

PP 048/09



**Relatório de Pesquisa**  
**- Centro CAPE -**  
**Lojistas Convidados**  
**Outubro/2009**

## SUMÁRIO

<b>I - APRESENTAÇÃO .....</b>	<b>4</b>
1 - Contexto.....	4
2 - Objetivos .....	4
3 - Procedimentos Metodológicos .....	5
3.1 - Público alvo e amostra .....	5
3.2 - Questionário .....	5
3.3 - Coleta de dados.....	5
3.4 - Tratamento dos dados.....	5
4 - Notas para leitura dos resultados.....	6
<b>II – CARACTERIZAÇÃO DOS LOJISTAS.....</b>	<b>7</b>
1 – Local de residência .....	7
2 – Gênero .....	8
3 – Idade .....	8
4 - Escolaridade .....	8
5 – Classe social.....	9
6 – Função do entrevistado na empresa .....	9
7 - Porte das empresas .....	10
8 - Tipo de atuação no mercado.....	10
9 - Locais de comercialização .....	11
9.1 - Estados .....	11
9.2 - Municípios.....	11
10 - Faturamento em 2008.....	12

<b>III - SALÃO DO ARTESANATO.....</b>	<b>13</b>
<b>1 - Principal motivo para participar do Salão.....</b>	<b>13</b>
<b>2 - Meios de informação e comunicação.....</b>	<b>13</b>
2.1 - Principal meio de informação.....	13
2.2 - Avaliação da campanha de comunicação.....	14
2.3 - Sugestões para a comunicação.....	14
<b>3 - Expectativa e satisfação.....</b>	<b>15</b>
3.1 - Expectativa.....	15
3.2 - Satisfação.....	15
3.3 - Avaliação versus expectativa.....	16
3.4 - Motivos para a avaliação abaixo da expectativa.....	16
<b>4 – Avaliação do 1º Salão do Artesanato.....</b>	<b>17</b>
4.1 - Avaliação geral.....	17
4.2 - Avaliação de itens específicos.....	18
4.3 - O que mais gostou no Salão.....	20
4.4 - O que deve melhorar.....	20
4.5 - Serviço a ser oferecido.....	21
4.6 - Intenção de retorno.....	21
<b>5 - Compras realizadas.....</b>	<b>22</b>
5.1 – Produtos procurados.....	22
5.2 - Sucesso no encontro de produtos.....	22
5.3 - Produtos não encontrados.....	23
5.4 - Produtos comprados.....	24
5.5 - Valor investido.....	25
5.6 - Principal forma de pagamento.....	25
5.7 - Preços praticados.....	25
<b>IV - Circunstâncias da permanência em BH.....</b>	<b>26</b>
1 - Meio de transporte até Belo Horizonte.....	26
2 - Tempo de permanência na cidade.....	26
3 - Atividades em BH, simultâneas ao Salão.....	26

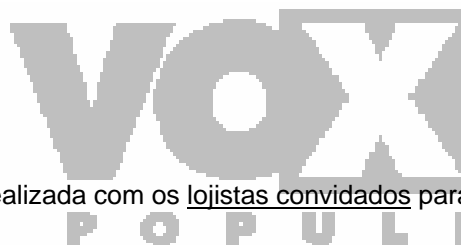
## I - APRESENTAÇÃO

### 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 lojistas convidados para o 1º Salão do Artesanato.

### 2 - Objetivos

Esta pesquisa teve como principal objetivo identificar o perfil dos lojistas convidados, 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**

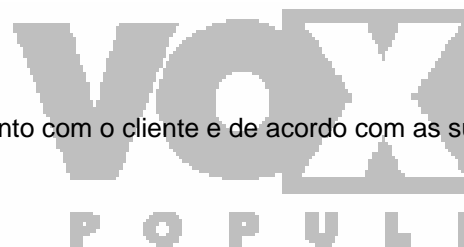
#### **3.1 - Público alvo e amostra**

Os compradores/lojistas brasileiros entrevistados foram convidados a participar do Salão pela organização do evento.

Foram realizadas 12 entrevistas<sup>1</sup> com compradores brasileiros convidados pela organização do Salão do Artesanato, entre os dias 09 e 11 de outubro de 2009.

#### **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 10 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 LOJISTAS

### 1 – Local de residência

#### Estado

São Paulo	42%
Rio de Janeiro	17%
Alagoas	17%
Pará	8%
Goiás	8%
Amazonas	8%
Total	100%
Base	12

#### Município

São Paulo – SP	42%
Rio de Janeiro – RJ	17%
Maceió – AL	17%
Belém – PA	8%
Pirinópolis – GO	8%
Manaus - AM	8%
Total	100%
Base	12

## 2 – Gênero

### Sexo

<b>Masculino</b>	42%
<b>Feminino</b>	58%
<b>Total</b>	100%
<b>Base</b>	12

## 3 – Idade



<b>Até 30 anos</b>	8%
<b>De 31 a 40 anos</b>	25%
<b>De 41 a 50 anos</b>	42%
<b>Mais de 50 anos</b>	25%
<b>Total</b>	100%
<b>Base</b>	12

## 4 - Escolaridade

### Escolaridade

<b>Ensino médio</b>	8%
<b>Superior incompleto</b>	8%
<b>Superior completo</b>	33%
<b>Pós-graduação</b>	50%
<b>Total</b>	100%
<b>Base</b>	12

**5 – Classe social**

**Classe social**

<b>Classe A</b>	50%
<b>Classe B</b>	50%
<b>Total</b>	100%
<b>Base</b>	12



**6 – Função do entrevistado na empresa**

**Função do entrevistado na empresa**

<b>Proprietário/sócio</b>	83%
<b>Comprador</b>	17%
<b>Total</b>	100%
<b>Base</b>	12

## 7 - Porte das empresas

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

2 pessoas	8%
3 pessoas	8%
5 pessoas	8%
6 a 10 pessoas	33%
Acima de 10 pessoas	33%
NS/NR	8%
Total	100%
Base	12
MÉDIA - empregados	15,91
DESVIO PADRÃO	22,14
LIMITE INFERIOR	1,03
LIMITE SUPERIOR	30,79
Casos válidos	n = 11
MÉDIA APARADA	9,50
Casos válidos	n = 10

## 8 - Tipo de atuação no mercado

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

A varejo	92%
Mistas	8%
Total	100%
Base	12

## 9 - Locais de comercialização

### 9.1 - Estados

Estado	
São Paulo	42%
Alagoas	17%
Rio de Janeiro	8%
Pará	8%
Goiás	8%
Amazonas	8%
Rio de Janeiro/São Paulo	8%
Total	100%
Base	12

### 9.2 - Municípios

Município	
São Paulo – SP	42%
Maceió – AL	17%
Rio de Janeiro – RJ	8%
Belém – PA	8%
Pirinópolis – GO	8%
Manaus - AM	8%
Rio de Janeiro/São Paulo	8%
Total	100%
Base	12

10 - Faturamento em 2008

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

De 80.000,00 a 100.000,00	17%
De 280.000 a 450.000,00	25,0%
Acima de 1.000.000,00	33%
NS	25%
<b>Total</b>	<b>100%</b>
<b>Base</b>	<b>12</b>
<b>MÉDIA</b>	<b>1.478.888,89</b>
<b>DESVIO PADRÃO</b>	<b>2.519.258,05</b>
<b>Casos válidos</b>	<b>n=9</b>
<b>MÉDIA APARADA</b>	<b>663750,00</b>
<b>Casos válidos</b>	<b>n=8</b>

### III - SALÃO DO ARTESANATO

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

O(A) sr(a) veio a este evento, principalmente, por qual motivo?

Conhecer o evento/artesanato mineiro	33%
Realizar compras	25%
Conferir as novidades	25%
Fechar bons negócios/Preços	8%
NR	8%
Total	100%
Base	12

#### 2 - Meios de informação e comunicação

##### 2.1 - Principal meio de informação

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

Mala direta/e-mail	75%
Internet	8%
Recebeu/ganhou convite	8%
Centro Cape	8%
Total	100%
Base	12

## 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 o evento, na sua opinião ela foi: Ótima, boa, regular, ruim ou péssima?

<b>Ótima</b>	25%
<b>Boa</b>	58%
<b>Regular negativa</b>	8%
<b>NS/NR</b>	8%
<b>Total</b>	100%
<b>Base</b>	12

TABELA AGREGADA

<b>Positiva</b>	83%
<b>Regular</b>	8%
<b>NS/NR</b>	8%
<b>Total</b>	100%
<b>Base</b>	12

## 2.3 - Sugestões para a comunicação

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?

<b>Não</b>	92%
<b>Aumentar a divulgação entre os lojistas</b>	8%
<b>Total</b>	100%
<b>Base</b>	12

### 3 - Expectativa e satisfação

#### 3.1 - Expectativa

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

Muito alta	33%
Alta	58%
Regular	8%
Total	100%
Base	12

TABELA AGREGADA

Alta	92%
Regular	8%
Total	100%
Base	12

#### 3.2 - Satisfação

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

Satisfeito	75%
Nem satisfeito nem insatisfeito	8%
Insatisfeito	17%
Total	100%
Base	12

TABELA AGREGADA

Satisfeito	75%
Neutro	8%
Insatisfeito	17%
Total	100%
Base	12

### 3.3 - AVALIAÇÃO VERSUS EXPECTATIVA

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

Dentro de suas expectativas	58%
Abaixo de suas expectativas	42%
Total	100%
Base	12

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

Por que o evento ficou abaixo de suas expectativas?

	%
Faltam novidades/variedades de produtos	80%
Stands estrangeiros	20%
Total	100%
Base <sup>2</sup>	5

<sup>2</sup> Base: entrevistados que avaliaram o Salão como abaixo da expectativa.

#### 4 – Avaliação do 1º Salão do Artesanato

##### 4.1 - Avaliação geral

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

Ótimo	17%
Bom	50%
Regular positiva	17%
Regular negativa	17%
Total	100%
Base	12

TABELA AGREGADA

Positiva	67%
Regular	33%
Total	100%
Base	12

#### 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)?<sup>3</sup>

	Ótimo(a)	Bom(a)	Regular positivo(a)	Regular negativo(a)	Ruim	Péssimo(a)	NS/NR Não utilizou	Total	Base
A organização do Salão do Artesanato de uma forma geral	83%	8%	-	8%	-	-	-	100%	12
O deslocamento para o evento	100%	-	-	-	-	-	-	100%	12
A estrutura do evento	92%	8%	-	-	-	-	-	100%	12
O local do evento	92%	8%	-	-	-	-	-	100%	12
O estacionamento oferecido no evento	8%	17%	-	-	-	-	75%	100%	12
A recepção do evento	75%	25%	-	-	-	-	-	100%	12
As informações fornecidas por funcionários do evento	67%	33%	-	-	-	-	-	100%	12
A alimentação/praca de alimentação do evento	25%	8%	8%	8%	-	8%	42%	100%	12
A sinalização/placas indicativas presentes no evento	17%	58%	8%	8%	-	-	8%	100%	12
A climatização	58%	42%	-	-	-	-	-	100%	12
Os banheiros/instalações sanitárias do evento	25%	33%	-	-	-	-	42%	100%	12
O transporte	100%	-	-	-	-	-	-	100%	12
A acomodação	42%	58%	-	-	-	-	-	100%	12
A alimentação	75%	25%	-	-	-	-	-	100%	12
Os intérpretes	-	8%	-	-	-	-	82%	100%	12
O local da realização das palestras e jantares	83%	17%	-	-	-	-	-	100%	12
O local da realização do café da manhã e almoço	75%	25%	-	-	-	-	-	100%	12
A equipe Centro Cape/Mãos de Minas	92%	8%	-	-	-	-	-	100%	12
O atendimento que o(a) sr(a) recebeu nos stands dos expositores	75%	17%	8%	-	-	-	-	100%	12
A variedade de produtos oferecidos	8%	42%	25%	17%	-	8%	-	100%	12
A qualidade dos produtos	17%	67%	-	8%	8%	-	-	100%	12
As condições de pagamento	17%	75%	8%	-	-	-	-	100%	12
As novidades/lançamentos de produtos	-	42%	17%	-	17%	25%	-	100%	12
O preço dos produtos	-	58%	8%	25%	8%	-	-	100%	12

<sup>3</sup> Base: pergunta aplicada ao total da amostra (12 entrevistas)

TABELA AGREGADA

	Positivo(a)	Regular	Negativo(a)	NS/NR	Total	Base
A organização do Salão do Artesanato de uma forma geral	92%	8%	-	-	100%	12
O deslocamento para o evento	100%	-	-	-	100%	12
A estrutura do evento	100%	-	-	-	100%	12
O local do evento	100%	-	-	-	100%	12
O estacionamento oferecido no evento	25%	-	-	75%	100%	12
A recepção do evento	100%	-	-	-	100%	12
As informações fornecidas por funcionários do evento	100%	-	-	-	100%	12
A alimentação/praca de alimentação do evento	33%	17%	8%	42%	100%	12
A sinalização/placas indicativas presentes no evento	75%	17%	-	8%	100%	12
A climatização	100%	-	-	-	100%	12
Os banheiros/instalações sanitárias do evento	58%	-	-	42%	100%	12
O transporte	100%	-	-	-	100%	12
A acomodação	100%	-	-	-	100%	12
A alimentação	100%	-	-	-	100%	12
Os intérpretes	33%	-	-	82%	100%	12
O local da realização das palestras e jantares	100%	-	-	-	100%	12
O local da realização do café da manhã e almoço	100%	-	-	-	100%	12
A equipe Centro Cape/Mãos de Minas	100%	-	-	-	100%	12
O atendimento que o(a) sr(a) recebeu nos stands dos expositores	92%	8%	-	-	100%	12
A variedade de produtos oferecidos	50%	42%	8%	-	100%	12
A qualidade dos produtos	83%	8%	8%	-	100%	12
As condições de pagamento	92%	8%	-	-	100%	12
As novidades/lançamentos de produtos	42%	17%	42%	-	100%	12
O preço dos produtos	58%	33%	8%	-	100%	12

#### 4.3 - O que mais gostou no Salão

Que tipo de produto o(a) sr(a) procurou, principalmente, no Salão do Artesanato? E em segundo lugar? E em terceiro? ...

Diversidade/variedade de produtos	25%
Fazer contatos para futuros negócios	8%
Organização/Infraestrutura	25%
Layout dos stand's	8%
Organização do evento	17%
Qualidade dos produtos	8%
Evento ser dirigido apenas para lojistas	8%
Educação dos expositores	8%
Ter sido convidado para o evento	8%
NR	8%
<b>TOTAL</b>	<b>100,0%</b>
<b>Base</b>	<b>12</b>

#### 4.4 - O que deve melhorar

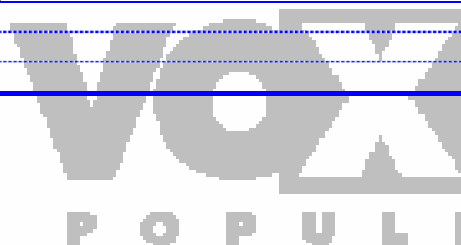
E, o que tem de pior, o que precisa melhorar?

Stands estrangeiros	50%
Pouca variedade de produtos	17%
Preço/condições de pagamento dos produtos	8%
NS	25%
<b>TOTAL</b>	<b>100,0%</b>
<b>Base</b>	<b>12</b>

#### 4.5 - Serviço a ser oferecido

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

Banco 24 horas	17%
Internet	17%
Restaurante com mais variedade	17%
Mais variedade de produtos	8%
Nenhum serviço	42%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
<b>Base</b>	<b>12</b>



#### 4.6 - Intenção de retorno

No ano que vem o(a) sr(a) pretende voltar a este evento?

Sim	83%
Não	8%
Talvez	8%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
<b>Base</b>	<b>12</b>

## 5 - Compras realizadas

### 5.1 – Produtos procurados

Que tipo de produto o(a) sr(a) procurou, principalmente, no Salão do Artesanato? E em segundo lugar? E em terceiro? ...<sup>4</sup>

<b>ARTIGOS PARA DECORAÇÃO</b>	<b>50%</b>
Arranjos/Adornos	25%
Quadros/painéis/placas	17%
Maquetes/esculturas/miniaturas	42%
<b>ROUPAS</b>	<b>17%</b>
Cama/quarto	17%
Mesa/cozinha	8%
<b>ARTIGOS UTILITÁRIOS</b>	<b>33%</b>
Cozinha	17%
Mesa	17%
<b>BIJUTERIAS</b>	<b>33%</b>
<b>ARTIGOS RELIGIOSOS/MÍSTICOS</b>	<b>17%</b>
<b>BRINQUEDOS/JOGOS</b>	<b>17%</b>
<b>CALÇADOS</b>	<b>8%</b>
<b>MÓVEIS</b>	<b>8%</b>
<b>NENHUM PRODUTO</b>	<b>17%</b>
<b>Base</b>	<b>12</b>

### 5.2 - Sucesso no encontro de produtos

O(A) sr(a) encontrou ou não os produtos que procurava?<sup>5</sup>

<b>Sim</b>	<b>60%</b>
<b>Não</b>	<b>40%</b>
<b>Total</b>	<b>100%</b>
<b>Base</b>	<b>10</b>

<sup>4</sup> Base: percentuais fecham em mais de 100% pois cada entrevistado poderia dar mais de duas respostas.

<sup>5</sup> Base: entrevistados que procuraram produtos específicos.

### 5.3 - Produtos não encontrados

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

<b>ARTIGOS PARA DECORAÇÃO</b>	<b>67%</b>
Arranjos/adornos	17%
Quadros/painéis/placas	17%
Maquetes/esculturas/miniaturas	33%
<b>ARTIGOS RELIGIOSOS/MÍSTICOS</b>	<b>17%</b>
<b>BIJUTERIAS</b>	<b>50%</b>
<b>BRINQUEDOS, JOGOS</b>	<b>33%</b>
<b>NENHUM PRODUTO</b>	<b>33%</b>
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>
<b>Base<sup>6</sup></b>	<b>6</b>

VOX POPULI

<sup>6</sup> Base: Entrevistados que não encontraram produtos que procuravam

## 5.4 - Produtos comprados

Que tipo de produto o(a) sr(a) comprou em maior volume neste evento? E em segundo lugar? E em terceiro?...<sup>7</sup>

<b>ARTIGOS PARA DECORAÇÃO</b>	<b>83%</b>
Arranjos/Adornos	58%
Quadros/painéis/placas	8%
Maquetes/esculturas/miniaturas	25%
Iluminação	25%
<b>PAPELARIA</b>	<b>17%</b>
<b>ARTIGOS RELIGIOSOS/MÍSTICOS</b>	<b>25%</b>
<b>BIJUTERIAS</b>	<b>42%</b>
<b>ROUPAS</b>	<b>42%</b>
<b>TAPETES</b>	<b>8%</b>
<b>BEBIDAS</b>	<b>8%</b>
<b>ARTIGOS UTILITÁRIOS</b>	<b>50%</b>
<b>MÓVEIS</b>	<b>8%</b>
<b>BRINQUEDOS/JOGOS</b>	<b>25%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100,0%</b>
<b>Base</b>	<b>12</b>

<sup>7</sup> Base: percentuais fecham em mais de 100% pois cada entrevistado poderia dar mais de duas respostas.

## 5.5 - Valor investido

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

De 3.500,00 a 6.000,00	33%
De 6.100,00 a 9.000,00	25%
Acima de 9.000,00	33%
NS	8%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
Base	12
<b>MÉDIA</b>	<b>10.545,45</b>
<b>DESVIO PADRÃO</b>	<b>8.690,38</b>
<b>LIMITE INFERIOR</b>	<b>4.707,18</b>
<b>LIMITE SUPERIOR</b>	<b>16.383,73</b>
<b>CASOS VÁLIDOS</b>	<b>n = 11</b>

## 5.6 - Principal forma de pagamento

Qual será a principal forma o(a) sr(a) utilizará para fazer o pagamento de suas compras?

Cheque pré-datado	42%
Cheque à vista	17%
Boleto	17%
Transferência bancária	17%
Cartões de crédito	8%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
Base	12

## 5.7 - Preços praticados

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	42%
Não estão	50%
NS/NR	8%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
Base	12

#### IV - Circunstâncias da permanência 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 do Salão do Artesanato?

Avião	92%
Ônibus	8%
TOTAL	100%
Base	12

##### 2 - Tempo de permanência na cidade

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

Três dias	42%
Quatro dias	42%
Cinco dias	17%
TOTAL	100%
Base	12

##### 3 - Atividades em BH, simultâneas ao Salão

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?

Mercado Central	33%
Museus	75%
Feiras	50%
Visitas a outros artesãos	17%
Visitar amigos	8%
Casas de Shows/Disotecas	8%
TOTAL	100%
Base	12