

PP 048/09

X



**Relatório de Pesquisa**

**- Centro CAPE -**

**Expositores**

**Outubro/2009**

## SUMÁRIO

<b>I - APRESENTAÇÃO .....</b>	<b>5</b>
<b>1 - Contexto.....</b>	<b>5</b>
<b>2 - Objetivos .....</b>	<b>5</b>
<b>3 - Procedimentos Metodológicos .....</b>	<b>6</b>
3.1 - Público alvo e amostra .....	6
3.2 - Questionário .....	6
3.3 - Coleta de dados.....	6
3.4 - Tratamento dos dados.....	6
<b>4 - Notas para leitura dos resultados.....</b>	<b>7</b>
<b>II - Caracterização dos expositores.....</b>	<b>8</b>
<b>1 - Tamanho do stand .....</b>	<b>8</b>
<b>2 - Origem dos produtos.....</b>	<b>9</b>
2.1 - Municípios.....	9
2.2 - Estados .....	10
<b>3 - Identidade jurídica.....</b>	<b>11</b>
<b>4 - Porte do estabelecimento.....</b>	<b>11</b>
<b>5 - Faturamento em 2008 .....</b>	<b>12</b>

<b>III - SALÃO DO ARTESANATO</b> .....	13
<b>1 - Meios de informação</b> .....	13
1.1 - Principal meio de informação .....	13
1.2 - Avaliação da campanha de comunicação.....	13
1.3 - Sugestões para a comunicação.....	14
<b>2 - Circunstâncias da permanência em bh</b> .....	15
2.1 - Meio de transporte até Belo Horizonte.....	15
2.2 - Tempo de permanência na cidade.....	15
2.3 - Hospedagem.....	16
2.4 - Atividades em BH, simultâneas ao Salão .....	16
<b>3 - Expectativa e avaliações</b> .....	17
3.1 - Expectativa .....	17
3.2 - Principal motivo para participar do Salão.....	17
3.3 - Avaliação geral.....	18
3.4 - Avaliação de itens específicos.....	19
3.5 - Grau de satisfação .....	21
3.5.1 - Com o Salão.....	21
3.5.2 - Com o lojista visitante .....	21
3.6 – Avaliações e expectativas .....	22
3.7 - Motivos para a avaliação abaixo da expectativa .....	22
3.8 - O que mais gostou no Salão .....	23
3.9 - O que deve melhorar.....	24
3.10 - Serviço a ser oferecido.....	25
3.11 - Intenção de retorno.....	26

4 - Vendas realizadas .....	27
4.1 - Produtos oferecidos .....	27
4.2 - Produtos mais vendidos.....	28
4.3 - Faturamento durante o Salão.....	29
4.4 - Formas de recebimento .....	30
4.5 - Preços praticados .....	30
IV - CARACTERÍSTICAS DOS ENTREVISTADOS.....	31



## I - APRESENTAÇÃO

### 1 - Contexto

O 1º Salão do Artesanato foi realizado em Belo Horizonte, em outubro, com o objetivo de atender a uma demanda dos lojistas nacionais e internacionais que desejam ter uma feira exclusiva para artesãos que tenham potencial para venda no atacado.

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 no salão e por isso foram realizadas quatro pesquisas:

- Expositores
- Lojistas Visitantes
- Lojistas Convidados
- Compradores internacionais convidados



Neste relatório apresentaremos os resultados da pesquisa realizada com os expositores do 1º Salão do Artesanato.

### 2 - Objetivos

Esta pesquisa teve como principal objetivo identificar o perfil dos expositores, buscando informações como características, origem, e grau de investimento. Foram também pesquisadas as opiniões sobre a feira no que diz respeito às condições de funcionalidade, qualidade dos produtos, variedade, etc.

### **3 - Procedimentos Metodológicos**

#### **3.1 - Público alvo e amostra**

Os expositores entrevistados foram convidados a participar do Salão pela organização do evento.

Foram realizadas 148 entrevistas<sup>1</sup> com compradores brasileiros que freqüentaram o Salão do Artesanato, entre os dias 09 e 11 de outubro de 2009.

A margem de erro estimada, em um intervalo de confiança de 95%, é de 8,1% para mais ou para menos.

#### **3.2 - Questionário**

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 Serraria Souza Pinto. A coleta dos dados foi feita por 13 entrevistadores e supervisionada por 1 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.

---

<sup>1</sup> Foram previstas 200 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.
- Sempre que pertinente, utilizaremos as seguintes medidas estatísticas:
  - **MÉDIA:** Valor obtido somando-se todos os elementos de um conjunto e dividindo-se a soma pelo número de elementos. Para o cálculo das médias em escalas foi sempre atribuído o maior valor para o conceito positivo e o menor para o negativo.
  - **MÉDIA APARADA:** A média aparada é obtida retirando-se 5% dos maiores valores citados e 5% dos menores valores. A seguir soma-se todos os valores restantes e divide-se a soma pelo número total deles. Sempre é atribuído o maior valor para o conceito positivo e o menor para o negativo no caso das escalas.
  - **LIMITE INFERIOR:** Valor mínimo que a média pode assumir.
  - **LIMITE SUPERIOR:** Valor máximo que a média pode assumir.

## II - Caracterização dos expositores

### 1 - Tamanho do stand

Tabela 1 - Tamanho do stand

Até 5 m <sup>2</sup>	35%
Mais de 5 m <sup>2</sup> até 10 m <sup>2</sup>	56%
Mais de 10 m <sup>2</sup>	9%
Total	100%
Base	148



## 2.2 - Estados

Tabela 3 - Estado

<b>Minas Gerais</b>	72%
<b>Rio de Janeiro</b>	2%
<b>São Paulo</b>	5%
<b>Santa Catarina</b>	1%
<b>Distrito Federal</b>	1%
<b>Rio Grande do Norte</b>	1%
<b>Amazonas</b>	1%
<b>Mato Grosso</b>	6%
<b>Paraná</b>	1%
<b>Espírito Santo</b>	3%
<b>Piauí</b>	1%
<b>Paraíba</b>	3%
<b>Pernambuco</b>	3%
<b>Ceará</b>	1%
<b>Total</b>	100%
<b>Base</b>	148

### 3 - Identidade jurídica

Tabela 4 - Seu stand é de:

Pessoa física	45%
Empresa privada nacional	29%
Cooperativas/associações	19%
ONG/Terceiro Setor	5%
Governo/órgão público	1%
Total	100%
Base	148

### 4 - Porte do estabelecimento

Tabela 5 - Quantos empregados tem em sua atividade comercial/empresa/loja, excluindo o(a) sr(a)?

De 1 a 5	42%
De 6 a 10	12%
De 11 a 30	14%
31 ou mais	5%
Não tem empregados	22%
NS	3%
Total	100%
Base	148
<b>MÉDIA - EMPREGADOS</b>	12,13
<b>DESVIO PADRÃO</b>	23,87
<b>LIMITE INFERIOR</b>	7,62
<b>LIMITE SUPERIOR</b>	16,64
<b>Casos válidos</b>	n = 110

5 - Faturamento em 2008

Tabela 6 - Aproximadamente, quanto o(a) sr(a) faturou/recebeu no ano passado (2008) com a venda dos artesanatos?

Até 20.000,00	21%
De 20.001,00 a 40.000,00	20%
Mais de 40.000,00	35%
Não teve faturamento	1%
NS/NR	24%
Total	100%
Base	148
<hr/>	
MÉDIA - FATURAMENTO	102.308,04
DESVIO PADRÃO	156.380,39
LIMITE INFERIOR	73.027,30
LIMITE SUPERIOR	131.588,77
Casos válidos	n = 112

### III - SALÃO DO ARTESANATO

#### 1 - Meios de informação

##### 1.1 - Principal meio de informação

Tabela 7 - Qual foi o principal meio que o(a) sr(a) utilizou para se informar sobre a realização deste evento?

Internet	28%
Recebeu/ganhou convite	24%
Mãos de Minas	18%
Mala direta/e-mail	17%
CentroCape	6%
Conversa com amigos/parentes	5%
Outros meios de informação	1%
NS	1%
Total	100%
Base	148

##### 1.2 - Avaliação da campanha de comunicação

Tabela 8 - De maneira geral, como o(a) sr(a) avalia a campanha de comunicação que foi feita para divulgar o evento, na sua opinião ela foi: Ótima, boa, regular, ruim ou péssima?

Ótima	18%
Boa	20%
Regular positiva	9%
Regular negativa	7%
Ruim	18%
Péssima	13%
NS/NR	16%
Total	100%
Base	148

Tabela 9 - Tabela agregada

Positiva	38%
Regular	16%
Negativa	31%
NS/NR	16%
Total	100%
Base	148

### 1.3 - Sugestões para a comunicação

Tabela 10 - Pensando na divulgação do Salão do Artesanato, o(a) sr(a) teria alguma sugestão a fazer aos organizadores do evento ou não? (Se sim) Qual?<sup>2</sup>

	%
Nenhuma	34%
Aumentar divulgação pela televisão	24%
Contato direto com lojistas/CDL	18%
Maior divulgação por Outdoor/Busdoor	12%
Aumentar a divulgação através de jornais/revistas	10%
Expandir a divulgação a todos meios de comunicação	8%
Aumentar a divulgação através de rádio	7%
Aumentar divulgação por Mala direta/Folders	6%
Divulgação mais clara/detalhada	5%
Divulgação em outros Estados	3%
Outras sgestões	3%
Divulgação pela Internet	1%
NR	1%
Base	148

<sup>2</sup> Percentuais fecham em mais de 100% pois cada entrevistado poderia dar mais de uma resposta

## 2 - Circunstâncias da permanência em BH<sup>3</sup>

### 2.1 - Meio de transporte até Belo Horizonte

Tabela 11 - Qual o principal meio de transporte o(a) sr(a) utilizou para vir a Belo Horizonte participar do Salão do Artesanato?

Carro	53%
Avião	27%
Ônibus	20%
Outros	1%
Total	100%
Base	97

### 2.2 - Tempo de permanência na cidade

Tabela 12 - Nesta sua vinda a Belo Horizonte, quantos dias ao todo o(a) sr(a) vai ficar na cidade?

Um dia	3%
Três dias	16%
Quatro dias	35%
De cinco a sete dias	42%
Oito dias ou mais	3%
NR	1%
Total	100%
Base	97
<b>MÉDIA - PERMANÊNCIA</b>	4,55
<b>DESVIO PADRÃO</b>	1,44
<b>LIMITE INFERIOR</b>	4,26
<b>LIMITE SUPERIOR</b>	4,84
<b>Casos válidos</b>	n = 96

<sup>3</sup> Base: Entrevistados que não residem em BH

## 2.3 - Hospedagem

Tabela 13 - O(A) sr(a) está ou ficou hospedado em algum lugar? (Se sim) Onde? Em hotel, casa de parente ou amigo ou outro lugar?

<b>Hotel</b>	57%
<b>Casa de parente/amigo</b>	31%
<b>Não está hospedado</b>	14%
<b>Outros</b>	1%
<b>Total</b>	100%
<b>Base</b>	97

## 2.4 - Atividades em BH, simultâneas ao Salão

Tabela 14 - 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? Onde? Mais alguma?<sup>4</sup>

<b>Mercado Central</b>	10%
<b>Feiras</b>	9%
<b>Shoppings</b>	6%
<b>Restaurantes/bares</b>	3%
<b>Praças/Parques</b>	3%
<b>Visitar amigos</b>	2%
<b>Cidades históricas</b>	2%
<b>Museus</b>	1%
<b>Pampulha</b>	1%
<b>Estádios de Futebol</b>	1%
<b>Shows</b>	1%
<b>Visitas a outros artesãos</b>	2%
<b>Outros passeios/destinos</b>	6%
<b>Não realizou passeios</b>	66%
<b>NS</b>	1,0%
<b>Base<sup>5</sup></b>	97

<sup>4</sup> Percentuais fecham em mais de 100% pois cada entrevistado poderia dar mais de uma resposta.

<sup>5</sup> Base: Entrevistados que não residem em BH

### 3 - Expectativa e avaliações

#### 3.1 - Expectativa

Tabela 15 - Com relação à sua expectativa, o(a) sr(a) diria que tinha uma expectativa:

Muito alta	7%
Alta	48%
Regular	35%
Baixa	10%
Muito baixa em relação ao evento	1%
Total	100%
Base	148

Tabela 16 - Tabela agregada

Alta	55%
Regular	35%
Baixa	10%
Total	100%
Base	148

#### 3.2 - Principal motivo para participar do Salão

Tabela 17 - Qual foi o principal motivo para o(a) sr(a) participar deste evento?

Divulgar/vender produtos	53%
Fazer contatos para futuros negócios	23%
Evento ser dirigido apenas para lojistas	7%
Qualidade da feira	7%
Convite	5%
Conhecer o evento/artesanato mineiro	5%
Conferir as novidades	1%
NS	1%
Total	100%
Base	148

### 3.3 - Avaliação geral

Tabela 18 - Pensando no Salão do Artesanato, de uma maneira geral, o(a) sr(a) diria que ele está: Ótimo, bom, regular, ruim ou péssimo?

<b>Ótimo</b>	18%
<b>Bom</b>	40%
<b>Regular positivo</b>	20%
<b>Regular negativo</b>	8%
<b>Ruim</b>	5%
<b>Péssimo</b>	10%
<b>Total</b>	100%
<b>Base</b>	148

Tabela 19 - Tabela agregada

<b>Positiva</b>	57%
<b>Regular</b>	28%
<b>Negativa</b>	15%
<b>Total</b>	100%
<b>Base</b>	148

Tabela 20 - Cruzamentos por expectativa

	Com relação à sua expectativa, diria que tinha uma expectativa			Total
	Alta	Regular	Baixa	
<b>Positiva</b>	62%	61%	20%	57%
<b>Regular</b>	26%	26%	47%	28%
<b>Negativa</b>	12%	14%	33%	15%
<b>Total</b>	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
<b>Base</b>	81	52	15	148

### 3.4 - Avaliação de itens específicos

Tabela 21 - Gostaria que o(a) sr(a) avaliasse \_\_\_\_\_. Para o(a) sr(a) foi ótimo(a), bom(a), regular, ruim ou péssimo(a)?<sup>6</sup>

	Ótimo(a)	Bom(a)	Regular positivo(a)	Regular negativo(a)	Ruim	Péssimo(a)	NS/NR
A organização do Salão do Artesanato de uma forma geral	43%	44%	7%	5%	2%	-	-
O deslocamento para o evento	45%	50%	3%	1%	1%	1%	-
A estrutura do evento	42%	45%	5%	1%	2%	4%	-
O local do evento (Serraria Souza Pinto)	49%	47%	1%	1%	1%	1%	1%
O estacionamento oferecido no evento	14%	31%	9%	5%	7%	7%	26%
A recepção do evento	45%	49%	2%	-	1%	-	3%
As informações fornecidas por funcionários do evento	41%	47%	2%	3%	3%	2%	3%
A alimentação/praca de alimentação do evento	7%	11%	7%	15%	25%	30%	3%
A sinalização/placas indicativas presentes no evento	25%	51%	7%	3%	6%	5%	3%
A climatização	26%	63%	6%	1%	3%	2%	-
Os banheiros/instalações sanitárias do evento	30%	53%	5%	3%	3%	1%	3%
A estrutura de recebimento dos produtos/logística oferecida pelo evento	21%	52%	9%	1%	5%	2%	10%
Os intérpretes	39%	29%	3%	1%	2%	1%	26%
O atendimento/suporte ao expositor fornecido pelo evento	32%	55%	3%	1%	3%	2%	5%
A qualidade dos stands	24%	51%	7%	5%	6%	7%	-

<sup>6</sup> Base: pergunta aplicada ao total da amostra (148 entrevistas)

Tabela 22 - Tabela agregada

	Positivo(a)	Regular	Negativo(a)	NS/NR
A organização do Salão do Artesanato de uma forma geral	86%	11%	2%	-
O deslocamento para o evento	95%	3%	2%	-
A estrutura do evento	87%	7%	6%	-
O local do evento (Serraria Souza Pinto)	96%	2%	1%	1%
O estacionamento oferecido no evento	45%	14%	14%	26%
A recepção do evento	94%	2%	1%	3%
As informações fornecidas por funcionários do evento	88%	5%	5%	3%
A alimentação/praca de alimentação do evento	19%	22%	55%	3%
A sinalização/placas indicativas presentes no evento	76%	10%	11%	3%
A climatização	89%	7%	5%	-
Os banheiros/instalações sanitárias do evento	84%	9%	4%	3%
A estrutura de recebimento dos produtos/logística oferecida pelo evento	73%	10%	7%	10%
Os intérpretes	68%	4%	3%	26%
O atendimento/suporte ao expositor fornecido pelo evento	87%	3%	5%	5%
A qualidade dos stands	76%	11%	13%	-

### 3.5 - Grau de satisfação

#### 3.5.1 - Com o Salão

Tabela 23 - Em relação ao Salão de Artesanato, de uma forma geral, você está:

Totalmente satisfeito	6%
Satisfeito	43%
Nem satisfeito nem insatisfeito	25%
Insatisfeito	18%
Muito insatisfeito	7%
NS/NR	1%
Total	100%
Base	148

Tabela 24 - Tabela agregada

Satisfeito	49%
Neutro	25%
Insatisfeito	25%
NS/NR	1%
Total	100%
Base	148

#### 3.5.2 - Com o lojista visitante

Tabela 25 - Em relação ao lojista visitante do Salão de Artesanato, de uma forma geral, você está:

Totalmente satisfeito	5%
Satisfeito	25%
Nem satisfeito nem insatisfeito	20%
Insatisfeito	36%
Muito insatisfeito	12%
NS/NR	2%
Total	100%
Base	148

Tabela 26 - Tabela agregada

Satisfeito	30%
Neutro	20%
Insatisfeito	47%
NS/NR	2%
Total	100%
Base	148

### 3.6 – Avaliações e expectativas

Tabela 27 - E pensando em suas expectativas em relação ao evento o(a) sr(a) diria, de uma forma geral, que o Salão do Artesanato está:

Acima de suas expectativas	5%
Dentro de suas expectativas	37%
Abaixo de suas expectativas	57%
NS/NR	1%
Total	100%
Base	148

### 3.7 - Motivos para a avaliação abaixo da expectativa

Tabela 28 - Por que o evento ficou abaixo de suas expectativas?

Baixo fluxo de lojistas visitantes	69%
Não houve faturamento esperado	19%
Faltou divulgação do evento	6%
Data de realização (feriado prolongado)	2%
Falta de comunicação com os lojistas	1%
Valores diferenciados pelo aluguel dos stands	1%
NS	1%
Total	100%
Base <sup>7</sup>	85

<sup>7</sup> Base: Entrevistados que avaliaram o Salão como abaixo da expectativa

### 3.8 - O que mais gostou no Salão

Tabela 29 - O que este evento tem de melhor, o que o(a) sr(a) mais gostou?<sup>8</sup>

Organização/Infra-estrutura	40%
Qualidade dos produtos	16%
Espaço físico da feira	12%
Organização do evento	11%
Diversidade/variedade de produtos	10%
Localização	8%
Fazer contatos para futuros negócios	7%
Layout dos stand's	7%
Integração com outros artistas/lojistas	6%
Público do evento	5%
Tranquilidade do ambiente	2%
Evento ser dirigido apenas para lojistas	1%
Estacionamento	1%
Educação dos expositores	1%
Nada	4%
NS/NR	10%
Base	148

<sup>8</sup> Percentuais fecham em mais de 100% pois cada entrevistado poderia dar mais de uma resposta.

### 3.9 - O que deve melhorar

Tabela 30 - E, o que tem de pior, o que precisa melhorar?<sup>9</sup>

Praça de alimentação (Qualidade, variedade, preço, etc)	28%
Organização/Infra-estrutura física	27%
Escassez de público	20%
Faltou divulgação do evento	14%
Layout dos stand's	5%
Estacionamento (Preço/falta infra-estrutura)	3%
Pouca variedade de produtos	2%
Localização do evento	2%
Stands estrangeiros	2%
Outras sugestões	2%
Melhorar qualidade dos banheiros	1%
Climatização do ambiente (muito quente)	1%
Horários curtos/reduzidos	1%
Data do evento	1%
Preço/condições de pagamento dos produtos	1%
Nada	3%
NS	15%
Base	148

<sup>9</sup> Percentuais fecham em mais de 100% pois cada entrevistado poderia dar mais de uma resposta.

### 3.10 - Serviço a ser oferecido

Tabela 31 - Na sua opinião, qual serviço poderia ser oferecido pelo evento e que ainda não é oferecido?

Restaurante com mais variedade	12%
Maior marketing de divulgação do evento	12%
Banco 24 horas	7%
Estacionamento mais acessível	6%
Atendentes para dar informações	5%
Melhor recepção para lojistas	5%
Internet	3%
Investir em seminários/cursos para expositores	3%
Música ambiente	3%
Outros serviços	3%
Pagamentos realizados com cartões	2%
Traslados para a feira (aeroporto, rodoviária e hotéis)	1%
Transportadora	1%
Carregadores/carrinhos de mercadorias	1%
Enviar convites e crachás para os domicílios	1%
Nenhum serviço	23%
NS	12%
Total	100%
Base	148

### 3.11 - Intenção de retorno

**Tabela 32 - No ano que vem o(a) sr(a) pretende voltar a este evento?**

<b>Sim</b>	59%
<b>Talvez</b>	26%
<b>Não</b>	14%
<b>NR</b>	1%
<b>Total</b>	100%
<b>Base</b>	148

**Tabela 33 - Cruzamentos por grau de satisfação**

	Em relação ao salão do artesanato, de uma forma geral, está				Base
	Satisfeito	Neutro	Insatisfeito	NS/NR	
<b>Sim</b>	90%	43%	11%	100,0%	59%
<b>Talvez</b>	8%	49%	41%	-	26%
<b>Não</b>	1%	5%	46%	-	14%
<b>NR</b>	-	3%	3%	-	1%
<b>Total</b>	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
<b>Base</b>	73	37	37	1	148

#### 4 - Vendas realizadas

##### 4.1 - Produtos oferecidos

Tabela 34 - Qual é a maioria dos produtos comercializados aqui neste seu stand? E em segundo lugar? E em terceiro?...<sup>10</sup>

<b>ARTIGOS PARA DECORAÇÃO</b>	<b>55%</b>
Arranjos/Adornos	31%
Maquetes/esculturas/miniaturas	22%
Quadros/painéis/placas	12%
Animais	12%
Iluminação	10%
<b>ARTIGOS UTILITÁRIOS</b>	<b>53%</b>
Mesa	26%
Uso pessoal	26%
Cozinha	19%
Sala	14%
Banho	5%
<b>ROUPAS</b>	<b>28%</b>
Mesa/cozinha	17%
Cama/quarto	11%
Roupas	8%
Banho	3%
Cortinas/Capas	2%
Enxoval para bebe	1%
<b>ARTIGOS RELIGIOSOS/MÍSTICOS</b>	<b>24%</b>
Artigos Místicos	14%
Artigos religiosos	12%
Decoração de Natal	5%
<b>BIJUTERIAS</b>	<b>19%</b>
<b>BRINQUEDOS/JOGOS</b>	<b>16%</b>
<b>TAPETES</b>	<b>11%</b>
<b>MOVEIS</b>	<b>9%</b>
<b>COSMÉTICOS</b>	<b>4%</b>
<b>CALÇADOS</b>	<b>3%</b>
<b>PAPELARIA</b>	<b>3%</b>
<b>PRODUTOS GASTRONÔMICOS</b>	<b>1%</b>
<b>Base</b>	<b>148</b>

<sup>10</sup> Percentuais fecham em mais de 100% pois cada entrevistado poderia dar mais de uma resposta.

#### 4.2 - Produtos mais vendidos

Tabela 35 - Que tipo de produto o(a) sr(a) vendeu/espera vender em maior volume no Salão do Artesanato? E em segundo lugar? E em terceiro?...<sup>11</sup>

<b>ARTIGOS UTILITÁRIOS</b>	<b>41%</b>
Mesa	20%
Uso pessoal	13%
Cozinha	11%
Banho	5%
Sala	5%
<b>ARTIGOS PARA DECORAÇÃO</b>	<b>41%</b>
Arranjos/Adornos	19%
Maquetes/esculturas/miniaturas	14%
Animais	7%
Iluminação	5%
Quadros/painéis/placas	5%
<b>BIJUTERIAS</b>	<b>18%</b>
<b>ARTIGOS RELIGIOSOS/MÍSTICOS</b>	<b>18%</b>
Artigos religiosos	10%
Artigos Místicos	7%
Decoração de Natal	3%
<b>ROUPAS</b>	<b>14%</b>
Masa/cozinha	9%
Cama/quarto	6%
Roupas	2%
<b>BRINQUEDOS/JOGOS</b>	<b>14%</b>
<b>TAPETES</b>	<b>7%</b>
<b>MÓVEIS</b>	<b>3%</b>
<b>PAPELARIA</b>	<b>3%</b>
<b>CALÇADOS</b>	<b>2%</b>
<b>PRODUTOS GASTRONÔMICOS</b>	<b>1%</b>
<b>COSMÉTICOS</b>	<b>1%</b>
<b>NÃO COMPROU NADA</b>	<b>2%</b>
<b>NS</b>	<b>2%</b>
<b>Base</b>	<b>148</b>

<sup>11</sup> Percentuais fecham em mais de 100% pois cada entrevistado poderia dar mais de uma resposta.

#### 4.3 - Faturamento durante o Salão

Tabela 36 - Aproximadamente, quanto o(a) sr(a) espera faturar com a venda dos artesanatos neste evento?

Até 2.000,00	7%
De 2.001,00 a 4.000,00	12%
De 4.001,00 a 6.000,00	15%
De 6.001,00 a 10.000,00	16%
Acima de 10.000,00	14%
NS/NR	36%
Total	100%
Base	148
<b>MÉDIA - FATURAMENTO</b>	10.153,16
<b>DESVIO PADRÃO</b>	14.814,37
<b>LIMITE INFERIOR</b>	7.135,32
<b>LIMITE SUPERIOR</b>	13.171,00
<b>Casos válidos</b>	n = 95

#### 4.4 - Formas de recebimento

Tabela 37 - Qual será a principal forma que o(a) sr(a) utilizará para receber o pagamento de suas vendas?

Cheque pré-datado	36%
Dinheiro	19%
Boleto	18%
Transferência bancária	13%
Cheque à vista	10%
Cartão de crédito	3%
NR	1%
Total	100%
Base	148

#### 4.5 - Preços praticados

Tabela 38 - Pelo que você percebeu, o preço dos artesanatos neste evento estão ou não dentro dos preços praticados no atacado?

Estão dentro do preço de atacado	74%
Não estão	7%
NS/NR	10%
Total	100%
Base	148

#### IV - CARACTERÍSTICAS DOS ENTREVISTADOS

Tabela 39 – Município

<b>MINAS GERAIS</b>		<b>Campanha</b>	1%	<b>PARANÁ</b>	
Belo Horizonte	36%	Pouso Alegre	1%	Londrina	1%
Betim	1%	Maria da Fé	1%	Guarapuava	1%
Nova Lima	2%	Carmo do Rio Claro	1%	<b>ESPIRITO SANTO</b>	
Sete Lagoas	2%	Itanhandu	1%	Guarapari	1%
Tiradentes	2%	Bueno Brandão	1%	Viana	1%
Muzumbinho	2%	Maria da Fé	1%	Conceição da Barra	1%
São João Del Rei	2%	São Brás do Suaçui	1%	<b>PIAUI</b>	
Varginha	1%	Curvelo - Araçuaia	1%	Coronel José Dias	1%
Lagoa Santa	1%	<b>RIO DE JANEIRO</b>		Terezina	1%
Sabará	1%	Rio de Janeiro	2%	<b>PARAIBA</b>	
Ponte Nova	1%	Niterói	1%	Campina Grande	1%
Contagem	1%	Visconde de Mauá	1%	João Pessoa	1%
Ipatinga	1%	<b>SÃO PAULO</b>		<b>PERNAMBUCO</b>	
Turmalina	1%	São Paulo	3%	Jaboatão dos Guararapes	1%
Almenara	1%	Taubaté	1%	João Alfredo	1%
Gonçalves	1%	Embu das Artes	1%	Caruarú	1%
Alvinópolis	1%	<b>DISTRITO FEDERAL</b>		Recife	1%
Cláudio	1%	Brasília	1%	<b>CEARÁ</b>	
Raposos	1%	<b>AMAZONAS</b>		Fortaleza	1%
Juiz de Fora	1%	Manaus	1%	<b>SANTA CATARINA</b>	
Monte Verde	1%	<b>SANTA CATARINA</b>		<b>Total</b>	100%
Itatiaiuçu	1%	Mafra	1%	<b>Base</b>	148
Araújos	1%	<b>RIO GRANDE DO NORTE</b>			
São Domingos do Prata	1%	Timbaúba dos Batistas	1%		
Datas	1%	<b>MATO GROSSO</b>			
Campo Belo	1%	Cuiabá	2%		
Nova Serrana	1%	Alta Floresta	1%		
Santa Rita de Ouro Preto	1%	Dom Aquino	1%		
Cristina	1%	Barra das Garças	1%		
Pedralva	1%	Tangará da Serra	1%		
Conceição de Alagoas	1%	Nova Olímpia	1%		
São Jose da Lapa	1%				

Tabela 40 - Estado

Minas Gerais	72%
Rio de Janeiro	3%
São Paulo	5%
Santa Catarina	1%
Distrito Federal	1%
Rio Grande do Norte	1%
Amazonas	1%
Mato Grosso	6%
Paraná	1%
Espírito Santo	2%
Piauí	1%
Paraíba	3%
Pernambuco	3%
Ceará	1%
Total	100%
Base	148

Tabela 41 - Idade

Até 30 anos	10%
De 31 a 40 anos	26%
De 41 a 50 anos	38%
Mais de 50 anos	26%
Total	100%
Base	148

Tabela 42 - Escolaridade

Até a 8ª série do ensino fundamental	8%
Ensino médio	27%
Superior	65%
Total	100%
Base	148

Tabela 43 - Sexo

Masculino	28%
Feminino	72%
Total	100%
Base	148

Tabela 44 - Classe social

Classe A	27%
Classe B	57%
Outras classes	16%
Total	100%
Base	148