



## ESTUDO DE MERCADO SOBRE O ARTESANATO DE IJUÍ<sup>1</sup>

*Jussiano Regis Pacheco<sup>2</sup>, Marcos Prestes de Oliveira<sup>3</sup>, Argemiro Luís Brum<sup>4</sup>, Dilson Trennepohl<sup>5</sup>. UNIJUI*

**INTRODUÇÃO:** A atividade artesanal é toda atividade produtiva que resulte em objetos e artefatos acabados, feitos manualmente ou com a utilização de meios tradicionais ou rudimentares, com habilidade, destreza, qualidade e criatividade. O artesanato é considerado muito popular e está presente em todo o território brasileiro, empregando e gerando renda para cerca de 8,5 milhões de pessoas. Entretanto, existem poucos estudos sobre o setor, particularmente no município de Ijuí e região. Diante desse quadro, o presente trabalho de pesquisa tem como objetivo reunir informações, refletir e aprofundar o conhecimento sobre o mercado do artesanato. **MATERIAL E MÉTODOS:** Foram realizadas entrevistas diretamente com trabalhadores que produzem artesanato em Ijuí, para identificar as características dos processos de comercialização que participam e as estratégias que utilizam para colocar seus produtos no mercado. Além dos levantamentos empíricos, foram utilizadas referências bibliográficas de livros, revistas, sites especializados, entre outros materiais produzidos sobre o tema. **RESULTADOS:** Foram analisados aspectos da demanda, oferta, comercialização e de preços. Também foram descritos conceitos, características da atividade, além de sugestões para o desenvolvimento deste importante mercado. **CONCLUSÕES:** O desenvolvimento deste trabalho evidenciou que o artesanato do município de Ijuí enfrenta sérios problemas de mercado, os quais representam limites importantes para o sucesso da atividade. A continuar a dinâmica diagnosticada, há fortes razões indicando no sentido de que a atividade tende a estagnar ou mesmo decair no futuro. As perspectivas da demanda local são de pouca expansão e de pouca valorização dos produtos pelos consumidores e as possibilidades de acesso a mercados mais amplos dependeriam de um maior apoio do poder público para a qualificação e valorização do produto artesanal. Para inverter essa lógica, seria preciso pensar em novas alternativas para agregar valor aos produtos produzidos, diferenciar-se dos concorrentes e conquistar novos mercados tanto nacionais como em outros países.

<sup>1</sup> Pesquisa desenvolvida no Curso de Economia, junto ao grupo PET-ECONOMIA e a ITECSOL

<sup>2</sup> Aluno do Curso de Graduação em Economia da UNIJUI, Integrante do Grupo PET-ECONOMIA e voluntário da ITECSOL

<sup>3</sup> Aluno do Curso de Graduação em Economia da UNIJUI

<sup>4</sup> Professor do Departamento de Economia e Contabilidade da UNIJUI, Tutor do Grupo PET- ECONOMIA

<sup>5</sup> Professor do Departamento de Economia e Contabilidade da UNIJUI, Orientador do Trabalho