos banheiros/instalações sanitárias da feira	27%	45%	6%	2%	3%	2%	14%	266	100%
O atendimento que recebeu dos expositores	54%	41%	3%	1%	0%	-	-	266	100%
A variedade de produtos oferecidos	49%	38%	8%	4%	0%	-	-	266	100%
A qualidade dos produtos	50%	42%	8%	0%	-	-	1%	266	100%
As condições de pagamento	22%	45%	19%	5%	4%	3%	3%	266	100%
As novidades/lançamentos de produtos	36%	36%	15%	6%	3%	1%	2%	266	100%
O preço dos produtos	13%	33%	32%	8%	10%	4%	-	266	100%

TABELA AGREGADA

	Positiva	Regular	Negativa	NS/NR	BASE	TOTAL
A organização da feira de uma forma geral	86%	12%	3%	-	266	100%
O deslocamento para a feira	88%	9%	4%	-	266	100%
A estrutura da feira	92%	6%	2%	-	266	100%
O local do evento (Expominas)	99%	1%	-	-	266	100%
No estacionamento oferecido na feira	79%	8%	2%	11%	266	100%
Na recepção da feira	79%	10%	11%	0%	266	100%
Nas informações fornecidas por funcionários da feira	76%	12%	6%	6%	266	100%
Na alimentação/praca de alimentação da feira	55%	18%	13%	14%	266	100%
Na sinalização/placas indicativas presentes na feira	86%	8%	5%	0%	266	100%
Na climatização (temperatura dos pavilhões da feira)	92%	6%	1%	-	266	100%
Nos banheiros/instalações sanitárias da feira	73%	8%	5%	14%	266	100%
O atendimento que recebeu dos expositores	95%	4%	0%	-	266	100%
A variedade de produtos oferecidos	87%	12%	0%	-	266	100%
A qualidade dos produtos	91%	8%	-	1%	266	100%
As condições de pagamento	67%	24%	7%	3%	266	100%
As novidades/lançamentos de produtos	73%	22%	4%	2%	266	100%
O preço dos produtos	46%	40%	14%	-	266	100%

CRUZAMENTO POR GÊNERO, FAIXA ETÁRIA, ESCOLARIDADE E CLASSE SOCIAL

ORGANIZAÇÃO DA FEIRA

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Positiva	86%	85%	97%	88%	81%	83%	86%	87%	93%	83%	83%	90%	83%	86%
Regular	8%	13%	3%	12%	15%	12%	14%	7%	4%	15%	14%	8%	14%	12%
Negativa	5%	2%	-	-	4%	5%	-	7%	3%	2%	3%	2%	3%	3%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

DESLOCAMENTO PARA A FEIRA

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Positiva	86%	88%	74%	90%	90%	89%	71%	93%	86%	89%	87%	91%	80%	88%
Regular	10%	8%	24%	9%	6%	4%	29%	7%	9%	8%	7%	7%	17%	9%
Negativa	4%	4%	3%	1%	4%	7%	-	-	6%	3%	6%	2%	3%	4%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

A ESTRUTURA DA FEIRA

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Positiva	93%	92%	97%	88%	95%	92%	100%	93%	96%	91%	91%	93%	97%	92%
Regular	7%	5%	3%	10%	4%	4%	-	-	1%	8%	7%	6%	-	6%
Negativa	-	3%	-	1%	1%	4%	-	7%	3%	1%	2%	1%	3%	2%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

CRUZAMENTO POR GÊNERO, FAIXA ETÁRIA, ESCOLARIDADE E CLASSE SOCIAL

LOCAL EXPOMINAS

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Positiva	99%	99%	100%	97%	100%	99%	100%	100%	100%	98%	100%	98%	97%	99%
Regular	1%	1%	-	3%	-	1%	-	-	-	2%	-	2%	3%	1%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

ESTACIONAMENTO OFERECIDO NA FEIRA

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Positiva	81%	79%	85%	77%	80%	79%	43%	67%	86%	79%	88%	73%	71%	79%
Regular	8%	8%	9%	8%	8%	8%	-	20%	6%	8%	5%	10%	11%	8%
Negativa	1%	2%	3%	3%	3%	-	-	-	1%	2%	1%	4%	-	2%
NS/NR	10%	11%	3%	13%	10%	13%	57%	13%	7%	10%	7%	14%	17%	11%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

RECEPÇÃO DA FEIRA

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Positiva	75%	80%	91%	75%	75%	81%	86%	93%	91%	73%	72%	83%	91%	79%
Regular	14%	9%	9%	13%	10%	8%	14%	-	4%	13%	13%	9%	3%	10%
Negativa	11%	10%	-	12%	14%	11%	-	7%	4%	14%	14%	8%	6%	11%
NS/NR	-	1%	-	-	1%	-	-	-	-	1%	1%	-	-	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

CRUZAMENTO POR GÊNERO, FAIXA ETÁRIA, ESCOLARIDADE E CLASSE SOCIAL

INFORMAÇÕES FORNECIDAS POR FUNCIONÁRIOS DA FEIRA

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Positiva	74%	77%	85%	71%	80%	73%	86%	73%	80%	75%	77%	76%	74%	76%
Regular	12%	11%	12%	14%	9%	12%	-	13%	7%	14%	10%	14%	11%	12%
Negativa	7%	5%	-	3%	8%	9%	-	13%	4%	6%	7%	5%	-	6%
NS/NR	7%	6%	3%	12%	4%	5%	14%	-	9%	6%	6%	5%	14%	6%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

ALIMENTAÇÃO/PRAÇA DE ALIMENTAÇÃO DA FEIRA

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Positiva	56%	54%	53%	48%	65%	52%	86%	73%	58%	51%	50%	60%	57%	55%
Regular	19%	18%	24%	22%	11%	19%	14%	13%	12%	21%	17%	22%	9%	18%
Negativa	16%	12%	9%	16%	15%	11%	-	7%	7%	17%	16%	10%	14%	13%
NS/NR	8%	16%	15%	14%	9%	19%	-	7%	23%	11%	17%	8%	20%	14%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

SINALIZAÇÃO/PLACAS INDICATIVAS PRESENTES NA FEIRA

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Positiva	82%	88%	94%	87%	86%	83%	100%	73%	87%	87%	81%	90%	94%	86%
Regular	12%	6%	3%	10%	5%	11%	-	20%	7%	7%	11%	6%	3%	8%
Negativa	5%	5%	3%	3%	9%	5%	-	7%	4%	6%	7%	4%	3%	5%
NS/NR	-	1%	-	-	-	1%	-	-	1%	-	1%	-	-	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

CRUZAMENTO POR GÊNERO, FAIXA ETÁRIA, ESCOLARIDADE E CLASSE SOCIAL

CLIMATIZAÇÃO (TEMPERATURA DOS PAVILHÕES DA FEIRA)

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Calsses	
Positiva	90%	93%	91%	92%	96%	89%	71%	100%	96%	91%	91%	94%	94%	92%
Regular	7%	6%	6%	8%	4%	8%	29%	-	4%	7%	7%	6%	6%	6%
Negativa	3%	1%	3%	-	-	3%	-	-	-	2%	2%	-	-	1%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

BANHEIROS/INSTALAÇÕES SANITÁRIAS DA FEIRA

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Positiva	82%	69%	68%	70%	74%	76%	57%	80%	68%	74%	69%	80%	63%	73%
Regular	7%	9%	18%	8%	8%	5%	14%	7%	10%	7%	5%	10%	14%	8%
Negativa	-	7%	-	5%	6%	7%	14%	7%	7%	4%	6%	4%	9%	5%
NS/NR	11%	15%	15%	17%	13%	12%	14%	7%	14%	14%	21%	6%	14%	14%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

ATENDIMENTO QUE RECEBEU DOS EXPOSITORES

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Positiva	93%	96%	100%	94%	98%	93%	86%	87%	97%	96%	96%	96%	91%	95%
Regular	7%	3%	-	6%	1%	7%	14%	13%	1%	4%	4%	4%	6%	4%
Negativa	-	1%	-	-	1%	-	-	-	1%	-	-	-	3%	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

CRUZAMENTO POR GÊNERO, FAIXA ETÁRIA, ESCOLARIDADE E CLASSE SOCIAL

VARIEDADE DE PRODUTOS OFERECIDOS

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Positiva	88%	87%	97%	84%	88%	85%	71%	87%	90%	87%	88%	87%	86%	87%
Regular	12%	12%	3%	16%	11%	15%	29%	13%	10%	13%	12%	13%	14%	12%
Negativa	-	1%	-	-	1%	-	-	-	-	1%	1%	-	-	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

QUALIDADE DOS PRODUTOS

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Positiva	89%	92%	97%	94%	86%	92%	71%	100%	88%	93%	91%	91%	94%	91%
Regular	8%	8%	3%	6%	11%	8%	29%	-	10%	7%	9%	7%	6%	8%
NS/NR	3%	-	-	-	3%	-	-	-	1%	1%	-	2%	-	1%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Positiva	70%	65%	74%	60%	71%	65%	57%	67%	65%	67%	66%	70%	57%	67%
Regular	18%	26%	21%	29%	21%	24%	29%	20%	22%	25%	24%	21%	34%	24%
Negativa	8%	6%	3%	8%	6%	8%	14%	13%	9%	5%	8%	5%	6%	7%
NS/NR	4%	2%	3%	4%	1%	3%	-	-	4%	2%	2%	4%	3%	3%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

CRUZAMENTO POR GÊNERO, FAIXA ETÁRIA, ESCOLARIDADE E CLASSE SOCIAL

NOVIDADES/LANÇAMENTOS DE PRODUTOS

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Positiva	75%	72%	82%	70%	71%	72%	71%	80%	74%	71%	69%	75%	77%	73%
Regular	16%	24%	15%	26%	23%	20%	29%	20%	17%	23%	26%	20%	14%	22%
Negativa	5%	3%	3%	3%	4%	5%	-	-	6%	3%	5%	1%	9%	4%
NS/NR	3%	2%	-	1%	3%	3%	-	-	3%	2%	1%	4%	-	2%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

PREÇO DOS PRODUTOS

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Positiva	51%	45%	50%	42%	53%	43%	29%	27%	46%	49%	48%	49%	31%	46%
Regular	34%	42%	47%	42%	35%	41%	57%	53%	35%	41%	36%	41%	51%	40%
Negativa	15%	13%	3%	17%	13%	16%	14%	20%	19%	11%	16%	10%	17%	14%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

4.5 - GRAU DE SATISFAÇÃO

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

Totalmente satisfeito	18%
Satisfeito	68%
Nem satisfeito nem insatisfeito	12%
Insatisfeito	2%
Muito insatisfeito	0%
TOTAL	100%
BASE	266

TABELA AGREGADA

Satisfeito	86%
Neutro	12%
Insatisfeito	2%
TOTAL	100%
BASE	266

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Satisfeito	86%	87%	94%	82%	85%	89%	100%	87%	88%	85%	84%	86%	94%	86%
Neutro	10%	12%	6%	16%	13%	9%	-	7%	10%	13%	15%	11%	3%	12%
Insatisfeito	4%	1%	-	3%	3%	1%	-	7%	1%	2%	1%	3%	3%	2%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

Cruzamento por expectativa

	Qual a expectativa com relação à XVIII feira de artesanato			Total
	Alta	Regular	Baixa	
Satisfeito	88%	81%	100%	86%
Neutro	10%	17%	-	12%
Insatisfeito	2%	2%	-	2%
TOTAL	100%	100%	100%	100%
BASE	211	54	1	266

4.6 - AVALIAÇÃO VERSUS EXPECTATIVA

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	64%
Abaixo de suas expectativas	13%
NS/NR	0%
TOTAL	100%
BASE	266

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Acima de suas expectativas	26%	21%	15%	14%	26%	31%	43%	27%	19%	23%	26%	18%	23%	23%
Dentro de suas expectativas	60%	65%	85%	66%	59%	57%	57%	73%	62%	64%	56%	70%	71%	64%
Abaixo de suas expectativas	14%	13%	-	19%	15%	11%	-	-	17%	13%	17%	12%	6%	13%
NS/NR	-	1%	-	-	-	1%	-	-	1%	-	1%	-	-	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

Cruzamento por grau de satisfação

	Atendimento das expectativas em relação à feira				Total
	Acima de suas expectativas	Dentro de suas expectativas	Abaixo de suas expectativas	NS/NR	
Satisfeito	98%	91%	46%	100%	86%
Neutro	2%	8%	46%	-	12%
Insatisfeito	-	1%	9%	-	2%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	60	170	35	1	266

4.7 - MOTIVOS PARA A AVALIAÇÃO ABAIXO DA EXPECTATIVA

Por que a Feira ficou abaixo de suas expectativas?

Faltam novidades/variedades de produtos	29%
Excesso de produtos não artesanais/importados	17%
Alto custo dos produtos	14%
Escassez de produtos	6%
Falta de logística na feira	6%
Profissionais desqualificados	6%
Horário de funcionamento da feira	3%
Não encontrou o produto desejado	11%
NS/NR	9%
TOTAL	100%
BASE¹³	35

¹³ 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?

Diversidade/variedade de produtos	59%
Organização/Infra-estrutura	17%
Espaço físico da feira	7%
Layout dos stand's	6%
Organização do evento	3%
Tranquilidade do ambiente	2%
Qualidade dos produtos	5%
Integração cultural	4%
Educação dos expositores	2%
Praça de alimentação	1%
Tudo	2%
Nada	1%
Outros com menos de 0,5% de citação	1%
NS/NR	10%
TOTAL	100%
BASE	266

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens. fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Diversidade/variedade de produtos	53%	61%	62%	65%	54%	56%	29%	53%	49%	64%	58%	65%	43%	59%
Organização/Infra-estrutura	19%	17%	26%	19%	13%	16%	14%	7%	19%	18%	16%	15%	29%	17%
Espaço físico da feira	7%	7%	15%	9%	5%	3%	14%	-	6%	7%	5%	8%	9%	7%
Layout dos stand's	5%	6%	6%	8%	4%	5%	-	-	7%	6%	5%	4%	14%	6%
Organização do evento	4%	3%	3%	3%	1%	5%	-	7%	3%	3%	5%	1%	3%	3%
Tranqüilidade do ambiente	3%	2%	3%	-	3%	3%	-	-	3%	2%	1%	3%	3%	2%
Qualidade dos produtos	5%	4%	-	1%	9%	5%	-	-	6%	5%	6%	4%	3%	5%
Integração cultural	3%	4%	-	3%	4%	7%	14%	20%	1%	3%	3%	3%	9%	4%
Educação dos expositores	3%	1%	3%	-	1%	3%	14%	-	3%	1%	1%	-	9%	2%
Praça de alimentação	1%	1%	6%	-	-	-	-	-	1%	1%	-	2%	-	1%
Tudo	1%	2%	-	1%	3%	3%	14%	7%	3%	1%	1%	4%	-	2%
Nada	-	1%	-	1%	1%	-	-	-	1%	1%	1%	1%	-	1%
Outros com menos de 0,5%	1%	1%	-	3%	1%	-	-	7%	-	1%	2%	-	-	1%
NS/NR	12%	9%	3%	6%	15%	11%	14%	7%	16%	7%	12%	7%	9%	10%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

4.9 - O QUE DEVE MELHORAR

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

Organização/Infra-estrutura	30%
Informações deficientes/funcionários despreparados	9%
Horários curtos/reduzidos	4%
Melhorar qualidade dos banheiros	3%
Melhorar sinalização	3%
Estacionamento (Preço/falta infra estrutura)	3%
Oferecer Banco 24 horas	2%
Layout dos stands	2%
Faltam assentos para visitantes	1%
Ar condicionado muito frio/anti-ecológico	1%
Faltam carrinhos para carregar mercadorias	1%
Outras c/ menos de 0,5% de citação	2%
Praça de alimentação (Qualidade, variedade, preço, etc)	10%
Preço/ condições de pagamento dos produtos	10%
Pouca variedade de produtos	6%
Stands estrangeiros	1%
Outros com menos de 0,5% de citação	1%
Nada	14%
NS/NR	28%
TOTAL	100%
BASE	266

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Organização/Infra-estrutura	36%	28%	35%	30%	26%	32%	29%	47%	23%	31%	30%	33%	23%	30%
Inf. deficientes/funcionários despreparados	11%	8%	12%	13%	6%	5%	-	7%	4%	11%	10%	7%	9%	9%
Horários curtos/reduzidos	10%	2%	-	5%	3%	7%	-	7%	7%	3%	5%	5%	-	4%
Melhorar qualidade dos banheiros	3%	4%	3%	1%	6%	3%	-	-	1%	5%	3%	4%	3%	3%
Estacionamento (Preço/falta infra estrutura)	3%	4%	3%	1%	8%	1%	-	7%	1%	4%	4%	4%	-	3%
Melhorar sinalização	1%	3%	9%	3%	-	3%	-	7%	1%	3%	2%	5%	-	3%
Oferecer Banco 24 horas	4%	1%	-	4%	1%	1%	-	7%	1%	2%	1%	4%	-	2%
Layout dos stands	1%	2%	3%	-	1%	3%	-	-	4%	1%	2%	1%	-	2%
Faltam assentos para visitantes	-	2%	-	1%	-	3%	14%	7%	-	1%	1%	-	6%	1%
Ar condicionado muito frio/anti-ecológico	-	1%	3%	-	-	1%	-	7%	-	1%	1%	-	3%	1%
Faltam carrinhos para carregar mercadorias	1%	1%	-	-	1%	1%	-	-	-	1%	-	2%	-	1%
Outras c/ menos de 0,5% de citação	1%	2%	3%	1%	-	4%	14%	-	1%	2%	1%	3%	3%	2%
Praça de alimentação	11%	10%	15%	9%	10%	9%	14%	-	6%	13%	10%	10%	11%	10%
Preço/ condições de pagamento dos produtos	12%	9%	3%	10%	16%	5%	14%	13%	12%	9%	15%	5%	9%	10%
Pouca variedade de produtos	3%	8%	3%	9%	5%	7%	-	-	9%	6%	8%	5%	3%	6%
Stands estrangeiros	-	2%	-	1%	1%	1%	-	-	-	2%	2%	-	-	1%
Outros com menos de 0,5% de citação	1%	1%	-	1%	1%	1%	-	-	-	2%	2%	-	-	1%
Nada	15%	13%	15%	9%	14%	17%	29%	27%	17%	10%	11%	14%	23%	14%
NS/NR	22%	30%	29%	30%	26%	27%	14%	13%	33%	27%	21%	34%	31%	28%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

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	21%
Restaurante com mais variedade	7%
Carregadores/carrinhos de mercadorias	6%
Melhoria na sinalização (stand's, produtos)	4%
Traslados para a feira (aeroporto, rodoviária e hotéis)	3%
Investir em seminários/cursos para expositores	3%
Transportadora	2%
Estacionamento mais acessível/fácil acesso	2%
Pagamentos realizados com cartões	2%
Internet	2%
Mais assentos p/visitantes	1%
Guarda volume/depósito	1%
Tradutor/intérprete	1%
Atendentes p/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%
Outros com menos de 0,5% de citação	2%
Nenhum serviço	30%
NS/NR	12%
TOTAL	100%
BASE	266

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Banco 24 horas	25%	19%	26%	19%	20%	20%	29%	27%	20%	20%	13%	26%	29%	21%
Restaurante com mais variedade	8%	6%	12%	5%	6%	7%	-	-	4%	9%	7%	6%	6%	7%
Carregadores/carrinhos de mercadorias	5%	6%	6%	4%	5%	9%	-	7%	7%	6%	7%	5%	3%	6%
Melhoria na sinalização (stand's, produtos)	3%	4%	-	3%	4%	7%	-	7%	4%	3%	6%	3%	-	4%
Traslados para a feira (aeroporto, rodov e hotéis)	3%	3%	3%	3%	5%	-	-	-	1%	3%	3%	3%	-	3%
Investir em seminários/cursos para expositores	1%	3%	-	5%	1%	3%	-	-	3%	3%	2%	4%	-	3%
Transportadora	1%	3%	-	3%	3%	3%	-	7%	-	3%	2%	2%	3%	2%
Estacionamento mais acessível/fácil acesso	3%	2%	3%	-	3%	3%	-	-	-	3%	2%	3%	-	2%
Pagamentos realizados com cartões	1%	2%	3%	4%	-	1%	14%	7%	3%	1%	2%	1%	3%	2%
Internet	1%	2%	-	4%	-	1%	-	-	-	2%	2%	2%	-	2%
Mais assentos p/visitantes	-	2%	-	1%	1%	1%	-	-	1%	1%	1%	2%	-	1%
Guarda volume/depósito	-	1%	3%	-	1%	-	-	-	-	1%	-	1%	3%	1%
Tradutor/intérprete	3%	-	-	-	3%	-	-	-	3%	-	1%	-	3%	1%
Atendentes p/dar informações	-	1%	-	1%	1%	-	-	-	-	1%	1%	-	3%	1%
Estrutura para crianças (carrinhos e playground)	-	1%	3%	-	-	1%	-	7%	-	1%	-	1%	3%	1%
Telefone público e venda de cartões telefônicos	-	1%	-	3%	-	-	-	-	1%	1%	1%	1%	-	1%
Enviar convites e crachás para os domicílios	-	1%	-	3%	-	-	-	7%	-	1%	2%	-	-	1%
Outros com menos de 0,5% de citação	3%	1%	3%	1%	-	3%	14%	-	3%	1%	-	3%	3%	2%
Nenhum serviço	33%	30%	26%	29%	35%	29%	14%	33%	35%	29%	32%	27%	34%	30%
NS/NR	10%	13%	12%	13%	13%	12%	29%	-	13%	13%	15%	11%	9%	12%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

4.11 - INTENÇÃO DE RETORNO

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

Sim	92%
Não	3%
Talvez	4%
NR	1%
TOTAL	100%
BASE	266

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Sim	90%	93%	97%	88%	93%	95%	100%	93%	91%	93%	90%	93%	100%	92%
Não	4%	3%	-	6%	4%	-	-	7%	-	4%	4%	3%	-	3%
Talvez	5%	3%	3%	4%	4%	4%	-	-	7%	3%	5%	4%	-	4%
NR	-	1%	-	1%	-	1%	-	-	1%	1%	1%	1%	-	1%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

Cruzamento por grau de satisfação

	Pretende voltar no ano que vem				Total
	Sim	Não	Talvez	NR	
Satisfeito	89%	38%	70%	50%	86%
Neutro	11%	38%	10%	50%	12%
Insatisfeito	0%	25%	20%	-	2%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	246	8	10	2	266

5 - COMPRAS REALIZADAS

5.1 - PRODUTOS PROCURADOS

Que tipo de produto o(a) sr(a) procurou, principalmente, na Feira? E em segundo lugar?

Artigos para decoração	53%
Arranjos/Adornos	34%
Maquetes/esculturas/miniaturas	16%
Quadros/painéis/placas	13%
Iluminação	6%
Animais	2%
Roupas	17%
Roupas	8%
Mesa/cozinha	5%
Cama/quarto	3%
Cortinas, Capas	1%
Banho	1%
Brinquedos/jogos	17%
Artigos utilitários	13%
Uso pessoal	6%
Mesa	4%
Cozinha	2%
Banho	2%
Sala	1%

Bijuterias	12%
Artigos religiosos/místicos	8%
Artigos religiosos	5%
Decoração de Natal	3%
Artigos Místicos	2%
Colchas	5%
Móveis	5%
Tapetes	4%
Calçados	2%
Produtos gastronômicos	1%
Papelaria	1%
Bebidas	0%
Instrumentos musicais	0%
Nenhum produto	5%
NR	0%
BASE ¹⁴	266

¹⁴ 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.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Artigos para decoração	60%	50%	44%	52%	53%	59%	43%	53%	38%	59%	57%	49%	51%	53%
Arranjos/Adornos	33%	34%	18%	38%	28%	44%	29%	33%	29%	36%	38%	35%	17%	34%
Maquetes/esculturas/miniaturas	21%	14%	6%	10%	24%	17%	29%	13%	13%	17%	16%	14%	23%	16%
Quadros/painéis/placas	14%	13%	21%	14%	8%	15%	14%	7%	6%	17%	13%	12%	17%	13%
Iluminação	7%	5%	3%	6%	6%	5%	-	7%	3%	7%	3%	6%	11%	6%
Animais	1%	2%	3%	-	3%	1%	-	-	-	2%	2%	1%	3%	2%
Roupas	5%	21%	18%	18%	14%	19%	29%	13%	19%	16%	16%	15%	26%	17%
Roupas	1%	11%	15%	10%	4%	8%	14%	13%	9%	7%	7%	7%	17%	8%
Mesa/cozinha	4%	6%	-	6%	6%	5%	-	-	6%	6%	7%	5%	3%	5%
Cama/quarto	1%	3%	3%	3%	1%	4%	-	-	4%	2%	3%	2%	3%	3%
Cortinas, Capas	-	2%	3%	-	1%	1%	-	-	3%	1%	-	3%	-	1%
Banho	-	1%	-	-	1%	1%	14%	-	-	1%	-	1%	3%	1%
Brinquedos/jogos	18%	17%	6%	25%	15%	16%	-	7%	17%	18%	19%	15%	17%	17%
Artigos utilitários	16%	11%	15%	5%	19%	13%	-	27%	13%	12%	11%	15%	14%	13%
Uso pessoal	5%	6%	12%	4%	8%	4%	-	7%	9%	5%	2%	11%	6%	6%
Mesa	7%	3%	3%	1%	5%	7%	-	-	6%	4%	5%	4%	3%	4%
Banho	1%	2%	-	-	4%	3%	-	7%	-	2%	3%	-	3%	2%
Cozinha	3%	1%	3%	1%	3%	-	-	7%	1%	1%	2%	1%	3%	2%
Sala	1%	1%	-	-	1%	1%	-	7%	-	1%	1%	1%	-	1%

(Continua)

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Bijuterias	14%	11%	24%	8%	13%	11%	29%	-	7%	14%	12%	14%	6%	12%
Artigos religiosos/místicos	4%	9%	6%	6%	10%	8%	-	7%	10%	7%	10%	8%	-	8%
Artigos religiosos	1%	6%	-	4%	6%	7%	-	-	4%	6%	8%	3%	-	5%
Decoração de Natal	1%	3%	6%	3%	3%	1%	-	-	7%	1%	2%	4%	-	3%
Artigos Místicos	1%	2%	-	3%	1%	1%	-	7%	-	2%	2%	2%	-	2%
Colchas	3%	6%	6%	6%	4%	5%	14%	20%	4%	4%	7%	4%	6%	5%
Móveis	7%	5%	9%	4%	8%	3%	-	7%	6%	5%	6%	4%	9%	5%
Tapetes	4%	4%	3%	6%	5%	1%	-	7%	6%	3%	5%	4%	3%	4%
Calçados	1%	2%	3%	4%	-	-	-	-	3%	1%	2%	2%	-	2%
Produtos gastronômicos	-	2%	3%	3%	-	-	-	7%	1%	1%	2%	1%	-	1%
Papelaria	-	2%	6%	1%	-	-	-	7%	3%	-	1%	-	6%	1%
Bebidas	1%	-	-	1%	-	-	-	-	-	1%	-	1%	-	0%
Instrumentos musicais	1%	-	-	-	-	1%	-	-	-	1%	1%	-	-	0%
Nenhum produto	5%	4%	-	6%	5%	4%	14%	7%	7%	3%	4%	5%	3%	5%
NR	-	1%	-	-	1%	-	-	-	1%	-	-	1%	-	0%
BASE¹⁵	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

¹⁵ Percentuais: Fecham em mais de 100%, pois cada entrevistado poderia dar até duas respostas.

5.2 - SUCESSO NO ENCONTRO DE PRODUTOS

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

Sim	89%
Não	10%
NR	1%
TOTAL	100%
BASE¹⁶	254

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Sim	93%	88%	88%	92%	89%	86%	100%	79%	88%	90%	87%	92%	85%	89%
Não	6%	12%	12%	8%	8%	14%	-	21%	13%	9%	12%	7%	15%	10%
NR	1%	1%	-	-	3%	-	-	-	-	1%	1%	1%	-	1%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	69	185	34	72	76	72	6	14	64	170	116	104	34	254

¹⁶ Base: Entrevistados que procuraram algum produto na Feira.

Cruzamento por produtos procurados

	Encontrou ou não os produtos que procurava			Total
	Sim	Não	NR	
Artigos para decoração	56%	54%	50%	56%
Arranjos/Adornos	35%	38%	50%	35%
Maquetes/esculturas/miniaturas	17%	8%	50%	17%
Quadros/painéis/placas	14%	15%	-	14%
Iluminação	6%	8%	-	6%
Animais	2%	-	-	2%
Roupas	19%	8%	-	18%
Roupas	9%	8%	-	9%
Mesa/cozinha	6%	-	-	6%
Cama/quarto	3%	-	-	3%
Cortinas, Capas	1%	-	-	1%
Banho	1%	-	-	1%
Brinquedos/jogos	18%	15%	50%	18%
Artigos utilitários	12%	19%	50%	13%
Mesa	5%	-	-	4%
Cozinha	1%	8%	-	2%
Banho	2%	4%	-	2%
Sala	0%	-	50%	1%
Uso pessoal	6%	8%	-	6%

(Continua)

Cruzamento por produtos procurados

	Encontrou ou não os produtos que procurava			Total
	Sim	Não	NR	
Bijuterias	13%	8%	-	13%
Bijuterias em geral	5%	8%	-	5%
Brincos	5%	-	-	5%
Colares	5%	-	-	4%
Pulseiras	2%	-	-	2%
Anéis	1%	-	-	1%
Artigos religiosos/místicos	8%	8%	-	8%
Artigos religiosos	5%	8%	-	5%
Decoração de Natal	3%	-	-	3%
Artigos Místicos	1%	4%	-	2%
Colchas	6%	4%	-	6%
Móveis	5%	12%	-	6%
Tapetes	4%	8%	-	4%
Calçados	1%	4%	-	2%
Produtos gastronômicos	1%	4%	-	1%
Papelaria	-	12%	-	1%
Bebidas	0%	-	-	0%
Instrumentos musicais	0%	-	-	0%
NR	0%	-	-	0%
BASE¹⁷	226	26	2	254

¹⁷ Base: Entrevistados que procuraram algum produto na Feira.

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

5.3 - PRODUTOS NÃO ENCONTRADOS

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

Artigos para decoração	46%
Arranjos/Adornos	23%
Quadros/painéis/placas	15%
Animais	4%
Maquetes/esculturas/miniaturas	4%
Bijuterias, jóias	19%
Roupas	15%
Roupas	12%
Cama/quarto	4%
Artigos utilitários	15%
Sala	12%
Cozinha	4%
Uso pessoal	4%
Papelaria	8%
Tapetes	8%
Móveis	8%
Artigos religiosos/místicos	4%
Artigos religiosos	4%
Calçados	4%
Produtos gastronômicos	4%
BASE¹⁸	26

¹⁸ Base: Entrevistados que não encontraram produtos que procuravam.
 Percentuais: Fecham em mais de 100%, pois cada entrevistado poderia dar até duas respostas.

5.4 - PRODUTOS COMPRADOS

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

Artigos para decoração	42%
Arranjos/Adornos	29%
Maquetes/esculturas/miniaturas	10%
Quadros/painéis/placas	8%
Animais	2%
Iluminação	2%
Roupas	18%
Mesa/cozinha	7%
Roupas	6%
Cama/quarto	4%
Capas	1%
Banho	1%
Artigos utilitários	18%
Uso pessoal	8%
Mesa	6%
Sala	3%
Cozinha	2%
Banho	2%

Brinquedos/jogos	17%
Bijuterias, jóias	10%
Artigos religiosos/místicos	9%
Artigos religiosos	5%
Decoração de Natal	4%
Artigos Místicos	2%
Móveis	4%
Produtos gastronômicos	3%
Tapetes	2%
Calçados	2%
Bebidas	1%
Papelaria	1%
Instrumentos musicais	0%
Não fez suas compras	0%
Nenhum	2%
NS/NR	7%
BASE ¹⁹	266

¹⁹ 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.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Artigos para decoração	49%	39%	38%	42%	48%	37%	29%	27%	42%	43%	45%	39%	37%	42%
Arranjos/Adornos	32%	28%	21%	31%	31%	28%	14%	20%	30%	30%	31%	32%	11%	29%
Maquetes/esculturas/miniaturas	12%	9%	3%	6%	14%	12%	29%	-	10%	10%	10%	5%	23%	10%
Quadros/painéis/placas	12%	6%	15%	9%	8%	4%	-	7%	6%	9%	7%	9%	6%	8%
Animais	-	2%	3%	-	4%	-	-	-	-	2%	2%	1%	-	2%
Iluminação	3%	2%	3%	3%	4%	-	-	-	3%	2%	1%	3%	6%	2%
Roupas	7%	23%	15%	23%	15%	19%	29%	33%	19%	17%	21%	13%	29%	18%
Mesa/cozinha	4%	8%	-	8%	5%	11%	29%	-	7%	6%	9%	3%	11%	7%
Roupas	1%	8%	9%	13%	3%	1%	-	13%	9%	5%	6%	5%	11%	6%
Cama/quarto	-	6%	3%	4%	6%	3%	-	13%	3%	4%	5%	3%	6%	4%
Banho	-	2%	3%	-	1%	3%	14%	-	-	2%	2%	-	3%	2%
Capas	1%	1%	3%	-	-	3%	-	7%	1%	1%	-	3%	-	1%
Artigos utilitários	16%	19%	12%	13%	20%	24%	-	33%	16%	18%	17%	19%	20%	18%
Uso pessoal	10%	8%	9%	8%	8%	9%	-	20%	9%	7%	5%	12%	9%	8%
Mesa	7%	6%	6%	3%	6%	11%	-	-	9%	6%	7%	5%	6%	6%
Sala	-	4%	-	1%	5%	3%	-	7%	1%	3%	2%	3%	3%	3%
Cozinha	1%	2%	-	3%	-	3%	-	-	-	2%	2%	1%	-	2%
Banho	3%	1%	-	-	1%	3%	-	13%	-	1%	1%	1%	3%	1%

(Continua)

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Brinquedos/jogos	27%	12%	9%	21%	15%	17%	-	13%	12%	19%	21%	12%	17%	17%
Bijuterias, jóias	12%	9%	18%	5%	11%	11%	29%	13%	4%	11%	10%	11%	9%	10%
Artigos religiosos/místicos	5%	10%	6%	8%	10%	9%	-	-	9%	10%	10%	9%	3%	9%
Artigos religiosos	3%	5%	3%	3%	5%	7%	-	-	4%	5%	6%	4%	3%	5%
Decoração de Natal	1%	5%	3%	4%	3%	5%	-	-	4%	4%	4%	5%	-	4%
Artigos Místicos	1%	2%	-	3%	4%	-	-	-	1%	2%	2%	3%	-	2%
Móveis	3%	4%	3%	4%	4%	4%	-	7%	1%	5%	4%	3%	6%	4%
Produtos gastronômicos	-	4%	9%	4%	1%	-	-	7%	3%	2%	3%	2%	3%	3%
Tapetes	3%	2%	3%	4%	1%	1%	-	-	6%	1%	2%	4%	-	2%
Calçados	1%	2%	6%	1%	-	1%	-	-	1%	2%	2%	2%	-	2%
Bebidas	1%	1%	-	1%	1%	1%	-	-	1%	1%	2%	1%	-	1%
Papelaria	-	1%	3%	-	-	1%	-	-	-	1%	1%	1%	-	1%
Instrumentos musicais	1%	-	-	1%	-	-	-	-	1%	-	-	-	3%	0%
Não fez suas compras	-	1%	-	1%	-	-	-	-	1%	-	-	1%	-	0%
Nenhum	3%	1%	-	-	1%	4%	14%	-	3%	1%	-	2%	6%	2%
NS/NR	8%	7%	9%	8%	9%	4%	-	7%	10%	6%	6%	9%	6%	7%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266

5.5 - VALOR INVESTIDO

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

Até 200,00	12%
De 201 a 400,00	8%
De 401 a 600,00	10%
De 601 a 800,00	4%
De 801 a 1.000,00	8%
De 1.001 a 2.000,00	16%
De 2.001 a 3.000,00	13%
De 3.001 a 5.000,00	10%
Acima de 5.001,00	11%
NS/NR	9%
TOTAL	100%
BASE ²⁰	261
MÉDIA - INVESTIMENTO	3204,52
DESVIO PADRÃO	6553,95
LIMITE INFERIOR	2367,59
LIMITE SUPERIOR	4041,44
Casos Válidos	n=238

²⁰ Base: Entrevistados que fizeram compras.

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Até 200,00	13%	12%	26%	12%	5%	13%	33%	13%	12%	11%	9%	12%	21%	12%
De 201 a 400,00	3%	10%	6%	11%	9%	6%	-	7%	14%	6%	7%	11%	3%	8%
De 401 a 600,00	7%	11%	9%	4%	16%	10%	33%	7%	11%	9%	9%	9%	15%	10%
De 601 a 800,00	3%	4%	6%	4%	1%	6%	-	7%	5%	3%	4%	3%	6%	4%
De 801 a 1.000,00	7%	8%	6%	8%	11%	4%	17%	-	6%	9%	7%	9%	3%	8%
De 1.001 a 2.000,00	17%	16%	18%	12%	19%	18%	-	7%	14%	19%	17%	16%	15%	16%
De 2.001 a 3.000,00	15%	12%	3%	14%	10%	18%	-	13%	6%	16%	17%	8%	9%	13%
De 3.001 a 5.000,00	14%	8%	6%	12%	9%	10%	-	7%	11%	10%	14%	4%	12%	10%
Acima de 5.001,00	13%	11%	12%	12%	9%	13%	-	33%	8%	11%	11%	12%	9%	11%
NS/NR	8%	9%	9%	12%	10%	4%	17%	7%	15%	6%	4%	15%	6%	9%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE²¹	71	190	34	76	79	72	6	15	66	174	121	107	33	261
MÉDIA - INVESTIMENTO	4482,54	2724,34	3397,42	3145,00	2423,94	3978,84	454,00	4268,57	2602,95	3404,17	3561,29	2930,60	2673,55	3204,52

²¹ Base: Entrevistados que fizeram compras.

5.6 - PRINCIPAL FORMA DE PAGAMENTO

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

Dinheiro	57%
Cheque pré-datado	18%
Cartões de crédito/débito	13%
Cheque à vista	10%
Crediário/financiamento	1%
NR	1%
TOTAL	100%
BASE²²	261

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras Classes	
Dinheiro	65%	54%	68%	47%	59%	58%	83%	60%	58%	55%	50%	58%	76%	57%
Cheque pré-datado	15%	19%	6%	21%	15%	25%	17%	20%	18%	18%	21%	18%	9%	18%
Cartões de crédito/débito	10%	14%	15%	18%	13%	6%	-	7%	17%	12%	12%	15%	6%	13%
Cheque à vista	7%	12%	6%	12%	13%	8%	-	7%	5%	13%	15%	7%	3%	10%
Crediário/financiamento	1%	1%	-	-	-	3%	-	-	-	1%	1%	-	3%	1%
NR	1%	1%	6%	1%	-	-	-	7%	3%	-	-	2%	3%	1%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	71	190	34	76	79	72	6	15	66	174	121	107	33	261

²² Base: Entrevistados que fizeram compras.

III - CARACTERIZAÇÃO DOS LOJISTAS

1 - PORTE DAS EMPRESAS

Quantos empregados tem em sua atividade comercial/empresa/loja, excluindo o(a) sr(a)?

1 pessoa	12%
2 pessoas	20%
3 pessoas	15%
4 a 5 pessoas	17%
6 a 10 pessoas	18%
11 a 20 pessoas	4%
Acima de 20 pessoas	6%
Não tem funcionários	5%
NS/NR	1%
TOTAL	100%
BASE	266

2 - TIPO DE ATUAÇÃO NO MERCADO

Sua atividade comercial/loja/empresa trabalha, principalmente, com vendas:

A varejo	70%
Atacado	5%
Mistas	25%
TOTAL	100%
BASE	266

3 - LOCAIS DE COMERCIALIZAÇÃO

3.1 - MUNICÍPIOS

Em qual município o(a) sr(a) comercializa os artesanatos que está adquirindo nesta Feira?

Belo Horizonte	33%	Niterói	1%	Pedro Leopoldo	0%
São Paulo	5%	Manaus	1%	Belém	0%
Salvador	3%	Ponte Nova	1%	Holambra	0%
Rio de Janeiro	3%	Congonhas	1%	Mariana	0%
Contagem	2%	Uberlândia	1%	Patos de Minas	0%
Divinópolis	2%	Lagoa Santa	1%	Silveiras	0%
Tiradentes	2%	São João Del Rey	1%	Palhoça	0%
Ribeirão Preto	2%	Uberaba	1%	Santana do Riacho	0%
São Sebastião	2%	Porto Seguro	1%	São José dos Campos	0%
São José	2%	Monte Verde	1%	Ilhéus	0%
Sete Lagoas	2%	Foz do Iguaçu	1%	Ilha Bela	0%
Ouro Preto	2%	Valinhos	1%	Laranjal	0%
Ipatinga	2%	Pará de Minas	0%	Itabira	0%
Florianópolis	2%	Patrocínio	0%	Guanhães	0%
Betim	2%	Três Marias	0%	Sabará	0%
Brasília	1%	Bombinhas	0%	Ouro Branco	0%
Cardeal Mota (Ilha do Cipó)	1%	Goiânia	0%	São Carlos	0%
Nova Lima (Macacos)	1%	Guarapari	0%	Mossoró	0%
Joinville	1%	Santos Dumont	0%	Nova Friburgo	0%
Cairu (BA)	1%	Andradina	0%	Pirenópolis	0%
Santos	1%	Barbacena	0%	Teófilo Otoni	0%

(Continua)

Arrail d' Ajuda	0%	Osasco	0%
Birigui	0%	Campo Grande	0%
Curitiba	0%	Ihumas	0%
Itinga	0%	Diamantina	0%
Paracatu	0%	Mata de São João	0%
Marabá	0%	São José de Ribamar	0%
Piracema	0%	Oliveiras	0%
Campina Grande	0%	Piracicaba	0%
Jijoca de Jericoacoara	0%	Bambuí	0%
Cuiabá	0%	Campinas	0%
Teresina	0%	Aquidauana	0%
Embu	0%	Mateus Leme	0%
Campos dos Goytacazes	0%	Itaguara	0%
Santa Maria	0%	TOTAL	100%
Maravilhas	0%	BASE	266
Olímpia	0%		

3.2 - ESTADOS

Estado

MG	62%	CE	0%
SP	15%	ES	0%
BA	5%	MA	0%
SC	5%	MT	0%
RJ	4%	PB	0%
DF	1%	PI	0%
GO	1%	RN	0%
PR	1%	RS	0%
AM	1%	TOTAL	100%
MS	1%	BASE	266
PA	1%		

3.3 - BAIROS DE BELO HORIZONTE

Bairro			
Centro	15%	Sion	1%
Anchieta	6%	Pampulha	1%
Funcionários	6%	Padre Eustáquio	1%
Santa Efigênia	6%	Nova Gameleira	1%
Barro Preto	6%	Novo Progresso	1%
Recusa	6%	Luxemburgo	1%
Savassi	5%	Buritis	1%
Cidade Nova	2%	Lourdes	1%
Castelo	2%	Santa Inês	1%
Prado	2%	Barreiro	1%
Planalto	2%	Dom Bosco	1%
Nova Suíça	2%	Industrial	1%
Jardim América	2%	Jardinópolis	1%
Ouro Preto	2%	Carmo	1%
Barroca	2%	São Luiz	1%
Goiânia	2%	Eymard	1%
Floresta	2%	Santa Lúcia	1%
Minaslândia	2%	Pindorama	1%
Cidade Jardim	2%	TOTAL	100%
Caiçara	1%	BASE ²³	87
São Bento	1%		

²³ Base: Lojistas sediados em Belo Horizonte.

4 - FATURAMENTO

Aproximadamente, quanto o(a) sr(a) 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	3%
De 8.001,00 a 10.000,00	2%
De 10.001 a 20.000	4%
De 20.001 a 30.000	4%
De 30.001 a 50.000,00	6%
De 50.001 a 60.000,00	3%
De 70.001 a 80.000,00	1%
Acima de 100.000	13%
Não teve faturamento	1%
NS/NR	50%
TOTAL	100%
BASE	266
MÉDIA - FATURAMENTO	94472,87
DESVIO PADRÃO	203570,79
LIMITE INFERIOR	59008,34
LIMITE SUPERIOR	129937,40
Casos Válidos	n=129

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Gênero		Idade				Escolaridade				Classe Social			Total
	Masc.	Fem.	17 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Até 4ª série ens.fund.	De 5ª a 8ª série ens. fund.	Ensino médio	Superior	Classe A	Classe B	Outras	
Até 2.000,00	4%	4%	6%	-	6%	5%	14%	7%	4%	3%	2%	4%	11%	4%
De 2.001 a 4.000,00	-	5%	-	1%	6%	4%	29%	-	1%	3%	3%	3%	6%	3%
De 4.001 a 6.000	4%	5%	6%	5%	6%	3%	-	13%	6%	4%	6%	5%	3%	5%
De 6.001 a 8.000,00	5%	2%	3%	1%	3%	4%	14%	13%	1%	2%	2%	2%	9%	3%
De 8.001,00 a 10.000,00	3%	2%	-	5%	1%	1%	-	-	4%	2%	1%	5%	-	2%
De 10.001 a 20.000	3%	5%	-	5%	4%	5%	-	13%	1%	5%	5%	3%	6%	4%
De 20.001 a 30.000	5%	4%	3%	6%	5%	1%	-	-	4%	5%	5%	4%	3%	4%
De 30.001 a 50.000,00	10%	4%	3%	5%	5%	8%	-	7%	9%	5%	7%	4%	6%	6%
De 50.001 a 60.000,00	3%	4%	-	6%	1%	4%	-	7%	3%	3%	2%	5%	-	3%
De 70.001 a 80.000,00	1%	1%	-	-	1%	1%	-	-	3%	-	1%	1%	-	1%
Acima de 100.000	18%	11%	9%	13%	11%	17%	-	20%	7%	15%	21%	7%	3%	13%
Não teve faturamento	3%	1%	3%	-	3%	-	-	-	1%	1%	1%	2%	-	1%
NS/NR	41%	54%	68%	51%	48%	45%	43%	20%	54%	52%	43%	57%	54%	50%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	73	193	34	77	80	75	7	15	69	175	121	110	35	266
MÉDIA - FATURAMENTO	67395,12	107088,64	134050,00	95321,05	58925,00	118714,63	3400,00	83958,33	93909,68	100667,07	105922,06	104088,89	18768,75	94472,87

5 - CARACTERÍSTICAS DOS ENTREVISTADOS

Município de residência

MINAS GERAIS		Teófilo Otoni	0%	ESPIRITO SANTO		GOIAS	
Belo Horizonte	35%	Itinga	0%	Vitória	0%	Goiânia	0%
Contagem	3%	Paracatu	0%	PARANÁ		Pirenópolis	0%
Sete Lagoas	2%	Piracema	0%	Foz do Iguaçu	1%	Ihumas	0%
Divinópolis	2%	Virginópolis	0%	Curitiba	0%	MATO GROSSO DO SUL	
Tiradentes	2%	Maravilhas	0%	SANTA CATARINA		Campo Grande	0%
Ouro Preto	2%	Diamantina	0%	Florianópolis	2%	Aquidauana	0%
Ipatinga	2%	Oliveiras	0%	São José	2%	MATO GROSSO	
Betim	2%	Bambuí	0%	Joinville	1%	Cuiabá	0%
Congonhas	1%	Mateus Leme	0%	Bombinhas	0%		
Nova Lima (Macacos)	1%	Itaguara	0%	RIO GRANDE DO SUL		TOTAL	100%
Ponte Nova	1%	SÃO PAULO		Santa Maria	0%	BASE	266
Uberlândia	1%	São Paulo	5%	BAHIA			
Lagoa Santa	1%	Ribeirão Preto	2%	Salvador	3%		
São João Del Rey	1%	São Sebastião	2%	Porto Seguro	1%		
Uberaba	1%	Santos	1%	Cairu	1%		
Monte Verde	1%	Valinhos	1%	Ilhéus	0%		
Pará de Minas	0%	Andradina	0%	PARAÍBA			
Patrocínio	0%	Holambra	0%	Campina Grande	0%		
Três Marias	0%	São Bernardo do Campo	0%	MARANHÃO			
Santos Dumont	0%	São José dos Campos	0%	São José de Ribamar	0%		
Barbacena	0%	Ilha Bela	0%	RIO GRANDE DO NORTE			
Pedro Leopoldo	0%	São Carlos	0%	Mossoró	0%		
Mariana	0%	Birigui	0%	PIAUI			
Prudente de Moraes	0%	Embu	0%	Teresina	1%		
Cardeal Mota (Ilha do Cipó)	0%	Olímpia	0%	PARA			
Laranjal	0%	Piracicaba	0%	Belém	0%		
Santa Luzia	0%	Campinas	0%	Marabá	0%		
Itabira	0%	RIO DEJANEIRO		AMAZONAS			
Guanhães	0%	Rio de Janeiro	2%	Manaus	1%		
Sabará	0%	Nova Friburgo	0%	DISTRITO FEDERAL			
Ouro Branco	0%	Campos dos Goytacazes	0%	Brasília	1%		

Estado de residência

MG	64%	CE	0%
SP	14%	ES	0%
BA	5%	MA	0%
SC	5%	MT	0%
RJ	5%	PB	0%
GO	1%	PI	0%
AM	1%	RN	0%
DF	1%	RS	0%
MS	1%	TOTAL	100%
PA	1%	BASE	266
PR	1%		

Bairro de BH

REGIÃO CENTRO-SUL			
Funcionários	7%	Prado	3%
Anchieta	4%	Nova Suíça	3%
Centro	3%	Gutierrez	2%
Sion	2%	Jardim América	2%
Savassi	2%	Estoril	1%
Luxemburgo	2%	Nova Gameleira	1%
Lourdes	2%	Calafate	1%
Barro Preto	2%	Buritis	1%
Cidade Jardim	2%	Jardinópolis	1%
Santo Antônio	1%	REGIÃO NOROESTE	
São Bento	1%	Dom Bosco	2%
Serra	1%	Caiçara	1%
Carmo	1%	Padre Eustáquio	1%
		Pindorama	1%
REGIÃO NORTE		PAMPULHA	
Planalto	4%	Castelo	4%
Guarani	1%	Pampulha	2%
Minaslândia	1%	Ouro Preto	2%
REGIÃO NORDESTE		Novo Progresso	1%
Cidade Nova	4%	Serrano	1%
Goiânia	2%	São Luiz	1%
União	1%	BERREIRO	
Califórnia	1%	Barreiro	1%
Eymard	1%	Milionários	1%
REGIÃO LESTE		Urucuia	1%
Santa Efigênia	5%		
São Lucas	2%	Recusa	2%
Floresta	2%	TOTAL	100%
Sagrada Família	1%	BASE ²⁴	92
Nova Vista	1%		
Santa Inês	1%		
REGIÃO OESTE			

²⁴ Base: Entrevistados residentes em Belo Horizonte

Faixa etária

17 a 30 anos	13%
31 a 40 anos	29%
41 a 50 anos	30%
Mais de 50 anos	28%
TOTAL	100%
BASE	266

Escolaridade

Até 4ª série do ensino fundamental	3%
De 5ª a 8ª série do ensino fundamental	6%
Ensino médio	26%
Superior incompleto	9%
Superior completo	45%
Pós-graduação	12%
TOTAL	100%
BASE	266

TABELA AGREGADA

Até 4ª série do ensino fundamental	3%
De 5ª a 8ª série do ensino fundamental	6%
Ensino médio	26%
Superior	66%
TOTAL	100%
BASE	266

Gênero

Masculino	27%
Feminino	73%
TOTAL	100%
BASE	266

Classe social

Classe A1	11%
Classe A2	34%
Classe B1	27%
Classe B2	14%
Classe C1	6%
Classe C2	2%
Classe D	0%
Classe E	0%
Recusa	5%
TOTAL	100%
BASE	266

TABELA AGREGADA

Classe A	45%
Classe B	41%
Outras	13%
TOTAL	100%
BASE	266

Função do entrevistado na empresa

Proprietário/sócio	83%
Gerente	9%
Comprador	7%
Consultor	1%
TOTAL	100%
BASE	266