

PP 048/09



**Relatório de Pesquisa**  
**- Centro CAPE -**  
**Expositor**  
**Novembro/2009**

## SUMÁRIO

<b>I - APRESENTAÇÃO .....</b>	<b>3</b>
1 - Contexto .....	3
2 - Objetivos .....	3
3 - Procedimentos Metodológicos .....	4
3.1 - Público alvo e amostra .....	4
3.2 - Questionários.....	4
3.3 - Coleta de dados.....	4
3.4 - Tratamento dos dados .....	5
4 - Notas para leitura dos resultados .....	5
<b>II - CARACTERIZAÇÃO DOS EXPOSITORES.....</b>	<b>6</b>
<b>III - XX FEIRA NACIONAL DE ARTESANATO.....</b>	<b>16</b>
<b>IV - CIRCUNSTÂNCIAS DA PERMANÊNCIA EM BH (NÃO RESIDENTES EM BH) .....</b>	<b>57</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
- Lojistas

Neste relatório apresentaremos os resultados da pesquisa realizada com os expositores da XX Feira Nacional de Artesanato.

- **2 - Objetivos**

Junto aos expositores, os principais temas de investigação foram:

- Traçar um perfil do expositor presente ou representado na Feira, mediante a obtenção de informações sobre sua produção;
- O grau de satisfação desse público em relação à Feira.

### 3 - Procedimentos Metodológicos

#### 3.1 - Público alvo e amostra

Foram realizadas 304 entrevistas<sup>1</sup> com os expositores da XX FNA, entre os dias 24 e 29 de novembro de 2009.

A amostra foi estratificada segundo o tamanho de área de “stand” do expositor, ou seja, houve uma distribuição amostral capaz de representar adequadamente grandes, médios e pequenos expositores:

Tamanho do Stand	
Até 5m2	20%
Mais de 5m2 até 10m2	43%
Mais de 10m2	37%
TOTAL	100%
BASE	304

A margem de erro estimada, em um intervalo de confiança de 95%, é de **5,6%**.

#### 3.2 - Questionários

O instrumento de coleta de dados foi desenvolvido em conjunto com o cliente e de acordo com as suas necessidades.

#### 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.

<sup>1</sup> Foram previstas 300 entrevistas

### 3.4 - Tratamento dos dados

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

### 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 foi sempre atribuído o maior valor para o conceito positivo e o menor para o negativo.
  - **MÉDIA APARADA:** Valor obtido excluindo-se os 5% maiores e os 5% menores e somando-se os restantes elementos de um conjunto; em seguida divide-se a soma pelo número de elementos.
  - **LIMITE INFERIOR:** Valor mínimo que a média pode assumir, levando em consideração um intervalo de confiança de 95%.
  - **LIMITE SUPERIOR:** Valor máximo que a média pode assumir, levando em consideração um intervalo de confiança de 95%.

## II - CARACTERIZAÇÃO DOS EXPOSITORES

### 1 - LOCAL DE RESIDÊNCIA

#### País de residência

<b>Brasil</b>	99%
<b>Outros países<sup>2</sup></b>	1%
<b>TOTAL</b>	100%
<b>BASE</b>	304

#### Estado de residência

<b>MG</b>	69%	<b>PI</b>	1%
<b>SP</b>	7%	<b>PB</b>	1%
<b>RJ</b>	2%	<b>CE</b>	1%
<b>RS</b>	2%	<b>AC</b>	1%
<b>SC</b>	2%	<b>SE</b>	1%
<b>DF</b>	2%	<b>MA</b>	1%
<b>PR</b>	2%	<b>Outros estados<sup>3</sup></b>	1%
<b>PE</b>	2%	<b>TOTAL</b>	100%
<b>PA</b>	1%	<b>BASE</b>	304
<b>BA</b>	1%		
<b>AL</b>	1%		
<b>AM</b>	1%		
<b>ES</b>	1%		

<sup>2</sup> Indonésia, África do Sul, Peru e Turquia.

<sup>3</sup> Goiás, Rio Grande do Norte, Mato Grosso, Tocantins, Mato Grosso do Sul, Amapá e Rondônia.

Município de residência<sup>4</sup>

<b>MINAS GERAIS</b>		<b>Outros municípios</b>	1%
<b>Belo Horizonte</b>	35%	<b>CEARÁ</b>	
<b>Varginha</b>	2%	<b>Fortaleza</b>	1%
<b>Contagem</b>	4%	<b>Outros municípios</b>	2%
<b>Governador Valadares</b>	1%	<b>PERNAMBUCO</b>	
<b>Nova Lima</b>	2%	<b>Recife</b>	1%
<b>Sete Lagoas</b>	1%	<b>Caruaru</b>	1%
<b>Ipatinga</b>	1%	<b>Outros municípios</b>	2%
<b>São João Del Rei</b>	1%	<b>MARANHAO</b>	
<b>Mariana</b>	1%	<b>São Luís</b>	1%
<b>Lagoa Dourada</b>	1%	<b>PIAUI</b>	
<b>Juiz de Fora</b>	2%	<b>Teresina</b>	1%
<b>Sabará</b>	1%	<b>DISTRITO FEDERAL</b>	
<b>Esmeralda</b>	1%	<b>Brasília</b>	1%
<b>Divinópolis</b>	2%	<b>Outros municípios</b>	2%
<b>Lavras</b>	1%	<b>ACRE</b>	
<b>Matias Barbosa</b>	1%	<b>Rio Branco</b>	1%
<b>Gouveia</b>	1%	<b>Outros municípios com menos de 1% de citação</b>	
<b>Outros municípios</b>	3%		11%
<b>SÃO PAULO</b>		<b>TOTAL</b>	100%
<b>São Paulo</b>	4%	<b>BASE</b>	304
<b>Mairiporã</b>	1%		
<b>Outros municípios</b>	3%		
<b>RIO DE JANEIRO</b>			
<b>Rio de Janeiro</b>	1%		
<b>Outros municípios</b>	3%		
<b>ESPIRITO SANTO</b>			
<b>Vitória</b>	1%		
<b>PARANA</b>			
<b>Curitiba</b>	1%		

<sup>4</sup> Estados e Países que possuem municípios com menos de 1% : Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Bahia, Alagoas, Paraíba, Rio Grande do Norte, Sergipe, Pará, Amazonas, Amapá, Tocantins, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Peru, Indonésia, África do Sul e Turquia.

Bairro de BH<sup>5</sup>

<b>REGIÃO CENTRO SUL</b>		<b>Prado</b>	3%
<b>Centro</b>	4%	<b>Barroca</b>	1%
<b>Santo Antônio</b>	2%	<b>Betânia</b>	1%
<b>Cidade Jardim</b>	1%	<b>Grajaú</b>	1%
<b>Sion</b>	1%	<b>Alto Barroca</b>	2%
<b>Lourdes</b>	1%	<b>Marajó</b>	1%
<b>Anchieta</b>	1%	<b>Nova Suíça</b>	2%
<b>Serra</b>	3%	<b>Nova Gameleira</b>	2%
<b>Cruzeiro</b>	1%	<b>REGIÃO NOROESTE</b>	
<b>São Pedro</b>	1%	<b>Caíçara</b>	4%
<b>Mangabeiras</b>	2%	<b>Alípio de Melo</b>	1%
<b>Lagoinha</b>	3%	<b>Glória</b>	1%
<b>Barro Preto</b>	1%	<b>Alto dos Pinheiros</b>	1%
<b>Santa Lucia</b>	2%	<b>Dom Cabral</b>	1%
<b>REGIÃO NORTE</b>		<b>Novo Glória</b>	2%
<b>Floramar</b>	1%	<b>Filadélfia</b>	1%
<b>Jaqueline</b>	1%	<b>Nossa Senhora da Glória</b>	1%
<b>REGIÃO NORDESTE</b>		<b>Dom Bosco</b>	1%
<b>Cidade Nova</b>	1%	<b>Santa Maria</b>	1%
<b>Cachoeirinha</b>	1%	<b>Ipanema</b>	1%
<b>Califórnia</b>	1%	<b>PAMPULHA</b>	
<b>Da Graça</b>	1%	<b>Castelo</b>	1%
<b>Ipiranga</b>	3%	<b>Santa Amélia</b>	2%
<b>Fernão Dias</b>	2%	<b>Ouro Preto</b>	1%
<b>Santa Cruz</b>	1%	<b>Jaraguá</b>	1%
<b>REGIÃO LESTE</b>		<b>Itapuã</b>	1%
<b>Santa Efigênia</b>	6%	<b>Pampulha</b>	1%
<b>São Lucas</b>	3%	<b>Dona Clara</b>	2%
<b>Floresta</b>	3%	<b>Bandeirantes</b>	1%
<b>Santa Tereza</b>	5%	<b>Itapuã</b>	1%
<b>Nova Floresta</b>	1%	<b>Manacás</b>	1%
<b>Santa Inês</b>	1%	<b>BARREIRO</b>	
<b>Nova Vista</b>	1%	<b>Barreiro</b>	2%
<b>Novo São Lucas</b>	1%	<b>Milionários</b>	1%
<b>Boa Vista</b>	1%	<b>Tirol</b>	1%
<b>São Geraldo</b>	1%	<b>Petrópolis</b>	1%
<b>REGIÃO OESTE</b>		<b>TOTAL</b>	100%
<b>Burtis</b>	3%	<b>BASE</b>	106

<sup>5</sup> Base: entrevistados residentes em Belo Horizonte

## 2 - SEXO

Sexo	
Masculino	30%
Feminino	70%
TOTAL	100%
BASE	304

## 3 - IDADE

Faixa etária	
De 21 a 30 anos	10%
De 31 a 40 anos	26%
De 41 a 50 anos	36%
De 51 a 60 anos	22%
Mais de 60 anos	6%
TOTAL	100%
BASE	304

## 4 - ESCOLARIDADE

Escolaridade	
Ensino fundamental	11%
Ensino médio	37%
Superior incompleto	10%
Superior completo	32%
Pós-graduação	10%
TOTAL	100%
BASE	304

TABELA AGREGADA	
Ensino fundamental/médio	48%
Superior	52%
TOTAL	100%
BASE	304

## 5- CLASSE SOCIAL

### Classe social

Classe A1	5%
Classe A2	19%
Classe B1	28%
Classe B2	25%
Classe C1	13%
Classe C2	4%
Classe D	2%
Classe E	0%
Recusa	4%
TOTAL	100%
BASE	304

### TABELA AGREGADA

Classe A	24%
Classe B	53%
Classe C ou menos	23%
TOTAL	100%
BASE	304

## 6 - IDENTIDADE JURÍDICA DO STAND

### O seu stand é de:

Pessoa física	71%
Empresa privada nacional	13%
Associação	6%
Cooperativa	5%
ONG/Terceiro Setor	2%
Governo/órgão público	2%
Empresa privada estrangeira	1%
Apae	0%
TOTAL	100%
BASE	304

## 7 - RAMO DE ATIVIDADE

Qual é o seu ramo de atividade?

Comércio	78%
Indústria	16%
ONG/Terceiro Setor	2%
Serviço	2%
Governo/Orgão público	1%
Turismo	1%
Indústria/Comércio	1%
TOTAL	100%
BASE	304



## 8 - PORTE DO ESTABELECIMENTO

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

De 1 a 5	37%
De 6 a 20	12%
21 ou mais	9%
Não possui funcionário	40%
NS/NR	2%
TOTAL	100%
BASE	304

## 9 - ORIGEM DOS PRODUTOS

### 9.1 - PAÍSES

País	
<b>Brasil</b>	97%
<b>India</b>	1%
<b>Outros países<sup>6</sup></b>	2%
<b>TOTAL</b>	100%
<b>BASE</b>	304



### 9.2 - ESTADOS

Estados			
<b>MG</b>	68%	<b>PI</b>	1%
<b>SP</b>	8%	<b>PB</b>	1%
<b>RS</b>	2%	<b>AC</b>	1%
<b>SC</b>	2%	<b>CE</b>	1%
<b>PR</b>	2%	<b>SE</b>	1%
<b>PE</b>	2%	<b>MA</b>	1%
<b>RJ</b>	1%	<b>Outros estados<sup>7</sup></b>	3%
<b>PA</b>	1%	<b>TOTAL</b>	100%
<b>BA</b>	1%	<b>BASE</b>	304
<b>DF</b>	1%		
<b>AL</b>	1%		
<b>AM</b>	1%		
<b>ES</b>	1%		

<sup>6</sup> Indonésia, África do Sul, Peru, Turquia e Síria.

<sup>7</sup> Goiás, Rio Grande do Norte, Mato Grosso, Tocantins, Mato Grosso do Sul, Amapá e Rondônia.

Municípios<sup>8</sup>

MINAS GERAIS		PERNAMBUCO	
Belo Horizonte	33%	Recife	1%
Varginha	2%	Caruaru	1%
Contagem	4%	Outros municípios	2%
Governador Valadares	1%	MARANHÃO	
Nova Lima	2%	São Luís	1%
Sete Lagoas	1%	PIAUI	
Ipatinga	1%	Teresina	1%
São João Del Rei	1%	DISTRITO FEDERAL	
Lagoa Dourada	1%	Brasília	1%
Juiz de Fora	2%	Outros municípios	1%
Sabará	1%	ACRE	
Itaúna	1%	Rio Branco	1%
Esmeraldas	1%	INDIA	
Divinópolis	2%	Nova Deli	1%
Lavras	1%	Outros municípios com menos de 1% de citação	15%
Matias Barbosa	1%	<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
Gouveia	1%	<b>BASE</b>	<b>304</b>
Outros municípios	3%	SAO PAULO	
SAO PAULO		São Paulo	4%
São Paulo	4%	Mairiporã	1%
Mairiporã	1%	São José do Rio Preto	1%
São José do Rio Preto	1%	Outros municípios	3%
Outros municípios	3%	ESPIRITO SANTO	
ESPIRITO SANTO		Vitória	1%
Vitória	1%	PARANA	
PARANA		Curitiba	1%
Curitiba	1%	Outros municípios	2%
Outros municípios	2%	CEARA	
CEARA		Fortaleza	1%
Fortaleza	1%	Outros municípios	2%
Outros municípios	2%		

<sup>8</sup> Estados e Países que possuem municípios com menos de 1%: Rio de Janeiro, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Bahia, Alagoas, Paraíba, Rio Grande do Norte, Sergipe, Amazonas, Amapá, Tocantins, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Rondônia, Peru, Indonésia, África do Sul e Turquia.

## 9.4 - BAIROS DE BELO HORIZONTE

Bairro<sup>9</sup>

REGIÃO CENTRO SUL		REGIÃO LESTE		PAMPULHA	
Centro	3%	Dom Cabral	1%	Ouro Preto	1%
Serra	3%	Nossa Senhora da Glória	1%	Jaraguá	1%
Lourdes	2%	Dom Bosco	1%	Pampulha	2%
Mangabeiras	2%	Ipanema	1%	Itapuã	1%
Lagoinha	2%	Alto dos Pinheiros	1%	Manacás	1%
Santo Antônio	1%	João Pinheiro	1%	Santa Amélia	2%
Cidade Jardim	1%	REGIÃO LESTE		Dona Clara	2%
Anchieta	1%	Santa Efigênia	7%	BARREIRO	
Barro Preto	1%	Santa Tereza	5%	Milionários	1%
Cruzeiro	1%	São Lucas	3%	Tirol	1%
São Pedro	2%	Novo São Lucas	1%	Bandeirantes	1%
REGIÃO NORTE		Floresta	3%	Petrópolis	1%
Floramari	2%	Nova Floresta	1%	TOTAL	100%
REGIÃO NORDESTE		Santa Inês	1%	BASE	101
Ipiranga	2%	São Geraldo	1%		
Da Graça	1%	Nova Vista	1%		
Santa Cruz	1%	Boa Vista	1%		
Califórnia	1%	REGIÃO OESTE			
Fernão Dias	2%	Buritis	3%		
Ipiranga	1%	Prado	3%		
REGIÃO NOROESTE		Nova Gameleira	2%		
Caíçara	4%	Barroca	1%		
Alípio de Melo	1%	Betânia	1%		
Novo Glória	2%	Grajau	1%		
Filadélfia	1%	Alto Barroca	1%		
Glória	1%	Marajó	1%		
		Nova Suíça	2%		

<sup>9</sup> Base: expositores de estabelecimentos sediados em Belo Horizonte

10 - FATURAMENTO EM 2008

Aproximadamente, quanto o(a) sr(a) faturou/recebeu no ano passado (2008) com a venda dos artesanatos?

Até 2.000,00	5%
De 2.001,00 a 4.000,00	5%
De 4.001,00 a 6.000,00	5%
De 6.001,00 a 8.000,00	3%
De 8.001,00 a 10.000,00	4%
De 10.001,00 a 20.000,00	17%
De 20.001,00 a 30.000,00	7%
De 30.001,00 a 50.000,00	5%
De 50.001,00 a 70.000,00	3%
De 70.001,00 a 90.000,00	2%
Acima de 100.000,00	12%
Não teve faturamento	3%
NS/NR	29%
TOTAL	100%
BASE	304
<b>MÉDIA - FATURAMENTO</b>	<b>62.384,47</b>
LIMITE INFERIOR	43.541,47
LIMITE SUPERIOR	81.227,46
Casos Válidos	n=206
<b>MÉDIA APARADA</b>	<b>38.952,41</b>
Casos válidos	n=187

### III - XX FEIRA NACIONAL DE ARTESANATO

#### 1 - PARTICIPAÇÃO NA FEIRA

##### 1.1 - 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?

	NOV/07	NOV/09
Primeira vez	33%	41%
Duas vezes	24%	21%
Três vezes	13%	8%
Quatro vezes	8%	7%
Cinco vezes ou mais	22%	23%
NR	-	1%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>332</b>	<b>304</b>
<b>MEDIA - PARTICIPAÇÃO</b>	<b>3,76</b>	<b>3,61</b>
<b>LIMITE INFERIOR</b>	<b>3,30</b>	<b>3,13</b>
<b>LIMITE SUPERIOR</b>	<b>4,22</b>	<b>4,09</b>
<b>Casos Válidos</b>	<b>n=332</b>	<b>n=301</b>

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

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
Primeira vez	38%	42%	48%	54%	32%	38%	33%	38%	44%	31%	40%	54%	41%
Duas vezes	20%	22%	39%	21%	22%	15%	6%	20%	22%	28%	20%	14%	21%
Três vezes	10%	7%	6%	5%	12%	6%	-	8%	7%	12%	7%	3%	8%
Quatro vezes	9%	6%	3%	3%	11%	8%	11%	6%	8%	5%	8%	6%	7%
Cinco vezes ou mais	22%	23%	6%	16%	23%	32%	44%	27%	18%	23%	23%	22%	23%
NR	1%	1%	-	1%	-	2%	6%	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>BASE</b>	<b>91</b>	<b>213</b>	<b>31</b>	<b>80</b>	<b>109</b>	<b>66</b>	<b>18</b>	<b>146</b>	<b>158</b>	<b>74</b>	<b>161</b>	<b>69</b>	<b>304</b>
<b>MÉDIA DE PARTICIPAÇÃO</b>	<b>3,63</b>	<b>3,60</b>	<b>1,77</b>	<b>2,56</b>	<b>3,66</b>	<b>5,06</b>	<b>5,94</b>	<b>4,08</b>	<b>3,17</b>	<b>3,47</b>	<b>3,81</b>	<b>3,29</b>	<b>3,61</b>

## 1.2 - PRINCIPAL MOTIVO PARA PARTICIPAR DA FEIRA

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

	NOV/07	NOV/09
Divulgar/vender produtos	89%	66%
Convite	4%	12%
Fazer contatos para futuros negócios	-	8%
Qualidade da feira	2%	7%
Retorno financeiro	-	5%
Hábito/Costume	3%	-
NS/NR	3%	2%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>332</b>	<b>304</b>

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

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
Divulgar/vender produtos	60%	69%	74%	60%	71%	67%	50%	64%	68%	74%	67%	55%	66%
Convite	15%	11%	3%	15%	11%	14%	17%	14%	11%	7%	11%	20%	12%
Fazer contatos	13%	6%	13%	6%	9%	5%	11%	8%	8%	4%	8%	12%	8%
Qualidade da feira	8%	7%	6%	9%	5%	11%	6%	7%	8%	8%	7%	6%	7%
Retorno financeiro	2%	6%	3%	9%	2%	5%	11%	5%	4%	5%	4%	6%	5%
NS/NR	1%	2%	-	1%	3%	-	6%	2%	1%	1%	2%	1%	2%
<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>BASE</b>	<b>91</b>	<b>213</b>	<b>31</b>	<b>80</b>	<b>109</b>	<b>66</b>	<b>18</b>	<b>146</b>	<b>158</b>	<b>74</b>	<b>161</b>	<b>69</b>	<b>304</b>

## 2 - 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?

	NOV/07	NOV/09
Internet	14%	26%
Mãos de Minas	24%	25%
Conversa com amigos/parentes	25%	20%
Recebeu/ganhou convite	16%	13%
TV	5%	4%
Mala direta/cartas	6%	3%
Já conhecia/participou em anos anteriores	-	3%
Fornecedor	-	1%
Panfletos	1%	1%
Informativos (Sebrae, associações, fundações, etc)	2%	-
CentroCap	2%	-
Jornal	1%	-
Rádio	1%	-
Outdoor	1%	-
Outros c / menos de 0,5% de citação	1%	3%
NS/NR	2%	1%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>332</b>	<b>304</b>

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
Internet	25%	26%	26%	31%	28%	20%	11%	15%	36%	32%	29%	12%	26%
Mãos de Minas	23%	26%	26%	20%	23%	30%	44%	27%	24%	26%	26%	23%	25%
Conversa com amigos/parentes	16%	22%	26%	19%	21%	20%	17%	25%	16%	18%	21%	22%	20%
Recebeu/ganhou convite	19%	11%	13%	14%	14%	14%	11%	18%	9%	9%	9%	28%	13%
TV	5%	3%	3%	8%	3%	-	6%	4%	3%	3%	2%	7%	4%
Mala direta	3%	3%	-	-	4%	6%	6%	2%	4%	3%	4%	1%	3%
Já conhecia	2%	3%	3%	1%	3%	5%	-	2%	3%	3%	3%	1%	3%
Fornecedor	4%	-	-	4%	-	2%	-	1%	2%	3%	1%	-	1%
Panfletos	-	1%	3%	1%	1%	-	-	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Outros	1%	3%	-	3%	2%	5%	6%	3%	3%	3%	2%	4%	3%
NS/NR	-	1%	-	-	2%	-	-	1%	-	-	1%	-	1%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	91	213	31	80	109	66	18	146	158	74	161	69	304

## 2.1.1 - TELEVISÃO<sup>10</sup>

Em qual emissora de TV?<sup>11</sup>

	NOV/07	NOV/09
<b>Globo</b>	83%	91%
<b>SBT/TV Alterosa</b>	5%	9%
<b>NS</b>	12%	-
<b>TOTAL</b>	100%	100%
<b>BASE</b>	17	11



## 2.1.2 - SITE (INTERNET)

Em qual site?<sup>12</sup>

	NOV/07	NOV/09
<b>Feira Nacional de Artesanato</b>	49%	48%
<b>maosdeminas.com.br</b>	20%	34%
<b>Via e-mail</b>	-	10%
<b>Google</b>	21%	5%
<b>Feira Afonso Pena</b>	3%	-
<b>NS/NR</b>	7%	3%
<b>TOTAL</b>	100%	100%
<b>BASE</b>	46	79

<sup>10</sup> Os itens Jornal e Revista não obtiveram percentual que permitisse análise dos mesmos.

<sup>11</sup> Base: os que citaram TV como principal meio de informação sobre a Feira

<sup>12</sup> Base: os que citaram Internet como principal meio de informação sobre a Feira

## 2.2 - 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?

	NOV/07	NOV/09
<b>Ótima</b>	15%	<b>23%</b>
<b>Boa</b>	47%	<b>43%</b>
<b>Regular positiva</b>	17%	<b>12%</b>
<b>Regular negativa</b>	3%	<b>4%</b>
<b>Ruim</b>	7%	<b>8%</b>
<b>Péssima</b>	4%	<b>5%</b>
<b>NS/NR</b>	6%	<b>5%</b>
<b>TOTAL</b>	100%	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	332	<b>304</b>

TABELA AGREGADA

	NOV/07	NOV/09
<b>Positiva</b>	62%	<b>66%</b>
<b>Regular</b>	21%	<b>16%</b>
<b>Negativa</b>	12%	<b>13%</b>
<b>NS/NR</b>	6%	<b>5%</b>
<b>TOTAL</b>	100%	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	332	<b>304</b>

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Positiva</b>	69%	64%	71%	69%	60%	76%	44%	71%	61%	58%	68%	68%	66%
<b>Regular</b>	12%	18%	19%	18%	19%	9%	11%	14%	18%	18%	14%	19%	16%
<b>Negativa</b>	10%	15%	10%	8%	15%	14%	39%	11%	16%	23%	11%	10%	13%
<b>NS/NR</b>	9%	3%	-	6%	6%	2%	6%	4%	5%	1%	7%	3%	5%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	91	213	31	80	109	66	<b>18</b>	146	158	74	161	69	304

### 2.3 - SUGESTÕES PARA A COMUNICAÇÃO

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

	NOV/07	NOV/09
Maior divulgação por Outdoor/Busdoor	7%	11%
Aumentar divulgação pela televisão	14%	7%
Aumentar divulgação por Mala Direta/Folders	4%	7%
Aumentar o prazo de divulgação	9%	6%
Utilizar cartazes	-	5%
Divulgação em outros estados	2%	3%
Maior divulgação da feira em cidades do interior	-	3%
Aumentar a divulgação através do rádio <sup>13</sup>	3%	2%
Contato direto com os lojistas	1%	2%
Utilizar a mídia (s/especificar)	-	1%
Divulgação pela Internet	1%	1%
Utilizar centros de informações (rodoviária, aeroporto)	-	1%
Utilizar marketing para atingir público jovem	-	1%
Distribuir mais convites para os expositores	-	1%
Propagandas através de faixas	-	1%
Expandir a divulgação a todos meios de comunicação	8%	-
Divulgação mais clara/detalhada	2%	-
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%	4%
Não	55%	58%
NR	1%	1%
BASE <sup>14</sup>	332	304

<sup>13</sup> NOV/07 - Contato direto com lojistas/CDL

<sup>14</sup> Base: Percentuais fecham em mais de 100%, pois cada entrevistado poderia dar até duas respostas

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./ médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
Maior divulgação por Outdoor/Busdoor	7%	13%	16%	9%	11%	11%	17%	8%	14%	15%	9%	12%	11%
Aumentar divulgação pela televisão	7%	8%	3%	5%	6%	11%	17%	11%	4%	9%	4%	12%	7%
Aumentar divulgação por Mala Direta/Folders	2%	9%	16%	9%	6%	5%	-	6%	8%	8%	6%	7%	7%
Aumentar o prazo de divulgação	5%	6%	6%	6%	5%	2%	22%	5%	6%	7%	4%	9%	6%
Utilizar cartazes	3%	6%	3%	3%	7%	6%	-	5%	5%	5%	6%	3%	5%
Divulgação em outros estados	2%	4%	-	1%	5%	5%	6%	2%	4%	4%	4%	1%	3%
Maior divulgação da feira em cidades do interior	4%	2%	3%	3%	3%	2%	6%	-	5%	1%	4%	-	3%
Aumentar a divulgação através do rádio	8%	-	6%	1%	2%	2%	6%	2%	3%	3%	2%	3%	2%
Contato direto com os lojistas	1%	2%	-	3%	2%	-	6%	2%	1%	3%	2%	-	2%
Utilizar a mídia (s/especificar)	2%	1%	-	3%	2%	-	-	1%	1%	1%	1%	3%	1%
Divulgação pela Internet	1%	1%	3%	-	2%	-	-	1%	1%	1%	1%	-	1%
Utilizar centros de informações	1%	1%	3%	1%	-	2%	-	1%	1%	-	1%	1%	1%
Utilizar marketing para atingir público jovem	-	1%	3%	-	1%	-	-	1%	1%	-	1%	-	1%
Distribuir mais convites para os expositores	1%	0%	-	1%	1%	-	-	1%	1%	-	1%	1%	1%
Propagandas através de faixas	-	1%	-	-	1%	-	6%	1%	1%	-	1%	-	1%
Outros	3%	4%	3%	8%	3%	3%	-	3%	4%	7%	2%	6%	4%
Não	62%	56%	45%	59%	57%	65%	50%	63%	53%	49%	61%	58%	58%
NR	2%	1%	-	1%	2%	2%	-	1%	1%	1%	1%	1%	1%
BASE <sup>15</sup>	91	213	31	80	109	66	18	146	158	74	161	69	304

<sup>15</sup> Base: Percentuais fecham em mais de 100%, pois cada entrevistado poderia dar até duas respostas

### 3 - EXPECTATIVA E SATISFAÇÃO

#### 3.1 - EXPECTATIVA

Com relação à XX Feira de Artesanato, o(a) sr(a) diria que tinha uma expectativa:

	NOV/07	NOV/09
Muito alta	18%	19%
Alta	57%	57%
Regular	18%	18%
Baixa	5%	4%
Muito baixa	1%	1%
NS/NR	-	1%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>332</b>	<b>304</b>

TABELA AGREGADA

	NOV/07	NOV/09
Alta	76%	77%
Regular	18%	18%
Baixa	6%	4%
NS/NR	-	1%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>332</b>	<b>304</b>

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Alta</b>	71%	79%	90%	80%	73%	76%	61%	75%	78%	78%	74%	81%	77%
<b>Regular</b>	21%	16%	10%	14%	23%	17%	22%	19%	16%	16%	20%	13%	18%
<b>Baixa</b>	5%	4%	-	4%	3%	8%	11%	5%	3%	5%	3%	6%	4%
<b>NS/NR</b>	2%	1%	-	3%	1%	-	6%	1%	2%	-	2%	-	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>BASE</b>	<b>91</b>	<b>213</b>	<b>31</b>	<b>80</b>	<b>109</b>	<b>66</b>	<b>18</b>	<b>146</b>	<b>158</b>	<b>74</b>	<b>161</b>	<b>69</b>	<b>304</b>

### 3.2 - GRAU DE SATISFAÇÃO

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

	NOV/07	NOV/09
<b>Totalmente satisfeito</b>	5%	11%
<b>Satisfeito</b>	55%	45%
<b>Nem satisfeito nem insatisfeito</b>	24%	32%
<b>Insatisfeito</b>	15%	10%
<b>Muito insatisfeito</b>	1%	1%
<b>NS/NR</b>	1%	0%
<b>TOTAL</b>	100%	100%
<b>BASE</b>	332	304

TABELA AGREGADA

	NOV/07	NOV/09
<b>Satisfeito</b>	59%	56%
<b>Neutro</b>	24%	32%
<b>Insatisfeito</b>	17%	11%
<b>NS/NR</b>	1%	0%
<b>TOTAL</b>	100%	100%
<b>BASE</b>	332	304

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Satisfeito</b>	54%	57%	58%	51%	58%	59%	56%	58%	55%	46%	58%	62%	56%
<b>Neutro</b>	32%	32%	26%	40%	31%	29%	28%	35%	30%	32%	30%	36%	32%
<b>Insatisfeito</b>	14%	10%	16%	9%	10%	12%	17%	8%	15%	22%	11%	1%	11%
<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%
<b>BASE</b>	91	213	31	80	109	66	18	146	158	74	161	69	304

Cruzamento por expectativa

	Com relação à xx feira de artesanato, diria que tinha uma expectativa:				Total
	Alta	Regular	Baixa	NS/NR	
<b>Satisfeito</b>	59%	52%	23%	50%	56%
<b>Neutro</b>	32%	33%	31%	25%	32%
<b>Insatisfeito</b>	9%	15%	46%	-	11%
<b>NS/NR</b>	-	-	-	25%	0%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	233	54	13	4	304

### 3.3 - AVALIAÇÃO VERSUS EXPECTATIVA

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

	NOV/07	NOV/09
Acima de suas expectativas	5%	8%
Dentro de suas expectativas	44%	51%
Abaixo de suas expectativas	51%	39%
NS/NR	1%	1%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>332</b>	<b>304</b>

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
Acima de suas expectativas	7%	9%	-	11%	7%	9%	11%	8%	9%	11%	6%	12%	8%
Dentro de suas expectativas	49%	52%	52%	48%	50%	62%	39%	53%	50%	32%	53%	68%	51%
Abaixo de suas expectativas	42%	38%	45%	41%	41%	29%	50%	38%	41%	55%	40%	20%	39%
NS/NR	2%	0%	3%	-	2%	-	-	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>BASE</b>	<b>91</b>	<b>213</b>	<b>31</b>	<b>80</b>	<b>109</b>	<b>66</b>	<b>18</b>	<b>146</b>	<b>158</b>	<b>74</b>	<b>161</b>	<b>69</b>	<b>304</b>

Cruzamento por grau de satisfação

	E pensando em suas expectativas em relação à feira, diria que ela está:				Total
	Acima de suas expectativas	Dentro de suas expectativas	Abaixo de suas expectativas	NS/NR	
Satisfeito	92%	76%	24%	-	56%
Neutro	4%	21%	51%	100%	32%
Insatisfeito	-	3%	25%	-	11%
NS/NR	4%	-	-	-	0%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>25</b>	<b>156</b>	<b>120</b>	<b>3</b>	<b>304</b>

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

Por que a Feira ficou abaixo de suas expectativas?

	NOV/07	NOV/09
Redução das vendas/baixa procura	81%	83%
Localização do stand está fora da área de circulação pública	-	7%
Faltam novidades/variedades de produtos	1%	2%
Dificuldades para a compra com cartão Visa		1%
Excesso de produtos não artesanais/importados	3%	1%
Desorganização na montagem dos stand's		1%
Preço cobrado no estacionamento é caro		1%
Falta de logística na feira	1%	-
Layout dos stand's (estrutura, localização)	1%	-
Alto custo dos produtos	1%	-
NS/NR	12%	5%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>BASE<sup>16</sup></b>	<b>169</b>	<b>120</b>

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

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
Redução das vendas/baixa procura	84%	83%	93%	82%	78%	89%	89%	84%	83%	83%	86%	71%	83%
Localização do stand está fora da área de circulação pública	13%	4%	7%	6%	9%	-	11%	9%	5%	2%	6%	21%	7%
Faltam novidades/variedades de produtos	-	2%	-	3%	-	5%	-	2%	2%	5%	-	-	2%
Dificuldades para a compra com cartão Visa	-	1%	-	-	2%	-	-	-	2%	-	2%	-	1%
Excesso de produtos não artesanais/importados	3%	-	-	3%	-	-	-	-	2%	2%	-	-	1%
Desorganização na montagem dos stand's	-	1%	-	-	2%	-	-	2%	-	2%	-	-	1%
Preço cobrado no estacionamento é caro	-	1%	-	-	2%	-	-	-	2%	2%	-	-	1%
NS/NR	-	7%	-	6%	7%	5%	-	4%	6%	2%	6%	7%	5%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE<sup>17</sup></b>	38	82	14	33	45	19	9	56	64	41	65	14	120

<sup>17</sup> Base: entrevistados que avaliaram a Feira como abaixo da expectativa

#### 4 - AVALIAÇÃO DA XX FEIRA

##### 4.1 - AVALIAÇÃO GERAL

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

	NOV/07	NOV/09
Ótima	9%	11%
Boa	40%	46%
Regular positiva	25%	24%
Regular negativa	10%	7%
Ruim	8%	6%
Péssima	7%	4%
NS/NR	0%	2%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>332</b>	<b>304</b>

TABELA AGREGADA

	NOV/07	NOV/09
Positiva	49%	57%
Regular	35%	32%
Negativa	15%	10%
NS/NR	0%	2%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>332</b>	<b>304</b>

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
Positiva	59%	56%	61%	58%	58%	56%	44%	57%	57%	55%	55%	64%	57%
Regular	29%	33%	26%	34%	32%	30%	33%	32%	32%	32%	34%	25%	32%
Negativa	11%	9%	13%	8%	10%	9%	17%	10%	10%	11%	10%	9%	10%
NS/NR	1%	2%	-	1%	-	5%	6%	2%	1%	1%	1%	3%	2%
<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>BASE</b>	<b>91</b>	<b>213</b>	<b>31</b>	<b>80</b>	<b>109</b>	<b>66</b>	<b>18</b>	<b>146</b>	<b>158</b>	<b>74</b>	<b>161</b>	<b>69</b>	<b>304</b>

Cruzamento por expectativa

	Com relação à xx Feira de Artesanato, diria que tinha uma expectativa:				Total
	Alta	Regular	Baixa	NS/NR	
Positiva	60%	48%	38%	50%	57%
Regular	27%	46%	46%	50%	32%
Negativa	12%	6%	-	-	10%
NS/NR	1%	-	15%	-	2%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>233</b>	<b>54</b>	<b>13</b>	<b>4</b>	<b>304</b>

#### 4.2 - 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	Base	Total
<b>A organização da feira de artesanato de uma forma geral</b>	26%	49%	12%	5%	5%	2%	-	304	100%
<b>O deslocamento para a feira (distância/facilidade de chegar, etc.)</b>	27%	61%	6%	2%	2%	1%	0%	304	100%
<b>A estrutura da feira (as instalações/facilidades)</b>	35%	57%	5%	1%	2%	0%	-	304	100%
<b>O local do evento (Expominas)</b>	44%	54%	1%	-	0%	-	-	304	100%
<b>No estacionamento oferecido na feira</b>	14%	34%	7%	5%	10%	13%	18%	304	100%
<b>Na recepção da feira</b>	27%	54%	6%	2%	4%	4%	3%	304	100%
<b>Nas informações fornecidas por funcionários da feira</b>	28%	51%	10%	4%	3%	4%	1%	304	100%
<b>Na alimentação/praca de alimentação da feira</b>	11%	38%	17%	9%	12%	5%	7%	304	100%
<b>Na sinalização/placas indicativas presentes na feira</b>	25%	60%	7%	3%	4%	1%	0%	304	100%
<b>Na climatização (temperatura dos pavilhões da feira)</b>	21%	54%	8%	9%	4%	4%	-	304	100%
<b>Nos banheiros/instalações sanitárias da feira</b>	23%	45%	11%	7%	7%	7%	0%	304	100%
<b>Na estrutura de recebimento dos produtos/logística oferecida pela feira</b>	16%	54%	9%	5%	5%	4%	8%	304	100%
<b>No atendimento/suporte ao expositor fornecido pela feira</b>	21%	55%	8%	6%	4%	3%	3%	304	100%
<b>Na qualidade dos stands</b>	25%	61%	6%	4%	2%	1%	1%	304	100%
<b>A variedade de produtos oferecidos</b>	39%	49%	7%	3%	-	0%	2%	304	100%
<b>A qualidade dos produtos (acabamento, durabilidade)</b>	37%	52%	7%	1%	0%	-	3%	304	100%
<b>As condições de pagamento</b>	28%	56%	4%	1%	2%	1%	9%	304	100%
<b>As novidades/lançamentos de produtos</b>	28%	45%	14%	2%	3%	1%	7%	304	100%
<b>O preço dos produtos</b>	13%	53%	16%	3%	4%	1%	11%	304	100%

TABELA AGREGADA COMPARATIVA<sup>18</sup>

	Positiva		Regular		Negativa		NS/NR	
	NOV/07	NOV/09	NOV/07	NOV/09	NOV/07	NOV/09	NOV/07	NOV/09
A organização da feira de artesanato de uma forma geral	73%	<b>76%</b>	20%	<b>17%</b>	6%	<b>7%</b>	-	-
O deslocamento para a feira (distância/facilidade de chegar, etc.)	80%	<b>88%</b>	14%	<b>8%</b>	6%	<b>3%</b>	-	<b>0%</b>
A estrutura da feira (as instalações/facilidades)	86%	<b>92%</b>	12%	<b>6%</b>	2%	<b>2%</b>	-	-
O local do evento (Expominas)	95%	<b>98%</b>	4%	<b>1%</b>	1%	<b>0%</b>	0%	-
No estacionamento oferecido na feira	68%	<b>48%</b>	8%	<b>12%</b>	8%	<b>22%</b>	16%	<b>18%</b>
Na recepção da feira	85%	<b>81%</b>	10%	<b>8%</b>	2%	<b>8%</b>	3%	<b>3%</b>
Nas informações fornecidas por funcionários da feira	75%	<b>79%</b>	18%	<b>13%</b>	4%	<b>6%</b>	3%	<b>1%</b>
Na alimentação/praca de alimentação da feira	44%	<b>50%</b>	31%	<b>26%</b>	21%	<b>17%</b>	4%	<b>7%</b>
Na sinalização/placas indicativas presentes na feira	87%	<b>85%</b>	9%	<b>10%</b>	4%	<b>5%</b>	0%	<b>0%</b>
Na climatização (temperatura dos pavilhões da feira)	87%	<b>75%</b>	10%	<b>17%</b>	3%	<b>8%</b>	-	-
Nos banheiros/instalações sanitárias da feira	71%	<b>68%</b>	16%	<b>18%</b>	13%	<b>13%</b>	0%	<b>0%</b>
Na estrutura de recebimento dos produtos/logística oferecida pela feira	72%	<b>70%</b>	16%	<b>14%</b>	8%	<b>9%</b>	4%	<b>8%</b>
No atendimento/suporte ao expositor fornecido pela feira	75%	<b>77%</b>	18%	<b>13%</b>	6%	<b>7%</b>	1%	<b>3%</b>
Na qualidade dos stands	90%	<b>86%</b>	9%	<b>10%</b>	1%	<b>3%</b>	-	<b>1%</b>
A variedade de produtos oferecidos	87%	<b>88%</b>	11%	<b>10%</b>	2%	<b>0%</b>	0%	<b>2%</b>
A qualidade dos produtos (acabamento, durabilidade)	86%	<b>89%</b>	10%	<b>8%</b>	1%	<b>0%</b>	3%	<b>3%</b>
As condições de pagamento	70%	<b>84%</b>	15%	<b>5%</b>	6%	<b>2%</b>	9%	<b>9%</b>
As novidades/lançamentos de produtos	71%	<b>72%</b>	17%	<b>16%</b>	4%	<b>4%</b>	8%	<b>7%</b>
O preço dos produtos	55%	<b>66%</b>	30%	<b>19%</b>	8%	<b>5%</b>	7%	<b>11%</b>

<sup>18</sup> Base: NOV/07 - 332; NOV/09 - 304.  
TOTAL: 100%

#### 4.2.1 - ORGANIZAÇÃO DA FEIRA

Organização da Feira

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Positiva</b>	80%	74%	87%	66%	73%	88%	67%	80%	72%	70%	75%	84%	76%
<b>Regular</b>	14%	18%	10%	23%	22%	6%	17%	16%	18%	20%	17%	14%	17%
<b>Negativa</b>	5%	8%	3%	11%	5%	6%	17%	3%	11%	9%	9%	1%	7%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	91	213	31	80	109	66	18	146	158	74	161	69	304

#### 4.2.2 - DESLOCAMENTO PARA A FEIRA

Deslocamento para a Feira

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Positiva</b>	95%	86%	97%	84%	90%	88%	89%	91%	86%	84%	91%	87%	88%
<b>Regular</b>	3%	10%	3%	11%	9%	5%	11%	7%	9%	12%	6%	9%	8%
<b>Negativa</b>	2%	3%	-	5%	1%	6%	-	1%	4%	4%	2%	4%	3%
<b>NS/NR</b>	-	0%	-	-	-	2%	-	1%	-	-	1%	-	0%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	91	213	31	80	109	66	18	146	158	74	161	69	304

#### 4.2.3 - A ESTRUTURA DO EVENTO

A estrutura do evento

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Positiva</b>	91%	92%	94%	90%	92%	92%	94%	97%	87%	88%	92%	96%	92%
<b>Regular</b>	7%	6%	3%	6%	6%	8%	6%	3%	9%	8%	6%	4%	6%
<b>Negativa</b>	2%	2%	3%	4%	2%	-	-	1%	3%	4%	2%	-	2%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	91	213	31	80	109	66	18	146	158	74	161	69	304

#### 4.2.4 - O LOCAL DO EVENTO EXPOMINAS

O local do evento: Expominas

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Positiva</b>	98%	99%	97%	98%	99%	100%	94%	99%	97%	96%	99%	100%	98%
<b>Regular</b>	2%	1%	3%	3%	-	-	6%	1%	2%	4%	1%	-	1%
<b>Negativa</b>	-	0%	-	-	1%	-	-	-	1%	-	1%	-	0%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	91	213	31	80	109	66	18	146	158	74	161	69	304

#### 4.2.5 - ESTACIONAMENTO OFERECIDO NA FEIRA

Estacionamento oferecido na Feira

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Positiva</b>	56%	45%	58%	49%	46%	50%	39%	51%	46%	36%	53%	51%	48%
<b>Regular</b>	10%	12%	3%	11%	17%	3%	22%	11%	12%	14%	11%	12%	12%
<b>Negativa</b>	21%	23%	29%	25%	17%	24%	28%	18%	26%	34%	22%	12%	22%
<b>NS/NR</b>	13%	20%	10%	15%	20%	23%	11%	20%	16%	16%	15%	26%	18%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	91	213	31	80	109	66	18	146	158	74	161	69	304

#### 4.2.6 - RECEPÇÃO DA FEIRA

Recepção da Feira

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Positiva</b>	79%	81%	84%	81%	78%	85%	72%	85%	77%	73%	80%	90%	81%
<b>Regular</b>	12%	6%	13%	8%	9%	5%	6%	6%	9%	11%	9%	3%	8%
<b>Negativa</b>	7%	9%	3%	8%	9%	8%	17%	5%	11%	11%	8%	6%	8%
<b>NS/NR</b>	2%	4%	-	4%	4%	3%	6%	4%	3%	5%	3%	1%	3%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	91	213	31	80	109	66	18	146	158	74	161	69	304

#### 4.2.7 - INFORMAÇÕES FORNECIDAS POR FUNCIONÁRIOS DA FEIRA

Informações fornecidas por funcionários da Feira

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Positiva</b>	82%	77%	81%	78%	79%	85%	61%	86%	73%	73%	79%	86%	79%
<b>Regular</b>	12%	14%	13%	16%	13%	11%	17%	10%	16%	16%	12%	13%	13%
<b>Negativa</b>	4%	7%	6%	6%	6%	5%	17%	4%	8%	8%	8%	-	6%
<b>NS/NR</b>	1%	1%	-	-	3%	-	6%	-	3%	3%	1%	1%	1%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	91	213	31	80	109	66	18	146	158	74	161	69	304

#### 4.2.8 - ALIMENTAÇÃO/PRAÇA DE ALIMENTAÇÃO DA FEIRA

Alimentação/prança de alimentação da Feira

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Positiva</b>	52%	49%	52%	53%	48%	48%	50%	55%	44%	39%	54%	51%	50%
<b>Regular</b>	26%	25%	19%	21%	28%	27%	33%	22%	29%	26%	27%	23%	26%
<b>Negativa</b>	13%	19%	16%	23%	17%	17%	6%	15%	20%	24%	14%	17%	17%
<b>NS/NR</b>	9%	7%	13%	4%	7%	8%	11%	8%	7%	11%	5%	9%	7%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	91	213	31	80	109	66	18	146	158	74	161	69	304

#### 4.2.9 - SINALIZAÇÃO/PLACAS INDICATIVAS PRESENTES NA FEIRA

Sinalização/placas indicativas presentes na Feira

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Positiva</b>	82%	86%	87%	85%	82%	86%	94%	86%	84%	82%	86%	84%	85%
<b>Regular</b>	10%	9%	6%	9%	13%	8%	6%	8%	11%	14%	9%	7%	10%
<b>Negativa</b>	8%	4%	6%	6%	6%	5%	-	5%	5%	4%	5%	7%	5%
<b>NS/NR</b>	-	0%	-	-	-	2%	-	1%	-	-	-	1%	0%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	91	213	31	80	109	66	18	146	158	74	161	69	304

#### 4.2.10 - CLIMATIZAÇÃO (TEMPERATURA DOS PAVILHÕES DA FEIRA)

Climatização (temperatura dos pavilhões da Feira)

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Positiva</b>	77%	74%	74%	71%	75%	82%	67%	82%	69%	64%	75%	87%	75%
<b>Regular</b>	14%	18%	26%	15%	17%	11%	33%	13%	20%	27%	16%	9%	17%
<b>Negativa</b>	9%	8%	-	14%	8%	8%	-	5%	11%	9%	9%	4%	8%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	91	213	31	80	109	66	18	146	158	74	161	69	304

#### 4.2.11 - BANHEIROS/INSTALAÇÕES SANITÁRIAS DA FEIRA

Banheiros/instalações sanitárias da Feira

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Positiva</b>	77%	64%	55%	65%	73%	70%	67%	72%	65%	57%	68%	80%	68%
<b>Regular</b>	14%	20%	32%	19%	17%	15%	11%	16%	20%	20%	19%	14%	18%
<b>Negativa</b>	9%	15%	13%	15%	10%	15%	22%	12%	15%	23%	12%	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%
<b>BASE</b>	91	213	31	80	109	66	18	146	158	74	161	69	304

#### 4.2.12 - ESTRUTURA DE RECEBIMENTO DOS PRODUTOS/LOJÍSTICA OFERECIDA PELA FEIRA

Estrutura de recebimento dos produtos/lojística oferecida pela feira

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Positiva</b>	70%	70%	68%	68%	71%	74%	67%	77%	63%	57%	71%	83%	70%
<b>Regular</b>	12%	15%	13%	14%	16%	9%	22%	10%	18%	16%	16%	7%	14%
<b>Negativa</b>	8%	9%	10%	8%	7%	11%	11%	8%	9%	12%	8%	6%	9%
<b>NS/NR</b>	10%	7%	10%	11%	6%	6%	-	5%	9%	15%	6%	4%	8%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	91	213	31	80	109	66	18	146	158	74	161	69	304

#### 4.2.13 - ATENDIMENTO/SUPORTE AO EXPOSITOR FORNECIDO PELA FEIRA

Atendimento/Suporte ao expositor fornecido pela Feira

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Positiva</b>	76%	77%	77%	75%	75%	80%	78%	86%	68%	66%	76%	90%	77%
<b>Regular</b>	12%	14%	13%	15%	13%	15%	6%	9%	18%	22%	12%	7%	13%
<b>Negativa</b>	11%	6%	3%	9%	11%	-	11%	3%	11%	11%	9%	-	7%
<b>NS/NR</b>	1%	3%	6%	1%	1%	5%	6%	3%	3%	1%	3%	3%	3%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	91	213	31	80	109	66	18	146	158	74	161	69	304

#### 4.2.14 - QUALIDADE DOS STANDS

Qualidade dos stands

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Positiva</b>	88%	85%	84%	83%	86%	89%	89%	89%	83%	78%	89%	87%	86%
<b>Regular</b>	7%	11%	6%	14%	10%	9%	-	5%	15%	16%	7%	9%	10%
<b>Negativa</b>	4%	3%	6%	4%	4%	-	6%	4%	3%	5%	2%	3%	3%
<b>NS/NR</b>	1%	1%	3%	-	-	2%	6%	2%	-	-	1%	1%	1%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	91	213	31	80	109	66	18	146	158	74	161	69	304

#### 4.2.15 - VARIEDADE DE PRODUTOS OFERECIDOS

Variedade de produtos oferecidos

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Positiva</b>	88%	87%	81%	90%	89%	85%	89%	90%	85%	84%	87%	93%	88%
<b>Regular</b>	8%	11%	16%	9%	7%	14%	6%	8%	12%	12%	11%	6%	10%
<b>Negativa</b>	1%	-	-	-	1%	-	-	-	1%	1%	-	-	0%
<b>NS/NR</b>	3%	2%	3%	1%	3%	2%	6%	3%	2%	3%	2%	1%	2%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	91	213	31	80	109	66	18	146	158	74	161	69	304

#### 4.2.16 - QUALIDADE DOS PRODUTOS

Qualidade dos produtos

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Positiva</b>	92%	87%	84%	91%	89%	89%	83%	90%	87%	81%	91%	93%	89%
<b>Regular</b>	1%	11%	10%	8%	6%	9%	11%	6%	9%	15%	6%	4%	8%
<b>Negativa</b>	1%	-	-	-	1%	-	-	-	1%	1%	-	-	0%
<b>NS/NR</b>	5%	2%	6%	1%	4%	2%	6%	3%	3%	3%	3%	3%	3%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	91	213	31	80	109	66	18	146	158	74	161	69	304

#### 4.2.17 - CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

Condições de pagamento

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Positiva</b>	77%	87%	90%	86%	84%	83%	61%	86%	82%	77%	83%	93%	84%
<b>Regular</b>	3%	6%	-	3%	6%	6%	17%	5%	5%	8%	5%	1%	5%
<b>Negativa</b>	3%	2%	-	5%	1%	3%	-	1%	3%	4%	2%	-	2%
<b>NS/NR</b>	16%	6%	10%	6%	9%	8%	22%	8%	9%	11%	9%	6%	9%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	91	213	31	80	109	66	18	146	158	74	161	69	304

#### 4.2.18 - NOVIDADES/LANÇAMENTOS DE PRODUTOS

Novidades/lançamentos de produtos

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Positiva</b>	69%	74%	74%	70%	73%	77%	56%	75%	70%	66%	72%	80%	72%
<b>Regular</b>	16%	16%	13%	18%	17%	15%	17%	15%	17%	15%	19%	10%	16%
<b>Negativa</b>	3%	5%	10%	8%	2%	3%	-	1%	7%	9%	2%	3%	4%
<b>NS/NR</b>	11%	6%	3%	5%	8%	5%	28%	8%	6%	9%	6%	7%	7%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	91	213	31	80	109	66	18	146	158	74	161	69	304

#### 4.2.19 - PREÇO DOS PRODUTOS

Preço dos produtos

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Positiva</b>	65%	66%	68%	60%	65%	74%	61%	69%	63%	58%	66%	74%	66%
<b>Regular</b>	14%	21%	26%	23%	19%	14%	6%	14%	23%	26%	17%	14%	19%
<b>Negativa</b>	3%	6%	3%	10%	4%	3%	-	4%	6%	5%	6%	3%	5%
<b>NS/NR</b>	18%	8%	3%	8%	12%	9%	33%	12%	9%	11%	11%	9%	11%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	91	213	31	80	109	66	18	146	158	74	161	69	304

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

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

	NOV/07	NOV/09
<b>ORGANIZAÇÃO/INFRA-ESTRUTURA</b>	<b>28%</b>	<b>34%</b>
Espaço físico da feira	11%	16%
Layout dos stand's	3%	8%
Oganização do evento	7%	4%
A localização do evento	2%	2%
Divulgação do evento	-	2%
A segurança	-	1%
O ambiente de temperatura agradável, claro	-	0%
Estrutura	4%	-
Tranqüilidade do ambiente	1%	-
Estacionamento	0%	-
<b>DIVERSIDADE/VARIEDADE DE PRODUTOS</b>	<b>31%</b>	<b>23%</b>
<b>PUBLICO NUMEROSO/VARIADO</b>	<b>8%</b>	<b>10%</b>
<b>INTEGRAÇÃO CULTURAL</b>	<b>7%</b>	<b>7%</b>
<b>INTEGRAÇÃO COM LOJISTAS/ARTISTAS</b>	<b>2%</b>	<b>5%</b>
<b>QUALIDADE DOS PRODUTOS</b>	<b>4%</b>	<b>3%</b>
<b>INOVAÇÕES DOS PRODUTOS</b>		<b>1%</b>
<b>SIMPATIA DOS MINEIROS</b>		<b>1%</b>
<b>EDUCAÇÃO DOS EXPOSITORES</b>	<b>2%</b>	<b>-</b>
<b>TUDO</b>	<b>1%</b>	<b>-</b>
<b>NADA</b>	<b>-</b>	<b>1%</b>
<b>NS/NR</b>	<b>16%</b>	<b>16%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>332</b>	<b>304</b>

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Organização/Infra-estrutura</b>	40%	31%	42%	34%	29%	42%	17%	36%	32%	36%	30%	41%	34%
<b>Diversidade/variedade de produtos</b>	25%	23%	32%	20%	26%	20%	22%	21%	25%	24%	23%	23%	23%
<b>Público numeroso/variado</b>	10%	9%	6%	10%	12%	6%	11%	8%	11%	9%	11%	6%	10%
<b>Integração cultural</b>	4%	8%	6%	10%	5%	6%	11%	8%	6%	11%	6%	4%	7%
<b>Integração com lojistas/artistas</b>	3%	6%	6%	6%	4%	3%	11%	5%	5%	4%	7%	1%	5%
<b>Qualidade dos produtos</b>	3%	3%	-	8%	1%	3%	-	3%	3%	1%	4%	1%	3%
<b>Inovações dos produtos</b>	1%	1%	-	1%	2%	-	-	1%	1%	1%	1%	-	1%
<b>Simpatia dos mineiros</b>	2%	0%	-	-	2%	-	6%	1%	1%	-	2%	-	1%
<b>Nada</b>	-	1%	-	1%	-	2%	-	-	1%	3%	-	-	1%
<b>NS/NR</b>	11%	18%	6%	10%	20%	18%	22%	18%	13%	9%	16%	23%	16%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	91	213	31	80	109	66	18	146	158	74	161	69	304

#### 4.4 - O QUE DEVE MELHORAR

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

	NOV/07	NOV/09
<b>ORGANIZAÇÃO/INFRA-ESTRUTURA</b>	<b>50%</b>	<b>45%</b>
Estacionamento (Preço/falta infra-estrutura)	4%	10%
Melhorar qualidade dos banheiros	7%	6%
Layout dos stand's	4%	4%
Informações deficientes/funcionários despreparados	16%	4%
Estoque desorganizado	-	4%
O preço dos stands são caros	-	3%
A climatização do ambiente (muito quente)	-	3%
Falta de divulgação do evento	-	2%
Má organização dos responsáveis pelo evento	-	2%
Cobrança de entrada	-	1%
Melhorar a higiene/limpeza	-	1%
Localização dos ícones	-	1%
Má localização do local do evento <sup>19</sup>	0%	1%
Falta de organização na montagem de stands	-	1%
Melhorar sinalização <sup>20</sup>	1%	1%
Poucos dias de feira	-	1%
Falta de shows populares	-	0%
Oferecer Banco 24 horas	12%	-
Horários curtos/reduzidos	3%	-
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%	-
Outras com menos de 0,5% de citação	2%	2%

(Continua)

<sup>19</sup> NOV/07 - Localização da feira

<sup>20</sup> NOV/07 - Melhorar segurança/sinalização,

	NOV/07	NOV/09
PRAÇA DE ALIMENTAÇÃO (QUALIDADE, VARIEDADE, PREÇO, ETC)	12%	8%
PREÇO/CONDIÇÕES DE PAGAMENTO DOS PRODUTOS	5%	7%
DIMINUIR OS PRODUTOS INDUSTRIALIZADOS	-	5%
DESORGANIZAÇÃO DA ADMINISTRADORA DO CARTÃO DE CRÉDITO	-	4%
POUCO PÚBLICO/VOLUME DE NEGÓCIOS	-	2%
POUCA VARIEDADE DE PRODUTOS	9%	1%
OUTROS COM MENOS DE 0,5% DE CITAÇÃO	1%	2%
NADA	7%	6%
NS/NR	16%	20%
TOTAL	100%	100%
BASE	332	304

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
Organização/Infra-estrutura	49%	43%	45%	36%	46%	48%	61%	47%	42%	55%	44%	35%	45%
Praça de alimentação	4%	9%	6%	11%	10%	2%	6%	6%	9%	11%	6%	9%	8%
Preço	8%	7%	3%	11%	8%	3%	6%	8%	6%	5%	7%	10%	7%
Diminuir os produtos industrializados	8%	4%	6%	4%	7%	3%	6%	5%	6%	7%	5%	4%	5%
Desorganização da admini.do cartão de crédito	4%	4%	10%	6%	2%	3%	6%	1%	8%	5%	5%	1%	4%
Pouco público/volume de negócios	-	3%	-	1%	3%	5%	-	1%	3%	3%	2%	1%	2%
Pouca variedade de produtos	2%	-	-	1%	1%	-	-	1%	1%	-	1%	1%	1%
Outros com menos de 0,5% de citação	1%	2%	3%	-	2%	5%	-	2%	2%	4%	1%	3%	2%
Nada	7%	5%	3%	10%	2%	9%	-	8%	3%	4%	6%	7%	6%
NS/NR	16%	22%	23%	19%	19%	23%	17%	21%	20%	5%	24%	28%	20%
<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>BASE</b>	<b>91</b>	<b>213</b>	<b>31</b>	<b>80</b>	<b>109</b>	<b>66</b>	<b>18</b>	<b>146</b>	<b>158</b>	<b>74</b>	<b>161</b>	<b>69</b>	<b>304</b>

#### 4.5 - SERVIÇO A SER OFERECIDO

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

	NOV/07	NOV/09
Banco 24h	45%	20%
Restaurante com mais variedade	6%	8%
Estacionamento mais acessível/fácil acesso	1%	6%
Convênio de alimentação para expositores		3%
Guarda volume/depósito	1%	2%
Transportadora		2%
Mais assentos para visitantes		2%
Melhoria na qualidade dos banheiros	1%	2%
Pagamentos realizados com cartões	2%	2%
Layout dos stands (estrutura, organização, limpeza, etc)	1%	2%
Internet	2%	1%
Traslados para a feira (aeroporto, rodoviária e hotéis)	1%	1%
Ter rádio feira/música ambiente		1%
Guichê de informações		1%
Melhoria na sinalização (stand's, produtos)	3%	1%
Stand para embalar as mercadorias		1%
Investir em seminários/cursos para expositores	2%	-
Redução do aluguel do stand	1%	-
Limpeza constante nos stands	1%	-
Ingressos gratuitos para o evento	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%	4%
Nenhum serviço	16%	32%
NS/NR	10%	11%
TOTAL	100%	100%
BASE	332	304

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
Banco 24h	20%	20%	32%	15%	21%	21%	6%	21%	19%	22%	21%	14%	20%
Restaurante com mais variedade	10%	7%	6%	9%	9%	6%	6%	6%	9%	14%	6%	7%	8%
Estacionamento mais acessível	1%	8%	16%	6%	3%	3%	17%	5%	7%	7%	6%	6%	6%
Convênio de alimentação para expositores	3%	3%	-	4%	2%	6%	-	2%	4%	4%	1%	6%	3%
Guarda volume/depósito	-	3%	-	4%	1%	3%	6%	3%	2%	1%	2%	3%	2%
Transportadora	1%	2%	-	1%	2%	3%	6%	3%	1%	-	3%	1%	2%
Mais assentos para visitantes	2%	2%	-	3%	4%	-	-	1%	3%	4%	2%	-	2%
Melhoria na qualidade dos banheiros	2%	2%	-	4%	1%	-	11%	2%	2%	1%	2%	3%	2%
Pagamentos realizados com cartões	2%	1%	3%	3%	-	3%	-	2%	1%	4%	1%	-	2%
Layout dos stands	2%	1%	-	1%	4%	-	-	3%	1%	-	2%	3%	2%
Internet	2%	1%	3%	4%	-	-	-	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Traslados para a feira	-	1%	-	-	1%	3%	-	1%	1%	-	2%	-	1%
Ter rádio feira/música ambiente	2%	0%	-	-	2%	-	6%	-	2%	1%	1%	-	1%
Guichê de informações	-	1%	-	-	1%	2%	-	1%	1%	3%	-	-	1%
Melhoria na sinalização	1%	0%	3%	1%	-	-	-	1%	1%	-	1%	-	1%
Stand para embalar as mercadorias	1%	0%	-	1%	1%	-	-	-	1%	1%	1%	-	1%
Outros com menos de 0,5% de citação	2%	5%	-	9%	3%	3%	-	3%	5%	3%	3%	7%	4%
Nenhum serviço	35%	31%	26%	30%	33%	33%	39%	35%	29%	16%	37%	38%	32%
NS/NR	12%	10%	10%	6%	14%	14%	6%	11%	11%	18%	8%	10%	11%
<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>BASE</b>	<b>91</b>	<b>213</b>	<b>31</b>	<b>80</b>	<b>109</b>	<b>66</b>	<b>18</b>	<b>146</b>	<b>158</b>	<b>74</b>	<b>161</b>	<b>69</b>	<b>304</b>

## 5 - INTENÇÃO DE RETORNO

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

	NOV/07	NOV/09
<b>Sim</b>	64%	59%
<b>Não</b>	11%	11%
<b>Talvez</b>	25%	26%
<b>NR</b>	0%	5%
<b>TOTAL</b>	100%	100%
<b>BASE</b>	332	304

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Sim</b>	66%	56%	55%	54%	59%	73%	39%	64%	54%	53%	58%	68%	59%
<b>Não</b>	10%	11%	6%	5%	14%	11%	22%	8%	13%	16%	11%	3%	11%
<b>Talvez</b>	19%	29%	39%	34%	23%	14%	28%	23%	28%	23%	26%	28%	26%
<b>NR</b>	5%	5%	-	8%	5%	3%	11%	5%	4%	8%	5%	1%	5%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	91	213	31	80	109	66	18	146	158	74	161	69	304

Cruzamento por grau de satisfação

	No ano que vem pretende voltar a esta feira?				Total
	Sim	Não	Talvez	NR	
<b>Satisfeito</b>	74%	28%	29%	47%	56%
<b>Neutro</b>	22%	22%	60%	33%	32%
<b>Insatisfeito</b>	4%	50%	10%	20%	11%
<b>NS/NR</b>	1%	-	-	-	0%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	179	32	78	15	304

## 6 - VENDAS REALIZADAS

### 6.1 - PRODUTOS OFERECIDOS

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

	NOV/07	NOV/09 <sup>21</sup>
<b>ROUPAS</b>	<b>41%</b>	<b>71%</b>
Mesa, Cozinha	19%	24%
Roupas	33%	22%
Cama, Quarto	14%	14%
Banho	5%	6%
Cortinas, Capas	2%	3%
Enxoval para bebê	1%	1%
<b>ARTIGOS PARA DECORAÇÃO</b>	<b>38%</b>	<b>67%</b>
Arranjos, adornos	20%	30%
Quadros, painéis, placas	12%	11%
Animais	6%	9%
Maquetes, esculturas, miniaturas	6%	9%
Iluminação	8%	8%
<b>ARTIGOS UTILITARIOS</b>	<b>29%</b>	<b>65%</b>
Uso pessoal	19%	31%
Cozinha	5%	13%
Mesa	8%	9%
Sala	3%	8%
Banho	2%	4%

	NOV/07	NOV/09
<b>BIJUTERIAS, JOIAS</b>	<b>13%</b>	<b>36%</b>
<b>ARTIGOS RELIGIOSOS, MISTICOS</b>	<b>13%</b>	<b>23%</b>
Artigos religiosos	8%	13%
Decoração de Natal	5%	5%
Artigos místicos	3%	4%
<b>PRODUTOS GASTRONÔMICOS</b>	<b>3%</b>	<b>17%</b>
<b>BRINQUEDOS, JOGOS</b>	<b>15%</b>	<b>12%</b>
<b>PAPELARIA</b>	<b>3%</b>	<b>10%</b>
<b>BEBIDAS</b>	<b>2%</b>	<b>6%</b>
<b>COSMÉTICOS</b>	<b>1%</b>	<b>6%</b>
<b>TAPETES</b>	<b>6%</b>	<b>5%</b>
<b>CALÇADO</b>	<b>3%</b>	<b>5%</b>
<b>MÓVEIS</b>	<b>3%</b>	<b>5%</b>
<b>INSTRUMENTOS MUSICAIS</b>	<b>-</b>	<b>0%</b>
<b>ARMAMENTO</b>	<b>-</b>	<b>0%</b>
<b>NR</b>	<b>0%</b>	<b>-</b>
<b>BASE</b>	<b>332</b>	<b>304</b>

<sup>21</sup> Base: Percentuais fecham em mais de 100%, pois cada entrevistado poderia dar mais de uma resposta

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
Roupas	43%	83%	74%	43%	80%	89%	67%	79%	63%	91%	63%	68%	71%
Artigos para decoração	85%	60%	45%	85%	60%	65%	78%	67%	67%	59%	71%	65%	67%
Artigos utilitários	53%	70%	65%	70%	58%	64%	94%	62%	68%	64%	65%	68%	65%
Bijuterias, jóias	26%	40%	48%	45%	39%	14%	39%	30%	42%	32%	39%	33%	36%
Artigos religiosos, místicos	26%	21%	3%	18%	21%	33%	50%	19%	26%	28%	21%	20%	23%
Produtos gastronômicos	24%	15%	45%	14%	17%	15%	-	14%	20%	14%	20%	14%	17%
Brinquedos, jogos	11%	12%	13%	16%	9%	9%	11%	11%	12%	7%	12%	14%	12%
Papelaria	4%	12%	6%	8%	8%	12%	22%	12%	8%	5%	12%	9%	10%
Bebidas	9%	5%	10%	3%	3%	15%	-	7%	5%	5%	5%	9%	6%
Cosméticos	7%	5%	10%	5%	7%	3%	-	6%	5%	9%	5%	3%	6%
Tapetes	2%	7%	-	9%	6%	5%	-	8%	3%	4%	4%	9%	5%
Calçado	9%	3%	10%	6%	6%	2%	-	8%	2%	1%	4%	10%	5%
Móveis	7%	4%	6%	10%	1%	3%	11%	5%	5%	5%	6%	3%	5%
Instrumentos musicais	1%	-	-	-	-	-	6%	1%	-	-	1%	-	0%
Armamento	-	0%	3%	-	-	-	-	-	1%	1%	-	-	0%
<b>BASE<sup>22</sup></b>	<b>91</b>	<b>213</b>	<b>31</b>	<b>80</b>	<b>109</b>	<b>66</b>	<b>18</b>	<b>146</b>	<b>158</b>	<b>74</b>	<b>161</b>	<b>69</b>	<b>304</b>

<sup>22</sup> Base: Percentuais fecham em mais de 100%, pois cada entrevistado poderia dar mais de uma resposta

## 6.2 - PRODUTOS MAIS VENDIDOS

Que tipo de produto o(a) sr(a) vendeu/espera vender em maior volume na XX Feira de Artesanato? E em segundo lugar? E em terceiro?...

	NOV/07	NOV/09 <sup>23</sup>
<b>ROUPAS</b>	<b>34%</b>	<b>49%</b>
Roupas	21%	18%
Mesa, Cozinha	13%	15%
Cortinas, Capas	2%	2%
Cama, Quarto	10%	10%
Banho	3%	2%
Enxoval para bebê	1%	1%
<b>ARTIGOS UTILITARIOS</b>	<b>20%</b>	<b>45%</b>
Cozinha	4%	11%
Mesa	6%	7%
Banho	2%	3%
Sala	3%	6%
Uso pessoal	8%	20%
<b>ARTIGOS PARA DECORAÇÃO</b>	<b>27%</b>	<b>44%</b>
Iluminação	4%	4%
Arranjos, adornos	11%	20%
Quadros, painéis, placas	8%	8%
Animais	4%	4%
Maquetes, esculturas, miniaturas	4%	8%

	NOV/07	NOV/09
<b>BIJUTERIAS, JOIAS</b>	<b>11%</b>	<b>27%</b>
<b>PRODUTOS GASTRONÔMICOS</b>	<b>2%</b>	<b>14%</b>
<b>ARTIGOS RELIGIOSOS, MISTICOS</b>	<b>9%</b>	<b>14%</b>
Artigos religiosos	4%	9%
Decoração de Natal	3%	3%
Artigos místicos	2%	3%
<b>BRINQUEDOS, JOGOS</b>		<b>10%</b>
<b>PAPELARIA</b>	<b>3%</b>	<b>7%</b>
<b>TAPETES</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>
<b>CALÇADO</b>	<b>2%</b>	<b>5%</b>
<b>BEBIDAS</b>	<b>2%</b>	<b>4%</b>
<b>COSMÉTICOS</b>	<b>1%</b>	<b>4%</b>
<b>MÓVEIS</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>
<b>INSTRUMENTOS MUSICAIS</b>	-	<b>0%</b>
<b>ARMAMENTO</b>	-	<b>0%</b>
<b>NS</b>	<b>2%</b>	<b>1%</b>
<b>BASE</b>	<b>332</b>	<b>304</b>

<sup>23</sup> Base: Percentuais fecham em mais de 100%, pois cada entrevistado poderia dar mais de uma resposta

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Roupas</b>	32%	56%	52%	31%	53%	62%	50%	58%	41%	58%	46%	46%	49%
<b>Artigos utilitários</b>	34%	50%	52%	44%	46%	41%	56%	45%	46%	50%	47%	36%	45%
<b>Artigos para decoração</b>	55%	40%	29%	56%	38%	36%	89%	45%	44%	46%	44%	43%	44%
<b>Bijuterias, jóias</b>	23%	28%	23%	31%	29%	17%	33%	24%	29%	30%	25%	26%	27%
<b>Produtos gastronômicos</b>	23%	11%	29%	13%	15%	14%	-	12%	17%	15%	16%	12%	14%
<b>Artigos religiosos, místicos</b>	15%	14%	-	15%	12%	23%	22%	15%	14%	12%	16%	13%	14%
<b>Brinquedos, jogos</b>	9%	10%	10%	14%	7%	6%	22%	8%	11%	9%	10%	10%	10%
<b>Papelaria</b>	4%	8%	3%	4%	7%	11%	6%	9%	4%	5%	7%	6%	7%
<b>Tapetes</b>	2%	6%	-	8%	6%	3%	-	8%	3%	4%	4%	9%	5%
<b>Calçado</b>	9%	3%	10%	8%	4%	2%	-	8%	2%	1%	4%	9%	5%
<b>Bebidas</b>	9%	1%	6%	1%	2%	9%	-	5%	3%	-	3%	9%	4%
<b>Cosméticos</b>	5%	3%	10%	3%	5%	3%	-	5%	3%	5%	4%	3%	4%
<b>Móveis</b>	5%	2%	6%	6%	1%	2%	6%	3%	3%	3%	4%	1%	3%
<b>Instrumentos musicais</b>	1%	-	-	-	-	-	6%	1%	-	-	1%	-	0%
<b>Armamento</b>	-	0%	3%	-	-	-	-	-	1%	1%	-	-	0%
<b>NS</b>	1%	1%	-	1%	2%	-	-	1%	1%	1%	1%	-	1%
<b>BASE<sup>24</sup></b>	91	213	31	80	109	66	18	146	158	74	161	69	304

<sup>24</sup> Base: Percentuais fecham em mais de 100%, pois cada entrevistado poderia dar mais de uma resposta

### 6.3 - FATURAMENTO DURANTE A FEIRA

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

Até 2.000,00	8%
De 2.001,00 a 4.000,00	11%
De 4.001,00 a 6.000,00	15%
De 6.001,00 a 8.000,00	5%
De 8.001,00 a 10.000,00	11%
De 10.001,00 a 20.000,00	22%
De 20.001,00 a 30.000,00	5%
De 30.001,00 a 50.000,00	6%
Acima de 50.001,00	3%
NS/NR	14%
TOTAL	100%
BASE	304
<b>MÉDIA - FATURAMENTO</b>	<b>15.852,10</b>
LIMITE INFERIOR	13.110,25
LIMITE SUPERIOR	18.593,95
Casos Válidos	n=262
<b>MÉDIA APARADA</b>	<b>13.030,99</b>
Casos válidos	n=242

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Até 2.000,00</b>	8%	8%	13%	9%	6%	9%	11%	9%	8%	8%	9%	7%	8%
<b>De 2.001,00 a 4.000,00</b>	10%	11%	6%	15%	9%	6%	22%	12%	9%	11%	6%	20%	11%
<b>De 4.001,00 a 6.000,00</b>	19%	13%	16%	14%	15%	15%	17%	16%	13%	12%	13%	22%	15%
<b>De 6.001,00 a 8.000,00</b>	5%	5%	6%	4%	6%	5%	11%	5%	5%	3%	7%	3%	5%
<b>De 8.001,00 a 10.000,00</b>	8%	12%	16%	18%	9%	6%	-	10%	11%	5%	13%	12%	11%
<b>De 10.001,00 a 20.000,00</b>	24%	21%	23%	15%	31%	20%	6%	21%	23%	24%	27%	7%	22%
<b>De 20.001,00 a 30.000,00</b>	4%	6%	-	8%	5%	6%	6%	4%	6%	9%	5%	1%	5%
<b>De 30.001,00 a 50.000,00</b>	10%	4%	13%	8%	4%	6%	-	6%	6%	11%	4%	6%	6%
<b>Acima de 50.001,00</b>	4%	3%	3%	3%	3%	5%	6%	1%	5%	7%	2%	3%	3%
<b>NS/NR</b>	8%	16%	3%	9%	14%	23%	22%	15%	13%	9%	14%	19%	14%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	91	213	31	80	109	66	18	146	158	74	161	69	304
<b>MÉDIA FATURAMENTO</b>	16521,43	15536,24	15600,00	14500,00	15752,13	19549,02	10646,43	12641,13	18737,32	20741,79	14273,74	13919,64	15852,10
<b>MÉDIA APARADA</b>	14185,90	12481,71	14068,97	13154,41	12792,13	13866,67	8045,45	12324,79	13692,00	16950,00	12453,85	9951,92	13030,99

## 6.4 - FORMAS DE RECEBIMENTO

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

	NOV/07	NOV/09
Dinheiro	59%	53%
Cartão de crédito <sup>25</sup>	23%	40%
Cheque pré-datado	11%	4%
Cheque à vista	6%	2%
Crediário/financiamento	0%	-
NR	1%	1%
TOTAL	100%	100%
BASE	332	304

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
Dinheiro	54%	53%	55%	58%	50%	52%	61%	55%	51%	30%	57%	70%	53%
Cartão de crédito	37%	41%	42%	29%	45%	45%	33%	39%	41%	59%	37%	26%	40%
Cheque pré-datado	4%	4%	3%	8%	4%	2%	-	2%	6%	7%	3%	3%	4%
Cheque à vista	4%	1%	-	6%	1%	2%	-	3%	2%	3%	2%	1%	2%
NR	-	1%	-	-	1%	-	6%	1%	1%	1%	1%	-	1%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE	91	213	31	80	109	66	18	146	158	74	161	69	304

<sup>25</sup> NOV/07 - Cartões de credito/debito

#### IV - CIRCUNSTÂNCIAS DA PERMANÊNCIA EM BH (NÃO RESIDENTES EM BH)

##### 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?

	NOV/07	NOV/09
<b>Carro</b>	52%	54%
<b>Ônibus<sup>26</sup></b>	30%	24%
<b>Avião</b>	14%	20%
<b>Caminhão</b>	-	2%
<b>Caminhão da Prefeitura</b>	2%	-
<b>Outros meios</b>	0%	1%
<b>TOTAL</b>		100%
<b>BASE<sup>27</sup></b>		198

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Carro</b>	61%	50%	64%	52%	53%	51%	60%	47%	59%	62%	56%	40%	54%
<b>Ônibus</b>	14%	28%	21%	22%	23%	29%	10%	31%	17%	7%	25%	38%	24%
<b>Avião</b>	23%	19%	14%	22%	22%	18%	20%	19%	21%	27%	17%	21%	20%
<b>Caminhão</b>	-	2%	-	2%	1%	-	10%	2%	1%	2%	1%	2%	2%
<b>Outros meios</b>	2%	1%	-	2%	-	2%	-	1%	1%	2%	1%	-	1%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	64	134	14	50	73	51	10	95	103	45	105	48	198

<sup>26</sup> NOV/07 - Ônibus/Van

<sup>27</sup> Base: entrevistados que não residem em BH

## 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	11%
Três dias	1%
Quatro dias	1%
De seis a sete dias	51%
Oito dias	21%
Novo dias ou mais	15%
NR	1%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
<b>BASE<sup>28</sup></b>	<b>198</b>
<b>MEDIA - PERMANÊNCIA</b>	<b>6,95</b>
<b>LIMITE INFERIOR</b>	<b>6,46</b>
<b>LIMITE SUPERIOR</b>	<b>7,44</b>
<b>Casos Válidos</b>	<b>n=196</b>

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
Um dia	8%	13%	29%	10%	5%	14%	20%	12%	11%	11%	11%	10%	11%
Três dias	2%	1%	-	-	1%	2%	-	1%	1%	-	1%	2%	1%
Quatro dias	2%	1%	-	2%	-	2%	-	-	2%	4%	-	-	1%
De seis a sete dias	61%	46%	36%	66%	51%	39%	50%	56%	46%	47%	48%	60%	51%
Oito dias	19%	22%	14%	8%	26%	27%	20%	17%	24%	18%	24%	17%	21%
Novo dias ou mais	9%	17%	21%	14%	14%	16%	10%	14%	16%	20%	14%	10%	15%
NR	-	1%	-	-	3%	-	-	1%	1%	-	2%	-	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>BASE</b>	<b>64</b>	<b>134</b>	<b>14</b>	<b>50</b>	<b>73</b>	<b>51</b>	<b>10</b>	<b>95</b>	<b>103</b>	<b>45</b>	<b>105</b>	<b>48</b>	<b>198</b>
<b>MEDIA - PERMANÊNCIA</b>	<b>6,64</b>	<b>7,11</b>	<b>5,93</b>	<b>6,78</b>	<b>7,61</b>	<b>6,69</b>	<b>6,00</b>	<b>6,96</b>	<b>6,95</b>	<b>7,13</b>	<b>6,78</b>	<b>7,17</b>	<b>6,95</b>

<sup>28</sup> Base: entrevistados que não residem em BH

### 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?

	NOV/07	NOV/09
Hotel/pousada <sup>29</sup>	37%	52%
Casa de parente ou amigo	34%	28%
Casa própria/alugada <sup>30</sup>	2%	3%
Albergue	1%	-
Outros	1%	-
Não está hospedado, veio e vai embora hoje	22%	17%
NR	2%	1%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>BASE<sup>31</sup></b>	<b>208</b>	<b>198</b>

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund./médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
Hotel/pousada	55%	51%	50%	42%	60%	51%	50%	52%	52%	53%	50%	56%	52%
Casa de parente ou amigo	30%	27%	21%	40%	21%	27%	30%	27%	28%	22%	32%	23%	28%
Não está hospedado	14%	18%	29%	16%	12%	20%	20%	18%	16%	20%	14%	19%	17%
Casa própria/alugada	2%	3%	-	2%	4%	2%	-	2%	3%	4%	2%	2%	3%
NR	-	1%	-	-	3%	-	-	1%	1%	-	2%	-	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>BASE</b>	<b>64</b>	<b>134</b>	<b>14</b>	<b>50</b>	<b>73</b>	<b>51</b>	<b>10</b>	<b>95</b>	<b>103</b>	<b>45</b>	<b>105</b>	<b>48</b>	<b>198</b>

<sup>29</sup> NOV07 - Hotel.

<sup>30</sup> Casa própria/Alugou apartamento

<sup>31</sup> Base: entrevistados que não residem em BH

#### 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 ou negócio além da Feira? (Se sim) Que atividade o(a) sr(a) fez ou irá fazer? Mais alguma?

	NOV07	NOV09
Cidades históricas/interior/outros estados	2%	14%
Compras	-	8%
Feiras	5%	5%
Ir ao mercado central	8%	5%
Bares/restaurantes	2%	4%
Shopping	3%	3%
Pampulha	3%	3%
Praças/parques	2%	3%
Ir a shows	-	1%
Museus	2%	-
Casas de Shows/Disotecas	1%	-
Estádios de Futebol	0%	-
Não realizou passeios	77%	69%
NSNR	3%	-
BASE <sup>32</sup>	208	194

<sup>32</sup> Base: entrevistados que não residem em BH

Percentuais? Fecham em mais de 100% pois cada entrevistado poderia dar até 2 respostas.

Cruzamento por Gênero, Faixa Etária, Escolaridade e Classe Social

	Sexo		Idade					Escolaridade		Classe social			Total
	Masc.	Fem.	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	Ensino fund. médio	Superior	Classe A	Classe B	Classe C ou mais	
<b>Cidades históricas</b>	23%	10%	23%	18%	13%	10%	10%	15%	13%	11%	16%	13%	14%
<b>Compras</b>	6%	8%	8%	4%	9%	10%	10%	8%	8%	9%	5%	13%	8%
<b>Feiras</b>	5%	5%	-	4%	9%	2%	-	6%	3%	4%	4%	6%	5%
<b>Ir ao mercado central</b>	-	7%	-	2%	10%	2%	-	6%	3%	-	4%	11%	5%
<b>Bares/restaurantes</b>	10%	1%	8%	8%	-	4%	-	3%	4%	4%	5%	-	4%
<b>Shopping</b>	2%	4%	-	4%	4%	2%	-	4%	2%	-	3%	6%	3%
<b>Pampulha</b>	6%	2%	8%	-	3%	6%	-	5%	1%	-	2%	9%	3%
<b>Praças/parques</b>	3%	2%	8%	2%	3%	2%	-	1%	4%	4%	3%	-	3%
<b>Ir a shows</b>	2%	1%	-	-	-	4%	-	1%	1%	-	2%	-	1%
<b>Não realizou passeios</b>	58%	74%	62%	70%	66%	73%	80%	65%	73%	80%	67%	64%	69%
<b>BASE<sup>33</sup></b>	62	132	13	50	70	51	10	93	101	45	102	47	194

<sup>33</sup> Base: entrevistados que não residem em BH