



**MIRA**

**Survey**

 **pamro**  
**ESOMAR<sup>24</sup>**  
Corporate

 **FILDA 2024**  
39ª EDIÇÃO DA FEIRA INTERNACIONAL DE LUANDA

**Julho 2024**

Copyright © 2024 MIRA

Estudo Quantitativo

**Expositores e Visitantes  
FILDA 2024**

**Visitantes: 181**

**Expositores: 54**



Recolha

Entrevista pessoal (CAPI)



Datas trabalho de campo

**23 a 26 Julho 2024**



Seleção dos entrevistados

Aleatória, durante a realização da Feira





## 235 entrevistas presenciais

### Visitantes: 181 entrevistas

86% deu nota positiva à Feira

65% indica como o principal motivo para ter visitado a FILDA 'Conhecer marcas/empresas'

45% tomou conhecimento através das Redes Sociais

Unitel e Porto de Luanda foram os Stands referidos como os **mais inovadores**

### Expositores: 54 entrevistas

96% refere como o principal motivo para participar na feira o 'Dar visibilidade à marca'

81% considera que o nº de visitantes correspondeu às suas expectativas

74% avaliou a Organização Geral do Feira como Boa / Muito boa

54% sugere 'Parque de estacionamento prioritário' para as próximas edições





# Visitantes

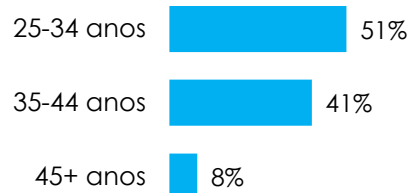
# Amostra – 181 entrevistas



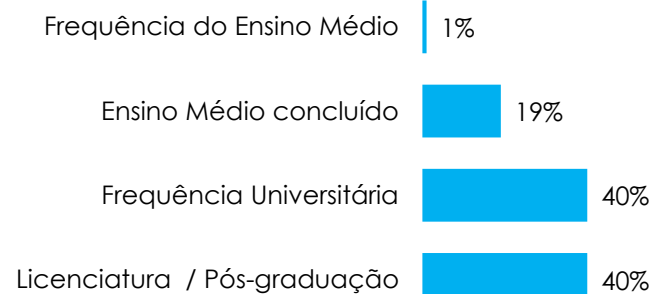
## género



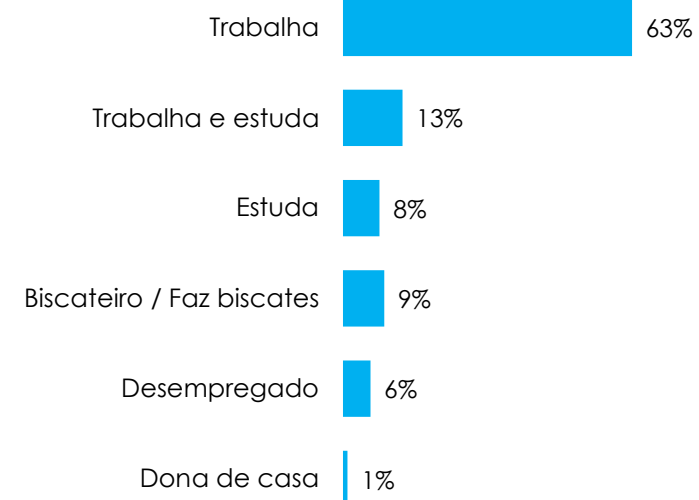
## idade



## escolaridade

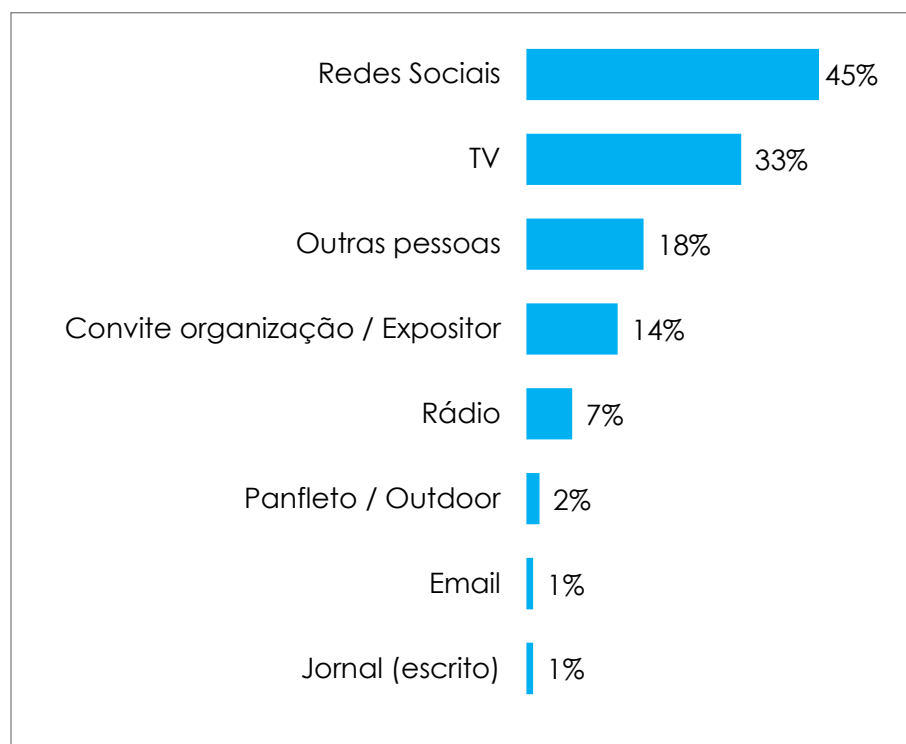


## Ocupação

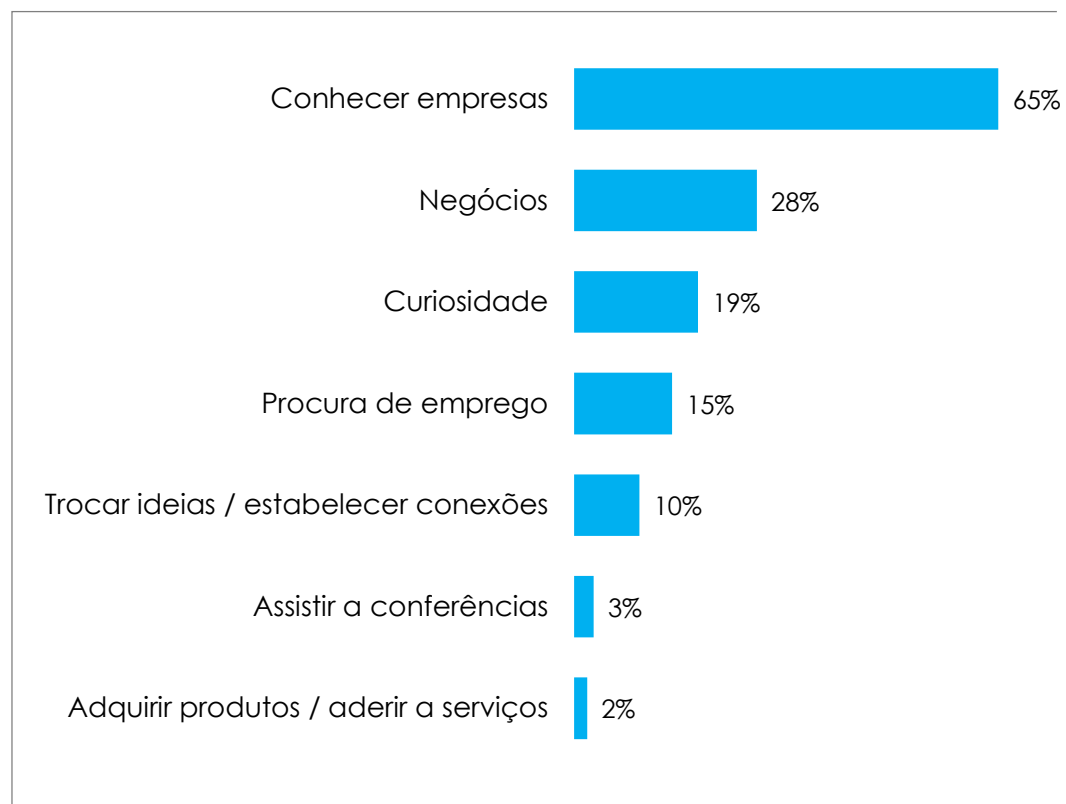


Nota: optou-se por apenas entrevistar indivíduos com 25 ou mais anos

**45%** dos visitantes tomaram conhecimento da Feira nas Redes Sociais

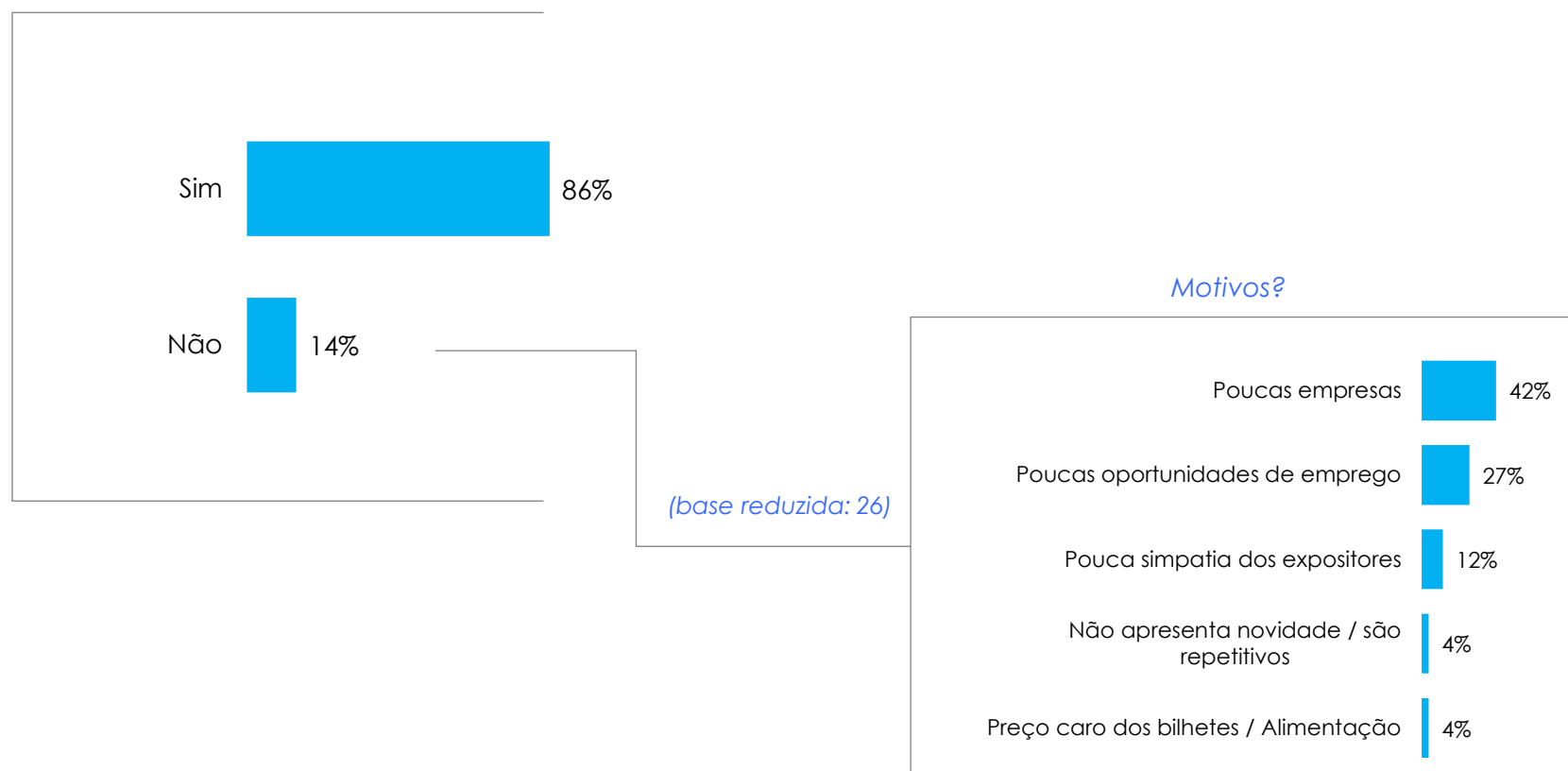


**65%** refere que o principal motivo de visita à FILDA foi conhecer empresas

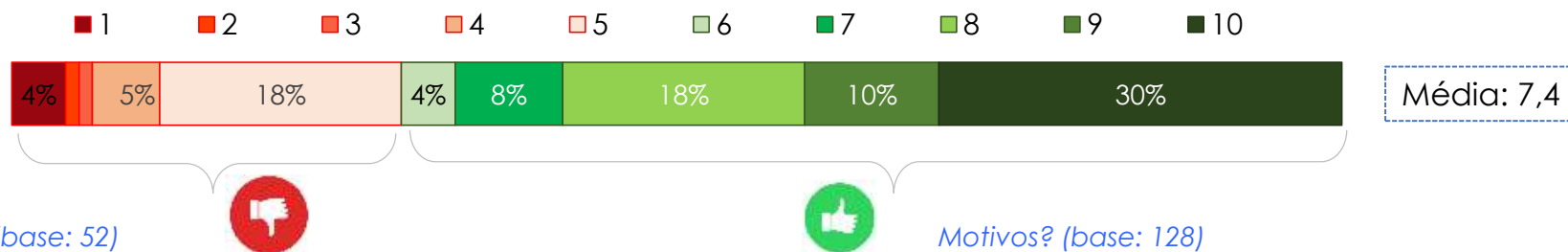




**86%** dos visitantes consideram que a FILDA correspondeu às suas expectativas



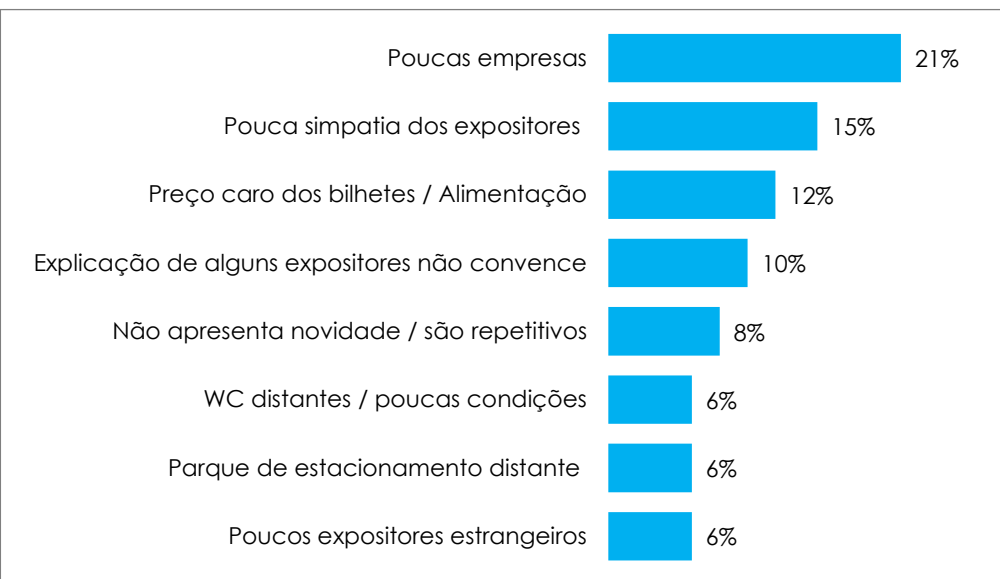
No geral como avalia esta Feira numa escala de 1 a 10...



Motivos? (base: 52)



Motivos? (base: 128)



Ponto mais positivo da feira?

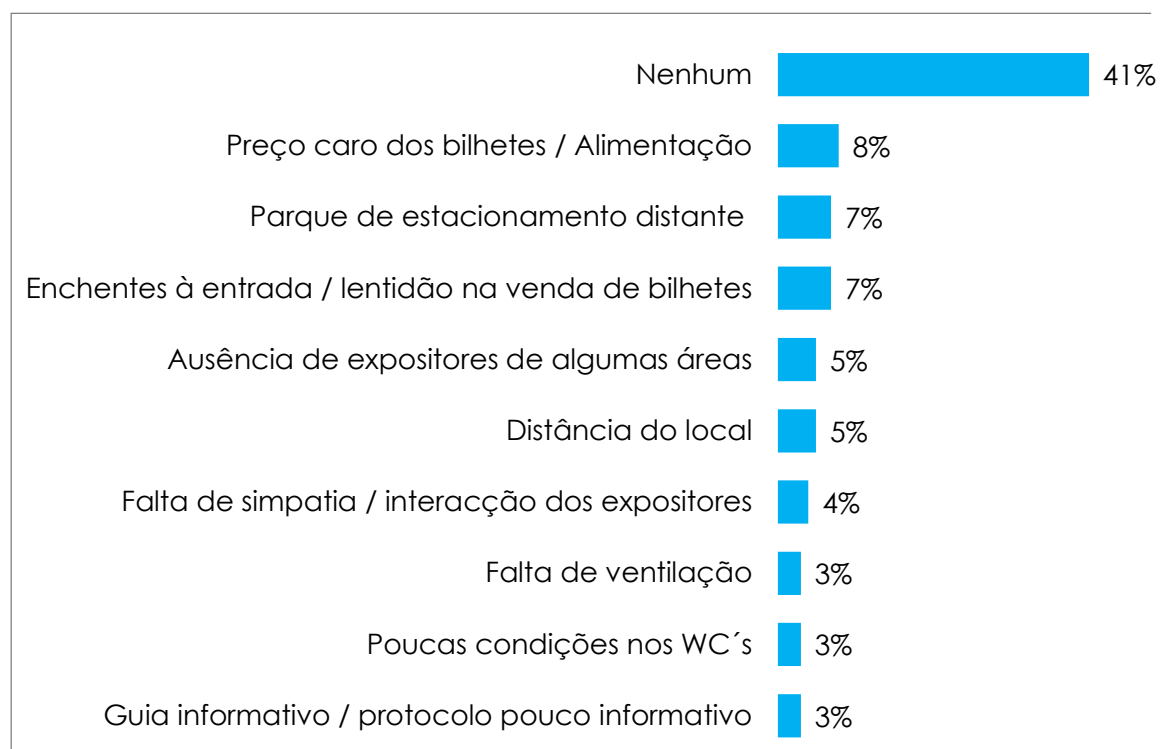
**30%** refere que o ponto mais positivo da FILDA foi a 'Simpatia/interacção com os expositores'



## Ponto negativo da Feira?

**41%** refere não ter havido 'Nenhum' ponto negativo.

**8%** refere o 'Preço caro dos bilhetes / Alimentação' como o ponto negativo da feira.



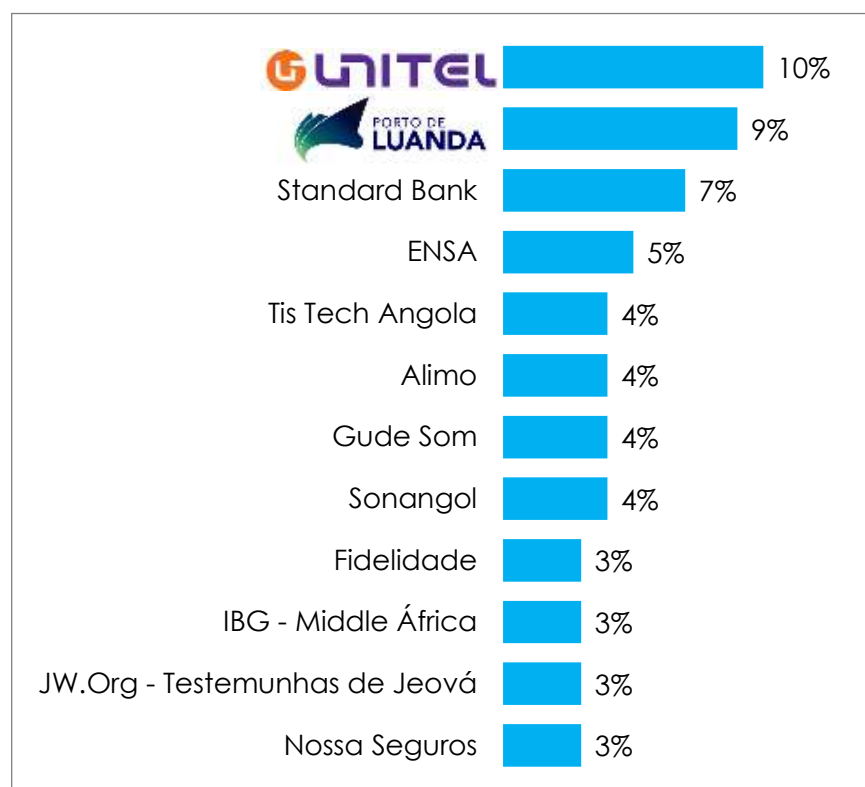
# Avaliação Stand

Referência Espontânea: 181



Dos Stands que visitou, quais os que mais gostou?

(3% + referências)



Stand Unitel



Stand Porto de Luanda



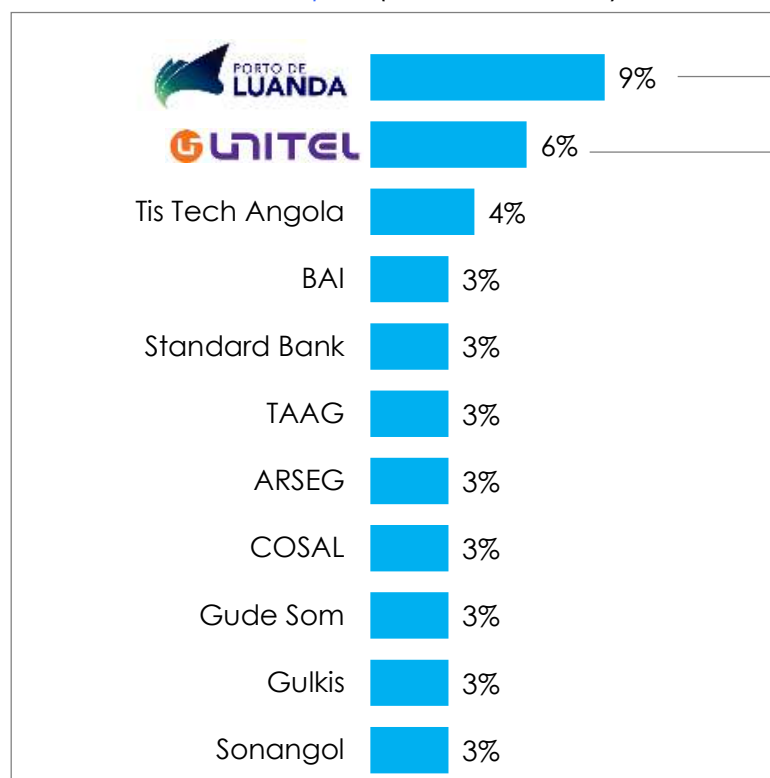
# Avaliação Stand

Inquiridos que referiram dois ou mais Stands: 158



Qual o Stand que achou mais inovador?

Stand Top 10 (3% + referências)



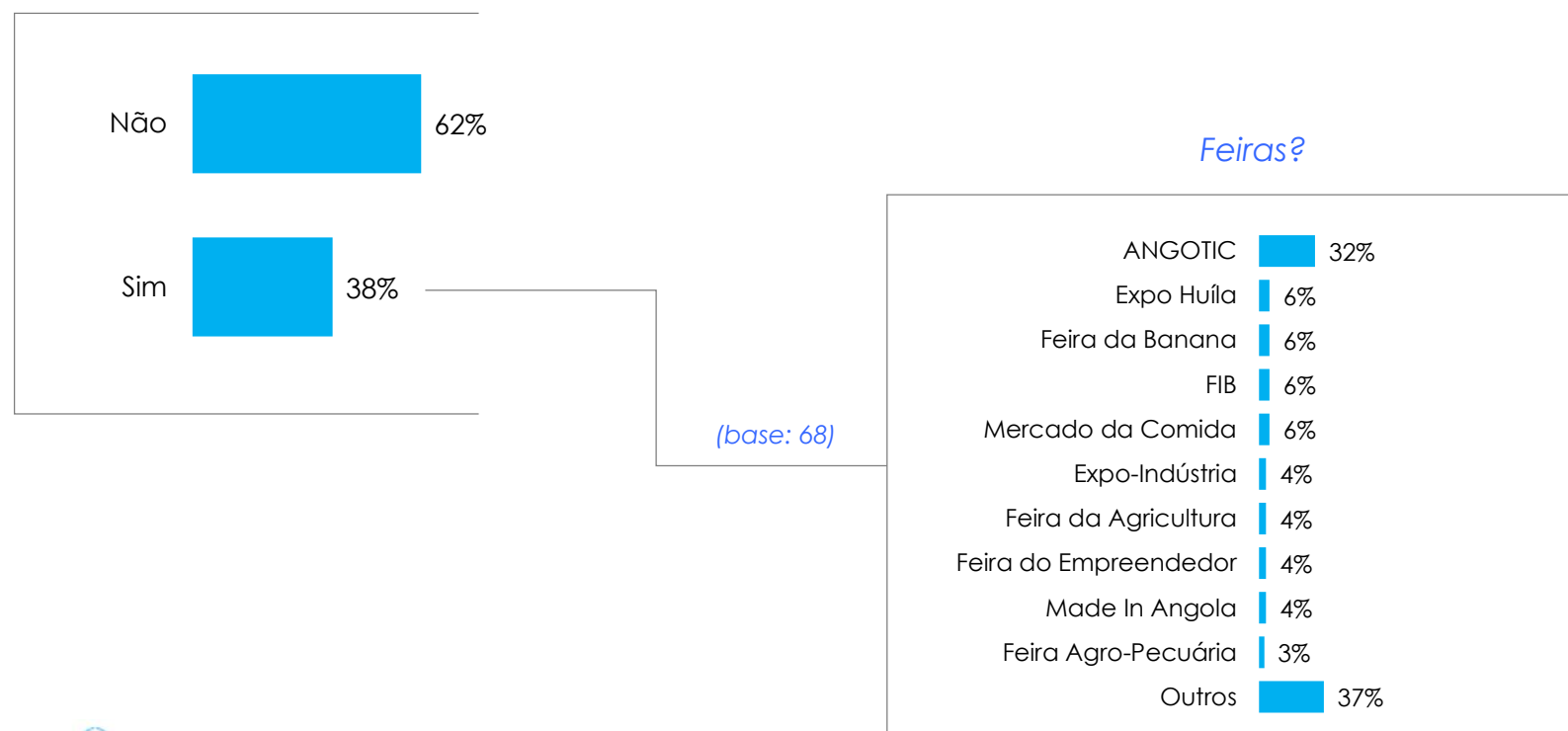
Motivos?  
(base reduzida: 15)

- 
- Design
  - Interacção dos expositores com os visitantes

Motivos?  
(base reduzida: 10)

- 
- Inovação tecnológica
  - Interacção dos expositores com os visitantes
  - Cenário / organização / design
  - Explicação dos expositores
  - Demonstração artística e cultural

## Costuma visitar outras Feiras?

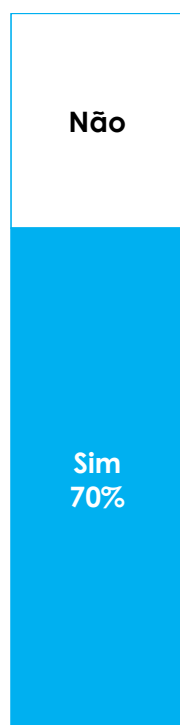


# Sugestões de melhoria

Amostra: 181

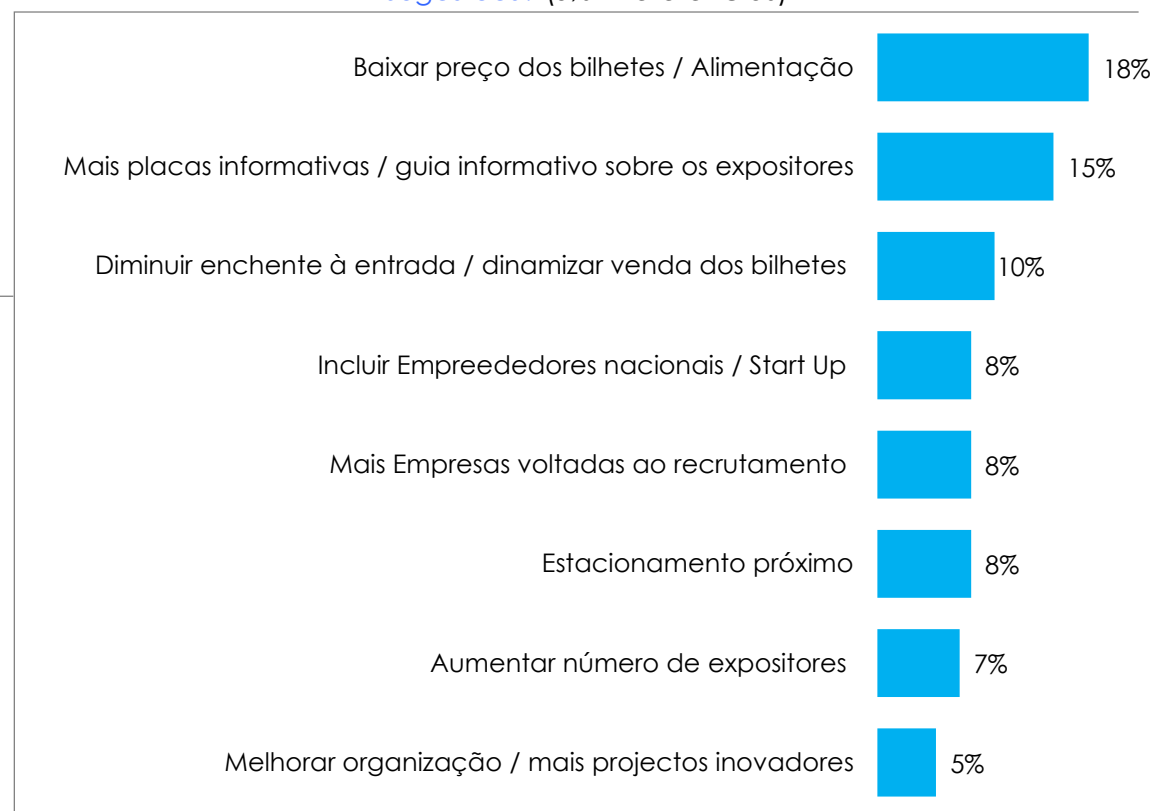


Tem sugestões de melhorias para as próximas Feiras?



(base: 127)

## Sugestões? (5% + referências)







# Expositores

*Sector de Actividade*

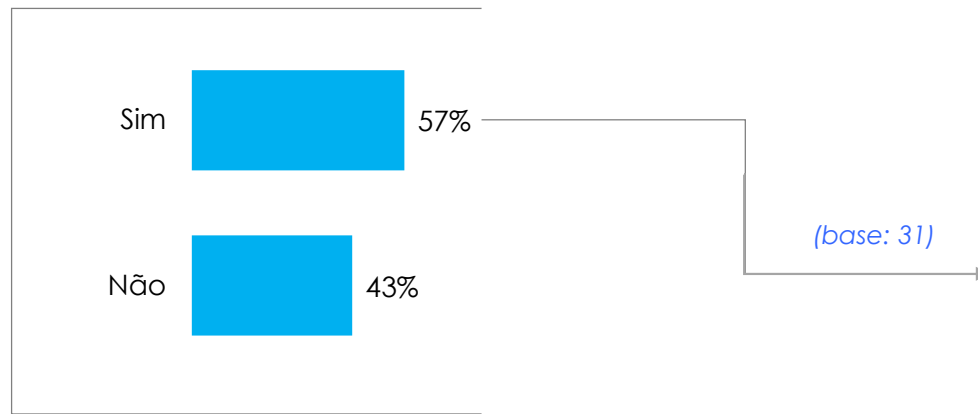


# Presença noutras províncias

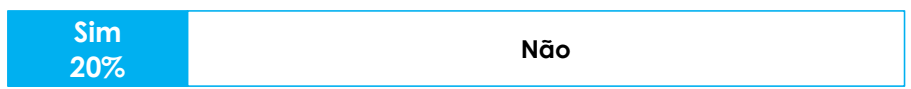
Amostra: 54



## Presença noutras províncias



## Exportam produtos para outros países?



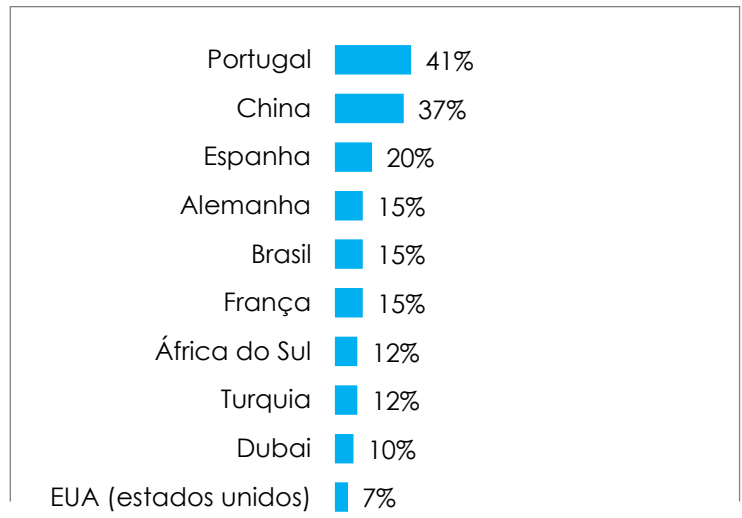
(base reduzida: 11)

- África do Sul
- Brasil
- Congo
- EUA
- Moçambique
- Namíbia
- Portugal

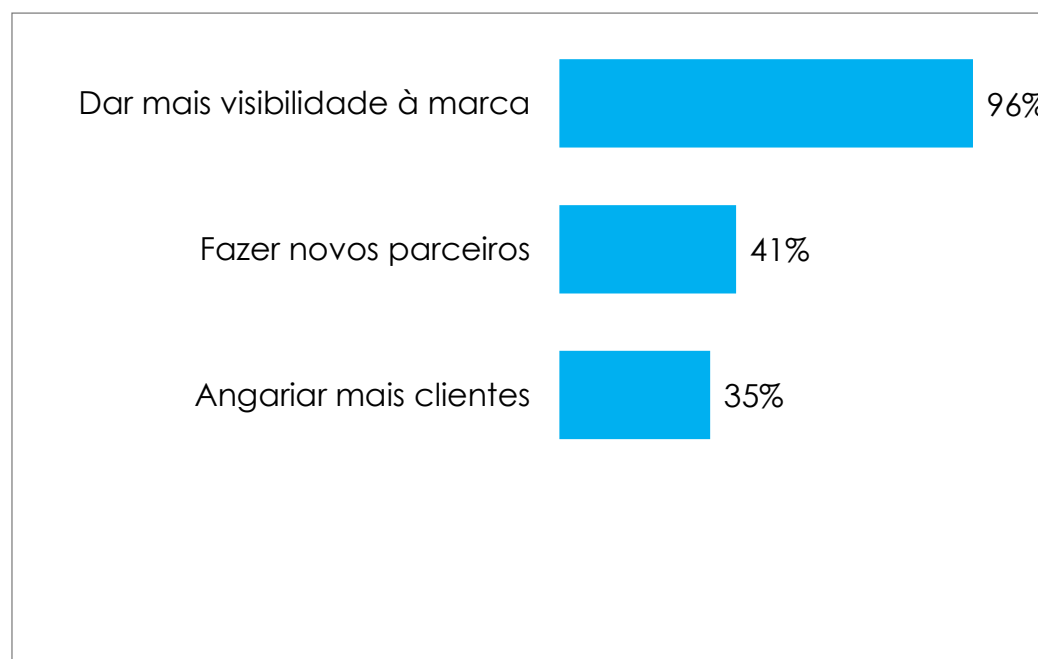
## Importam produtos a partir de outros países?



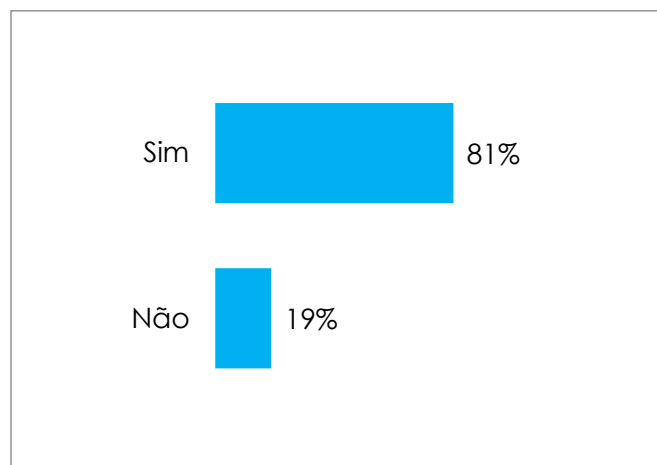
(base: 41) Top 10



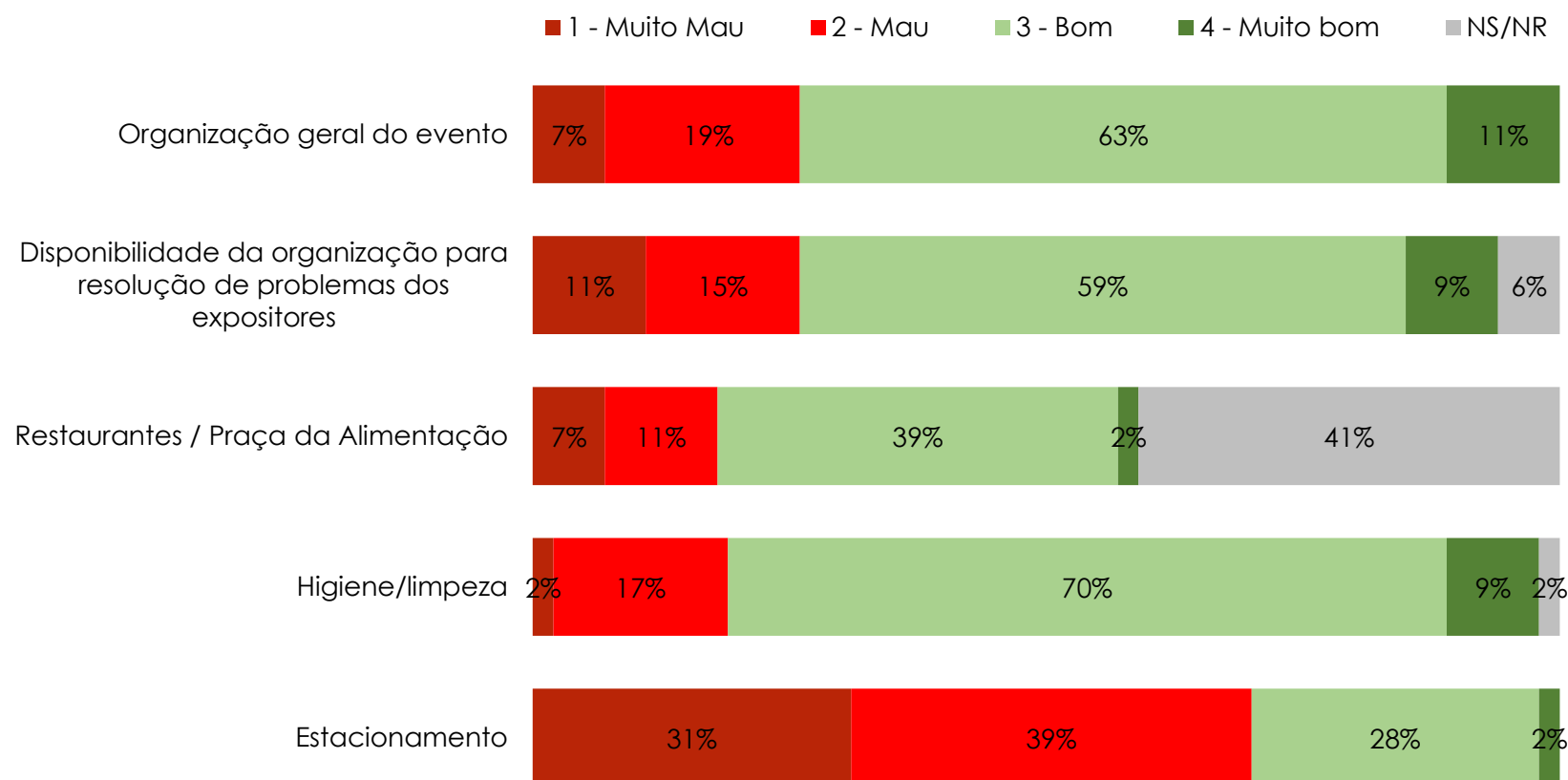
**96%** refere que o principal motivo de ter participado na Feira foi 'Dar mais visibilidade à marca'



**81%** considera que o número de visitantes correspondeu às expectativas



## Avaliação – itens ligados à Feira



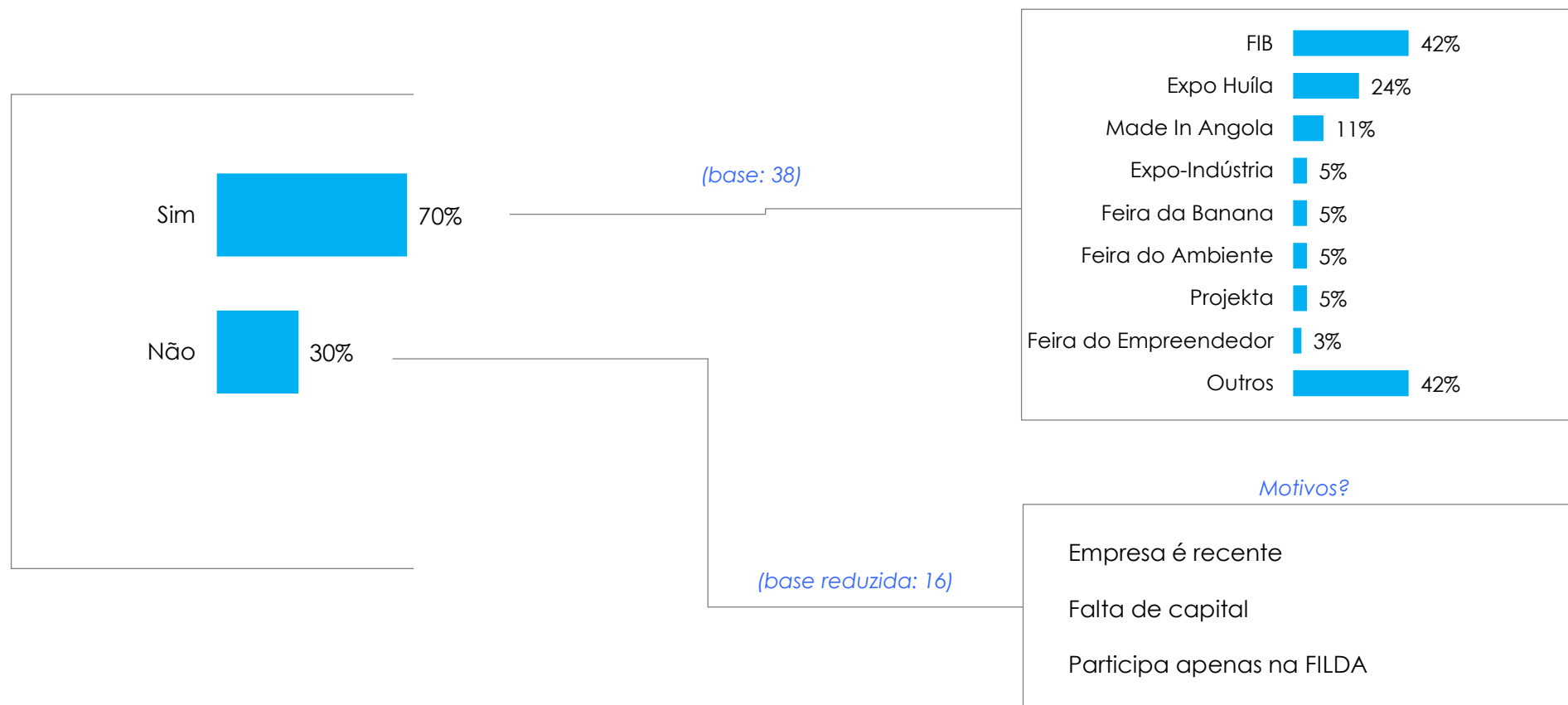
**74%** avaliou a Organização Geral do evento como **Boa/Muito boa**

# Participação outras Feiras

Amostra: 54



## Costumam participar noutras Feiras?



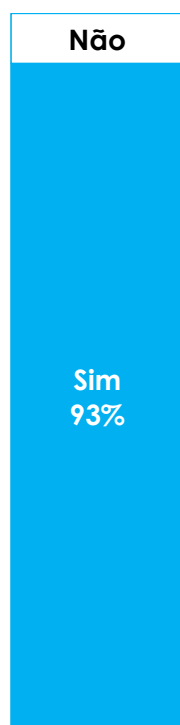


# Sugestões de melhoria

Amostra: 54



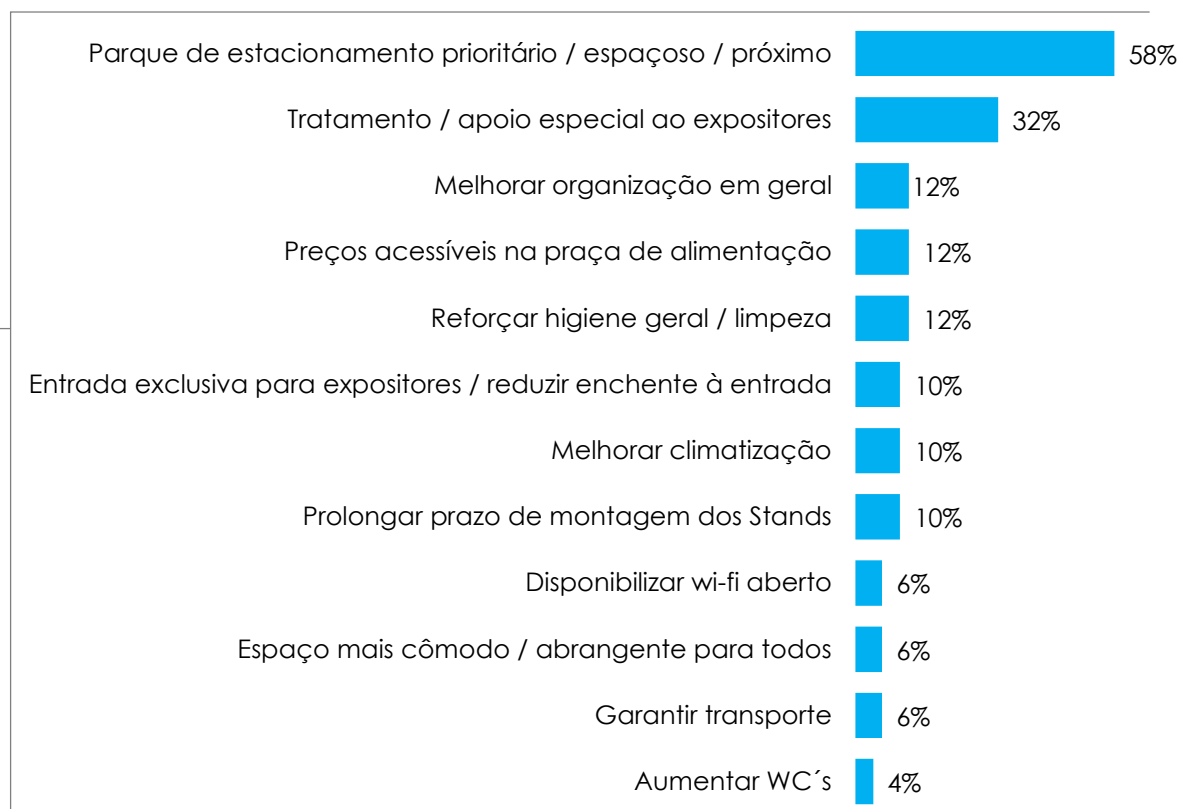
Tem sugestões de melhoria para as próximas Feiras?



Total (54)

(base: 50)

## Sugestões? (3% + referências)





## PESQUISA 2023



**+50.000**

entrevistas telefônicas



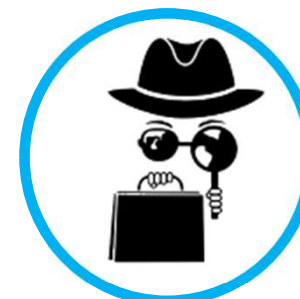
**+1.600**

entrevistas presenciais



**+150**

entrevistas profundidade



**+1.300**

visitas cliente mistério



**+90**

focus groups



**+80**

observação cantinas mercados



**+60**

visitas lares



# MIRA

MARKET INTELLIGENCE RESEARCH / ANALYTICS

**ESOMAR<sup>24</sup>**  
Corporate

