CONSUMIDORES DE ARTESANATOS

Estudo do comportamento e hábitos de consumo de produtos artesanais.

Fevereiro/2026

Inteligência de Mercado

CRAB

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

SEBRAE

©2026. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Estado do Rio de Janeiro – Sebrae/RJ.
Avenida Marechal Câmara, 171, Centro, Rio de Janeiro /RJ.

Bibliotecário catalogador – Leandro Pacheco de Melo – CRB 7ª 5471

C853 Coutinho, Deocar Alves
Consumidores de Artesanatos: Estudo do comportamento por hábitos de consumo de produtos artesanais / Deocar Alves Coutinho, Marcelo Villin Prado e CRAB - Centro SEBRAE de Referência do Artesanato Brasileiro. – [s. n.] Rio de Janeiro/RJ, 2026.
132 p. : il. Color.

ISBN : 978-65-5818-796-7
1. Artesanato. 2. Consumo. 3. Estudo. I. Sebrae/RJ. II. Centro SEBRAE de Referência do Artesanato Brasileiro. III. Prado, Marcelo Villin. IV.Título.
CDU 366:7.031
CDU 366:7.031

SUMÁRIO

04 **INTRODUCÃO**
Objetivos, metodologia, amostragem

05 **PERFIL DOS CONSUMIDORES**
Gênero, faixa etária, poder de compra e região

11 **COMPORTAMENTO DE COMPRAS**
Hábitos de consumo dos artesanatos adquiridos

30 **PREFERÊNCIAS**
Características dos produtos adquiridos, hábitos e preferencias dos consumidores

43 **DECISÃO DA COMPRA**
Avaliação de fatores considerados na decisão de compra e valorização do artesanato

82 **PERCEPCÕES DO CONSUMIDOR**
Satisfação, expectativas e descobertas de novidades de artesanatos

89 **COMPRAS ONLINE**
Avaliação de fatores considerados na compra online de artesanatos

118 **PODER DE COMPRA**
Avaliação de fatores considerados na compra de artesanato por grupos sociais

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

INTRODUÇÃO

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Objetivo: Compreender o consumidor de artesanato, visando identificar o perfil do público-alvo, comportamentos, hábitos de consumo e as motivações de compra. Identificando a percepção do consumidor e as diferenças entre os diversos tipos de artesanatos: tradicional; de referência cultural; autoral ou conceitual/arte popular; doméstico; manualidades etc..

Metodologia: Levantamento de dados probabilísticos com o método CAWI (Computer Assisted Web Interviewing), ou seja, questionário de autopreenchimento na pesquisa por meio dos canais online.

Abordagem: a pesquisa foi realizada via web, através de questionários de autopreenchimento.

Período de coleta: 15 a 30 de janeiro de 2026.

Amostragem:

- Nº de entrevistados: 2.400;
- Gênero: homens e mulheres;
- Faixa etária: acima de 18 anos;
- Regiões: Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul.

Resultados: Cobertura pelas regiões nacionais com análises de eventuais diferenças.

Público: Consumidores de artesanatos que compraram algum produto nos últimos 2 anos.

Inteligência de Mercado

PERFIL DOS CONSUMIDORES

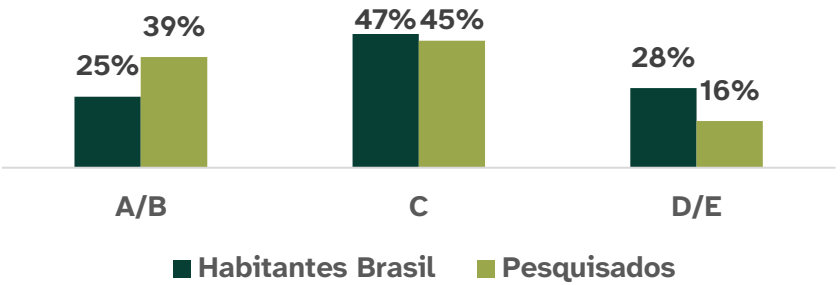
de artesanatos em geral

PERFIL AMOSTRAL

Consumidores de Artesanatos Pesquisados x População Brasileira.

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Poder de compra:

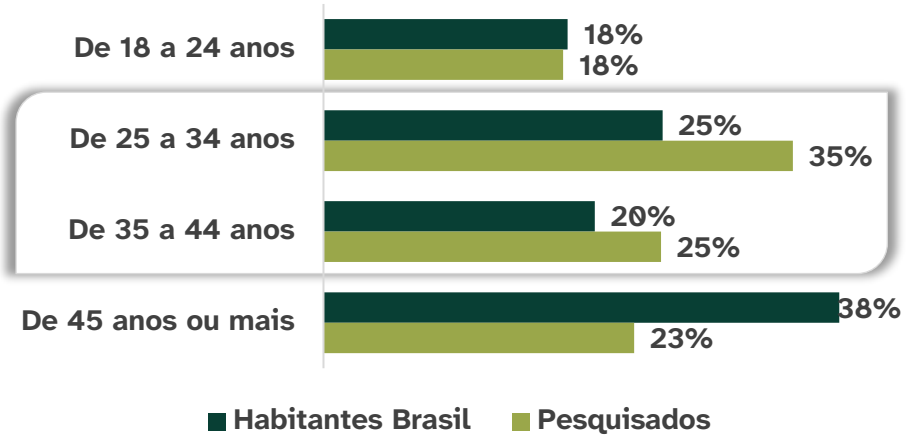


Gênero:

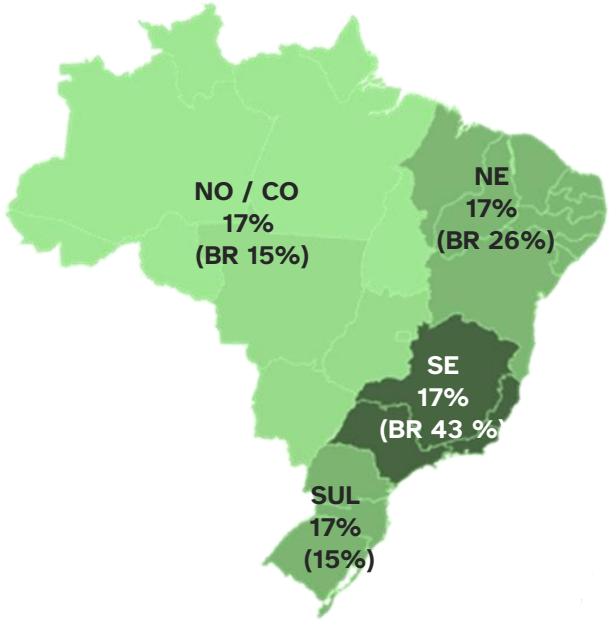
Pesquisados	66%	33%
Habitantes	51%	49%

Obs: Pessoa não-binária: 1%

Idade:



Região:



O estudo foi realizado com 2.400 consumidores de artesanatos, com idade igual ou superior a 18 anos, abrangendo todas as regiões do Brasil: Norte, Centro-Oeste, Nordeste, Sudeste e Sul.

A amostra é majoritariamente feminina (66%), com idade média de 37 anos.

Em relação ao perfil socioeconômico, os participantes concentram-se principalmente nas classes A/B (39%) e C (45%).

Em % de Respondentes
Amostra = 2.400

Pesquisados:
Idade média – 37 anos

Fonte: IEMI

Inteligência de Mercado

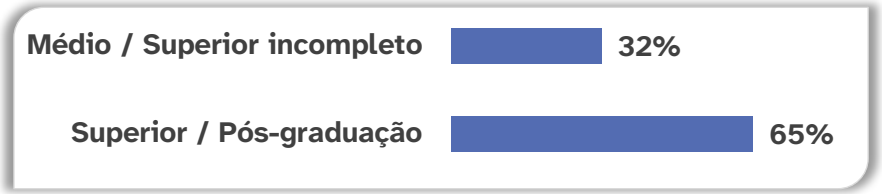
Nota: População Brasileira acima de 18 anos (grupo com cerca de 156 milhões de habitantes)

PERFIL DOS CONSUMIDORES

Perfil dos consumidores de artesanatos.

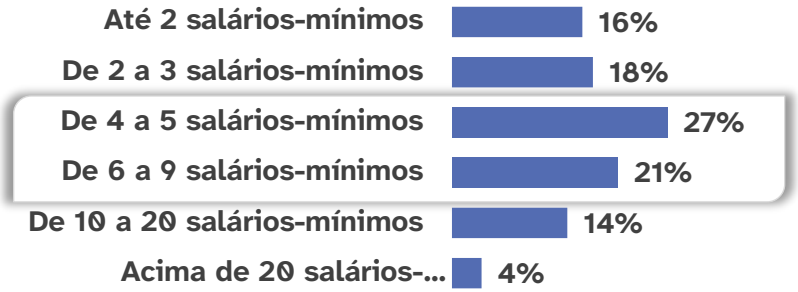
A maioria dos consumidores de artesanato no Brasil é de pessoas com renda média de até 6 salários mínimos e alto nível de escolaridade, sendo que 65% possuem curso superior. Além disso, a maior parte dos participantes realizou sua última compra de artesanato nos últimos seis meses.

Escolaridade



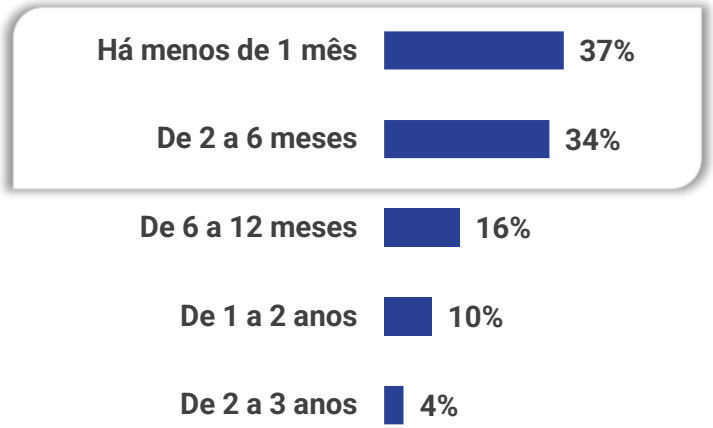
Fonte: IEMI

Faixa salarial



Renda média – 6 salários mínimos

Tempo da última compra



Em % de Consumidores
Amostra = 2.400

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

GÊNERO

Sumário do comportamento.

Os homens apresentam um valor médio gasto ligeiramente superior (R$ 160,00) em comparação às mulheres (R$ 150,00), 6,7% a mais. No entanto, o número médio de peças adquiridas é o mesmo para ambos os gêneros, com média de 3 peças por compra. Esse resultado aponta que, embora comprem a mesma quantidade, os homens tendem a optar por produtos de maior valor unitário.

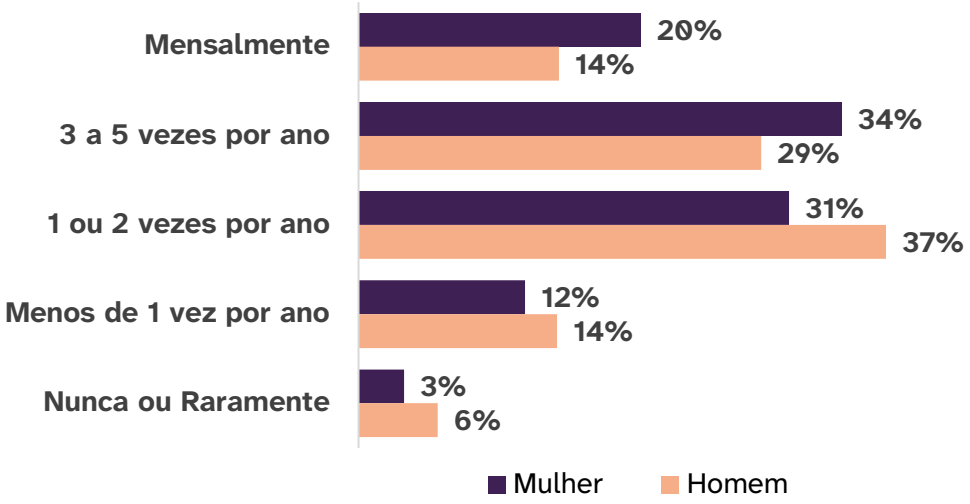
A maioria das mulheres compra artesanato mensalmente ou de 3 a 5 vezes por ano, percentual significativamente maior que o observado entre os homens (43%). Já os homens concentram-se mais nas faixas de menor frequência, com maior participação nas categorias de 1 ou 2 vezes por ano (37%).

Valor médio de gasto por compra*

Quantidade de peças por compra

Fonte: IEMI

Frequência média de compras



Em % de Consumidores
Amostra = 2.400

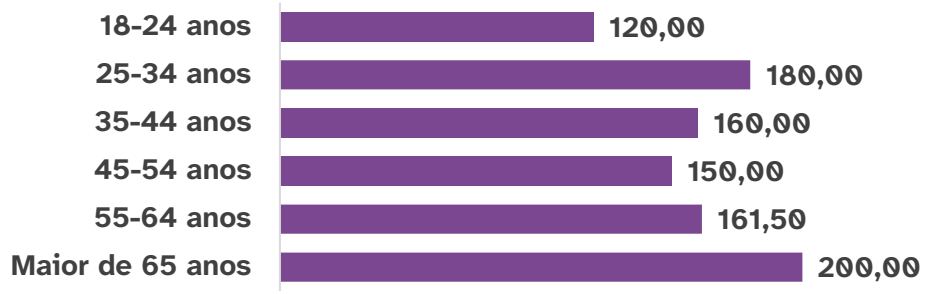
Inteligência de Mercado

FAIXA ETÁRIA

Sumário do comportamento.

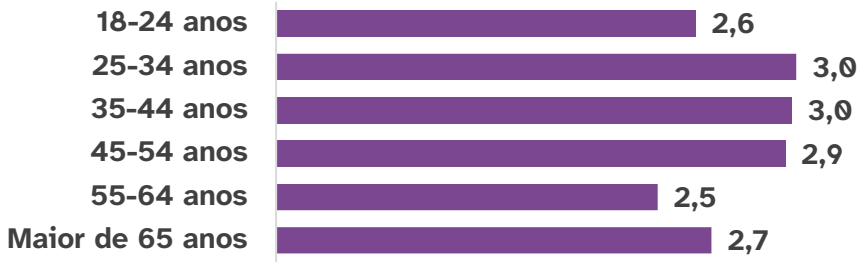
O mercado de artesanato no Brasil apresenta diferenças claras por faixa etária. Os jovens compram mais barato e menos peças, enquanto os idosos compram menos vezes, mas gastam mais por compra. O público de 25-44 anos é o mais ativo, tanto em frequência quanto em volume, sendo o segmento mais estratégico para expansão.

Valor médio gasto por compra



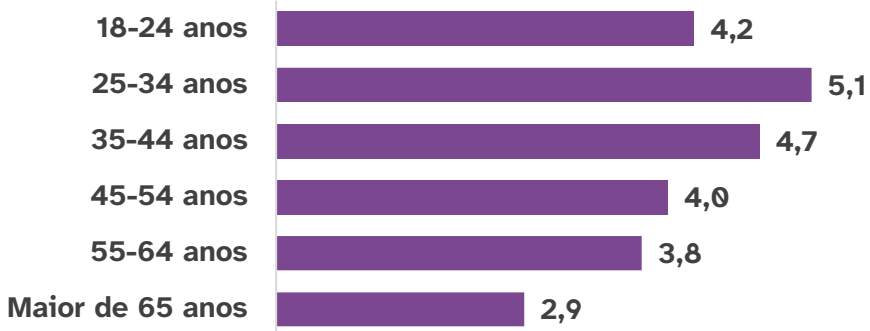
Valor médio gasto = R$ 150 ,00

Média de peças por compras



Média de peças compradas = 3

Frequência média de compras por ano



Média da frequência - 4 vezes/ano

Fonte: IEMI

Em % de Consumidores
Amostra = 2.400

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

REGIÕES BRASILEIRAS

Sumário do comportamento.

Em todas as regiões, a frequência de compra e a quantidade de peças são próximas, com sutil destaque para Sudeste e Sul, a principal diferença regional está no valor gasto (no preço médio das peças). Portanto, as regiões Centro-Oeste e Sudeste concentram os maiores tickets médios.

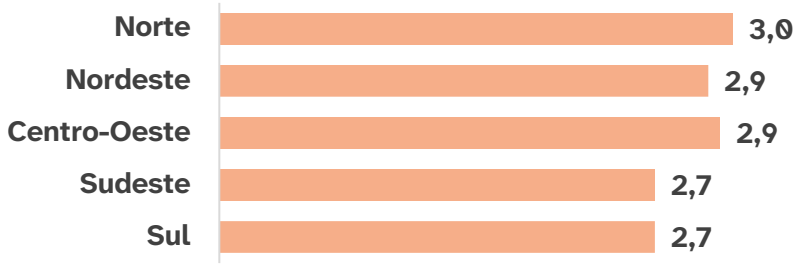
O mercado brasileiro de artesanato é homogêneo em comportamento de compra (quantidade e frequência), mas heterogêneo em valor médio gasto, refletindo diferenças regionais de poder aquisitivo e valorização cultural.

Valor médio gasto por compra

Valor médio gasto = R$ 150 ,00

Fonte: IEMI

Média de peças por compras



Média de peças compradas = 3

Frequência média de compras por ano

Média da frequência - 4 vezes/ano

Em % de Consumidores
Amostra = 2.400

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

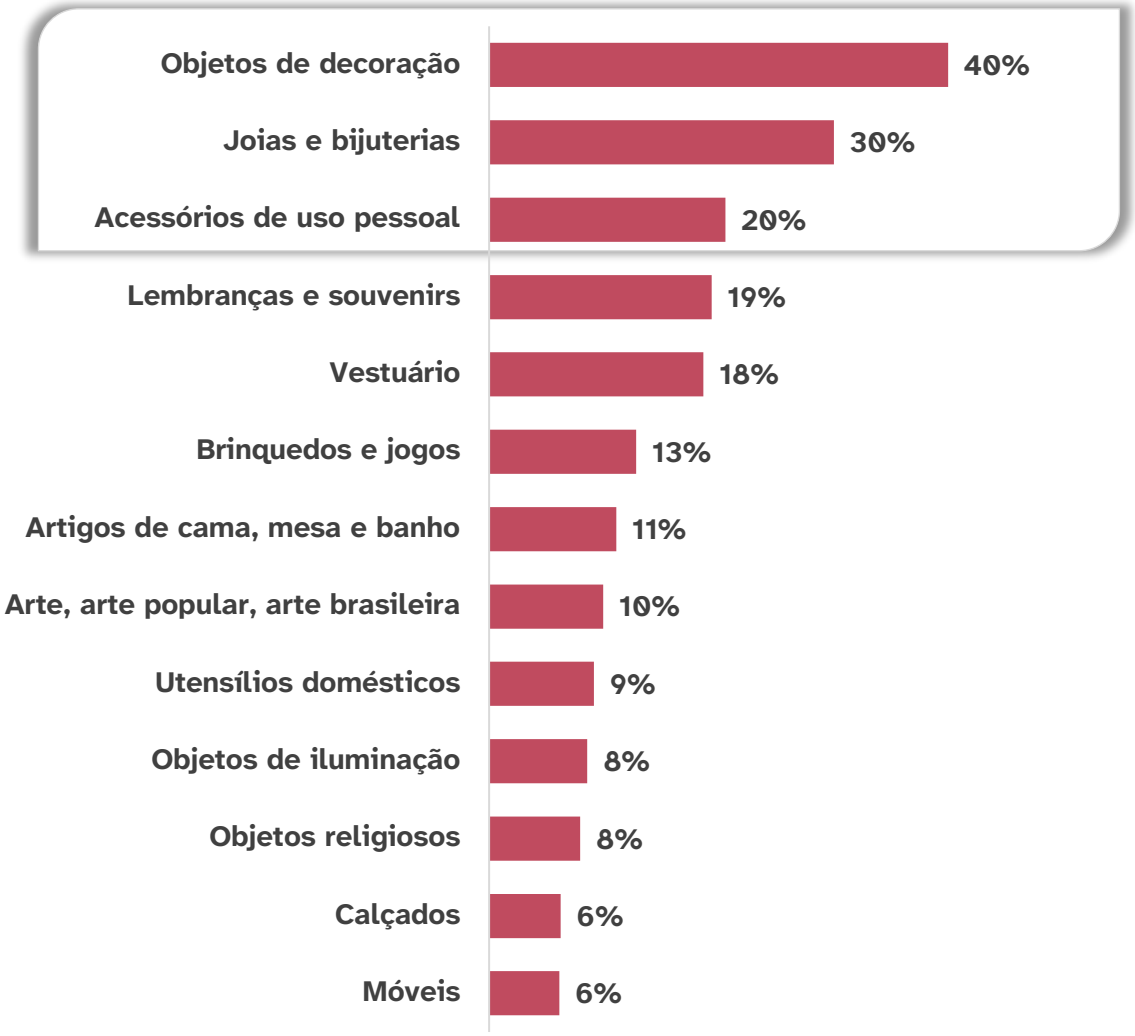
Inteligência de Mercado

COMPORTAMENTO DE COMPRA

hábitos de consumo dos artesanatos adquiridos.

PRODUTOS ADOUIRIDOS

Quais os tipos de produtos artesanais que você adquiriu em sua última compra?



Fonte: IEMI| Resposta múltipla

O consumo de artesanato no Brasil está concentrado principalmente em produtos de **uso pessoal e itens decorativos**.

Os **objetos de decoração** (40%) lideram as compras, reforçando o papel do artesanato como elemento de identidade e personalização dos ambientes domésticos e/ou profissionais.

Em seguida, destacam-se as **joias e bijuterias**, representando 30% das aquisições, o que reflete a preferência por peças de fácil acesso, valor percebido e relevância estética .

Acessórios de uso pessoal aparecem em terceiro lugar com 20% dos produtos adquiridos.

Em % de Consumidores
Amostra = 2.400

Inteligência de Mercado

PRODUTOS ADOUIRIDOS

Quais os tipos de produtos artesanais que você adquiriu em sua última compra? | Regiões

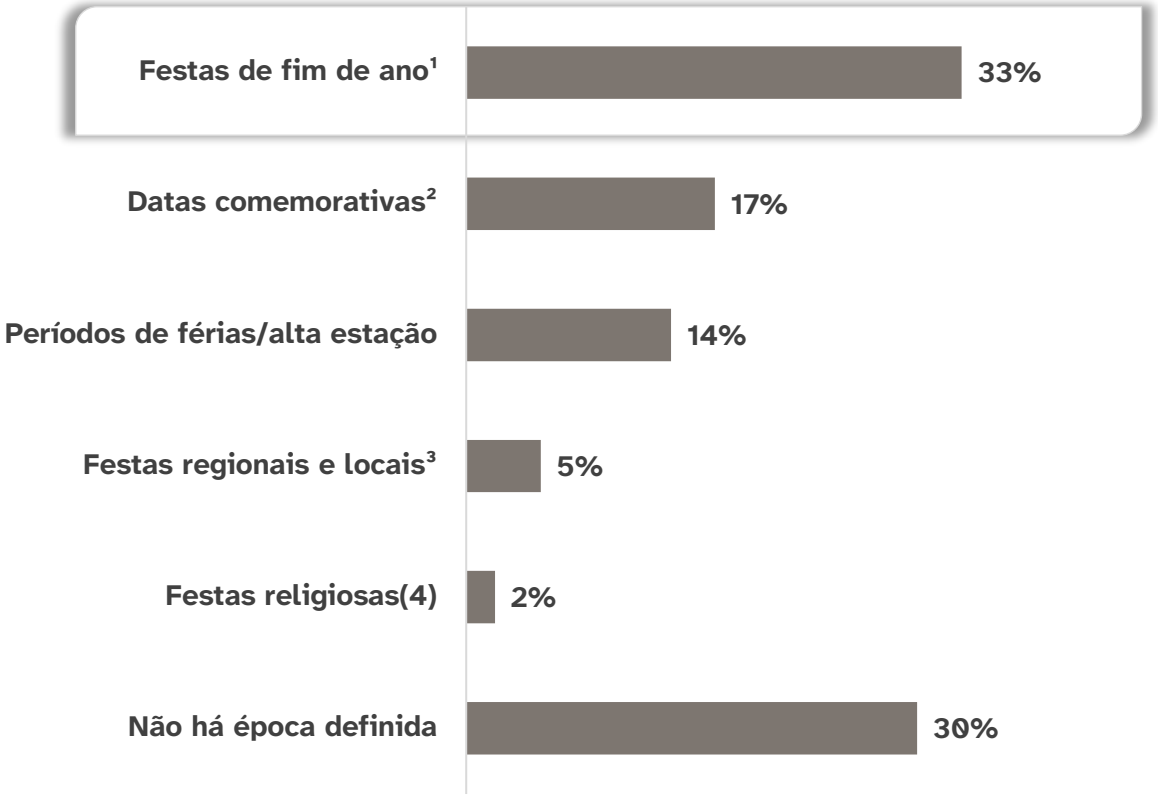
Tipos de Produtos Artesanais Adquiridos na Última Compra (% / Respostas)					
Tipo de artesanato	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Objetos de decoração	36%	39%	36%	42%	42%
Joias e bijuterias	38%	27%	28%	31%	24%
Acessórios de uso pessoal	26%	21%	20%	20%	17%
Lembranças e souvenirs	17%	18%	21%	21%	19%
Vestuário	18%	23%	16%	19%	16%
Brinquedos e jogos	15%	11%	13%	11%	15%
Artigos de cama, mesa e banho	11%	10%	13%	11%	10%
Arte, arte popular, arte brasileira	13%	9%	11%	8%	11%
Utensílios domésticos	10%	9%	10%	9%	8%
Objetos de iluminação	9%	9%	7%	9%	8%
Objetos religiosos	7%	10%	9%	8%	6%
Calçados	6%	8%	7%	5%	6%
Móveis	7%	6%	7%	6%	5%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: IEMI| Resposta múltipla

Em % de Consumidores
Amostra = 2.400

ÉPOCA DA ÚLTIMA COMPRA

Em que época do ano você realizou a compra de artesanato?



Nota:
(1) Festas de fim de ano: Natal e ano novo
(2) Dia das Mães, Namorados, etc.
(3) Festas regionais e locais: Bumba meu boi, carnaval, festas juninas, etc.
(4) Festas religiosas: Círio de Nazaré, Dia de São Jorge, Romarias, etc.

Fonte: IEMI

Em % de Consumidores
Amostra = 2.400

A pesquisa aponta que as compras de artesanato no Brasil apresentam **forte sazonalidade**, com destaque para períodos associados a celebrações e maior circulação de pessoas.

As **festas de fim de ano** (Natal e ano novo) concentram a maior parcela das compras, representando 33%, o que reforça o papel do artesanato como opção de presente e item decorativo nesse período.

As **datas comemorativas** (Dias das mães, Dia dos namorados, etc.) respondem por 17% das compras, refletindo o uso do artesanato como produto presenteável ao longo do ano.

Os **períodos de férias e alta estação** aparecem em seguida, com 14%, geralmente associados ao turismo e à aquisição de lembranças e souvenirs.

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

SEBRAE

Inteligência de Mercado

ÉPOCA DA ÚLTIMA COMPRA

Em que época do ano você realizou a compra de artesanato? | Regiões

Época do Ano em que se realizou a última Compra de Artesanato (% / Respostas)					
Época de compra	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Festas de fim de ano[1]	32%	32%	29%	33%	39%
Datas comemorativas[2]	16%	16%	20%	17%	15%
Períodos de férias/alta estação	13%	18%	15%	13%	11%
Festas regionais e locais[3]	10%	6%	4%	4%	3%
Festas religiosas[4]	4%	2%	1%	2%	2%
Não há época definida	27%	27%	31%	32%	32%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores
Amostra = 2.400

Nota:
(1) Festas de fim de ano: Natal e ano novo
(2) Dia das Mães, Namorados, etc.
(3) Festas regionais e locais: Bumba meu boi, carnaval, festas juninas, etc.
(4) Festas religiosas: Círio de Nazaré, Dia de São Jorge, Romarias, etc.

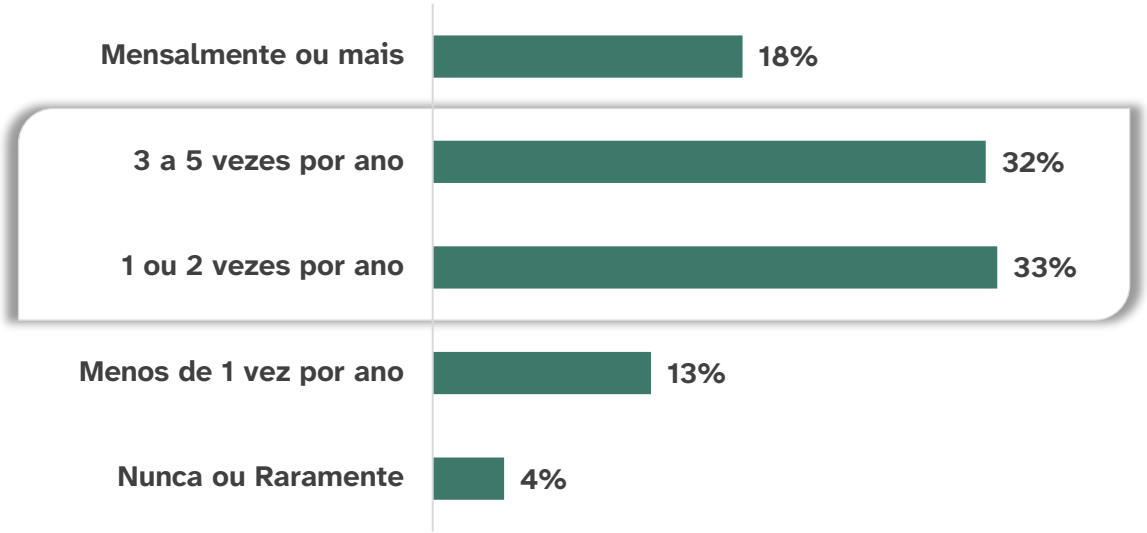
Fonte: IEMI

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

FREQUÊNCIA DE COMPRA

Com que frequência você costuma comprar objetos artesanais (para si ou para presentear)?



Média da frequência - 4 vezes/ano

Fonte: IEMI

Entre os respondentes da pesquisa, 65% deles costumam fazer compras de artesanatos de 1 a 5 vezes por ano.

18% deles fazem suas compras mensalmente e 13% fazem compras de artesanato menos de 1 vez ao ano.

A frequência média de compras entre os consumidores de artesanatos é de 4 vezes ao ano.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

FREQUÊNCIA DE COMPRA

Com que frequência você costuma comprar objetos artesanais (para si ou para presentear)? | Regiões

Frequência de Compra de Artesanato (% / Respostas)					
Frequência de compra	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Mensalmente ou mais	18%	16%	16%	19%	21%
3 a 5 vezes por ano	29%	31%	31%	35%	32%
1 ou 2 vezes por ano	32%	35%	33%	32%	33%
Menos de 1 vez por ano	15%	14%	16%	10%	12%
Nunca ou Raramente	6%	5%	4%	3%	4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%
Frequência média (ano)	4	4	4	5	5

Em % de Consumidores
Amostra = 2.400

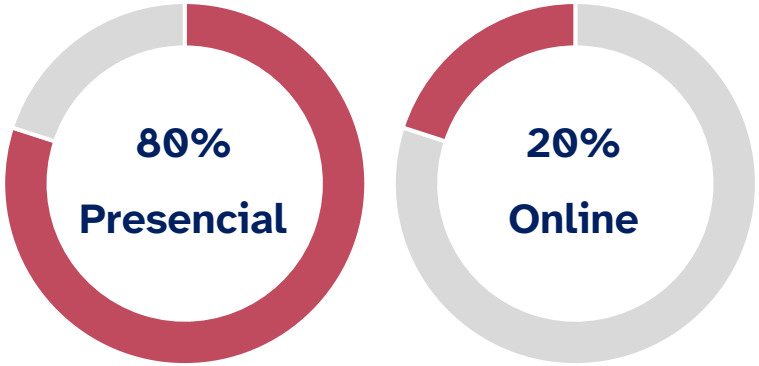
Fonte: IEMI

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

FORMA DE COMPRAS

Como você costuma adquirir suas peças de artesanato?



A **compra presencial** é amplamente predominante no mercado de artesanato no Brasil, representando **80% das aquisições**. De forma geral, o predomínio das compras presenciais evidencia que feiras, eventos, lojas físicas e o contato direto com o artesão continuam sendo os principais pontos de venda do setor.

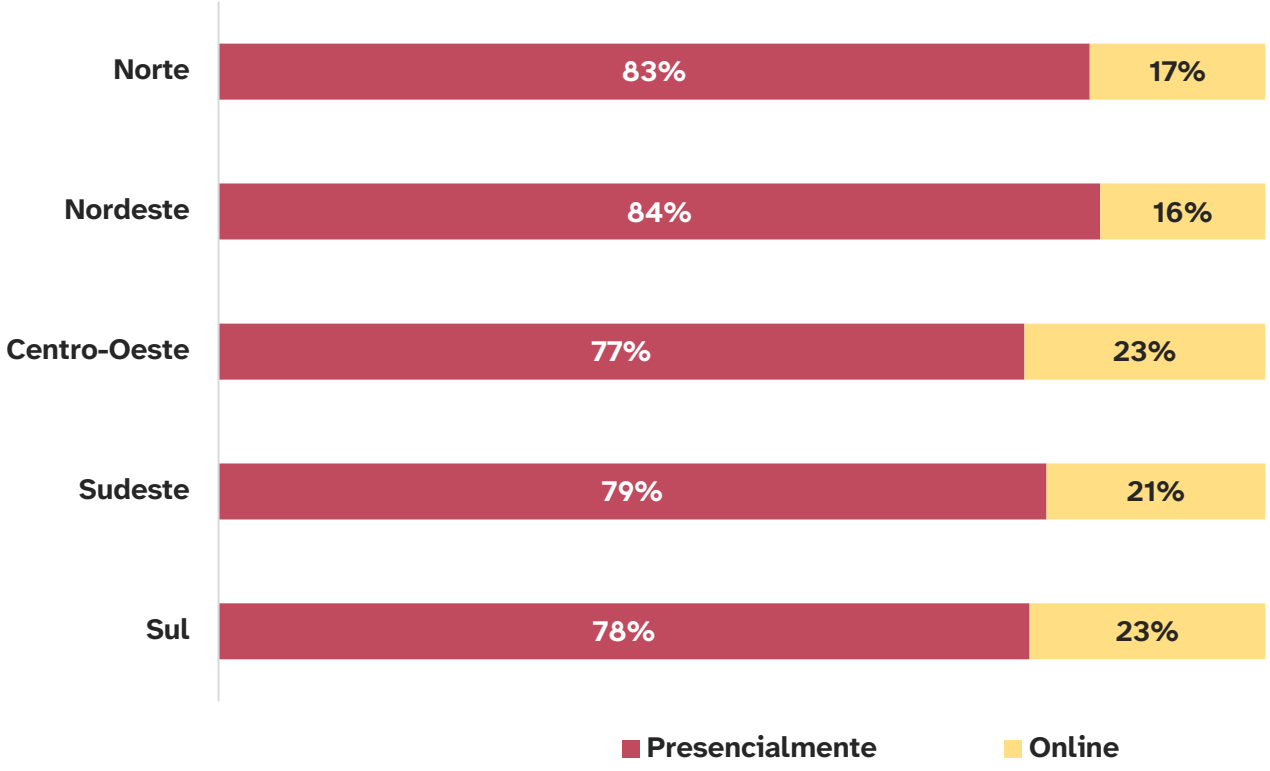
Ao mesmo tempo, a presença do **canal online** aponta oportunidades para estratégias híbridas, que combinem a experiência presencial com o alcance e a conveniência do ambiente digital.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

FORMA DE COMPRAS

Como você costuma adquirir suas peças de artesanato? | Regiões



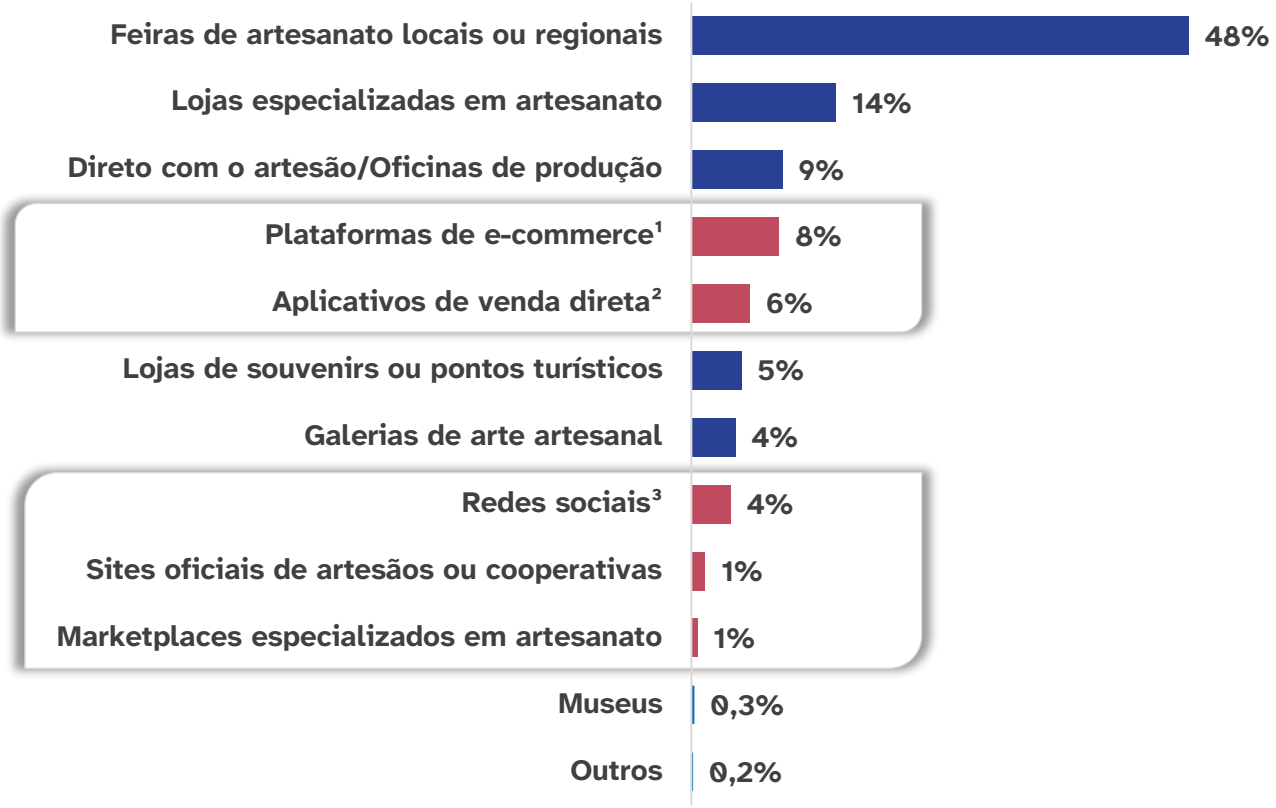
Em % de Consumidores
Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

LOCAL DA ÚLTIMA COMPRA

Onde você adquiriu seus produtos artesanais? | Presencial ou online

Presencial e online:



Nota:
(1) Plataformas de e-commerce (ex.: Mercado Livre, Amazon, Elo7)
(2) Aplicativos de venda direta (Shopee, OLX, etc.)
(3) Redes sociais (ex.: Instagram, Facebook, WhatsApp)

Fonte: IEMI

As **feiras de artesanato locais ou regionais** são o principal canal de aquisição de vendas de produtos artesanais no Brasil, **concentrando 48% das compras**. Esse canal revela a centralidade das feiras como espaços de comercialização, visibilidade, valorização do artesanato e contato direto do consumidor com o artesão e cultura local.

As **lojas especializadas em artesanato** aparecem em segundo lugar, com **14%**, demonstrando que há demanda por espaços comerciais mais estruturados, que ofereçam curadoria, diversidade de produtos e conveniência ao consumidor.

A **compra direta com o artesão ou em oficinas de produção**, com **9%**, registra um interesse relevante por experiências mais próximas e personalizadas, nas quais o consumidor valoriza a história, o processo produtivo e a relação direta com quem produz a peça.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

LOCAL DA ÚLTIMA COMPRA

Onde você adquiriu seus produtos artesanais? | Presencial e online – Regiões

PRESENCIAL - LOCAL DA ÚLTIMA COMPRA DE ARTESANATO (% / RESPOSTAS)					
Local de compras	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Feiras de artesanato locais ou regionais	46%	51%	51%	46%	47%
Lojas especializadas em artesanato	10%	15%	16%	13%	15%
Direto com o artesão/Oficinas de produção	11%	8%	8%	10%	8%
Plataformas de e-commerce[1]	12%	6%	7%	8%	9%
Aplicativos de venda direta[2]	5%	6%	4%	8%	6%
Lojas de souvenirs ou pontos turísticos	5%	5%	5%	5%	5%
Galerias de arte artesanal	5%	5%	5%	4%	4%
Redes sociais[3]	4%	3%	4%	5%	4%
Sites oficiais de artesãos ou cooperativas	1%	0,8%	0,8%	2%	2%
Marketplaces especializados em artesanato	0,5%	0,3%	0,5%	0,5%	0,9%
Museus	0,5%	0,8%	0,0%	0,0%	0,3%
Outros	0,3%	0,0%	0,5%	0,3%	0,0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores
Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

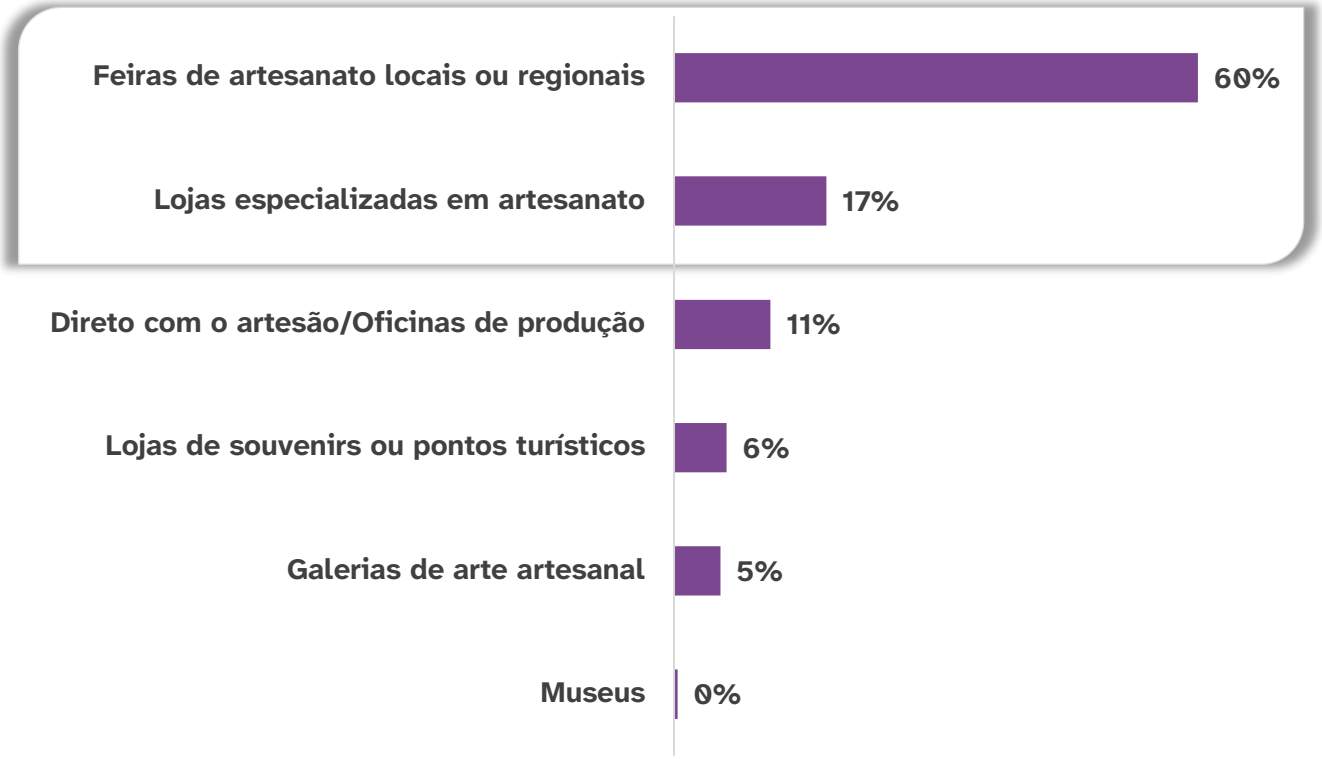
Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

PRESENCIAL | ÚLTIMA COMPRA

Onde você adquiriu seus produtos artesanais? | Presencial

Canais de Compra Presenciais:



Em % de Consumidores
Amostra = 1.921

Fonte: IEMI

As **feiras de artesanato locais ou regionais** são o principal canal de aquisição **presencial** de produtos artesanais no Brasil, **concentrando 60% das compras**. Esse canal revela a centralidade das feiras como espaços de comercialização, visibilidade, valorização do artesanato e contato direto do consumidor com o artesão e cultura local.

As **lojas especializadas em artesanato** aparecem em segundo lugar, com **17%**, demonstrando que há demanda por espaços comerciais mais estruturados, que ofereçam curadoria, diversidade de produtos e conveniência ao consumidor.

A **compra direta com o artesão ou em oficinas de produção**, com **11%**, registra um interesse relevante por experiências mais próximas e personalizadas, nas quais o consumidor valoriza a história, o processo produtivo e a relação direta com quem produz a peça.

LOCAL DA ÚLTIMA COMPRA

Onde você adquiriu seus produtos artesanais? | Presencial – Regiões

PRESENCIAL - LOCAL DA ÚLTIMA COMPRA DE ARTESANATO (% / RESPOSTAS)					
Local de compras - Presencial	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Feiras de artesanato locais ou regionais	61%	61%	60%	59%	59%
Lojas especializadas em artesanato	19%	17%	13%	19%	17%
Direto com o artesão/Oficinas de produção	9%	10%	14%	11%	13%
Lojas de souvenirs ou pontos turísticos	6%	6%	6%	6%	6%
Galerias de arte artesanal	5%	6%	7%	4%	5%
Museus	0%	1%	1%	0,3%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores
Amostra = 1.921

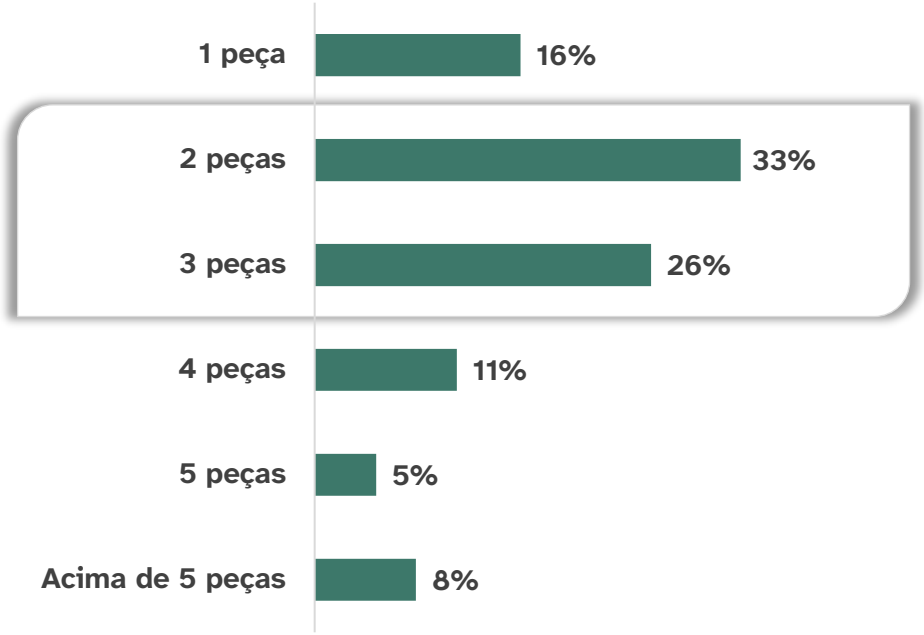
Fonte: IEMI

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

OTD. DE PECAS ADOUIRIDAS

Quantas peças de artesanato você adquiriu em sua última compra?



Fonte: IEMI

2 e 3 peças concentram cerca de **59%** do total, portanto o perfil do consumidor de artesanato no Brasil é majoritariamente de compras pequenas a moderadas, demostrando que o consumidor não se limita a apenas uma peça, ou seja, muitos compradores de artesanato preferem levar mais de um item por visita.

Estudo aponta que cada consumidor de artesanato adquire, em **média, 3 peças por compra**.

Entretanto, existe um nicho específico, correspondente a 13% dos consumidores, que adquire cinco ou mais peças de artesanato por compra.

Média de peças compradas = 3

Em % de Consumidores
Amostra = 2.400

Inteligência de Mercado

OTD. DE PECAS ADOUIRIDAS

Quantas peças de artesanato você adquiriu em sua última compra? | Regiões

Quantidade de peças adquiridas na última compra de artesanato (% / respostas)					
Quantidade de peças compradas	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
1 peça	15%	14%	15%	16%	21%
2 peças	33%	36%	32%	32%	37%
3 peças	25%	29%	29%	27%	22%
4 peças	13%	9%	11%	13%	9%
5 peças	6%	6%	5%	4%	5%
Acima de 5 peças	9%	8%	8%	8%	7%
Total	100%	100%	100%	100%	100%
Média de peças compradas	3,0	2,9	2,9	2,7	2,7

Em % de Consumidores
Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

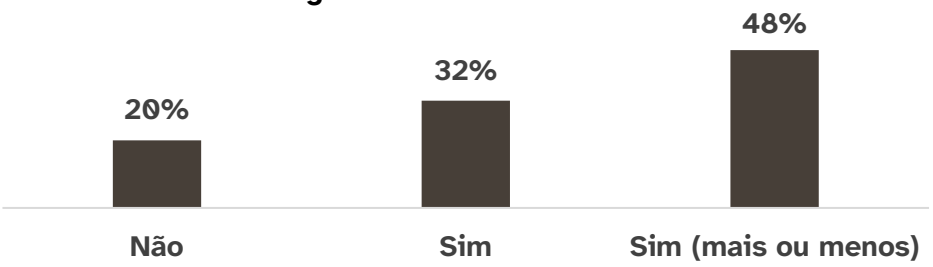
Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

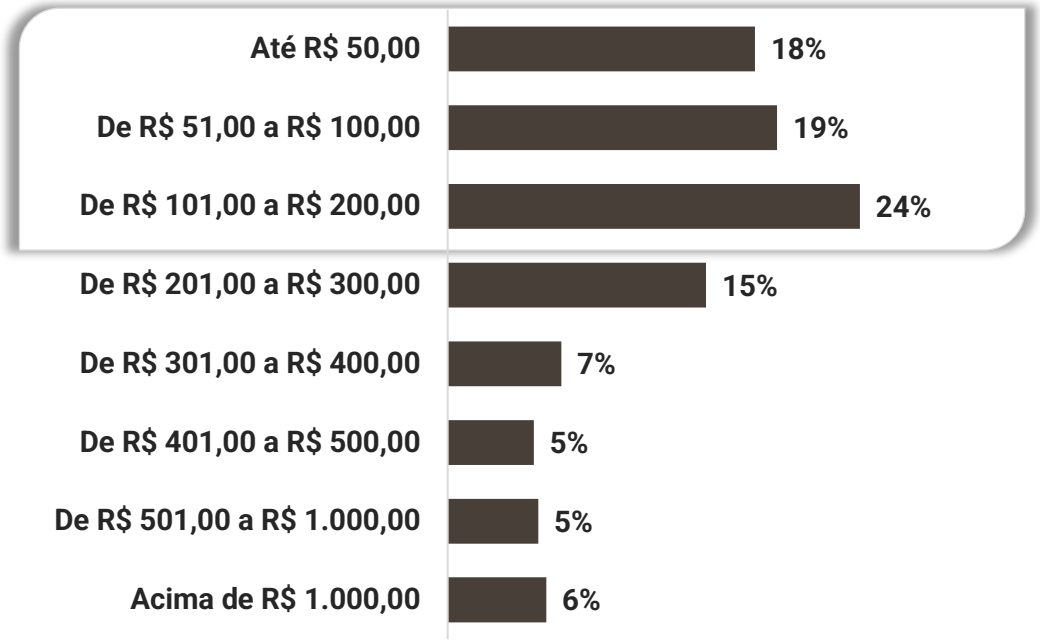
TICKET MÉDIO

Qual foi o valor gasto na sua última compra de artesanato?

Lembra do valor gasto?



Valor gasto (dentre os que lembram):



Fonte: IEMI

Grande parte dos entrevistados (80%) soube informar quanto pagou na última compra de artesanato, ainda que para alguns a lembrança tenha sido de um valor aproximado.

Observa-se que **62% dos consumidores** de artesanato gastam entre **R$ 50 e R$ 200**, com um gasto médio de R$ 150 por compra

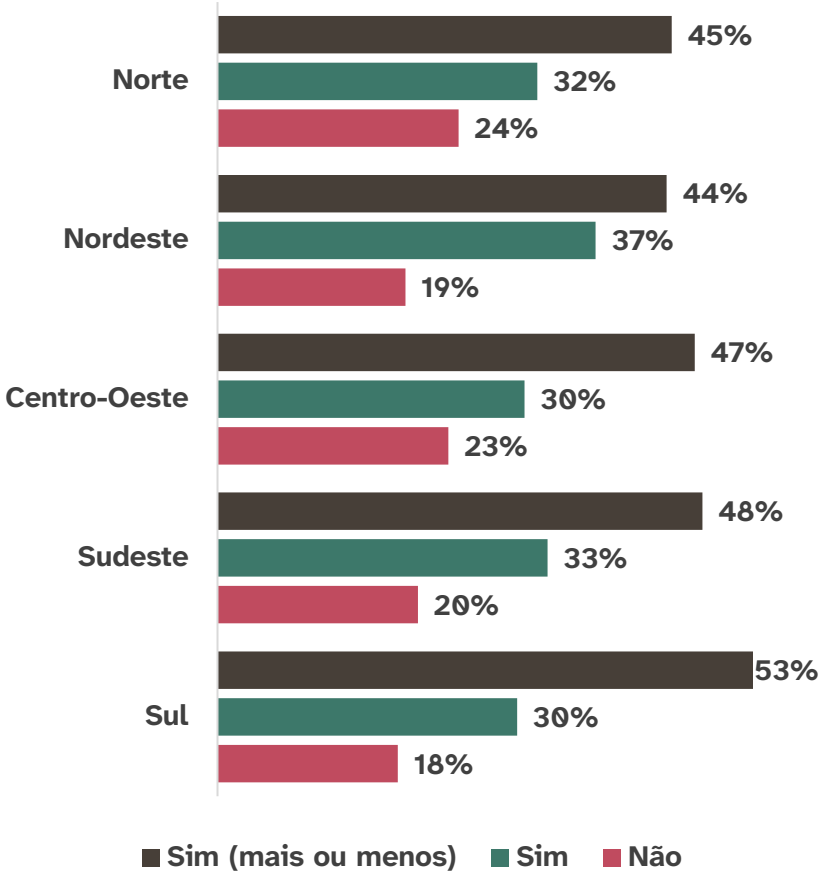
Gasto Médio (R$/compra) : 150,00

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

TICKET MÉDIO

Qual foi o valor gasto na sua última compra de artesanato? | Regiões

Lembra do valor gasto?



Faixa de Gasto na Última Compra de Artesanato (% / Respostas)					
Faixa de gasto	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Até R$ 50,00	18%	22%	13%	19%	18%
De R$ 51,00 a R$ 100,00	22%	16%	15%	18%	27%
De R$ 101,00 a R$ 200,00	21%	22%	29%	25%	23%
De R$ 201,00 a R$ 300,00	17%	17%	17%	14%	13%
De R$ 301,00 a R$ 400,00	5%	8%	7%	8%	5%
De R$ 401,00 a R$ 500,00	6%	6%	4%	5%	5%
De R$ 501,00 a R$ 1.000,00	7%	4%	7%	5%	4%
Acima de R$ 1.000,00	5%	5%	8%	6%	5%
Total	100%	100%	100%	100%	100%
Mediana do valor gasto (Em R$)	150,00	150,00	200,00	160,00	130,00

Gasto Médio (R$/compra) : 150,00

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

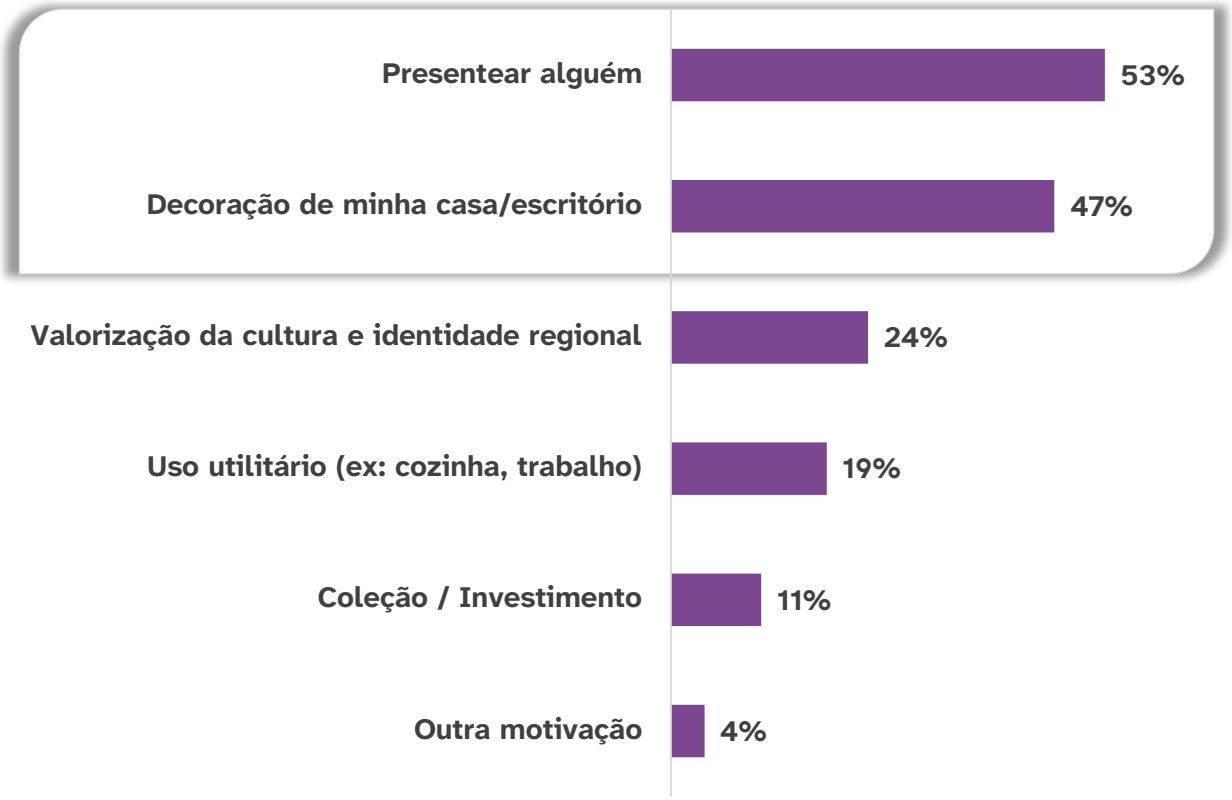
Fonte: IEMI

Inteligência de Mercado

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

MOTIVAÇÕES DE COMPRA

Quais foram as principais motivações ao comprar uma peça artesanal?



Fonte: IEMI

Com **53% das respostas**, a **principal razão** para a compra de artesanato é o ato de **presentear alguém**. Esse resultado reforça o caráter afetivo do artesanato.

A **decoração de ambientes residenciais ou profissionais** aparece em **segundo lugar, com 47%,** demonstrando que o artesanato é amplamente percebido como um elemento estético e de personalização de espaços. Tem sua importância como item decorativo diferenciado, capaz de expressar estilo e identidade.

A **valorização da cultura e da identidade regional**, citada por **24% dos consumidores**, demonstra que uma parcela relevante do público reconhece o artesanato como um meio de preservar tradições, histórias e expressões culturais locais.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

MOTIVAÇÕES DE COMPRA

Quais foram as principais motivações ao comprar uma peça artesanal? | Regiões

Principais Motivos para Adquirir Artesanato na Última Compra (% / Respostas)					
Principais motivos	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Presentear alguém	50%	52%	54%	55%	52%
Decoração de minha casa/escritório	46%	47%	46%	49%	44%
Valorização da cultura e identidade regional	30%	28%	20%	23%	21%
Uso utilitário (ex: cozinha, trabalho)	19%	19%	18%	20%	19%
Coleção / Investimento	10%	13%	12%	10%	11%
Outra motivação	5%	3%	6%	4%	3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

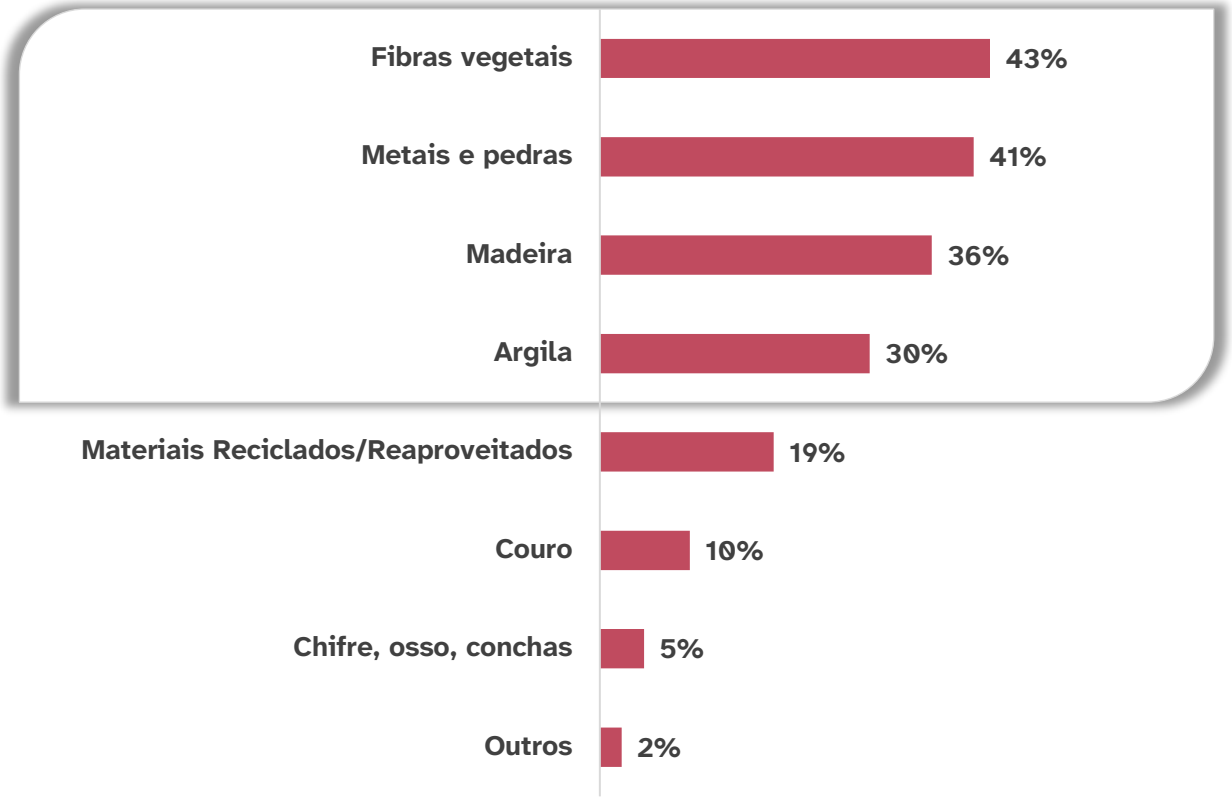
PREFERÊNCIAS

características dos produtos adquiridos, hábitos e preferências dos consumidores.

2.400 Pesquisados

PRINCIPAIS MATÉRIAS-PRIMAS

Quais eram as matérias-primas dos produtos artesanais adquiridos em sua última compra?



Fonte: IEMI | Resposta múltipla

A escolha de produtos artesanais no Brasil é fortemente influenciada pelo uso de matérias-primas **naturais**, portanto as fibras vegetais lideram as aquisições, com **43% das menções**.

Em seguida, destacam-se os **metais e pedras (41%)**, revelando a relevância de peças como joias, bijuterias e objetos decorativos.

A **madeira**, mencionada por **36% dos respondentes**, mantém papel expressivo, sendo amplamente utilizada.

A **argila, com 30%**, também confirma a importância do artesanato cerâmico, fortemente ligado à identidade regional e à tradição cultural brasileira.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Inteligência de Mercado

PRINCIPAIS MATÉRIAS-PRIMAS

Quais eram as matérias-primas dos produtos artesanais adquiridos em sua última compra? | Regiões

MATÉRIAS-PRIMAS - PRINCIPAIS COMPOSIÇÕES DOS PRODUTOS DE ARTESANATOS ADQUIRIDOS NA ÚLTIMA COMPRA (% / RESPOSTAS)					
Principais matérias-primas	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Fibras vegetais	52%	49%	42%	40%	34%
Metais e pedras	41%	34%	41%	46%	38%
Madeira	35%	43%	29%	38%	35%
Argila	31%	28%	33%	29%	28%
Materiais Reciclados	22%	15%	18%	20%	20%
Couro	10%	10%	13%	9%	9%
Chifre, osso, conchas	6%	5%	6%	5%	4%
Outros	2%	3%	2%	2%	2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI | Resposta múltipla

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

SEBRAE

Inteligência de Mercado

PREFERENCIAS DE ESTILO

Que tipo de estilo e/ou estética você estava buscando quando realizou a compra?

Fonte: IEMI

Os consumidores brasileiros apresentam **preferências diversificadas em relação à estética e estilo dos produtos** artesanais.

A **maior parcela dos consumidores (29%) busca produtos que preservam traços culturais e técnicas tradicionais**, demonstrando interesse por peças que carregam história, identidade regional e autenticidade artesanal. Esse resultado reflete que o artesanato é percebido não apenas como objeto, mas como portador de significado cultural.

Um segundo grupo relevante (**21%**) opta por **produtos que reinterpretam a cultura incorporando design contemporâneo**, demostrando que há espaço para inovação sem perder a referência cultural. Essa tendência aponta para consumidores que valorizam modernidade aliada à tradição, buscando peças que se destaquem no contexto atual sem perder o vínculo com a cultura.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Inteligência de Mercado

PREFERENCIAS DE ESTILO

Que tipo de estilo e/ou estética você estava buscando quando realizou a compra? | Regiões

Preferências dos Consumidores pelos Estilo e/ou Estéticas dos Produtos de Artesanatos adquiridos na Última Compra (% / Respostas)					
Tipos de estéticas/estilos	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Produtos que preservam traços culturais e de técnicas tradicionais	43%	35%	26%	25%	21%
Produtos que fazem releitura da cultura, incorporando design contemporâneo	18%	24%	20%	21%	21%
Produtos com estética simples e utilitária (foco na função)	16%	15%	20%	20%	22%
Produtos com estilo rústico	10%	17%	17%	18%	17%
Produtos que focam na inovação, conceito artístico ou sustentabilidade	14%	10%	18%	17%	19%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

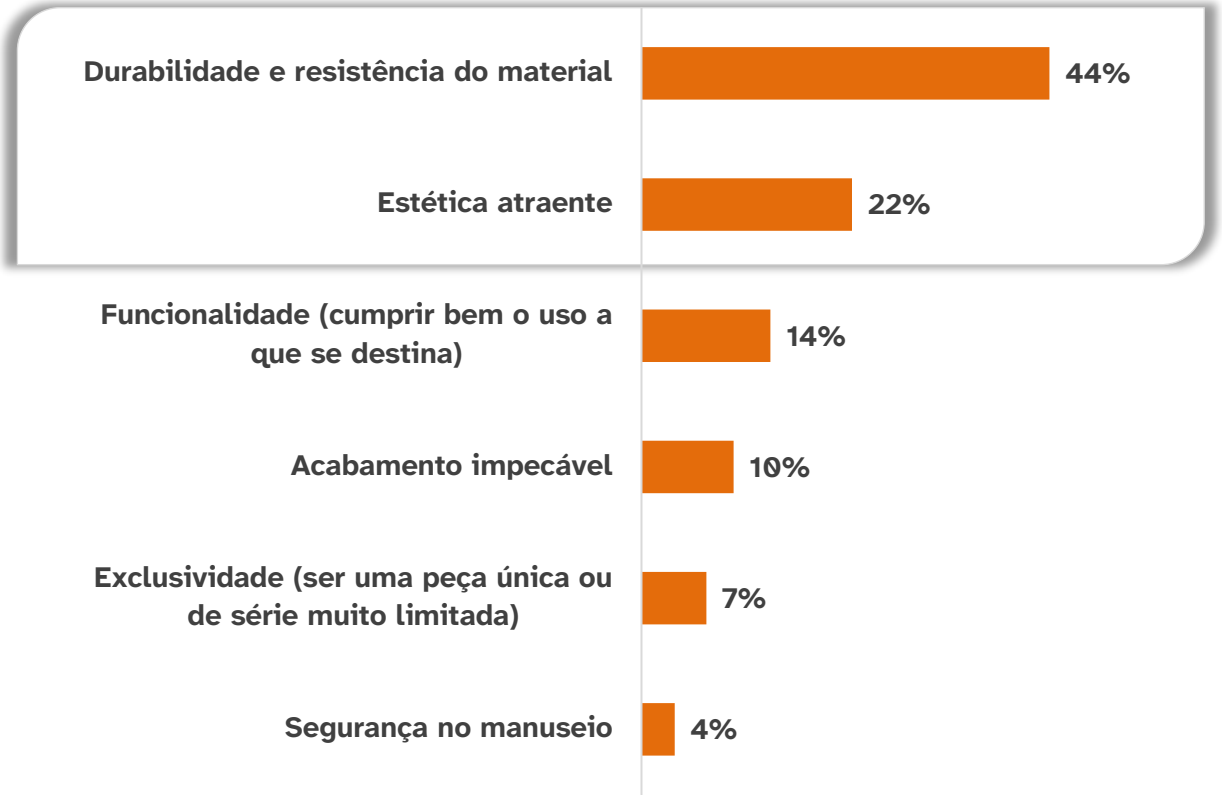
Fonte: IEMI

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

FATORES MAIS IMPORTANTES

Em relação à qualidade do produto artesanal, qual fator é mais importante para você?



Fonte: IEMI

O **fator mais importante** é a **durabilidade e resistência do material**, apontado por 44% dos respondentes. Conclui-se que os consumidores valorizam peças que resistam ao uso e ao tempo, reforçando a percepção de artesanato como um produto de valor, confiável e funcional a longo prazo.

O **segundo atributo mais citado** (22%) é a **estética atraente**, demostrando que o apelo visual é essencial. O consumidor de artesanato busca produtos que encantem e agreguem valor estético.

Para 14% dos compradores, a **funcionalidade**, ou seja, a capacidade do item de cumprir seu propósito, é o fator mais relevante. Esse dado reforça que, embora a estética e a durabilidade sejam importantes, o uso prático do produto ainda **pesa na decisão de compra**.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Inteligência de Mercado

FATORES MAIS IMPORTANTES

Em relação à qualidade do produto artesanal, qual fator é mais importante para você? | Regiões

Principais Fatores considerados na Qualidade dos Produtos de Artesanatos (% / Respostas)					
Principais fatores	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Durabilidade	53%	46%	44%	39%	40%
Estética atraente	21%	22%	23%	23%	23%
Funcionalidade	10%	13%	13%	16%	16%
Acabamento impecável	8%	12%	9%	11%	9%
Exclusividade	6%	4%	8%	8%	8%
Segurança no manuseio	3%	3%	4%	4%	4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

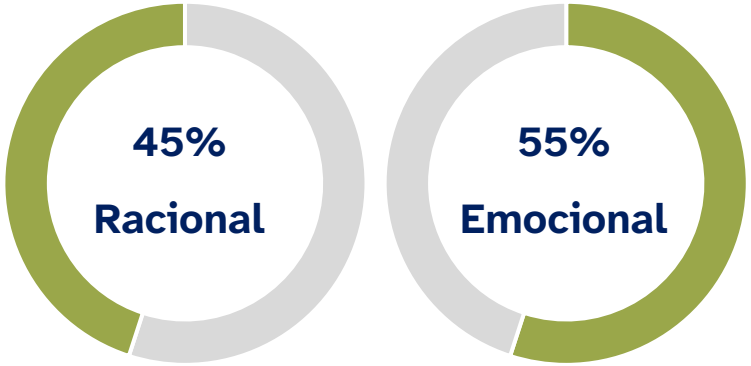
Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

Inteligência de Mercado

DECISÃO DE COMPRA

Quando você decide comprar um produto artesanal, qual é a natureza predominante que orienta essa decisão?



A **maioria** dos respondentes (55%) afirma que sua **decisão de compra** é guiada principalmente por **aspectos emocionais**, como identificação com a peça, conexão cultural, beleza estética, significado simbólico ou vínculo afetivo com a história do produto e de quem o produziu.

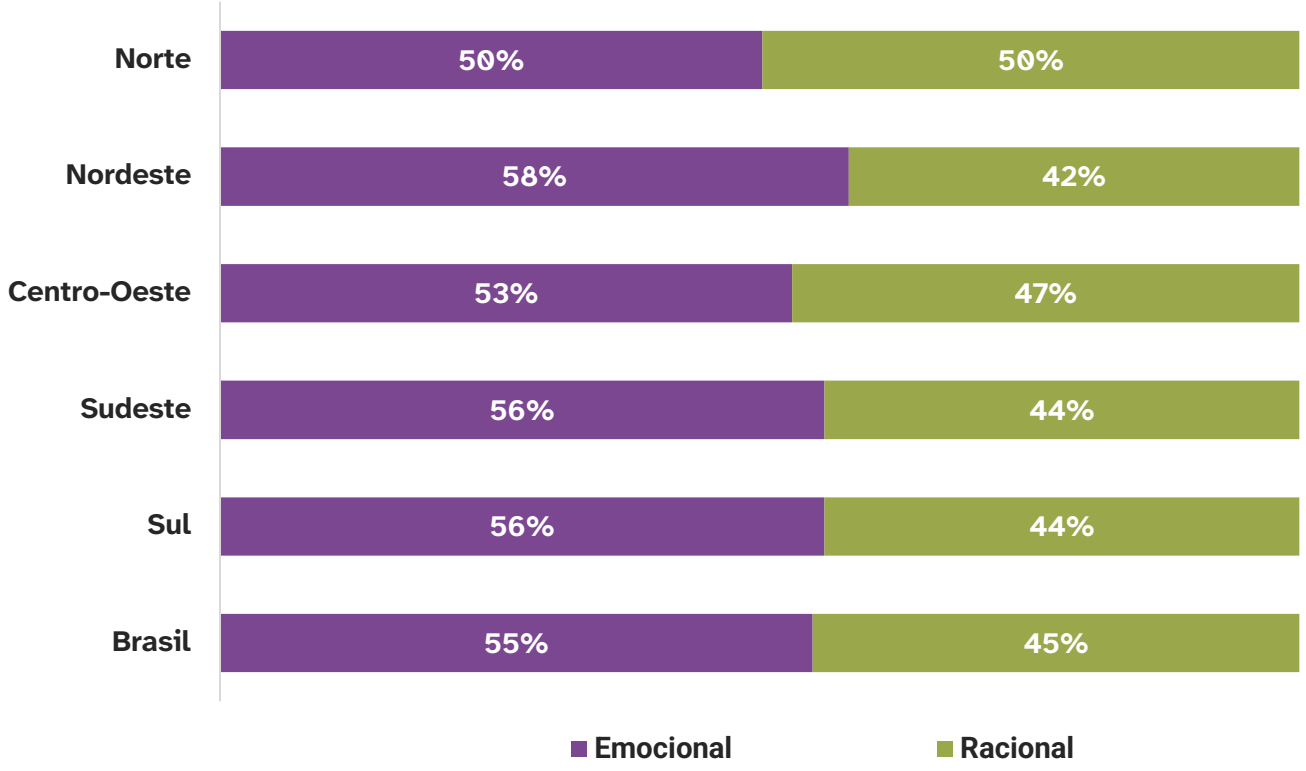
Portanto, a decisão de compra de produtos artesanais é orientada, predominantemente, por fatores emocionais, embora os critérios racionais também tenham um peso significativo no processo decisório.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

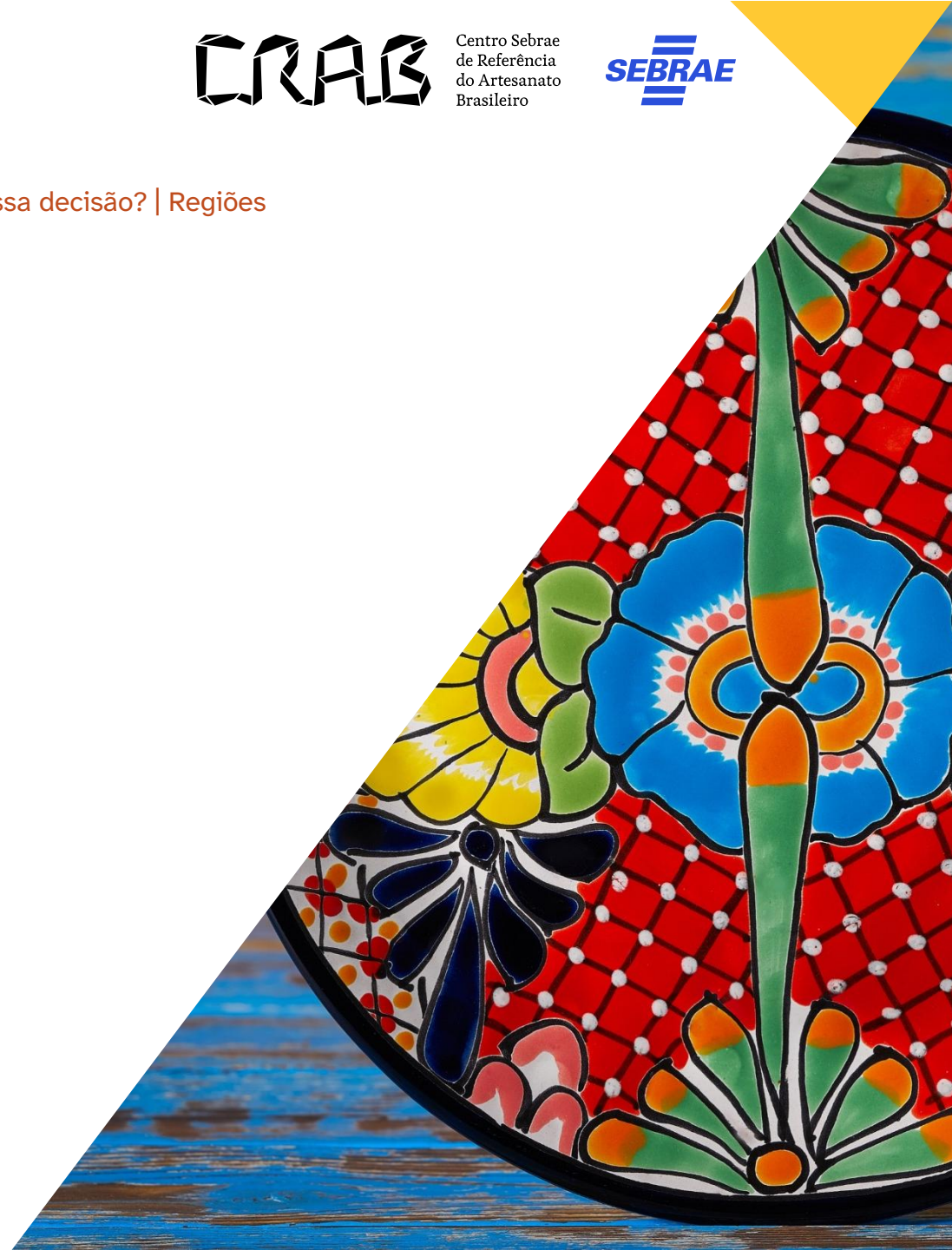
DECISÃO DE COMPRA

Quando você decide comprar um produto artesanal, qual é a natureza predominante que orienta essa decisão? | Regiões



Em % de Consumidores
Amostra = 2.400

Fonte: IEMI



SELO DE CERTIFICAÇÃO

Se um produto artesanal vier com um selo que certifique que foi feito por um Mestre Artesão reconhecido, de indicação geográfica ou que apoia a formação de jovens aprendizes, isso influenciaria sua decisão de compra?

Influencia em sua compra o selo de certificação?

A ampla maioria dos respondentes (**71%**) afirma que a presença de um selo que certifique a produção por um **mestre artesão reconhecido, a indicação geográfica ou o apoio à formação de jovens** aprendizes influenciaria positivamente sua decisão de compra. Já **17%** dos entrevistados indicam que esse tipo de certificação **não influencia** sua decisão

Os **12%** que responderam "não soube informar" indicam um grupo que **não compreende** totalmente o significado dos selos ou que ainda não considera esse fator de forma consciente no momento da compra.

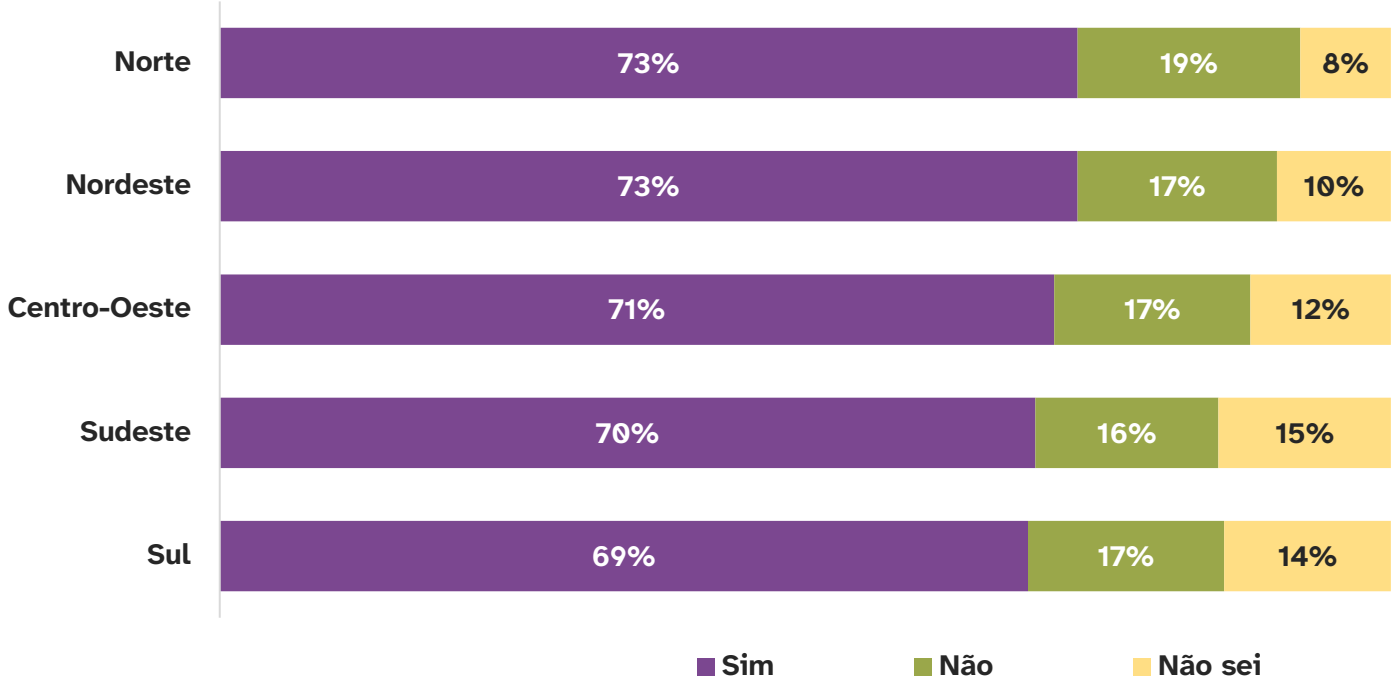
Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

SELO DE CERTIFICAÇÃO

Se um produto artesanal vier com um selo que certifique que foi feito por um Mestre Artesão reconhecido, de indicação geográfica ou que apoia a formação de jovens aprendizes, isso influenciaria sua decisão de compra? | Regiões

Influencia em sua compra o selo de certificação?



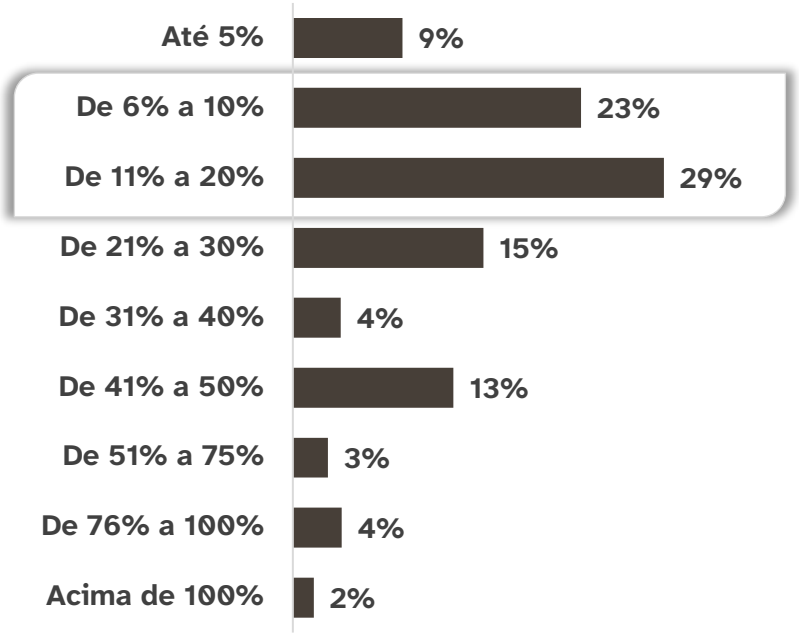
Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

DISPOSIÇÃO PARA PAGAR MAIS

Você estaria disposto a pagar um preço mais alto por um produto com Certificação de Origem ou História comprovada?

Sim. Até quanto %:



Fonte: IEMI

A **certificação** de origem e a história comprovada do produto artesanal **agregam valor** percebido, influenciando de forma significativa a disposição de pagamento do consumidor.

Portanto, a **maioria** dos entrevistados (53%) afirma que **estaria disposta a pagar um preço mais alto** por um produto artesanal com certificação de origem ou história comprovada.

Por outro lado, **18% não estariam dispostos** a pagar mais, indicando um grupo mais sensível ao preço.

Já **29%** responderam “não sei”, revelando um público indeciso.

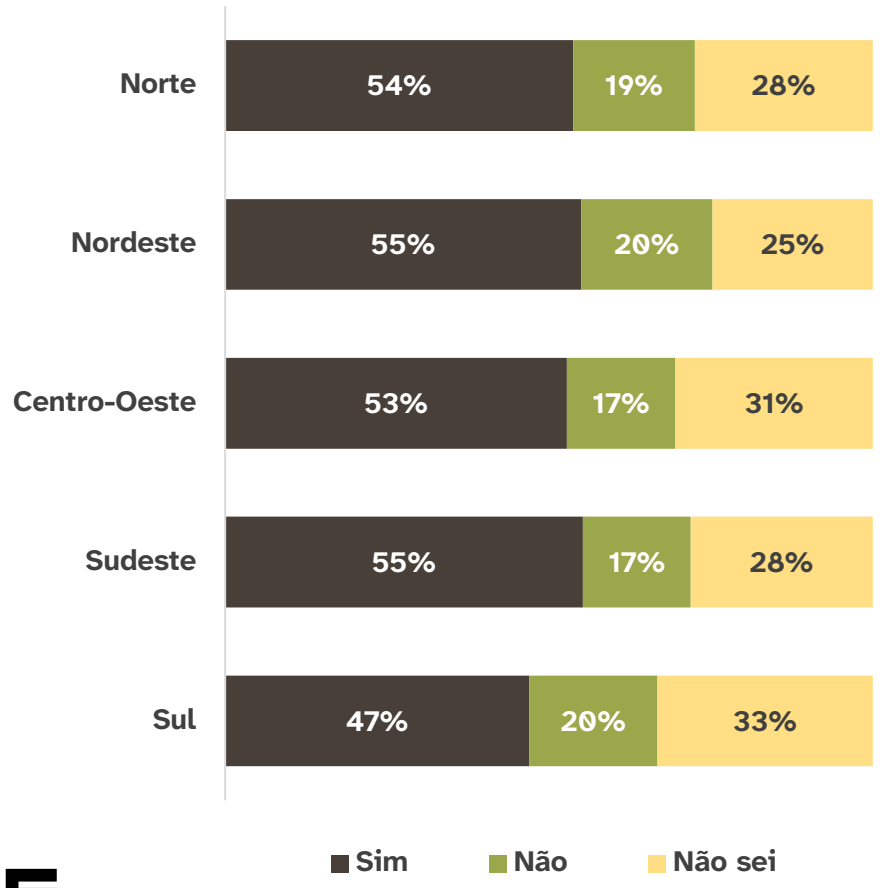
(%) Médio de quanto pagaria a mais: 24%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

DISPOSIÇÃO PARA PAGAR MAIS

Você estaria disposto a pagar um preço mais alto por um produto com Certificação de Origem ou História comprovada? | Regiões

Lembra do valor gasto?



Fonte: IEMI

Disposição para Pagar Mais pelo artesanato certificado de Origem ou História comprovada (% / Respostas)					
Faixa de gasto	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Até 5%	13%	6%	7%	8%	10%
De 6% a 10%	23%	20%	27%	24%	16%
De 11% a 20%	25%	30%	22%	32%	34%
De 21% a 30%	13%	11%	16%	16%	18%
De 31% a 40%	3%	5%	4%	3%	5%
De 41% a 50%	13%	18%	12%	10%	12%
De 51% a 75%	3%	2%	4%	3%	2%
De 76% a 100%	4%	4%	7%	3%	2%
Acima de 100%	3%	3%	1%	1%	1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%
Média (%) gastos a mais	23,9%	26,5%	26,4%	21,7%	22,5%

(%) Médio de quanto pagaria a mais: 24%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

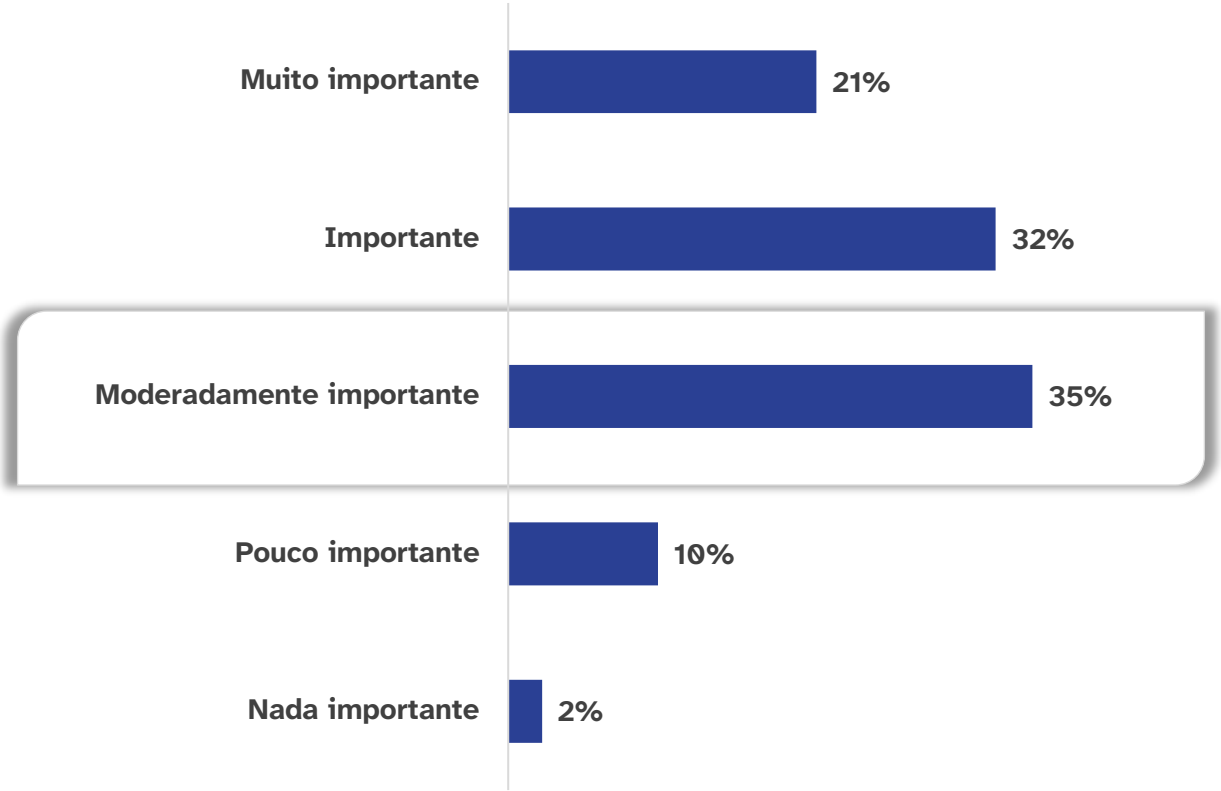
Inteligência de Mercado

DECISÃO DA COMPRA

avaliação de fatores considerados na decisão de compra e valorização do artesanato.

PRECO E CUSTO/BENEFÍCIO

Na escolha de um produto artesanal, qual o grau de importância que você atribui ao preço e custo/benefício?



Fonte: IEMI

O **preço** e a relação **custo/benefício** exercem influência relevante na decisão de compra de produtos artesanais, embora não sejam, para a maioria dos consumidores, o fator determinante principal.

A soma dos respondentes que consideram o preço **"muito importante" (21%)** e **"importante" (32%)** totaliza **53%**, registrando que a maioria dos consumidores avalia atentamente o custo em relação ao valor entregue pelo produto, ou seja, o consumidor busca equilíbrio entre preço, qualidade e significado.

A maior parcela dos entrevistados (**35%**) classifica o preço como **moderadamente importante**, reforçando a ideia de que, embora o custo seja considerado, ele não se sobrepõe a outros atributos, como qualidade, durabilidade, autenticidade, estética e valor cultural.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

PRECO E CUSTO/BENEFÍCIO

Na escolha de um produto artesanal, qual o grau de importância que você atribui ao preço e custo/benefício? | Regiões

Grau de importância para Preço e Custo/Benefício (% / Respostas)					
Atributos	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Muito importante	21%	21%	16%	24%	17%
Importante	31%	35%	33%	31%	34%
Moderadamente importante	37%	33%	36%	34%	37%
Pouco importante	9%	10%	11%	10%	11%
Nada importante	2%	2%	5%	2%	1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

Norte - 52% consideram o preço muito importante ou importante, ou seja, o consumidor do Norte demonstra sensibilidade ao preço.

Nordeste – **(56%)** é a região que apresenta **maior valorização do custo/benefício**.

Centro-Oeste – (49%) o consumidor do Centro-Oeste parece menos guiado pelo preço.

Sudeste – (55%) o Sudeste mostra um perfil racional, em que o preço pesa na decisão de compra.

Sul – (51%) o consumidor do Sul apresenta um comportamento equilibrado, valorizando o custo/benefício sem transformar o preço no único critério de decisão.

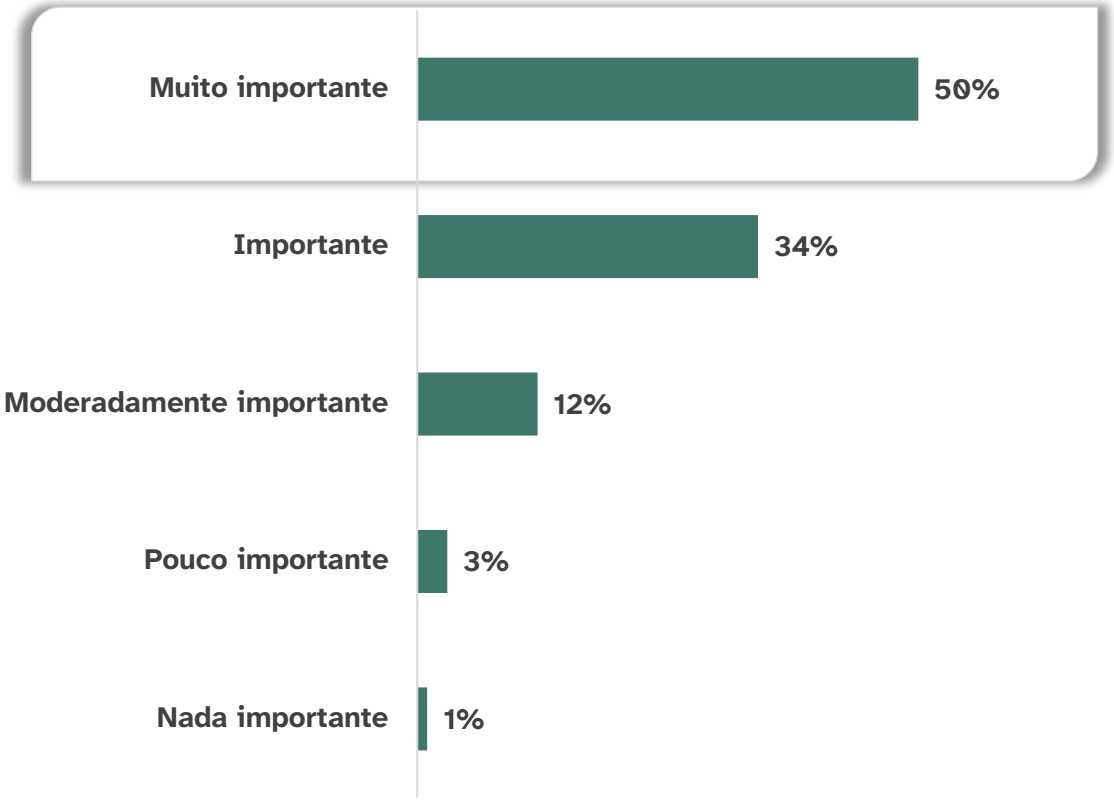
Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

SEBRAE

Inteligência de Mercado

QUALIDADE E ACABAMENTO

Na escolha de um produto artesanal, qual o grau de importância que você atribui a qualidade e acabamento?



Fonte: IEMI

Qualidade e acabamento são atributos fundamentais na decisão de compra de produtos artesanais entre os consumidores brasileiros.

50% dos respondentes consideram qualidade e acabamento **muito importantes**, indicando que metade do público espera alto padrão de execução, mesmo em produtos feitos à mão.

Outros **34%** avaliam esse atributo como **importante**, o que reforça que a percepção de cuidado, durabilidade e bom acabamento é amplamente valorizada.

Portanto, o consumidor brasileiro não associa artesanato à baixa qualidade, mas sim a **produtos bem executados**, com atenção aos detalhes e acabamento cuidadoso.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

QUALIDADE E ACABAMENTO

Na escolha de um produto artesanal, qual o grau de importância que você atribui a qualidade e acabamento? | Regiões

Grau de importância para Qualidade e Acabamento (% / Respostas)					
Atributos	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Muito importante	45%	47%	49%	54%	51%
Importante	35%	37%	31%	32%	38%
Moderadamente importante	16%	13%	15%	11%	7%
Pouco importante	2%	2%	4%	3%	3%
Nada importante	2%	1%	2%	0%	1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

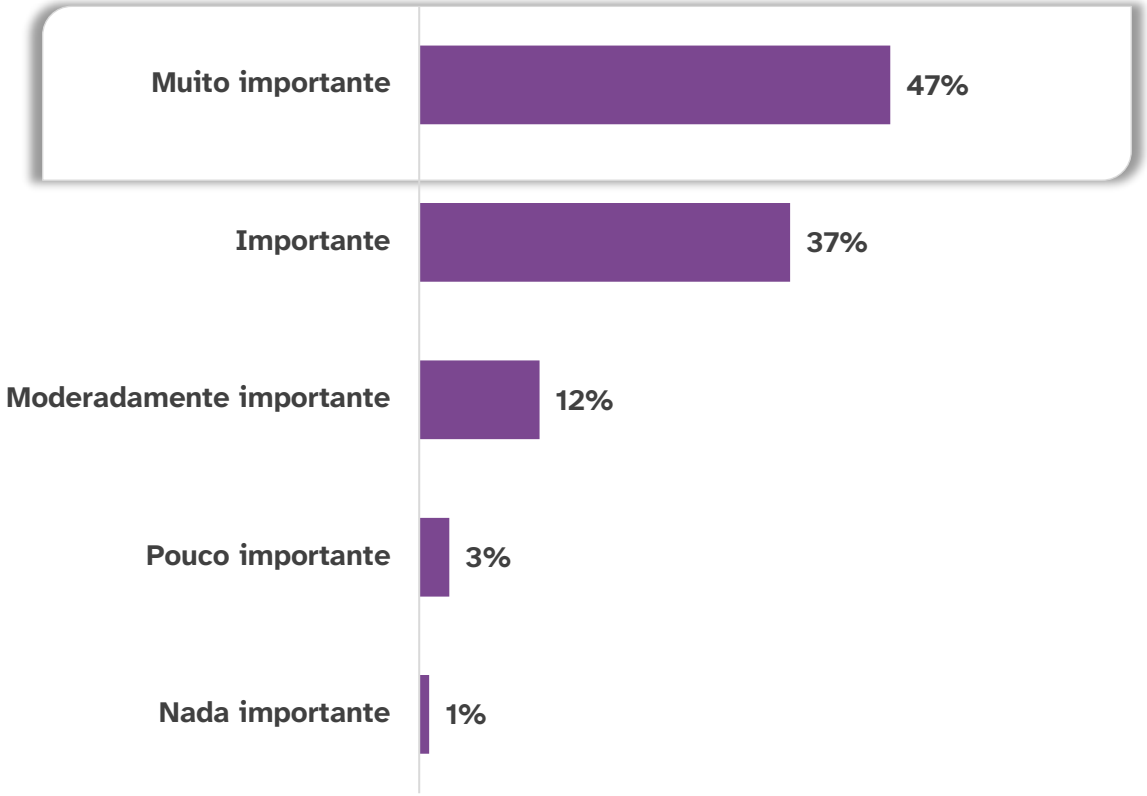
Nordeste – região bastante alinhada ao padrão nacional, com forte valorização da qualidade. O artesanato nordestino, tradicionalmente reconhecido, possui expectativa clara de bom acabamento, mesmo quando mantém características manuais.

Norte e Centro-Oeste – mostram maior flexibilidade, abrindo espaço para propostas mais tradicionais ou rústicas.

Sul e Sudeste - são os mercados **mais exigentes** e menos tolerantes a falhas. Qualidade e acabamento é o atributo mais valorizado por essas duas regiões.

DURABILIDADE

Na escolha de um produto artesanal, qual o grau de importância que você atribui a durabilidade?



Fonte: IEMI

Durabilidade é um atributo altamente valorizado pelos consumidores brasileiros no momento da escolha de um produto artesanal.

47% dos entrevistados consideram a durabilidade **muito importante**, demonstrando que quase metade do público espera que o produto artesanal tenha longa vida útil e resistência ao uso.

Outros 37% classificam esse atributo como importante, reforçando que a durabilidade é vista como um critério essencial de valor.

A soma desses dois atributos chega a **84%**, revelando que a **grande maioria** dos consumidores associa o artesanato a produtos que **devem ser duráveis**, e não apenas esteticamente atrativos.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

DURABILIDADE

Na escolha de um produto artesanal, qual o grau de importância que você atribui a durabilidade? | Regiões

Grau de importância para Durabilidade (% / Respostas)					
Atributos	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Muito importante	49%	47%	44%	49%	46%
Importante	35%	35%	38%	37%	39%
Moderadamente importante	12%	14%	13%	11%	13%
Pouco importante	2%	3%	4%	3%	3%
Nada importante	2%	1%	1%	1%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

Norte - O Norte demonstra forte valorização da durabilidade.

Nordeste e Centro-Oeste – apresentam maior flexibilidade, permitindo ajustes de proposta conforme uso e preço, essas duas regiões mostram menor intensidade na exigência por durabilidade.

Sudeste e Sul – se destacam pelo **maior rigor e menor tolerância à baixa durabilidade**, ou seja a durabilidade é altamente valorizada.

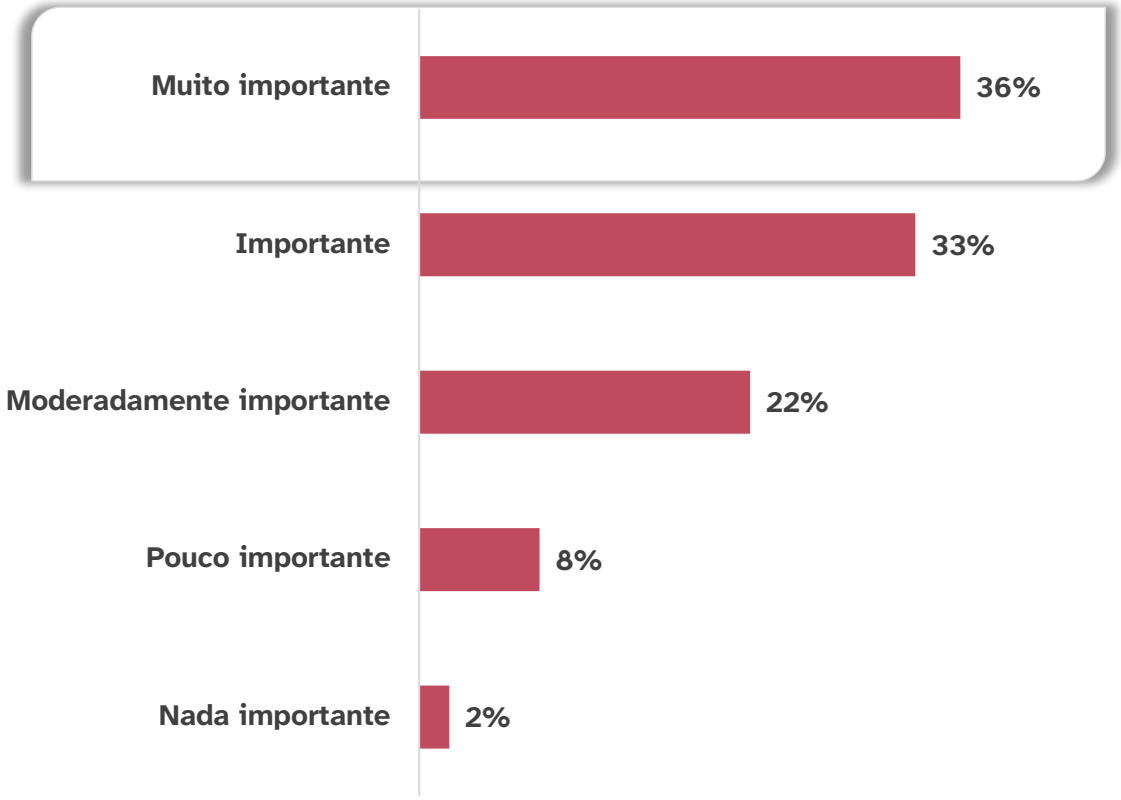
Durabilidade é um **atributo-chave em todas as regiões,** com níveis de importância muito próximos entre si.

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

ORIGINALIDADE

Na escolha de um produto artesanal, qual o grau de importância que você atribui a originalidade e exclusividade?



Fonte: IEMI

Originalidade e **exclusividade** seguem como atributos relevantes, porém com um peso mais equilibrado quando comparados a fatores mais funcionais, como qualidade e durabilidade.

36% dos consumidores consideram a **originalidade** e **exclusividade muito importantes**, ou seja, mais de um terço do público vê nesses atributos um diferencial decisivo.

Outros **33%** classificam como **importantes**, o que eleva para **69%** o total de consumidores que atribuem **alta relevância a esse fator**.

22% avaliam como **moderadamente importante**, sugerindo um grupo significativo que reconhece o valor simbólico do artesanato, mas não o coloca como prioridade absoluta na decisão de compra.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

ORIGINALIDADE

Na escolha de um produto artesanal, qual o grau de importância que você atribui a originalidade e exclusividade? | Regiões

Grau de importância para Originalidade e Exclusividade (% / Respostas)					
Atributos	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Muito importante	33%	37%	35%	39%	34%
Importante	33%	36%	32%	33%	31%
Moderadamente importante	21%	20%	22%	20%	26%
Pouco importante	10%	6%	9%	6%	9%
Nada importante	3%	2%	2%	1%	1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

Nordeste – se destaca **pela alta valorização da originalidade**, refletindo forte conexão com identidade cultural e expressão artística.

Sudeste – a originalidade funciona como um diferencial competitivo. O consumidor valoriza produtos únicos, onde exclusividade ajuda a justificar valor agregado e preço.

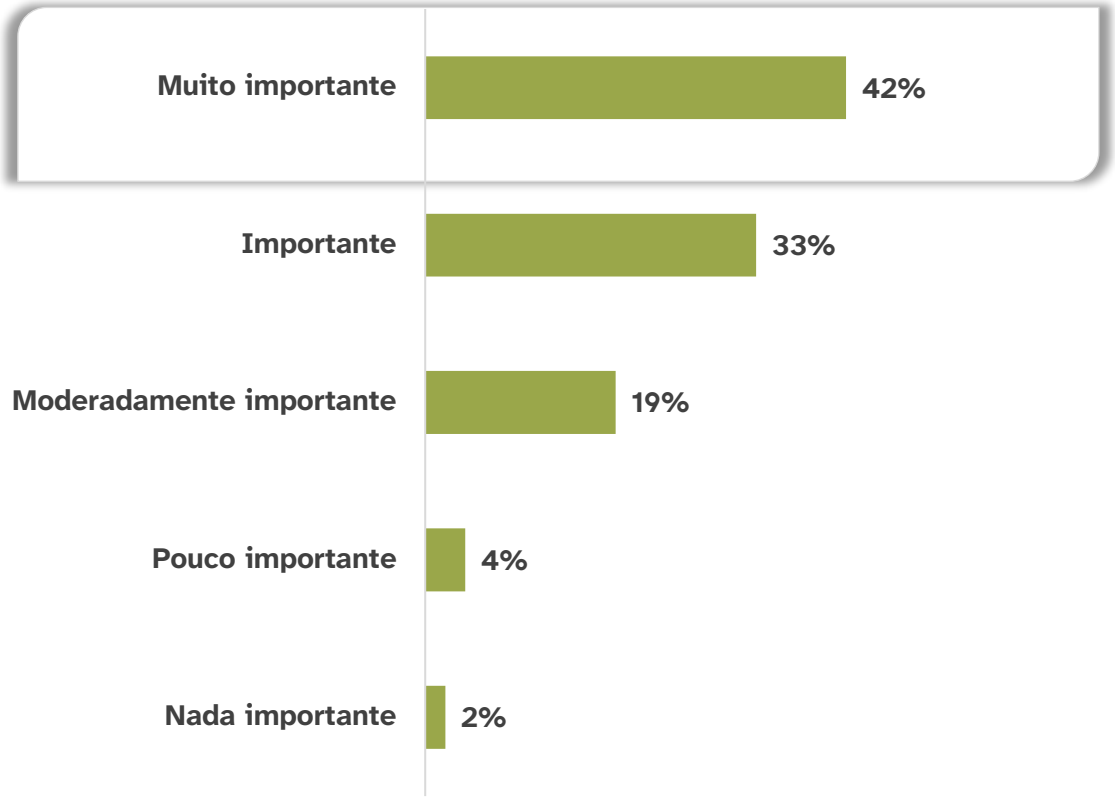
Norte, Centro-Oeste e Sul – a originalidade é vista como um atributo complementar, relevante, mas não decisivo.

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

SUSTENTABILIDADE

Na escolha de um produto artesanal, qual o grau de importância que você atribui a sustentabilidade e preocupação ambiental?



Fonte: IEMI

A **sustentabilidade** e a **preocupação ambiental** ocupam uma posição relevante no processo de decisão de compra de produtos artesanais entre os consumidores brasileiros.

42% dos entrevistados consideram esse atributo **muito importante**, demonstrando que uma parcela expressiva do público associa o artesanato a práticas responsáveis e impacto ambiental reduzido.

Outros **33%** avaliam como **importante**, o que eleva para **75%** o total de consumidores que atribuem **alta importância à sustentabilidade**.

19% classificam o tema como moderadamente importante, indicando um grupo que reconhece o valor ambiental, mas que pode priorizar outros fatores.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

SUSTENTABILIDADE

Na escolha de um produto artesanal, qual o grau de importância que você atribui a sustentabilidade e preocupação ambiental? | Regiões

Grau de importância para Sustentabilidade e Preocupação Ambiental (% / Respostas)					
Atributos	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Muito importante	45%	42%	41%	43%	38%
Importante	34%	35%	35%	32%	33%
Moderadamente importante	16%	18%	17%	20%	23%
Pouco importante	4%	5%	5%	3%	6%
Nada importante	2%	2%	3%	1%	1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

Norte - apresenta **alta valorização da sustentabilidade**, possivelmente influenciada pela forte relação com o meio ambiente e os recursos naturais.

Nordeste – a sustentabilidade é relevante, mas parte do público a percebe como um atributo complementar.

Centro-Oeste – a sustentabilidade é considerada importante, porém não necessariamente determinante na escolha do produto artesanal.

Sudeste – demostra postura mais analítica, tratando o tema como um diferencial.

Sul – a sustentabilidade é reconhecida, porém com maior concentração em níveis intermediários.

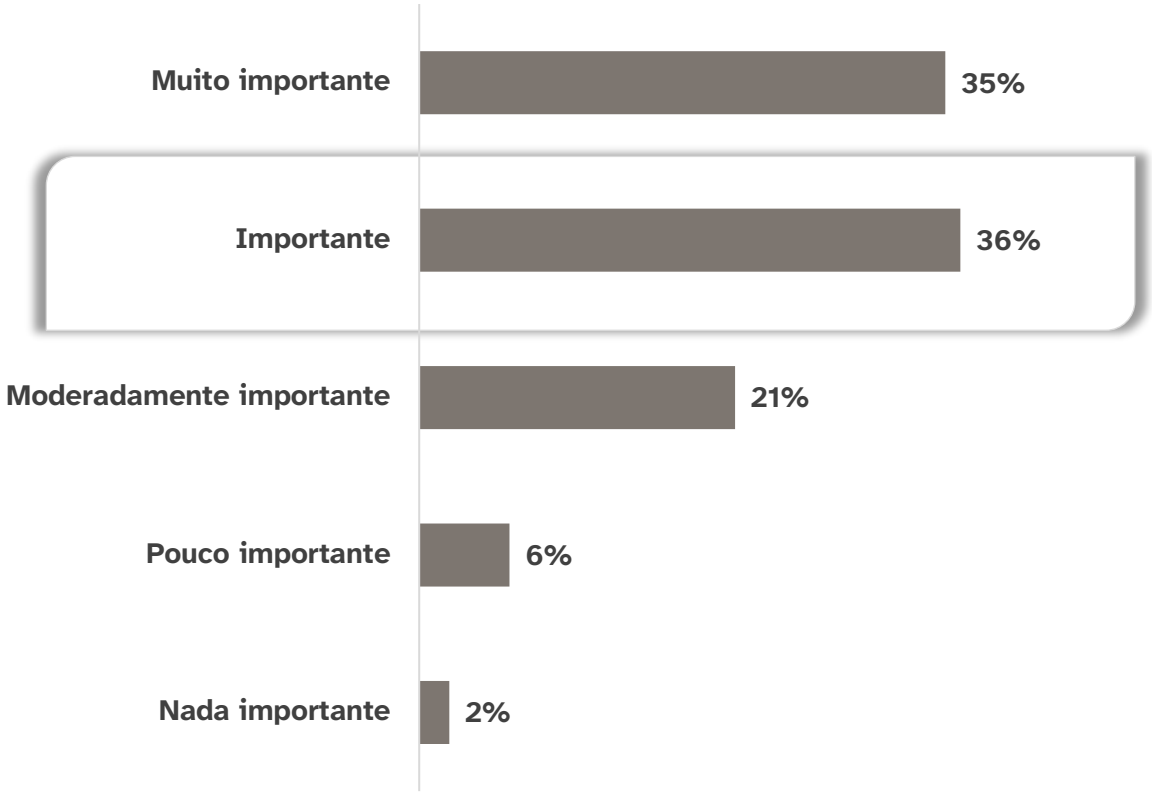
Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

SEBRAE

Inteligência de Mercado

HISTÓRIA E CULTURA

Na escolha de um produto artesanal, qual o grau de importância que você atribui a história e cultura local?



Fonte: IEMI

A **história** e a **cultura local são atributos relevantes**, embora com peso um pouco mais equilibrado em relação a outros critérios de escolha do produto artesanal.

35% dos consumidores consideram a **história** e a **cultura** local **muito importantes**, demonstrando que uma parcela significativa valoriza o vínculo cultural e simbólico presente no artesanato.

Outros **36%** avaliam esse atributo como importante, elevando para **71%** o total de consumidores que atribuem **alta relevância a esse fator**.

21% classificam como moderadamente importante, indicando um grupo expressivo que reconhece o valor cultural, mas que não necessariamente o considera decisivo na compra.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

HISTÓRIA E CULTURA

Na escolha de um produto artesanal, qual o grau de importância que você atribui a história e cultura local? | Regiões

Grau de importância para História e Cultura Local (% / Respostas)					
Atributos	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Muito importante	36%	41%	35%	36%	28%
Importante	38%	37%	33%	36%	37%
Moderadamente importante	19%	16%	24%	21%	26%
Pouco importante	4%	5%	6%	6%	8%
Nada importante	3%	2%	3%	1%	2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

Norte e **Nordeste** – se destacam como as regiões onde a carga cultural exerce maior influência, ou seja a história e a cultura local têm **forte presença na decisão de compra**.

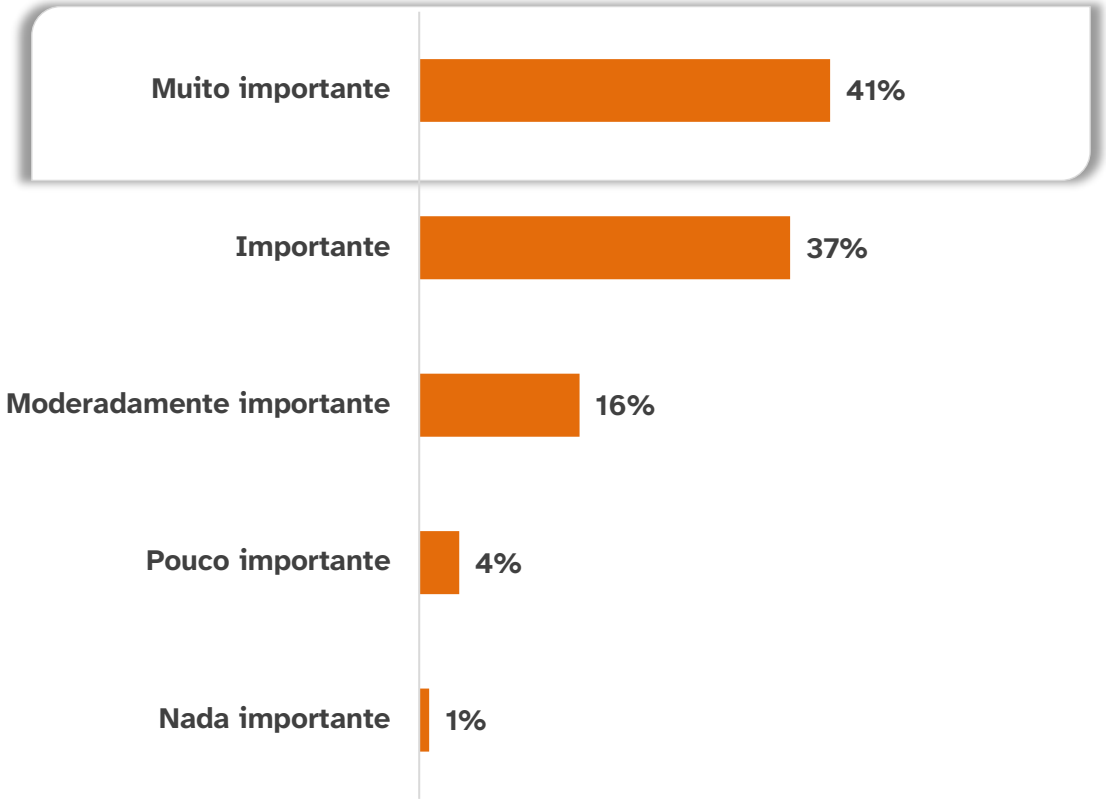
Centro-Oeste – a região apresenta uma valorização mais equilibrada e pragmática. A história local é reconhecida, mas frequentemente avaliada em conjunto com outros atributos, como funcionalidade e durabilidade.

Sudeste – a narrativa cultural agrega valor, a história e cultura local funcionam como um diferencial simbólico.

Sul – a história e cultura local são vistas mais como um atributo complementar.

ECONOMIA

Na escolha de um produto artesanal, qual o grau de importância que você atribui ao apoio à economia local e comércio justo?



Fonte: IEMI

O consumidor brasileiro **enxerga o artesanato como uma forma de consumo consciente**, no qual a compra vai além do produto em si e envolve responsabilidade social e econômica.

Portanto**, 41%** dos entrevistados consideram esse fator muito importante, registrando que uma parcela expressiva do público associa a compra de artesanato a impacto social positivo e geração de renda local.

Outros **37%** avaliam como importante, elevando para **78%** o total de consumidores que atribuem alta relevância a esse aspecto.

16% classificam como moderadamente importante, sugerindo que parte dos consumidores reconhece o valor social da compra, mas pode priorizar outros critérios na decisão final.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Inteligência de Mercado

ECONOMIA

Na escolha de um produto artesanal, qual o grau de importância que você atribui ao apoio à economia local e comércio justo? | Regiões

Grau de importância para a Economia Local e Comércio Justo (% / Respostas)					
Atributos	**Norte**	**Nordeste**	**Centro-Oeste**	**Sudeste**	**Sul**
Muito importante	43%	45%	36%	43%	39%
Importante	36%	39%	41%	36%	36%
Moderadamente importante	16%	13%	17%	17%	17%
Pouco importante	4%	3%	4%	4%	7%
Nada importante	2%	1%	3%	1%	2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

Norte - o apoio à economia local é **fortemente valorizado**. A compra do artesanato é vista como uma forma direta de fortalecer comunidades locais.

Nordeste – se destaca como a região com maior sensibilidade social. O artesanato é percebido não apenas como produto, mas como instrumento de geração de renda e preservação de modos de vida.

Centro-Oeste – a região demonstra valorização consistente, porém com menor intensidade.

Sudeste – o consumidor demonstra consciência social, porém, o apoio à economia local funciona como um atributo de valor agregado.

Sul – apresenta abordagem mais pragmática, tratando o fator social como parte de um conjunto de critérios.

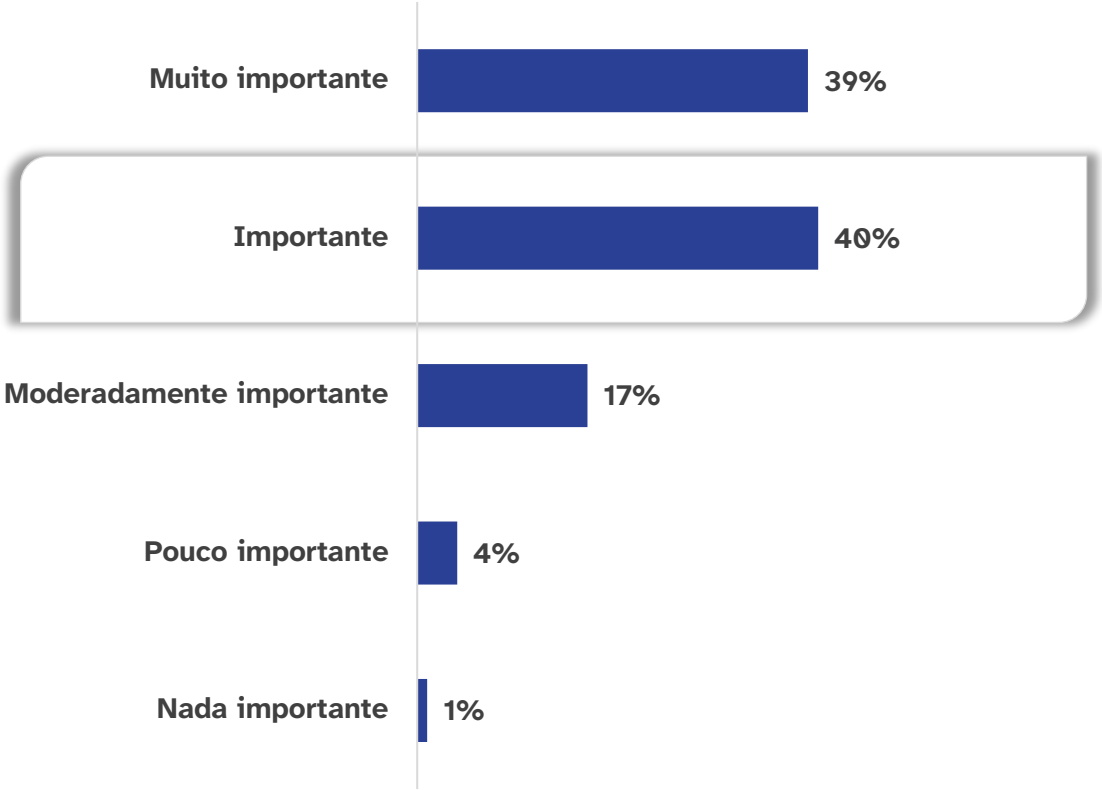
Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

SEBRAE

Inteligência de Mercado

UTILIDADE

Na escolha de um produto artesanal, qual o grau de importância que você atribui a utilidade ou funcionalidade do produto?



Fonte: IEMI

A **utilidade** ou **funcionalidade** é um dos atributos mais relevantes na decisão de compra de produtos artesanais entre os consumidores brasileiros.

39% dos entrevistados consideram a funcionalidade **muito importante**, evidenciando que uma parcela significativa do público busca produtos artesanais que atendam a necessidades práticas do dia a dia.

Outros **40%** avaliam esse atributo como **importante**, o que resulta em **79%** de consumidores que atribuem alta relevância à utilidade do produto.

17% classificam como moderadamente importante, indicando que parte do público aceita produtos mais decorativos ou simbólicos, desde que apresentem algum nível de uso prático.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Inteligência de Mercado

UTILIDADE

Na escolha de um produto artesanal, qual o grau de importância que você atribui a utilidade ou funcionalidade do produto? | Regiões

Grau de importância para Utilidade ou Funcionalidade do Produto (% / Respostas)					
Atributos	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Muito importante	40%	38%	39%	40%	38%
Importante	37%	42%	40%	40%	38%
Moderadamente importante	18%	16%	16%	17%	17%
Pouco importante	4%	4%	5%	3%	7%
Nada importante	1%	1%	1%	1%	1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

Norte - funcionalidade é um critério relevante. O consumidor valoriza peças artesanais úteis no cotidiano.

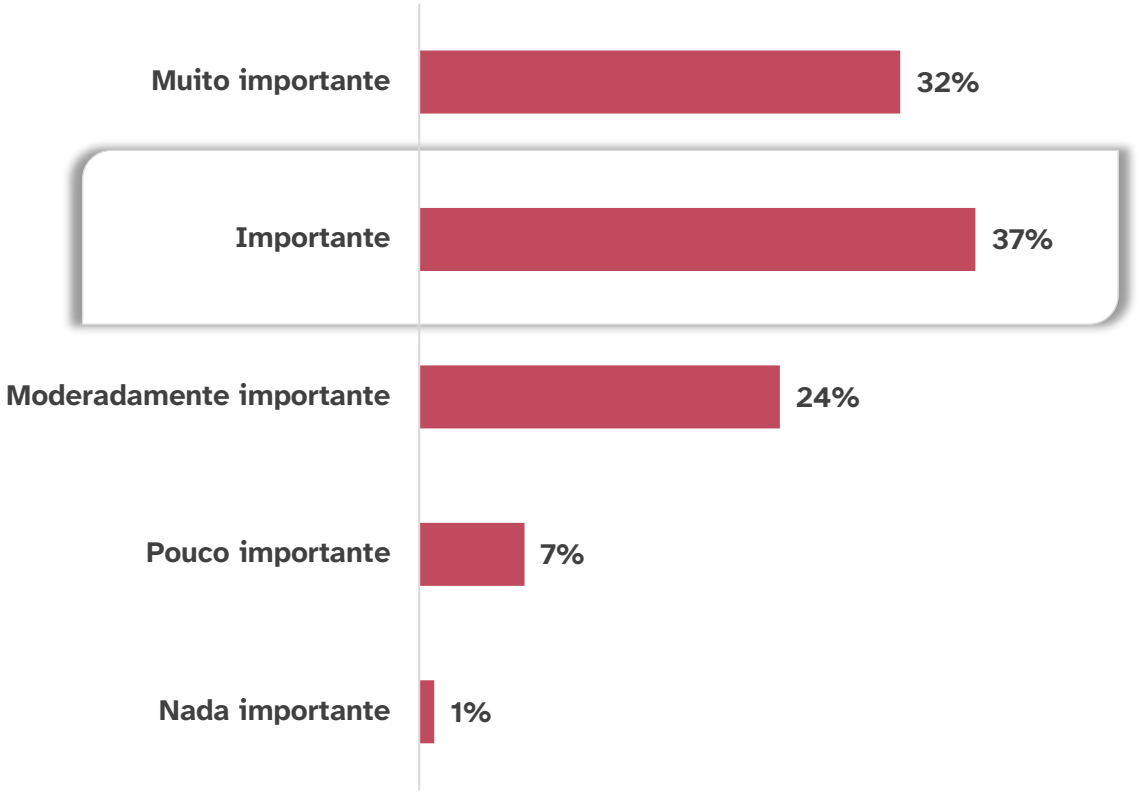
Nordeste e **Sudeste** – apresentam os **maiores níveis de exigência prática**, o consumidor espera que o produto artesanal entregue desempenho comparável ao industrial, sem abrir mão da identidade artesanal.

Centro-Oeste – a funcionalidade é considerada essencial, porém, funciona como um atributo de valor agregado.

Sul – valoriza a funcionalidade, mas demonstra maior seletividade. O consumidor entende que a funcionalidade sozinha não garante a escolha.

ADEOUACÃO AO ESPACO

Na escolha de um produto artesanal, qual o grau de importância que você atribui ao tamanho e adequação ao espaço?



Fonte: IEMI

O **tamanho** e a **adequação ao espaço** são atributos relevantes, embora apresentem um peso mais moderado quando comparados a critérios como funcionalidade, qualidade e durabilidade.

32% dos consumidores consideram esse fator **muito importante**, demonstrando que uma parcela significativa se preocupa com a compatibilidade do produto artesanal com o ambiente onde será utilizado.

Outros **37%** avaliam como **importante**, totalizando **69%** de consumidores que atribuem alta relevância à adequação do tamanho e do espaço.

24% classificam como moderadamente importante, indicando um grupo expressivo que considera esse atributo desejável, mas não decisivo na escolha.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Inteligência de Mercado

ADEOUACÃO AO ESPACO

Na escolha de um produto artesanal, qual o grau de importância que você atribui ao tamanho e adequação ao espaço? | Regiões

Grau de importância para Tamanho e Adequação ao Espaço (% / Respostas)					
Atributos	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Muito importante	31%	30%	31%	33%	34%
Importante	36%	37%	36%	39%	33%
Moderadamente importante	23%	25%	26%	22%	25%
Pouco importante	7%	7%	6%	6%	8%
Nada importante	2%	1%	2%	0%	1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

Norte, Nordeste, Centro-Oeste e Sul - mostram maior flexibilidade e aceitação de variações, o tamanho é um critério relevante, mas não determinante. Portanto o consumidor aceita personalizações ou adequações conforme o espaço disponível, sem tornar esse fator decisivo.

Sudeste – se destaca pela **maior exigência**, refletindo restrições de espaço e consumo urbano.

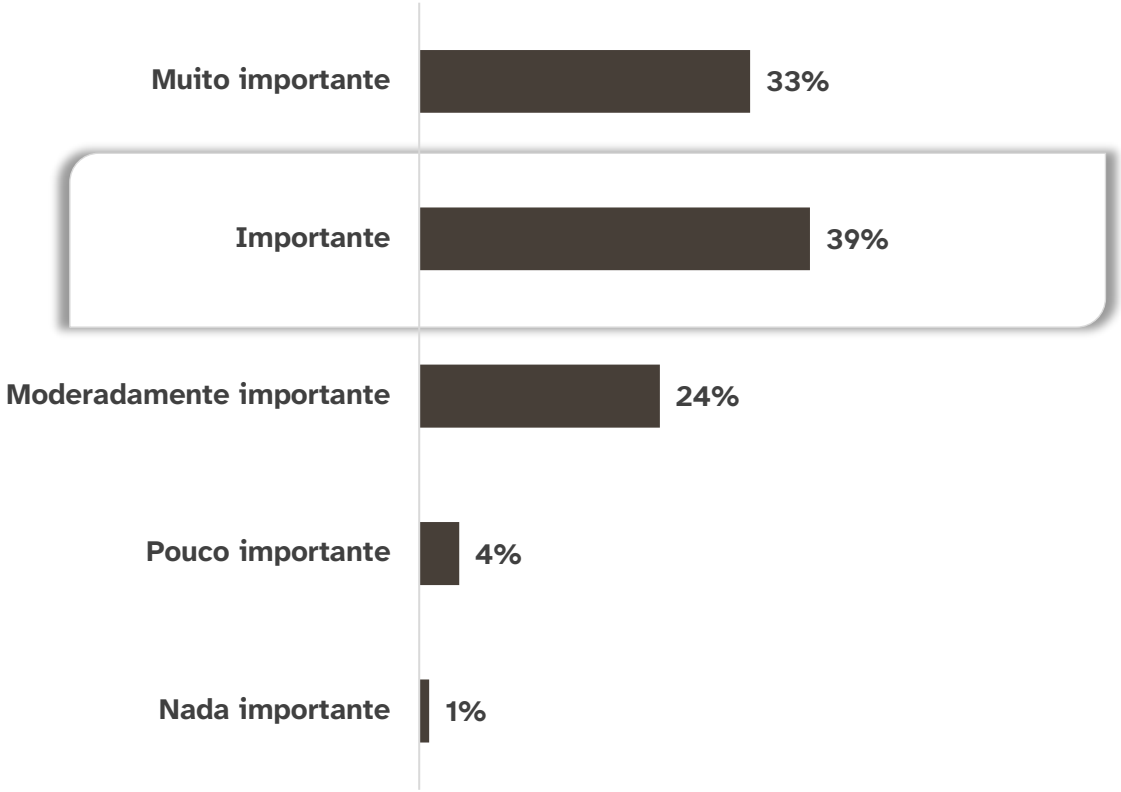
Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

SEBRAE

Inteligência de Mercado

DESIGN E ADEOUACÃO TÉCNICA

Na escolha de um produto artesanal, qual o grau de importância que você atribui ao design e adequação técnica?



Fonte: IEMI

Design e a **adequação técnica** são atributos amplamente valorizados pelos consumidores de produtos artesanais, atuando como elementos de equilíbrio entre estética e funcionalidade.

33% dos entrevistados consideram esse fator **muito importante**, demonstrando que uma parcela relevante do público espera que o produto artesanal seja visualmente atrativo e tecnicamente bem executado.

Outros **39%** avaliam como importante, elevando para **72%** o total de consumidores que atribuem alta relevância ao design e à adequação técnica.

24% classificam como moderadamente importante, indicando que uma parte expressiva do público reconhece o valor do bom design, mas pode flexibilizar esse critério diante de outros atributos, como preço ou funcionalidade.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

DESIGN E ADEOUACÃO TÉCNICA

Na escolha de um produto artesanal, qual o grau de importância que você atribui ao design e adequação técnica? | Regiões

Grau de importância para Design e Adequação Técnica (% / Respostas)					
Atributos	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Muito importante	32%	35%	30%	35%	28%
Importante	37%	41%	40%	38%	39%
Moderadamente importante	25%	20%	24%	23%	29%
Pouco importante	5%	4%	6%	4%	4%
Nada importante	2%	0%	1%	0%	1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

Norte - o consumidor tende a aceitar soluções mais simples.

Nordeste e **Sudeste** – se destacam pela maior sensibilidade estética e técnica, ou seja, o design aparece como atributo de qualificação do produto, espera-se boa solução técnica e estética coerente.

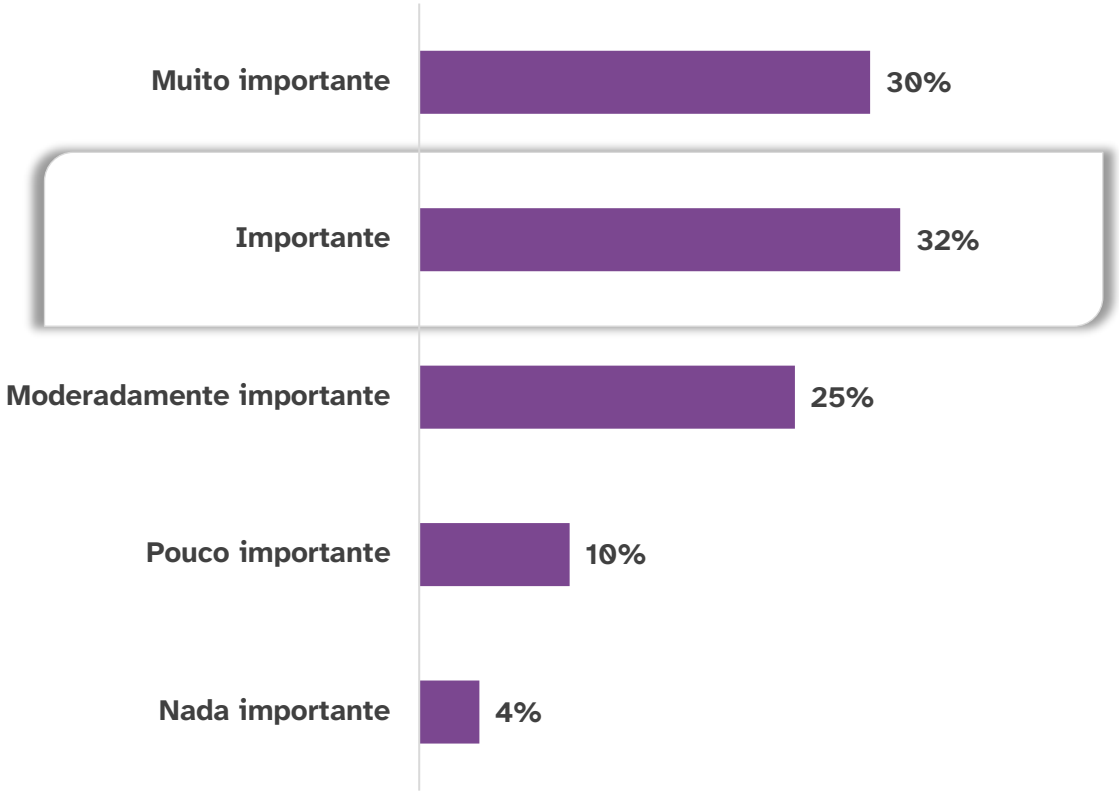
Centro-Oeste e **Sul** – o consumidor reconhece sua importância, mas o encara como complemento a atributos mais determinantes na escolha do produto.

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

IDENTIFICAÇÃO REGIONAL

Na escolha de um produto artesanal, qual o grau de importância que você atribui a identificação regional (com o lugar onde foi produzido)?



Fonte: IEMI

Identificação regional, a ligação do produto com o local onde foi produzido é um **atributo relevante**, porém com peso mais moderado quando comparado a fatores funcionais e de uso.

30% dos consumidores consideram a identificação regional **muito importante**, mostrando que uma parcela significativa valoriza a origem territorial do artesanato como elemento de autenticidade.

Outros **32%** avaliam esse atributo como importante, totalizando **62%** de consumidores que atribuem alta relevância à conexão do produto com seu lugar de origem.

25% classificam como moderadamente importante, indicando um grupo expressivo que reconhece o valor simbólico da regionalidade, mas que não a considera determinante na decisão de compra.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

SEBRAE

Inteligência de Mercado

IDENTIFICAÇÃO REGIONAL

Na escolha de um produto artesanal, qual o grau de importância que você atribui a identificação regional (com o lugar onde foi produzido)? | Regiões

Grau de importância para Identificação Regional (% / Respostas)					
Atributos	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Muito importante	35%	34%	26%	29%	27%
Importante	29%	34%	34%	31%	32%
Moderadamente importante	25%	21%	26%	28%	23%
Pouco importante	6%	7%	9%	10%	14%
Nada importante	6%	3%	6%	3%	3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

Norte e **Nordeste** – os consumidores valorizam mais a identificação regional, ligando produto à cultura e tradição local.

Centro-Oeste, Sudeste e **Sul** – tratam o fator como complemento, com menor influência sobre a decisão final.

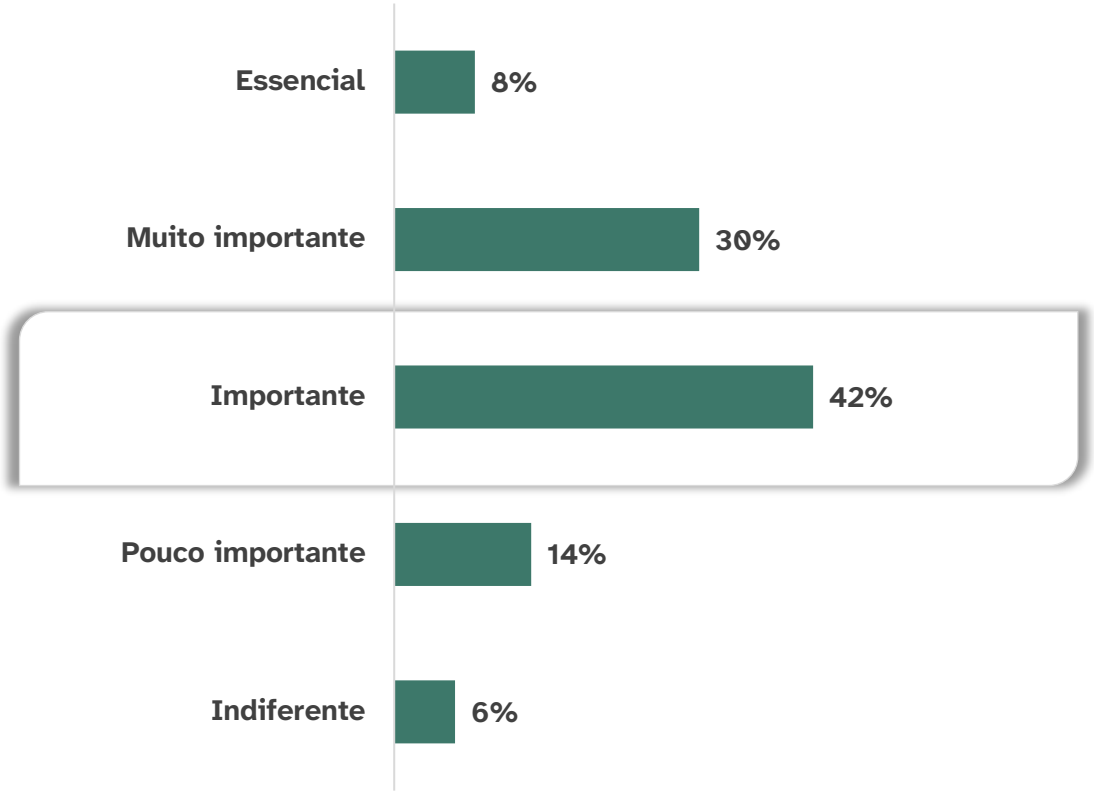
Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

SEBRAE

Inteligência de Mercado

VALOR AGREGADO

Quão importante é para você que o produto artesanal venha com informações de valor agregado (história, origem, certificação)?



Fonte: IEMI

Uma **pequena parcela** dos consumidores (Essencial, 8%) **considera indispensável ter um selo de procedência** ou informação sobre o artesão para comprar a peça. Portanto, a exigência formal de certificação ou comprovação não é o principal motor de decisão de compra.

Muito importante (30%): Uma parcela significativa valoriza essas informações para justificar o preço, ou seja, o consumidor que se preocupa com o valor agregado associa qualidade e história ao custo da peça.

Importante (42%): A maior parte das pessoas gosta de saber a história, origem ou detalhes sobre o produto e/ou artesão. Portanto, para estes, essas informações são fundamentais na decisão de compra.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

VALOR AGREGADO

Quão importante é para você que o produto artesanal venha com informações de valor agregado (história, origem, certificação)?

Grau de importância que o produto artesanal venha com informações de valor agregado (% / respostas)					
Atributos	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Essencial	9%	10%	7%	8%	7%
Muito importante	34%	33%	29%	30%	28%
Importante	41%	42%	42%	42%	42%
Pouco importante	10%	13%	16%	14%	17%
Indiferente	6%	4%	7%	7%	7%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

A exigência de certificação ou selo formal é baixa em todas as regiões

O **Norte** e **Nordeste** são as regiões em que os consumidores **mais valorizam** informações para justificar o preço (33–34%).

Já **Sul** e **Centro-Oeste** dão um pouco menos de peso (28–29%).

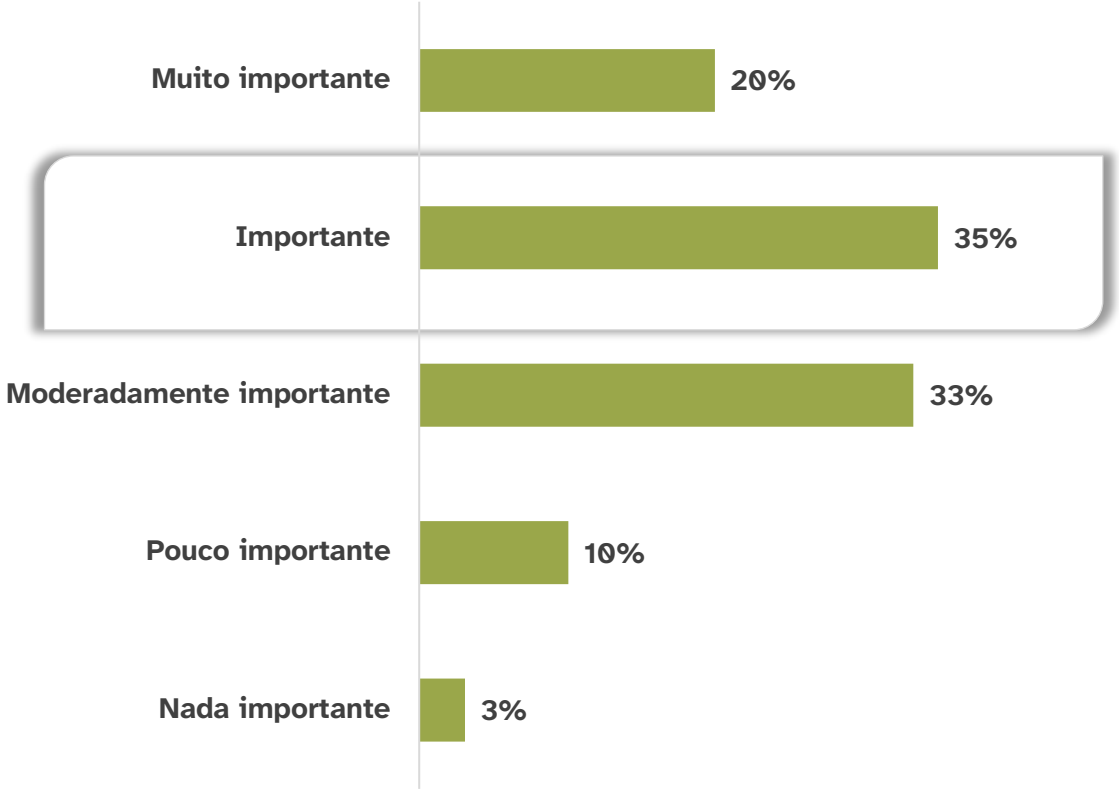
Portanto, em regiões **Norte** e **Nordeste**, explicar a origem e valor agregado do produto é uma estratégia-chave para justificar preços mais altos.

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

SIMBOLISMO INTRÍNSECO

Qual o grau de importância que você atribui aos seguintes fatores de valorização emocional e simbólica do produto artesanal em Significado (Simbolismo) intrínseco à peça?



Fonte: IEMI

O significado **simbólico e emocional intrínseco à peça** artesanal é amplamente valorizado pelos consumidores brasileiros.

Os consumidores que apontam um grau de importância (muito importante + importante = 55%) demonstram que a **maioria dos consumidores** reconhece fortemente o valor simbólico do artesanato.

Portanto, o consumidor de artesanato não vê o produto apenas como objeto utilitário, mas como portador de identidade cultural, memória e autenticidade.

33% dos entrevistados consideram o fator "moderadamente importante". Esse grupo reconhece algum valor simbólico, mas provavelmente **prioriza outros atributos** (como preço, funcionalidade ou estética).

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

SIMBOLISMO INTRÍNSECO

Qual o grau de importância que você atribui aos seguintes fatores de valorização emocional e simbólica do produto artesanal em Significado (Simbolismo) intrínseco à peça? | Regiões

Grau de importância atribuído a valorização emocional do Produto Artesanal em significado (simbolismo) intrínseco à peça (% / Respostas)					
Atributos	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Muito importante	22%	22%	18%	21%	16%
Importante	34%	37%	34%	34%	34%
Moderadamente importante	33%	31%	34%	33%	32%
Pouco importante	6%	7%	12%	11%	13%
Nada importante	5%	3%	2%	2%	5%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

Norte - apresenta forte conexão com o valor simbólico.

Nordeste – se destaca como a **região que mais reconhece** o valor simbólico do artesanato, geralmente associado à tradição, memória coletiva, turismo cultural e economia criativa local.

Centro-Oeste – conhece o simbolismo, mas sem colocá-lo como fator decisivo principal.

Sudeste – o simbolismo é relevante, o consumidor valoriza o significado, mas frequentemente mediado por outros atributos.

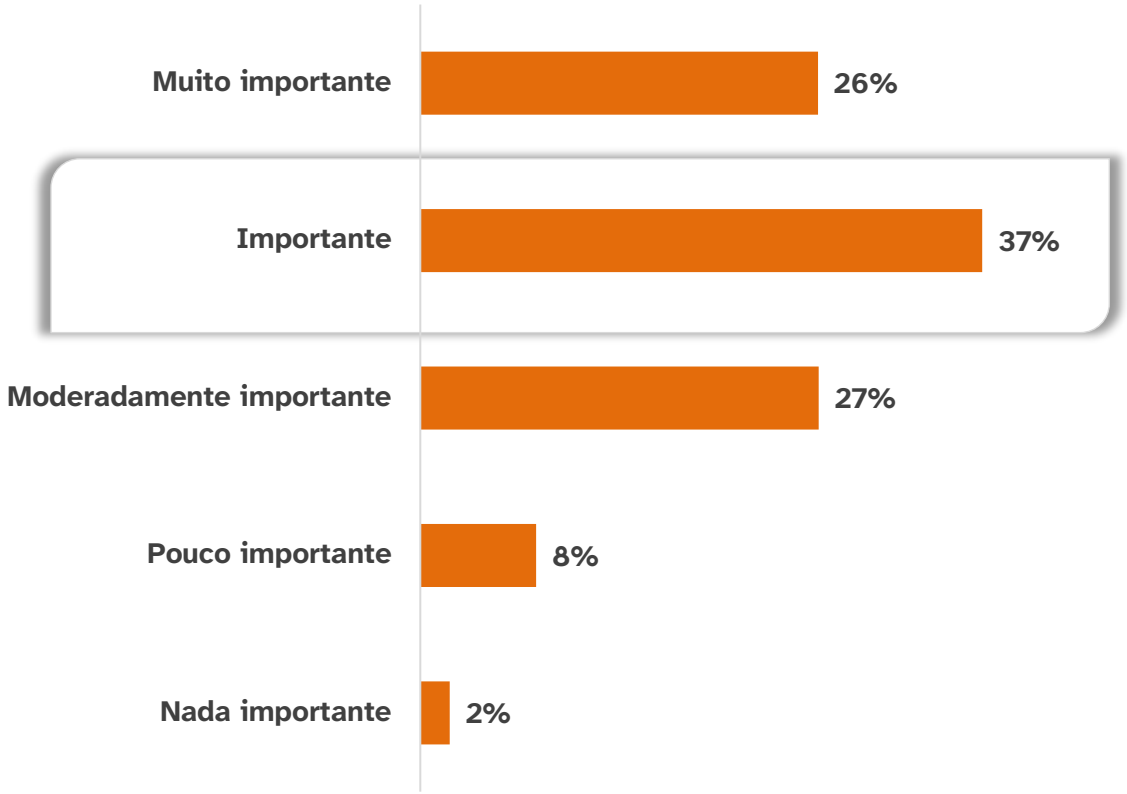
Sul – Os consumidores demonstra uma postura mais pragmática, porém o simbolismo não é descartado.

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

LEMBRANCA DO LOCAL

Qual o grau de importância que você atribui aos seguintes fatores de valorização emocional e simbólica do produto artesanal em correlação com o local/Lembrança da localidade visitada?



Fonte: IEMI

63% dos consumidores é a soma de “muito importante” (26%) e “importante” (37%), demostra que a grande maioria dos consumidores atribuem **grande relevância** ao **vínculo** entre artesanato e lembrança da localidade. Sendo assim, este resultado reforça o papel do artesanato como souvenir cultural, carregando memória afetiva da viagem.

27% dos consumidores reconhecem o valor simbólico, mas pode priorizar outros atributos como estética, preço ou funcionalidade.

Uma minoria (**10%**) não vê relevância significativa nesse aspecto, ou seja, o artesanato para eles é mais um objeto decorativo ou utilitário, sem conexão emocional com o local visitado.

O **resultado** evidencia que o **artesanato é fortemente associado à experiência turística**.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

LEMBRANCA DO LOCAL

Qual o grau de importância que você atribui aos seguintes fatores de valorização emocional e simbólica do produto artesanal em correlação com o local/Lembrança da localidade visitada? | Regiões

Grau de importância atribuído a Valorização Emocional do Produto Artesanal em Correlação com o Local/Lembrança da Localidade Visitada (% / Respostas)					
Atributos	**Norte**	**Nordeste**	**Centro-Oeste**	**Sudeste**	**Sul**
Muito importante	26%	30%	22%	27%	27%
Importante	39%	38%	40%	36%	36%
Moderadamente importante	26%	24%	27%	28%	25%
Pouco importante	7%	6%	10%	7%	9%
Nada importante	3%	2%	2%	1%	3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

Perguntado aos consumidores de artesanato qual o grau de importância que ele atribui a valorização emocional e simbólica do produto artesanal em correlação com o local/lembrança da localidade visitada, analisando pelas regiões brasileiras, então o resultado é:

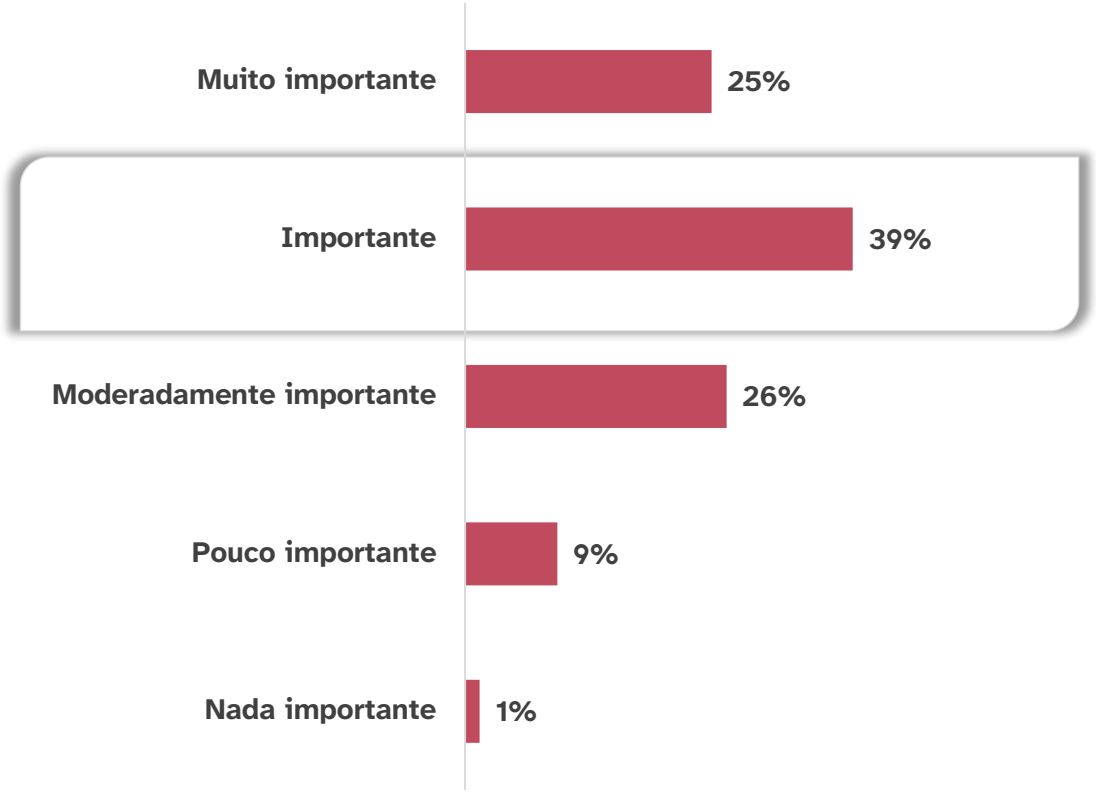
Em todas as regiões, a soma de “muito importante + importante” supera 60%, demostrando que **o vínculo entre artesanato e lembrança da localidade é amplamente reconhecido**.

O **Nordeste** com **68% dos consumidores** considerando como muito importante + importante, **lidera** como a região com forte tradição cultural e turística, onde o artesanato é visto como símbolo identitário e memória da viagem.

Inteligência de Mercado

RAZÕES EMOCIONAIS

Qual o grau de importância que você atribui aos seguintes fatores de valorização emocional e simbólica do produto artesanal em Motivos emocionais (satisfação pessoal, desejo, impulso)?



Fonte: IEMI

Perguntado aos consumidores de artesanato qual o grau de importância que ele atribui a valorização emocional e simbólica do produto artesanal em motivos emocionais (satisfação pessoal, desejo, impulso), então o resultado é:

64% dos consumidores (soma de “muito importante e Importante), demostra que a grande maioria dos consumidores atribuem **grande relevância** aos fatores emocionais na compra de artesanato. Isso aponta que o consumo é fortemente guiado por emoções, satisfação pessoal e desejo, não apenas por critérios racionais.

Portanto, o **artesanato** no Brasil **é fortemente impulsionado por emoções** e **satisfação pessoal**, com 90% dos consumidores atribuindo ao menos importância moderada a esse fator. Isso reforça que o artesanato não é apenas um objeto, mas uma experiência emocional e simbólica, capaz de gerar desejo e conexão afetiva.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

RAZÕES EMOCIONAIS

Qual o grau de importância que você atribui aos seguintes fatores de valorização emocional e simbólica do produto artesanal em Motivos emocionais (satisfação pessoal, desejo, impulso)? | Regiões

Grau de importância atribuído a valorização emocional do Produto Artesanal em Motivos Emocionais (% / Respostas)					
Atributos	**Norte**	**Nordeste**	**Centro-Oeste**	**Sudeste**	**Sul**
Muito importante	22%	25%	27%	26%	22%
Importante	41%	40%	39%	38%	38%
Moderadamente importante	26%	27%	25%	26%	27%
Pouco importante	10%	7%	8%	9%	12%
Nada importante	3%	2%	2%	1%	1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

Norte: embora tenha o maior percentual de "Importante" (41%), apresenta menor índice de "muito importante" (22%), ou seja, os consumidores reconhecem o papel da emoção, mas de forma menos intensa.

Nordeste: apresenta boa valorização, com menor índice de "pouco importante" (7%), informando maior consenso sobre a relevância dos motivos emocionais.

Centro-Oeste e Sudeste: são as regiões com maior percentual de "muito importante" (27% e 26%), ou seja, o impulso e o desejo têm **peso forte** na decisão de compra.

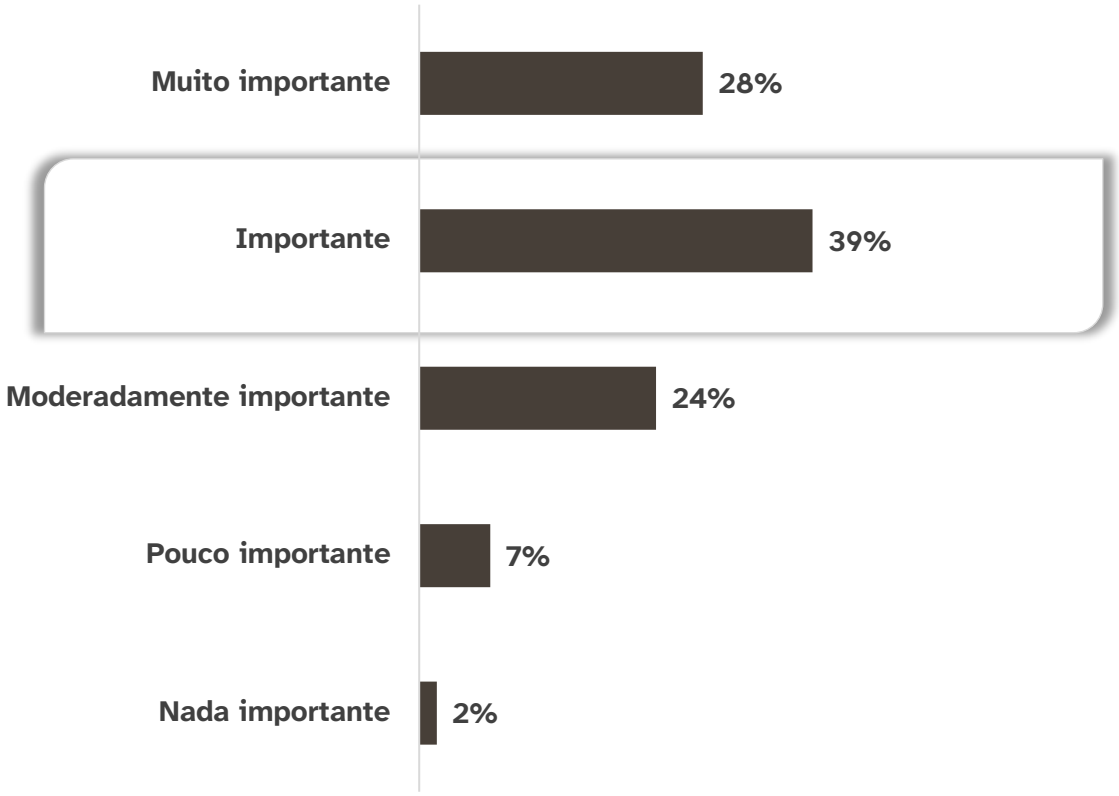
Sul: é a região com menor índice de "muito importante" (22%) e maior percentual de "pouco importante" (12%). Portanto, os consumidores do Sul valorizam menos os impulsos emocionais, possivelmente priorizando aspectos racionais como preço e funcionalidade.

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

HISTÓRIA E CULTURA

Qual o grau de importância que você atribui aos seguintes fatores de valorização emocional e simbólica do produto artesanal em História ou a cultura transmitida pelo produto?



Fonte: IEMI

A questão apresentada busca medir o grau de importância atribuído à **dimensão emocional e simbólica** do produto artesanal, especificamente no que diz respeito à **história ou cultura** transmitida pelo produto, sendo assim, temos:

A soma de "muito importante e importante" mostra que a **maioria** dos respondentes reconhece fortemente o papel da **história e da cultura como atributos essenciais** do artesanato.

Portanto, o artesanato brasileiro é amplamente reconhecido como **portador de história e cultura**, com 91% dos consumidores atribuindo ao menos importância moderada a esse fator. Isso confirma que o artesanato é visto como **símbolo de identidade cultural e memória coletiva**, sendo um dos principais elementos de diferenciação frente a produtos industrializados.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

HISTÓRIA E CULTURA

Qual o grau de importância que você atribui aos seguintes fatores de valorização emocional e simbólica do produto artesanal em História ou a cultura transmitida pelo produto? | Regiões

Grau de importância atribuído a valorização emocional do Produto Artesanal em História ou a Cultura Transmitida pelo Produto (% / Respostas)					
Atributos	**Norte**	**Nordeste**	**Centro-Oeste**	**Sudeste**	**Sul**
Muito importante	29%	31%	28%	30%	22%
Importante	40%	41%	40%	38%	38%
Moderadamente importante	24%	21%	23%	23%	28%
Pouco importante	5%	5%	8%	8%	10%
Nada importante	3%	2%	1%	1%	3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

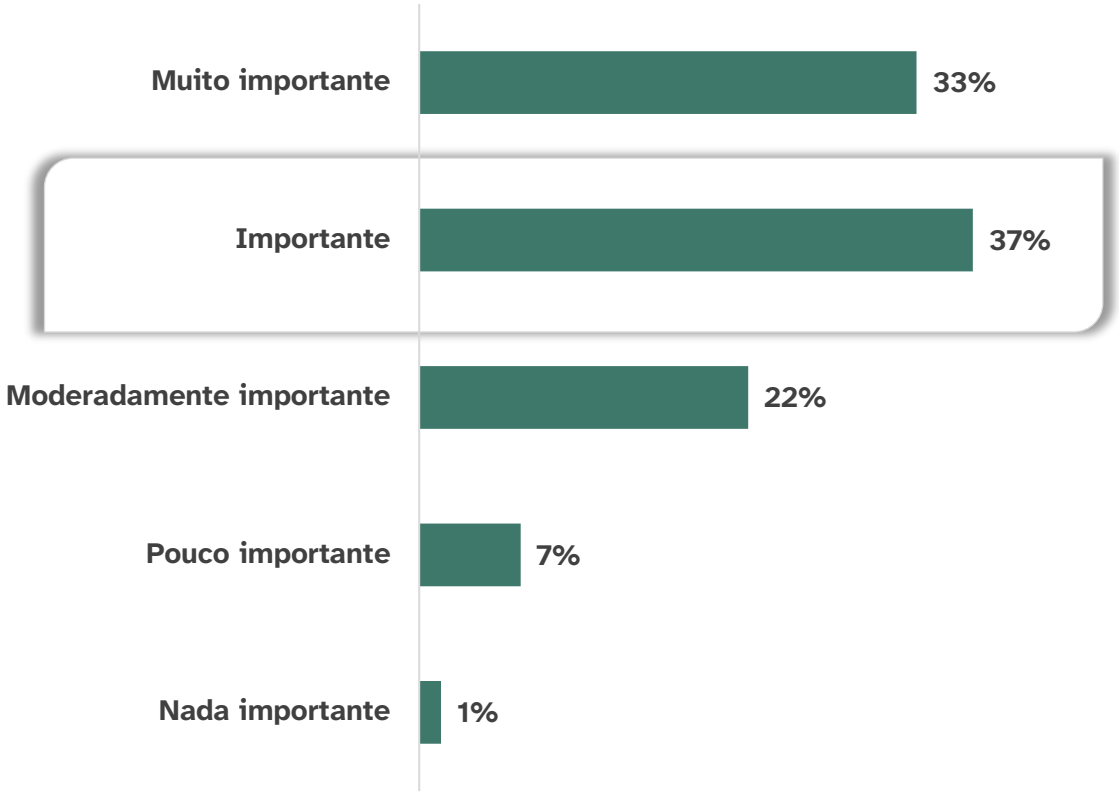
Norte e **Nordeste**: são as regiões que mais valorizam o aspecto cultural do artesanato, com **70% (Norte)** e **72% (Nordeste)** considerando "muito importante ou importante". Esse aspecto reflete a **forte ligação dessas regiões com tradições** populares e identidades culturais locais.

Centro-Oeste e **Sudeste**: mantêm níveis semelhantes de valorização (68% e 68%), mas com uma proporção maior de respostas "moderadamente importante", demonstrando que, embora reconheçam o valor cultural, outros fatores podem ter peso relevante.

Sul: é a região que apresenta menor intensidade de valorização simbólica, com apenas 60% entre "muito importante e importante" e maior concentração em "moderadamente importante" (28%) e "pouco/nada importante" (13%). Isso demonstra que o consumidor vê o artesanato menos ligada à transmissão cultural.

PECA DIFERENCIADA

Qual o grau de importância que você atribui aos seguintes fatores de valorização emocional e simbólica do produto artesanal em o fato de ser uma peça diferenciada e original?



Fonte: IEMI

A questão avalia a importância que o consumidor de artesanato atribui ao fato de o produto artesanal ser uma peça **diferenciada e original**, então responderam:

A soma de “muito importante e importante” (70%) mostra que a **grande maioria** dos respondentes considera a originalidade como um atributo central do artesanato, ou seja, o consumidor **busca exclusividade** e **diferenciação** nos produtos.

A pesquisa demostra que a **originalidade é amplamente reconhecida como um atributo essencial do artesanato** brasileiro, sendo um dos principais elementos que diferenciam o produto artesanal de alternativas industrializadas.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Inteligência de Mercado

PECA DIFERENCIADA

Qual o grau de importância que você atribui aos seguintes fatores de valorização emocional e simbólica do produto artesanal em o fato de ser uma peça diferenciada e original? | Regiões

Grau de importância atribuído a valorização emocional do produto artesanal em peça diferenciada e original (% / respostas)					
Atributos	**Norte**	**Nordeste**	**Centro-Oeste**	**Sudeste**	**Sul**
Muito importante	33%	34%	31%	36%	28%
Importante	38%	38%	35%	35%	41%
Moderadamente importante	21%	21%	25%	23%	20%
Pouco importante	7%	6%	8%	6%	9%
Nada importante	2%	1%	2%	1%	2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

Nordeste e **Norte**: apresentam alta valorização geral (72% e 71% somando "muito importante + importante"). Isso reforça a forte conexão cultural e a percepção de autenticidade do artesanato.

Centro-Oeste: maior concentração em "moderadamente importante" (25%), ou seja, os consumidores veem a originalidade como relevante, mas não essencial.

Sudeste: é a região que se **destaca como a que mais valoriza** a originalidade como "muito importante" (36%).

Sul: é a região com menor intensidade de valorização da originalidade (69% entre "muito importante" + importante"), além de maior proporção em "pouco/nada importante" (11%). Isso demonstra que os consumidores entendem que a exclusividade não é o principal fator de decisão.

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

SEBRAE

Inteligência de Mercado

PRINCIPAIS FATORES

Na escolha de um produto artesanal, qual o grau de importância que você atribui a cada um dos seguintes fatores:

Ranking dos Fatores Eleitos como "Muito Importantes":

Fonte: IEMI | Resposta múltipla

Qualidade e durabilidade são os fatores mais importantes, esses dois atributos mais citados estão ligados à qualidade do produto. Portanto, apesar do caráter cultural do artesanato, o consumidor brasileiro avalia o produto também como um bem de consumo comum, esperando boa execução, resistência e valor prático.

Consumo consciente e impacto na economia local têm forte peso, ou seja está relacionado a valores sociais e ambientais. Esse resultado indica que muitos consumidores percebem o artesanato como uma forma de consumo responsável, valorizando produtos que geram renda para as comunidades locais e utilizam práticas sustentáveis.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Inteligência de Mercado

PRINCIPAIS FATORES

Na escolha de um produto artesanal, qual o grau de importância que você atribui a cada um dos seguintes fatores | Regiões :

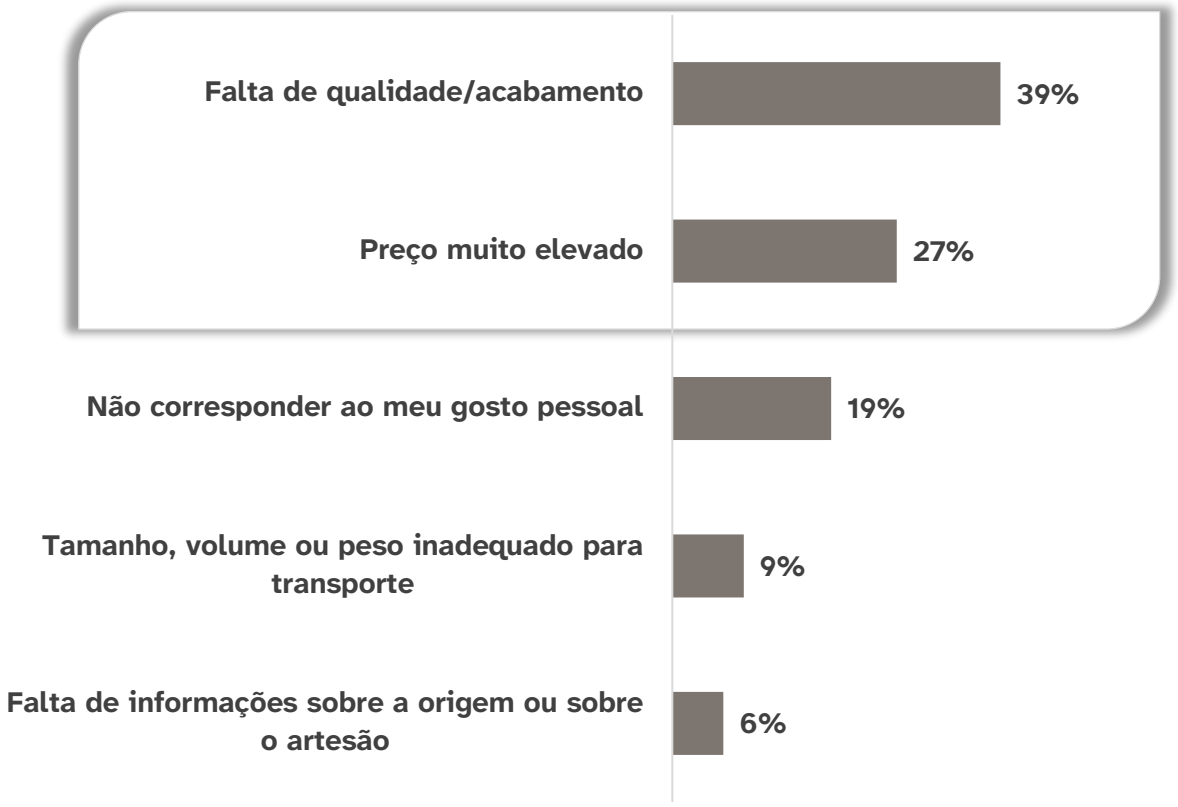
Ranking dos principais fatores na escolha de um produto artesanal (% / Respostas) - Regiões					
Atributos Eleitos como Muito Importantes	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Qualidade e Acabamento	45%	47%	49%	54%	51%
Durabilidade	49%	47%	44%	49%	46%
Sustentabilidade	45%	42%	41%	43%	38%
Economia local	43%	45%	36%	43%	39%
Utilidade	40%	38%	39%	40%	38%
Valor Agregado	43%	42%	36%	38%	34%
Originalidade	33%	37%	35%	39%	34%
História e cultura local	36%	41%	35%	36%	28%
Peça diferenciada	33%	34%	31%	36%	28%
Design	32%	35%	30%	35%	28%
Adequação ao espaço	31%	30%	31%	33%	34%
Identificação regional	35%	34%	26%	29%	27%
Historia e cultura	29%	31%	28%	30%	22%
Lembrança do local	26%	30%	22%	27%	27%
Razões emocionais	22%	25%	27%	26%	22%
Preço e custo/benefício	21%	21%	16%	24%	17%
Simbolismo intrínseco	22%	22%	18%	21%	16%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores
Amostra = 2.400

Fonte: IEMI | Resposta múltipla

RAZÕES PARA NÃO COMPRAR

Qual seria o principal motivo para você **NÃO** comprar uma peça artesanal?



Fonte: IEMI

Os consumidores de artesanatos **priorizam qualidade** e **custo-benefício** na decisão de compra. Aspectos estéticos ou logísticos aparecem como fatores secundários.

39% dos consumidores de artesanatos informaram que **deixam de comprar** caso o produto não tenha qualidade e bom acabamento. Portanto, qualidade e acabamento são barreiras críticas, sem isso, outros atributos não compensam.

Preço é o segundo ponto sensível, exigindo justificativa de valor. Portanto, o valor percebido deve corresponder à qualidade, exclusividade ou função do produto.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

RAZÕES PARA NÃO COMPRAR

Qual seria o principal motivo para você **NÃO** comprar uma peça artesanal? | Regiões

Principais motivos para NÃO comprar uma peça artesanal (% / Respostas)					
Principais motivos	**Norte**	**Nordeste**	**Centro-Oeste**	**Sudeste**	**Sul**
Falta de qualidade/acabamento	42%	34%	40%	40%	41%
Preço muito elevado	28%	27%	25%	27%	28%
Não corresponder ao meu gosto pessoal	19%	19%	20%	20%	17%
Tamanho, volume ou peso inadequado para transporte	6%	12%	8%	9%	8%
Falta de informações sobre a origem ou sobre o artesão	5%	9%	6%	5%	6%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

Falta de qualidade/acabamento é o motivo mais citado em todas as regiões, referente aos consumidores deixarem de comprar um produto de artesanato, variando entre 34% (Nordeste) e 42% (Norte). O Nordeste é a região com menor preocupação com qualidade, enquanto o Norte se destaca como a mais crítica. Isso demonstra que percepções de fragilidade ou acabamento insuficiente são um fator chave em quase todo o país.

O **preço elevado** é o **segundo motivo** mais citado e mantém-se relativamente uniforme entre as regiões (25% a 28%). Não há grandes diferenças regionais aqui, indicando que o fator econômico é um ponto de atenção geral, mas não tão crítico quanto a qualidade.

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

SEBRAE

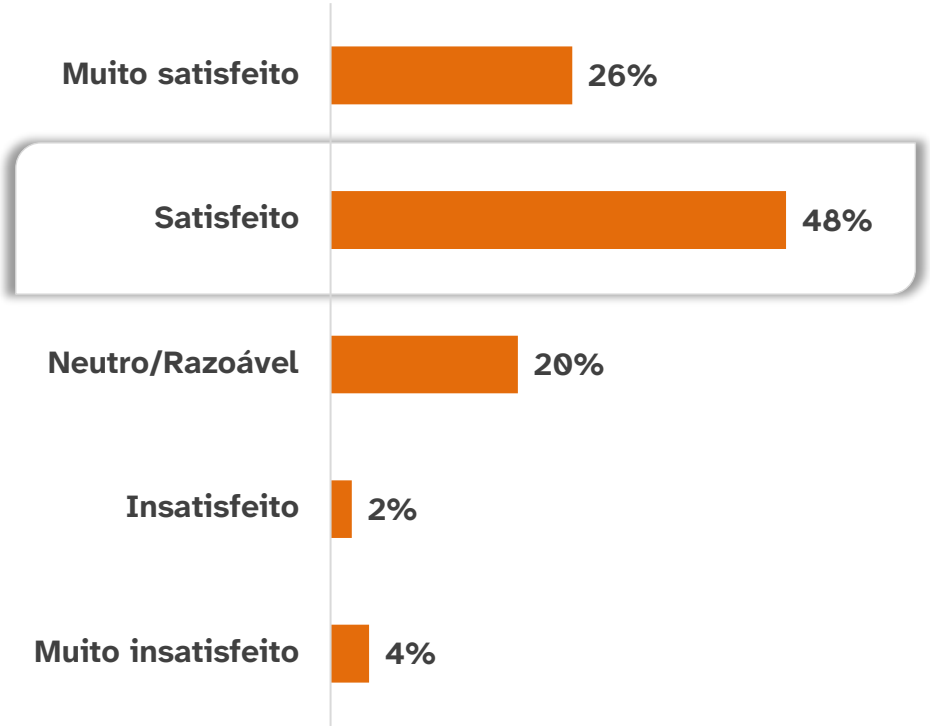
Inteligência de Mercado

PERCEPCÕES DO CONSUMIDOR

satisfação, expectativas e descobertas
de novidades de artesanatos

SATISFACÃO

Qual o seu grau de satisfação com a **qualidade** e **variedade** do artesanato atualmente disponível no mercado?



Fonte: IEMI

A questão avalia o grau de **satisfação dos consumidores** quanto a qualidade e variedade de produtos de artesanatos, então temos:

Somando "muito satisfeito e satisfeito", temos **74%** dos consumidores **avaliando positivamente a qualidade e variedade do artesanato** disponível.

Portanto, o mercado de artesanato no Brasil apresenta uma **imagem positiva** e **bem consolidada**, com ampla aceitação entre os consumidores.

Os 20% que responderam "neutro/razoável" sugerem que há espaço para melhorias no que se diz respeito a qualidade e variedade.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

SATISFACÃO

Qual o seu grau de satisfação com a **qualidade** e **variedade** do artesanato atualmente disponível no mercado? | Regiões

Grau de Satisfação dos Consumidores com a Qualidade e Variedade do Artesanato (% / Respostas)					
Grau de satisfação	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Muito satisfeito	24%	29%	24%	26%	26%
Satisfeito	49%	47%	47%	50%	47%
Neutro/Razoável	20%	17%	22%	19%	22%
Insatisfeito	2%	2%	4%	2%	2%
Muito insatisfeito	7%	5%	4%	3%	4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

Norte: maioria satisfeita **(73%)**, mas apresenta o maior índice de muito insatisfeitos (7%), apontando problemas pontuais de qualidade em algumas áreas.

Nordeste: região com **maior percentual de muito satisfeitos (29%)**, ou seja , existe forte valorização do artesanato local.

Centro-Oeste: tem o maior índice de neutros (22%) e também o maior de insatisfeitos (4%), demostrando que há espaço para melhorar a diversidade e a percepção de qualidade.

Sudeste: apresenta o **maior percentual** de consumidores **satisfeitos (50%)** e o **menor de insatisfeitos** (apenas 5% somando insatisfeito e muito insatisfeito). Isso sugere um mercado mais consolidado e com boa oferta.

Sul: Perfil semelhante ao Centro-Oeste, com 22% neutros e 6% insatisfeitos. Apesar de boa aceitação, há margem para ampliar variedade e inovação.

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

O QUE O CONSUMIDOR QUER

O que você gostaria de ver mais no mercado de artesanato?

Fonte: IEMI | Resposta múltipla

Perguntou-se aos entrevistados (consumidores de artesanato em todas as regiões brasileiras) o que eles gostariam de ver mais no mercado de artesanato, então temos:

Preço e variedade lideram, os dois atributos mais citados (44% e 43%) mostram que os consumidores valorizam acessibilidade econômica e diversidade de opções.

Portanto, o mercado ainda é percebido como limitado em termos de alcance e variedade, além de ter barreiras de preço.

Este estudo mostra que o consumidor brasileiro de artesanato busca principalmente preços acessíveis e maior variedade, mas também valoriza personalização, inovação e sustentabilidade, etc.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Inteligência de Mercado

O QUE O CONSUMIDOR QUER

O que você gostaria de ver mais no mercado de artesanato? | Regiões

Demanda dos Consumidores de Artesanato (% / Respostas)					
Citações	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Preços acessíveis	41%	46%	45%	43%	48%
Maior variedade	46%	43%	45%	42%	39%
Melhor divulgação	24%	25%	29%	29%	27%
Produtos personalizados	24%	28%	25%	29%	28%
Mais inovação	28%	26%	22%	25%	25%
Design	25%	22%	26%	27%	21%
Sustentabilidade certificada	23%	27%	22%	24%	26%
Maior presença digital	18%	18%	20%	21%	24%
Certificação de origem	16%	18%	19%	19%	15%
Outro	0%	0%	1%	0,1%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Norte: a maior demanda é por **variedade de produtos (46%)**, seguida de **preços acessíveis (41%)**, ou seja, os consumidores querem mais diversidade, sem perder o foco em melhores preços.

Nordeste: destaca-se pela **maior demanda por preços** acessíveis **(46%),** também por variedades de produtos, além de produtos personalizados **(28%)**, demostrando valorização da identidade cultural e exclusividade.

Centro-Oeste: equilíbrio entre preços acessíveis (45%) e variedade (45%). Também apresenta maior interesse relativo em melhor divulgação (29%), indicando necessidade de maior visibilidade do artesanato local.

Sudeste: consumidores pedem principalmente preços acessíveis (43%) e variedade (42%), mas também se destacam em melhor divulgação (29%) e personalização (29%).

Sul: A principal demanda dos consumidores é por preços mais acessíveis **(48%)**.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI | Resposta múltipla

Inteligência de Mercado

NOVOS PRODUTOS

Como você descobre novos produtos artesanais?

Fonte: IEMI | Resposta múltipla

As **redes sociais (60%)** são disparadamente o principal canal de descoberta, ou seja, predomínio digital, demostrando que o consumidor brasileiro está altamente conectado e que o artesanato precisa estar presente em plataformas como Instagram, Facebook e TikTok para ganhar visibilidade.

Força das feiras regionais (39%): eventos locais são muito relevantes, reforçando o papel da proximidade cultural e comunitária na valorização do artesanato.

Feiras em locais turísticos com 31%, portanto o artesanato se conecta fortemente com experiências de viagem, funcionando como lembrança cultural e identidade regional.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Inteligência de Mercado

NOVOS PRODUTOS

Como você descobre novos produtos artesanais? | Regiões

Locais onde os Consumidores encontram novidades de produtos Artesanais (% / Respostas)					
Local de novidades	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Redes sociais	66%	56%	62%	59%	59%
Feiras e eventos regionais	40%	42%	36%	41%	37%
Feiras em locais turísticos	28%	34%	32%	33%	28%
Feiras nacionais	22%	29%	27%	29%	23%
Indicação de amigos	25%	21%	26%	28%	27%
Locais de férias	19%	25%	19%	23%	20%
Plataformas online	18%	18%	22%	20%	21%
Lojas físicas	18%	19%	16%	18%	17%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI | Resposta múltipla

Norte: é a região onde **consumidores tem maior dependência das redes sociais (66%)**, acima da média nacional, ou seja, o consumidor nortista descobre artesanato principalmente no ambiente digital, porém as feiras regionais (40%) têm relevância.

Nordeste: equilíbrio entre redes sociais (56%) e feiras regionais (42%), mas também maior destaque para feiras em locais turísticos (34%) e sustentação em feiras nacionais (29%). Isso reflete a forte ligação do artesanato com o turismo cultural.

Centro-Oeste: redes sociais (62%) são **muito relevantes**, mas há menor peso das feiras regionais (36%). É a região com maior uso relativo de plataformas online (22%).

Sudeste: há perfil diversificado: redes sociais (59%), feiras regionais (41%) e forte presença de indicação de amigos (28%). Também se destaca em feiras nacionais (29%), mostrando um mercado mais amplo e conectado a diferentes canais.

Sul: maior demanda por redes sociais (59%), mas também com destaque para canais digitais (21%) e indicação de amigos (27%).

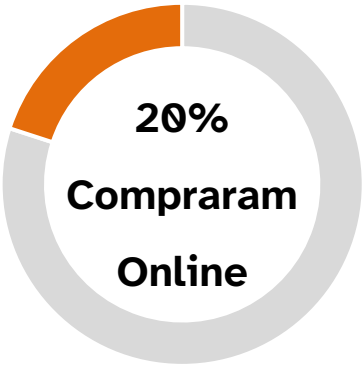
Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro
SEBRAE
Inteligência de Mercado

COMPRAS ONLINE

avaliação de fatores considerados na compra online de artesanato

ARTESANATO ONLINE

Como você costuma adquirir suas peças de artesanato?



O resultado da pesquisa apontou que 20% das compras de artesanato foram realizadas de forma online, ou seja, uma parcela significativa dos consumidores já utiliza a internet para adquirir esse tipo de produto. Esse dado demonstra que o comércio eletrônico tem ganhado espaço também no setor artesanal, acompanhando as mudanças no comportamento de consumo e o avanço das tecnologias digitais.

Ao mesmo tempo, a presença do canal online aponta oportunidades para estratégias híbridas, que combinem a experiência presencial com o alcance e a conveniência do ambiente digital.

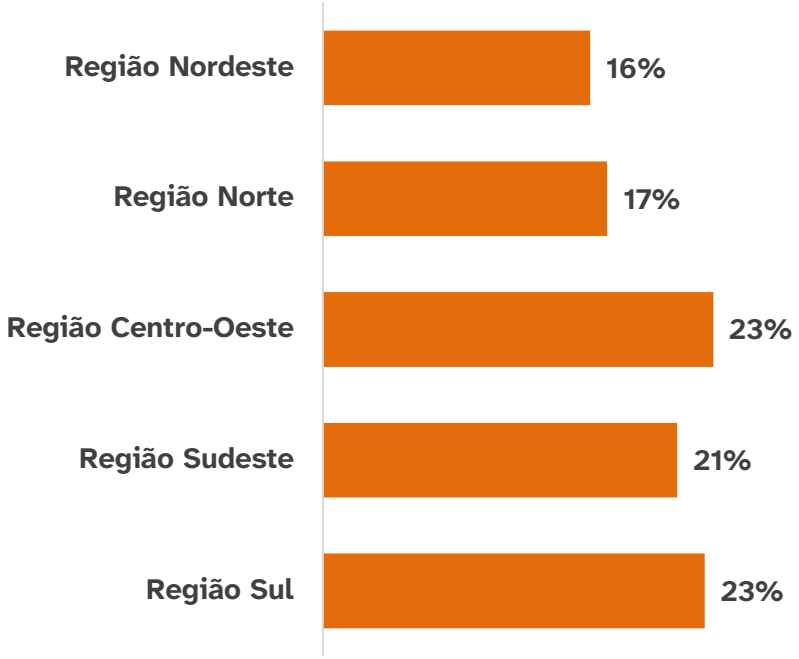
Em % de Consumidores Amostra = 479

Fonte: IEMI

ARTESANATO ONLINE

Como você costuma adquirir suas peças de artesanato? | Regiões

(%) Consumidores de artesanatos que compraram online



Em % de Consumidores Amostra = 479

Fonte: IEMI

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

SEBRAE

Inteligência de Mercado

PLATAFORMAS DIGITAIS

Onde você adquiriu seus produtos artesanais?

Online:

Nota:
(1) Plataformas de e-commerce (ex.: Mercado Livre, Amazon, Elo7)
(2) Aplicativos de venda direta (Shopee, OLX, etc.)
(3) Redes sociais (ex.: Instagram, Facebook, WhatsApp)

Fonte: IEMI

As plataformas de **e-commerce** concentram a **maior parte das compras online** de artesanato, representando 42% do total. Esse resultado demonstra que os consumidores tendem a optar por ambientes digitais já consolidados, que oferecem maior sensação de segurança, praticidade, diversidade de produtos e sistemas de pagamento e entrega estruturados.

Os **aplicativos de venda direta**, com **28%**, aparecem como o segundo principal canal, muitas vezes baseadas em contato direto entre comprador e vendedor. Esse formato favorece a negociação, a personalização dos pedidos e a relação de proximidade com o artesão.

As **redes sociais**, responsáveis por **19% das aquisições online**, reforçam o papel dessas plataformas como vitrines digitais e canais de relacionamento.

Em % de Consumidores Amostra = 479

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

PLATAFORMAS DIGITAIS

Onde você adquiriu seus produtos artesanais? | Regiões

ONLINE - LOCAL DA ÚLTIMA COMPRA DE ARTESANATO (% / RESPOSTAS)					
Local de compras - Online	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Plataformas de e-commerce[1]	42%	40%	51%	43%	34%
Aplicativos de venda direta[2]	25%	35%	23%	29%	30%
Redes sociais[3]	22%	19%	17%	17%	22%
Sites oficiais de artesãos ou cooperativas	4%	5%	5%	7%	10%
Marketplaces especializados em artesanato	3%	2%	2%	4%	2%
Outros	3%	0%	1%	0,0%	1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 479

Nota:
(1) Plataformas de e-commerce (ex.: Mercado Livre, Amazon, Elo7)
(2) Aplicativos de venda direta (Shopee, OLX, etc.)
(3) Redes sociais (ex.: Instagram, Facebook, WhatsApp)

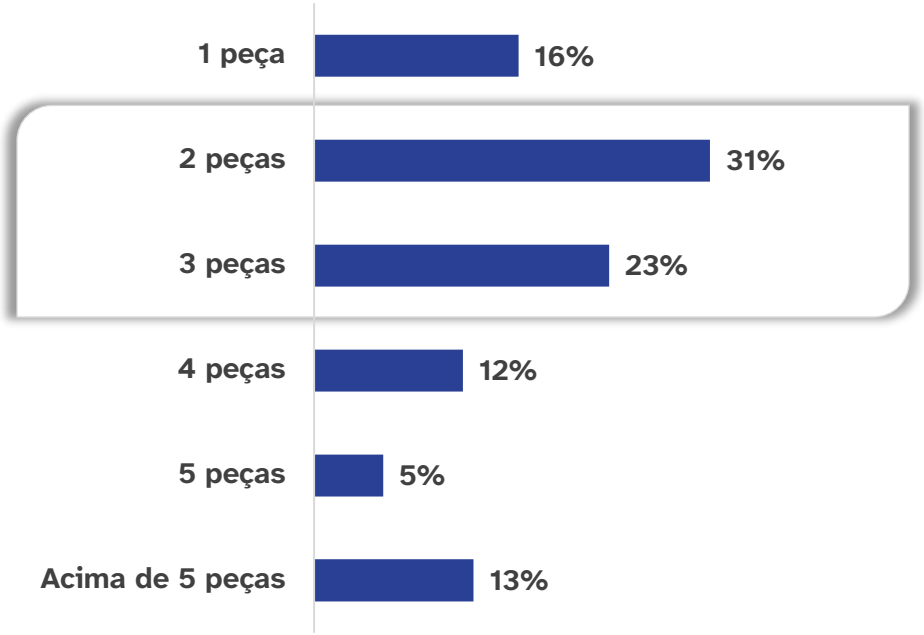
Fonte: IEMI

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

OTD. DE PECAS ONLINE

Quantas peças de artesanato você adquiriu em sua última compra online?



Fonte: IEMI

2 e 3 peças concentram cerca de **54%** do total, portanto o perfil do consumidor digital de artesanato no Brasil é majoritariamente de compras pequenas a moderadas, demostrando que o consumidor não se limita a apenas uma peça, ou seja, muitos compradores de artesanato no e-commerce preferem levar mais de um item por compra.

Estudo aponta que cada consumidor de artesanato adquire, em **média, 3 peças por compra**.

Entretanto, existe um nicho específico, correspondente a 13% dos consumidores, que adquire cinco ou mais peças de artesanato por compra

Média de peças compradas = 3

Em % de Consumidores Amostra = 479

Inteligência de Mercado

OTD. DE PECAS ONLINE

Quantas peças de artesanato você adquiriu em sua última compra online? | Regiões

Número de Peças Compradas Online de Artesanato – Regiões - (% / Respostas)					
Atributos	**Norte**	**Nordeste**	**Centro-Oeste**	**Sudeste**	**Sul**
1 peça	12%	11%	15%	22%	17%
2 peças	33%	33%	37%	31%	27%
3 peças	21%	22%	25%	22%	25%
4 peças	14%	11%	10%	6%	14%
5 peças	8%	10%	3%	8%	3%
Acima de 5 peças	13%	13%	9%	12%	14%
Total	100%	100%	100%	100%	100%
Média de peças compradas Online	3,3	3,3	2,9	2,9	3,1

Média de peças compradas = 3

Em % de Consumidores Amostra = 479

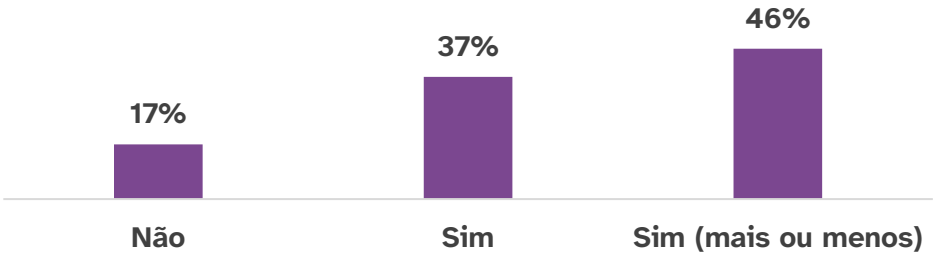
Fonte: IEMI

Inteligência de Mercado

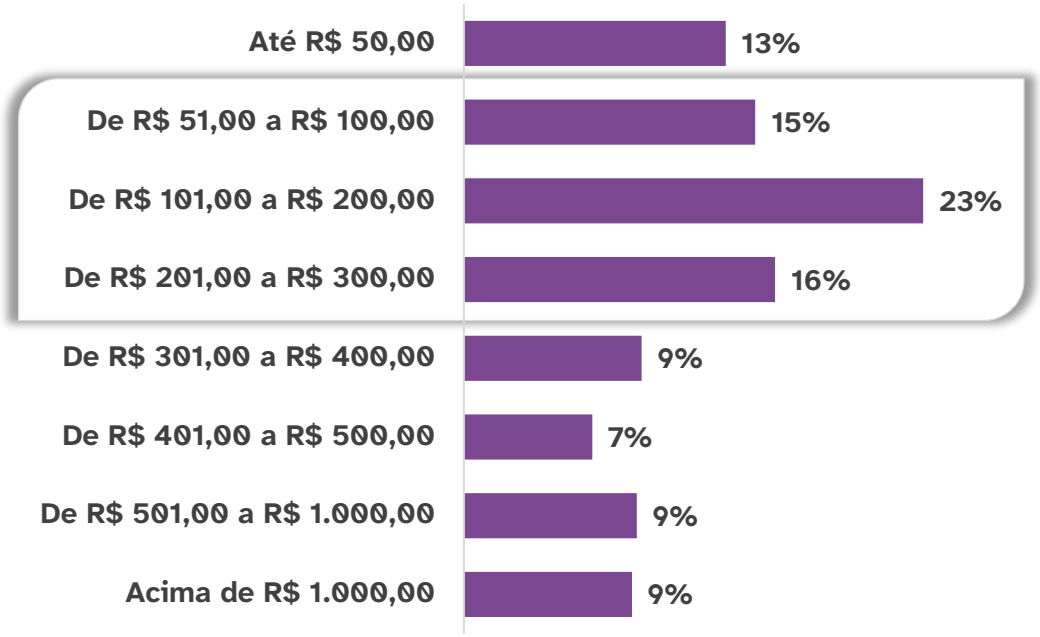
TICKET MÉDIO ONLINE

Qual foi o valor gasto na sua última compra de artesanato?

Lembra do valor gasto?



Valor gasto (dentre os que lembram):



Fonte: IEMI

Grande parte dos entrevistados (80%) soube informar quanto pagou na última compra de artesanato, ainda que para alguns a lembrança tenha sido de um valor aproximado.

Observa-se que **62% dos consumidores** de artesanato gastam entre **R$ 50 e R$ 200**, com um gasto médio de R$ 150 por compra

Gasto Médio (R$/compra) : 150,00

Em % de Consumidores Amostra = 479

TICKET MÉDIO ONLINE

Qual foi o valor gasto na sua última compra de artesanato? | Regiões

COMPRAS ONLINE DE ARTESANATO – TICKET MÉDIO - REGIÕES - (% / RESPOSTAS)					
Faixas de valores gastos	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Até R$ 50,00	18%	18%	6%	11%	18%
De R$ 51,00 a R$ 100,00	16%	18%	10%	10%	25%
De R$ 101,00 a R$ 200,00	26%	14%	35%	23%	18%
De R$ 201,00 a R$ 300,00	12%	21%	12%	18%	14%
De R$ 301,00 a R$ 400,00	5%	11%	6%	14%	5%
De R$ 401,00 a R$ 500,00	9%	11%	3%	6%	5%
De R$ 501,00 a R$ 1.000,00	7%	4%	16%	9%	8%
Acima de R$ 1.000,00	18%	18%	6%	11%	18%
Total	100%	100%	100%	100%	100%
Preços médios (R$)	150,00	150,00	200,00	160,00	130,00

Gasto Médio (R$/compra) : 150,00

Em % de Consumidores Amostra = 479

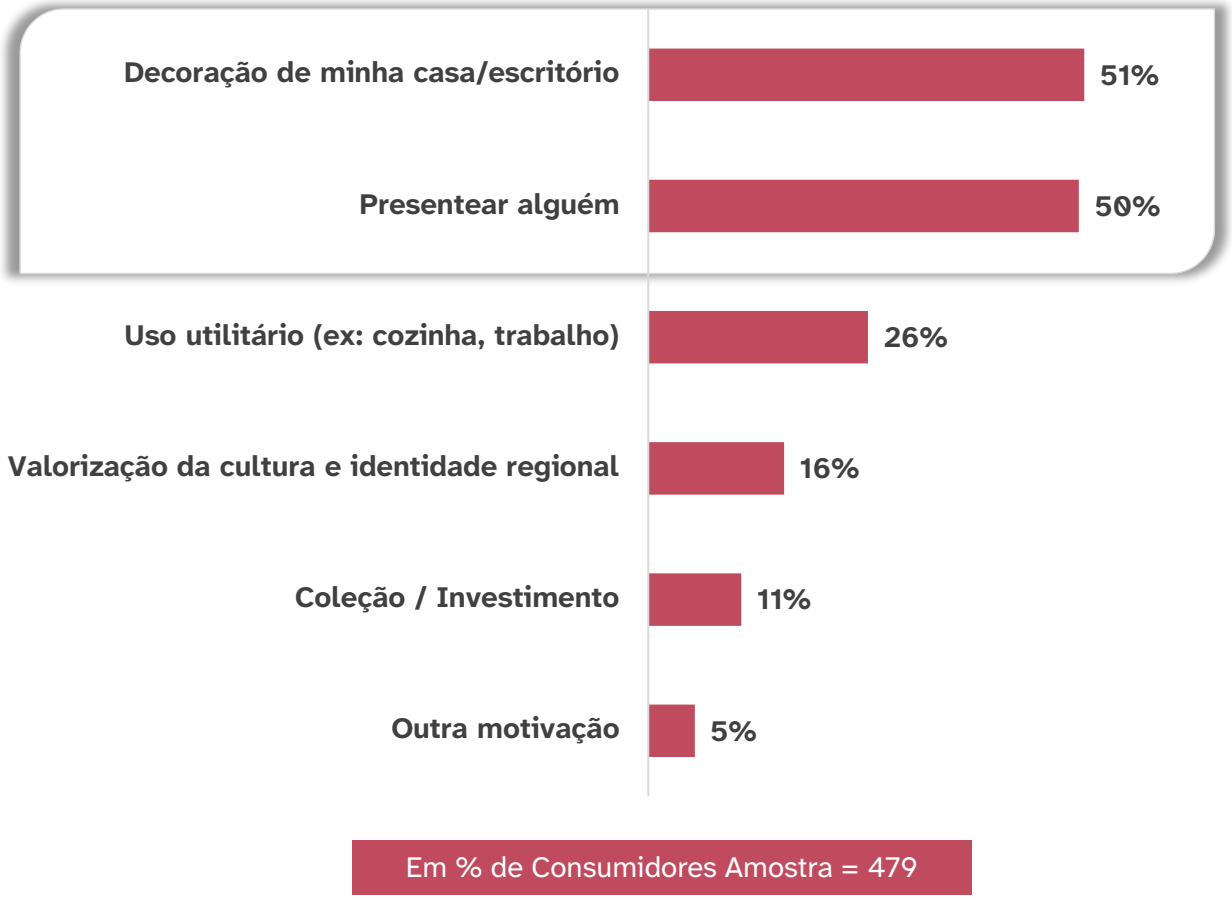
Fonte: IEMI

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

RAZÕES PARA COMPRA ONLINE

Quais foram as principais motivações ao comprar uma peça artesanal online?



Fonte: IEMI

Com **51% das respostas**, a **principal razão** para a compra de artesanato **online** é o ato de **decorar ambientes residenciais ou profissionais**.

Presentear alguém aparece em **segundo lugar,** com **50%**.

26% dos consumidores digitais de artesanato compraram para **uso utilitário,** ou seja, uma parte desses consumidores busca no artesanato uma utilidade prática.

Portanto, **77%** dos consumidores compraram artesanato pela internet para uso em residência ou escritório, seja com finalidade decorativa ou utilitária. Esse dado demonstra que o artesanato é amplamente percebido como um elemento estético e de personalização de espaços. Sua importância vai além de um simples item decorativo diferenciado, pois, além de expressar estilo e identidade, também atende a necessidades funcionais no cotidiano.

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

RAZÕES PARA COMPRA ONLINE

Quais foram as principais motivações ao comprar uma peça artesanal online? | Regiões

Principais motivos de compras Online de Artesanato – Regiões - (% / Respostas)					
Motivos de compras	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Decoração de minha casa/escritório	51%	56%	51%	49%	51%
Presentear alguém	49%	54%	54%	48%	49%
Uso utilitário (ex: cozinha, trabalho)	24%	32%	28%	22%	27%
Valorização da cultura e identidade regional	15%	22%	11%	17%	16%
Coleção / Investimento	9%	8%	15%	12%	8%
Outra motivação	5%	3%	6%	4%	3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

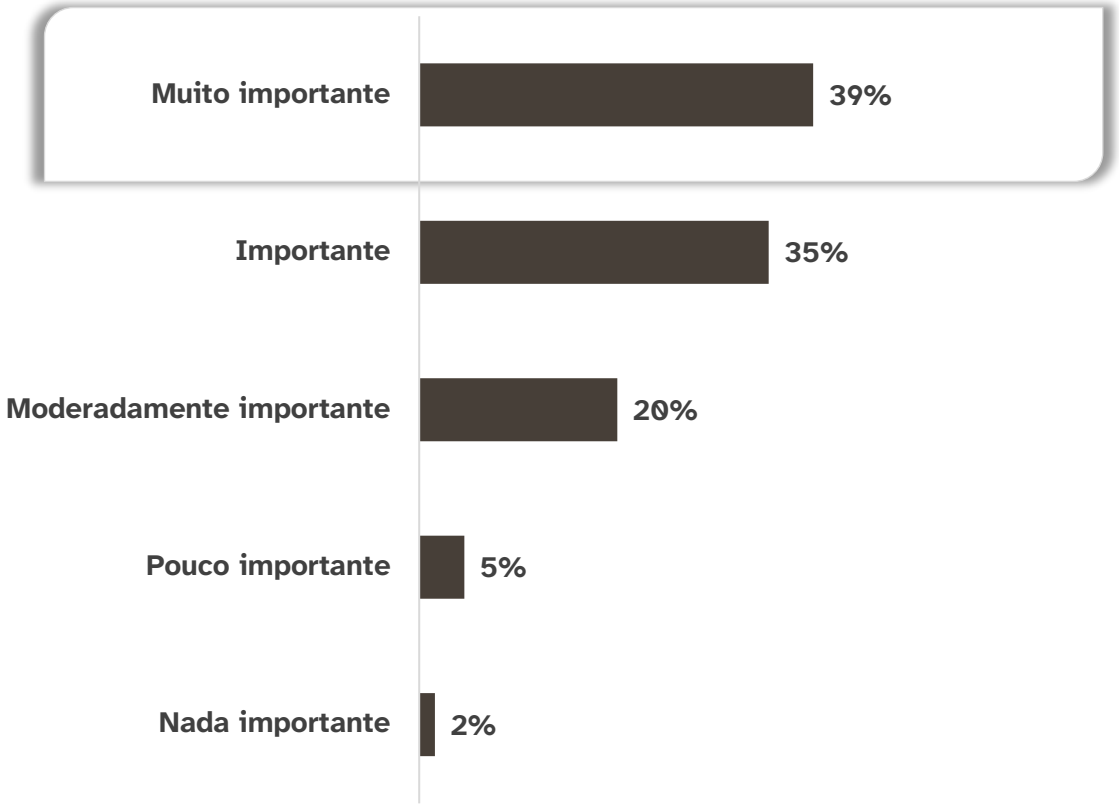
Em % de Consumidores Amostra = 479

Fonte: IEMI

Inteligência de Mercado

PRAZO DE ENTREGA

No caso de compras online de artesanato, qual o grau de importância que você atribui a Prazo de entrega?



Fonte: IEMI

A questão avalia a importância atribuída ao prazo de entrega quando o consumidor compra artesanato pela internet:

A soma de "muito importante e importante" somam **74%,** demostra que quase três quartos dos consumidores consideram o **prazo de entrega um fator decisivo**. Então, mesmo em produtos artesanais que carregam valor simbólico e cultural, a **logística** e a **eficiência** são **determinantes na experiência de compra online**.

Portanto, o **prazo de entrega é altamente relevante nas compras online de artesanato**, mostrando que o consumidor valoriza tanto a singularidade do produto quanto a eficiência na entrega.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Inteligência de Mercado

PRAZO DE ENTREGA

No caso de compras online de artesanato, qual o grau de importância que você atribui a Prazo de entrega? | Regiões

Grau de importância no Prazo de Entrega para as compras Online de Artesanato Regiões - (% / Respostas)					
Atributos	**Norte**	**Nordeste**	**Centro-Oeste**	**Sudeste**	**Sul**
Muito importante	44%	40%	34%	40%	37%
Importante	34%	33%	40%	34%	35%
Moderadamente importante	16%	23%	20%	20%	20%
Pouco importante	4%	4%	5%	4%	6%
Nada importante	3%	1%	2%	1%	2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

Norte: é a região que mais valoriza prazos rápidos, com 44% considerando "muito importante". Possivelmente devido a desafios de transporte e distância em relação a centros de produção.

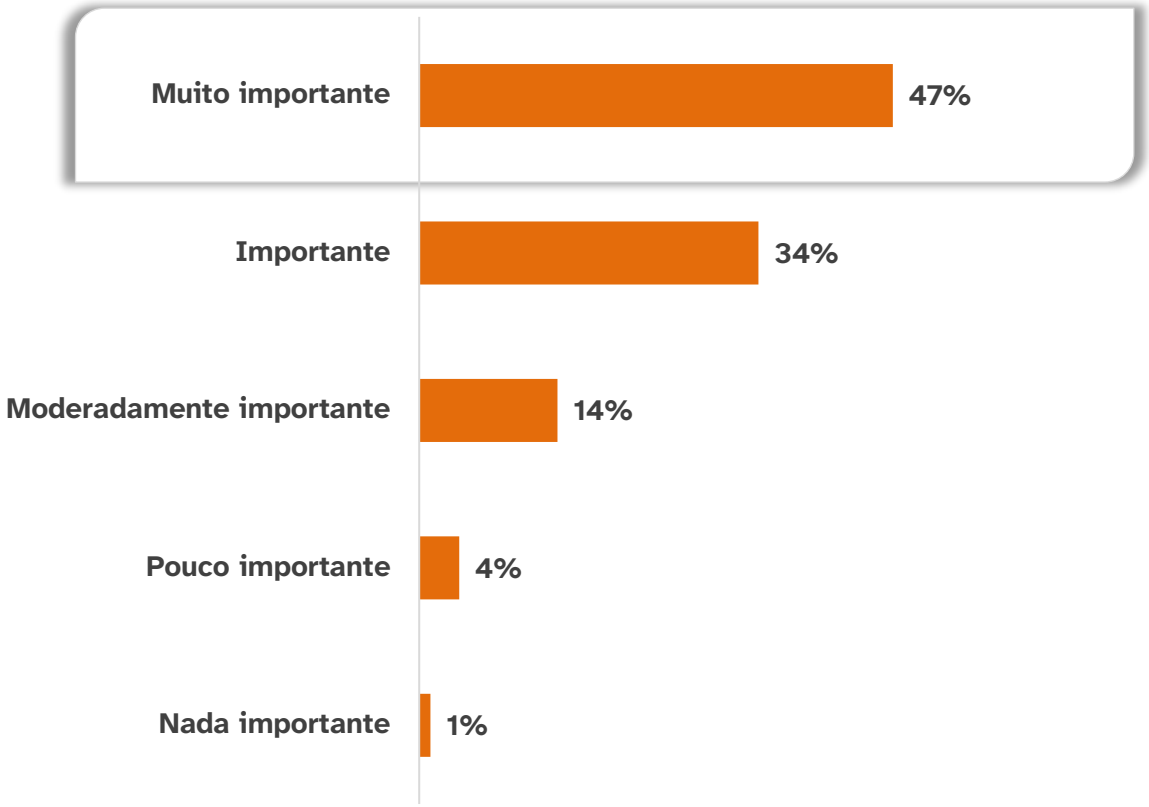
Nordeste e **Sudeste**: ambos apresentam 40% em "muito importante", mostrando que a agilidade na entrega é vista como **fator decisivo**.

Centro-Oeste: tem menor intensidade em "muito importante" (34%), mas compensa com maior proporção em "Importante" (40%). Isso indica que o prazo é relevante, mas não necessariamente crítico.

Sul: mostra menor "muito importante" (37%) e também maior percentual em "pouco/Nada importante" (8%). Isso demonstra maior tolerância a prazos mais longos.

VALOR DO FRETE

No caso de compras online de artesanato, qual o grau de importância que você atribui a Valor do frete?



Fonte: IEMI

Avaliação sobre a importância atribuída ao **valor do frete** quando o consumidor compra artesanato pela internet, portanto temos que:

A soma de "muito importante e importante" somam **81%** (alta valorização), demostra que os consumidores consideram o **valor do frete um fator decisivo**. Portanto, o custo logístico é central na decisão de compra online.

O **valor do frete é altamente relevante para a maioria** dos consumidores brasileiros, sendo um dos fatores práticos mais determinantes na compra online de artesanato.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

VALOR DO FRETE

No caso de compras online de artesanato, qual o grau de importância que você atribui a Valor do frete? | Regiões

Grau de importância do valor do frete para as compras online de artesanato Regiões - (% / Respostas)					
Atributos	**Norte**	**Nordeste**	**Centro-Oeste**	**Sudeste**	**Sul**
Muito importante	51%	51%	40%	48%	46%
Importante	30%	35%	39%	34%	33%
Moderadamente importante	13%	12%	16%	14%	14%
Pouco importante	4%	2%	5%	4%	5%
Nada importante	2%	1%	1%	1%	2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

Norte e **Nordeste**: são as regiões que mais destacam o valor do frete como **muito importante** (51% cada). Isso reflete a relevância do custo logístico em áreas onde o transporte pode ser mais caro ou demorado, tornando o frete um fator decisivo na compra online.

Centro-Oeste: é a região com menor intensidade em "muito importante" (40%), porém maior proporção em "importante" (39%). Demonstrando que o frete é relevante, mas não necessariamente crítico, havendo maior tolerância a custos moderados.

Sudeste: também apresenta alta valorização (48% muito importante), reforçando que, mesmo em regiões com maior infraestrutura logística, o preço do frete impacta fortemente a decisão de compra.

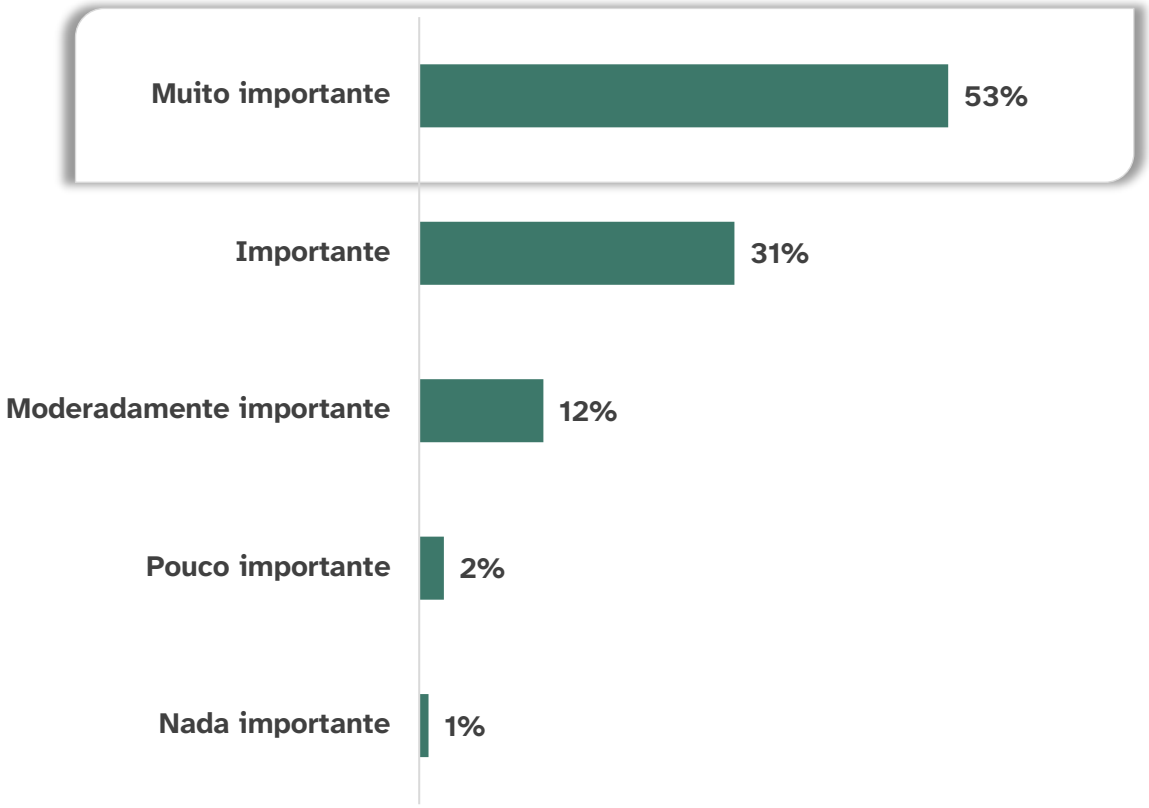
Sul: demostra que o frete é relevante, mas com uma parcela maior de consumidores dispostos a relativizar esse fator (7% pouco ou nada importante).

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

FÁCIL INFORMAÇÃO

No caso de compras online de artesanato, qual o grau de importância que você atribui a Facilidade de acessar informação ou falar com responsável pela venda?



Fonte: IEMI

A questão avalia a importância atribuída à **facilidade de acessar informações ou falar diretamente com o responsável** pela venda nas compras **online** de artesanato

Alta valorização (84%): é a soma de “muito importante” e importante” demostra que a grande maioria dos consumidores considera **essencial ter acesso rápido a informações ou contato direto com o vendedor**. Portanto, isso demonstra a necessidade de confiança e transparência no comércio eletrônico de artesanato.

A **facilidade de acesso à informação** e ao **responsável** pela venda **é um dos fatores mais valorizados nas compras online** de artesanato, superando até mesmo aspectos como prazo de entrega ou valor do frete, pois está diretamente ligada à confiança, autenticidade e vínculo emocional com o produto.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Inteligência de Mercado

FÁCIL INFORMAÇÃO

No caso de compras online de artesanato, qual o grau de importância que você atribui a Facilidade de acessar informação ou falar com responsável pela venda? | Regiões

Grau de importância da facilidade de informação para as compras online de artesanato Regiões - (% / Respostas)					
Atributos	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Muito importante	57%	48%	50%	54%	54%
Importante	29%	37%	32%	31%	30%
Moderadamente importante	10%	13%	13%	13%	14%
Pouco importante	4%	2%	4%	2%	2%
Nada importante	1%	1%	1%	1%	1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

Norte: é a **região** que **mais valoriza o contato direto**, com 57% considerando "muito importante". Isso demonstra a necessidade de maior confiança e segurança em transações online, especialmente em áreas onde o acesso a grandes marketplaces é mais limitado.

Sudeste e **Sul**: ambas as regiões apresentam 54% em "muito importante", demostrando que, mesmo em mercados mais consolidados digitalmente, o consumidor valoriza fortemente a possibilidade de diálogo com o vendedor.

Centro-Oeste: tem 50% em "muito importante" e 32% em "Importante", indicando uma percepção equilibrada: o contato é relevante, mas há maior tolerância em relação à automatização.

Nordeste: Apresenta menor intensidade em "muito importante" (48%), ou seja, o consumidor valoriza o acesso à informação, mas pode aceitar soluções intermediárias.

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

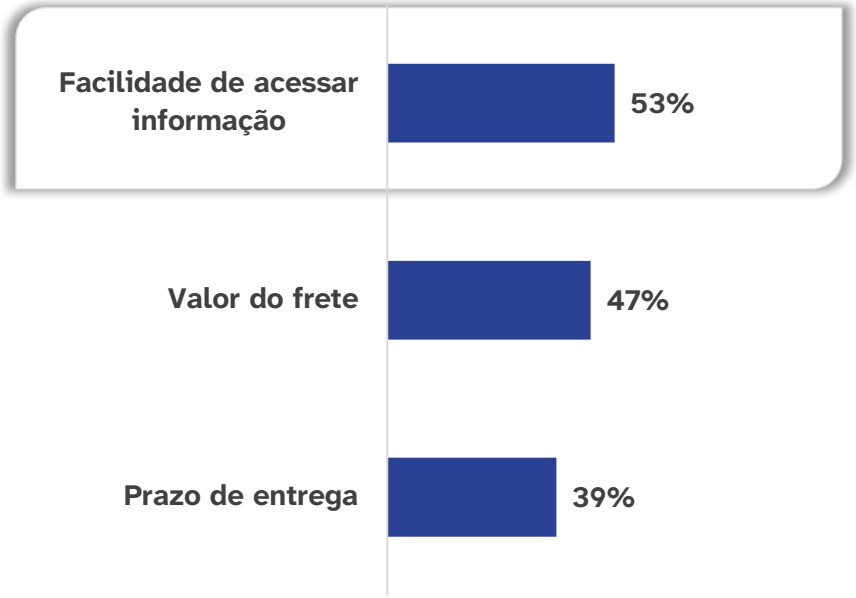
SEBRAE

Inteligência de Mercado

PRINCIPAIS FATORES ONLINE

No caso de compras online de artesanato, qual o grau de importância que você atribui aos fatores abaixo?

Ranking dos Fatores Eleitos como "Muito Importantes":



Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI | Resposta múltipla

A análise das respostas sobre **compra online de produtos artesanais** mostra que os consumidores priorizam principalmente **acesso à informação e custos logísticos**, fatores que influenciam diretamente a decisão de compra no ambiente digital.

No comércio eletrônico de artesanato, os consumidores valorizam **descrições claras, fotos detalhadas, informações sobre materiais, dimensões, origem e processo de produção**. Como o comprador não pode ver ou tocar o produto, a **qualidade das informações disponíveis online reduz a incerteza e aumenta a confiança na compra**.

O custo de entrega é um **fator decisivo para a conversão da compra**. Mesmo quando o consumidor se interessa pelo produto artesanal, **fretes elevados podem desestimular a finalização do pedido**, especialmente em compras de itens de menor valor.

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

PRINCIPAIS FATORES ONLINE

No caso de compras online de artesanato, qual o grau de importância que você atribui aos fatores abaixo? | Regiões

Ranking dos Fatores Eleitos como "Muito Importantes":

Ranking dos principais fatores na compra de um produto artesanal online (% / Respostas) - Regiões					
Atributos	**Norte**	**Nordeste**	**Centro-Oeste**	**Sudeste**	**Sul**
Facilidade de acessar informação	57%	48%	50%	54%	54%
Prazo de entrega	44%	40%	34%	40%	37%
Valor do frete	51%	51%	40%	48%	46%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

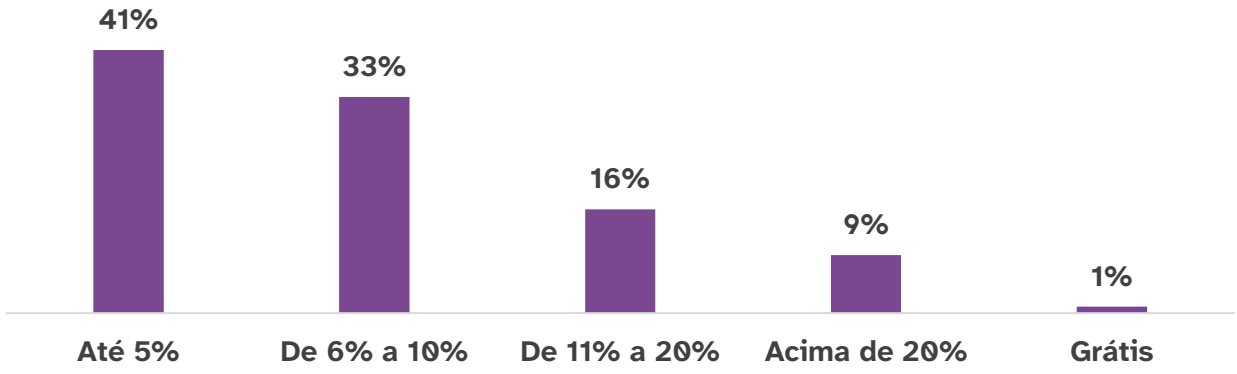
Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI | Resposta múltipla

Inteligência de Mercado

PAGAR PELO FRETE

Qual seria o valor máximo de frete que você estaria disposto a pagar por uma peça artesanal?



A **grande maioria** dos consumidores (**74%**) aceita pagar, no máximo, até **10% a mais pelo frete**. Em média, o consumidor de artesanato está disposto a desembolsar 8,1% do valor da peça em custos de envio. Dessa forma, a pesquisa demonstra que o limite psicológico do consumidor brasileiro em relação ao frete gira em torno de 10% do valor do produto. Portanto, o **custo logístico é um fator sensível** e pode se tornar uma barreira à compra caso ultrapasse esse patamar.

(%) Valor máximo médio: 8,1%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fontes: IEMI

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

PAGAR PELO FRETE

Qual seria o valor máximo de frete que você estaria disposto a pagar por uma peça artesanal? | Regiões

Valor máximo de Frete para a compra online de Artesanato Regiões - (% / Respostas)					
Valor máximo	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Até 5%	40%	39%	41%	42%	41%
De 6% a 10%	37%	30%	34%	33%	34%
De 11% a 20%	15%	21%	15%	15%	16%
Mais de 20%	8%	10%	11%	9%	9%
Outro (grátis)	1%	0%	0%	1%	1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

Preferência por frete baixo (até 5%): Todas as regiões apresentam alta concentração nesse limite, variando de 39% a 42%, porém o **Sudeste lidera** (42%).

De 6% a 10%: O **Norte** se **destaca** (37%), os consumidores dessa região estão relativamente mais dispostos a pagar um pouco mais, possivelmente devido às dificuldades logísticas locais.

Tolerância maior (11% a 20%): O Nordeste apresenta o maior percentual (21%), ou seja, parte dos consumidores aceita pagar fretes mais altos.

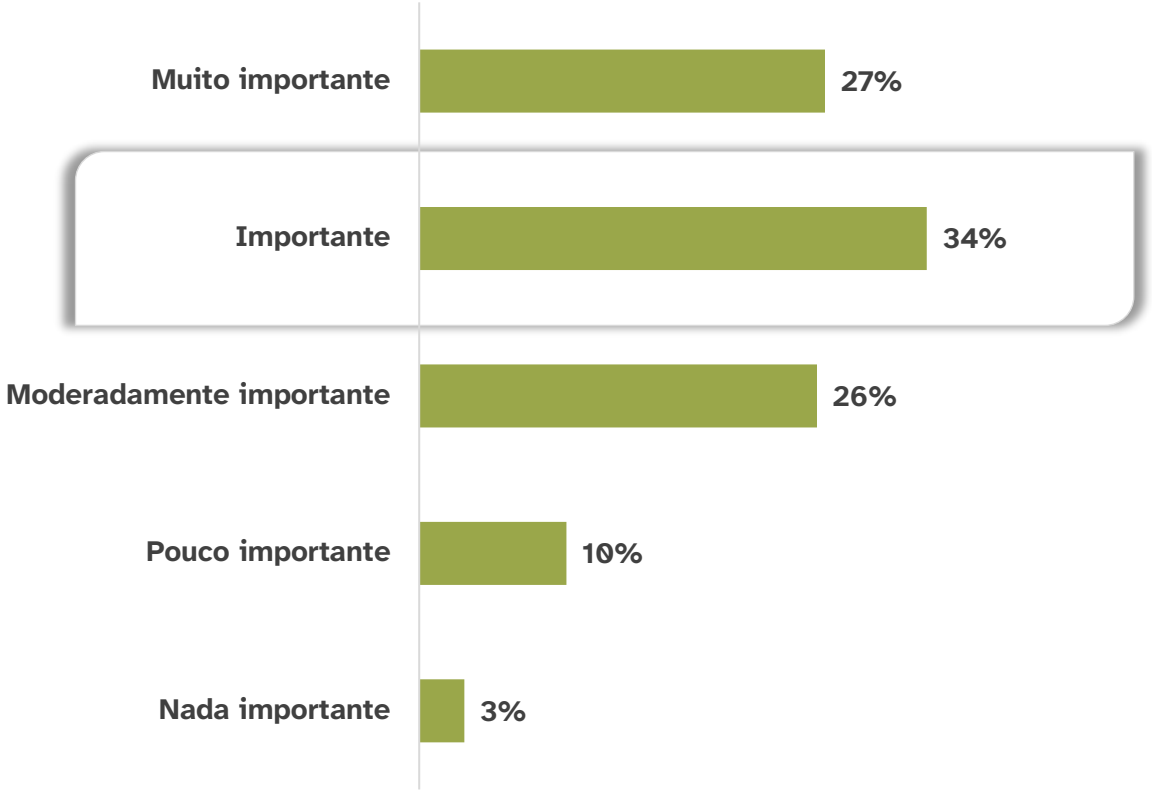
Mais de 20%: O Centro-Oeste aparece com maior proporção (11%), seguido pelo Nordeste (10%). Isso mostra que há nichos dispostos a pagar fretes elevados, possivelmente em áreas com menor acesso a produtos artesanais.

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

ACESSO DIGITAL

Qual o grau de importância para você que a loja online ou a etiqueta do produto ofereça acesso digital (via QR Code, link ou vídeo) à história do artesão, ao processo de produção ou à rastreabilidade da peça?



Fonte: IEMI

A questão avalia a importância atribuída ao fato de a loja online ou a etiqueta do produto oferecer **acesso digital (via QR Code, link ou vídeo) à história do artesão, ao processo de produção ou à rastreabilidade da peça**.

A soma de "muito importante e importante" somam **61%**, demostra que a **maioria dos consumidores reconhece o valor de ter acesso digital** à história e rastreabilidade do artesanato.

26% dos participantes considera esse fator "moderadamente importante". Esse grupo não atribui alta relevância ao fato de a loja online ou a etiqueta do produto oferecer acesso digital à história do artesão, ao processo de produção ou à rastreabilidade da peça

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Inteligência de Mercado

ACESSO DIGITAL

Qual o grau de importância para você que a loja online ou a etiqueta do produto ofereça acesso digital (via QR Code, link ou vídeo) à história do artesão, ao processo de produção ou à rastreabilidade da peça? | Regiões

Grau de importância do Acesso Digital na loja ou nas Etiquetas dos produtos para as compras Online de Artesanato – Regiões - (% / Respostas)					
Atributos	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Muito importante	32%	30%	24%	25%	26%
Importante	35%	36%	32%	34%	33%
Moderadamente importante	24%	25%	29%	28%	27%
Pouco importante	8%	7%	12%	11%	11%
Nada importante	2%	3%	3%	3%	4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

Norte: é a região que **mais valoriza** o acesso digital como "muito importante" (32%), ou seja, os consumidores tem maior interesse em conhecer a origem e autenticidade das peças.

Nordeste: apresenta equilíbrio entre "muito importante" (30%) e "importante" (36%), mostrando que o recurso digital é bem aceito, mas não visto como essencial por todos.

Centro-Oeste: tem menor intensidade em "muito importante" (24%) e maior proporção em "moderadamente importante" (29%) e "pouco importante" (12%), demonstrando que o público local vê o recurso como complementar, mas não prioritário.

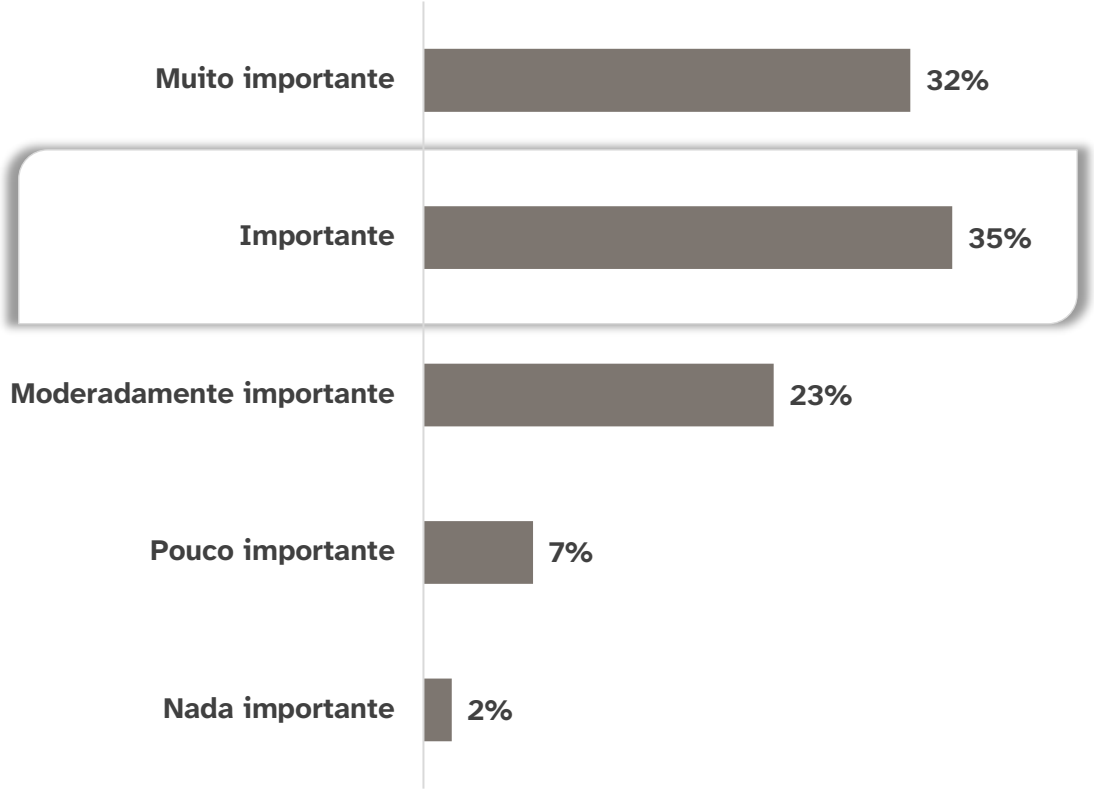
Sudeste e Sul: ambos apresentam valores próximos (25% e 26% em "muito importante"), com maior concentração em "importante" e "moderadamente importante". Demonstrando que, nessas regiões, **o acesso digital é valorizado, mas não é o fator decisivo na compra**.

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

SELO DE AUTENTICIDADE

Ao comprar artesanato online, quão importante é a presença de um selo de autenticidade, procedência ou de certificação (como a Certificação de Origem) na descrição do produto ou na plataforma?



Fonte: IEMI

A questão avalia a importância atribuída à presença de **selos de autenticidade, procedência ou certificação (como Certificação de Origem)** na descrição do produto ou na plataforma de vendas online

A soma de "muito importante e importante" é de (**67%**): demostra que os consumidores consideram a **certificação um fator relevante,** ou seja, o público busca credibilidade e garantia de autenticidade ao comprar artesanato online.

23% dos participantes **não consideram o selo um elemento prioritário** no site, demonstrando menor dependência de certificações formais.

A pesquisa revela que a **certificação de autenticidade é considerada relevante pela maioria dos consumidores** brasileiros, funcionando como um elemento de confiança e diferenciação, mas ainda não é vista como essencial por todos.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Inteligência de Mercado

SELO DE AUTENTICIDADE

Ao comprar artesanato online, quão importante é a presença de um selo de autenticidade, procedência ou de certificação (como a Certificação de Origem) na descrição do produto ou na plataforma? | Regiões

Grau de importância de um selo de autenticidade, procedência ou de certificação para as compras online de artesanato – Regiões - (% / Respostas)					
Atributos	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Muito importante	39%	33%	31%	32%	29%
Importante	34%	36%	36%	37%	31%
Moderadamente importante	19%	27%	24%	22%	27%
Pouco importante	7%	4%	8%	8%	10%
Nada importante	2%	1%	2%	2%	3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

Norte: é a região que **mais valoriza** o selo como "Muito importante" (39%), indicando maior necessidade de confiança e garantia de procedência em compras online.

Nordeste: apresenta equilíbrio entre "muito importante" (33%) e "importante" (36%), mas também maior proporção em "moderadamente importante" (27%), portanto parte dos consumidores vê o selo como relevante, mas não essencial.

Centro-Oeste: tem menor intensidade em "muito importante" (31%), mas maior concentração em "importante" (36%), ou seja, o selo é valorizado, porém de forma mais pragmática.

Sudeste: é a região com maior proporção em "importante" (37%), reforçando que o selo é visto como **relevante, mas não necessariamente decisivo**.

Sul: apresenta menor intensidade em "muito importante" (29%) e maior proporção em "moderadamente importante" (27%) e "pouco/nada importante" (13%). Portanto o selo é considerado útil, mas não prioritário para boa parte dos consumidores.

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

PAGAMENTOS ONLINE

Qual tipo de canal online você confia mais para realizar a transação (pagamento e conclusão da compra) de artesanato?

Nota:
(1) Plataformas de e-commerce (ex.: Mercado Livre, Amazon, Elo7)
(2) Redes sociais (ex.: Instagram, Facebook, WhatsApp)
(3) Revendedores

Fonte: IEMI

A questão avalia qual tipo de **canal online** os consumidores **confiam mais** para realizar transações (pagamento e conclusão da compra) de artesanato, comparando percepções regionais, então temos:

Marketplaces gerais (39%): são os canais mais confiáveis em todas as regiões pelos consumidores de artesanato. Os marketplaces são vistos como porta de entrada para ampliar vendas, já que concentram a confiança da maioria dos consumidores.

Sites próprios do artesão (27%): têm relevância significativa,

Redes sociais (16%): embora menos confiáveis, ainda representam uma fatia importante

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

PAGAMENTOS ONLINE

Qual tipo de canal online você confia mais para realizar a transação (pagamento e conclusão da compra) de artesanato? | Regiões

Canal Online que o Consumidor mais Confia para realizar pagamento e conclusão da compra de artesanato – Regiões - (% / Respostas)					
Canais Online	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Marketplaces gerais	32%	33%	43%	41%	42%
Site próprio do artesão	31%	27%	23%	28%	26%
Redes sociais	18%	22%	16%	13%	15%
Marketplaces especializados em artesanato/design	14%	11%	10%	14%	10%
Lojas virtuais de terceiros	5%	7%	8%	3%	6%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

Centro-Oeste, Sudeste e **Sul**: nessas regiões, para os consumidores de artesanatos, os **marketplaces gerais** são claramente os **mais confiáveis** (acima de 40%).

Norte e **Nordeste**: apresentam maior equilíbrio entre **marketplaces gerais** e **sites próprios do artesão** (32% vs. 31% no Norte; 33% vs. 27% no Nordeste). Isso indica que nessas regiões há maior valorização da relação direta com o produtor, além da confiança em grandes plataformas.

Redes sociais: são mais relevantes no Nordeste (22%) e no Norte (18%), ou seja, nessas regiões o comércio de artesanato ainda se apoia fortemente em canais informais e de proximidade.

Marketplaces especializados: têm maior peso no Norte e Sudeste (14%), demostrando que há nichos de consumidores que valorizam curadoria e exclusividade.

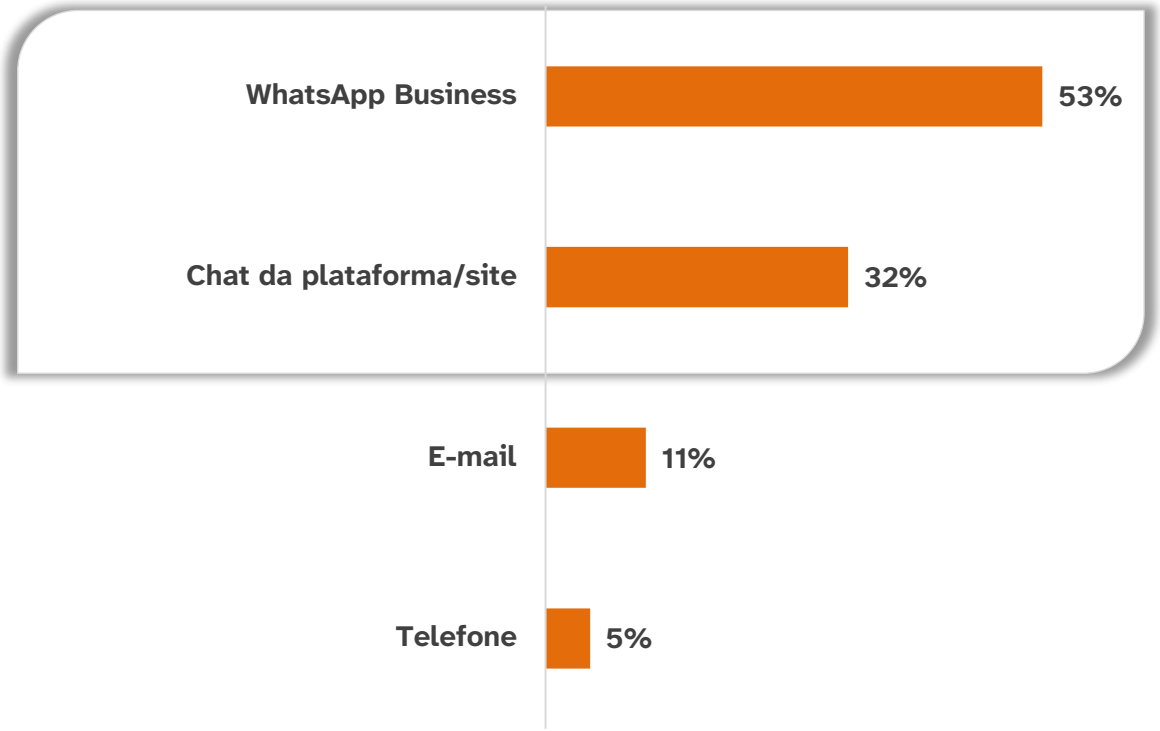
Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

SEBRAE

Inteligência de Mercado

CANAL PARA DÚVIDAS

Para solucionar dúvidas ou obter informações sobre a compra online de artesanato, qual canal você prefere utilizar?



Fonte: IEMI

WhatsApp Business (53%): é o canal **mais preferido**, demostrando que os consumidores valorizam rapidez, praticidade e proximidade. O WhatsApp transmite sensação de contato direto com o vendedor, reforçando confiança e humanização da compra.

Chat da plataforma/site (32%): também é bastante relevante, especialmente em ambientes de marketplace ou lojas virtuais estruturadas.

E-mail (11%): tem a **menor preferência**, refletindo que o consumidor digital busca respostas rápidas e não quer esperar por retornos demorados. Ainda assim, pode ser útil em casos formais ou para envio de documentos.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

CANAL PARA DÚVIDAS

Para solucionar dúvidas ou obter informações sobre a compra online de artesanato, qual canal você prefere utilizar? | Regiões

Melhores Canais Online para solucionar dúvidas ou obter informações de Compras de Artesanato Regiões - (% / Respostas)					
Canais Online	**Norte**	**Nordeste**	**Centro-Oeste**	**Sudeste**	**Sul**
WhatsApp Business	49%	53%	51%	52%	59%
Chat da plataforma/site	33%	33%	32%	32%	30%
E-mail	13%	10%	11%	10%	10%
Telefone	5%	4%	7%	5%	2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

WhatsApp Business: é o canal mais preferido em todas as regiões, com **destaque** para o **Sul (59%)**, mostrando forte preferência por comunicação rápida, direta e personalizada.

Nordeste e **Sudeste**: também apresentam **alta preferência** pelo **WhatsApp** (53% e 52%), reforçando que o aplicativo é visto como o meio mais confiável e prático.

Norte e **Centro-Oeste**: mantêm valores próximos (49% e 51%), confirmando a predominância do WhatsApp.

Chat da plataforma/site: é o segundo canal mais relevante em todas as regiões (30% a 33%), mostrando que os consumidores também confiam em soluções integradas às lojas virtuais.

E-mail tem baixa preferência (10% a 13%), sendo mais usado no Norte (13%), possivelmente por consumidores que valorizam registros formais.

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

PODER DE COMPRA

avaliação de fatores considerados na compra de artesanato por grupos sociais

PODER DE COMPRA

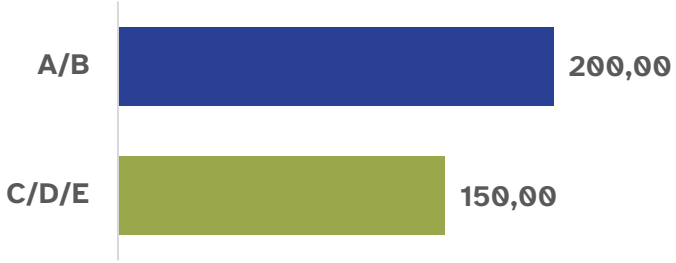
Sumário do perfil de gasto dos consumidores de artesanato por poder de compra

O **valor médio gasto por compra** é maior entre consumidores de renda mais alta (A/B), isso representa um gasto aproximadamente 33% maior nas classes A/B.

Em **quantidade de peças**, embora a diferença não seja muito grande, ela informa que as classes A/B tendem a comprar mais itens por ocasião de compra.

A diferença mais marcante aparece na **frequência de compra** ao longo do ano, ou seja, representa cerca de 35% mais compras anuais entre consumidores de maior renda, indicando que o artesanato faz parte do consumo de forma mais recorrente nesse público.

Valor médio gasto por compra



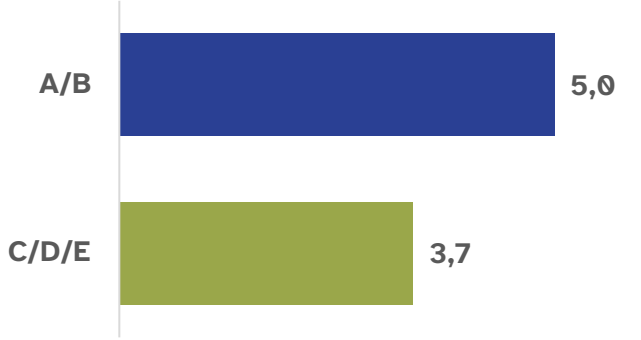
Valor médio gasto = R$ 150 ,00

Fonte: IEMI

Média de peças por compras

Média de peças compradas = 3

Frequência média de compras por ano



Média da frequência - 4 vezes/ano

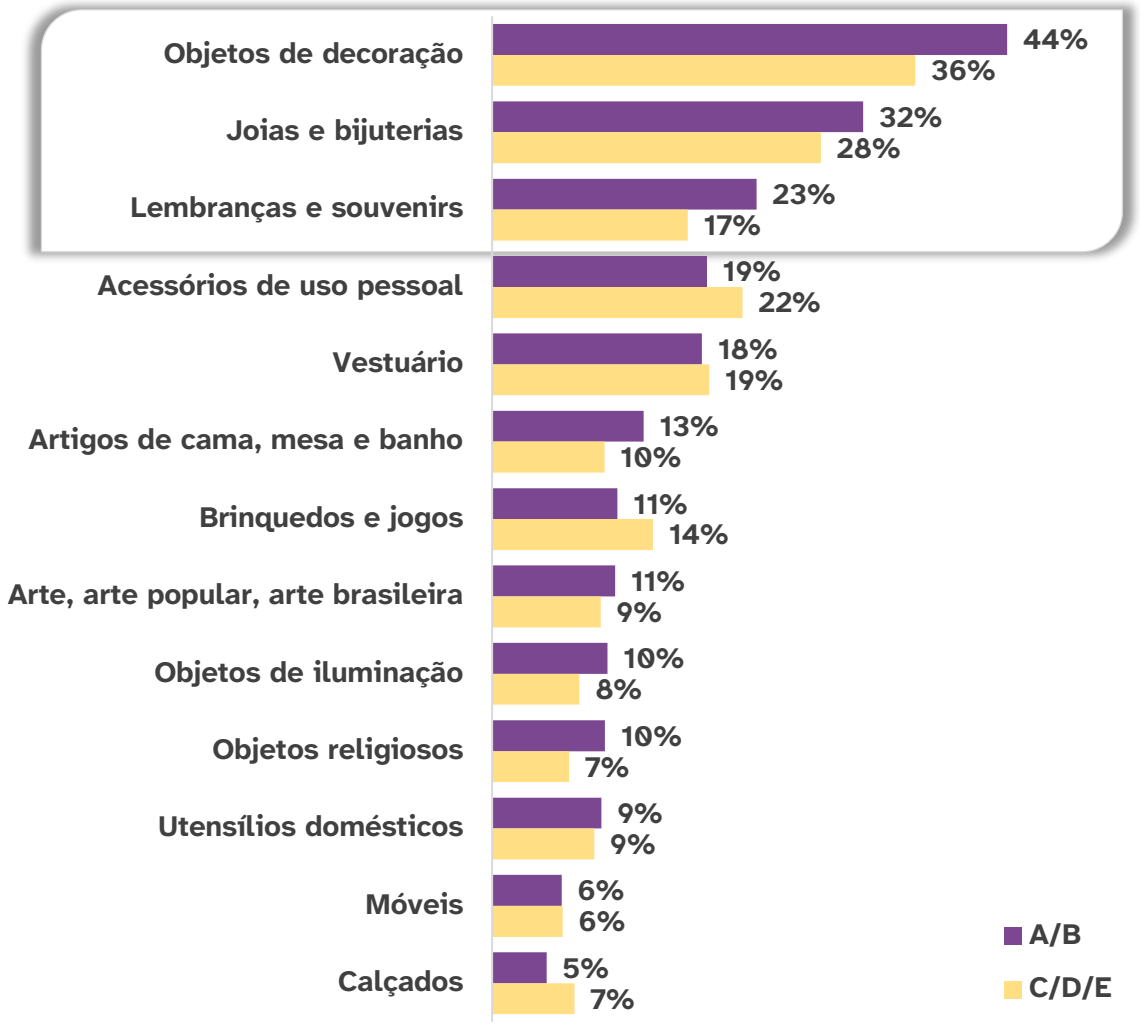
Em % de Consumidores
Amostra = 2.400

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

PRODUTOS ADOUIRIDOS

Quais os tipos de produtos artesanais que você adquiriu em sua última compra?



Em ambas as classes, os **objetos de decoração** são os mais citados, com maior incidência nas classes A/B (44%) em comparação com C/D/E (36%).

As categorias que apresentam maior participação entre consumidores de **renda mais alta**, são : Objetos de decoração, joias e bijuterias, lembranças e souvenirs, artigos de cama, mesa e banho, arte, arte popular e arte brasileira, objetos de iluminação e objetos religiosos.

Produtos com **maior presença nas classes C/D/E** entre consumidores são: Acessórios de uso pessoal, brinquedos e jogos: calçados e vestuário.

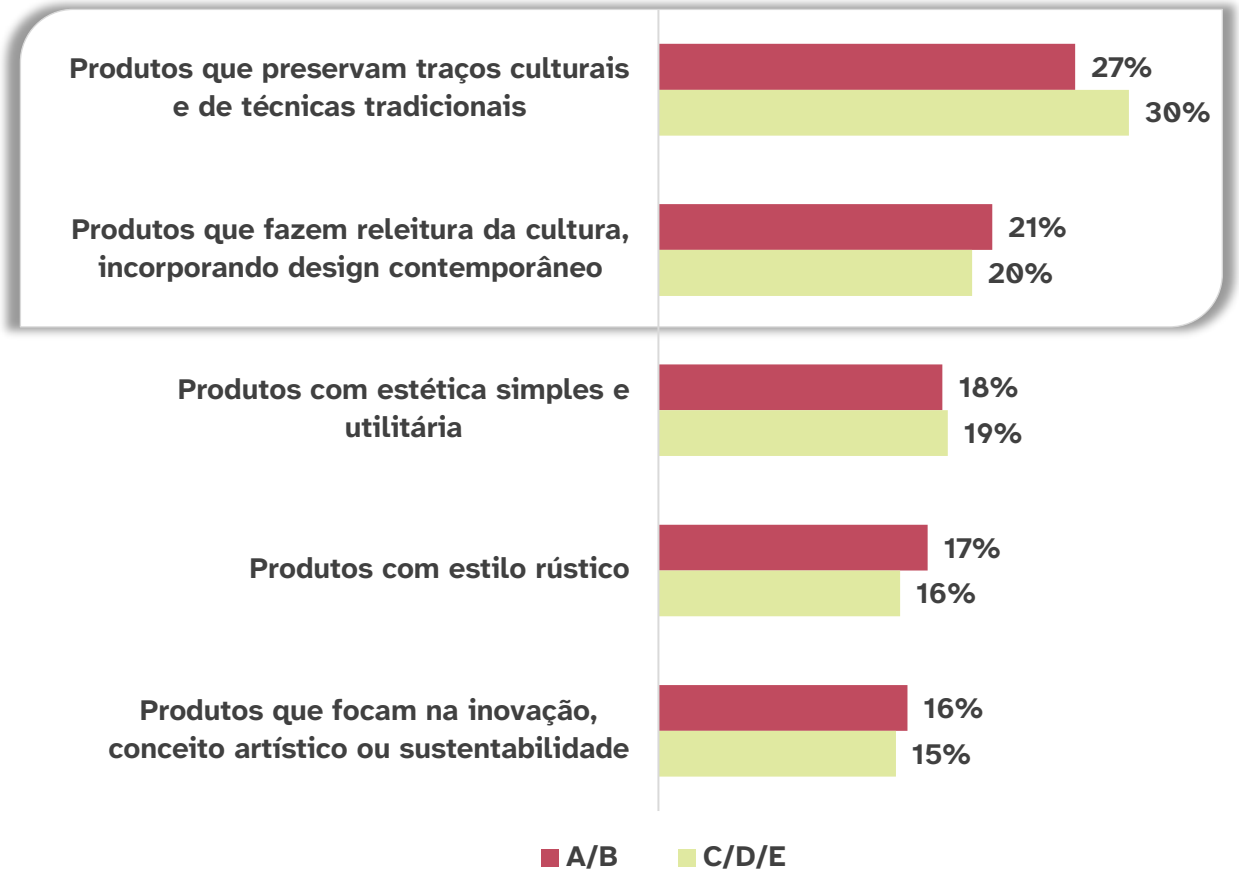
Concluindo: Classes A/B tendem a consumir mais itens decorativos, artísticos e culturais, com maior valor simbólico. Já as classes C/D/E apresentam maior participação em produtos de uso pessoal ou funcional.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI| Resposta múltipla

PREFERENCIAS DE ESTILO

Que tipo de estética ou estilo você estava buscando quando realizou a compra?



Fonte: IEMI

Perguntou se aos entrevistados que tipo de estética ou estilo eles estavam buscando quando realizou a compra de artesanato, dessa forma analisamos as respostas por grupos de classes sociais, portanto a análise segue abaixo:

Os consumidores brasileiros o comportamento de consumo de artesanato é relativamente **homogêneo entre classes sociais,** ou seja, a valorização cultural é transversal.

A classe **A/B** tem leve **inclinação maior para design contemporâneo**

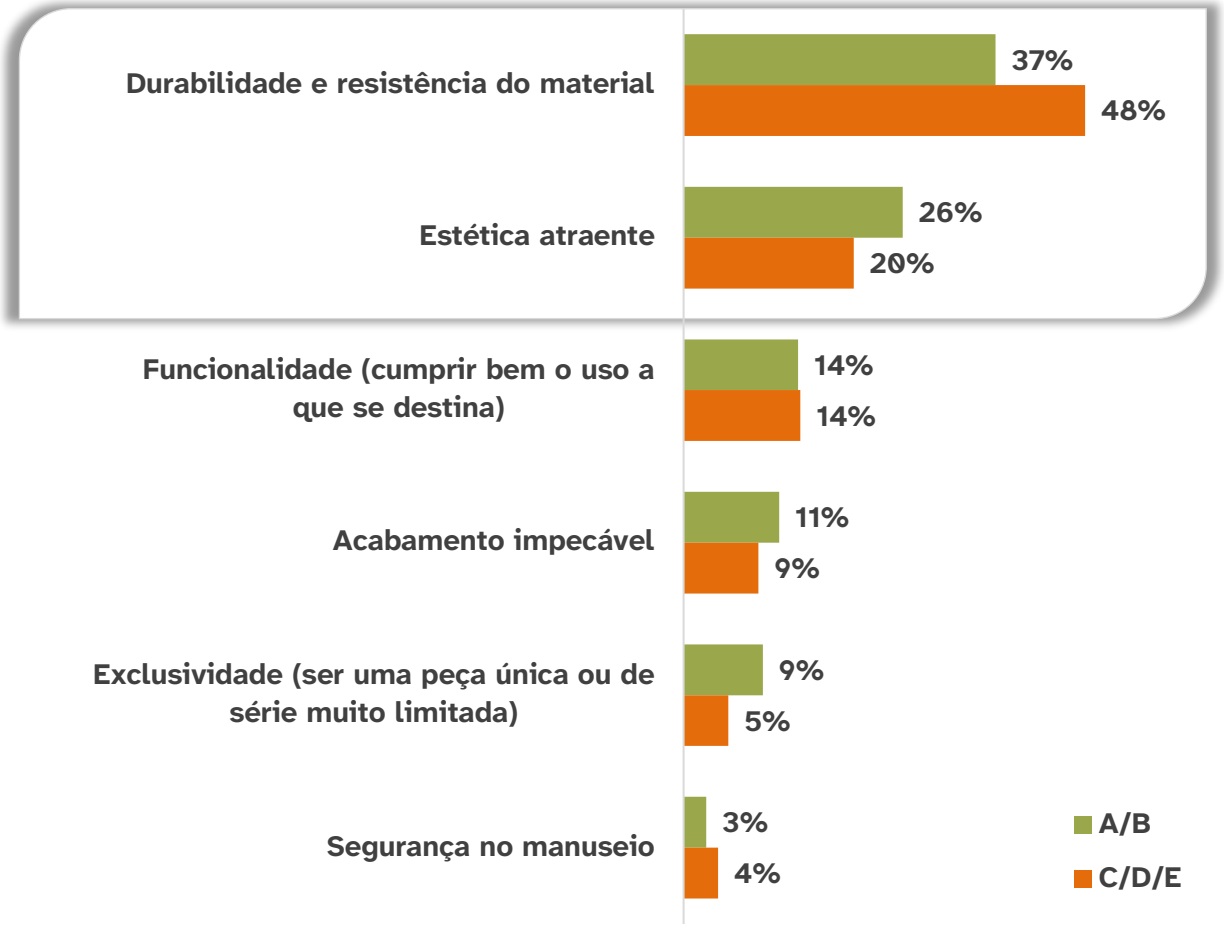
Enquanto a classe **C/D/E** valoriza mais a tradição pura (30% vs 27%).

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Inteligência de Mercado

FATORES DE QUALIDADE

Em relação à qualidade do produto artesanal, qual fator é mais importante para você?



Fonte: IEMI

Perguntou se aos entrevistados “em relação à qualidade do produto artesanal, qual fator era mais importante” quando realizou a compra de artesanato, dessa forma analisamos as respostas por grupos de classes sociais, portanto a análise segue abaixo:

Para o grupo **C/D/E**, a **durabilidade é o fator mais relevante**, quase metade dos entrevistados **(48%)**. Portanto, os consumidores com menor poder aquisitivo priorizam longevidade e custo-benefício, buscando peças que resistam ao uso prolongado. Para este público, o artesanato é visto majoritariamente como bem de uso, não apenas decorativo.

Já os grupos **A/B** também **valorizam**, mas em menor proporção, ou seja, estão mais abertos a outros atributos além da resistência. Associa qualidade também a **sofisticação**. Para este grupo o artesanato é percebido como item de **diferenciação** e expressão pessoal e de **exclusividade**.

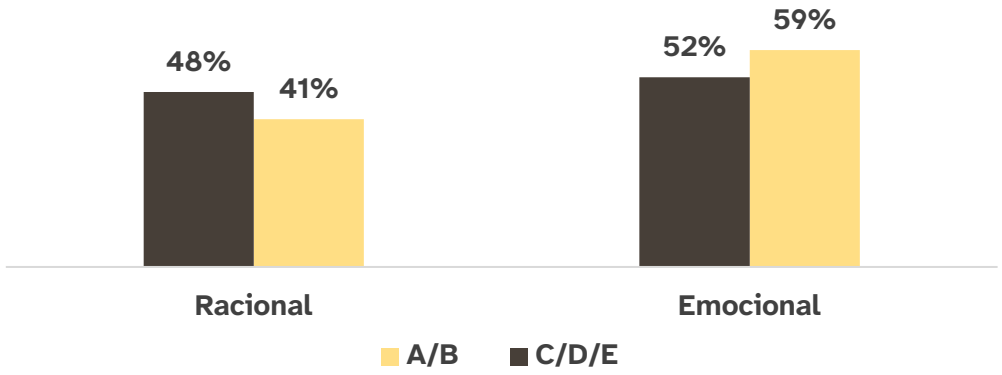
Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

NATUREZA DA DECISÃO

Quando você decide comprar um produto artesanal, qual é a natureza predominante que orienta essa decisão?



O grupo **A/B** apresenta maior predominância de **decisões emocionais (59%)**, ou seja, os consumidores de maior poder aquisitivo valorizam a estética, significado cultural e exclusividade, comprando por paixão ou conexão simbólica. Portanto este grupo apesar de considerar aspectos racionais, dão **mais peso ao valor simbólico e estético**.

Já no grupo **C/D/E**, embora também seja relevante o peso emocional, porém é menor, demonstrando que o consumo é mais equilibrado entre emoção e racionalidade- mostra maior inclinação para decisões racionais, priorizando utilidade, durabilidade e custo-benefício. Portanto, este grupo tem uma postura mais pragmática, em que o artesanato é avaliado também como investimento funcional.

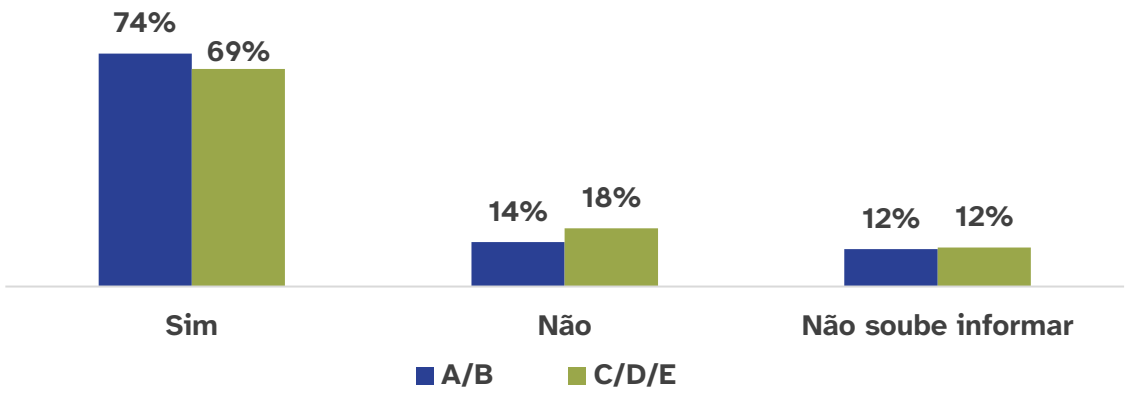
Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

INFLUÊNCIA DA CERTIFICAÇÃO

Se um produto artesanal vier com um selo que certifique que foi feito por um Mestre Artesão reconhecido, de indicação geográfica ou que apoia a formação de jovens aprendizes, isso influenciaria sua decisão de compra?

Influencia em sua compra o selo de certificação?



O grupo **A/B** apresenta **maior sensibilidade ao selo de certificação**, reforçando o valor simbólico e cultural do artesanato.

Nos grupos **C/D/E**, embora também atribui relevância ao selo de certificação, o impacto é ligeiramente menor, demonstrando que outros fatores como preço e durabilidade podem competir com o selo na decisão final.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

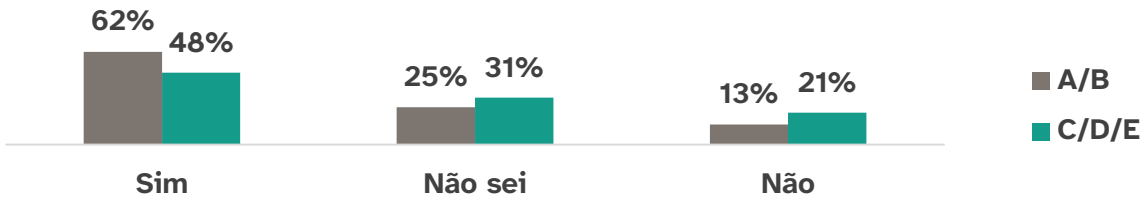
Fonte: IEMI

PAGAR MAIS PELO CERTIFICADO

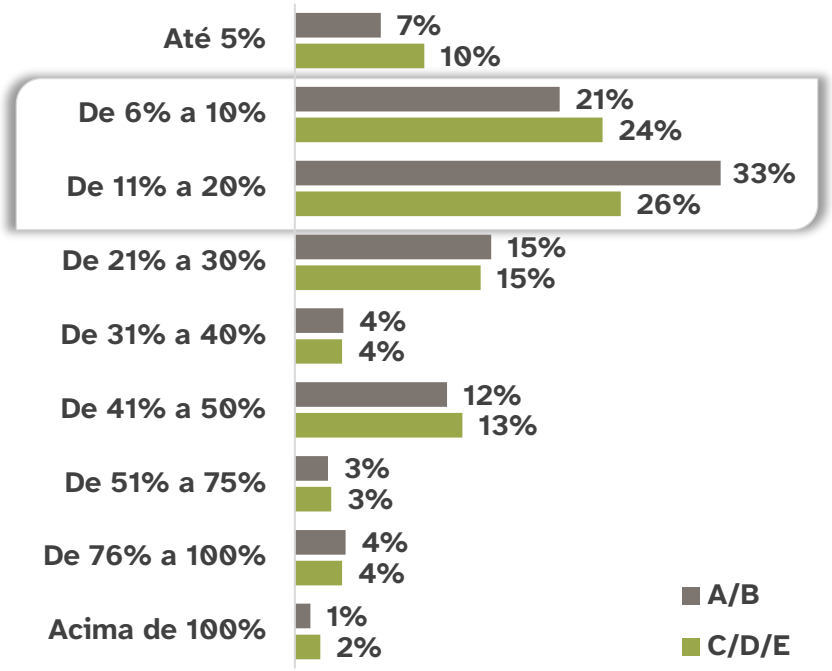
Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Você estaria disposto a pagar um preço mais alto por um produto com Certificação de Origem ou História comprovada?

Estaria disposto?



Sim. Até quanto %:



Fonte: IEMI

A **certificação** de origem e a história comprovada do produto artesanal **agregam valor** percebido, influenciando de forma significativa a disposição de pagamento do consumidor.

Portanto, o público **A/B** possui **maior disposição** para pagar mais por um produto certificado. Esse público **(62%)** aceitaria **pagar 20% a mais.**

Enquanto o público **C/D/E** apresenta **menor disposição**, com maior peso no preço e custo-benefício. Portanto, menos da metade aceitaria pagar mais.

Entretanto, os consumidores C/D/E que aceitariam (48%) pagar um preço mais alto por um artesanato certificado, pagariam em média 23%.

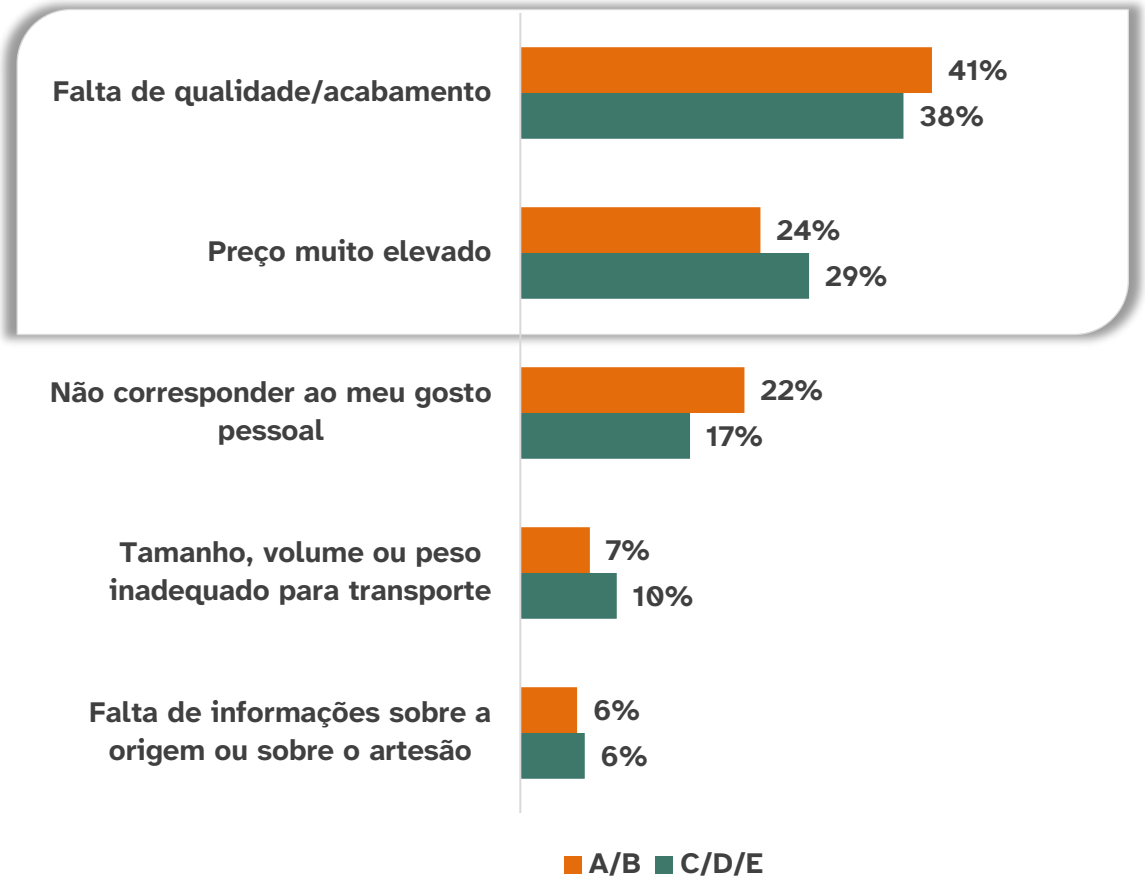
(%) Médio de quanto pagaria a mais
A/B : 25% e C/D/E: 23%

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Inteligência de Mercado

RAZÕES PARA NÃO COMPRAR

Qual seria o principal motivo para você NÃO comprar uma peça artesanal?



Fonte: IEMI

A pesquisa investigou quais fatores levam os consumidores a **desistirem da compra** de uma peça de artesanato, comparando os grupos sociais **A/B e C/D/E**.

A **falta de qualidade** e de **bom acabamento** aparece como o principal motivo de **rejeição** em ambos os grupos, evidenciando que esses atributos são críticos para todos os consumidores, independentemente da classe social. No entanto, o **peso desse fator é ainda maior** entre os consumidores da classe **A/B**, que demonstram maior exigência nesses quesitos.

Por outro lado, o **preço elevado** tem impacto mais significativo entre os consumidores das classes **C/D/E**, refletindo maior sensibilidade ao custo e à relação custo-benefício. Já no grupo A/B, embora o preço também seja relevante, ele tende a ser secundário em comparação com a qualidade percebida do produto.

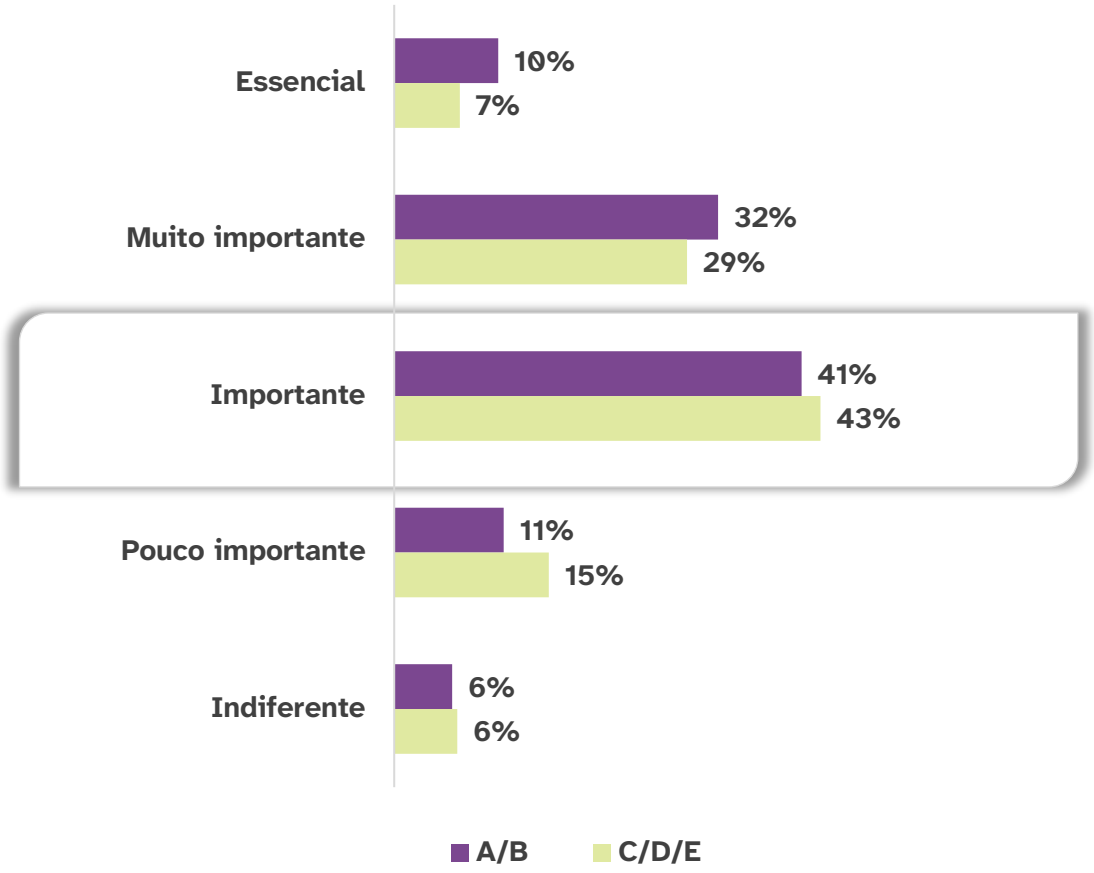
Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

IMPACTO DO VALOR AGREGADO

Quão importante é para você que o produto artesanal venha com informações de valor agregado (história, origem, certificação)?



Fonte: IEMI

A pesquisa avaliou o quanto os consumidores consideram **relevante** que o produto artesanal venha **acompanhado de informações adicionais** (história, origem, certificação), comparando os grupos sociais A/B e C/D/E

Para **A/B** (essencial e muito importante), **há maior exigência** de que o produto traga **informações de origem e autenticidade,** demostrando que a certificação e narrativa agregam valor simbólico e confiança.

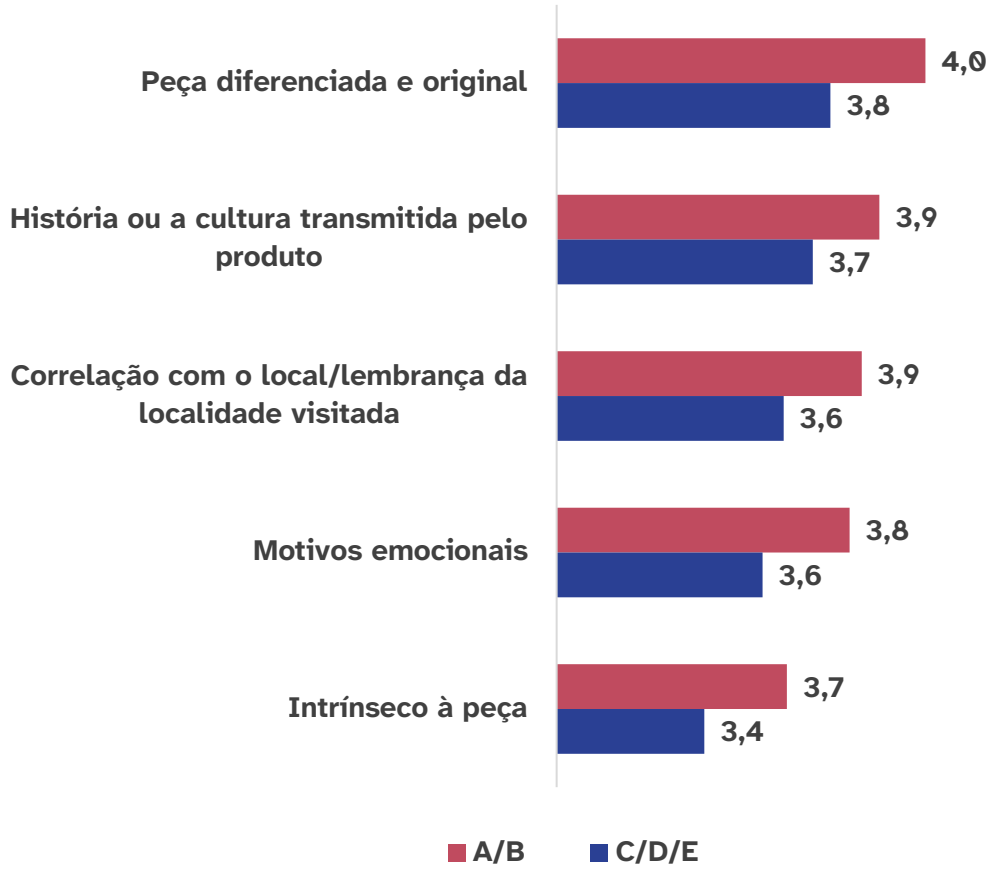
Já para o grupo **C/D/E** também reconhecem importância, ou seja, as informações de valor agregado **são vistas como diferencial competitivo**, **mas não como condição** absoluta de **compra**.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Inteligência de Mercado

SIMBOLISMO INTRÍNSECO

Qual o grau de importância que você atribui aos seguintes fatores de valorização emocional e simbólica do produto artesanal em Significado (Simbolismo) intrínseco à peça?



O fato de ser uma peça diferenciada e original é o atributo **mais valorizado** em ambos os grupos, com **destaque para A/B**.

A originalidade e exclusividade são vistas como atributos centrais do artesanato, reforçando sua identidade única frente a produtos industrializados.

Portanto, o artesanato é percebido como produto carregado de significado cultural e emocional, mas com nuances distintas entre os grupos sociais: **A/B busca status e simbolismo,** enquanto **C/D/E** valoriza memória e emoção, mas com o comportamento orientado principalmente **pela utilidade, funcionalidade e custo-benefício**.

Em % de Consumidores Amostra = 2.400

Fonte: IEMI

Nota: Foi utilizado uma escala de 5 pontos, onde:
1 = Nada Importante a 5 = Muito Importante)

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Inteligência de Mercado

FICHA TÉCNICA

Instituição Demandante

SEBRAE

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional
José Zeferino Pedroso

Diretor Presidente
Décio Lima

Diretor Técnico
Bruno Quick

Diretora de Administração e Finanças
Margarete Coelho

Gerente Da Unidade De Competitividade
Fabio Krieger Lopes Reis

Gerente Adjunto da Unidade de Competitividade
Patrícia Mayana

Gestora Nacional de Artesanato
Durcelice Cândida Mascêne

COMITÊ NACIONAL DE GOVERNANÇA DO CRAB
SEBRAE NACIONAL - Bruno Quick
SEBRAE RIO – Sergio Malta
SEBRAE AMAZONAS - Lamisse Said da Silva Cavalcante
SEBRAE PARÁ – Rubens da Costa Magno Júnior
SEBRAE ACRE – Kleber Campos Júnior
SEBRAE PARAÍBA – Luiz Alberto Gonçalves de Amorim
SEBRAE BAHIA – Franklin Santana Santos
SEBRAE CEARÁ – Joaquim Cartaxo Filho
SEBRAE PERNAMBUCO – Josiana Ferreira
SEBRAE MATO GROSSO – André Luiz Spinelli Schelini
SEBRAE GOIÁS – Marcelo Lessa
SEBRAE MINAS GERAIS – Afonso Maria Rocha
SEBRAE ESPÍRITO SANTO - Pedro Gilson Rigo
SEBRAE PARANÁ – César Rissete

SEBRAE RIO
Presidente do Conselho Deliberativo Estadual
Robson Carneiro

Diretor Superintendente
Antonio Alvarenga Neto

Diretor de Desenvolvimento
Sergio Malta

Diretor de Produtos e Atendimento
Marcelo Fiorini

CENTRO SEBRAE DE REFERÊNCIA DO ARTESANATO BRASILEIRO – CRAB
Gerência
Marc Diaz

Coordenação de Articulações E Parcerias
Ana Lúcia Simões-Corrêa

Coordenação de Administração e Finanças
Natalia Lorenzetti

Equipe CRAB
Alice Meditsch, Betina Monnerat, Bruna Pelegrino, Bruna Santos, Edson Gonçalves, Ellen Barbosa, Elys Vieira, Gabriel Lopes, Graciela Urquiza Mendes, João Victor Sarmento, Larissa Lynch, Laura Landau, Maria Eduarda Pinheiro, Mariana Carvalho, Nathalia Laurindo, Pierre Melonio, Tassiana Nascimento e Vinicius Henrique Mota

Gerência de Conhecimento e Competitividade
Margareth Sousa G. Carvalho - Gerente
Mara Cristian Godoy Silva - Analista
Tayná Luiza Batista Arruda - Analista

Gerência de Gestão Estratégica
Marcelo Pereira de Sousa - Gerente
Felipe da Silva Antunes - Analista
Simone de Oliveira Moura Dias - Analista

Inteligência de Mercado

FICHA TÉCNICA

Instituição Conteudista

IEMI – Inteligência de Mercado
www.iemi.com.br

Coordenação Geral:
Adriana Petruci Bezado, Bárbara de Moraes Castro
e Marcelo Villin Prado

Autor/Conteudista:
Deocar Alves Coutinho e Marcelo Villin Prado

Equipe Técnica:
Adriana Petruci Bezado, Francisca Costa
e Deocar Alves Coutinho

Pesquisa e Análise:
Francisca Costa e Deocar Alves Coutinho

Redação e Conteúdo:
Deocar Alves Coutinho

Revisão Técnica:
Adriana Petruci Bezado, Bárbara de Moraes Castro

Design e Diagramação:
Rodrigo Barbosa Mota

Título do Estudo:
Consumidores de Artesanatos

Subtítulo:
Estudo do Comportamento e Hábitos de Consumo de Produtos Artesanais

Local:
São Paulo – SP

Ano:
2026

Total de Páginas:
132

Direitos Autorais:
Este relatório foi desenvolvido com exclusividade pelo IEMI – Inteligência de Mercado. Seu conteúdo é confidencial e protegido por direitos autorais. A reprodução total ou parcial somente é permitida mediante autorização prévia.

Observações:
Pesquisa aplicada em janeiro de 2026, com 2.400 consumidores que adquiriram produtos artesanais (compradores) nos últimos 12 meses, de todas as classes sociais, gêneros e regiões do país. Amostra selecionada por cotas proporcionais nas grandes regiões do Brasil e de forma probabilística dentro de cada região.

Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro

Realização

INTELIGÊNCIA DE MERCADO

Av. Nove de Julho, 4877, 2º andar, cj. 21 B

Itaim Bibi, São Paulo/SP | CEP 01407-200

+55 11 3238-5800

www.iemi.com.br

Siga-nos nas redes sociais

/in/iemipesquisas

/iemi.inteligencia

/IEMIpesquisas

/iemiinteligencia

Importante

Este relatório foi desenvolvido com exclusividade pelo IEMI para o SEBRAE e seu conteúdo é confidencial. As informações apresentadas foram tratadas de acordo com as metodologias adequadas para o projeto e os direitos autorais sobre esse trabalho encontram-se protegidos, assim como sua reprodução exige autorização prévia. O usuário deste material assume integral responsabilidade pelas consequências da sua utilização e pelas decisões tomadas a partir deste conteúdo apresentado no relatório.

Centro Sebrae
de Referência
do Artesanato
Brasileiro

Inaugurado em 2016, o CRAB foi criado para ser o principal centro de excelência e referência do artesanato brasileiro, fortalecendo sua importância cultural, social e econômica. Mais do que produtos, são histórias, tradições, sentimentos e culturas de sua gente vinda de todos os cantos de um país continental, rico e plural.

crab.sebrae.com.br

PRAÇA TIRADENTES, N° 67 ao 71 - CENTRO, RIO DE JANEIRO - RJ, 20060-070
Horário de funcionamento: Terça-Sábado | 10h às 17h.

Inteligência
de Mercado

*O IEMI é referência em Inteligência de Mercado, **no seu mercado**.*

***Invista em dados valiosos e análises assertivas** para o desenvolvimento do seu negócio.*

*Acesse outros materiais como este e conheça nossos **Relatórios** e **Projetos Customizados**.*

www.iemi.com.br

Av. Nove de Julho, 4877, 2° andar, cj. 21 B. Itaim Bibi, São Paulo/SP | CEP 01407-200 | +55 11 3238-5800.