

APLICAÇÃO DE MÉTODO DE GESTÃO DE CUSTOS E FORMAÇÃO DE PREÇOS PARA PRODUTOS ARTESANAIS

APPLICATION OF COST MANAGEMENT AND PRICING METHODS FOR HANDCRAFTED PRODUCTS

Cassia Mousinho de Figueiredo, Instituto Federal do Rio de Janeiro

cassia.figueiredo@ifrj.edu.br

Anderson Alves Santos, Instituto Federal de Minas Gerais

alves.santos@ifmg.edu.br

Ronaldo dos Reis Barbosa, Instituto Federal de Minas Gerais

ronaldo.barbosa@ifmg.edu.br

RESUMO

O artesanato, embora seja uma fonte valiosa de geração de renda para muitos indivíduos, frequentemente sofre com a desvalorização. Muitos artesãos enfrentam dificuldades decorrentes da falta de conhecimento para gerir o próprio negócio, como métodos de custeio e estratégias para uma precificação adequada. Este trabalho tem o objetivo de aplicar um método de custeio condizente às características do produto artesanal para poder formar poder obter um melhor controle sobre o processo, uma precificação adequada e que resulte em uma condição benéfica para o negócio. Sob a metodologia de estudo de caso, foram analisados ao todo nove produtos de três micro empreendimentos do setor artesanal, a fim de examinar a relação entre os preços de venda praticados e os custos empregados na sua produção, além de demonstrar a aplicação do método para os artesãos. Como resultado observou-se que o prejuízo no trabalho artesanal pode chegar a um índice elevado, evidenciando a necessidade da realização dos cálculos de custos como um fator importante para a formação de preço e para a tomada de decisão acerca de estratégias de produção e escolhas de produtos para o portfólio.

Palavras-chave: Artesanato. Métodos de custeio. Precificação.

ABSTRACT

Craftsmanship, although a valuable source of income for many individuals, often suffers from undervaluation. Many artisans face difficulties stemming from a lack of knowledge in managing their own business, such as costing methods and strategies for proper pricing. The aim of this paper is to apply a costing method consistent with the characteristics of the artisanal product in order to obtain better control over the process, appropriate pricing and a beneficial condition for the business. Under the case study methodology, a total of 9 products from 3 microenterprises in the artisanal sector were analyzed in order to examine the relationship

between the sale prices charged and the costs employed in their production, as well as demonstrating the application of the method to artisans. As a result, it was observed that losses in artisanal work can reach a very high rate, highlighting the need for cost calculations as an important factor for pricing and decision-making regarding production strategies and better choices for the product portfolio.

Keywords: Craftsmanship. Costing methods. Pricing.

Apresentado e aprovado no IFMG em 05/04/2024

1 INTRODUÇÃO

O artesanato é uma atividade com presença expressiva na geração de recursos financeiros nos lares brasileiros, atuando principalmente como uma alternativa para o desemprego e a necessidade de complementação de renda. Segundo o Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2022), estima-se que no Brasil há cerca de 42,7 milhões de pessoas envolvidas com alguma atividade empreendedora, entre as quais o artesanato se destaca.

A pesquisa “O Artesão Brasileiro”, realizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) com 1301 artesãos, e abrangendo o território nacional, identificou que apenas 16% deles têm salário fixo, e 78% recebem por produção (SEBRAE, 2013). Do total dos respondentes, 60% tem o artesanato como principal fonte de renda, e isso estaria diretamente ligado ao nível de escolaridade destes artesãos: quanto menor a escolaridade, maior a participação do artesanato na renda.

Segundo o Termo de Referência de Atuação do Sistema Sebrae no Artesanato (SEBRAE, 2010), com um custo de investimento relativamente baixo, o setor artesanal pode promover alguns benefícios sociais, como a inserção da mulher e do adolescente em atividades produtivas; o estímulo à prática do associativismo; e o modo como permite ao artesão se fixar em seu local de origem, diminuindo o movimento pendular e evitando o crescimento desordenado dos centros urbanos. Apesar disso, os artesãos encontram diversos obstáculos para subsistir desse ofício, que predominantemente permanecem na informalidade e em situação precária de trabalho. O resultado disso é a frequente queixa acerca da desvalorização da atividade.

Observa-se, portanto, que o mercado artesanal, mesmo com o seu potencial de empregabilidade e geração de renda, está distante dessa realidade para muitos indivíduos. Entre as principais dificuldades relatadas pelos artesãos no desenvolvimento de suas atividades estão: comercialização, divulgação, venda dos produtos e a valorização do trabalho (SEBRAE, 2013).

Compreende-se que para alavancar a valorização do produto e do trabalho artesanal é necessário um esforço multifatorial, envolvendo diversos agentes e esferas de poder. Como exposto por Silva (2012), a sobrevivência dos pequenos negócios de artesanato depende de vários fatores internos e externos, que podem interferir em seu desenvolvimento. O autor também apresenta algumas possíveis causas, como os problemas financeiros, a falta de poder em negociações, a dificuldade de gestão e comunicação dos negócios, e a falta de conhecimentos sobre conteúdos jurídicos, precificação, técnicas de vendas, estratégias de marketing e comportamento do consumidor.

No contexto dos pequenos negócios, a gestão de custos e a precificação adequada dos produtos desempenham um papel fundamental na obtenção de lucratividade e sustentabilidade. No entanto, o que se observa no setor artesanal é que muitas vezes os preços praticados não atendem aos custos e não garantem uma remuneração justa. A atividade artesanal tem características únicas, que requerem especial atenção na escolha do método de custeio. Esse tipo de produção se difere muito de outras fabricações porque, em essência, se baseia no trabalho manual de um indivíduo, que pode perdurar por horas e até dias para compor uma peça. Todo esse esforço costuma ser muito mais dispendioso do que os materiais utilizados.

Todavia, é comum que alguns consumidores levem em consideração somente a matéria-prima para avaliar o valor do produto. Isso ocorre sobretudo em mercados mais saturados, em que há grande oferta de produtos semelhantes. Apesar disso, os artesãos alimentam essas práticas e também costumam desprezar os custos de seu próprio trabalho, como mostrou o trabalho de Sousa et al. (2012).

Diante desse contexto, formulou-se a questão: como aplicar um método de custeio que contemple as especificidades do trabalho artesanal, de modo a oferecer a esse profissional um necessário controle sobre seus custos e orientá-lo para uma precificação favorável?

Essa é uma pesquisa aplicada, e através da metodologia de estudo de caso e pesquisa documental os dados dos negócios de três microempreendedoras do artesanato foram examinados para levantar seus dados de custos e preços, a fim de fornecer informações para que orientar o artesão na gestão do negócio e oferecer um retorno justo ao trabalho.

O objetivo central desse trabalho é aplicar um método de custeio para apurar os custos de produtos artesanais e auxiliar na formação de preços para compará-los aos preços praticados pelos artesãos no mercado. Por meio deste estudo, pretende-se: identificar um método de custeio concordante com o caráter dos produtos e do trabalho artesanal; aplicar o método de custeio e formar o preço de venda baseado em custos dos produtos selecionados; comparar os preços praticados pelo artesão com aqueles resultantes dos cálculos;

e analisar as medidas que podem ser adotadas no âmbito do negócio artesanal, de modo a fornecer ao artesão um melhor controle sobre o seu processo e gestão do negócio.

Espera-se que esse estudo possa auxiliar os artesãos a aplicar métodos de custeio e formação de preços para que possam melhor identificar os produtos mais lucrativos e aqueles que lhes causam prejuízo, repensar os preços de venda, replanejar materiais, modelos e processos, embasar negociações, entre outras decisões a serem tomadas.

Esse texto está estruturado em quatro partes. Após a Introdução é apresentado o Referencial Teórico, no qual são abordados os conceitos relacionados à Atividade Artesanal, aos Métodos de Custeio e os Métodos de Precificação. Em seguida, na Metodologia, discorre-se sobre conceitos da Pesquisa Aplicada e da obtenção de dados por meio de Pesquisa Documental. Nesta mesma seção o estudo de caso é definido, apresentado, detalhado e analisado. Por fim, são feitas as Conclusões acerca dos dados obtidos, relacionados à questão norteadora e aos objetivos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Atividade artesanal

O artesanato é uma atividade que está relacionada à história da humanidade. De um ofício que era responsável pela produção dos objetos necessários à sobrevivência do homem primitivo até tornar-se um trabalho gerador de renda para diversas famílias, o artesanato passou por muitas transformações (CASTILHO et al., 2017).

No mundo industrializado em que vivemos, a atividade artesanal, caracterizada pela produção de artefatos feitos à mão, resulta na criação de produtos únicos, que podem ser personalizados e exclusivos. Em sua essência, o trabalho do artesão deve refletir a identidade cultural de um determinado grupo ou região, por meio do pleno domínio de processos e técnicas de transformação da matéria-prima em um produto acabado (BRASIL, 2015).

A lei 13.180, de 22 de outubro de 2015, enfatiza o caráter manual do ofício, ao afirmar que "presume o exercício de atividade predominantemente manual, que pode contar com o auxílio de ferramentas e outros equipamentos, desde que visem a assegurar qualidade, segurança e, quando couber, observância às normas oficiais aplicáveis ao produto" (BRASIL, 2015).

A portaria SCS/MDIC nº29 (BRASIL, 2010) também ressalta a manualidade da atividade, ao mesmo tempo em que aponta o aspecto cultural. Segundo essa portaria, artesão é:

o trabalhador que de forma individual exerce um ofício manual, transformando a matéria-prima bruta ou manufaturada em produto acabado. Tem o domínio técnico sobre materiais, ferramentas e processos de produção artesanal na sua especialidade, criando ou produzindo trabalho que tenham dimensão cultural, utilizando técnica predominantemente manual, podendo contar com o auxílio de equipamentos, desde que não sejam automáticos ou duplicadores de peças.

O artesanato pode abranger uma ampla variedade de áreas, como cerâmica, tecelagem, marcenaria, joalheria, escultura, bordado, pintura, cestaria, entre outros. Os materiais utilizados podem incluir madeira, barro, metal, pedra, tecidos, fibras naturais e outros recursos disponíveis na região (BRASIL, 2010). Em muitos lugares, o artesanato tem sido visto como patrimônio cultural e promovido como produto turístico, de modo a contribuir para o desenvolvimento local e para a preservação das tradições (VAL; MAKIYA; CUNHA, 2014).

Borges (2011) demonstra a relevância econômica da atividade artesanal, informando que um artesão que vive nos grandes centros urbanos movimenta cerca de três salários mínimos por mês e os das pequenas cidades, cerca de meio salário mínimo. Segundo a

autora, em média, o setor de artesanato movimenta R\$55 bilhões anuais, sendo então um dos cinco maiores contribuintes para o Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro.

É importante destacar que o sucesso da geração de renda por meio do artesanato depende de vários fatores, como qualidade dos produtos, acesso a mercados, capacitação empreendedora e apoio institucional. Apesar da potencialidade do artesanato como uma atividade empreendedora, a informalidade e a precariedade estão presentes no trabalho de muitos indivíduos.

Em relação a isso, observa-se que o mercado artesanal enfrenta dificuldades no ramo da gestão e manutenção dos negócios. Na já mencionada pesquisa “O Artesão Brasileiro”, realizada pelo SEBRAE, as principais dificuldades levantadas foram a comercialização, a falta de visão de mercado e a valorização dos produtos, e a área apontada pelos artesãos como a de maior necessidade de capacitação foi a financeira (SEBRAE, 2013).

Outras pesquisas também apontaram dificuldades gerenciais enfrentadas pelos artesãos. Silva (2012) entrevistou 72 expositores da Feira Trianon de artesanato, em São Paulo e constatou que 79,17% deles desconheciam instrumentos de contabilidade e 51,39% desconheciam fluxo de caixa, levando a uma má gestão de seus negócios.

A respeito da dificuldade de sobrevivência das empresas, Sousa et al. (2012) ressaltaram que a realidade de uma grande parte dos empreendimentos de artesanato é um começo de forma leiga, negligenciando a importância da visão gerencial do negócio. Por desinformação, esses indivíduos aplicam percentuais inadequados nos seus cálculos, sem conseguir uma remuneração coerente com o trabalho realizado. Queiroz et al. (2013) utilizaram questionários com trinta artesãos na cidade de Fortaleza e em Mindelo, Cabo Verde, com o objetivo de identificar as estratégias de formação de preços destas microempresas. Verificou-se nas duas cidades analisadas que são utilizadas diferentes maneiras de precificação dos produtos e um desconhecimento de ferramentas gerenciais para o negócio.

Para tentar auxiliar esse público, alguns autores e instituições elaboraram cartilhas e planilhas para viabilizar o controle e cálculo de custos e formação de preços. Alves e Mandail (2014) produziram uma publicação com tabelas e orientações para os artesãos, utilizando o método de custeio por absorção e a precificação baseada em custos. O SEBRAE já publicou diversos materiais com esse teor, como a desenvolvida por Resende (2017), que é orientada para micro e pequenas empresas, e a “Precificação no Artesanato” (SEBRAE, 2014), que é destinada especificamente a esse público. No primeiro material, o autor aborda diversos fatores que impactam a formação de preços e variáveis para o cálculo dos custos, e no segundo, a instituição trata do custeio variável e da formação de preços baseada em custos.

A falta de conhecimento acerca desses temas vem acompanhada de uma escassez de materiais direcionado aos artesãos. Ainda que tenha sido ofertada uma grande quantidade de conteúdos sobre empreendedorismo nas redes sociais nos últimos anos, verifica-se grandes lacunas no que diz respeito à natureza do trabalho artesanal e à difícil realidade do esforço de sobrevivência desse pequeno empreendedor.

2.2. Métodos de custeio

Métodos de custeio são técnicas utilizadas pelas organizações para atribuir custos aos produtos, serviços ou processos. Esses métodos são importantes para a contabilidade de custos e ajudam as empresas a tomar decisões relacionadas a diversos fatores, como formação de preços, controle de custos, planejamento financeiro e análise de rentabilidade (MEGLIORINI, 2012).

Francisco Filho (2020) afirma que o sistema de custeio deverá estar integrado ao modelo de gestão da organização, e que vários métodos podem ser combinados em uma proposta de acordo com a necessidade da empresa. Há diversos sistemas de custeio, alguns dos principais são: custeio por absorção, custeio variável e o custeio baseado em atividades (ABC).

O método de custeio por absorção é uma abordagem na qual todos os custos de produção, diretos e indiretos, fixos e variáveis, são absorvidos e incorporados ao custo dos produtos ou serviços. Esse método busca distribuir de forma equivalente os gastos de acordo com o que foi realmente executado, deixando em segundo plano a separação entre gastos fixos e variáveis (CORREA, 2019).

Os custos diretos são aqueles cuja identificação e cálculo para cada unidade de produto fabricado ou vendido são objetivos e altamente precisos (PADOVEZE, 2016). Nesse método os custos diretos, como matéria-prima e mão de obra direta, são identificados e alocados diretamente aos produtos. Os custos indiretos representam os demais gastos da empresa, nos quais não há uma identificação e mensuração precisas. Para serem incorporados aos custos diretos precisam passar pelo procedimento de apropriação chamado rateio. O rateio dos custos indiretos é o que caracteriza o custeio por absorção (PADOVEZE, 2016). Desta forma, os custos indiretos de fabricação, como aluguel, manutenção do espaço e energia elétrica, são rateados e atribuídos aos produtos seguindo critérios pré-estabelecidos.

O custeio por absorção é o método mais comumente utilizado para fins de relatórios financeiros externos, atendendo aos princípios contábeis geralmente aceitos. Mas, segundo Megliorini (2012) essa abordagem tem alguns problemas, como os critérios de rateio que podem

ser subjetivos e arbitrários, e as variações de custo que um produto pode ter ao se variar a quantidade produzida, podendo levar a decisões equivocadas.

Diferentemente do método de custeio por absorção, no custeio variável apenas os custos diretos são alocados nos produtos, enquanto os custos indiretos de fabricação são tratados como despesas do período (MARTINS, 2003).

Esses custos são considerados como parte do custo variável, pois variam proporcionalmente em relação à quantidade produzida. O custeio variável se baseia no fato de que os custos indiretos de fabricação e as despesas de comercialização e distribuição são considerados custos fixos, pois não variam com a quantidade produzida. Esses custos são tratados como despesas do período e não são atribuídos aos produtos (CORREA, 2019).

O custeio variável é muito útil para fins de análise de custos e tomada de decisões, pois fornece uma separação clara entre os custos fixos e os custos variáveis. Ele permite uma melhor compreensão da relação entre os custos e a quantidade produzida, e simplifica a identificação de bens ou serviços mais rentáveis para a empresa (MEGLIORINI, 2012). Correa (2019) aponta que o enfoque do custeio variável é gerencial e no produto, o que auxilia os gestores a tomarem decisões de curto prazo, mas apresenta erros e não é aceito pela legislação fiscal. Outra desvantagem é a dificuldade na correta identificação dos custos variáveis (MEGLIORINI, 2012).

O método de custeio por atividade, também conhecido como custeio ABC (*Activity-Based Costing*), é uma abordagem contábil que busca atribuir os custos indiretos aos produtos, serviços ou processos com base nas atividades que consomem recursos. Correa (2019) argumenta que esse método se apresenta como uma alternativa ao problema de alocação dos custos indiretos de produção. Segundo Megliorini (2012), esse método se baseia no princípio de que os recursos de uma empresa são consumidos pelas atividades que ela desempenha, e os produtos e serviços são resultado dessas atividades.

Esse método é realizado em duas fases: na primeira é feito o custeio das atividades e processos desenvolvidos pela empresa; na segunda fase as atividades são alocadas aos produtos ou serviços ou a qualquer outro item de rateio (FRANCISCO FILHO, 2020). Diferentemente do custeio por absorção, que aloca os custos indiretos com base em critérios de rateio, o custeio por atividade procura identificar e mensurar as atividades que consomem recursos e relacioná-las aos produtos de maneira mais precisa.

Megliorini (2012) aponta como uma das principais vantagens do método o fato de os gestores poderem identificar as atividades que geram valor para o cliente e eliminar aquelas que são desvalorizadas. Isso auxilia na identificação de oportunidades de redução de custos, no

direcionamento de melhorias de processos e na tomada de decisões mais informadas relacionadas a precificação, mix de produtos e alocação de recursos. Apesar de poder trazer benefícios gerenciais para a empresa a longo prazo, tem a desvantagem de ser de difícil implantação, oneroso e com dificuldade de definição de atividades e direcionadores de custos (CORREA, 2019).

2.3. Métodos de Precificação

Estabelecer preços é uma estratégia que deve ser conhecida pelos artesãos. Ao estabelecer preços de forma coerente diante do mercado e de sua estrutura produtiva, o artesão contribui para que haja o devido retorno de seu tempo e material investidos, bem como a merecida remuneração (MEGLIORINI, 2012).

Kotler e Armstrong (2023) destacam a importância da precificação como uma ferramenta estratégica para criar valor para o cliente, pois ela é um elemento que direciona o público. Produtos precificados abaixo de mercado geram desconfiança em relação à sua qualidade; enquanto aqueles precificados muito acima fogem das expectativas de compra dos possíveis clientes.

Para que se tenha sucesso na estratégia, a formação de preços deve ser feita considerando fatores internos e externos. Os fatores internos referem-se aos produtos e à empresa, como custos de produção e objetivos financeiros, enquanto os fatores externos estão condicionados ao mercado, clientes, concorrência, demandas, etc. (DE SOUZA et al., 2005). Portanto, uma precificação que leve em consideração apenas as questões internas ou externas poderá gerar um resultado falho e prejudicial.

Cruz et al. (2013) enfatizam que não existe uma fórmula para precificar bens e serviços, devido à complexidade de cada mercado. No entanto, há diversas etapas, especificações e variáveis que devem ser consideradas em todos os casos. Esses fatores versam sobre o entendimento das características do bem ou serviço, aliados à identificação e à análise das variáveis que impactam na formação de preços. Tais variáveis podem ser divididas em quatro grupos: (1) variáveis econômicas; (2) variáveis de custos; (3) variáveis mercadológicas e (4) variáveis societárias e tributárias.

Dentre os diversos métodos, Kotler e Armstrong (2023) apresentam três estratégias de formação de preços: baseada na concorrência, baseada nos custos, e baseada no valor percebido pelo consumidor. Importante observar que, como já sinalizado por Cruz et al. (2013), trabalhar cada método de forma isolada oferece um resultado limitado e incoerente com os

demais fatores. Cada um tem as suas características e pode ser utilizado em combinação com outro de acordo com o contexto e objetivos da empresa. Esses três métodos serão vistos a seguir.

O método de formação de preços baseado em custos considera os custos de produção, distribuição e comercialização de um produto ou serviço, atribuindo-lhes ainda uma margem de lucro, para determinar o preço de venda. Megliorini (2012) afirma que independentemente da abordagem de formação de preço utilizada, o conhecimento dos custos do produto ou serviço é fundamental. Em seguida, o autor aponta que para a definição do preço de venda a partir dos custos é necessário agregar-lhes uma margem conhecida como *mark-up*. O *mark-up* consiste em um índice ou percentual definido pela empresa e depende do tipo de custeio utilizado. Para o método de custeio variável, por exemplo, o *mark-up* terá que corresponder a um percentual que cubra os custos fixos de produção. Em qualquer método de custeio o *mark-up* deve ser estimado para cobrir os gastos não incluídos no custo, os tributos e comissões incidentes sobre o preço e o lucro desejado pelos gestores (MARTINS, 2003).

Na estratégia de formação de preços baseada em custos a empresa visa garantir que seus produtos ou serviços cubram os custos operacionais e de produção, além de proporcionar uma margem de lucro que compense os investimentos realizados. No entanto, essa estratégia tem suas limitações, especialmente se não considerar adequadamente a percepção de valor dos clientes, a concorrência e outros fatores externos que podem afetar o preço de mercado, como aqueles apurados por De Souza et al. (2005).

A estratégia de determinação dos preços baseada no valor percebido pelo cliente parte do valor que os clientes atribuem ao produto ou serviço. Nessa abordagem, o preço é considerado junto com as outras variáveis do mix de marketing (KOTLER; ARMSTRONG, 2023), em paralelo à avaliação da percepção dos clientes em relação aos benefícios, qualidades e demais atributos que o produto ou serviço pode lhe oferecer. Ou seja, os autores defendem que a primeira etapa da determinação do preço de venda consiste em avaliar as necessidades, percepções de valor pelo cliente e qual o preço que está disposto a pagar, para somente em seguida desenvolver um produto que atenda a esses fatores (KOTLER; ARMSTRONG, 2023).

Esse método é particularmente eficaz em mercados onde há forte diferenciação de produtos e serviços e as marcas têm influência na decisão de compra. O setor de marketing da empresa deve se encarregar de mostrar para o público que o valor do produto ou serviço justifica a sua compra (KOTLER; ARMSTRONG, 2023). Isso porque nem todo consumidor reconhece o valor econômico correto de um produto ou serviço, tornando-se fundamental investir na comunicação dos benefícios que são importantes para ele (NAGLE; HOGAN, 2007).

Para o segmento de artesanato, é muito importante considerar essa abordagem na formação de preços, pois o trabalho artesanal refere-se a atributos como exclusividade, identidade e valores culturais e históricos, que estão muito mais relacionados à percepção de um valor intangível do que a um valor econômico. Em vista disso, o artesão que conhece bem o seu público, compreende o segmento em que atua e identifica as qualidades e benefícios que entrega tem maiores chances de atingir uma precificação adequada, tanto para ele quanto para o cliente.

Logo que a empresa ou o profissional tenha identificado o tipo de mercado em que atua, é importante analisar seus concorrentes para reconhecer suas estratégias, fornecedores, insumos produtivos e custos (PEREIRA, 2021). Neste caso realiza-se a formação de preços baseado na concorrência, que consiste na utilização das informações dos concorrentes no mercado como os principais fatores na determinação do preço de um produto ou serviço oferecido pela empresa. Kotler e Armstrong (2023) argumentam que essa abordagem se refere ao fato de que os clientes fazem julgamentos de valor também baseados nos preços que os concorrentes cobram por artigos similares. Deste modo, esse método é interessante para obter uma compreensão do contexto competitivo e evitar preços muito discrepantes do mercado.

Por outro lado, esse método, de modo isolado, pode levar a uma competição excessiva em termos de preço, reduzindo as margens de lucro e prejudicando o retorno financeiro. Para o trabalho do artesão essa prática pode se tornar especialmente predatória, pois produtos com atributos diferenciados e qualidades intangíveis não deveriam ser precificados apenas com base nos concorrentes. Portanto, é aconselhável combinar essa abordagem com outras para criar um preço que seja equilibrado e adequado às metas e ao posicionamento da empresa no mercado (NAGLE; HOGAN, 2007).

3 METODOLOGIA

Este trabalho partiu de uma revisão bibliográfica acerca das necessidades e desafios enfrentados pelos profissionais do segmento artesanal. Nessa etapa, conforme apresentado anteriormente, foram elencadas algumas dificuldades acerca da gestão do negócio de artesanato, que prejudicam o desempenho do empreendimento e a remuneração adequada do profissional. Diante desse fato, foi identificado um problema a ser solucionado: a necessidade de utilização de um método de custeio que ajude o artesão a tomar decisões que beneficiem a estrutura financeira do negócio. Baseado na revisão bibliográfica também foi definido o método de custeio por absorção para ser aplicado com os dados referentes ao produto artesanal.

Essa é uma pesquisa aplicada, pois, segundo Vergara (2007) pesquisas dessa natureza têm finalidade prática, e são fundamentalmente motivadas pela necessidade de resolver problemas concretos. Esses problemas são aqueles que estão presentes nas atividades das instituições, organizações, grupos ou atores sociais (FLEURY; WERLANG, 2017).

A pesquisa foi realizada sob a forma de estudo de caso, que, de acordo com Yin (2001), é uma investigação empírica de um fenômeno dentro do seu contexto, e que abrange o planejamento, a coleta e a análise de dados. Esse método pode envolver casos individuais ou múltiplos, além de adotar abordagens tanto quantitativas quanto qualitativas de pesquisa. Gil (2008) enfatiza a importância do estudo de caso para se alcançar uma compreensão ampla e detalhada resultante do estudo minucioso de um ou poucos objetos. Nessa pesquisa, o método de custeio por absorção foi aplicado com a utilização dos dados de produtos de três micro empreendimentos do setor artesanal.

Para a obtenção dos dados da pesquisa foi feita uma pesquisa documental, que é aquela realizada em documentos pertencentes a órgãos públicos ou privados, de qualquer natureza, como: registros, regulamentos, memorandos, balancetes, circulares, fotografias, filmes, cartas, etc. (VERGARA, 2007). Gil (2008) aponta como uma vantagem desse método a capacidade de se obter dados em quantidade e qualidade consideráveis, ao mesmo tempo em que evita a possibilidade de causar constrangimento às pessoas por sua abordagem indireta. Os dados que foram coletados são definidos por Gil (2008) como registros institucionais escritos e considerados como documentos de segunda mão, pois, de alguma forma, já foram analisados previamente. É importante destacar que esse tipo de análise também contribui, no caso dos negócios analisados, para diminuir as possibilidades de incorreções.

3.1. Objeto de estudo

A pesquisa foi aplicada com os dados de três artesãs microempreendedoras individuais das cidades de Belford Roxo e Queimados, localizadas na Baixada Fluminense, estado do Rio de Janeiro. Elas elaboram todas as etapas da confecção dos produtos e também desempenham as demais atividades necessárias para o funcionamento do negócio. Todas elas atuam no ramo do artesanato têxtil, como pode ser visto a seguir:

- Artesã A: bonecos de amigurumi (técnica de crochê). Vende em feiras e online.
- Artesã B: laços, presilhas e tiaras para bebê. Vende online.
- Artesã C: objetos utilitários e de decoração feitos em crochê com fio de malha. Vende em feiras e online.

As microempreendedoras participam (artesã C) ou já participaram (artesãs A e B) de projetos de extensão coordenados por um dos autores deste trabalho, e autorizaram o acesso aos seus dados de custos para os objetivos da pesquisa.

3.2. Levantamento dos dados

As três microempreendedoras disponibilizaram voluntariamente os dados necessários à pesquisa por meio de planilhas de controle utilizadas por elas, em formato digital (artesãs A e B) ou em papel (artesã C). Por meio de pesquisa documental, foram analisados os dados de nove produtos artesanais, três de cada micro empreendimento. São peças com materiais, tempos de confecção, técnicas e valor de mercado variados, para permitir uma investigação prolífera. Todos os dados para o cálculo dos custos foram conferidos e atualizados, quando necessário. Os preços de venda também foram obtidos através do acesso às planilhas e são aqueles praticados pelas microempreendedoras.

Para o cálculo do custo dos produtos, foi utilizado como referência o trabalho de Alves e Mandail (2014), com algumas adaptações. Os autores apresentam planilhas bem detalhadas e direcionadas ao ofício artesanal, além de utilizar o método de custeio por absorção. No entanto, eles propõem outros critérios de rateio dos custos indiretos, além de projeções de produção e venda mensais. Nesta pesquisa esses fatores foram modificados tendo em vista um melhor ajuste à dinâmica da atividade.

Para cada um dos produtos estudados foi feito o levantamento dos elementos necessários para o cálculo do custo do produto por absorção, como: matéria-prima, mão de obra direta, gastos indiretos dos produtos, despesas, impostos, horas trabalhadas e remuneração do artesão.

3.3. Aplicação do método de custeio

Foram elaboradas planilhas de acordo com as características dos produtos artesanais para separar e alocar os dados dos negócios divididos em: custos diretos variáveis, custos indiretos variáveis e despesas fixas. Esses dados serão vistos mais detalhadamente a seguir.

3.3.1. Custos diretos variáveis

Correspondem aos custos de variam diretamente em relação à quantidade produzida de determinado produto. Foram considerados como custos diretos variáveis: matéria-prima e mão de obra.

3.3.1.1. Matéria-prima

Para o cálculo de matéria-prima, foram indicados todos os materiais necessários para confeccionar cada produto, incluindo embalagens, etiquetas e *tags*. Foram consideradas as quantidades consumidas de cada item, custo unitário e custo total.

3.3.1.2. Mão de obra

O custo de hora de trabalho foi calculado em relação ao número de horas mensais dedicadas por cada artesã e à remuneração pretendida.

$$\text{Custo de Mão de Obra por Hora} = \text{Salário Desejado} / \text{Horas Mensais Trabalhadas}$$

Como mão de obra foram consideradas tanto as horas de produção manual dedicadas à produção de cada peça quanto aquelas destinadas às outras atividades do negócio. As horas destinadas às outras atividades foram consideradas como forma de contemplar toda a carga horária necessária para o funcionamento do empreendimento e evitar prejuízos. Ainda que essas horas sejam desempenhadas de forma indireta, elas fazem parte da carga horária mensal de trabalho do artesão. Para os cálculos de custo, as horas de produção por peça foram consideradas como mão de obra direta, e as horas relacionadas à outras atividades foram consideradas como mão de obra indireta, pois geram custos que precisam ser rateados e alocados. Um dos principais custos indiretos nesse contexto é o trabalho realizado pelo artesão em outras tarefas, como pesquisa e compra de material, atendimento ao cliente, vendas, etc.

Como foi visto no Item 2.2, um dos desafios do método de custeio por absorção é definir os critérios de rateio adequadamente. De acordo com Martins (2003), os custos indiretos só podem ser apropriados aos produtos mediante critérios de rateio, estimativas, previsão de comportamento de custos, etc. Esses critérios podem ser baseados em diversos fatores, alguns deles são: horas-máquina, mão de obra direta, matéria-prima, custo direto total, entre outros.

Para o cálculo da mão de obra indireta por peça foi utilizado como critério de rateio a mão de obra direta consumida por peça. Ou seja, para fazer o cálculo do custo da mão de obra

indireta por produto, foi identificado para cada artesã o índice de participação das outras atividades na carga horária de trabalho mensal. Essas horas foram estimadas por elas, com base em suas anotações de gestão do tempo.

O cálculo do índice de mão de obra indireta foi feito da seguinte forma:

$$\text{Índice de mão de obra indireta} = \text{Horas Mensais de mão de obra indireta} / \text{Horas Mensais de mão de obra direta}$$

Esse índice foi alocado às horas de mão de obra direta de cada produto. Em seguida, o custo de mão de obra por peça foi obtido pela soma da carga horária direta e indireta, multiplicado pela remuneração por hora da artesã (Quadro 1):

$$\text{Custo total de mão de obra por peça} = (\text{Horas de mão de obra direta} + \text{Horas de mão de obra indireta}) \times \text{Custo por hora}$$

	Produtos	Mão de obra direta (horas)	Índice	Mão de obra indireta (horas)	Mão de obra total (horas)	Custo / hora (R\$)	Custo total por peça (R\$)
Artesão A	A1	5	0,5	2,5	7,5	8,75	65,62
	A2	3,62	0,5	1,81	5,43	8,75	47,51
	A3	1,76	0,5	0,88	2,64	8,75	23,10
Artesão B	B1	0,166	1	0,166	0,33	18,75	6,18
	B2	0,25	1	0,25	0,5	18,75	9,37
	B3	0,166	1	0,166	0,33	18,75	6,18
Artesão C	C1	1	0,5	0,5	1,5	8,25	12,37
	C2	5	0,5	2,5	7,5	8,25	61,88
	C3	6	0,5	3	9	8,25	74,25

Quadro 1 - Levantamentos dos custos de mão de obra de cada produto
Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

3.3.2. Custos indiretos variáveis

Os custos indiretos podem ser variáveis ou fixos, ou seja, serem influenciados ou não pela quantidade produzida. Esse é o caso de custos como consumo de água e luz. No caso do artesanato é difícil fazer essa separação, pois depende do ramo de atividade e do tipo de produto a ser confeccionado. Por exemplo, há trabalhos que demandam o uso de ferramentas fonte de calor, onerando a fatura de energia elétrica daquele período. O importante é avaliar qual o impacto desse item no trabalho e no cálculo dos custos.

Foram considerados como custos indiretos variáveis o pagamento de taxas para participação de feiras, transporte, manutenção e depreciação de equipamentos e ferramentas,

energia elétrica e água. Todos esses custos indiretos variáveis foram rateados e alocados nos custos dos produtos de acordo com os critérios de rateio que serão vistos adiante.

3.3.3. Custos fixos

Foram considerados como custos fixos: imposto MEI, mensalidade de plano Internet, telefonia fixa e móvel, aluguel, despesas com divulgação. Assim como os custos indiretos, os custos fixos dependem de critérios de rateio.

Para esse trabalho foi utilizada a mão de obra do artesão por peça, realizada de forma direta e indireta (mão de obra total) como critério de rateio para os custos indiretos variáveis e fixos, visto que esse é um fator condicionante da atividade. Esse critério foi adotado porque entende-se que basear-se em um mês de 160 horas de trabalho não reflete a realidade de muitos artesãos, que lidam com a sazonalidade tanto nas vendas quanto na sua produção. Além de autônomos, a maioria, especialmente as mulheres, lida com questões familiares que podem interferir nas possibilidades de dedicação ao trabalho.

Também pode gerar equívocos considerar como critérios os gastos mensais com materiais ou mesmo média de vendas mensais, visto que é comum trabalhar com uma variedade de técnicas e modelos, sem um padrão de produção, e com vendas dependentes de fatores sazonais. Para o cálculo do rateio dos Custos indiretos variáveis e das Despesas Fixas por produto confeccionado, as fórmulas são as seguintes (Quadro 2):

$$\text{Rateio dos Custos indiretos variáveis} = (\text{Custos indiretos variáveis} / \text{Horas mensais trabalhadas}) \times (\text{CH mão de obra direta} + \text{CH mão de obra indireta})$$

$$\text{Rateio das Despesas Fixas} = (\text{Despesas Fixas} / \text{Horas mensais trabalhadas}) \times (\text{CH mão de obra direta} + \text{CH mão de obra indireta})$$

	Produtos	Custos indiretos variáveis (R\$)	Custos Fixos (R\$)	Horas mensais (horas)	Mão de obra Total peça (horas)	Custo indireto por peça (R\$)
Artesão A	A1	340,80	215,90	160	7,5	26,09
	A2	340,80	215,90	160	5,43	18,88
	A3	340,80	215,90	160	2,64	9,18
Artesão B	B1	110,00	665,80	160	0,33	1,59
	B2	110,00	665,80	160	0,5	2,42
	B3	110,00	665,80	160	0,33	1,59
Artesão C	C1	237,50	266,00	120	1,5	6,29
	C2	237,50	266,00	120	7,5	31,46
	C3	237,50	266,00	120	9	44,43

Quadro 2 - Cálculo dos custos indiretos variáveis e fixos por produto
Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

3.4. Cálculo do preço de venda baseado nos custos

Para o cálculo do preço de venda, utilizou-se a soma dos custos obtidos e aplicou-se o percentual de margem de lucro estabelecida por cada negócio:

$$\text{Preço de venda} = (\text{Total de Custos diretos variáveis} + \text{Rateio de Custos indiretos variáveis} + \text{Rateio de Despesas fixas}) + \text{Margem de lucro estabelecida por cada negócio} + \text{Taxa do cartão.}$$

Cada empreendedora estipulou a margem de lucro de acordo com seus próprios critérios, e somente a Artesã B considera a taxa do cartão nos custos.

Os resultados obtidos podem ser vistos no Quadro 3. Entende-se que o resultado proveniente desse cálculo é o preço mínimo que o artesão deve considerar para não ter prejuízo.

	Produtos	Matéria-prima (R\$)	Mão de obra (R\$)	Custos indiretos (R\$)	Total (R\$)	Margem de lucro	Taxa do cartão	Preço formado com base nos custos (R\$)
Artesão A	A1	10,51	65,62	26,09	102,22	20%	-	122,66
	A2	20,41	47,51	18,88	86,80	20%	-	104,16
	A3	10,58	23,10	9,18	42,86	20%	-	51,43
Artesão B	B1	1,66	6,18	1,59	9,43	20%	5%	11,88
	B2	3,46	9,37	2,42	15,25	20%	5%	19,21
	B3	1,66	6,18	1,59	9,50	20%	5%	11,97
Artesão C	C1	18,60	12,37	6,29	37,26	30%	-	48,44
	C2	26,00	61,88	31,46	119,34	30%	-	155,14
	C3	59,05	74,25	44,43	177,73	30%	-	231,05

Quadro 3 - Formação dos preços de cada produto baseado nos custos
Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

3.5. Comparação entre o preço formado pelo custo e o preço praticado

Os preços citados foram estabelecidos pelas empreendedoras, baseados em seus critérios, e são praticados em suas vendas. Não foi feita uma análise de mercado ou dos critérios utilizados pelas empreendedoras, pois esse trabalho concentra-se na aplicação do método de custeio para a análise da relação entre os preços estabelecidos e aqueles gerados pelo método baseado em custos. O objetivo dessa comparação é identificar se os empreendimentos estão tendo um retorno adequado para cobrir seus custos operacionais, custos de produção e gerar lucro. No Quadro 4, pode-se analisar o preço formado com base em custos, o preço praticado e a diferença encontrada entre eles.

	Produtos	Preço praticado	Preço formado com base nos custos	Diferença entre preço praticado e formado	Diferença em percentual
Artesão A	A1	150,00	122,66	27,34	22,3%
	A2	100,00	104,16	-4,16	-4%
	A3	65,00	51,43	13,57	26,38%
Artesão B	B1	12,99	11,88	1,11	9,34%
	B2	21,90	19,21	2,69	14%
	B3	15,90	11,97	3,93	32,83%
Artesão C	C1	45,00	48,44	-3,44	-7,1%
	C2	60,00	155,14	-95,14	-61,32%
	C3	180,00	231,05	-51,05	-22,1%

Quadro 4 - Comparação entre os preços formados pelos custos e os preços praticados
 Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

3.6. Análise dos resultados

Pelo recorte aqui apresentado por meio dos 9 produtos é notória a discrepância que há nos atributos que compõem o produto artesanal, o que torna as tarefas de cálculo de custo e formação de preços ainda mais complexas e necessárias.

Os resultados obtidos oferecem diversas informações importantes para o gerenciamento do negócio. Por exemplo, apontam para uma diferença entre obtenção de lucro ou prejuízo entre as artesãs que deve ser analisada para melhor compreender os motivos.

Em termos de prejuízo, nota-se no Quadro 4 que o empreendimento C tem resultado negativo em todos os produtos que confecciona e comercializa. O produto C2 atinge um percentual negativo de 55,83%, que representa um grande prejuízo para a artesã. Se o preço de venda desse produto (R\$ 60,00) for comparado ao custo de mão de obra (R\$ 61,88), fica ainda mais claro que alguns produtos não devem constar no portfólio do empreendimento, pois desvalorizam o negócio e anulam o esforço despendido em sua confecção. Isso demonstra uma das dificuldades apontadas no início do texto: a pouca importância dada às horas de trabalho para formação do preço de venda.

A artesã A tem prejuízo em apenas um de seus produtos (A2), com um índice negativo de 4%, que é relativamente baixo. Um resultado como esse, ao ser comparado aos outros produtos (A1 e A3) que oferecem lucro, pode indicar algum ajuste em sua estratégia de produção, para redução de custos, ou de mercado ou percepção de valor, para aumento do preço de venda.

A artesã B tem resultado positivo em todas os produtos analisados, mesmo tendo estipulado a maior remuneração mensal. Isso se deve também ao fato de que seus produtos

requerem menor tempo de produção por unidade, o que reforça o peso que a mão de obra tem no custo do produto artesanal. Como o trabalho manual é a essência da atividade, é possível que essa artesã tenha analisado quais peças oferecem um bom equilíbrio entre seu trabalho e o retorno financeiro.

Reforçando o peso que o trabalho manual tem na atividade, pode-se verificar, também, que todos os produtos, exceto o C1, geram um custo de mão de obra maior do que o custo com matéria-prima (Quadro 3). Isso enfatiza que, quando a preocupação do artesão com o custo recai apenas sobre os materiais, ele está ignorando o empenho do seu próprio labor e levando seu negócio a um caminho prejudicial.

Além do reconhecimento dos índices de prejuízo que os preços praticados podem representar, outras informações podem ser adquiridas com base na aplicação do método de custeio, como, por exemplo: preço mínimo para negociação com os clientes (preço formado pelos custos), impacto dos custos de mão de obra direta e indireta, impacto dos custos fixos, remuneração do artesão por produto confeccionado e vendido (mão de obra total).

Em relação aos resultados apresentados, algumas decisões podem ser tomadas, como a escolha dos produtos que o artesão mantém em seu portfólio. Apesar de não terem sido analisados fatores de mercado e percepção de valor para a formação de preços, pode-se observar que, diante dos percentuais consideravelmente negativos, o aumento expressivo dos preços poderia gerar uma queda nas vendas. Nesses casos, faz-se necessário repensar estratégias de escolha do *mix* de produtos. Isto é, com uma análise mais criteriosa é possível identificar produtos nos quais se deve investir, aqueles em que se pode repensar estratégias de produção, e aqueles que devem ser eliminados ou substituídos no portfólio do artesão.

4 CONCLUSÕES

Há uma crescente desvalorização do trabalho do artesão, que prejudica a sua geração de renda. Mas, como foi visto nesse estudo, o desajuste nos cálculos para a apuração dos custos e a falta de compreensão da formação do preço de vendas impedem uma boa gestão do empreendimento.

Neste trabalho foi aplicado o método de custeio por absorção adaptado às singularidades da atividade artesanal, seguindo o princípio do trabalho desenvolvido por Alves e Mandail (2014). No modelo adotado para a presente pesquisa, a mão de obra do artesão foi utilizada como critério de rateio por entender-se que é o principal insumo da atividade. A partir dos resultados obtidos, os preços baseados nos custos foram comparados com aqueles já praticados pelos empreendimentos no mercado. Essa comparação está de acordo com o proposto por Kotler e Armstrong (2023) e Francisco Filho (2020), pois considera fatores internos e externos na precificação, e, por isso, pode fornecer informações muito importantes para a tomada de decisões dos profissionais da área. Entende-se, portanto, que essa aplicação gerou resultados condizentes com o objetivo deste trabalho.

Como foi visto ao longo do trabalho, há diversas atitudes em que o artesão deve investir e habilidades a desenvolver para garantir um desempenho sustentável de seu empreendimento. Pelo que foi observado, os custos devem ser bem controlados durante todo o processo para garantir o bom desempenho do negócio (MEGLIORINI, 2012; SILVA, 2012; SOUSA, 2012; SEBRAE, 2013). Os custos precisam ser considerados em sua totalidade, e o tempo utilizado pelo artesão tem um grande peso e importância (SOUSA, 2012). Cálculos que desconsideram o seu trabalho, ou o fazem erroneamente, levam a uma remuneração depreciativa e prejudicial para ele e para toda a categoria.

Para melhor gerir o negócio e garantir a sua sustentabilidade econômica, o artesão também deve conhecer o mercado em que atua, analisar adequadamente os concorrentes e buscar aprimorar o valor do seu produto para poder praticar preços mais altos e, conseqüentemente, obter maior lucratividade (PEREIRA, 2021; KOTLER; ARMSTRONG, 2023). Pois a atividade artesanal não se sustenta baseada na venda em quantidade ou na precificação abaixo da concorrência, por exemplo. Ao invés disso, o artesão deve investir no que caracteriza e faz sentido no seu ofício, que são os atributos intangíveis e aspectos como a diferenciação, valorização da mão de obra, características culturais, entre outros.

Outros métodos podem ser aplicados ao produto artesanal para aprimorar a sua atividade gerencial, como, por exemplo: cálculo do ponto de equilíbrio, ferramentas para gestão

de estoques e análise de concorrentes. A aplicação desses métodos constitui-se como sugestão para futuros trabalhos.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Rosângela Costa; MANDAIL, José Carlos Medeiros. **Produto artesanal: preço de venda**. Brasília: Embrapa, 2014.
- BORGES, Adélia. **Design + Artesanato: o caminho brasileiro**. São Paulo: Terceiro Nome, 2011.
- BRASIL. Lei 13.180, de 22 de outubro de 2015. Dispõe sobre a profissão de artesão e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF, 23 de outubro de 2015. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/113180.htm>. Acesso em: 05 mai. 2022.
- BRASIL. Portaria nº 29 de 05 de outubro de 2010. Tornar pública a base conceitual do artesanato brasileiro, na forma de anexo. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF, n. 192, p. 100 a 102. 06 de outubro de 2010. Seção 1.
- CASTILHO, M. A.; DORSA, A. C.; SANTOS, M. C. L. F.; OLIVEIRA, M. M. G. Artesanato e saberes locais no contexto do desenvolvimento local. **Interações (Campo Grande)**, [S. l.], v. 18, n. 3, p. 191–202, 2017. Disponível em: <https://interacoesucdb.emnuvens.com.br/interacoes/article/view/1518>. Acesso em: 25 mai. 2022
- CORREA, Michael Dias. **Contabilidade de custos**. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2019.
- CRUZ, June Alisson Westarb; REIS, Júlio Adriano Ferreira; MIGUEL, Paulo Sergio; PROHMANN, José Ivan de Paula. **Formação de preços: mercado e estrutura de custos**. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2013.
- DE SOUZA, A. A. et al. Análise de sistemas de informações utilizados como suporte para os processos de estimação de custos e formação de preços. **Anais do Congresso Brasileiro de Custos - ABC**. Florianópolis, 2005. Disponível em: <<https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/1978>> Acesso em: 10 mai. 2022.
- FLEURY, Tereza Leme; WERLANG, Sérgio R. C. Pesquisa aplicada: conceitos e abordagens. **GV Pesquisa – Anuário de Pesquisa 2016-2017**. São Paulo, n. 5, p. 10-15, 2017. Disponível em: <<https://periodicos.fgv.br/apgvpesquisa/article/view/72796/69984>>. Acesso em: 27 set. 2022.
- FRANCISCO FILHO, Valter Pereira. **Gestão de Custos**. Curitiba: Contentus, 2020.
- GEM. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil: 2021**. Coordenação de Larissa de Pinho Teixeira Moutinho; diversos autores - Curitiba: Ed. dos

Autores, 2022. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2022/12/LIVRO-GEM-BR-2021-VERSAO-WEB-FINAL.pdf>> Acesso em: 04 out. 2023.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.

KOTLER, Phillip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 18 ed. Porto Alegre: Bookman, 2023.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MEGLIORINI, Evandir. **Custos: análise e gestão**. 3. ed. São Paulo: Person Prentice Hall, 2012.

NAGLE, Thomas T.; HOGAN, John E. **Estratégia e táticas de preço: Um guia para crescer com lucratividade**. 4. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2007.

PADOVEZE, Clóvis Luiz. **Contabilidade Geral**. Curitiba: InterSaberes, 2016.

PEREIRA, Mércia de Lima. **Gestão de custos e preços**. Curitiba: InterSaberes, 2021.

QUEIROZ, L. L. et al. Estratégias De Determinação De Preços Em Microempresas Do Setor Artesanal: Um Estudo Comparativo Entre Brasil E Cabo Verde. **Revista da Micro e Pequena Empresa**. Campo Limpo Paulista, v.7, n.3, p.19-32, 2013. Disponível em: <<https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/152/152>>. Acesso em: 25 mai. 2022.

RESENDE, José Flávio Bomtempo. **Como Elaborar o Preço de Venda**. Belo Horizonte: SEBRAE Minas, 2017. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MS/Anexos/Cartilhas%20Agora%20Sou%20MEI/Como%20elaborar%20-%20Pre%20C3%A7o%20de%20vendas.pdf>>. Acesso em: 07 mai. 2022.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Termo de referência**: programa SEBRAE de artesanato. Brasília: SEBRAE, 2010. Disponível em: <[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4762969DAC2E2FBC8325770E005416FC/\\$File/NT00043F22.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4762969DAC2E2FBC8325770E005416FC/$File/NT00043F22.pdf)> Acesso em: 05 out. 2023.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Pesquisa O Artesão Brasileiro**. Brasília: SEBRAE, 2013. Disponível em: <[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/e91d1404887c8d41edfcb441d54bf6de/\\$File/5131.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/e91d1404887c8d41edfcb441d54bf6de/$File/5131.pdf)>. Acesso em: 09 mai. 2022.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Precificação no Artesanato**. Brasília: SEBRAE: 2014. Disponível em: <[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/236d0680ce055b899a9a5559ee90de47/\\$File/4870.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/236d0680ce055b899a9a5559ee90de47/$File/4870.pdf)>. Acesso em: 07 mai. 2022.

SILVA, F. B. O artesão expositor e a administração de um pequeno negócio. **Revista de Ciências Gerenciais**. Londrina, v. 16, n. 24, p. 19-29, 2012.

SOUSA, J. A. et al. Fatores condicionantes de sucesso das pequenas e microempresas do segmento de artesanato em Natal-RN. **Connexio**. Ano 1, n. 2, pp. 113-139, fev-jul/2012. Disponível em: <<https://repositorio.unp.br/index.php/connexio/article/view/97>>. Acesso em: 13 jun. 2022.

VAL, P. C.; MAKIYA, I. K.; CUNHA, M. V. F. Diversidade cultural e análise regional do artesanato no Brasil sob ótica da economia criativa. **Anais do Congresso Nacional de Excelência em Gestão**. Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: <<https://redeartesanatobrasil.com.br/download/diversidade-cultural-e-analise-regional-do-artesanato-no-brasil-sob-a-otica-da-economia-criativa/>> Acesso em: 10 mai. 2022.

VERGARA, Sílvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 7. ed., São Paulo: Atlas, 2007.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2a ed. Porto Alegre: Bookman; 2001.