

PM053/16

X



**Relatório de Pesquisa**

**- Centro CAPE -**

**Visitante**

**Dezembro/2016**

## ÍNDICE

<b>I - APRESENTAÇÃO .....</b>	<b>5</b>
1 - CONTEXTO.....	5
2 - OBJETIVOS .....	5
3 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....	6
3.1 - PÚBLICO ALVO E AMOSTRA.....	6
3.2 - QUESTIONÁRIO .....	7
3.3 - COLETA DE DADOS.....	7
3.4 - TRATAMENTO DOS DADOS.....	7
4 - NOTAS PARA LEITURA DOS RESULTADOS .....	7
5 - PRINCIPAIS RESULTADOS .....	8
 <b>II - CARACTERIZAÇÃO DOS VISITANTES .....</b>	 <b>11</b>
1 - LOCAL DE RESIDÊNCIA .....	11
2 - SEXO.....	13
3 - IDADE.....	13
4 - ESCOLARIDADE.....	13
5 - RENDA FAMILIAR.....	14
6 - MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO .....	15

<b>III - 27ª FEIRA NACIONAL DE ARTESANATO .....</b>	<b>16</b>
<b>1 - VISITA À FEIRA.....</b>	<b>16</b>
1.1 - NÚMERO DE VISITAS.....	16
1.2 - TEMPO DE PERMANÊNCIA .....	18
<b>2 - PRINCIPAL MEIO DE INFORMAÇÃO .....</b>	<b>19</b>
<b>3 - EXPECTATIVA E AVALIAÇÕES .....</b>	<b>22</b>
3.1 - EXPECTATIVA.....	22
3.2 - NÍVEL DE SATISFAÇÃO .....	23
3.3 - AVALIAÇÃO VERSUS EXPECTATIVA .....	24
3.3.1 - MOTIVOS PARA A AVALIAÇÃO ABAIXO DA EXPECTATIVA .....	25
<b>4 - AVALIAÇÃO DA 27ª FEIRA .....</b>	<b>26</b>
4.1 - AVALIAÇÃO GERAL.....	26
4.2 - AVALIAÇÃO DE ITENS ESPECÍFICOS .....	27
4.2.1 - ORGANIZAÇÃO DA FEIRA .....	31
4.2.2 - DESLOCAMENTO PARA A FEIRA .....	31
4.2.3 - A ESTRUTURA DO EVENTO.....	32
4.2.4 - O LOCAL DO EVENTO: EXPOMINAS .....	32
4.2.5 - ESTACIONAMENTO OFERECIDO NA FEIRA .....	33
4.2.6 - RECEPÇÃO DA FEIRA .....	33
4.2.7 - INFORMAÇÕES FORNECIDAS POR FUNCIONÁRIOS DA FEIRA.....	34
4.2.8 - ALIMENTAÇÃO/PRAÇA DE ALIMENTAÇÃO DA FEIRA .....	34
4.2.9 - SINALIZAÇÃO/PLACAS INDICATIVAS PRESENTES NA FEIRA .....	35
4.2.10 - CLIMATIZAÇÃO (TEMPERATURA DOS PAVILHÕES DA FEIRA) .....	35
4.2.11 - BANHEIROS/INSTALAÇÕES SANITÁRIAS DA FEIRA.....	36
4.2.12 - ATENDIMENTO QUE RECEBEU DOS EXPOSITORES.....	36

4.2.13 - VARIEDADE DE PRODUTOS OFERECIDOS .....	37
4.2.14 - QUALIDADE DOS PRODUTOS .....	37
4.2.15 - CONDIÇÕES DE PAGAMENTO .....	38
4.2.16 - NOVIDADES/LANÇAMENTOS DE PRODUTOS.....	38
4.2.17 - PREÇO DOS PRODUTOS.....	39
5 - INTENÇÃO DE RETORNO .....	40
6 - COMPRAS REALIZADAS .....	41
6.1 - PRODUTOS PROCURADOS .....	41
6.2 - SUCESSO NO ENCONTRO DE PRODUTOS .....	44
6.3 - PRODUTOS NÃO ENCONTRADOS .....	45
6.4 - PRODUTOS COMPRADOS .....	48
6.5 - VALOR GASTO .....	51
6.6 - PRINCIPAL FORMA DE PAGAMENTO.....	53
 IV - COMENTÁRIO FINAL.....	 54

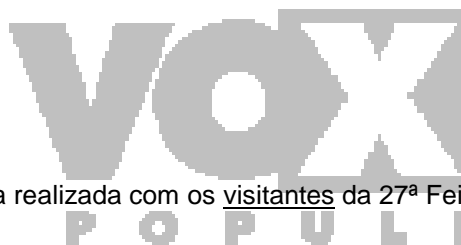
## I - APRESENTAÇÃO

### 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.

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 quatro pesquisas:

- Artesãos presentes
- Expositores
- Visitantes
- Lojistas



Neste relatório apresentaremos os resultados da pesquisa realizada com os visitantes da 27ª Feira Nacional de Artesanato.

### 2 - OBJETIVOS

A pesquisa teve como principal objetivo levantar informações, junto ao público pesquisado, que permitissem descrever suas características socioeconômicas e demográficas, bem como obter uma avaliação do evento.

### 3 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

#### 3.1 - PÚBLICO ALVO E AMOSTRA

Foram realizadas 514 entrevistas<sup>1</sup> com o público que freqüentou a 27ª FNA, entre os dias 07 e 11 de dezembro de 2016.

A amostra foi selecionada por meio de sorteio aleatório por intervalo de fluxo em “central location”, proporcional entre os dias do evento.

##### Dia da entrevista

Quarta-feira: dia 07/12	20%
Quinta-feira: dia 08/12	19%
Sexta-feira: dia 09/12	20%
Sábado: dia 10/12	20%
Domingo: dia 11/12	21%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>514</b>

##### Horário da entrevista

Manhã: de 10h às 13:59h	10%
Tarde: de 14h às 16:59h	32%
Noite: de 17h às 19:29h	29%
Noite: de 19:30h às 22h	29%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>514</b>

A margem de erro estimada, em um intervalo de confiança de 95%, é de **4,3%**.

<sup>1</sup> Foram previstas 500 entrevistas

### 3.2 - QUESTIONÁRIO

O instrumento de coleta de dados foi desenvolvido em conjunto com o cliente.

### 3.3 - COLETA DE DADOS

Os questionários foram aplicados pessoalmente, na Expominas, após os visitantes terem percorrido a Feira.

### 3.4 - TRATAMENTO DOS DADOS

Os dados foram 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%.

## 5 - PRINCIPAIS RESULTADOS

### - PERFIL DO VISITANTE

Os visitantes presentes na 27ª Feira Nacional de Artesanato que foram entrevistados eram, em sua totalidade, residentes no Brasil, sendo a maior parte oriunda de Minas Gerais (97%) – deste total, 65% residem em Belo Horizonte.

Assim como observado em anos anteriores, a maioria é do sexo feminino (71%), concentrados na faixa etária de mais de 50 anos (47%), com alta escolaridade e renda: superior ou mais (59%); renda entre 5 e 15 salários mínimos (52%).

O principal meio de transporte utilizado para ir à Feira continua sendo o carro particular (51%), seguido por metrô e ônibus (19% e 17%, respectivamente). Os entrevistados são frequentadores assíduos da Feira de Artesanato: em média, já visitaram a feira entre cinco e seis vezes, com uma permanência média de 4 horas no Expominas.

### - PRINCIPAL MEIO DE INFORMAÇÃO

A TV continua sendo a principal fonte de informação (36%) sobre a realização da Feira, entretanto, é importante destacar o crescimento da internet nos últimos anos. Em 2016 se somarmos internet e rede sociais teremos 28% dos visitantes que utilizaram esses meios.

### - EXPECTATIVA E SATISFAÇÃO

A alta expectativa em relação ao evento permanece em torno de 80%, o nível de satisfação superior a 90% e ¼ dos entrevistados consideraram que a Feira estava acima de suas expectativas (1/3 considera que tudo ocorreu dentro das expectativas).

Entre a pequena parcela (8%) que considerou a Feira abaixo das expectativas, citaram que os principais motivos foram principalmente: falta de novidades/variedade de produtos (42%). Entre outros motivos destacamos ainda: preços altos/condições de pagamento (18%); preço alto cobrado pelo estacionamento (8%); não ter encontrado o produto que procurava (8%); excesso de produtos industrializados/importados (7%); e falta dos artesãos tradicionais (5%).



## - AVALIAÇÃO DA 27ª FEIRA

A avaliação geral da Feira manteve-se em um patamar muito positivo (94% consideraram-na como boa ou ótima). Ao avaliarmos itens específicos, observamos que a boa avaliação geral é confirmada, pois a maioria dos aspectos estimulados obteve avaliações positivas superiores a 80%.

- Destaque para as avaliações positivas: a estrutura do evento (99%); atendimento recebido nos stands (99%); organização da Feira (98%); o local do evento (Expominas) (98%).
- Dois tópicos mantiveram a tendência de retração já apresentada em 2012. Foram eles: o estacionamento (89% em 2011; 61% em 2012; 54% em 2013; e 42% em 2016) e o preço dos produtos (68% em 2011; 56% em 2012; 50% em 2013; e dentro da margem de erro 53% em 2016). A alimentação e/ou praça de alimentação (60%) voltou para o patamar apresentado nos anos de 2007 (57%) e 2010 (63%), enquanto em 2011 essa avaliação chegou a 89%..

Confirmando a boa impressão dos entrevistados sobre a Feira, 95% afirmam que pretendem voltar ao evento do ano que vem.

## - COMPRAS REALIZADAS

A maioria dos visitantes encontrou os produtos que procurava na Feira (87%), sendo que os produtos mais procurados foram os artigos de decoração e utilitários (59%), alimentos (48%), bijuterias e acessórios (41%) e vestuário (37%).

A principal forma de pagamento utilizada é a compra à vista e em dinheiro (49%), mas observamos queda entre os que utilizaram esta forma de pagamento em relação aos anos anteriores (nas últimas 4 rodadas da pesquisa, o índice era cerca de 66%). Parece-nos que a migração não foi motivada para uma compra à prazo, pois o número dos que optaram pelo pagamento através de cartão de débito cresceu de 5% em dez/13 para 25% em dez/16.

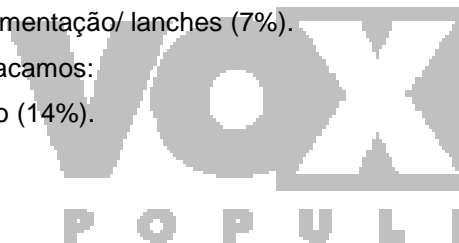
Para ler o valor médio gasto pelos visitantes, aconselhamos ler a média aparada, pois alguns valores fora do padrão comum de gastos puxaram a média para um patamar mais elevado que outros anos. Exemplo: em 2013 a média de gasto foi de R\$ 309,97 e em 2016 R\$ 1.397,21.

Já a média aparada nos dá uma dimensão melhor deste valor médio: R\$ 263,85 em 2013 e R\$ 339,21 em 2016.

## - COMENTÁRIO FINAL DO ENTREVISTADO

No final da entrevista pedimos aos visitantes algum comentário, crítica ou elogio sobre a Feira. Veremos que:

- 40% disseram não tem nenhum comentário adicional;
- 50% fizeram algum tipo de crítica e destacamos:
  - Preço alto /estrutura ruim do estacionamento (14%);
  - Desorganização da feira/ falta informação (8%);
  - Melhorar a estrutura praça de alimentação/ lanches (7%).
- 19% fizeram algum tipo de elogio e destacamos:
  - Evento de qualidade/organização (14%).



A seguir detalharemos todos os resultados citados e cruzamentos por variáveis sociodemográficas sempre que pertinente.

## II - CARACTERIZAÇÃO DOS VISITANTES

### 1 - LOCAL DE RESIDÊNCIA

Estado de residência	
Minas Gerais	97%
São Paulo	1%
Rio de Janeiro	1%
Outros estados <sup>2</sup>	1%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>514</b>

<sup>2</sup> Estados com menos de 0,5% de citação: Distrito Federal, Pará, Bahia, Paraná, Pernambuco, Piauí e Tocantins.

Município de residência

MINAS GERAIS		BAHIA	
Belo Horizonte	65%	Salvador	0%
Contagem	8%	DISTRITO FEDERAL	
Betim	2%	Brasília	0%
Santa Luzia	2%	PARANA	
Conselheiro Lafaiete	1%	Curitiba	0%
Sete Lagoas	1%	PERNAMBUCO	
Lagoa Santa	1%	Olinda	0%
Pedro Leopoldo	1%	PIAUI	
Nova Lima	1%	Teresina	
Ipatinga	1%	TOCANTINS	
Itabira	1%	Tocantins	0%
Carmo do Cajuru	1%	PARÁ	
Mário Campos	1%	Paragominas	0%
Ribeirão das Neves	1%	Parauapebas	0%
Juatuba	1%	RIO DE JANEIRO	
Vespasiano	1%	Rio de Janeiro	0%
Perdigão	1%	Três Rios	0%
Outros	7%		
SÃO PAULO			
São Paulo	1%	TOTAL	100%
Franca	0%	BASE	514

## 2 - SEXO

		Sexo						
		NOV/07	NOV/09	NOV/10	NOV/11	DEZ/12	DEZ/13	DEZ/16
<b>Masculino</b>		22%	30%	22%	25%	30%	22%	29%
<b>Feminino</b>		78%	70%	78%	75%	70%	78%	71%
<b>TOTAL</b>		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>		577	516	506	502	504	503	514

## 3 - IDADE

		Idade						
		NOV/07	NOV/09	NOV/10	NOV/11	DEZ/12	DEZ/13	DEZ/16
<b>Até 30 anos</b>		29%	24%	21%	21%	21%	20%	17%
<b>De 31 a 40 anos</b>		19%	17%	17%	24%	21%	19%	17%
<b>De 41 a 50 anos</b>		22%	26%	21%	19%	22%	19%	19%
<b>Mais de 50 anos</b>		30%	34%	41%	36%	37%	41%	47%
<b>TOTAL</b>		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>		577	516	506	502	504	503	514

## 4 - ESCOLARIDADE

		Escolaridade						
		NOV/07	NOV/09	NOV/10	NOV/11	DEZ/12	DEZ/13	DEZ/16
<b>Ensino Fundamental</b>		19%	10%	13%	9%	8%	9%	6%
<b>Ensino Médio</b>		34%	37%	30%	36%	33%	33%	26%
<b>Ensino Superior</b>		40%	43%	41%	56%	44%	46%	49%
<b>Pós-graduação</b>		7%	9%	15%	-	14%	13%	19%
<b>NR</b>		-	-	-	-	1%	-	-
<b>TOTAL</b>		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>		577	516	506	502	504	503	514

## 5 - RENDA FAMILIAR

### RENDA FAMILIAR

<b>Até 1 SM</b>	1%
<b>Mais de 1 até 2 SM</b>	7%
<b>Mais de 2 até 3 SM</b>	11%
<b>Mais de 3 até 5 SM</b>	18%
<b>Mais de 5 até 10 SM</b>	34%
<b>Mais de 10 até 15 SM</b>	18%
<b>Mais de 15 até 20 SM</b>	4%
<b>Mais de 20 SM</b>	5%
<b>NR</b>	2%
<b>TOTAL</b>	100%
<b>BASE</b>	514

### TABELA AGREGADA

	NOV/07	NOV/09	NOV/10	NOV/11	DEZ/12	DEZ/13	DEZ/16
<b>Até 5 SM</b>	30%	20%	18%	15%	18%	50%	37%
<b>Mais de 5 até 15 SM</b>	48%	56%	54%	58%	60%	32%	52%
<b>Mais de 15 SM</b>	22%	24%	28%	27%	22%	6%	9%
<b>Recusa</b>	-	-	-	-	0%	11%	2%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	577	516	506	502	504	503	514

## 6 - MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO

Qual o principal meio de transporte o(a) sr(a) utilizou para vir até aqui na Feira , até o Expominas?

	NOV/07	NOV/09	NOV/10	NOV/11	DEZ/12	DEZ/13	DEZ/16
<b>Carro particular</b>	50%	47%	53%	52%	49%	45%	51%
<b>Metrô</b>	4%	16%	15%	18%	14%	20%	19%
<b>Ônibus</b>	42%	32%	25%	23%	27%	26%	17%
<b>Táxi/Uber</b>	2%	2%	4%	5%	4%	3%	8%
<b>Van</b>	-	-	-	-	3%	3%	4%
<b>A pé</b>	1%	1%	1%	1%	2%	2%	1%
<b>Outros</b>	1%	2%	1%	2%	1%	1%	1%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	577	516	506	502	504	503	514

### III - 27ª FEIRA NACIONAL DE ARTESANATO

#### 1 - VISITA À FEIRA

##### 1.1 - NÚMERO DE VISITAS

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

	NOV/07	NOV/09	NOV/10	NOV/11	DEZ/12	DEZ/13	DEZ/16
<b>1ª visita</b>	46%	30%	31%	17%	33%	33%	19%
<b>Duas vezes</b>	26%	24%	23%	35%	19%	25%	23%
<b>Três</b>	10%	15%	15%	14%	12%	11%	11%
<b>Quatro</b>	5%	9%	7%	7%	8%	6%	10%
<b>Cinco vezes ou mais</b>	13%	21%	24%	27%	28%	25%	37%
<b>NR</b>	-	0%	1%	-	-	-	0%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	577	516	506	502	504	503	514
<b>MÉDIA - VISITAS</b>	2,9	4,9	3,8	4,3	4,5	5,15	5,72
<b>LIMITE INFERIOR</b>	2,6	4,4	3,4	-	4,0	4,47	5,15
<b>LIMITE SUPERIOR</b>	3,2	5,5	4,1	-	5,5	5,83	6,29
<b>Casos válidos</b>	n=577	n=358	n=502	n=502	n=504	n=503	n=514



Cruzamento por sexo, idade, escolaridade e renda familiar

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
<b>Esta é a primeira vez</b>	27%	16%	34%	22%	21%	11%	22%	26%	16%	21%	16%	22%	20%	19%
<b>Duas vezes</b>	25%	22%	31%	28%	18%	20%	19%	24%	22%	27%	21%	15%	30%	23%
<b>Três vezes</b>	7%	12%	10%	15%	7%	11%	22%	9%	11%	10%	12%	7%	10%	11%
<b>Quatro vezes</b>	12%	10%	10%	15%	8%	10%	8%	12%	8%	8%	12%	15%		10%
<b>Cinco vezes ou mais</b>	29%	40%	15%	20%	45%	48%	38%	33%	39%	34%	39%	41%	40%	37%
<b>NR</b>		0%				0%			0%		0%			0%
<b>MÉDIA</b>	<b>4,56</b>	<b>6,19</b>	<b>2,84</b>	<b>3,28</b>	<b>5,88</b>	<b>7,62</b>	<b>4,63</b>	<b>4,90</b>	<b>6,14</b>	<b>5,04</b>	<b>6,05</b>	<b>6,48</b>	<b>6,60</b>	<b>5,72</b>

## 1.2 - TEMPO DE PERMANÊNCIA

Durante quanto tempo o(a) sr(a) ficou na Feira ?

	NOV/07	NOV/09	NOV/10	NOV/11	DEZ/12	DEZ/13	DEZ/16
Até 2 hs	22%	32%	25%	16%	40%	24%	13%
Mais de 2 até 3 hs	24%	23%	23%	24%	24%	28%	25%
Mais de 3 até 4 hs	20%	19%	23%	22%	21%	24%	26%
Mais de 4 até 5 hs	15%	11%	15%	22%	9%	12%	16%
Mais de 5 hs	18%	14%	14%	17%	6%	12%	20%
NS	1%	1%	-	-	0%	0%	0%
<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>BASE</b>	<b>577</b>	<b>516</b>	<b>506</b>	<b>502</b>	<b>504</b>	<b>503</b>	<b>514</b>
<b>MÉDIA - PERMANÊNCIA<sup>3</sup> (horas)</b>	<b>3:50</b>	<b>3:51</b>	<b>3:40</b>	<b>4:08</b>	<b>2:55</b>	<b>3:33</b>	<b>4:09</b>
<b>Casos válidos</b>	<b>n=570</b>	<b>n=513</b>	<b>n=506</b>	<b>n=502</b>	<b>n=502</b>	<b>n=501</b>	<b>n=513</b>

Cruzamento por sexo, idade, Escolaridade e Renda familiar

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
Mais de 2 até 3 hs	22%	27%	24%	24%	32%	25%	22%	21%	28%	23%	27%	30%	40%	26%
Mais de 3 até 4 hs	25%	25%	27%	31%	18%	25%	16%	21%	27%	25%	24%	28%	30%	25%
Até 2 hs	18%	21%	19%	15%	20%	22%	31%	27%	17%	25%	18%	15%	10%	20%
Mais de 4 até 5 hs	17%	15%	15%	12%	14%	18%	19%	19%	14%	17%	17%	2%	10%	16%
Mais de 5 hs	18%	11%	15%	18%	14%	10%	12%	11%	14%	10%	14%	24%		13%
NS		1%			1%	0%		1%	0%	1%			10%	0%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>147</b>	<b>367</b>	<b>88</b>	<b>88</b>	<b>98</b>	<b>240</b>	<b>32</b>	<b>135</b>	<b>347</b>	<b>191</b>	<b>267</b>	<b>46</b>	<b>10</b>	<b>514</b>
<b>MÉDIA</b>	<b>03:59</b>	<b>04:13</b>	<b>03:57</b>	<b>03:44</b>	<b>04:21</b>	<b>04:18</b>	<b>04:46</b>	<b>04:29</b>	<b>03:58</b>	<b>04:23</b>	<b>04:06</b>	<b>03:32</b>	<b>04:10</b>	<b>04:09</b>

<sup>3</sup> Média calculada em horas.

## 2 - PRINCIPAL MEIO DE INFORMAÇÃO

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

TV	36%
Internet	21%
Recebeu/ganhou convite	7%
Redes sociais	5%
Rádio	4%
Mala direta/cartas	3%
Mídias impressas (jornal/ revistas/ etc.)	3%
Fornecedores	2%
Mãos de Minas/Centro Cape	1%
Outros	17%
NS	0%
TOTAL	100%
BASE	514

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

COMPARATIVO

	NOV/07	NOV/09	NOV/10	NOV/11	DEZ/12	DEZ/13	DEZ/16
<b>TV</b>	30%	37%	33%	50%	42%	53%	36%
<b>Internet</b>	5%	12%	10%	12%	15%	14%	21%
<b>Recebeu/ganhou convite</b>	7%	4%	6%	4%	1%	3%	7%
<b>Redes sociais</b>	-	-	-	-	-	-	5%
<b>Rádio</b>	3%	4%	3%	3%	4%	3%	4%
<b>Mala direta/cartas</b>	2%	2%	1%	1%	2%	-	3%
<b>Mídias impressas (jornal/ revistas/ etc.)</b>	2%	3%	6%	4%	4%	2%	3%
<b>Fornecedores</b>	-	-	-	-	-	-	2%
<b>Mãos de Minas/Centro Cape</b>	1%	2%	2%	-	-	2%	1%
<b>Outros</b>	47%	34%	39%	26%	33%	25%	17%
<b>NS</b>	2%	2%	-	-	-	-	0%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	577	516	506	502	504	503	514

Cruzamento por sexo, idade, escolaridade e renda familiar

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
<b>TV</b>	32%	37%	25%	31%	33%	43%	44%	34%	36%	35%	37%	37%	30%	36%
<b>Internet</b>	24%	20%	17%	25%	23%	21%	6%	19%	24%	20%	23%	17%	10%	21%
<b>Recebeu/ ganhou convites</b>	6%	8%	12%	8%	5%	6%	9%	15%	4%	13%	4%	2%	10%	7%
<b>Redes sociais</b>	6%	4%	7%	6%	5%	4%	9%	4%	5%	5%	5%	4%	10%	5%
<b>Rádio</b>	5%	4%	3%	6%	9%	2%	3%	6%	4%	5%	3%	9%		4%
<b>Mídias impressas</b>	2%	3%	1%	6%	1%	3%	2%	3%	2%	2%	3%	4%	20%	3%
<b>Mala direta/ carta</b>	5%	2%		1%	4%	4%	2%	3%	3%	3%	2%	4%		3%
<b>Fornecedores</b>	1%	2%	2%	3%	2%	2%	3%	1%	2%	2%	3%			2%
<b>Mãos de Minas/Centro Cape</b>	2%	1%		1%	2%	1%	3%	1%	1%	1%	1%			1%
<b>Outros</b>	15%	18%	32%	14%	15%	13%	22%	15%	17%	16%	17%	22%	20%	17%
<b>NS/ NR</b>	1%					1%		1%	0%		1%			0%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	147	367	88	88	98	240	32	135	347	191	267	46	10	514

### 3 - EXPECTATIVA E AVALIAÇÕES

#### 3.1 - EXPECTATIVA

Com relação à 27ª Feira de Artesanato, o(a) sr(a) diria que tinha uma expectativa:

	NOV/07	NOV/09	NOV/10	NOV/11	DEZ/12	DEZ/13	DEZ/16
Muito alta	25%	27%	31%	43%	22%	30%	19%
Alta	56%	59%	56%	45%	53%	52%	60%
Regular	17%	11%	12%	12%	24%	17%	20%
Baixa	1%	2%	0%	0%	1%	1%	1%
Muito baixa	-	-	-	-	-	0%	0%
NS/NR	1%	1%	-	-	0%	0%	0%
<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>BASE</b>	<b>577</b>	<b>516</b>	<b>506</b>	<b>502</b>	<b>504</b>	<b>503</b>	<b>514</b>

TABELA AGREGADA

	NOV/07	NOV/09	NOV/10	NOV/11	DEZ/12	DEZ/13	DEZ/16
Alta	81%	86%	87%	88%	75%	82%	79%
Regular	17%	11%	12%	12%	24%	17%	20%
Baixa	1%	2%	0%	0%	1%	1%	1%
NS/NR	1%	1%	-	-	0%	0%	0%
<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>BASE</b>	<b>577</b>	<b>516</b>	<b>506</b>	<b>502</b>	<b>504</b>	<b>503</b>	<b>514</b>

Cruzamento por sexo, idade, escolaridade e renda familiar

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
Alta	73%	81%	81%	80%	81%	77%	66%	81%	79%	75%	82%	74%	80%	79%
Regular	25%	17%	19%	17%	17%	22%	31%	19%	19%	25%	16%	20%	20%	20%
Baixa	1%	1%		2%	2%	1%	3%		2%		2%	4%		1%
NS/NR		0%		1%					0%			2%		0%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>147</b>	<b>367</b>	<b>88</b>	<b>88</b>	<b>98</b>	<b>240</b>	<b>32</b>	<b>135</b>	<b>347</b>	<b>191</b>	<b>267</b>	<b>46</b>	<b>10</b>	<b>514</b>

### 3.2 - NÍVEL DE SATISFAÇÃO

Em relação à 27ª Feira Nacional de Artesanato, de uma forma geral, você está:

	NOV/07	NOV/09	NOV/10	NOV/11	DEZ/12	DEZ/13	DEZ/16
<b>Totalmente satisfeito</b>	26%	31%	28%	42%	31%	23%	34%
<b>Satisfeito</b>	63%	64%	66%	54%	65%	67%	58%
<b>Nem satisfeito nem insatisfeito</b>	9%	3%	4%	3%	4%	8%	7%
<b>Insatisfeito</b>	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
<b>Muito insatisfeito</b>	0%	-	-	-	-	-	-
<b>NS/NR</b>	0%	1%	1%	-	-	0%	-
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	577	516	506	502	504	503	514

TABELA AGREGADA

	NOV/07	NOV/09	NOV/10	NOV/11	DEZ/12	DEZ/13	DEZ/16
<b>Satisfeito</b>	89%	96%	94%	96%	95%	90%	92%
<b>Neutro</b>	9%	3%	4%	3%	4%	8%	7%
<b>Insatisfeito</b>	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
<b>NS/NR</b>	0%	1%	1%	-	-	0%	-
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	577	516	506	502	504	503	514

Cruzamento por sexo, idade, escolaridade e renda familiar

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
<b>Satisfeito</b>	92%	92%	95%	91%	91%	92%	94%	94%	91%	94%	91%	91%	90%	92%
<b>Neutro</b>	7%	7%	3%	8%	8%	7%	3%	5%	7%	5%	8%	7%	10%	7%
<b>Insatisfeito</b>	1%	1%	1%	1%	1%	2%	3%	1%	1%	1%	1%	2%	-	1%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	147	367	88	88	98	240	32	135	347	191	267	46	10	514

### 3.3 - AVALIAÇÃO VERSUS EXPECTATIVA

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

	NOV/07	NOV/09	NOV/10	NOV/11	DEZ/12	DEZ/13	DEZ/16
<b>Acima de suas expectativas</b>	32%	28%	25%	37%	26%	18%	25%
<b>Dentro de suas expectativas</b>	63%	66%	67%	60%	71%	73%	67%
<b>Abaixo de suas expectativas</b>	4%	6%	6%	3%	3%	9%	8%
<b>NS/NR</b>	0%	1%	2%	0%	0%	-	-
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	577	516	506	502	504	503	514

Cruzamento por sexo, idade, escolaridade e renda familiar

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
<b>Acima</b>	28%	25%	28%	28%	28%	22%	25%	27%	25%	23%	26%	39%		25%
<b>Dentro</b>	67%	66%	69%	66%	63%	68%	59%	70%	66%	70%	65%	59%	90%	67%
<b>Abaixo</b>	5%	9%	2%	6%	9%	10%	16%	4%	9%	7%	9%	2%	10%	8%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	147	367	88	88	98	240	32	135	347	191	267	46	10	514



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

Por que a Feira ficou abaixo de suas expectativas?

	NOV/07	NOV/09	NOV/10	NOV/11	DEZ/12	DEZ/13	DEZ/16
<b>Faltam novidades/variedades de produtos</b>	38%	33%	40%	40%	33%	36%	42%
<b>Preços altos/condições de pagamento</b>	21%	20%	27%	13%	7%	23%	18%
<b>Preço alto cobrado no estacionamento</b>	-	3%	-	-	-	7%	8%
<b>Não encontrou o produto que procurava</b>	8%	-	-	7%	20%	9%	8%
<b>Excesso de produtos industrializados/importados</b>	13%	17%	7%	-	33%	5%	7%
<b>Falta mais participação dos artesãos tradicionais</b>	-	-	-	-	-	7%	5%
<b>Outros motivos</b>	4%	12%	27%	40%	7%	13%	11%
<b>NS/NR</b>	17%	13%	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE<sup>4</sup></b>	<b>24</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>44</b>	<b>40</b>

<sup>4</sup> Base: entrevistados que avaliaram a Feira como abaixo da expectativa

#### 4 - AVALIAÇÃO DA 27ª FEIRA

##### 4.1 - AVALIAÇÃO GERAL

Pensando na 27ª 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	NOV/10	NOV/11	DEZ/12	DEZ/13	DEZ/16
<b>Ótima</b>	45%	46%	50%	61%	56%	45%	54%
<b>Boa</b>	45%	47%	44%	35%	38%	46%	40%
<b>Regular positiva</b>	8%	4%	4%	3%	4%	7%	4%
<b>Regular negativa</b>	1%	2%	1%	1%	1%	2%	1%
<b>Ruim</b>	-	0%	0%	-	0%	0%	0%
<b>Péssima</b>	0%	-	0%	-	-	-	-
<b>NR</b>	0%	0%	0%	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	577	516	506	502	504	503	514

TABELA AGREGADA

	NOV/07	NOV/09	NOV/10	NOV/11	DEZ/12	DEZ/13	DEZ/16
<b>Positiva</b>	90%	93%	94%	96%	94%	91%	94%
<b>Regular</b>	9%	6%	5%	4%	5%	9%	6%
<b>Negativa</b>	0%	0%	0%	-	0%	0%	0%
<b>NS/NR</b>	0%	0%	0%	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	577	516	506	502	504	503	514

Cruzamento por sexo, idade, escolaridade e renda familiar

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
<b>Positiva</b>	97%	93%	97%	95%	96%	92%	91%	96%	94%	95%	94%	91%	90%	94%
<b>Regular</b>	3%	7%	3%	5%	4%	8%	9%	4%	6%	5%	6%	9%	10%	6%
<b>Negativa</b>		0%				0%			0%		0%			0%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	147	367	88	88	98	240	32	135	347	191	267	46	10	514

## 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	Bom	Regular positivo	Regular negativo	Ruim	Péssimo	NS/NR	Base	Total
<b>A organização de uma forma geral</b>	57%	40%	2%					514	100%
<b>Ao deslocamento para a Feira (distância/facilidade de chegar, etc.)</b>	43%	51%	4%	2%	1%		0%	514	100%
<b>A estrutura do evento (as instalações/facilidades)</b>	58%	40%	1%	0%				514	100%
<b>Ao local do evento (Expominas)</b>	69%	29%	1%				1%	514	100%
<b>Ao estacionamento</b>	19%	23%	7%	8%	4%	4%	35%	514	100%
<b>A recepção da Feira</b>	46%	49%	3%	0%			2%	514	100%
<b>As informações fornecidas por funcionários da Feira</b>	32%	45%	4%	1%	1%	0%	16%	514	100%
<b>A alimentação/praca de alimentação</b>	18%	42%	10%	6%	2%	1%	21%	514	100%
<b>A sinalização/placas indicativas presentes na Feira</b>	36%	56%	6%		1%	0%	1%	514	100%
<b>A climatização (temperatura dos pavilhões da feira)</b>	40%	47%	6%	4%	1%	1%	1%	514	100%
<b>Aos banheiros/instalações sanitárias</b>	28%	43%	2%	1%			26%	514	100%
<b>Ao atendimento que recebeu nos stands dos expositores</b>	58%	41%	0%	0%			0%	514	100%
<b>A variedade de produtos oferecidos</b>	53%	37%	6%	3%	1%			514	100%
<b>A qualidade dos produtos (acabamento, durabilidade)</b>	51%	44%	3%	1%				514	100%
<b>As condições de pagamento</b>	42%	51%	4%	2%	1%	0%	1%	514	100%
<b>As novidades/lançamentos de produtos</b>	32%	43%	17%	5%	2%	1%	1%	514	100%
<b>Ao preço dos produtos</b>	10%	43%	25%	14%	5%	3%	0%	514	100%

TABELA AGREGADA COMPARATIVA (continua)

	Positiva			Regular			Negativa			NS/NR		
	NOV/07	NOV/09	NOV/10	NOV/07	NOV/09	NOV/10	NOV/07	NOV/09	NOV/10	NOV/07	NOV/09	NOV/10
<b>A organização da Feira</b>	93%	97%	96%	6%	3%	3%	1%	1%	0%	-	-	-
<b>O deslocamento</b>	90%	96%	95%	8%	3%	4%	2%	1%	0%	0%	-	-
<b>A estrutura do evento</b>	93%	98%	98%	6%	1%	1%	1%	0%	0%	0%	-	-
<b>O local do evento (Expominas)</b>	97%	98%	99%	3%	1%	1%	-	0%	0%	-	-	-
<b>No estacionamento oferecido</b>	73%	61%	63%	8%	11%	8%	3%	5%	6%	16%	13%	24%
<b>Na recepção da Feira</b>	90%	96%	93%	7%	3%	4%	1%	1%	1%	2%	1%	1%
<b>Nas informações fornecidas</b>	79%	88%	81%	8%	3%	3%	1%	1%	1%	11%	8%	15%
<b>Na aliment./praça de alimentação</b>	57%	73%	63%	15%	13%	16%	11%	4%	4%	17%	10%	17%
<b>Na sinalização/placas indicativas</b>	88%	93%	92%	8%	5%	5%	3%	2%	1%	1%	1%	2%
<b>Na climatização</b>	93%	91%	95%	6%	7%	4%	1%	2%	0%	-	1%	0%
<b>Banheiros/ instalações sanitárias</b>	68%	77%	68%	8%	7%	10%	3%	3%	4%	20%	13%	19%
<b>O atendim. q/ recebeu nos stands</b>	93%	98%	97%	6%	2%	2%	0%	-	0%	1%	0%	1%
<b>A variedade de prod. oferecidos</b>	93%	95%	94%	6%	4%	5%	1%	0%	1%	-	0%	0%
<b>A qualidade dos produtos</b>	93%	97%	97%	6%	2%	3%	-	-	0%	0%	1%	0%
<b>As condições de pagamento</b>	73%	88%	80%	14%	8%	13%	5%	1%	2%	8%	3%	4%
<b>As novidades/ lançamentos</b>	83%	85%	86%	11%	11%	10%	3%	2%	2%	2%	2%	2%
<b>O preço dos produtos</b>	53%	65%	55%	33%	29%	35%	12%	5%	9%	2%	1%	1%

TABELA AGREGADA COMPARATIVA (continuação)

	Positiva		Regular		Negativa		NS/NR	
	NOV/11	DEZ/12	NOV/11	DEZ/12	NOV/11	DEZ/12	NOV/11	DEZ/12
<b>A organização da Feira</b>	59%	97%	8%	3%	10%	0%	23%	-
<b>O deslocamento</b>	97%	94%	2%	4%	1%	2%	1%	-
<b>A estrutura do evento</b>	97%	98%	2%	2%	1%	-	-	-
<b>O local do evento (Expominas)</b>	98%	99%	2%	0%	-	-	-	0%
<b>No estacionamento oferecido</b>	89%	61%	5%	11%	1%	6%	4%	22%
<b>Na recepção da Feira</b>	94%	93%	4%	4%	1%	2%	1%	1%
<b>Nas informações fornecidas</b>	98%	84%	1%	5%	0%	1%	0%	10%
<b>Na aliment./praça de alimentação</b>	89%	62%	7%	15%	1%	6%	2%	17%
<b>Na sinalização/placas indicativas</b>	95%	93%	4%	5%	1%	1%	0%	1%
<b>Na climatização</b>	82%	89%	3%	8%	1%	2%	13%	-
<b>Banheiros/ instalações sanitárias</b>	99%	67%	1%	10%	-	3%	-	20%
<b>O atendim. q/ recebeu nos stands</b>	98%	98%	2%	2%	-	0%	-	0%
<b>A variedade de prod. oferecidos</b>	68%	96%	11%	4%	5%	1%	16%	-
<b>A qualidade dos produtos</b>	99%	97%	0%	2%	0%	0%	0%	1%
<b>As condições de pagamento</b>	97%	88%	2%	7%	0%	1%	0%	4%
<b>As novidades/ lançamentos</b>	74%	88%	5%	10%	2%	1%	19%	2%
<b>O preço dos produtos</b>	68%	56%	26%	36%	5%	8%	1%	1%

TABELA AGREGADA COMPARATIVA

	Positiva		Regular		Negativa		NS/NR	
	DEZ/13	DEZ/16	DEZ/13	DEZ/16	DEZ/13	DEZ/16	DEZ/13	DEZ/16
<b>A organização da Feira</b>	97%	98%	3%	2%	0%			
<b>O deslocamento</b>	93%	94%	6%	5%	1%	1%		0%
<b>A estrutura do evento</b>	98%	99%	2%	1%				
<b>O local do evento (Expominas)</b>	98%	98%	2%	1%				1%
<b>Ao estacionamento</b>	54%	42%	14%	15%	7%	8%	25%	35%
<b>A recepção da Feira</b>	96%	95%	3%	3%	0%		1%	2%
<b>Nas informações fornecidas por funcionários</b>	84%	78%	4%	5%	0%	1%	11%	16%
<b>Na sinalização/placas indicativas</b>	91%	92%	7%	6%	2%	1%	0%	1%
<b>Na aliment./praça de alimentação</b>	67%	60%	13%	16%	6%	3%	14%	21%
<b>Na climatização</b>	83%	87%	13%	11%	4%	1%		1%
<b>Banheiros/ instalações sanitárias</b>	66%	71%	16%	3%	4%		14%	26%
<b>O atendim. que recebeu nos stands</b>	97%	99%	3%	1%	0%			0%
<b>A variedade de prod. oferecidos</b>	94%	90%	5%	9%	1%	1%		
<b>A qualidade dos produtos</b>	96%	95%	3%	5%	1%			
<b>As condições de pagamento</b>	87%	93%	12%	5%	1%	1%		1%
<b>As novidades/ lançamentos</b>	85%	75%	13%	22%	1%	3%	1%	1%
<b>O preço dos produtos</b>	50%	53%	42%	38%	8%	8%	0%	0%

#### 4.2.1 - ORGANIZAÇÃO DA FEIRA

Organização da Feira

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
<b>Positiva</b>	97%	98%	99%	98%	99%	97%	94%	100%	97%	97%	97%	100%	100%	98%
<b>Regular</b>	3%	2%	1%	2%	1%	3%	6%		3%	3%	3%			2%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	147	367	88	88	98	240	32	135	347	191	267	46	10	514

#### 4.2.2 - DESLOCAMENTO PARA A FEIRA

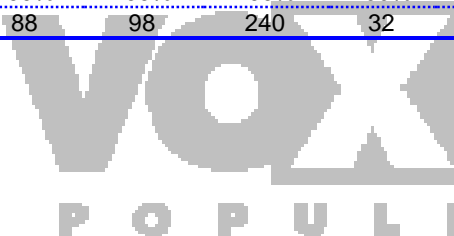
Deslocamento para a Feira

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
<b>Positiva</b>	90%	95%	91%	90%	99%	94%	91%	94%	94%	95%	93%	96%	90%	94%
<b>Regular</b>	9%	4%	8%	8%	1%	5%	6%	4%	5%	4%	6%	4%	10%	5%
<b>Negativa</b>	1%	1%	1%	1%		1%	3%	1%	1%	1%	1%			1%
<b>NS/NR</b>	1%			1%				1%		1%				0%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	147	367	88	88	98	240	32	135	347	191	267	46	10	514

#### 4.2.3 - A ESTRUTURA DO EVENTO

A estrutura do evento

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
<b>Positiva</b>	99%	99%	99%	100%	100%	98%	94%	99%	99%	98%	99%	100%	100%	99%
<b>Regular</b>	1%	1%	1%			2%	6%	1%	1%	2%	1%			1%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	147	367	88	88	98	240	32	135	347	191	267	46	10	514



#### 4.2.4 - O LOCAL DO EVENTO: EXPOMINAS

O local do evento (Expominas)

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
<b>Positiva</b>	98%	98%	98%	100%	99%	98%	88%	99%	99%	97%	99%	100%	100%	98%
<b>Regular</b>	1%	1%	2%			1%	3%	1%	1%	1%	1%			1%
<b>NS/NR</b>	1%	1%			1%	1%	9%		0%	2%				1%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	147	367	88	88	98	240	32	135	347	191	267	46	10	514



#### 4.2.5 - ESTACIONAMENTO OFERECIDO NA FEIRA

Estacionamento oferecido na Feira

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
<b>Positiva</b>	44%	42%	40%	36%	42%	45%	47%	36%	44%	38%	41%	65%	60%	42%
<b>Regular</b>	19%	14%	15%	20%	16%	13%	3%	13%	18%	12%	18%	15%	30%	15%
<b>Negativa</b>	9%	7%	5%	18%	11%	3%		4%	10%	6%	9%	4%	10%	8%
<b>NS/NR</b>	29%	37%	41%	25%	31%	38%	50%	47%	29%	45%	32%	15%		35%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	147	367	88	88	98	240	32	135	347	191	267	46	10	514

#### 4.2.6 - RECEPÇÃO DA FEIRA

Recepção da Feira

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
<b>Positiva</b>	90%	96%	97%	89%	98%	95%	100%	95%	94%	96%	94%	98%	80%	95%
<b>Regular</b>	5%	2%	2%	8%	1%	3%		4%	3%	2%	4%		20%	3%
<b>NS/NR</b>	4%	1%	1%	3%	1%	2%		1%	3%	2%	2%	2%		2%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	147	367	88	88	98	240	32	135	347	191	267	46	10	514

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

Informações fornecidas por funcionários da Feira

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
<b>Positiva</b>	82%	76%	83%	78%	82%	74%	84%	80%	76%	79%	77%	76%	80%	78%
<b>Regular</b>	8%	4%	3%	10%	1%	6%	3%	5%	6%	5%	5%	9%	10%	5%
<b>Negativa</b>	1%	1%		1%		1%			1%	1%	1%			1%
<b>NS/NR</b>	10%	19%	14%	10%	17%	19%	12%	15%	17%	16%	17%	15%	10%	16%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	147	367	88	88	98	240	32	135	347	191	267	46	10	514

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

Alimentação/praca de alimentação da Feira

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
<b>Positiva</b>	61%	59%	58%	60%	60%	60%	81%	61%	58%	63%	60%	46%	60%	60%
<b>Regular</b>	18%	15%	18%	18%	16%	15%	9%	17%	16%	13%	18%	17%	30%	16%
<b>Negativa</b>	3%	2%	6%	3%	2%	1%	3%	6%	1%	4%	2%	2%		3%
<b>NS/NR</b>	18%	23%	18%	18%	21%	24%	6%	16%	25%	20%	21%	35%	10%	21%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	147	367	88	88	98	240	32	135	347	191	267	46	10	514

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

Sinalização/placas indicativas presentes na Feira

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
<b>Positiva</b>	90%	93%	94%	92%	92%	92%	94%	96%	91%	94%	93%	80%	90%	92%
<b>Regular</b>	9%	5%	5%	8%	4%	6%	6%	3%	7%	4%	6%	13%		6%
<b>Negativa</b>	1%	1%	1%		2%	1%			1%	1%	1%	4%		1%
<b>NS/NR</b>		1%			2%	1%		1%	1%	1%	0%	2%	10%	1%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	147	367	88	88	98	240	32	135	347	191	267	46	10	514

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

Climatização (temperatura dos pavilhões da Feira)

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
<b>Positiva</b>	91%	86%	91%	82%	89%	87%	97%	90%	85%	91%	85%	83%	90%	87%
<b>Regular</b>	7%	13%	9%	15%	10%	10%	3%	7%	13%	8%	13%	13%		11%
<b>Negativa</b>	1%	1%		1%	1%	2%		3%	1%	1%	1%	4%	10%	1%
<b>NS/NR</b>	1%	1%		2%		0%			1%	1%	1%			1%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	147	367	88	88	98	240	32	135	347	191	267	46	10	514

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

Banheiros/instalações sanitárias da Feira

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
<b>Positiva</b>	76%	69%	70%	73%	71%	71%	81%	79%	67%	78%	69%	54%	70%	71%
<b>Regular</b>	4%	3%	2%	2%	6%	2%		1%	4%	1%	4%	7%	10%	3%
<b>NS/NR</b>	20%	28%	27%	25%	22%	27%	19%	20%	29%	21%	27%	39%	20%	26%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	147	367	88	88	98	240	32	135	347	191	267	46	10	514

#### 4.2.12 - ATENDIMENTO QUE RECEBEU DOS EXPOSITORES

Atendimento que recebeu dos expositores

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
<b>Positiva</b>	99%	99%	99%	98%	100%	99%	100%	98%	99%	100%	99%	98%	90%	99%
<b>Regular</b>	1%	1%	1%	2%		0%		1%	1%		1%	2%		1%
<b>NS/NR</b>		0%				0%		1%					10%	0%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	147	367	88	88	98	240	32	135	347	191	267	46	10	514

#### 4.2.13 - VARIEDADE DE PRODUTOS OFERECIDOS

Variedade de produtos oferecidos

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
<b>Positiva</b>	89%	91%	92%	93%	90%	89%	94%	95%	88%	93%	88%	91%	90%	90%
<b>Regular</b>	11%	8%	7%	7%	8%	11%	6%	4%	11%	6%	12%	7%	10%	9%
<b>Negativa</b>		1%	1%		2%	0%		1%	1%	1%	0%	2%		1%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	147	367	88	88	98	240	32	135	347	191	267	46	10	514

#### 4.2.14 - QUALIDADE DOS PRODUTOS

Qualidade dos produtos

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
<b>Positiva</b>	93%	96%	97%	93%	97%	95%	97%	97%	95%	98%	94%	93%	90%	95%
<b>Regular</b>	7%	4%	3%	7%	3%	5%	3%	3%	5%	2%	6%	7%	10%	5%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	147	367	88	88	98	240	32	135	347	191	267	46	10	514

#### 4.2.15 - CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

Condições de pagamento

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
<b>Positiva</b>	93%	93%	91%	92%	95%	93%	91%	92%	94%	93%	92%	98%	100%	93%
<b>Regular</b>	5%	5%	7%	5%	4%	6%	9%	7%	4%	6%	6%	2%		5%
<b>Negativa</b>	1%	1%		2%	1%	1%		1%	1%		2%			1%
<b>NS/NR</b>	1%	1%	2%	1%					1%	1%	0%			1%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	147	367	88	88	98	240	32	135	347	191	267	46	10	514

#### 4.2.16 - NOVIDADES/LANÇAMENTOS DE PRODUTOS

Novidades/lançamentos de produtos

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
<b>Positiva</b>	71%	76%	83%	70%	78%	72%	84%	80%	72%	81%	70%	80%	80%	75%
<b>Regular</b>	25%	20%	14%	26%	20%	23%	16%	16%	24%	17%	27%	13%		22%
<b>Negativa</b>	2%	3%	2%	2%	2%	3%		3%	3%	2%	2%	7%	10%	3%
<b>NS/NR</b>	1%	1%	1%	1%		1%		1%	1%	1%	1%		10%	1%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	147	367	88	88	98	240	32	135	347	191	267	46	10	514

#### 4.2.17 - PREÇO DOS PRODUTOS

Preço dos produtos

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
<b>Positiva</b>	48%	55%	58%	51%	47%	55%	56%	49%	55%	51%	54%	61%	40%	53%
<b>Regular</b>	42%	37%	33%	39%	46%	37%	38%	42%	37%	42%	37%	26%	60%	38%
<b>Negativa</b>	10%	7%	9%	8%	7%	8%	6%	9%	8%	6%	9%	13%		8%
<b>NS/NR</b>		1%		2%					1%		1%			0%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	147	367	88	88	98	240	32	135	347	191	267	46	10	514

## 5 - INTENÇÃO DE RETORNO

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

	NOV/07	NOV/09	NOV/10	NOV/11	DEZ/12	DEZ/13	DEZ/16
<b>Sim</b>	93%	94%	94%	95%	96%	91%	95%
<b>Não</b>	2%	2%	2%	0%	1%	2%	1%
<b>Talvez</b>	6%	4%	4%	4%	3%	6%	4%
<b>NR</b>	0%	0%	-	0%	-	0%	-
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	577	516	506	502	504	503	514

Cruzamento por sexo, idade, escolaridade e renda familiar.

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
<b>Sim</b>	96%	95%	92%	97%	94%	96%	97%	95%	95%	96%	96%	89%	100%	95%
<b>Não</b>	1%	1%		1%	3%	1%		1%	1%	1%	1%	2%		1%
<b>Talvez</b>	3%	4%	8%	2%	3%	3%	3%	4%	4%	3%	3%	9%		4%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	147	367	88	88	98	240	32	135	347	191	267	46	10	514



## 6 - COMPRAS REALIZADAS

### 6.1 - PRODUTOS PROCURADOS

Que tipo de produto o(a) sr(a) procurou, principalmente, na Feira?  
E em segundo lugar? E em terceiro? E em quarto? E em quinto? <sup>5</sup>

<b>Decorativo e Utilitário</b>	59%
<b>Alimentos</b>	48%
<b>Bijuterias e Acessórios</b>	41%
<b>Vestuário</b>	37%
<b>Bolsas e Calçados</b>	28%
<b>Cama, Mesa e Banho</b>	21%
<b>Produtos Religiosos e natalinos</b>	17%
<b>Jogos e Brinquedos</b>	15%
<b>Tapçaria</b>	15%
<b>Artesanato Indígena</b>	13%
<b>Artista Plástico</b>	13%
<b>Decoração infantil</b>	10%
<b>Mobiliário</b>	8%
<b>Iluminação</b>	4%
<b>Material de escritório e papelaria</b>	4%
<b>Perfumaria</b>	3%
<b>Pet</b>	2%
<b>Musical</b>	1%
<b>Outro</b>	13%
<b>TOTAL</b>	100%
<b>BASE</b>	514

<sup>5</sup> Base: Percentuais na frequência e nos cruzamentos fecham em mais de 100%, pois cada entrevistado poderia dar mais de uma resposta.

Que tipo de produto o(a) sr(a) procurou, principalmente, na Feira? E em segundo lugar? E em terceiro? E em quarto? E em quinto?  
COMPARATIVO <sup>6</sup>

	NOV/07	NOV/09	NOV/10	NOV/11	DEZ/12	DEZ/13	DEZ/16
<b>Artigos para decoração e utilitários</b>	36%	55%	69%	66%	60%	67%	59%
<b>Roupas, vestuário (roupa, cama, mesa e banho)</b>	26%	40%	37%	34%	34%	43%	58%
<b>Produtos gastronômicos, alimentos</b>	2%	14%	24%	18%	20%	34%	48%
<b>Bijuterias, joias</b>	16%	26%	24%	24%	21%	31%	41%
<b>Bolsas e calçados</b>	3%	4%	6%	6%	4%	6%	28%
<b>Artigos religiosos, natalinos</b>	4%	7%	8%	13%	6%	14%	17%
<b>Jogos e brinquedos</b>	9%	9%	9%	11%	12%	10%	15%
<b>Tapeçaria</b>	5%	4%	5%	6%	8%	5%	15%
<b>Artesanato Indígena</b>	-	-	-	-	-	-	13%
<b>Artista Plástico</b>	-	-	-	-	-	-	13%
<b>Decoração infantil</b>	-	-	-	-	-	-	10%
<b>Móveis</b>	1%	3%	2%	2%	4%	3%	8%
<b>Papelaria e material para escritório</b>	0%	3%	-	2%	2%	1%	4%
<b>Iluminação</b>	-	-	-	-	-	-	4%
<b>Perfumaria e cosméticos</b>	-	2%	1%	2%	1%	3%	3%
<b>Pet</b>	-	-	0%	-	-	2%	2%
<b>Instrumentos musicais</b>	1%	2%	1%	2%	3%	1%	1%
<b>Foi apenas pra conhecer os produtos</b>	25%	5%	8%	6%	7%	-	-
<b>Outro</b>	1%	1%	1%	1%	1%	1%	13%
<b>NR</b>	4%	0%	1%	-	-	100%	100%
<b>BASE</b>	577	516	506	502	504	503	514

<sup>6</sup> Base: Percentuais na frequência e nos cruzamentos fecham em mais de 100%, pois cada entrevistado poderia dar mais de uma resposta. Comparativo: Em 2016 foram inseridas mais opções de respostas. Até 2013 eram apenas duas opções e em 2016 passaram para 5 opções. Para compararmos os resultados com anos anteriores, “vestuário” e “cama, mesa e banho” foram agregados, assim como “produtos gastronômicos” e “bebidas”.

Cruzamento por sexo, idade, escolaridade e renda familiar

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
Decorativo e Utilitário	61%	58%	48%	65%	67%	58%	47%	52%	63%	55%	61%	67%	50%	59%
Alimentos	49%	48%	56%	42%	51%	47%	50%	47%	49%	49%	48%	43%	70%	48%
Bijuterias e Acessórios	36%	44%	57%	35%	45%	37%	31%	45%	41%	39%	44%	37%	50%	41%
Vestuário	35%	38%	48%	40%	33%	34%	25%	37%	38%	39%	36%	33%	40%	37%
Bolsas e Calçados	30%	28%	28%	30%	32%	27%	28%	31%	27%	27%	29%	30%	40%	28%
Cama, Mesa e Banho	21%	21%	12%	28%	26%	19%	22%	17%	22%	17%	21%	39%		21%
Produtos Religiosos e natalinos	15%	18%	9%	18%	20%	19%	16%	18%	17%	18%	15%	26%	10%	17%
Jogos e Brinquedos	14%	15%	12%	23%	17%	12%	12%	10%	17%	12%	16%	20%	10%	15%
Tapeçaria	15%	14%	6%	14%	24%	14%	6%	13%	16%	9%	17%	22%	20%	15%
Artesanato Indígena	15%	13%	15%	12%	20%	10%	16%	19%	11%	14%	12%	15%	10%	13%
Outro	13%	13%	6%	16%	7%	17%	22%	13%	12%	14%	12%	15%		13%
Artista Plástico	18%	11%	11%	15%	12%	12%	6%	8%	15%	7%	16%	17%	10%	13%
Decoração infantil	6%	11%	15%	15%	13%	5%	6%	8%	11%	10%	10%	9%	10%	10%
Mobiliário	16%	5%	8%	16%	8%	5%		7%	10%	5%	10%	13%		8%
Iluminação	5%	3%		8%	4%	3%		4%	4%	3%	5%	2%		4%
Material de escritório e papelaria	5%	3%	7%	3%	5%	2%		1%	5%	3%	4%	2%		4%
Perfumaria	4%	3%	7%	2%	6%	1%		3%	3%	4%	3%	4%		3%
Pet	2%	2%		2%	2%	2%		2%	2%	1%	2%	4%		2%
Musical	2%	1%	2%	1%	2%	1%		1%	1%	2%	1%			1%
<b>BASE</b>	<b>147</b>	<b>367</b>	<b>88</b>	<b>88</b>	<b>98</b>	<b>240</b>	<b>32</b>	<b>135</b>	<b>347</b>	<b>191</b>	<b>267</b>	<b>46</b>	<b>10</b>	<b>514</b>

Base: Percentuais fecham em mais de 100%, pois cada entrevistado poderia dar mais de uma resposta

## 6.2 - SUCESSO NO ENCONTRO DE PRODUTOS

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

	NOV/07	NOV/09	NOV/10	NOV/11	DEZ/12	DEZ/13	DEZ/16
<b>Sim</b>	86%	89%	85%	89%	83%	91%	87%
<b>Não</b>	8%	8%	12%	8%	11%	9%	11%
<b>NR</b>	6%	3%	3%	3%	6%	0%	2%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE<sup>7</sup></b>	435	516	506	502	504	503	514

Cruzamento por sexo, idade, escolaridade e renda familiar

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
<b>Sim</b>	84%	88%	90%	83%	92%	85%	81%	91%	86%	85%	88%	89%	80%	87%
<b>Não</b>	14%	10%	8%	15%	8%	11%	9%	7%	12%	10%	11%	11%	10%	11%
<b>NR</b>	2%	2%	2%	2%		3%	9%	2%	2%	5%	1%		10%	2%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	147	367	88	88	98	240	32	135	347	191	267	46	10	514

<sup>7</sup> Base: entrevistados que procuraram algum produto na feira

### 6.3 - PRODUTOS NÃO ENCONTRADOS

Que categoria de produto você não encontrou? Mais algum?

<b>Bijuterias e Acessórios</b>	24%
<b>Vestuário</b>	18%
<b>Decorativo e Utilitário</b>	11%
<b>Bolsas e Calçados</b>	11%
<b>Mobiliário</b>	9%
<b>Pet</b>	9%
<b>Produtos Religiosos e natalinos</b>	4%
<b>Iluminação</b>	4%
<b>Tapeçaria</b>	2%
<b>Outro</b>	27%
<b>BASE<sup>8</sup></b>	55

<sup>8</sup> Base: entrevistados que não encontraram produtos que procuravam  
 Percentuais: fecham em mais de 100%, pois cada entrevistado poderia dar mais de uma resposta.

COMPARATIVO

	NOV/07	NOV/09	NOV/10	NOV/11	DEZ/12	DEZ/13	DEZ/16
<b>Bijuterias e acessórios</b>	11%	8%	8%	12%	7%	11%	24%
<b>Roupa/vestuário</b>	28%	28%	28%	24%	21%	24%	18%
<b>Artigos utilitários/decoração</b>	39%	38%	37%	40%	45%	45%	11%
<b>Bolsas e Calçados</b>	3%	-	2%	2%	4%	9%	11%
<b>Móveis</b>	6%	5%	3%	5%	4%	2%	9%
<b>Pet</b>	-	-	-	-	-	2%	9%
<b>Artigos religiosos, natalinos</b>	11%	15%	8%	10%	13%	11%	4%
<b>Tapetes</b>	6%	-	3%	2%	-	4%	2%
<b>Iluminação</b>	-	-	-	-	-	-	4%
<b>Outros</b>	20%	8%	20%	24%	20%	19%	27%
<b>Foi apenas para conhecer os produtos</b>	-	3%	2%	-	-	-	-
<b>NR</b>	3%	5%	8%	7%	4%	-	-
<b>BASE<sup>9</sup></b>	36	39	61	41	56	45	55

<sup>9</sup> Base: entrevistados que não encontraram produtos que procuravam  
 Percentuais: fecham em mais de 100%, pois cada entrevistado poderia dar mais de uma resposta

Cruzamento por sexo, idade, escolaridade e renda familiar

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
<b>Bijuterias e Acessórios</b>	10%	14%	14%	15%	12%	11%		22%	12%	26%	7%			13%
<b>Vestuário</b>	5%	17%	29%	23%	12%	4%		11%	14%	21%	10%			13%
<b>Decorativo e Utilitário</b>	10%	6%		15%		7%			9%		7%	20%	100%	7%
<b>Bolsas e Calçados</b>	10%	3%	14%		12%	4%			7%	5%	7%			5%
<b>Mobiliário</b>	10%	3%		15%		4%	33%		5%		7%	20%		5%
<b>Pet</b>	15%			8%	12%	4%			7%		7%	20%		5%
<b>Produtos Religiosos e natalinos</b>	5%	6%			12%	7%			7%		10%			5%
<b>Iluminação</b>	5%	3%			12%	4%		11%	2%	5%	3%			4%
<b>Tapeteçaria</b>		6%				7%			5%	5%	3%			4%
<b>Outro</b>	70%	51%	43%	54%	88%	56%	67%	78%	53%	53%	60%	80%		58%
<b>Base</b>	20	35	7	13	8	27	3	9	43	19	30	5	1	55

Base: entrevistados que não encontraram produtos que procuravam  
 Percentuais: fecham em mais de 100%, pois cada entrevistado poderia dar mais de uma resposta

## 6.4 - PRODUTOS COMPRADOS

Que tipo de produto o(a) sr(a) comprou em maior volume na Feira ? E em segundo lugar? E em terceiro lugar? <sup>10</sup>

<b>Decorativo e Utilitário</b>	49%
<b>Alimentos</b>	42%
<b>Vestuário</b>	27%
<b>Bijuterias e Acessórios</b>	26%
<b>Bolsas e Calçados</b>	19%
<b>Cama, Mesa e Banho</b>	13%
<b>Outro</b>	11%
<b>Jogos e Brinquedos</b>	10%
<b>Produtos Religiosos e natalinos</b>	10%
<b>Tapeçaria</b>	8%
<b>Artesanato Indígena</b>	7%
<b>Artista Plástico</b>	5%
<b>Decoração infantil</b>	4%
<b>Mobiliário</b>	3%
<b>Material de escritório e papelaria</b>	2%
<b>Iluminação</b>	2%
<b>BASE</b>	514

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



COMPARATIVO <sup>11</sup>

	NOV/07	NOV/09	NOV/10	NOV/11	DEZ/12	DEZ/13	DEZ/16
<b>Artigos para decoração/utilitário</b>	34%	48%	34%	50%	52%	54%	49%
<b>Produtos gastronômicos/alimentos/bebidas</b>	6%	16%	18%	16%	28%	26%	42%
<b>Roupas/vestuário</b>	24%	33%	25%	25%	30%	33%	40%
<b>Bijuterias e acessórios</b>	13%	31%	21%	21%	24%	23%	26%
<b>Bolsas e calçado</b>	3%	3%	3%	4%	4%	3%	19%
<b>Brinquedos, jogos</b>	8%	8%	6%	6%	11%	7%	10%
<b>Artigos religiosos e natalinos</b>	4%	5%	6%	7%	6%	10%	10%
<b>Tapetes</b>	4%	4%	3%	3%	7%	2%	8%
<b>Artesanato Indígena</b>	-	-	-	-	-	-	7%
<b>Artista Plástico</b>	-	-	-	-	-	-	5%
<b>Decoração infantil</b>	-	-	-	-	-	-	4%
<b>Móveis</b>	1%	2%	1%	0%	2%	2%	3%
<b>Papelaria e material de escritório</b>	1%	2%	1%	1%	3%	1%	2%
<b>Iluminação</b>	-	-	-	-	-	-	2%
<b>Outros</b>	4%	3%	3%	3%	4%	4%	11%
<b>Foi apenas pra conhecer os produtos</b>	20%	5%	3%	2%	6%	-	-
<b>Ainda não fez compras</b>	5%	-	-	-	-	0%	-
<b>NS/NR</b>	5%	1%	7%	2%	-	-	-
<b>BASE</b>	577	510	506	502	504	503	514

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

Cruzamento por sexo, idade, escolaridade e renda familiar

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
<b>Decorativo e Utilitário</b>	54%	47%	39%	55%	53%	50%	44%	44%	52%	47%	51%	54%	30%	49%
<b>Alimentos</b>	46%	40%	57%	38%	40%	38%	50%	42%	41%	45%	41%	28%	50%	42%
<b>Vestuário</b>	28%	27%	28%	27%	22%	29%	25%	26%	28%	27%	29%	20%	20%	27%
<b>Bijuterias e Acessórios</b>	17%	30%	34%	19%	27%	26%	34%	27%	25%	27%	27%	20%	30%	26%
<b>Bolsas e Calçados</b>	21%	18%	15%	19%	22%	18%	31%	19%	17%	21%	18%	11%	20%	19%
<b>Cama, Mesa e Banho</b>	8%	15%	7%	17%	15%	12%	19%	10%	13%	13%	12%	17%	10%	13%
<b>Outro</b>	12%	11%	11%	10%	8%	12%	16%	12%	10%	12%	11%	11%	10%	11%
<b>Jogos e Brinquedos</b>	10%	10%	7%	16%	14%	8%	9%	7%	12%	9%	10%	13%	10%	10%
<b>Produtos Religiosos e natalinos</b>	9%	10%	3%	8%	11%	12%	12%	12%	9%	11%	8%	15%		10%
<b>Tapeçaria</b>	7%	8%	3%	9%	10%	8%	3%	8%	8%	4%	10%	11%	10%	8%
<b>Artesanato Indígena</b>	8%	7%	10%	5%	12%	5%	3%	12%	5%	6%	7%	9%	10%	7%
<b>Artista Plástico</b>	8%	4%	3%	3%	4%	6%		3%	6%	4%	5%	9%		5%
<b>Decoração infantil</b>	3%	5%	9%	8%	4%	1%	3%	3%	5%	5%	3%	7%		4%
<b>Mobiliário</b>	7%	2%	5%	6%	4%	2%		2%	4%	2%	4%	7%		3%
<b>Material de escritório e papelaria</b>	3%	2%	3%	1%	2%	2%		1%	3%	2%	3%			2%
<b>Iluminação</b>	4%	1%		1%	2%	2%		1%	2%	1%	3%	2%		2%
<b>BASE</b>	147	367	88	88	98	240	32	135	347	191	267	46	10	514

Percentuais: fecham em mais de 100%, pois cada entrevistado poderia dar mais de uma resposta

## 6.5 - VALOR GASTO

Aproximadamente, quanto o(a) sr(a) gastou com a compra dos artesanatos?

	NOV/07	NOV/09	NOV/10	NOV/11	DEZ/12	DEZ/13	DEZ/16
<b>Até 50 reais</b>	29%	13%	14%	11%	10%	6%	6%
<b>De 51 a 100 reais</b>	20%	24%	24%	19%	20%	16%	11%
<b>De 101 a 200 reais</b>	19%	25%	22%	25%	25%	31%	25%
<b>De 201 a 400 reais</b>	13%	18%	18%	19%	22%	22%	30%
<b>Mais de 400 reais</b>	9%	10%	15%	21%	16%	19%	26%
<b>Nada/foi à Feira para fazer parceria</b>	-	1%	2%	0%	3%	-	1%
<b>NS/NR</b>	8%	8%	6%	5%	5%	5%	2%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	432 <sup>12</sup>	516	506	502	504	503	514
<b>MÉDIA - VALOR GASTO</b>	191,43	231,07	269,42	322,37	298,83	309,97	1.397,21
<b>MEDIA APARADA</b>	153,58	202,63	213,77	274,82	232,99	263,85	339,21
<b>Casos válidos</b>	n=359	n=424	n=421	n=438	n=411	n=420	

<sup>12</sup> Base: entrevistados que fizeram compras

Cruzamento por sexo, idade, escolaridade e renda familiar

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
<b>Até 50 reais</b>	7%	5%	15%	5%	2%	4%	9%	9%	4%	8%	4%		10%	6%
<b>De 51 a 100 reais</b>	7%	12%	15%	8%	8%	11%	19%	13%	9%	16%	8%	2%	10%	11%
<b>De 101 a 200 reais</b>	22%	26%	26%	24%	20%	27%	34%	30%	22%	31%	21%	22%	30%	25%
<b>De 201 a 400 reais</b>	33%	29%	31%	36%	37%	25%	6%	27%	33%	27%	35%	20%	20%	30%
<b>Mais de 400 reais</b>	30%	25%	11%	25%	32%	30%	28%	18%	30%	16%	30%	54%	10%	26%
<b>Nada</b>		1%		1%		1%	3%	1%	0%	1%	0%	2%	10%	1%
<b>NS/NR</b>	2%	1%	2%	1%	1%	2%		2%	1%	2%	1%		10%	2%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>BASE</b>	147	367	88	88	98	240	32	135	347	191	267	46	10	514
<b>MÉDIA</b>	3915,39	384,32	3778,63	399,70	2529,86	414,89	352,39	1837,39	1324,39	291,55	2348,13	657,69	259,38	1397,21
<b>MÉDIA APARADA</b>	350,73	334,82	269,51	339,49	345,91	359,24	343,48	300,48	353,34	283,45	365,95	428,84	289,29	339,21

Base: Entrevistados que fizeram compras

## 6.6 - PRINCIPAL FORMA DE PAGAMENTO

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

	NOV/07	NOV/09	NOV/10	NOV/11	DEZ/12	DEZ/13	DEZ/16
Dinheiro	74%	75%	67%	68%	66%	65%	49%
Cartão de débito	-	-	1%	-	-	5%	25%
Cartão de crédito <sup>13</sup>	11%	16%	26%	29%	28%	27%	23%
Cheque (à vista ou pré-datado)	11%	4%	2%	1%	1%	2%	1%
Foi só visitar, não comprou	-	-	-	-	0%	-	1%
NR	4%	5%	5%	2%	4%	1%	0%
<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>BASE</b>	<b>432</b>	<b>516</b>	<b>506</b>	<b>502</b>	<b>504</b>	<b>503</b>	<b>514</b>

Cruzamento por sexo, idade, escolaridade e renda familiar

	Sexo		Idade				Escolaridade			Renda familiar				Total
	Masc.	Fem.	Até 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos	Ensino fund.	Ensino médio	Superior	Até 5 SM	Mais de 5 até 15 SM	Mais de 15 SM	Recusa	
Dinheiro	41%	52%	59%	36%	56%	48%	72%	61%	43%	60%	45%	33%	50%	49%
Cartão de débito	27%	24%	24%	32%	24%	23%	9%	19%	29%	21%	27%	28%	30%	25%
Cartão de crédito	28%	22%	14%	31%	18%	26%	16%	17%	27%	17%	27%	35%	10%	23%
Não comprou nada	1%	1%	1%	1%		2%	3%	2%	1%	2%	1%	2%	10%	1%
Cheque (a vista/ pré-datado)	2%		1%		1%	0%		1%	1%	1%	1%			1%
NR		1%	1%			0%		1%	0%	1%		2%		0%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>147</b>	<b>367</b>	<b>88</b>	<b>88</b>	<b>98</b>	<b>240</b>	<b>32</b>	<b>135</b>	<b>347</b>	<b>191</b>	<b>267</b>	<b>46</b>	<b>10</b>	<b>514</b>

<sup>13</sup> NOV/07 - Cartões de crédito/débito

#### IV - COMENTÁRIO FINAL

O(A) sr(a) gostaria de fazer algum comentário, crítica ou elogio sobre algum assunto que não foi falado na entrevista?

<b>Críticas</b>	<b>50%</b>
Preço alto /estrutura ruim do estacionamento	14%
Desorganização da feira/ falta informação	8%
Melhorar a estrutura praça de alimentação/ lanches	7%
Preço dos produtos	6%
Pouca variedade de produtos/qualidade/ novidades	5%
Problemas infraestrutura (banheiros, climatização, funcionários, etc. )	4%
Excesso de produtos industrializados	2%
Desorganização dos stands/ poucos stands	2%
Problema com os caixas eletrônicos/ insuficientes	1%
Preço baixo dos produtos	1%
<b>Elogios</b>	<b>19%</b>
Evento de qualidade/ organização	15%
Variedade de produtos satisfatória	2%
Produtos de qualidade	2%
<b>Sugestão</b>	<b>4%</b>
Disponibilizar área para descanso/cadeiras	3%
Ter mais shows/ atrações artísticas	1%
Aumentar o período de realização da feira	1%
<b>Outros</b>	<b>8%</b>
<b>Nada a acrescentar</b>	<b>39%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>
<b>BASE</b>	<b>514</b>